



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**INTEGRACIÓN DE DIVERSOS PROCESOS
CREATIVOS PARA EL DISEÑO DE UNA
LÍNEA DE INDUMENTARIA INSPIRADA EN
EL PATRIMONIO CULTURAL
ARQUITECTÓNICO DE CUENCA**

TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA
OBTENCION DEL TITULO DE:
DISEÑADORA TEXTIL Y MODA

AUTORA:

Andrea Michelle Segarra Cevallos

DIRECTOR:

Dis. Edgar Gustavo Reyes Montesinos

CUENCA - ECUADOR
2022





DEDICATORIA

Este proyecto de graduación va dedicado a mi familia, mis padres, mis hermanos, a Martín y a mis amigos, porque siempre me dieron su apoyo incondicional y estuvieron conmigo desde el inicio hasta ahora que fue la recta final para un nuevo comienzo.

Esto es para ustedes.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primeramente a Dios porque siempre sentí su presencia junto a mi, a mis padres Hernán y Gladys que siempre han sido la luz de mi camino, a mis hermanos Santiago y Pablo que me han levantado cuando estaba por desmayar, a mi hermano Pedro por compartir su creatividad de diseñador y tiempo sin pedir nada a cambio, a Martín que siempre confío en mi y me alento a seguir, gracias a Mao por ser ese tutor creativo y guía en este largo camino recorrido, agradecer a todos mis profesores que pusieron en mi la semilla de la curiosidad, a mis amigos por su cariño y paciencia, gracias a todos por siempre estar, permanecer y quedarse a mi lado sin importar cuán difícil fue y finalmente agradecerme a mi por lograrlo una vez más.

Gracias a todos.

INDICICE

CAPITULO 1

1. Contextualización.....	25
1.1 La Creatividad en la historia del hombre	28
1.1.1 La era primitiva	30
1.1.2 La Antigüedad.....	31
1.1.3 La Edad Media	33
1.1.4 El Renacimiento	35
1.1.5 El Siglo XX.....	36
1.1.6 Lo que hoy sabemos	37
1.2 Diseño como habilidad creadora.....	39
1.2.1 ¿Qué es el diseño?.....	39

1.2.2 ¿Que es el Diseño Textil?	41
1.2.3 Las colecciones dentro del Diseño textil.....	45
1.2.4 Tipos de colección de moda.....	46
1.2.4.1 Alta costura.....	46
1.2.4.2 Prêt- à- porter.....	47
1.2.4.3 Lujo.....	48
1.2.4.4 Cruise, crucero o resort	49
1.2.4.5 Pre-fall	50
1.2.4.6 Colecciones capsula o wardrobe	51
1.2.4.7 Lineas de difusión	52
1.2.5 Qué es el streetwear y sus subestilos.....	53
1.2.5.1 Rock	55
1.2.5.2 Hip- Hop	55
1.2.5.3 Skate.....	56
1.2.5.4 Urban Chic.....	56
1.3 Procesos Creativos.....	58
1.3.1 ¿Qué es el procesos creativo?.....	59
1.3.2 Etapas del proceso creativo	60
1.3.3 Los procesos creativos más utilizados en el Diseño Textil.....	62
1.3.3.1 Inspiración.....	63
1.3.3.2 Moodboard.....	63
1.3.3.3 Bocetación.....	63

INDICICE

INDICIA

1.3.3.4 Investigación	64
1.3.3.5 Experimentación.....	64
1.3.3.6 Dibujo	64
1.3.3.7 Brianstorming.....	64
1.3.3.8 Conceptualización.....	65
1.3.3.9 Planificación o brief	65
1.3.3.10 Modelado sobre maniquí	65
1.3.3.11 Patronaje	65
1.3.3.12 Búsqueda de tendencias	66
1.3.3.13 Cromática	66
1.3.3.14 Deconstruir y reconstruir	66
1.3.3.15 Dibujo Técnico	66
1.3.3.16 Análisis morfológico	67
1.3.4 ¿Qué otros procesos creativos son los mas utilizados en el diseño, las artes, la arquitectura, el cine y las artes escénicas?.....	68
1.3.4.1 Brainstorming inverso	69

1.3.4.2 Formstoming	69
1.3.4.3 Design Thinking	69
1.3.4.4 Cuaderno de bocetos	69
1.3.4.5 Traducción espacial	70
1.3.4.6 Materialidad	70
1.3.4.7 Storyboard	70
1.3.4.8 Hilo narrativo	70
1.3.4.9 Áter ego	71
1.3.4.10 Conciencia de Identidad	71
1.3.4.11 Observación de detalle	71
1.4 Procesos creativos fusionados o aplicados en el medio	72
1.4.1 Homólogos	72
1.4.1.1 Yohji Yamamoto	73
1.4.1.2 Paola Pesantez	73
1.5 Patrimonio Cultural	75
1.5.1 ¿Qué es identidad y cultura?	75
1.5.2 ¿Qué es Patrimonio?	76
1.5.3 Cuenca: Patrimonio Cultural de la humanidad	79
1.5.4 Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca	80
1.5.4.1 Arquitectura Aborigen y colonial	81
1.5.4.2 Arquitectura Republicana.....	84
1.5.5 Conclusiones	87

INDICIA

INDICIA

CAPÍTULO 2

2. Planificación	91
2.1 Entrevistas	94
2.1.1 Entrevista María Paz Moscoso	95
2.1.2 Entrevista Claudia Barros	96
2.1.3 Entrevista Manolo Loor	97
2.1.4 Entrevista Paola Palacios	98
2.1.5 Entrevista Martín Vintimilla	99
2.1.6 Entrevista Pedro Segarra	100
2.1.7 Entrevista Mateo Rodríguez	101
2.1.8 Entrevista Simonne Heras	102
2.1.9 Conclusión general de las entrevistas.....	103
2.2 Definición de usuario	105

2.2.1 Los diseñadores de indumentaria como beneficiarios	105
2.2.2 Muestreo no probabilístico	106
2.2.3 Perfil de usuario	108
2.2.4 Mapa de empatía	111
2.3 Brief de diseño	114
2.3.1 Descripción del proyecto	114
2.3.2 Antecedentes	115
2.3.3 Objetivos	115
2.4 Selección de Patrimonio Arquitectónico de Cuenca	116
2.4.1 Encuestas	117
2.4.2 Tablas de Elementos Arquitectónicos de los Grupos de Casas	120
2.4.2.1 Resultado de Casas Seleccionadas	124
2.5 Procesos creativos Seleccionados	125
A. Conciencia de identidad	126
Herramienta a Utilizar: Ventana de Johary	126
B. Inspiración	128
Herramienta a utilizar: Búsqueda de la Visión	128
C. Análisis morfológico	129
Herramienta a utilizar: Adobe Illustrator	129
D. Cuaderno de bocetos	129
Herramienta a utilizar: Cuaderno y Lapiz	129
E. Búsqueda Cromática	130
Herramienta a utilizar: Adobe Capture	130

INDICIA

INDICIE

F. Hilo narrativo	131
Herramienta a utilizar: Fases del Hilo Narrativo	131
G. Bocetación	131
Herramienta a utilizar: Sketchbook	131
H. Materialidad	132
Herramienta a utilizar: La Observación y el tacto	132
I. Traducción espacial	132
Herramienta a utilizar: Fotografía y perspectiva	132
J. Observación del detalle	133
Herramienta a utilizar: La Observación	133
K. Formstorming.....	133
Herramienta a utilizar: Fotografía	133
L. Conceptualización	134
Pasos a seguir.....	134

2.6. Estilo de la Línea de Indumentaria	134
2.7 Modelo de negocios	134
2.7.1 Segmentación de mercado.....	134
2.7.2 Propuesta de valor	135
2.7.3 Canales de distribución	135
2.7.4 Relación con el cliente	135
2.7.5 Fuentes de Ingresos	135
2.7. 6 Actividades Clave	135
2.7.7 Recursos Clave	136
2.7.8 Socios Clave	136
2.7.9 Estructura de Costos	136
2.8 Conclusión	137

INDICIE

INDICIE

CAPÍTULO 3

3. Aplicación de los procesos	142
3.1 Conciencia de identidad	143
3.2 Inspiración	147
3.3. Formstorming	150
3.4 . Búsqueda cromática	152
3.5. Materialidad	155
3.6. Conceptualización	157
3.7. Traducción espacial	158
3.8. Observación del detalle	163
3.9. Cuaderno de bocetos	165
3.10. Análisis morfológico	169
3.11. Bocetación	176

3.12. Hilo narrativo 180

3.2 Conclusiones 182

CAPÍTULO 4

4. Diseños finales y guía	186
4.1 Bocetos finales	186
4.2 Fichas técnicas	192
4.3 Fotografías Finales de las prendas realizadas	199
4.4 Conclusión	206
4.5 Guía de Procesos Creativos para la Creación de Colecciones y líneas de moda.	207

Referencias

Bibliografía 208

Bibliografía de figuras 212

Anexos 217

INDICIE

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Línea de tiempo de la creatividad. Elaboración propia

Figura 2: Arte Rupestre, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Invdes (2022)

Figura 3: Escrito Antiguo, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Wikipedia (2007)

Figura 4: Alquimia, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Wikipedia (2022)

Figura 5: "El Hombre de Vitruvio" de Leonardo da Vinci, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: El País (2008)

Figura 6: "La Persistencia de la Memoria, de Salvador Dalí, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Arte Laguna (2020)

Figura 7: El Psicoanálisis, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Liceus (2020)

Figura 8: Diseño. Tomado de: Ryan Ancill en Unsplash (2020)

Figura 9: Victoria & Albert Museum, Knightsbridge, London. Tomado de: Foto de John Cameron en Unsplash (2020)

Figura 10: Colecciones de moda. Tomado de: Foto de Fernanda Garcia en Unsplash (2020)

Figura 11: Alta Costura. Tomado de: Harper's Bazaar (2017)

Figura 12: DESFILE DE LA COLECCIÓN PRÊT-À-PORTER PRIMAVERA-VERANO 2021. Tomado de: Dior (2021)

Figura 13: Accesorios de marca Christian Dior. Tomado de: Dior (2021)

Figura 14: Dior colección crucero 2021. Tomado de: Vogue (2020)

Figura 15: La colección Pre-Fall de Valentino. Tomado de: Smoda (2015)

Figura 16: Colección cápsula de Karl Lagerfeld para H&M. Tomado de: Rachel's Fashion (2014)

Figura 17: Línea de difusión. Tomado de: Foto de Kai Pilger en Unsplash (2018)

Figura 18: Streetwear, diseño de tipografía, elaboración propia. Tomado de: Unsplash (2020)

Figura 19: Subestilo Rock del Streetwear. Tomado de: Foto de David Gavi en Unsplash (2021)

Figura 20: Subestilo Hip- Hop del Streetwear. Tomado de: Foto de Mike Von en Unsplash (2020)

Figura 21: Subestilo Skate del Streetwear. Tomado de: Foto de Andre Tan en Unsplash (2021)

Figura 22: Subestilo Urban Chic del Streetwear. Tomado de: Foto de Samanta Sokolova en Unsplash (2021)

Figura 23: Procesos Creativos. Tomado de: Unsplash (2019)

Figura 24: Cuadro Etapas del proceso creativo. Elaboración propia

Figura 25: Cuadro de procesos creativos del diseño textil y moda. Elaboración propia

Figura 26: Cuadro de procesos creativos de otras industrias creativas. Elaboración propia

Figura 27: Identidad Ecuatoriana. Tomado de: Foto de Sander Traa en Unsplash (2022)

Figura 28: La historia de la Cultura Ecuatoriana. Tomado de: Cultura Ecuatoriana (2016)

Figura 29: Centro Histórico de Cuenca. Elaboración propia

Figura 30: Collage Casas Coloniales de Cuenca. Elaboración propia

Figura 31: Collage Casas Republicanas de Cuenca. Elaboración propia

Figura 32: Fotografía María Paz Moscoso, diseño y elaboración propia. Tomado de: Moscoso (2021)

Figura 33: Fotografía Claudia Barros, diseño y elaboración propia. Tomado de: Barros (2020)

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 34: Fotografía Manolo Loor, diseño y elaboración propia. Tomado de: Loor (2019)

Figura 35: Fotografía Paola Palacios, diseño y elaboración propia. Tomado de: Palacios (2021)

Figura 36: Fotografía Martín Vintimilla, diseño y elaboración propia. Tomado de: Vintimilla (2021)

Figura 37: Fotografía Pedro Segarra, diseño y elaboración propia. Tomado de: Segarra (2019)

Figura 38: Fotografía Mateo Rodríguez, diseño y elaboración propia. Tomado de: Rodríguez (2022)

Figura 39: Fotografía Simonné Heras, diseño y elaboración propia. Tomado de: Heras (2022)

Figura 40 : Definición de usuario, diseño y elaboración propia. Tomado de: Unsplash (2018)

Figura 41 : Embudo gráfico de Muestreo de Conveniencia. Elaboración propia

Figura 42 : Mapa de empatía. Elaboración propia

Figura 43 : Ejemplo de perfil de usuario. Tomado de: Gárate (2021)

Figura 44 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 1. Elaboración propia

Figura 45 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias.

Figura 46 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2. Elaboración propia

Figura 47 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias

Figura 48 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2. Elaboración propia

Figura 49 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias

Figura 50 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 1. Elaboración propia.

Figura 51 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 2. Elaboración propia.

Figura 52 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 3. Elaboración propia.

Figura 53 : Cuadro de la Ventana de Johary. Elaboración propia

Figura 54 : Cuadro de lista de rasgos característicos. Elaboración propia

Figura 55 : Cuadro de lista de rasgos característicos. Elaboración propia

Figura 56 : Cuadro de clasificación de Rasgos. Elaboración propia

Figura 57 : Cielos Rasos y Piso. Elaboración propia.

Figura 58 : Varias Fotografías, Elaboración propia.

Figura 59 : Collage de formstorming. Elaboración propia.

Figura 60: Captura de pantalla. Elaboración propia.

Figura 61: Captura de pantalla, Elaboración propia.

Figura 62: Paleta de color. Elaboración propia.

Figura 63: Materiales disponibles. Elaboración propia.

Figura 64: Collage de toma de perspectivas de casas seleccionadas. Elaboración propia.

Figura 65: Collage de la casa Jerves. Elaboración propia.

Figura 66: Collage de la casa de los Murales. Elaboración propia.

Figura 67: Collage de la Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 68: Collage de la Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 69: Imagen con zoom en detalle de Clínica Bolívar. Elaboración propia.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 70: Detalle recortado de fotografía de Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 71: Observación del detalle, Casa Jerves, Casa de los Murales y Clínica Bolívar.. Elaboración propia.

Figura 72: Cuaderno de Bocetos. Elaboración propia.

Figura 73: Cuaderno de bocetos. Elaboración propia.

Figura 74: Cuaderno de bocetos. Elaboración propia.

Figura 75: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 76: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 77: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 78: Bocetos Casa Jerves. Elaboración propia.

Figura 79: Bocetos Casa de los Murales. Elaboración propia.

Figura 80: Bocetos Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 81: Propuesta 1. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 82: Propuesta 2. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 83: Propuesta 3. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 84: Propuesta 4. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 85: Propuesta 5. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 86: Ficha de Diseño Abrigo Chesterfield, Propuesta 1. Elaboración propia

Figura 87: Ficha de Diseño Buso oversize, Propuesta 2. Elaboración propia

Figura 88: Ficha de Diseño Pantalón cargo, Propuesta 3. Elaboración propia

Figura 89: Ficha de Diseño Capa, Propuesta 4. Elaboración propia

Figura 90: Ficha de Diseño Blusa, Propuesta 5. Elaboración propia

Figura 91: Ficha de Diseño Pantalón, Propuesta 6, Elaboración propia

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista Maria Paz Moscoso

Anexo 2: Entrevista Claudia Barros

Anexo 3: Entrevista Manolo Loor

Anexo 4: Entrevista Paola Palacios

Anexo 5: Entrevista Martin Vintimilla

Anexo 6: Entrevista Pedro Segarra

Anexo 7: Entrevista Mateo Rodriguez

Anexo 8: Entrevista Simonne Heras

Anexo 9: Entrevista Daniel Tello Enriquez

Anexo 10: Guía completa para la Creación de colecciones y líneas de moda.

Autora

Andrea Segarra Cevallos

Director

Dis. Edgar Gustavo Reyes Montesinos

Fotografía

Dis Edgar Gustavo Reyes Montesinos

Diseño y Diagramación

Dis. Pedro Segarra

Cuenca-Ecuador

2022

RESUMEN

Dentro de la práctica del diseño de indumentaria se puede observar el uso habitual de los métodos de diseño más comunes para llegar a crear prendas o accesorios. Por ello, el presente proyecto de graduación, integra diversos procesos creativos abstraídos de distintas industrias como el diseño, las artes, la arquitectura, el cine, y las artes escénicas, para generar una línea de prendas streetwear conceptualizadas desde el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca como caso de aplicación. Esto con el fin de contribuir con una nueva guía de un método creativo para la propuesta de líneas y colecciones de diseño textil e indumentaria.

ABSTRACT

Within the practice of clothing design, the usual use of the most common design methods can be observed to create garments or accessories. Therefore, the present graduation project integrates various creative processes abstracted from different industries such as design, arts, architecture, cinema, and performing arts, to generate a line of streetwear garments conceptualized from the architectural heritage of Cuenca as an Application case. This is to contribute a new guide of a creative method for the proposal of lines and textile design collections and clothing.

Tomebamba

01

CAPÍTULO

1. Contextualización

- 1.1 La Creatividad en la historia del hombre
- 1.2 Diseño como habilidad creadora
 - 1.2.1 ¿Qué es el diseño?
 - 1.2.2 Diseño Textil
 - 1.2.3 Las colecciones dentro del Diseño textil
 - 1.2.5 Qué es el streetwear y sus subestilos
- 1.3 Procesos Creativos
 - 1.3.1 ¿Qué son los procesos creativos?
 - 1.3.2 Etapas del proceso creativo
 - 1.3.3 Los procesos creativos más utilizados en el Diseño Textil
 - 1.3.4 ¿Qué otros procesos creativos existen en el diseño, las artes, la arquitectura, el cine y las artes escénicas?
- 1.4 Procesos creativos fusionados o aplicados en el medio
- 1.5 Patrimonio Cultural
 - 1.5.1 ¿Qué es identidad y cultura?
 - 1.5.2 ¿Qué es Patrimonio?
 - 1.5.3 Cuenca: Patrimonio Cultural de la humanidad
 - 1.5.4 Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca
 - 1.5.4.1 Arquitectura Aborigen y colonia
 - 1.5.4.2 Arquitectura Republicana
 - 1.5.5 Conclusiones



Introducción

Este capítulo tiene por objetivo investigar acerca de los procesos creativos, partiendo desde la creatividad en la historia humana, como se desarrolla dentro del diseño, y este a su vez se refleja en el diseño textil, para así entender los procesos más utilizados dentro de la praxis de los diseñadores de moda y también como los procesos creativos cambian dentro de las diferentes disciplinas del diseño.

También en este capítulo se realizará una investigación de campo por medio de entrevistas a arquitectos para conocer más acerca del Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca y sus edificaciones del Centro Histórico.

1. CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 La Creatividad en la historia del hombre

Entender la palabra creatividad desde su punto de vista etimológico, es saber que se deriva de la palabra “crear” que es un verbo. La Real Academia de la Lengua Española define a la creatividad como: “1.f. Facultad de crear” o “2.f. Capacidad de creación”. (2022).entonces del mismo modo se debe conocer que es crear y que es creación. Según La Real Academia de la Lengua Española en tres de sus seis significados crear es “1.tr. Producir algo nuevo”, “2.tr. Producir algo de la nada.” o “5.tr. Dar lugar a algo como consecuencia de una o varias acciones.”(2022), por otro lado creación viene a ser “ 1.f. Acción y efecto de crear.”, “2.f. En la tradición judeocristiana, conjunto de todo lo que existe.” o “3.f. Obra relevante artística, literaria, arquitectónica, musical o científica.” La Real Academia de la Lengua Española (2022).

Estoda una clara idea de las asociaciones y significados que existen para llegar hasta el término creatividad y comprenderlo desde una facultad o habilidad, ya que la creación por un lado es el acto de crear con un resultado pero la creatividad es el camino necesario que se sigue para llegar a la creación, es ahí donde

radica la diferencia entre la creación y la creatividad. Marin Garcia,(s.f., p 6)

Con una gran variedad de significados expuestos, el término creatividad no aparece ya sino en los siglos modernos, pero en su comienzo se puede decir que cada acto que el ser humano ha creado lo ha llevado cada vez más cerca de entender y dominar de mejor manera la creatividad, es por esto que es primordial analizar cómo la creatividad tuvo su inicio desde el principio de la historia de la humanidad y como fue y es de gran importancia para el avance del hombre y la mujer hoy en día.

A lo largo de la historia del ser humano se han ido dando pequeños pero considerables pasos y cambios a medida que el hombre evoluciona con todas sus vivencias, experiencias y trascendencias, estos cambios han dado como resultado actos creativos en todas las áreas y ramas, actos que han cambiado en varias ocasiones de la historia el rumbo del ser humano y como da a luz sus ideas desde la creatividad.

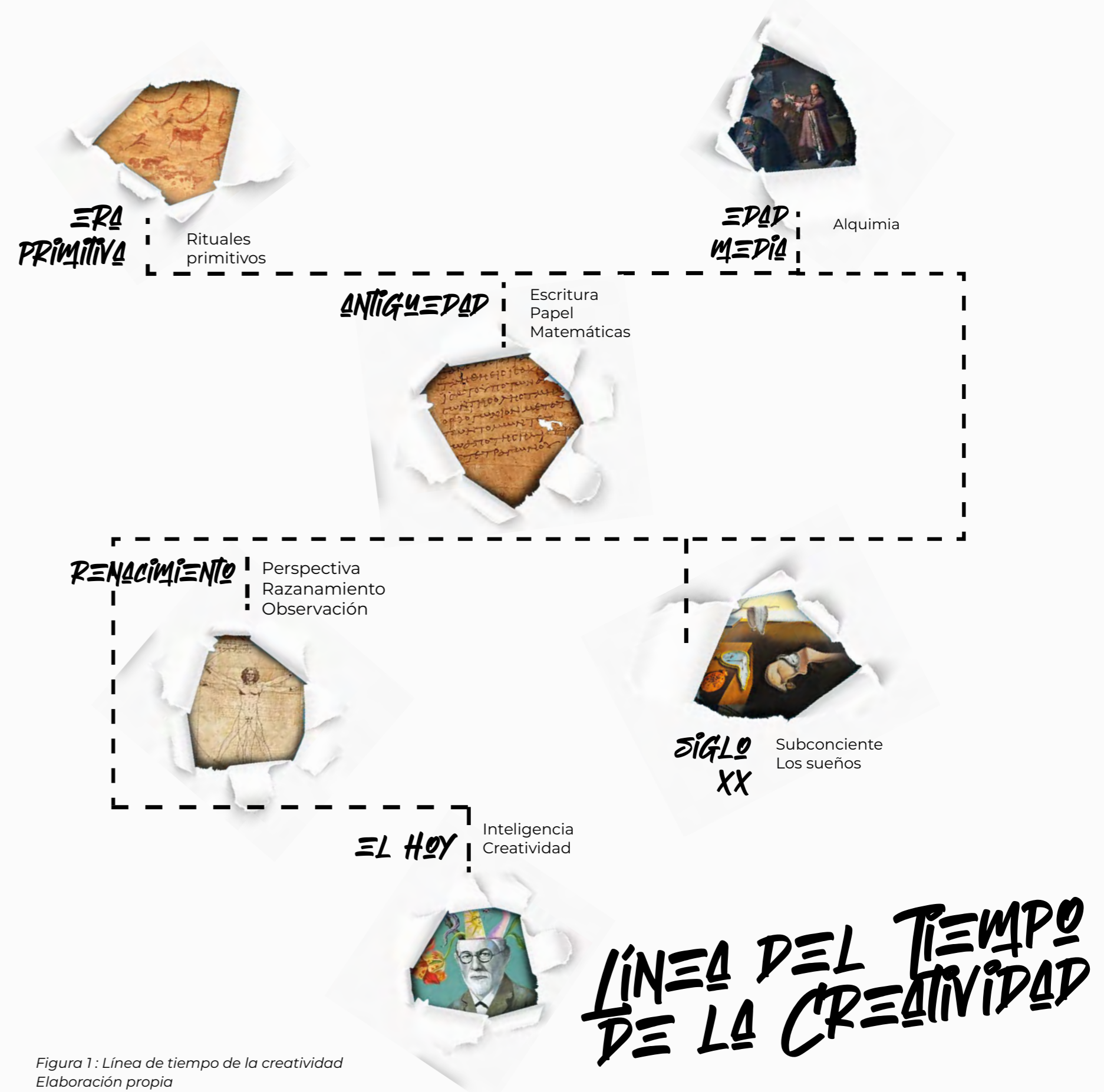


Figura 1 : Línea de tiempo de la creatividad
Elaboración propia

1.1.1 La Era primitiva

En la era primitiva se dan las primeras manifestaciones de creatividad por los hombres hace unos treinta mil años atrás, en este lapso de tiempo el hombre fabrica sus primeras herramientas para cazar, inventa ya un método de comunicación oral y también da paso a sus primeras obras artísticas como son los dibujos rupestres de sus experiencias expresadas en cavernas y piedras, todos estos como situaciones de suma importancia para la evolución del hombre y su historia. Parra (2003)

En medio de todos estos cambios y avances, el hombre vive y crea al mismo tiempo rituales primitivos, en donde empleaba la pintura, la escultura, la música y la danza como medio para acercarse a lo desconocido y de ese modo al espíritu colectivo del pueblo, y esto queda más claro bajo lo expresado por Parra (2003) “En sus inicios, la creatividad poseía un carácter esencialmente social y religioso, el artista o creador era un medio para llegar al más allá”(p12) sin embargo para esta era el arte o creatividad no se conocían como tal sino ya eran expresados en sus prácticas y rituales como algo común y constante en sus vivencias raras y modos de acercarse a lo espiritual. Se puede deducir entonces que en ese periodo el hombre expresaba su creatividad más como algo espiritual y social.

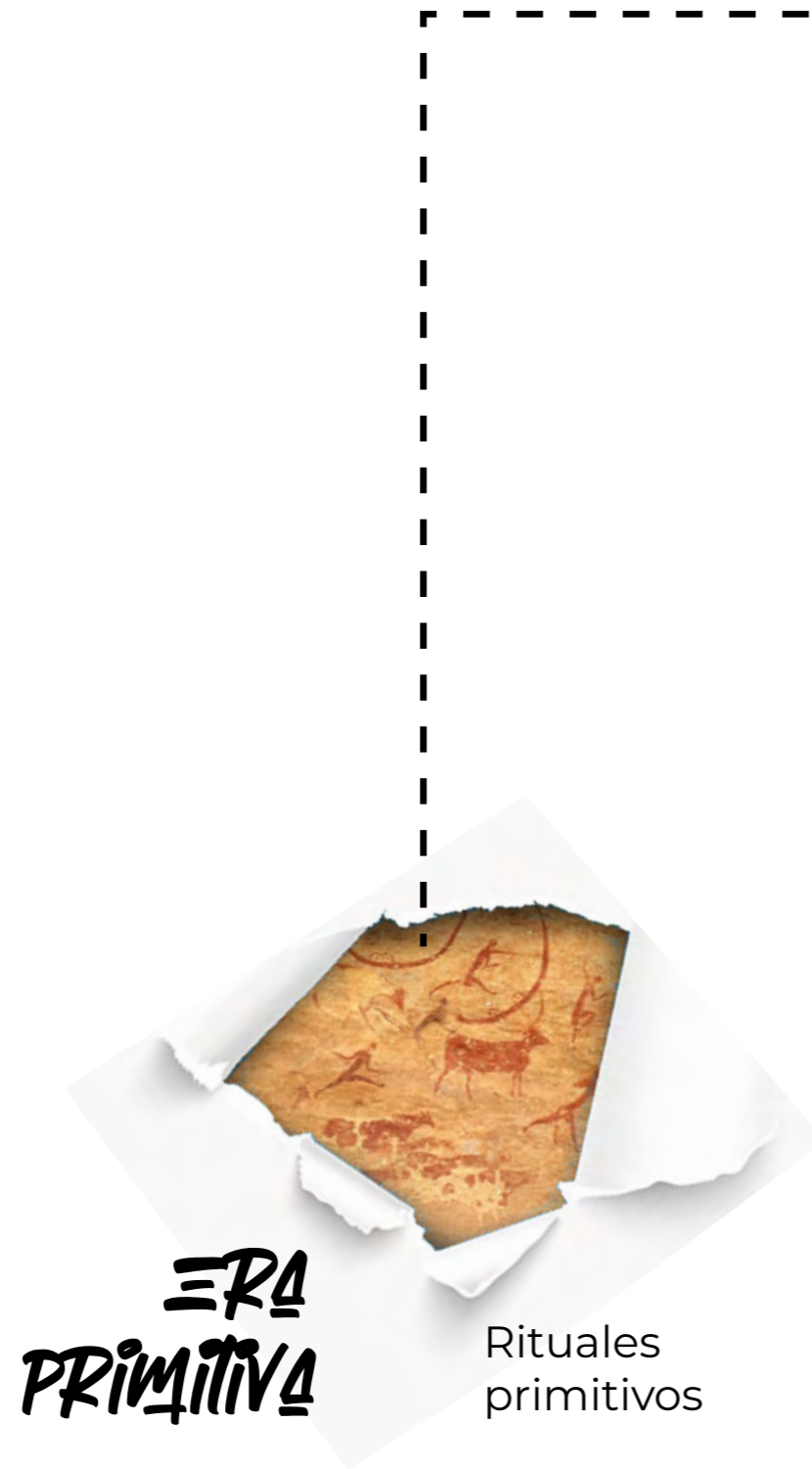


Figura 2 : Arte Rupestre, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Invdes (2022)

1.1.2 La Antigüedad

En la historia del ser humano han existido acontecimientos importantes que lo han llevado a donde está hoy, y algunos de estos acontecimientos son los que dieron un giro impactante en la forma en la que el hombre crea, siendo estos la escritura, la invención del papel y las matemáticas.

Basado en el análisis de Parra (2003) La aparición de estas tres creaciones produce que el hombre ya no solo busque la manera de conectarse con el más allá y su espiritualidad de manera mágica y colectiva por los rituales chamánicos como en la era primitiva, sino también produce que se vuelva más lógico y racional y empiece una vida donde crear es para recordar, crear es para entender más lo que lo rodea de manera que sea memorable, ya que la escritura nace hace diez mil años atrás pero no es algo que se dé por naturaleza sino más bien es algo razonado y se debe saber cómo hacerlo, dando paso a las artes literarias, la poesía, la oratoria, los cantos épicos, mismas que fueron transmitidas gracias al papel como objeto difusor y soporte del conocimiento, y del mismo modo las matemáticas por su lado también son un proceso racional y son estas las que se encargaron de entender las proporciones y explicarlas como lo bello, lo estético en el avance del hombre en las artes de la

ANTIGÜEDAD

Escritura
Papel
Matemáticas



Figura 3 : Escrito Antiguo, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Wikipedia (2007)

edad antigua, por ello es que la creatividad pasa en este tiempo a ser más individual, se vuelve más lógica, más pensada, menos irracional como se expresa a continuación;

De este modo la creatividad, sobre todo a través de la poesía, la pintura y la escultura, comienza a cumplir no solo una función artística y colectiva, sino también intelectual y mucho más individual, la creatividad mágica de los antiguos chamanes comienza a ser desplazada hacia fines menos sobrenaturales. Los artistas comienzan a ser figuras públicamente reconocidas por su talento, se considera que ellos son los “elegidos”, sus capacidades están muy por encima del resto de los mortales. aparece entonces el concepto de la estética para regir al arte; la estética convierte principios naturales en formas, sonidos y colores equilibrados y bellos, crear es pensar, es medir, es conectarse con el mundo de lo real. de esta manera el arte y la creatividad se dirigen lentamente hacia lo racional, lo memorable, lo que podemos poner en palabras, números y proporciones. (Parra, 2003, p. 20)

Entonces se sabe que en la edad antigua la creatividad seguía sin existir como un término o habilidad, pero se hacía presente por medio de la creación y empleo de la escritura y las matemáticas, volviendo a la creatividad más lógica y pensada.



Figura 4 :Alquimia, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Wikipedia (2022)

1.1.3 La Edad Media

En el siglo XII se suscita un hecho muy particular y de extrema importancia para la creatividad, en medio de las tan famosas cruzadas, aparece la alquimia como respuesta al deseo de transmutar metales en base a procesos escritos y lenguajes poéticos muy místicos y secretos de la edad antigua que buscaban crear la piedra filosofal de la edad media, pero lejos de crearla, la alquimia dio como resultado increíbles progresos en la ciencia de la química puesto que los alquimistas medievales crearon nuevas sustancias y inventaron aparatos útiles, surgiendo nuevos matices de creatividad.

Visto desde otro ángulo la alquimia es el resultado mismo de la fusión de la ciencia y la religión en búsqueda de una transformación del hombre, según lo afirma Parra: “ La alquimia hace que la creatividad tomo no solo modalidades científicas, sino que sea una manera de hacer que el hombre se transforme hasta lograr versiones más evolucionadas de sí mismo “. (2003, p. 22-23)

Entonces si se compara la creatividad con los principios básicos de la alquimia se entiende que crear es disolver lo conciso para condensar lo que vale, es tener un montón de ideas para luego solo tomar las que van a funcionar para convertirlas en algo real. Por lo tanto,

desde la perspectiva alquimista, la creatividad viene a ser la búsqueda de la transformación del hombre y su vida.

RENACIMIENTO

Perspectiva
Razonamiento
Observación



Figura 5: "El Hombre de Vitruvio" de Leonardo da Vinci, diseño de rasgado, elaboración propia.
Tomado de: El País (2008)

1.1.4 El Renacimiento

Los modos de vida cambian con el transcurrir del tiempo, el hombre de la edad media deja su forma de vivir y aparece un nuevo hombre, el renacido en pleno siglo XV, en donde el hombre empieza a tener curiosidad por todo lo que lo rodea, se comienza a cuestionar el porqué de las cosas a su alrededor como la naturaleza, esta curiosidad lleva a los creadores artísticos de esta época a darse cuenta de que existe la perspectiva, la estudian y la plasman como un nuevo modo de expresión, donde el razonamiento y el pensamiento son las bases sólidas de este nuevo matiz de creatividad en el Renacimiento. En esta época, según lo descrito por Parra (2003), todos los artistas son científicos por excelencia ya que todos estudian hasta el mínimo detalle para poder expresarlo a la perfección en sus obras, los pintores utilizan ya las tres dimensiones dejando de lado las pinturas planas de la era medieval, la arquitectura ya no solo es estética sino también funcional, todo comienza a tener estudio como producto de una larga y minuciosa observación de la realidad y la razón lógica como resultado de un gran avance de la matemáticas. Es tal y como se menciona en el libro Creativamente:

Así poco a poco la creatividad comienza a cambiar radicalmente. ya no es utilizada para transformarse y alcanzar con méritos el otro mundo. Ahora presta especial atención al trabajo razonado, el estado erudito de la naturaleza y la realidad del hombre, centro mismo del mundo en la época renacentista. (Parra, 2003, p. 25)

En esta nueva forma de creatividad también es necesario observar a Leonardo Da Vinci, quien afirma que la curiosidad y la observación son la fuente principal del ser creativo, que las preguntas que surgen y esa necesidad de buscar fuentes de conocimiento son los principios básicos de la creatividad. (Parra, 2003)

Entonces en el Renacimiento la creatividad toma un nuevo matiz y deja de ser el medio de transformación del hombre, ahora es lo que lo acerca más a la perfección y surge como curiosidad, pero busca las formas necesarias para crear y expresar sus pensamientos teniendo a la razón por encima de su resultado de su obra.

1.1.5 El Siglo XX

Con los descubrimientos de Einstein, Heisenberg y Freud en la ciencia, la filosofía y la psicología se impone una óptica nueva hacia la creatividad que posee el ser humano, teniendo al psicoanálisis como la explicación al hecho de que el hombre piensa y actúa al mismo tiempo. En esta misma época nace lo que se conoce como el surrealismo que es el movimiento artístico que plasma los sueños del inconsciente en sus obras artísticas, es aquí donde se entrelaza el estudio de la psicología y el surrealismo para poder entender que es lo que pasa en el subconsciente del hombre y como todo eso puede ser expresado a modo de arte en la realidad, por ello el surrealismo es de crucial importancia para el estudio de la creatividad, ya que analiza campos poco explorados como el subconsciente, el sueño, la locura, los estados de alucinación, estando todos estos dentro del inconsciente que para muchos artistas creativos es el lugar más fértil para nuevas concepciones de la realidad. (Parra, 2003)

Entonces en este periodo se da el inicio del estudio del inconsciente como un campo completamente nuevo para experimentar y dar vida a nuevas obras, dando ya así un matiz nuevo a lo que es la creatividad para el hombre que ya no es simplemente observar la realidad sino también es un proceso del inconsciente.



Figura 6: "La Persistencia de la Memoria, de Salvador Dalí, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Arte Laguna (2020)



Figura 7: El Psicoanálisis, diseño de rasgado, elaboración propia. Tomado de: Liceus (2020)

1.1.6 Lo que hoy sabemos

Todos los sucesos en la historia del hombre han sido acompañados por la creatividad, dando como resultados descubrimientos y avances propios del ser humano, y lo que hoy se sabe y se conoce de la creatividad es también producto de varios estudios que dieron los primeros desarrollos de la psicología de la creatividad.

En lo planteado por Parra (2003) en este periodo se dan estudios de comparación y análisis de la inteligencia y la creatividad, uno de los primeros estudios es atribuido al francés Alfred Binet, quien estudió la inteligencia atribuyendo esta al coeficiente intelectual, en el cual se mide la comprensión y raciocinio de las personas, pero por el mismo estudio también se deja a la vista que la inteligencia no era estática en todos los hombres sino podría mejorar de gran manera si se la entrenaba.

Ya en los años 50, Joy P. Guilford, basando su estudio en el del coeficiente intelectual, sostiene que en la creatividad pasa exactamente lo mismo que el inteligencia, la creatividad puede ser expandida gracias a un buen entrenamiento de la misma, es en este periodo que el mito de que solo algunos elegidos nacen con el don la creatividad empieza a caer y desvanecerse. Ya con estos estudios el norteamericano Howard Gardner plantea que cada

individuo tiene al menos siete tipos de inteligencia, la lógica matemática, la lingüística y verbal, la mecánica y espacial, la musical, la kinestésica y corporal, la social e interpersonal y la de autoconocimiento, las cuales pueden estar desarrolladas unas más que otras y estas inteligencias están presentes al día de hoy en la pedagogía como formas nuevas de motivar a los estudiantes a tener respuestas creativas según la inteligencia que más tengan desarrollada. (Parra, 2003)

Entonces por todos estos estudios la creatividad pasa a ser parte de psicología moderna, porque ya en este siglo aparece la creatividad como término y se lo reconoce como tal, pero todo esto por los estudios que realizan los psicoanalistas que se dedican a buscar el porqué de la creatividad, cómo se produce y cómo desarrollarla aún más, partiendo desde la unión de varios procesos que se dieron en la historia, desde la unión de lo mágico y espiritual, pasando por la creación de la escritura y las matemáticas, llegando a la transformación del hombre, observando minuciosamente la realidad para luego hundirse en la profundo del subconsciente para así tener como resultado lo que hoy conocemos como creatividad.

1.2 Diseño como habilidad creadora

El diseño con el pasar del tiempo y dentro de la historia de la humanidad, se ve expuesto a una serie de significados y definiciones que cambian según la perspectiva del autor que las expresa, el mismo puede verse matizado en estos conceptos que lo delimitan pero por igual lo dejan ser y existir.

1.2.1 ¿Qué es el diseño?

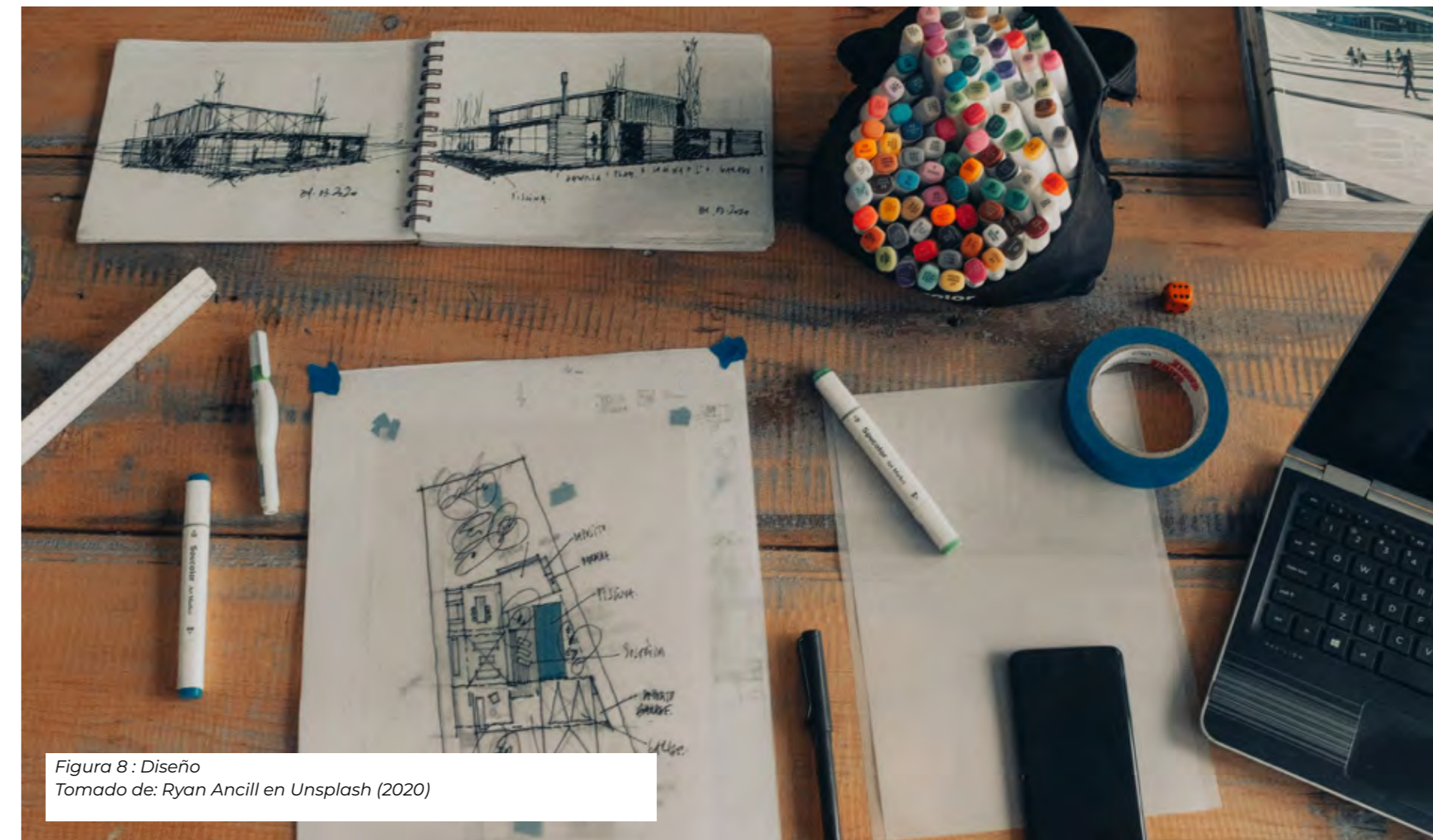


Figura 8 : Diseño
Tomado de: Ryan Ancill en Unsplash (2020)

El diseño comprendido desde su etimología proviene del italiano *disegnare*, que a su vez viene del latín *designare* que hace referencia a marcar, dibujar, ordenar u obtener. La Real Academia de la Lengua Española (2022) explica al diseño en seis diferentes definiciones, las cuales son la “Traza o delineación de un edificio o de una figura.”, “Proyecto, plan que configura algo.”, “Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie.”, “Forma de un objeto de diseño.”, “Descripción o bosquejo verbal de algo.”, o “Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.”, estos conceptos lo tratan de explicar, al igual que el concepto afirmado por Bürdek (1994) quien señala que en 1588 aparece por primera vez el término *diseño* y lo define como: un plano o un boceto concebido por un hombre para algo que se ha de realizar o un primer boceto dibujado para una obra de arte o un objeto de arte aplicada, necesario para la ejecución de la obra, tratando de este modo delimitar al término *diseño*, pero existen varios autores que lejos de querer delimitarlo, expanden el significado de lo que es *diseño* en base a sus teorías, según lo expuesto por Wong (1991) el *diseño* es un proceso de creación visual que expresa la esencia mismo de “algo” ya sea un mensaje o producto, por lo cual el *diseño* no es

algo al azar sino lleva un mensaje, mucho más allá de algo estético, cumple una función determinada y su estética se ve regida en muchos casos por la época en la que se encuentra, ya que no solo es adorno, sino cumple con alguna necesidad dentro del ambiente en el que se desenvuelve. aportando a esta propuesta la perspectiva de Soko (2015) quien afirma que el *diseño* es crear algo intencionalmente mientras se observa su propósito, su función, su economía los factores socioculturales y también su estética, y a veces puede ser intencionalmente feo o bello, pero siempre un buen *diseño* tiene un propósito.

En cambio desde otro punto de vista, el historiador Heskett (2002) sostiene que el *diseño* es la capacidad y una habilidad básica que tiene el hombre de crear en base a una necesidad para satisfacerla y poder cambiar su realidad y modo de vida dándole un sentido de una forma completamente nueva, una perspectiva un tanto contrastante con las anteriores postuladas y que también son una base para otras, como el caso de lo analizado por Bessant (2002), quien complementa la postura de Heskett afirmando que el *diseño* es la aplicación de la creatividad humana desde los inicios de la historia del hombre, ya que busca traer sus ideas a la realidad con un propósito específico.

Pero el *diseño* no se delimita con estos conceptos, ya

que Frias & O’Brien, (s.f), propuso en su tesis doctoral que el *diseño* es un proceso creativo que permite cambiar la vida del hombre por medio de la innovación y la creatividad, esto plantea que el *diseño* proviene de una serie de procesos que realizados de cierta manera conjunta dan como resultado un *diseño*. Otros conceptos de *diseño* afirman que el *diseño* es el principio y el final de algo creado por medio de un proceso de la imaginación y es la expresión de una idea, que contiene las bases y las materias primas

para buscar el mejor resultado. (Rand, 2017) pero esto sin dejar de lado el hecho de que otros concepto es el que *diseño* es la planificación de un nuevo producto, servicio o sistema para resolver un problema específico (Metri, 2018), dejando muy en claro que el *diseño* es toda una actividad que tiene en sí procesos de creación que buscan tener un resultado para satisfacer necesidades del hombre ya sea por estética o funcionalidad.

1.2.1 ¿Qué es el diseño Textil?



Figura 9 : Victoria & Albert Museum, Knightsbridge, London.
Tomado de: Foto de John Cameron en Unsplash (2020)

Expuesto lo que es el diseño bajo la perspectiva de varios autores, es imperativo conocer que es una disciplina que tiene sus ramificaciones, una de ellas es el diseño textil, que bajo lo propuesto por Hopkins (2012) el diseño textil es mucho más que vestir, adornar o cubrir el cuerpo, sino va más allá teniendo un impacto muy grande dentro de la cultura popular, ya que opera en los comportamientos humanos de relación e identidades individuales como las colectivas por medio de la indumentaria, ya que es una expresión propia de cada individuo y su forma de ser o pensar ya que con el hecho de vestir el hombre puede comunicar varias aspectos de su vida, sus gustos, su economía, si pertenece a un grupo social, su personalidad, y esta comunicación hace que se diferencie de entre un grupo de seres humanos que de igual forma comunican lo que son pero al mismo tiempo la indumentaria de un grupo puede crear igualdad o pertenencia colectiva, esto evidencia que el diseño de indumentaria juega un papel fundamental dentro de la vida del ser humano como una respuesta a una necesidad básica del hombre en

factores identitarios, sociales, biológicos, culturales y productivos, y más cuando el resultado del diseño textil es desde la contextualización de los procesos creativos del diseñador.

Desde otro punto de vista, el diseño textil es el producto de una buena y constante observación, que pasa a un análisis y posteriormente al desarrollo de la información que el diseñador adquiere, ya que el acto de diseñar puede ser intuitivo de manera que el solo atiende a un estímulo que da como resultado el diseño de algo, o deliberado, en donde el diseñador tiene la toma de decisiones hasta llegar a un resultado, pero la mejor manera de diseñar es en el que emplea ambas formas, tanto la deliberada e intuitiva, ya que la fusión de estas dos habilidades es lo que provoca que surja un gran diseño y por ende un gran diseñador de moda. (Calderin, 2013) Entonces adjuntando a esto, es importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales que según Fiorini (2015), son necesarios entender dentro del diseño de indumentaria, dos instancias claves desde una óptica práctica:

- El diseño como proceso de pensamiento, reflexión e innovación
- El objeto-indumentaria como resultado comunicacional, técnico y morfológico

Estos aspectos convierten al diseñador en un creador no solo de moda inspirada, sino también en un agente comunicacional con un propósito claro gracias al estudio, investigación y análisis de sus ideas, pero todo este resultado se lo logra desde los procesos creativos, los mismos que son utilizados desde su capacidad de proponer conceptos completamente nuevos y saber cómo desarrollarlos, sumando esto la importancia del diseño textil e indumentaria, porque el mismo nace y crece desde la creatividad que continuamente se está innovando según lo que se busca obtener por medio del diseño.

Otra propuesta que busca definir al diseño textil, es lo expuesto por Dillon(2012) quien sostiene que el objetivo principal del diseño textil busca crear un producto, en donde básicamente su apariencia muestre su forma, su estructura, su color, su textura

y concepto, rasgos distintivos los cuales hagan que dicho diseño sea único y completamente nuevo, esta perspectiva permite entender que el diseño textil no es simplemente el acto de cubrir el cuerpo, sino va más allá, crea algo completamente nuevo en base a un concepto, su época y estética, tratando de ser un diseño que muestra belleza pero también en muchos de los casos su funcionalidad, convirtiendo a su creador en un agente comunicacional ya que desde sus capacidades puede expresar un idea y este a su vez es apoyado por la percepción de Saltzman(2004) que propone que el diseño textil es la creación de la vestimenta, y esta es una expresión llena de signos con un sentido que refleja las condiciones de la vida cotidiana del hombre porque actúa en el individuo y lo deja ser para sí y para la sociedad. Estas concepciones del diseño permiten tener un campo más amplio de su definición, ya que no lo encapsulan en una sola cosa sino lo permiten ser y desarrollarlo de la manera más fortuita o decidida.



1.2.3 Las colecciones dentro del Diseño textil

Dentro del diseño textil existen las famosas colecciones de moda, que bajo lo afirmado por Clarke (2011) una colección textil es un conjunto de diseños que aparecen en cada temporada bajo la responsabilidad de un diseñador que se encarga de su realización, esto con el fin de vender un diseño completamente nuevo con un valor agregado, pudiendo ser la colección para un mercado particular o a su vez el diseño de la colección puede tener un tema dominante, como por ejemplo el diseñador toma inspiración en determinada flor, la estudia y decide desarrollar formas y motivos florales que predominen como el factor más importante a lo largo de toda la colección mostrando así su concepto o tema dominante, convirtiendo de este modo a un conjunto de prendas en una colección de moda con coherencia interna general.

Otro autor complementa esta concepción de colección de moda argumentando que, una colección es un

conjunto de prendas que tiene una gama de formas, colores y texturas que se agrupan porque comparten un origen común y esto a su vez crea una declaración de moda, en donde el diseñador debe tener en cuenta a la hora de armar una colección que todas las prendas creadas tengan una concordancia entre sí pero que al mismo tiempo individualmente sean interesantes y únicas. Permitiendo que el diseñador pueda expresar sus ideas y conceptos de forma clara mediante esta creación de prendas. (Mckelvey & Munslow, 2012)

La colección de moda aparte de tener una coherencia interna en sus prendas, se encuentra destinada a una etapa concreta del año siendo estas primavera/verano, donde se destacan prendas livianas, o otoño/invierno, en donde destacan tejidos gruesos o prendas de abrigo. (Ucha, 2010)

1.2.4 Tipos de colección de moda

1.2.4.1 Alta costura

El término de Alta Costura proviene del francés Haute Couture, estas colecciones se caracterizan por elaborar prendas a medida, hechas manualmente en su totalidad ya que la intervención de maquinas de coser es casi nula, en donde se saca dos colecciones mínimas por año de 25 prendas, en donde cada prenda debe tener 3 ejemplares, uno para el desfile, otro para el cliente y otro para los archivos de la firma de Alta Costura. (Daneau, 2019)



Figura 11 : Alta Costura
Tomado de: Harper's Bazaar (2017)

**ALTA
COSTURA**



Figura 12 : DESFILE DE LA COLECCIÓN PRÊT-À-PORTER PRIMAVERA-
VERANO 2021
Tomado de: Dior (2021)

1.2.4.2 Prêt-à-porter

El Ready to Wear o listo para llevar nace del Prêt-à-porter en la década de 1950, estas colecciones se caracterizan por crear prendas de uso diario o casual que pueden ser de gran producción industrial pero eso no quiere decir que son de menor calidad, sino todo lo contrario se realizan en masa pero con un gran estándar de calidad. (Daneau, 2019)

**PRÊT-À-
PORTER**



LUJO

1.2.4.3 Lujo

Estas colecciones son de uso exclusivo, no son como una Alta Costura, pero tienes prendas de lujo, basadas en la identidad de marcas de lujo, estas colecciones pueden tener trajes prêt-à-porter y accesorios que pueden estar sobre los miles de dólares, pero que no están fuera del alcance del consumidor medio que desea un objeto especial, creando una identidad que da cierto lujo a quien lo adquiere. (Daneau, 2019)

Figura 13 : Accesorios de marca Christian Dior
Tomado de: Dior (2021)

1.2.4.4 Cruise, crucero o resort

Estas colecciones fueron ideadas por Coco Chanel en la década de los años 20, pensando en las clientas adineradas que salían de vacaciones y querían vestir algo específico, están compuestas de diseños atemporales y frescos, estas colecciones son muy requeridas por las marcas ya que son muy rentables. (Daneau, 2019)

CRUISE



Figura 14 : Dior colección crucero 2021
Tomado de: Vogue (2020)

1.2.4.5 Pre-fall

Estas colecciones se caracterizan por adaptar sus prendas a las tendencias del momento, haciéndose más funcionales y fáciles de ser adquiridas comercialmente, estando disponibles en los meses de julio y agosto, o pueden ser una colección aislada de cualquier temporada. (Daneau, 2019)



Figura 15: La colección Pre-Fall de Valentino
Tomado de: Smoda (2015)



Figura 16: Colección cápsula de Karl Lagerfeld para H&M.
Tomado de: Rachel's Fashion (2014)

WARDROBE

1.2.4.6 Colecciones capsula o wardrobe

Estas colecciones se caracterizan por siempre ofrecer algo nuevo y deseable, en donde las piezas pueden llegar a un número menor de 20 y ser realizadas para un tema específico.

1.2.4.7 Líneas de difusión

Estas colecciones nacen en la década de 1980 como una estrategia de marketing que sirve para acercar los productos de diseñador a la clase media, en donde el consumidor paga la identidad de la marca por un precio mucho menor pero sin perder el lujo de la marca. (Daneau, 2019)



Figura 17 : Línea de difusión
Tomado de: Foto de Kai Pilger en Unsplash (2018)



Figura 18 : Streetwear, diseño de tipografía, elaboración propia.
Tomado de: Unsplash (2020)

1.2.5 Qué es el streetwear y sus subestilos

El origen del streetwear o moda de la calle se da en los años 80 en Estados Unidos de América, inspirado en las culturas del Surf, el Hip- Hop y el skateboard, con el propósito de crear un estilo o moda que rompa

reglas, en donde la principal prioridad de dicho estilo es la comodidad pero sin dejar de lado la calidad ya que busca mostrar moda de la calle pero de una manera lujosa, en donde varios estilos de prendas se pueden mezclar. Con el pasar del tiempo este estilo ha ido cambiando y ha marcado la industria textil, ya

que grandes marcas de lujo como Gucci, Luis Vuitton, se han inclinado por diseñar prendas streetstyle, en donde la versatilidad y comodidad van de la mano con el lujo. (Toxqui, 2021)

Este estilo ha liderado las colecciones de grandes marcas, llegando a crear verdaderas tendencias, ya que se las puede ver en pasarelas de varias casas de lujo, y estas salen a la ciudad, donde este estilo es el que se utiliza para salir a la calle, ya sea para trabajar, pasar un día con los amigos, o pasear, porque es parte de las ciudades, su espíritu nace del quehacer cotidiano, este estilo se presenta en el día a día de las personas que quieren sentirse cómodas pero sin dejar de lado el lujo y la estética. El street style analizado desde la década del 2010 al 2020 ha tenido una evolución enorme, quizá debido también a la aparición de las redes sociales y en los últimos años a los influencers, ya que los mismos muestran sus estilos diarios por imágenes fotográficas, las cuales son recreadas por sus seguidores, creando así un feedback entre

productores de contenido y consumidores del mismo, produciendo de este modo tendencias mejoradas y evolucionadas del streetwear que son llevadas a la calle. (Ortega, 2021)

Entre las marcas de streetwear que actualmente existen están Off-White, Gucci, Supreme, Champion, Adidas, Nike entre otras.

Entonces el streetwear es la moda actual, producto de lo que se ve en las calles, es el resultado de la ropa que la gente usa en su diario vivir y cómo por este medio se expresa, creando a su vez tendencias que son acogidas por las grandes marcas de lujo, que también buscan estar continuamente innovando sus propuestas para que la gente común pueda acceder a estas prendas o accesorios. El streetwear es un estilo que desde sus inicios fue un estilo con una mezcla de varios elementos como el hip-hop, el surf, el punk, pero a medida que ha avanzado el tiempo su evolución ha sido enorme e impredecible, lo cual a provocado el surgimiento de una variedad de opciones que se han convertido en los sub-estilos del streetwear.

1.2.5.1 Rock

Este subestilo del streetwear se caracteriza por hacer honor al rock, empleando casacas de cuero combinadas con camisetas oversize con estampados de bandas de rock, los pantalones pueden ser desde jeans hasta pantalones de tela negros, faldas negras y como una opción un gorro tejido. (Toxqui, 2021)



Figura 19 : Subestilo Rock del Streetwear
Tomado de: Foto de David Gavi en Unsplash (2021)

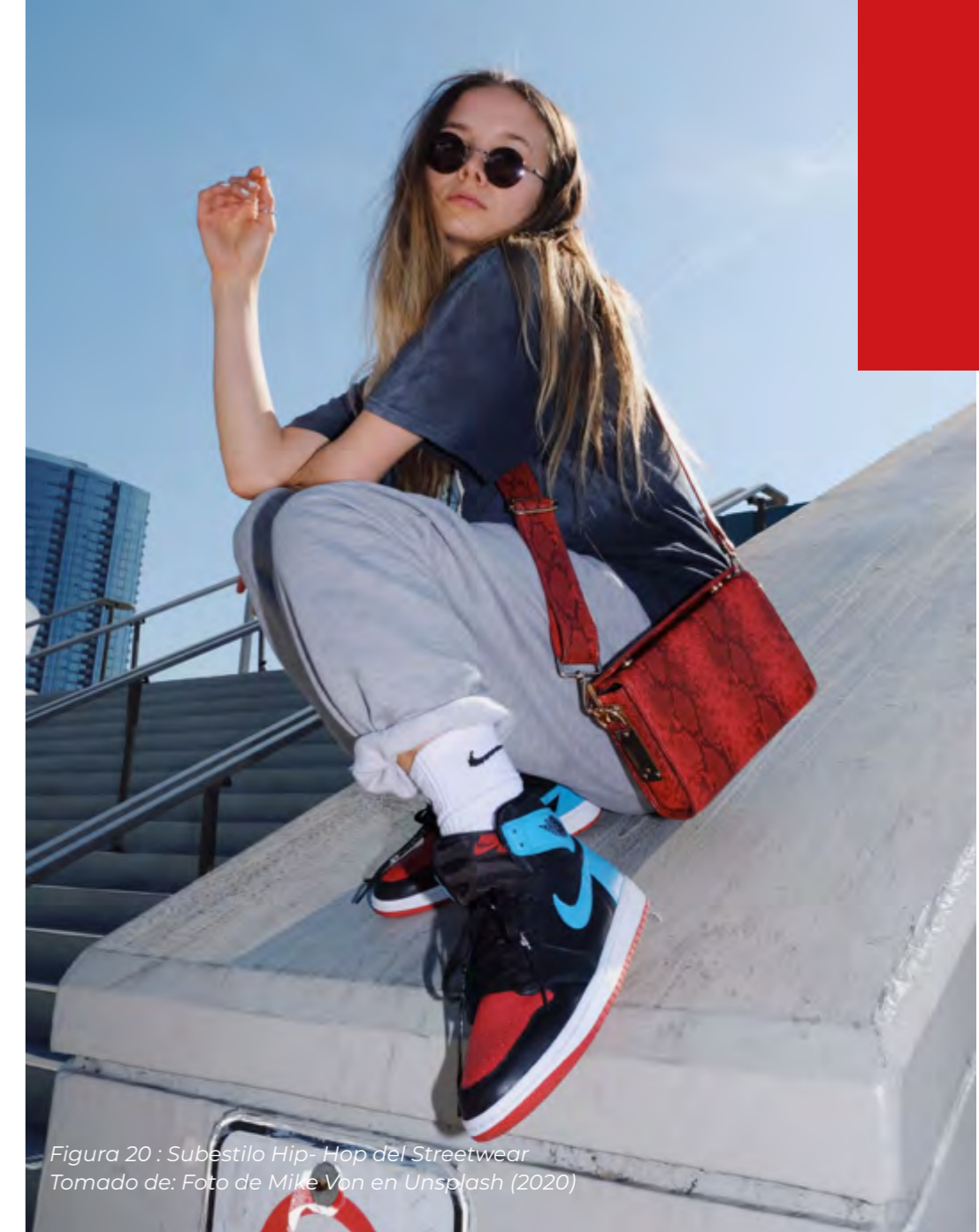


Figura 20 : Subestilo Hip- Hop del Streetwear
Tomado de: Foto de Mike Van en Unsplash (2020)

1.2.5.2 Hip- Hop

Este subestilo del streetwear se caracteriza por tomar como punto central al movimiento y la música del Hip-Hop, aquí predominan las sudaderas o camisetas oversize, pantalones deportivos sueltos, y zapatos deportivos, sin olvidar que estas prendas pueden tener estampados grandes o pequeños. (Toxqui, 2021)

1.2.5.3 Skate

Este subestilo de streetwear está inspirado básicamente en la cultura del skateboarding, combinando un estilo fresco que siempre busca comodidad, por medio de pantalones o bermudas holgadas, sudaderas con estampados y accesorios que sean netamente deportivos. (SkateSpain, 2019)



Figura 21 : Subestilo Skate del Streetwear
Tomado de: Foto de Andre Tan en Unsplash (2021)



Figura 22 : Subestilo Urban Chic del Streetwear
Tomado de:Foto de Samanta Sokolova en Unsplash (2021)

1.2.5.4 Urban Chic

Este subestilo se caracteriza por la combinación entre prendas elegantes en tendencia con prendas casuales y deportivas, este sin duda es el subestilo del street style en donde el lujo y la comodidad son su base, en este estilo las prendas pueden estar por capas y combinar ropa a la medida con oversize, dándole ese toque chic y a la moda sin dejar de ser ropa que se usa para la calle. (Toxqui, 2021)

Conocer todos estos subestilos del streetwear permite entender que entre ellos tienen sus diferencias pero lo que los une es la moda urbana, las tendencias que se ven en las calles y la mezcla de estas para crear un estilo lujoso pero asequible y de gran auge en el mundo de la moda que cada día esta mas presente.

1.3 Procesos Creativos



Son varios los procesos creativos que existen hoy en día, en diferentes ámbitos y disciplinas, una de ellas es el diseño textil en donde los procesos vistos desde el mismo, toman crucial importancia, ya que son las bases principales a seguir por un diseñador o creador para llegar a obtener un resultado o producto, ese algo viene a ser la esencia misma del diseñador porque para lograrla existieron pasos, que pudiendo

ser no lineales, que son los que lo llevaron a plasmar su idea dándole un porqué de su existencia mucho más profundo y significativo, por ello es imperativo entender que son los procesos creativos, cuáles son los más utilizados en el diseño textil y también tener la perspectiva de otros procesos en varios campos del arte y el diseño.

1.3.1 ¿Qué es el proceso creativo?

El proceso creativo con base a lo expuesto en el libro Arte, creatividad y diseño, Marín (2017) afirma que es un conjunto de acciones que permiten generar nuevas ideas a partir de la observación de cosas ya existentes para ser asociadas entre sí, permitiendo generar nuevos órdenes por la aparición de información nueva en la desarrollo de una idea o en el planteamiento de un problema, teniendo a la creatividad como la base de la generación de estos procesos. Entonces los procesos creativos vienen a ser acciones que unidas dan un resultado, estos procesos pueden estar ya dictaminados o no estar dictaminados, pero son la base necesaria para crear y crear viene de creatividad y esta desde el pensamiento lateral es la que permite que se den dichas acciones en el proceso creativo, este pensamiento es el que no espera seguir una dirección, sino la crea a medida que reorganiza cualquier proceso para encontrar uno nuevo o mejorado, no porque los pasos ya planteados

este mal, sino porque lo que se busca obtener son resultados de modo diferente pero con bases sólidas (De Bono, 2000) Entonces el proceso creativo ya dentro del diseño textil es una característica básica y principal que permite la solución a problemas y la generación de ideas nuevas, ya que el mismo puede ser lineal en donde como su nombre lo dice, sigue una línea ya planteada de pasos, empezando por un punto y relacionándose posteriormente a otro que es el que lo sigue en su método, pero también existe el proceso aleatorio, en donde no existe un orden específico de las ideas y pasos a seguir, este proceso puede ser editado varias veces y al mismo tiempo adicionar pasos a seguir en cualquier punto, pero lo mejor es donde el diseñador puede unir estas dos formas de proceso, tanto la lineal como la aleatoria para obtener el mejor resultado en su idea o problema. (Dieffenbacher, 2021)

1.3.2 Etapas del proceso creativo

El proceso creativo se ve compuesto por la fusión de acciones o actos conscientes o inconscientes, en donde el diseñador lo utiliza como una serie de pasos que realiza para obtener un resultado deseado en su creación, dichos pasos se ven desde el punto en donde el diseñador es consciente de ciertos pasos cuando empieza su proceso pero a medida que va adentrándose en los mismos, estos pasos a seguir pueden surgir de una manera inconsciente como producto de su subconsciente que según los autores

modernos de la creatividad, el subconsciente es el campo más amplio para que surjan respuestas o soluciones a varios planteamientos.

Por lo tanto con base a lo expuesto por Parra (2003) los procesos creativos de manera más global se pueden dividir en 5 etapas que los vuelven más comprensibles y didácticos sin embargo estas etapas no son estáticas y pueden variar según lo que el creador busca y cómo lleva su propio proceso creativo.

1.3.2.1 Exploración

En esta etapa el creador define el problema, define la idea base, la persona puede pensar con libertad, obteniendo información de todos lados, dejando que la mente vuele sin delimitar su exploración, aquí se le permite indagar en todos los campos o disciplinas, tomar diferentes perspectivas de cualquier ámbito, aquí el explorador busca tomar una actitud de concentración.

1.3.2.2 Sobreexploración

Se empieza a tener nuevas formas de abordar el problema o idea, nuevas perspectivas, se propone nuevas formas de resolverlo dejando de lado las convencionales, en estas etapas se busca llegar a un punto de bloqueo consciente en la mente del creador ya que la sensación en esta etapa es la de confusión y desorden por la recopilación de varias fuentes de información.

1.3.2.3 Bloqueo

En esta etapa del proceso creativo se llega a un bloqueo por toda la información obtenida debido a la exploración constante del problema o idea desde el inicio, pero de este bloqueo es consciente quien exploró y sobre exploró la información, aquí es normal sentir frustración o caos mental.

1.3.2.4 Incubación

En esta etapa del proceso creativo se delega conscientemente el problema o idea al subconsciente, para que esté en medio de cualquier actividad siga buscando respuesta o solución, este proceso puede ser rápido o puede demorar bastante tiempo, en esta etapa se empieza a sentir un alivio, como que todo está más claro y en orden.

1.3.2.5 Iluminación

En esta etapa es donde aparece la solución como resultado de la búsqueda de ese algo, pueden ser varias señales que pueden ayudar a crear la solución o cómo abordar la idea, es aquí donde existe un sentimiento de alivio total, pero también es un sentimiento de sorpresa, esto como respuesta a ese sobre pensamiento y exploración que se tuvo al inicio.

Figura 24: Cuadro Etapas del proceso creativo
Elaboración propia

1.3.3 Los procesos creativos más utilizados en el Diseño Textil

El diseño textil se ve inmerso en la planificación de la creación de un producto o colección nueva, pero no es simplemente el resultado lo que importa sino el proceso que se sigue para crear el producto final porque el diseño es el inicio y el final de las creaciones, el diseño es el producto de la imaginación y como son expresadas las ideas por medio de procesos.

El diseñador necesita desarrollar su propio proceso de trabajo, para así poder tener resultados óptimos y significativos, ya que debe confiar en sus instintos para tomar las mejores decisiones que lo guíen hacia su propio proceso de diseño. (Dieffenbacher, 2021)

Entonces es necesario conocer y diferenciar cuales

son los procesos creativos dentro del diseño textil que se utilizan con mayor fluidez, y también cuales son los que menos se utilizan, para lo cual se realizó una investigación documental conjuntamente con entrevistas a varios diseñadores textiles y creativos textiles.

Con esto se puede determinar que son muchísimos los procesos creativos que se utilizan en el diseño textil para lograr crear diseños que muestran todo el talento del diseñador, y estos son los cuantos se ha podido recolectar en este capítulo, pero sin duda son los más utilizados por diseñadores y personas creativas del mundo de la indumentaria y la moda.

1.3.3.1 Inspiración

La inspiración como un proceso creativo es continuamente usada por los diseñadores dentro de su praxis y para entender como funciona como proceso hay que partir desde sus inicios. La palabra inspiración proviene del latín *inspiratio*, y “es el proceso o el resultado de inspirarse o inspirar” (Pérez & Merino, 2021) teniendo dos conceptos, el primero hace referencia a la idea que tiene una persona desde lo divino, de Dios, y la otra a la acción de meter aire a los pulmones, ambas marcan el inicio de lo que es inspiración, pero ya en el diseño de moda esta palabra es utilizada para dar a conocer el tema de inspiración en que el diseñador basa sus creaciones, ya que este término se fue utilizando cada vez más en el mundo del vestir y la moda, ya que sus inicios se pueden atribuir a Elsa Schiaparelli y su unión con el arte, ya que la misma tomó temas artísticos varias veces para sus colecciones, y a esto le llamo la inspiración de sus creaciones (Ríos, 2017) entonces dentro del proceso creativo la inspiración no es en sí la idea principal sino es el origen de la o las ideas del diseñador, ya que esta puede nacer en cualquier momento incluso mientras se hace otra actividad, proviniendo de la mente o el pensamiento gracias a todos los sentidos que posee el ser humano ya sea su vista, oído, tacto o gusto.

1.3.3.2 Moodboard

El moodboard es un proceso creativo muy utilizado por los diseñadores para presentar sus ideas o conceptos, este proceso lo que representa es un tablero donde se colocan imágenes que muestran la información o investigación que realizó el diseñador en forma de collage o yuxtaposición sobre un soporte duradero para que se conserve, dichas imágenes deben sugerir cromática, forma y también se coloca los tejidos con los que se va a trabajar, todo esto con el propósito de mostrar una historia y poder sacar las ideas bases para el diseño o colección.

1.3.3.3 Bocetación

El boceto es uno de los procesos creativos más utilizados en el diseño textil y moda, el mismo proviene del término italiano *bozzetto*, y es un bosquejo que sirve para dar inicio a una obra. Existen 3 clases de bocetos, el boceto burdo que es un dibujo sin mucho detalle, más utilizado para guardar ideas base, el boceto comprensivo se mejora la calidad del boceto para tener una mejor idea, y el boceto dummy que es un boceto muy elaborado y de una calidad muy alta para un comprensión total de lo que se busca sea el resultado final (Pérez & Merino, 2021).

Entonces el boceto es el que permite tener una base general antes de pasar al resultado final, en el diseño textil es un dibujo que se hace sobre papel en donde el diseñador plasma una idea para después poder crearla en la realidad y físicamente, pudiendo tener varios bocetos con diferentes diseños que proporcionen una visión amplia de lo que se quiere mostrar en su composición y estructura con base a un tema específico para la creación de prendas o colecciones.

1.3.3.4 Investigación

Dentro del diseño textil, la investigación cumple un papel muy importante como un proceso creativo, ya que el mismo basa su centro en ampliar los conocimientos sobre algo del presente o algo del pasado gracias a la indagación, la observación y la retención de información (Seivewright, 2013).

Entonces la investigación dentro del diseño textil es la que se encarga de obtener información acerca de un tema o varios temas para poder así llevar al diseñador a crear algo completamente nuevo, inspirado en la investigación previa que realizó.

La investigación con base a lo expuesto por Sorger y Udale (2007) puede realizarse de dos formas, la primera es recopilar información en base a los materiales y las cosas disponibles que existen para la creación de un diseño la otra forma es investigar en base a un concepto o tema, analizando toda la información posible que exista acerca de dicho tema ya sea por documentos, artículos, imágenes, videos, etc. Esto convierte a la investigación en un proceso que puede ser didáctico y creativo o también puede ser contextual y documental.

1.3.3.5 Experimentación

La experimentación es un proceso que proviene de la acción de experimentar que es el hecho de investigar o probar algo esperando obtener uno o varios resultados (Pérez, 2019) En el diseño textil este proceso es utilizado para probar, manipular, conocer varias cosas, entre ellas, materiales, colores, formas hasta llegar a un resultado que sea óptimo a la vista del diseñador, para proponer un diseño nuevo con bases sólidas.

1.3.3.6 Dibujo

El dibujo dentro de los procesos creativos se diferencia de los bocetos ya que los mismos pueden ser solo una recopilación primaria de varias fuentes o sólo como inspiración, pudiendo solo ser trazos de objetos o figuras, y estas a su vez servirán para entender la forma, la silueta el color como fuente de inspiración para la obtención del diseño final, básicamente el dibujo viene a ser una fuente de investigación primaria. (Seivewright, 2013).

1.3.3.7 Brainstorming

Este proceso creativo hace referencia a la llamada lluvia de ideas que según lo afirmado por (Pérez & Merino, 2018), el brainstorming se utiliza para desarrollar varias propuestas o soluciones en base a una idea o tema principal, este proceso se utiliza mucho más de forma grupal ya que lo que busca es sacar una cantidad bastante amplia de ideas que permitan comprender mejor el tema o idea central, siempre estas ideas salen de una central, para que este proceso se lleve a cabo debe existir un secretario o secretaria que tome apuntes de todas las ideas dadas por el grupo.

En el diseño textil el proceso de brainstorming se utiliza de una manera similar, ya que también el diseñador reflexiona sobre varias categorías generales más amplias y de ellas se parte a unas nuevas categorías más específicas, que lo llevaran a entender más la categoría principal y de ahí es de donde se abstraen las ideas más importantes que lo llevaran a poder crear su resultado final como vestimenta o colecciones. (Seivewright, 2013).

1.3.3.8 conceptualización

La conceptualización proviene del latín conceptus y es común su uso entre los diseñadores como un proceso creativo, bajo lo afirmado por Pérez y Merino (2009) el concepto es un pensamiento expresado en palabras propias por una persona, la cual utilizó el lenguaje, sus sentidos y los factores culturales para poder dar luz a un concepto de determinada cosa o situación volviéndolo algo nuevo y particular.

Dentro del diseño textil el concepto es utilizado para abordar una idea en concreto, la idea base de un diseño o colección, aquí el diseñador debe expresar su inspiración y esta a su vez es quien lo estimula a crear y diseñar, entonces la conceptualización es el medio por el cual el diseñador cuenta el tema principal de su creación, cuenta su inspiración y lo expresa en palabras. (Seivewright, 2013).

1.3.3.9 planificación

La planificación es un proceso creativo que según Atkinson (2012) es la acción que permite al diseñador identificar, organizar y coordinar siluetas y prendas que definirán su diseño o colección, en este proceso se visualiza desde un inicio el resultado final y se plantean los pasos a seguir para obtenerlo, aquí es donde el diseñador elige mentalmente las prendas y el diseño por el cual se va a decidir y también elige los pasos por los cuales se va a dirigir conscientemente, dejando de lado el hecho de experimentar según avanza en su proceso creativo, desde un inicio plantea y propone su resultado final. Al igual que la planificación, el brief tiene por objetivo plantear los objetivos que se quieren alcanzar, disponiendo fechas, identificando limitaciones o problemas y proponiendo la solución con antelación. (Seivewright, 2013).

1.3.3.10 Modelado

El modelado sobre maniquí es otra gran proceso creativo utilizado por los diseñadores, el mismo se basa en trabajar directamente sobre el maniquí para obtener formas con la tela, que desde el patronaje serían más complicadas de realizar, este proceso permite al diseñador experimentar con la tela y su creatividad, pudiendo estar basado en una inspiración pero también puede ser el simple hecho de querer modelar. (Escuela Superior de Diseño, 2014), esta técnica permite al diseñador tener una referencia visual del volumen y como lucirá su prenda ya en una persona, permitiendo tener la idea clara del diseño que se va a realizar.

1.3.3.11 Patronaje

El patronaje es un proceso creativo tan fundamental que sin él no existiría el diseño de moda, este es un proceso de adaptación de formas bidimensionales o un diseño tridimensional, requiriendo habilidades técnicas y de visualización de tres dimensiones, el alto, el ancho y el perímetro para la creación de patrones, los cuales servirán para la creación y construcción de prendas. El patronaje es un proceso técnico en donde se corta papel o cartulina con las formas precisas que pueden ser interpretadas de un boceto de moda. Este proceso no solo es importante para poder sacar patrones de prendas, sino también permite el costeo y requisitos de fabricación, ya que se puede saber cuánta cantidad de tela se va a utilizar para un diseño, también un patron en cierta talla puede ser la base para escalar a diferentes tallas, convirtiéndose en un proceso de gran valor para un diseñador.

1.3.3.12 Búsqueda de tendencias

Este proceso se ve implícito en lo afirmado por la Diseñadora Textil Claudia Barros, quien afirma que este proceso es indispensable para su diseño final, ella realiza una búsqueda de tendencias para poder conocer qué es lo que se está proponiendo con formas, cortes, colores, estampados y tejidos dentro de la industria de la moda (C. Barros, comunicación personal, 21 de enero, 2022), si tenemos en cuenta que las tendencias son un estilo o una costumbre que está presente en un tiempo determinado y así mismo dura un periodo de tiempo, estas tendencias están regidas por el comportamiento de las personas y sus modos cotidianos de vestir, es ahí donde las agencias de tendencias dictaminan y sacan a la luz una tendencia que rige el modo de vestir de la gente. (Clarke, 2011)

1.3.3.13 Búsqueda cromática

Pérez afirma que: "El vocablo griego chrōmatikós derivó en el latín chromatīcus, que a su vez llegó al castellano como cromático. Este término se refiere a aquello vinculado a los colores." (2020). Entonces la cromática ya en el proceso creativo del diseño textil hace referencia a la utilización de colores, en donde se los conoce como cálidos a los rojos, naranjas y amarillos, o los fríos como el verde, el azul y el violeta, estos colores se encuentran dentro del círculo cromático, teniendo en cuenta también a los colores acromáticos que son el negro, el blanco y el plomo. (Hopkins, 2012)

En base a lo dicho por la Diseñadora María Paz Moscoso, la cromática es una parte esencial del diseño textil ya que por ella se puede expresar sensaciones y emociones, así mismo saber utilizar la cromática permite que el diseñador tenga éxito en su proceso creativo y ya con su resultado final. (M. Moscoso, comunicación personal, 2022)

1.3.3.14 Deconstruir y reconstruir

La deconstrucción es un proceso creativo donde se busca desensamblar algo, pudiendo ser toda la información obtenida, o también deconstruir una forma para analizar sus elementos y buscar algo en específico para tener un nuevo punto de vista, todo esto con el objetivo de poder reconstruir algo completamente nuevo a partir de algo que ya existe, obteniendo formas, siluetas o figuras abstractas que permiten al diseñador partir de esa deconstrucción para crear una prenda única. (Seivewright, 2013)

1.3.3.15 Dibujo Técnico

Este proceso es uno de los más utilizados en el diseño de las colecciones de moda, ya que son dibujos diagramados que buscan mostrar las todas las características de las prendas, siendo dibujos planos y lineales que explican cómo es la construcción de las prendas, sus patrones y cortes, sus costuras, si tiene cierres o bolsillos, en sí es un dibujo que busca dar la mayor información posible de la forma, y muchas de las veces son utilizados como base para los modistas para sacar los patrones necesarios para su creación. (Seivewright, 2013)

1.3.3.16 Análisis Morfológico

La morfología según Bertoni (2016) " (del griego morfos, forma y «λογος» logos, estudio) es la disciplina que estudia la generación y las propiedades de la forma" (p. 7), por lo cual la morfología es el estudio analítico de la forma, sus cualidades y características visuales tangibles e intangibles, convirtiendo al diseñador en un ser visual, ya que según lo expuesto por Wong (1991) la constante observación de las formas permite al diseñador desarrollar un lenguaje visual, el mismo que no hace referencia a algo funcional sino más bien a principios y reglas que rigen una organización visual la misma que es imperativa para la praxis del diseñador. Este lenguaje visual hace referencia a que en el estudio de la forma existen elementos del diseño que por sí solos son abstractos pero unidos delimitan la apariencia y forma del diseño, los cuales son, el elemento conceptual que no es visible en realidad, estando dentro el punto, como posición, la línea como el movimiento del punto, el plano como el movimiento de la línea en distintas formas, el volumen como el plano en movimiento. Otro elemento es el visual donde los elementos conceptuales toman y presentan largo y ancho y ya son visibles, teniendo forma, medida, color o textura. Otro elemento es el de relación en donde ya la forma tiene una ubicación respecto a quien observa, tiene una posición, ocupando un espacio independientemente de su tamaño, y gravedad que delimita el peso. Otro elemento son los prácticos que hacen referencia a que si la forma fue extraída de la realidad es representativa, si la forma tiene significado es significativa, y es funcional cuando la forma desarrolla alguna función. (Wong, 1991) todos estos elementos dan como resultado la forma, la misma que puede ser estudiada desde diversos medios y procesos, analizando desde la característica más pequeña a la más grande. Otro aspecto importante para el análisis morfológico que señala Wong (1991) es que la forma tiene variaciones espaciales, siendo estas la repetición, reflexión y rotación, así mismo existe la superposición de formas, y todo ello nos acerca a la similitud de formas en donde las formas pueden ser similares pero no idénticas, creando medios para ser reconocidas como la asociación de formas, la distorsión de formas, la imperfección de formas, la unión y sustracción de las mismas. Estos medios nos permiten tener ya una idea clara del análisis morfológico como proceso creativo dentro del diseño textil, puesto que busca estudiar la forma para entenderla y poder utilizarla en un diseño que no solo haya surgido de una idea del pensamiento sino que con bases pueda tener una connotación mucho más notable y duradera permitiendo que lo creado aparte de ser funcional, tenga una forma y significado único desde su inicio dentro de su proceso de creación hasta su resultado final como producto de indumentaria.

Figura 25: Cuadro de procesos creativos del diseño textil y moda.
Elaboración propia

1.3.4 ¿Qué otros procesos creativos son los mas utilizados en el diseño, las artes, la arquitectura, el cine y las artes escénicas?

Una vez estudiado los procesos más utilizados en el diseño textil, es importante también estudiar y conocer qué otros procesos existen dentro de las diferentes industrias creativas las cuales según el Departamento de Cultura, Medios y Deporte del Reino Unido son: “industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales y que presentan un potencial para la creación de riquezas y empleo por medio de la generación y explotación de la propiedad intelectual.”, (DCMS, 1998, p 3). Entonces el DCMS delimita por primera vez los sectores que componen a las industrias creativas ,definiendo quince,estando dentro,a publicidad, arquitectura, artes y antigüedades, artesanías, diseño, moda, cine y video,software de entretenimiento interactivo,música, artes escénicas, editorial, software y videojuegos, televisión y radio, y estas industrias a su vez se

plantean por sus actividades de producción, creación, distribución entre otras permitiendo entender que estas industrias tienen procesos. (DCMS, 2001), esto deja en claro que las industrias creativas son llamadas de este modo gracias a que dentro de ellas, para que se puedan dar, existe una serie de pasos llamados procesos que permiten su correcto funcionamiento, y a su vez estos procesos son los que delimitan a cada industria creativas ya que son diferentes entre sí, permitiendo tener un resultado por parte de cada una, en otras palabras, cada industria creativa tiene su propia serie de procesos para obtener su resultado, con base en ello se pudo estudiar algunos de los procesos creativos de cinco industrias creativas: siendo estas el diseño, el arte, la arquitectura, el cine y las artes escénicas.

Industria creativa del diseno

1.3.4.1 Brainstorming inverso

Se basa en hacer una lluvia de ideas de un problema en específico pero dichas ideas no deben ser soluciones al problema, sino más bien deben ser ideas que aumenten el problema, ya que el ser humano tiende a hablar negativamente de forma más fácil, en este proceso una vez realizado las ideas negativas se pasan a positivas y de ese modo se tiene una mayor cantidad de soluciones que antes no eran vistas.(Parra, 2003).

Industria creativa del diseno

1.3.4.2 Formstorming

Este proceso creativo visual permite al diseñador tener un punto más amplio en cuanto a sus ideas sobre algo mediante imágenes o formas que se relacionen entre sí y expresan algo por igual sin ser idénticas. Este proceso se hace mediante plantillas que reúnen información visual para que el diseñador pueda tener una base de datos, ejercitar la observación y poder inspirarse.(Lupton & Cole, 2016)

Industria creativa del diseno

1.3.4.3 Design Thinking

Este proceso creativo se basa mucho en el analisis del consumidor o usuario, se basa en las necesidades expresadas por el usuario, y tiene una serie de acciones en dónde el diseñador empatiza con el usuario es decir lo conoce, acto seguido define las necesidades principales en base a lo expuesto por el consumidor, seguido de la ideación en donde el diseñador plantea ideas para solucionar esas necesidades, y empieza a prototipar con materiales y demás, para luego ser evaluados por el consumidor quien aprueba o desaprueba lo propuesto. (Bessant, 2002)

1.3.4.4 Cuaderno de boceto

Industria creativa de las artes

A diferencia del boceto que es un dibujo que expresa algo concreto en sí, el cuaderno de bocetos entra dentro de los procesos creativos porque recoge varias formas de expresión e investigación, ya que es un encuadernado de hojas en donde el diseñador, artista o creador, coloca información tanto escrita, con dibujos, bocetos o hasta recortes, todo a manera de collage pero más como apuntes de una investigación primaria. (Seivewright, 2013)

Industria creativa de la arquitectura

1.3.4.5 Traducción espacial

La Traducción Espacial hace referencia a la observación de un espacio desde varias perspectivas básicas, arriba, abajo a los lados, pero también desde la perspectiva psicológica, un hombre una mujer, un animal, todo esto para poder llegar a reconocer el espacio y saber cómo trabajar con él y para él. (Lupton & Cole, 2016)

Este proceso encuentra su sustento en lo dicho por la diseñadora de interiores Paola Palacios, quien afirmó que dentro de sus procesos creativos se encuentra el análisis espacial, o más conocido como levantamiento del espacio, en donde ella reconoce el espacio, lo examina para poder crear y diseñar interiormente en él. (P. Palacios, comunicación personal, 24 de enero, 2022)

Industria creativa de la arquitectura

1.3.4.6 Materialidad

La materialidad en la arquitectura es un proceso creativo en donde se decide cómo y qué diseñar a partir del análisis de los materiales que se encuentran disponibles. Este es un proceso que utilizan algunos creativos como uno de sus primeros pasos para llegar a un resultado, muchas de las veces dejando de lado varios procesos que para otros son importantes. (Dieffenbacher, 2021)

1.3.4.7 Storyboard

Industria creativa del cine

Este proceso creativo referencia a una serie de dibujos consecutivos que enseñan y cuentan una narrativa, permitiendo comprender una historia, ya sea para saber cómo será un personaje animado o como una vista previa antes de realizar una película. (Pérez & Gardey, 2010)

1.3.4.8 Hilo Narrativo

Industria creativa del cine

Este proceso creativo dentro del Cine y el Arte bajo lo expuesto por la directora de arte Simone Cueva, es el escribir una historia, basado en lo que va a tratar el cortometraje o largometraje, pudiendo estar dentro el guión, este proceso es fundamental para saber que otros procesos vienen después de la narrativa, sirve para entender cómo se desarrollará el proyecto hasta llegar al resultado final. (S. Cueva, comunicación personal, 25 de enero, 2022)

Industria creativa de las artes escénicas

1.3.4.9 Alter ego

El alter ego dentro de los procesos creativos es el que invita al diseñador a crear un personaje ficticio basado en un ámbito emocional o psicológico del mismo, en donde puede resaltar una característica de personalidad, este personaje una vez realizado se volvera un lente por el cual el diseñador podrá crear bajo un concepto más íntimo y profundo. (Lupton & Cole, 2016)

Industria creativa de las artes escénicas

1.3.4.10 Conciencia de identidad

Este proceso creativo desde las artes escénicas, propone una búsqueda de la creatividad mediante el conocimiento de uno mismo, poder manejar las fortaleza y las limitantes como un ser creativo, reconocer las habilidades y en que no se es hábil para tener claro que pasos seguir como una actitud cotidiana. (Osorio, 2010)

Industria creativa de las artes escénicas

1.3.4.1 Observacion De Detalle

La observación del detalle desde las Artes permite ver las cosas más pequeñas o incluso las que no llaman la atención de un todo, para desarrollar la capacidad de valorar e identificar lo fundamental de un caso de estudio, ya que permite percibir la dimensión de algo pero fijar la mirada en los detalles que unidos son parte de ese todo. (Osorio, 2010)

Figura 26: Cuadro de procesos creativos de otras industrias creativas
Elaboración propia

Existe entonces una gran variedad de procesos creativos tanto dentro del diseño textil como también en las otras ramas de diseño, la arquitectura y el arte, y ya estos son utilizados con mayor o menor disposición en la praxis de los diseñadores y artistas, dependiente de estos es que el artista puede llegar a tener un diseño con una gran carga conceptual y bases sólidas de en donde planteó su idea. Cabe recalcar que estos procesos han sido seleccionados por ser los mas utilizados comunmente en las dieferentes industrias creativas.

1.4 Procesos creativos fusionados o aplicados en el medio.

Los procesos creativos no son estáticos, y pueden variar según el método que cada diseñador quiera emplear, pudiendo ser lineales o aleatorios, lo cual quiere decir que pueden estar en un punto, saltar a otro y regresar de vuelta al inicio, eso no define si un proceso es bueno o malo, sino lo que lo define es el resultado que se obtiene por su aplicación. Es por ello que se realizó entrevistas a varios diseñadores, tanto de textil, interiores, gráfico, a un arquitecto y una estudiante de cine y audiovisuales, y del mismo modo se encontró documentos de diseñadores de otros partes del mundo, esto con el propósito de comprender cómo se fusionan los procesos creativos en el medio por cada creativo, y cómo lo aplican en el medio.

1.4.1 Homólogos

Dentro de esta búsqueda de los procesos creativos y cómo son empleados, se encontró que existen diseñadores que mediante sus propios procesos crean vestimenta conceptualizada desde la arquitectura, creando así piezas únicas y con una gran cantidad de cultura e identidad.

1.4.2.1 Yohji Yamamoto

Diseñador japonés graduado de Bunka Fashion de Tokio, conocido por sus prendas minimalistas y deconstructivistas. Se caracteriza por sus colecciones inspiradas en la arquitectura ya que trabaja mucho con el espacio y el volumen alrededor del cuerpo, siendo este el espíritu de sus prendas. El encuentra inspiración de su entorno, en la cultura, la historia y la silueta de la mujer, conceptualizando en la forma, el volumen en el cuerpo uniendolo a la importancia de los textiles que utiliza, ya que analiza la textura, el color, la caída, todo esto con el fin de obtener un resultado óptimo en base a su concepto y para llegar a ese concepto sigue procesos tales como la investigación, la experimentación, la exploración de tendencias, el tinturado, el rasgado, la bocetación y hasta llegar a su creación donde sus formas son siempre arquitectónicas, andróginas y deconstructivas, saliendo del estereotipo impuesto por la sociedad hacia las mujeres.

1.4.2.2 Paola Pesantez

Diseñadora ecuatoriana graduada de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay. Su marca Suyuna Moda crea prendas con etno-diseño, conceptualizadas desde las diferentes fiestas populares, la cultura y los paisajes más populares del Ecuador. Utilizando técnicas artesanales en sus creaciones, en donde se destaca el bordado a mano con la fusión de diferentes bases textiles, sin duda ella realiza su proceso creativo en donde investiga, hace un estudio morfológico, conceptualiza, crea si moodboard, experimenta, realiza bocetos, y crea sus prendas, con el objetivo de que su concepto sea muy bien definido y apreciado.



Figura 27: Identidad Ecuatoriana
Tomado de: Foto de Sander Traa en Unsplash (2022)

1.5 Patrimonio Cultural

1.5.1 ¿Qué es identidad y cultura?

Existen varios autores que definen a la cultura desde sus perspectivas pero para empezar, según la Real Academia Española cultura es el: “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (2022), esta definición se puede ver apoyada por la investigación Espinoza y Calle (2000), quienes exponen que cultura es todo aquello que una comunidad ha creado en todos los dominios en los que se mueve y ejerce su creatividad, junto a los rasgos espirituales y materiales que han llegado a influir en su identidad y por la misma se ha podido distinguir de otras, entonces la identidad

viene a ser, por efecto de la cultura; lo que distingue a unos de los demás por las pertenencias sociales, los rasgos culturales, aquello que los convierte en individuos singulares e irrepetibles. (Giménez, 2008). Gracias a ello el hombre puede autoperibirse como un ser único con una riqueza cultural compartida, esto desde lo dicho por Molano (2007) quien afirma que identidad cultural encierra un sentido de pertenencia de un ser humano a un grupo social que lo acepta y que comparten entre sí rasgos culturales tangibles e intangibles, costumbres, valores y creencias.

1.5.2 ¿Qué es Patrimonio?

El ser humano es un ser complejo, razonable y social, con pensamientos, memoria, con un tiempo pasado, un presente único y un futuro poco predecible, lo que lo hace un ser temporizador, un ser que lleva en su interior un sin fin de matices individuales y sociales, por ello desde el análisis de Malo (2006) para comprender al ser humano en su totalidad se debe reflexionar desde lo que le antecedió, se debe volver a sus inicios, su pasado, su historia, ya que todo lo que es y hace el ser humano se debe a una serie de situaciones y experiencias pasadas, y dichas acciones pueden ser propias o ajenas, las mismas que se encuentran en el presente y que se siguen presentando y forjando en el futuro tanto individual como en el colectivo, es por esto, es entonces que nace el sentimiento que tiene el humano de preservar y valorar lo material o inmaterial que fue construido por el mismo y que representa su pasado, y en base a ello se crea desde los organismos pertinentes el calificativo Patrimonio Cultural, el cual se basa en el cuidado y mantenimiento de la cultura material o inmaterial como una pertenencia y ganancia colectiva para la humanidad. (Malo, 2006). Desde un contexto local, como es lo expuesto por La Municipalidad de Cuenca, se afirma que: "Patrimonio es el conjunto de monumentos y sitios que, en

diversos lugares del planeta, deben ser conservados como bienes al servicio de la humanidad y que han configurado la cultura de los diversos pueblos a lo largo de la historia." (2010, p. 9) lo que los vuelve lugares y sitios de cuidado para el hombre, porque cuentan los sucesos ocurridos a lo largo del tiempo, sumado a esto La Municipalidad de Cuenca también expresa que:

El Patrimonio Cultural se subclasifica en el Patrimonio Cultural tangible o material, constituido por bienes materiales realizados por la mano del hombre, como las edificaciones arquitectónicas dignas de conservación y el Patrimonio Cultural intangible o inmaterial que agrupa a las expresiones culturales de un pueblo. (Municipalidad de Cuenca, 2010, p.10).

El surgimiento del término Patrimonio Cultural es de suma importancia para las sociedades humanas, ya que por el uso del mismo como un título de orgullo, se trata de preservar lo creado por el hombre, ya sea tangible o intangible, con el único propósito de llegar a conocer la historia de las culturas, civilizaciones y del hombre como una constante construcción colectiva.



Figura 28: La historia de la Cultura Ecuatoriana
Tomado de: Cultura Ecuatoriana (2016)



Figura 29: Centro Histórico de Cuenca
Elaboración propia

1.5.3 Cuenca: Patrimonio Cultural de la humanidad

Cuenca, Santa Ana de los ríos, la tercera ciudad más importante del Ecuador fue nombrada como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999 por la UNESCO bajo el Convenio de protección Patrimonial de los pueblos en 1972, en base a su pasado cultural e histórico que se encuentra presente en sus edificaciones del Centro Histórico, estando dentro, iglesias, templos, casas particulares, monasterios, conventos y demás edificaciones de gran valor artístico y cultural que crean y dan matices de una identidad propia. (Municipalidad de Cuenca, 2010) por ese motivo Cuenca es un orgullo nacional y mundial

ya que desde su pasado histórico hasta su presente es una ciudad con una gran cultura, la misma que es ya parte de la identidad de su sociedad. Y dicho identidad es un testimonio vivo de todo un proceso basado en la diversidad, que echó raíces de un legado prehispánico y que ha ido cambiando con el tiempo pasando por lo “vernáculo europeizado” y al mismo tiempo se ve una influencia de las grandes escuelas universales que de cierta forma han ayudado a crear la apariencia de como conocemos hoy a Cuenca. (Espinoza & Calle, 2000)

1.5.4 Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca

La Identidad Cultural de Cuenca se ve matizada por diferentes motivos presentes en su patrimonio ya que el mismo resalta varios criterios importantes por los cuales fue nombrada con ese título, pero uno de ellos y quizá el más importante según La Universidad de Cuenca y el GAD Municipal de Cuenca (2017) viene a ser el mestizaje, porque la unión de dos mundos, el indígena y español, a raíz de una conquista provocó nuevos modos de vida, costumbres y tradiciones pero en el lado material de su arquitectura, predominaron las clases dominantes, construyendo increíbles edificaciones con cimientos Inca y Cañari y fachadas europeas, por lo cual se puede deducir, bajo lo afirmado

por Espinoza y Calle (2000) que la arquitectura es el medio físico por el cual una sociedad puede definir su espacio pero del mismo modo puede reflejar la cultura que posea, porque sociedad y cultura tienen una relación muy estrecha, siendo la arquitectura un factor socio-cultural en donde la misma crea una cultura arquitectónica basada en un sistema organizado de signos que guardan, acumulan y transmiten información, y dicha información deja al descubierto la cultura, la historia y la trascendencia del ser humano, y si se mira de vuelta a la arquitectura Cuencana,

1.5.4.1 Arquitectura aborigen y colonial



Figura 30: Collage Casas Coloniales de Cuenca
Elaboración propia

Para comprender la arquitectura que hoy se encuentre presente como patrimonio de Cuenca, es necesario regresar en el tiempo y conocer las sociedades y culturas que se sobrepusieron entre sí, desde el periodo cañari hasta el periodo colonial, y como estos fueron los precursores de los cambios que hoy manifiesta el Centro Histórico de Cuenca. Cuenca en el periodo cañari, fue conocida como Guapondelig, llanura tan grande como el cielo, eso en base a la geografía privilegiada que vieron los cañaris al establecerse en lo que hoy conocemos como Pumapungo, si bien no existe mucha información de cómo fue su arquitectura, lo que se sabe es que eran construcciones de formas simples, construidas en tierra, mismas que sirvieron como base para nuevas edificación a partir de la conquista incaica.(Colección

Salvat, 1977). Con la llegada de los incas en 1470 aproximadamente, las edificaciones se mostraban diferentes puesto que lo que se pretendía era mostrar dominación y sometimiento, es así que Guapondelig pasa a llamarse Tumipamba, ya que con el nacimiento de Huayna Cápac en este territorio, se intenta mostrar la grandeza de este imperio mediante la adopción de las construcciones a imagen y semejanza del Cusco, teniendo el mismo sentido topográfico y paisajístico en ambas ciudades. La arquitectura de Tumipamba muestra la influencia del labrado de la piedra que existe en el Cuzco, embelleciendo de esta forma a la ciudad, guardando un mimetismo con el entorno, lo cual es básico de la arquitectura andina. Con la llegada de los españoles a América en 1492, Tumipamba se ve sometida a una colonización

agresiva, en donde se impone una nueva cultura al pueblo Inca, se lo despoja de su cultura y también se dispone de todos sus bienes materiales, Entonces se funda Cuenca el 12 de abril de 1557, teniendo este nombre por el lugar de origen de Gil Ramirez Davalos que era Cuenca de España, creando así una ciudad con un trazo urbanístico muy común en las ciudades coloniales, con una plaza central y en su alrededor la presencia de los poderes políticos, religioso y de la clase social dominante. Las iglesias pasan a ser edificaciones monumentales, con varios estilos europeos, sin embargo utilizaban conocimientos de los artesanos de la zona, en cuanto a sus casas, tenían una disposición de patio, traspatio y huerta, y su construcción era más funcional que estética, careciendo de decoración alguna, teniendo muros de

adobe o bahareque, pilares, columnas, dinteles, vigas, ventanas, balcones de madera y cubierta de teja, siendo una vivienda netamente artesanal. (Espinoza & Calle, 2002)

Cabe también recalcar que según lo dicho por el arquitecto Daniel Tello, una de las características principales de estas edificaciones era la altura de sus pisos, ya que estos son de una medida más baja en comparación a las edificaciones republicanas que vinieron después, también se caracterizaban por tener un entrada con un zaguán, seguida de pasillos que conducían a los patios centrales y a las habitaciones. (Tello. D. comunicación personal, 29 de enero, 2022)

1.5.4.2 Arquitectura Republicana



Figura 31 Collage Casas Republicanas de Cuenca.
Elaboración propia

Se sabe que después de 300 años de estar presente la colonización y dominar no solo la política sino la cultura en general, los pueblos americanos guiados por las revolución norteamericana y francesa, deciden independizarse y rechazar la colonización que estaba presente e influye en todo, este proceso de independencia fue más sostenido por las clases sociales dominantes que por el pueblo en sí, ya que la motivación fue más intelectualista, La independencia y levantamiento en contra de la colonización provocó que la gente adoptará estilos, motivos y actitudes europeas, dejando al pueblo sin una cultura con contenido propio, y sumado a esto nace la problemática en la arquitectura, en donde la grandeza de las construcciones era el capricho de las minorías, y la pobreza era el de las mayorías. En el caso de Cuenca dichos cambios no se vieron

reflejados de manera agresiva, pero en la década de 1860 se implementa la exportación de sombreros de paja toquilla, lo cual generó excedente económico en abundancia, y eso permitió que la arquitectura colonial se vea reemplazada por modelos arquitectónicos europeos, en donde el estilo neoclásico francés era la base principal, es aquí que las clases dominantes deciden cambiar sus fachadas a estilos europeos pero manteniendo las disposiciones de la colonia. (Espinoza & Calle, 2002)

Es claro que la arquitectura durante este tiempo se adapta al estilo francés, la independencia trajo consigo nuevas corrientes artísticas, dejando atrás el arte colonial, el barroco, con el objetivo de olvidar el pasado y tener miras a futuro, es entonces que con la llegada de eclesiásticos a Cuenca, se ve la necesidad de traer un constructor que realice templos en base a

la religión que se vivía en el momento, por ello en 1874 llega el hermano Juan Stieble a la ciudad, quien es un icono artístico que influenció la arquitectura cuencana con sus conocimientos bastos en arquitectura, dibujo y arte, es a él a quien se atribuye la construcción del Templo de San Alfonso, y de muchas otras obras que mostraban el famoso afrancesamiento por todas sus perspectivas en las edificaciones de Cuenca, dichas edificaciones se caracterizan en un inicio por la construcción de un segundo piso, ya que en el primero se manejaba las cosechas y el en segundo piso ya se disponía las habitacione so salones donde la vida social de las familias cuencanas aflora. Con las exportaciones e importaciones a Europa, se establecen nuevos estilos en la arquitectura, siendo de principal importancia la decoración de las fachadas como símbolo individual de cada familia. Es aquí

CONCLUSIONES

En el presente capítulo se pudo analizar varios temas que sirven de base teórica, por los cuales se puede concluir que al analizar la creatividad desde el punto de vista histórico se dio un paso para comprender cómo nace el término y como la misma se encuentra implícita en los seres humanos, a veces en mayor cantidad que en otras, pero siempre pudiendo ser desarrollada bajo la constante utilización en todos los planos de vida, ya que la creatividad es la esencia misma del humano, es la que le permite sobrevivir y comprender el mundo que lo rodea ya que desde ella nacen grandes disciplinas como el psicoanálisis y la psicología, viéndose también presente dentro del mundo del diseño y el arte, porque gracias a la creatividad surgen las ideas más grandes y funcionales. Dentro del diseño textil la creatividad juega un papel muy importante, puesto que es la fuente no solo de la inspiración o creación de prendas o colecciones, sino también es la fuente de los procesos creativos que se utilizan por cada diseñador para llegar a un resultado óptimo y deseado, concluyendo que los procesos creativos son sin duda son las formas de praxis que surgen para desarrollar un proyecto, es el conjunto de pasos que dan para realizar una obra, siendo tan variados y múltiples en el diseño textil y en otras industrias creativas, como el arte, la arquitectura, el cine y las artes escénicas, siendo notable la diferencia de procesos creativos entre estas disciplinas por medio de la documentación estudiada y las entrevistas realizadas para conocer los procesos que utilizan normalmente creadores y diseñadores.

La actual investigación también permitió comprender mucho más a fondo la arquitectura patrimonial de Cuenca, la misma que tiene una historia cultural que forja la identidad cuencana que existe hoy en día, ya que entre sus edificaciones se encuentran estilos artísticos como el colonial y el republicano, en donde el primero se debe a la conquista colonial que vivió nuestra ciudad por parte de los colonos españoles y como introdujeron a fuerza sus creencias y cultura y eso se vio reflejado en la arquitectura de ese momento, sin embargo el estilo republicano surgió como consecuencia de las revoluciones políticas y culturales adoptadas de los modelos de norteamérica y francia, en oposición a la colonización española provocando que la clase dominante traiga consigo el

afrancesamiento como un nuevo modo de ver la vida, esto se vio una vez más reflejado en las edificaciones arquitectónicas de los siglos XVIII y XIX, en donde las decoraciones de las fachadas eran una adaptación de París en nuestra ciudad y esto a su vez provocó que nuestra cultura se una mezcla de varias identidades por la presencia histórica de varias sociedades en nuestro territorio. De este modo se concluye que tanto la moda como la arquitectura guardan un matiz, un sentido de cambio y adaptación, en donde la historia humana es el resultado de la creatividad del hombre.

2. Planificación

2.1 Entrevistas

2.1.9 Conclusiones

2.2 Definición de usuario

2.3 Brief de diseño

2.4 Selección de Patrimonio Arquitectónico de Cuenca

2.5 Procesos creativos Seleccionados

A. Conciencia de identidad

B. Inspiración

C. Análisis morfológico

D. Cuaderno de bocetos

E. Búsqueda Cromática

F. Hilo narrativo

G. Bocetación

H. Materialidad

I. Traducción espacial

J. Observación del detalle

K. Formstorming

L. Conceptualización

2.6. Estilo de la Línea de Indumentaria

2.7 Modelo de negocios

2.8 Conclusión



Introducción

Este capítulo busca conocer qué procesos creativos son los más utilizados mediante entrevistas a diferentes profesionales de las industrias del diseño, las artes, la arquitectura, el cine y la artes escénicas para luego por medio de un muestreo por conveniencia, preseleccionar los procesos que servirán en la futura guía, mismos que serán aplicados por medio de herramientas. De la misma forma por medio de un muestreo se define el usuario de la guía como también el perfil de usuario de la línea de indumentaria proveniente de la aplicación de procesos de la guía ya que este proyecto busca integrar saberes como también la creación de productos. Llegando así a realizar una metodología cuantitativa y cualitativa para realizar una investigación de campo y encuestas para elegir el estilo de la prendas y seleccionar las casas del Patrimonio Arquitectónico de Cuenca que serán utilizadas para la aplicación de la guía resultante de procesos creativos integrados.

2. PLANIFICACIÓN

2.1 Entrevistas

En la metodología planteada para la realización de este proyecto se plantearon entrevistas, las mismas que tienen como fin conocer qué procesos creativos son los más utilizados por los profesionales de las diferentes Industrias creativas seleccionadas, estando dos diseñadoras textiles, dos diseñadores gráficos, una diseñadora de interiores, un arquitecto y una cineasta, los cuales contaron con exactitud sus procesos a la hora de crear.

Preguntas

1. ¿A qué te dedicas? cuéntanos un poco de toda tu carrera
2. ¿Qué es para ti la arquitectura? cuéntanos un poco de lo que te gusta diseñar
3. sabemos que en el diseño existen varios procesos creativos en la praxis del diseñador como puede ser el moodboard, la bocetación entre otros los cuales permiten que la idea está clara para ser diseñada, pero en el caso de la arquitectura ¿Qué es para ti un proceso creativo en la arquitectura?
4. ¿Qué pasos existen dentro de tu proceso creativo y cuales son los que más utilizas? profundizar en este tema
5. ¿Estos procesos los aprendiste dentro de la academia o los desarrollaste ya como profesional?

2.1.1 Entrevista Maria Paz Moscoso



Figura 32: Fotografía María Paz Moscoso, diseño y elaboración propia. Tomado de: Moscoso (2021)

Diseñadora textil graduada de la Universidad del Azuay, se dedica a la asesoría y logística en diseño de prendas, su más reciente proyecto fue con la empresa norteamericana The Perfect Fit, diseñado para pilotos de la U.S Navy. Su larga trayectoria la ha llevado a tener grandes experiencias dentro de la industria textil, creando su marca propia, asesorando a clientes

para sacar colecciones y así potencializar su negocio. Para María Paz el diseño es el medio por el cual mediante sus creaciones le permiten conectarse con su propósito de vida y con las personas. Por ello sus prendas y colecciones muestran la esencia de la persona para quien diseña, teniendo dentro de sus procesos la inspiración, la investigación y la pasión como su ingrediente principal.

Sus procesos creativos son: a) Inspiración, b) Exploración de tendencias, c) Cromática, d) Moodboard, e) Bocetación, f) Creación

Conclusión

María Paz en su modo de crear prendas utiliza varios de los procesos que se estudiaron e investigaron cómo los más utilizados en el diseño textil en el capítulo 1, lo cual permite entender que no existe un proceso diferente en su metodología.

2.1.2 Entrevista Claudia Barros



Figura 33: Fotografía Claudia Barros
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Barros (2020)

Graduada como diseñadora textil de la Universidad del Azuay, creadora de la marca Clodette que basa su diseño en vestimenta en un estilo atemporal y casual, dirigida para mujeres, teniendo como objetivo principal el poder brindar vestimenta prêt - á - porter. Para Claudia el diseño textil es la arquitectura de la

moda, ya que ella al momento de comenzar a diseñar lo primero que se pregunta es cómo lo va a lograr, pasando así a planificar cuáles son sus procesos a seguir, buscando tendencias y materiales para así pasar a patronar, teniendo ya listo su diseño casual. Sus procesos creativos son: a) Planificación, b) Exploración de tendencias, c) Materialidad, d) Patronaje, e) Confección

Conclusión

La entrevista con Claudia Barros dejó muy claro, que si bien presenta varios procesos estudiados en el Capítulo 1 como los más utilizados, ella si tiene un orden diferente en su metodología, lo cual demuestra que los procesos no siempre son lineales sino pueden cambiar según cada creativo.

2.1.3 Entrevista Manolo Loor



Figura 34: Fotografía Manolo Loor
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Loor (2019)

Incursionó como creador de Trajes Típicos en el año 2010, participando en el concurso de Trajes Típicos del Miss Ecuador en el año 2011, 2013, 2018, 2019, 2020, 2021. Su pasión por el diseño textil nace desde cuando era pequeño mientras veía concursos de belleza, es ahí cuando nace el gusto por decorar, por crear. Para Manolo el diseño es el medio por el cual él da rienda suelta a su creatividad, es donde la

imaginación puede ser expresada mediante la creación de sus piezas. Es por ello que tiene su propio proceso de diseño en donde la creatividad es la base fundamental, ya que encuentra inspiración de varias formas, saliendo a caminar, mirando la flora, la fauna entre otros. Sus creaciones siempre tienen un sentido artesanal y ecológico, ya que trabaja en su gran mayoría con fibras como la mocora, la paja toquilla, la cabuya mismas que son tejidas por artesanos.

Sus procesos creativos son: a) Inspiración, b) Investigación, c) Moodboard, d) Bocetación, e) Materialidad

Conclusión

Manolo deja ver que realiza pocos procesos para llegar a diseñar, sin embargo se siguen repitiendo los procesos estudiados en el Capítulo 1 en procesos del diseño textil, no existe un cambio en cuanto a procesos creativos.

2.1.4 Entrevista Paola Palacios



Figura 35: Fotografía Paola Palacios
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Palacios (2021)

Graduada como Diseñadora de Interiores en el año 2021, su pasión por el diseño empezó desde pequeña, cuando decoraba y arreglaba su habitación, comenta que la distribuía sus muebles de forma variada y nunca se cansaba de ello, ahí fue que se apasiono por el diseño y decidió estudiar la disciplina de manera académica y entró a la Facultad de Diseño, Arquitectura y Arte de la Universidad del Azuay. Actualmente se encuentra trabajando en un estudio de diseño, y con varios proyectos propios.

Para Paola el diseño es mucho más que algo estético, es el medio por el cual puedes tener diferentes puntos de vista y unirlos para crear algo con sentido profundo y originalidad. Es por ello que ella utiliza varios procesos creativos dentro de su praxis para poder llegar a concretar que un espacio sea funcional y estéticamente correcto. Ella basa sus diseños desde el proceso del Design Thinking, teniendo ese acercamiento con el cliente, para saber que busca y en base a ello poder diseñar.

Sus procesos creativos son: a) Empatización, b) Consumidor, c) Análisis Espacial, d) Definición de necesidades, e) Investigación tendencias, f) Bocetación, g) Materialidad, h) Evaluación, i) Creación

Conclusión

La entrevista con Paola nos permite entender que en las otras ramas del diseño existen procesos creativos muy diferentes a los del Diseño textil pero sin embargo también tienen procesos muy parecidos pero que se utilizan de otra manera con propósitos diferentes.

2.1.5 Entrevista Martin Vintimilla



Figura 36: Fotografía Martín Vintimilla
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Vintimilla (2021)

Estudiante de último año Diseño Gráfico, Diseñador principal en una oficina de marketing digital.

Para Martín el diseño siempre a estado presente en su vida, puesto que desde que era pequeño se vio apasionada por el diseño gracias a su herencia familiar, donde sus abuelos eran artistas y su padre diseñador gráfico, comenta que aún siendo un estudiante a tenido la oportunidad de trabajar en

varios estudios de diseño gráfico, y esto a permitido que entienda mejor su pasión por el diseño, ya que para él, el diseño gráficos es comunicar, es crear algo que es indispensable para que cierto producto o servicio tengo éxito en su producción, y esto conlleva un proceso creativo que es su camino para obtener resultados perfectos.

Sus procesos creativos son: a) Empatización, b) Definición, c) Conceptualización, d) Exploración de tendencias, e) Análisis morfológico, f) Bocetación, g) Evaluación, h) Prototipo, i) Cromática, j) Resultado final, k) Evaluación, l) Creación.

Conclusión

Martin en su entrevista presenta tres procesos creativos muy diferentes a los estudiados, y los une a otros que son propios del diseño gráfico, pero que también tienen cierto parecido a los del Diseño Textil, creando un abanico de posibilidades al momento de crear.

2.1.6 Entrevista Pedro Segarra



Figura 37: Fotografía Pedro Segarra
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Segarra (2019)

Diseñador Gráfico, inclinado a la creación de marca, edición de contenido digital y asesoramiento a empresas para el manejo de redes sociales.

Para Pedro el diseño es un arte con función, ya que el mismo puede suplir las necesidades de un

cliente o una marca, teniendo como punto clave la experimentación y experiencia, ya que sus diseños se basan en explorar en su creación pudiendo tener errores que lo regresan al inicio pero que sin duda permiten que obtenga un gran resultado.

Sus procesos creativos son: a) Empatizar, b) Definir, c) Investigar, d) Collage o brainstorming e) cromática, f) Bocetación, g) evaluación, h) creación.

Conclusión

La entrevista con Pedro detalla sus procesos creativos, dejando ver que son más concisos, pero que de igual manera comparte algunos con los procesos del diseño textil y por igual se puede observar que la mayoría con los estudiados en el Capítulo 1.

2.1.7 Entrevista Mateo Rodríguez



Figura 38: Fotografía Mateo Rodríguez
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Rodríguez (2022)

Arquitecto Graduado de la Universidad del Azuay, trabaja en un estudio de arquitectos, y aparte tiene sus propios proyectos.

Para Mateo la arquitectura es el medio por el cual se puede transformar un espacio en base a las necesidades que pide la sociedad y su usuario, y de

este modo se crea una interacción entre la ciudad y el ciudadano. Sus edificaciones buscan estar a la vanguardia de la sociedad para así poder ser útil, él basa sus creaciones en el proceso de ser observador, de analizar y buscar soluciones que sean funcionales y confortables.

Sus procesos creativos son: a) Empatía, b) Definición, c) Investigación de tendencias, d) Bocetación, e) Evaluación, f) Creación.

Conclusión

Mateo en su entrevista permite entender que para llegar a una creación arquitectónica, sigue una serie de pasos muy particulares, que tiene cierto matiz con los ya planteados en la industria de la arquitectura en el capítulo 1, de igual manera utiliza dos procesos muy parecidos a los de las demás industrias creativas.

2.1.8 Entrevista Simone Heras



Figura 39: Fotografía Simonné Heras
diseño y elaboración propia.
Tomado de: Heras (2022)

Estudiante de último ciclo de cine y audiovisuales, se desarrolla en dirección de arte e iluminación, participó en varios proyectos de cortometrajes como también en el Festival de la Orquídea, trabajando con estudios audiovisuales y una película.

Para Simone poder hacer lo que le apasiona es un sinónimo de éxito, ya que dirigido algunos

cortometrajes tiene una gran experiencia, ella es consciente que en el mundo cinematográfico existen varios departamentos encargados de realizar diferentes procesos, pero a la hora de crear ella mismo su producción, toma varios procesos donde narra, explora, dirige y diseña,

Sus procesos creativos son: a) Inspiración, b) Hilo narrativo, c) Storyboard, d) Planificación, e) Casting, f) Rodaje.

Conclusión

Esta entrevista con Simone dio paso a entender una nueva industria que comparte ciertos matices en sus procesos con el diseño, ya que si bien tiene procesos creativos muy diferentes y variados, los une de una forma diferente con otros que están presentes en las otras industrias creativas pero que de igual manera son únicos.

2.1.9 Conclusion general de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a los diferentes profesionales de las diversas industrias creativas deja claro que en todas existen procesos creativos, y que todos ellos los siguen para poder llegar a crear o diseñar, sin embargo en su parecido, cada uno los práctica de diferentes maneras y son diferentes entre sí, dejando en claro que lo único certero es que todos vienen desde la creatividad.



Figura 40 : Definición de usuario, diseño elaboración propia
Tomado de: Unsplash (2018)

2.2 Definición de usuario

2.2.1 Los Diseñadores de indumentaria como beneficiarios

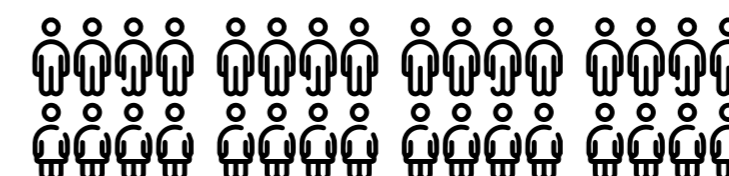
Este proyecto va dirigido a diseñadores de indumentaria con un perfil creativo amplio, curiosos, audaces y arriesgados en su praxis, que gustan de probar algo nuevo y diferente en su proceso de diseñar, experimentando con nuevos procesos creativos de otras industrias creativas, pero siempre resueltos a tener una creación única y determinada con un objetivo claro. Estos diseñadores son los que en su vida académica se abrieron al conocimiento, absorbiendo todo lo propuesto y planteado, pero no se quedan reproduciendo lo aprendido, sino buscan expandir su saber por medio de integrar nuevos saberes de una manera más creativa al momento de diseñar colecciones o líneas de indumentaria conceptualizadas desde cualquier inspiración, creando una propuesta vanguardista con un argumento mucho más profundo y único.

2.2.2 Muestreo no probabilístico

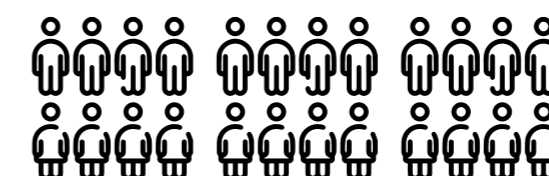
En el proyecto por muestreo de conveniencia se realizaron 150 encuestas a hombres y mujeres de entre 23 a 27 años de edad que se encuentran trabajando en la ciudad de Cuenca y que vienen a ser el 40% de la muestra total de 379 personas obtenidas de la población total de más de 20000 mil personas según los datos del último censo realizado por el INEC como base cuantitativa y variables de población

(INEC, 2022), ya que la finalidad de la encuesta es conocer que subestilo del streetwear es de mayor acogida y también en base al gusto y selección de los encuestados obtener las casas patrimoniales que sirvan para la aplicación del nuevo proceso creativo planteado desde la integración de procesos de las industrias creativas escogidas.

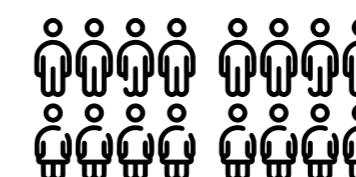
MUESTREO DE CONVENIENCIA



23.000 personas
de 23 a 27 años
con ingreso económico



379 personas
de 23 a 27 años
con ingreso económico



Fuente: INEC

150 personas
40%
de 23 a 27 años
con ingreso económico

Figura 41: Embudo gráfico de Muestreo de Conveniencia
Elaboración propia

2.2.3 Perfil del usuario

Para conocer el perfil de usuario a sido aplicado las variables de segmentación de mercado (Da Silva, 2021), mismas que se muestran a continuación

Segmentación geográfica:



PERFIL DE USUARIO

Segmentación geográfica

País: Ecuador
Región: Sierra
Ciudad: Cuenca
Clima: Templado

Segmentación demográfica:



PERFIL DE USUARIO

Segmentación demográfica

Género: masculino y femenino
Edad: 23-27 años
Estado civil: solteros
Ocupación: diseñador, comunicador social, emprendedor, influencer, asesor de imagen, artista.
Etnia: mestizo
Nivel educativo: tercer nivel
Nivel socioeconómico: medio a alto

Segmentación geográfica:



PERFIL DE USUARIO

Segmentación psicográfica

- Personalidad:** audaz, atrevida, arriesgada
- Carácter:** apasionado
- Estilo de vida:** activo, saludable
- Intereses:** moda, cultura, educación
- Pasatiempos:** visitar museos, ir a eventos culturales, lectura

2.2.4 Mapa de empatía

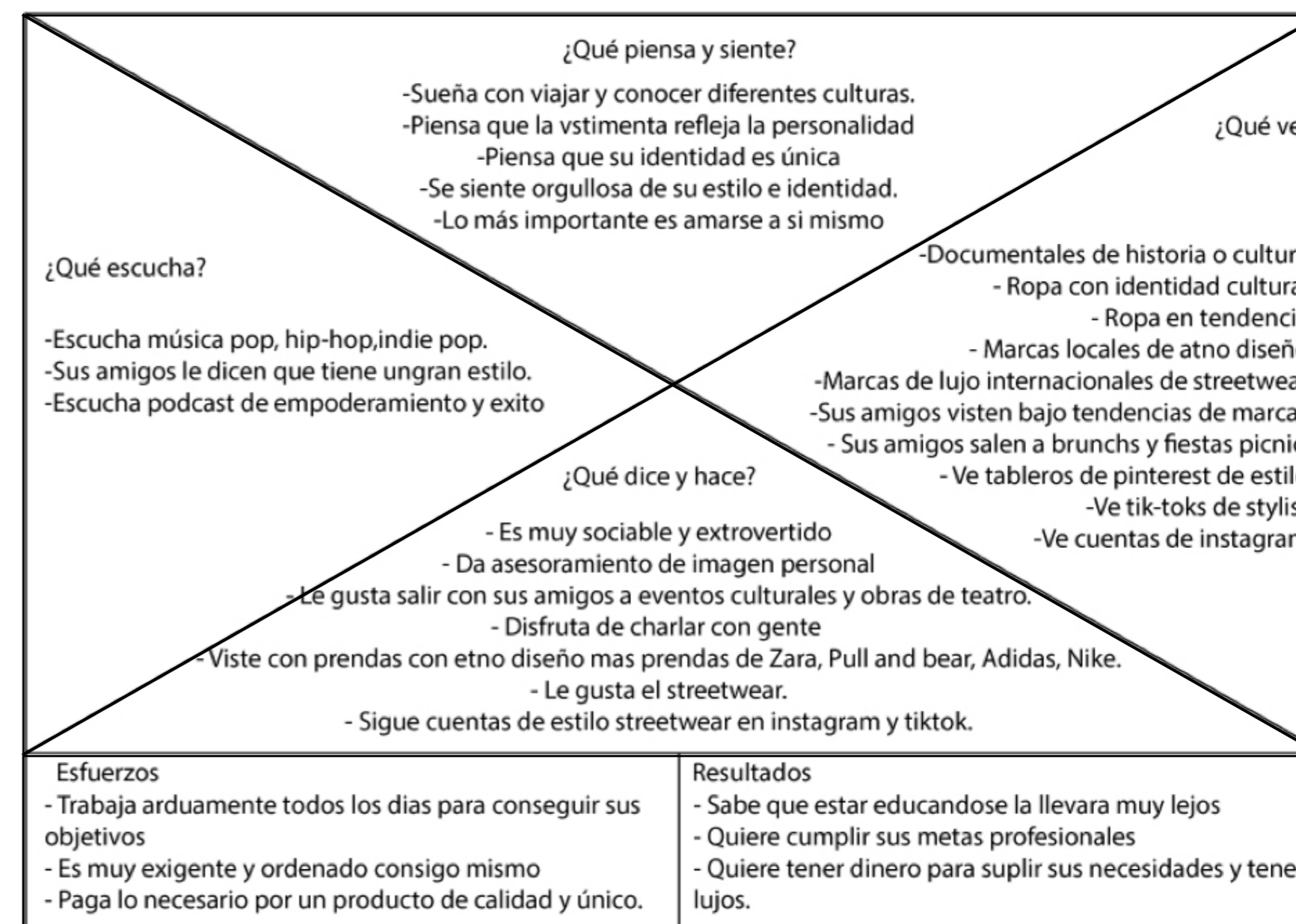


Figura 42 : Mapa de empatía
Elaboración propia



Figura 43 : Ejemplo de perfil de usuario
Tomado de: Gárate (2021)

ALEX RODRIGUEZ

Alex Rodríguez es una persona emprendedora de la ciudad de Cuenca de 25 años de edad, vive en un departamento compartido con un compañero, es una persona muy sociable y extrovertida, le gusta escuchar indie pop y música independiente, también gusta de ir a eventos culturales y artísticos con sus amigos, esto debido a que le gusta ver documentales de historia o cultura ya que su mayor sueño es viajar por el mundo y conocer diferentes países, este conocimiento le ha permitido entender más sus gustos y amar su identidad de la cual tiene un gran orgullo y por la cual a ido plasmando su estilo y personalidad en la vestimenta, uno de sus hobbies es asesorar a personas acerca de su imagen personal, ya que su personalidad

es audaz y arriesgada y por ello es un modelo a seguir para sus amigos y conocidos en cuanto a su forma de vestir ya que le encanta utilizar marcas como Zara, Pull & Bear, Adidas y Nike y mezclarlas con marcas que tengan etno diseño, creando así un estilo muy de calle pero que de la apariencia de algo lujoso y único, disfruta de entrar en tiendas donde puede observar ropa streetwear y adquirirla, del mismo modo paga lo que sea necesario por prendas con identidad cultural de buena calidad y trasfondo, ya que estas prendas son las que marcan su estilo, por ello trabaja arduamente para tener una vida digna y con varios lujos, ya que sabe perfectamente a dónde quiere llegar y qué metas debe cumplir.

2.3. Brief de diseño

El presente brief de diseño plantea el desarrollo del proyecto de integración de diferentes procesos creativos, eligiendo los mas necesarios que se probaran para el desarrollo del nueva guia, mismos que previamente fueron investigados de las diferentes industrias seleccionadas, así mismo se elige las edificaciones desde el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca que son necesarias como la base de aplicación de la guia, se selecciona el estilo a utilizar para la colección textil, y se desarrolla un plan de negocios para la comercialización de las prendas.

2.3.1 Descripción del proyecto

Este proyecto busca la integración de varios procesos creativos tomados de diferentes industrias creativas, como el diseño, las artes, la arquitectura, el cine y las artes escénicas, para la propuesta de un nuevo proceso para el diseño de colecciones y líneas de indumentaria que sirva de guía a nuevos y futuros diseñadores que gusten utilizarla. Dicho proceso será empleado en el Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca como la base de aplicación, esto con el fin de proponer una línea de indumentaria bajo el perfil de usuario antes mencionado y que a su vez denote la Arquitectura Patrimonial de Cuenca.

2.3.2. Antecedentes

En la praxis de el diseñador textil y de indumentaria es común observar que se utilizan procesos creativos para obtener un resultado final y ya estos procesos dependen del criterio de cada diseñador, pero la mayoría del tiempo los diseñadores aplican los mismos procesos aprendidos desde la academia o los desarrollados desde sus experiencias profesionales continuamente en sus creaciones. Dicho esto, son muy pocos los que emplean procesos creativos diferentes, quizá abstraídos de otras disciplinas o industrias, esto provoca que se deje de lado una potencial experiencia de creatividad para posibles colecciones y líneas de moda exitosas que pueden estar basadas en diversos temas o fuentes.

2.3.3 Objetivos

1. Seleccionar los procesos creativos necesarios de las industrias escogidas.
2. Aplicar los procesos creativos seleccionados en el caso de análisis del Patrimonio Arquitectónico de Cuenca.
3. Diseñar una línea de indumentaria que denote la Arquitectura Patrimonial de Cuenca a partir del resultado de aplicar los procesos creativos integrados.
4. Obtener la guía de procesos creativos para diseñar líneas o colecciones de moda.

2.4 Selección de Patrimonio Arquitectónico de Cuenca.

Se seleccionó a la calle Simón Bolívar del Centro Histórico de Cuenca para la elección de las edificaciones que servirán en la aplicación del nuevo proceso creativo, esta selección se realizó con base a la entrevista realizada al arquitecto Daniel Tello, (revisar Anexo 10), y también basado en los escritos que existen sobre la Ruta Francesa de Cuenca, en donde la calle con mayor presencia de historia sobre arquitectura afrancesada es la Simón Bolívar, estando presente varias edificaciones republicanas

muy conocidas como la Casa del Coco, la Bienal de Cuenca, la Clínica Bolívar, la Dirección Provincial de Educación, la Casa Sojos, el Seminario de San Luis, la Casa de la familia Jerves Caler, etc. La elección de las edificaciones se realizó mediante una encuesta dirigida al segmento de mercado con el fin de obtener datos de las edificaciones que son de mayor gusto entre los encuestados, siendo estas 150 personas..

2.4.1 Encuestas

1. ¿Cual edificación de este primer grupo es de tu mayor agrado? Haz zoom a tu pantalla, observa la imagen y escoge una en las opciones de abajo.

154 respuestas

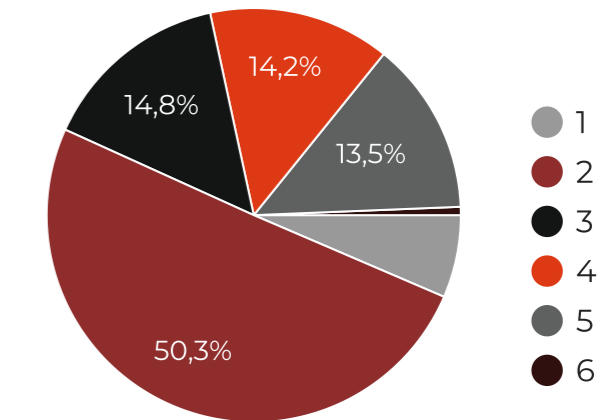


Figura 44 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 1
Elaboración propia



Figura 45 : Collage de casas republicanas de Cuenca
Elaboración y fotografías propias.

Resultado Grupo 1 de Casas

En este primer grupo queda seleccionada la casa número 2, la cual es conocida como la Casa Jerves.

2. ¿Cual edificación de este segundo grupo es de tu mayor agrado? Haz zoom a tu pantalla, observa la imagen y escoge una en las opciones de abajo.

154 respuestas

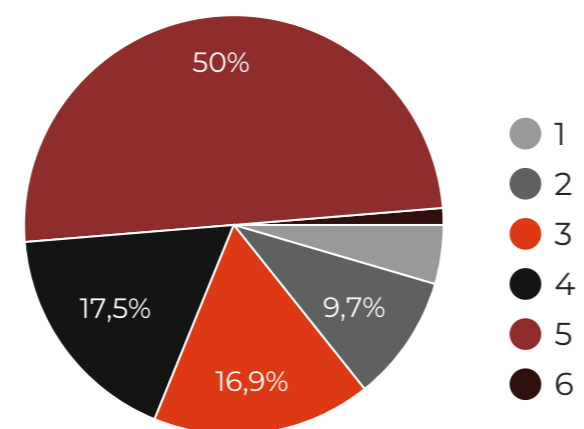


Figura 46 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2
Elaboración propia



Figura 47 : Collage de casas republicanas de Cuenca
Elaboración y fotografías propias.

Resultado Grupo 2 de Casas

En este primer grupo queda seleccionada la casa número 5, la cual es conocida como la Casa de los Murales.

3. ¿Cual edificación de este tercer grupo es de tu mayor agrado? Haz zoom a tu pantalla, observa la imagen y escoge una en las opciones de abajo.

154 respuestas

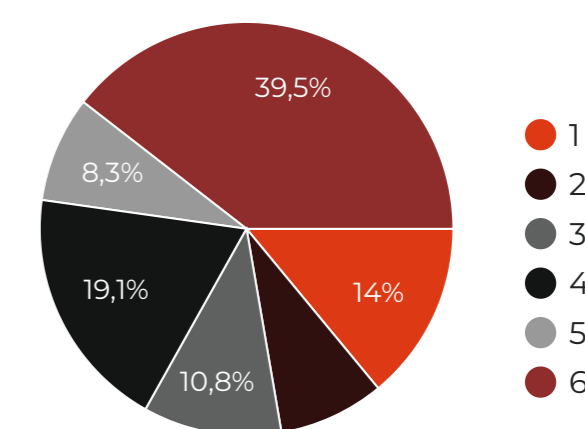


Figura 48 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2
Elaboración propia



Figura 49 : Collage de casas republicanas de Cuenca
Elaboración y fotografías propias

Resultado Grupo 1 de Casas

En este primer grupo queda seleccionada la casa número 4, la cual es conocida como la Clínica Bolívar.

2.4.2 Tablas de Elementos Arquitectónicos de los Grupos de Casas

Se realizó tablas de elementos arquitectónicos de los 3 grupos de 6 casas cada uno, para por medio de cuantos elementos tiene cada una, ratificar la selección de casas patrimoniales.

Grupo 1 Casas	Aparejo	Mascarrón	Orden colosal	Imposta	Cartucho	Vaso de fuego	Ojo de buey	Trofeo de armas	Frontón triangu	Dentienlos	Arquitrade	Capitel	Vano	Columna de fuste	Dintel	Timpano	Senefas	Pilastro	Balaustrado	Altrellive	Arcada	Balcón	Total de elementos
1		x		x							x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	13
2	x		x	x		x	x					x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	15
3			x	x			x		x		x		x				x		x	x	x		10
4		x		x								x	x		x	x	x	x	x	x	x		11
5	x		x	x							x	x	x		x	x		x		x		x	11
6													x		x								2

Figura 50: Tabla de Elementos Arquitectónicos 1
Elaboración propia.

Resultado Tabla 1 de Elementos Arquitectónicos.

En esta tabla grupo queda seleccionada la casa número 2, la cual es conocida como la Casa Jerves

Grupo 2 Casas	Aparejo	Mascarrón	Orden colosal	Imposta	Cartucho	Vaso de fuego	Ojo de buey	Trofeo de armas	Frontón triangu	Dentienlos	Arquitrade	Capitel	Vano	Columna de fuste	Dintel	Timpano	Senefas	Pilastra	Balustrado	Altorelieve	Arcada	Balcón	Total de elementos
1				x							x	x					x	x	x	x		x	8
2	x		x	x		x					x	x	x				x	x	x	x		x	12
3				x			x	x			x	x	x			x	x	x		x		x	11
4	x			x							x		x		x					x		x	7
5	x	x		x	x						x	x	x			x	x	x	x	x		x	13
6				x								x	x		x					x		x	6

Figura 51: Tabla de Elementos Arquitectónicos 2
Elaboración propia.

Resultado Tabla 2 de Elementos Arquitectónicos.

En esta tabla queda seleccionada la casa número 5, la cual es conocida como la Casa de los Murales.

Grupo 1 Casas	Aparejo	Mascarrón	Orden colosal	Imposta	Cartucho	Vaso de fuego	Ojo de buey	Trofeo de armas	Frontón triangu	Dentienlos	Arquitrade	Capitel	Vano	Columna de fuste	Dintel	Timpano	Senefas	Pilastra	Balustrado	Altorelieve	Arcada	Balcón	Total de elementos
1		x		x	x		x				x		x		x	x	x		x	x		x	12
2	x	x		x							x	x	x		x		x		x	x		x	11
3		x	x		x						x	x	x			x	x	x		x		x	11
4		x		x	x			x			x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	14
5		x		x	x						x	x	x			x	x	x		x		x	11
6	x	x		x					x		x	x	x	x				x	x	x			11

Figura 52: Tabla de Elementos Arquitectónicos 2
Elaboración propia.

Resultado Tabla 3 de Elementos Arquitectónicos.

En esta tabla queda seleccionada la casa número 4, la cual es conocida como la Clínica Bolívar.

2.4.2.1 Resultado de Casas Seleccionadas

Las casas seleccionadas son la Casa Jerves, la Casa de los Murales y la Clínica Bolívar, mismas que se encuentran en la calle Simón Bolívar del Centro Histórico de Cuenca.

2.5 Procesos Creativos seleccionados

Estos procesos se plantean mediante la previa investigación del capítulo 1 sobre los procesos creativos que existen en las diferentes industrias seleccionadas, aquí se integrarán los mismos mediante el muestreo de conveniencia, siendo los seleccionados de mayor beneficio para el proyecto, de igual manera se propone una herramienta para cada uno de los procesos seleccionados para que su aplicación sea efectiva.

a. Conciencia de identidad

Abstraído de: Industria Creativa de las Artes Escénicas

Herramienta a utilizar:

La ventana de Johari



Esta herramienta elaborada por Joseph Luft y Harry Ingham, nos permite reflexionar sobre el autoconocimiento, distinguiendo cuatro zonas importantes, estas zonas permitirán conocer más a fondo las fortalezas y debilidades, en que se es hábil y en que no, y hasta lo que los demás ven y lo que es desconocido aun. (Ceolevel, 2017)

Mediante esta herramienta los pasos a seguir son:

1. Crear una lista con todos las características que mejor represente tus habilidades y limitaciones.
2. Pedir a un grupo de personas cercanas que realicen otra lista con las habilidades y limitaciones que según ellos mejor te

definen.

3. Con ambas listas, llena el cuadro de la Ventana de Johary.

4. Clasifica las características con la zonas de La ventana de Johari

- a) Estarán en la Zona de Actuación espontánea los rasgos de la lista que tú hayas identificado junto con lo dicho por al menos otra persona que coincidio contigo.
- b) Estarán en la Zona Ciega los rasgos que los demás hayan mencionado pero tú no.
- c) Estarán en la Zona Oculta los rasgos de la lista que reconociste tu pero los demás no.
- d) La Zona Desconocida solo se obtiene por medio de terapia psicológica.

5. Una vez que se haya organizado los rasgos de la lista en las diferentes zonas, se contabiliza cual de las zonas tiene mayor número de rasgos, esto permitirá saber en qué zona se debe trabajar más potenciando o controlando los rasgos señalados. El objetivo principal es que esta herramienta permite tener una conciencia de identidad más amplia.

	LO QUE CONOCES DE TI	LO QUE DESCONOCES DE TI
LO QUE CONOCEN DE TI	<p>ACTUACION ESPONTANEA</p> <p>Lo que yo conozco de mi y los demás conocen de mi</p>	<p>ZONA CIEGA</p> <p>Lo que los demás conocen sobre mi y yo no conozco.</p>
LO QUE NO CONOCEN DE TI	<p>ZONA OCULTA</p> <p>ZONA OCULTA</p> <p>Lo que yo conozco de mi y no cuento a los demás.</p>	<p>ZONA DESCONOCIDA</p> <p>ZONA DESCONOCIDA</p> <p>Lo que yo desconozco de mi y los demás también.</p>

Figura 53: Cuadro de la Ventana de Johary
Elaboración propia

b. Inspiración

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Búsqueda de la visión



Esta herramienta basada en los estudios del psicólogo humanista John Soler de la Universidad de Rider en Estados Unidos, nos permite recrear de forma moderna la búsqueda de una visión o inspiración, y está basado en un ritual de una cultura aborígen en donde una persona con un problema crítico o que no tenía su propósito claro se adentraba en la selva emprendiendo una caminata sin rumbo por largos periodos de tiempo hasta encontrar su visión o inspiración. (Parra Duque, 2003)

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Alistarse para una caminata sin rumbo de 4 horas tomando una libreta y un lápiz junto con una botella de agua para hidratarse Recordando

estar protegidos del calor o del frío. No escoger un lugar específico a donde ir es imperativo para que el ejercicio funcione, sin embargo discernir las rutas a tomar es importante para salvaguardar nuestro bienestar. (Parra Duque, 2003)

2. En la primera hora hay que empezar a caminar e identificar cuál es la pregunta que se necesita responder o saber, ya sea de un proyecto o una duda. Tomar el tiempo que sea necesario hasta obtenerla mientras se avanza en tu caminar y se anota en la libreta. (Parra Duque, 2003)

3. En la segunda hora hay que observar todo lo que hay alrededor, buscando señales de respuesta a la pregunta que se formuló en la primera hora y anotar en la libreta aquellas cosas que llamaron la atención como señales. (Parra Duque, 2003)

4. En la tercera hora hay que buscar un sitio para detenerse y descansar, preferiblemente que sea un lugar sin casi o sin nada de ruido, para mantener el estado de concentración, una vez ahí revisar la pregunta formulada y las anotaciones de señales que están en la libreta, y meditar en ellas hasta que una encienda una emoción o curiosidad. (Parra Duque, 2003)

5. En la cuarta hora regresa al lugar de donde salió,

y en el camino seguir meditando y visualizando la señal o emoción que se tuvo al finalizar la tercera hora. Cuando se haya vuelto al lugar, escribir en una hoja nueva de la libreta y empezar a investigar. (Parra Duque, 2003)

6. Así se encontrará la inspiración.

c. Análisis morfológico

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Adobe Illustrator



Esta herramienta permite vectorizar digitalmente mediante la unión de puntos que forman líneas los elementos abstraídos desde la inspiración.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Abrir una foto en Adobe Illustrator
2. Tomar la herramienta Pluma, y empezar colocando un punto y redibujar la forma que se quiera abstraer

3. Una vez listo el dibujo, separarlo de la imagen.
4. Seleccionar el dibujo y duplicarlo
5. Descomponer el segundo dibujo en líneas, puntos, planos.
6. Así se obtiene un análisis morfológico vectorizado.

d. Cuaderno de bocetos

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Cuaderno y Lápiz



Estas herramientas te permitirán dibujar de modo rápido los detalles que más llamen tu atención o que creas que son muy importantes, como ideas, pensamientos, formas y demás.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Buscar y seleccionar un objeto, lugar o cosa.
2. Observar las formas que más llaman la atención

de aquello.

- Ahora toma el lápiz y el cuaderno y de manera rápida abstrae de la imagen y dibuja aquella forma llamó la atención.
- No es necesario que sea un dibujo bien hecho, sino puede ser un boceto rápido, con tal que se entienda y siga la forma que se observó y abstraído, estará bien.

e. Búsqueda Cromática

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

App Adobe Capture



Esta aplicación para celular permite la obtención de paletas de colores, solo con tomar una foto o subirla en la aplicación, directamente saldrán los colores que se desean para ser usados.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Descargar la app Adobe Capture de Playstore o

Appstore

2. Al abrir la aplicación, en la parte inferior derecha de la pantalla aparecerán dos iconos: de galería y de una cámara.
3. Seleccionar la galería si desea sacar la paleta de una imagen ya antes fotografiada, o seleccionar el icono de cámara en caso de que se desee tomar la foto directamente.
4. En caso de seleccionar la opción de galería, se subirá una foto desde el carrete, saldrá en la pantalla la paleta de colores exactos de esa imagen, se aplastará el visto del centro de la pantalla y saldrá en seguida los valores en RGB, pudiendo cambiarlos a CMYK, estos valores se pueden pasar a Adobe Illustrator en la tabla de Selección de Colores.

Así ya se tendrá una paleta de colores lista para ser utilizada.

f. Hilo Narrativo

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Fases del Hilo Narrativo



Para lograr obtener una narrativa exitosa dentro del cine y que cuente de forma clara una historia que se impregne en los demás, es necesario seguir fases que según lo aplicado por (Sánchez, n.d.) da buenos resultados.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. La idea inicial : Es aquí donde nace una idea que sea atractiva y te impulse a escribir, llevándote al objetivo de plantearte cómo y de que tratará la historia.
2. El logline: Aquí deberás fijar los elementos básicos como quién es el protagonista, que personajes habrá, cuales son los rasgos de la acción, dónde y cuándo sucederán.
3. El argumento y los personajes: Aquí se tomarán

los rasgos del punto anterior y se empezará a escribir los hechos que conforman la historia, teniendo una línea de tiempo. Es la sinopsis de la historia.

4. El Clímax: Es la parte en que convergen los hechos primordiales.
5. El desenlace: Es aquí donde se cierra la historia.

g. Bocetación

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Sketchbook



Esta herramienta es una aplicación de dibujo disponible tanto para bajar en tu ordenador como para tener a mano en tu dispositivo móvil que te permite acceder a diferentes tipos de pinceles, líneas o texturas en un solo lugar y sin tener que gastar mucho dinero para obtener ilustraciones o dibujos de forma fácil.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el

proceso son:

- Descargar Sketchbook
- Abrir la aplicación.
- Dejarse llevar por tu creatividad y utilizar las herramientas como pinceles, lápices, colores y demás para empezar a dibujar los bocetos.
- Empezar a bocetar y proponer.
- Si no se quiere utilizar Sketchbook, puedes hacer los bocetos manualmente con los materiales que desees.

h. Materialidad

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

La Observación y el tacto



Esta herramienta busca obtener información previa mediante la observación y el tacto acerca de los materiales o técnicas textiles disponibles con el objetivo de tener una idea exacta y clara de cómo se empezaría a ver la colección que se va a proponer.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Observar los materiales disponibles en un centro de distribución de materiales.
2. Anotar en una libreta las características de los materiales que más llamaron la atención como su color, textura o forma, si es necesario, tomar fotografías o dibujar lo que se haya venido a la mente como ideas.
3. Una vez que se tenga esta información de cómo se va a desarrollar el objetivo, empezar a bocetar las propuestas.

i. Traducción Espacial

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Fotografía y perspectiva



Esta herramienta busca analizar la inspiración desde diferentes ángulos y perspectivas, tomando las fotografías necesarias para obtener varios resultados que sirvan de collage.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Se necesita una cámara de alta resolución ya que utilizaremos el zoom para tomar fotos de la inspiración desde diferentes ángulos.
2. Empezar a tomar fotografías desde diferentes perspectivas, de lejos, de cerca, arriba, abajo, desde el frente, desde el lado izquierdo, desde el lado derecho.
3. Juntar las fotografías en modo collage
4. Analizar mediante la observación la línea, el punto y plano que puede existir en cada imagen.
5. Este sería un estudio preliminar para el estudio de la forma.

j. Observación del detalle

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

La Observación



Esta herramienta busca mirar los detalles más pequeños de un todo para comprenderlo.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Observar con muchas atención aquello que es de importancia
2. Si es necesario tomar fotografías con zoom de aquello que llama la atención
3. Hacer preguntas acerca de su color, forma, textura.etc
4. Realizar anotaciones de lo que se observa para no olvidar.
5. Definir los detalles que llamen la atención.

k. Formstorming

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Herramienta a utilizar:

Fotografía



Esta herramienta permitirá recopilar formas que se parezcan entre sí pero que no se relacionan para crear un collage al final.

Mediante esta herramienta los pasos a seguir para el proceso son:

1. Definir una inspiración o formas de las que se tomara fotos.
2. Tomar fotografías de la inspiración que guarden relación en forma.
3. Recopilar varias imágenes.
4. Realizar un collage con las imágenes.

1. Conceptualización

Abstraído de: Industria Creativa del Diseño

Mediante esta proceso los pasos a seguir son:

1. Colocar un nombre a la conceptualización
2. Empezar describiendo cual es la inspiración, de que trata o que es.
3. Describir qué es lo que se ha tomado de la inspiración
4. Describir cómo se utilizará lo tomado de la inspiración, que se aplicó y como.
5. Describir el objetivo final de la inspiración cerrando así la conceptualización.

2.6 Estilo de la línea de indumentaria

El streetwear es el estilo elegido para el diseño de la línea de indumentaria dirigida a hombres y mujeres de entre 23 a 27 años, ya que el streetwear viene a ser una de las tendencias más predominantes en la industria de la moda gracias a la presencia de las redes sociales, en donde se puede observar que los denominados influencers son los que marcan este estilo y sus seguidores son quienes lo replican, alentando a que grandes marcas de lujo tomen este estilo y lo utilicen en sus últimas colecciones, convirtiendo al streetwear en un estilo de gran consumo.

2.7 Modelo de negocios

2.7.1 Segmento de mercado

La línea de indumentaria va dirigida a mujeres y hombres de 23 a 27 años de edad con un nivel socioeconómico medio a alto, que vivan en ciudad de Cuenca que gusten del clima templado, que se dediquen la comunicación social, al diseño, o que sean emprendedores que tengan ya ingresos económicos, que continuamente están educandose y que gusten de la moda y la cultura del Ecuador.

2.7.2 Propuesta de valor

La propuesta de valor es crear un colección de prendas para hombres y mujeres basadas en el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, brindando al cliente un producto de calidad, y que sobre todo proponga la perduración de la cultura de Cuenca por medio de la vestimenta y cree a su vez una relación emotiva entre la prenda y el cliente, para ello se crearán prendas limitadas para guardar exclusividad.

2.7.3 Canales de distribución

El medio de distribución y difusión será por medio de redes sociales, creando una página netamente para la colección en donde por medio de pauta se difunda en su sección de ventas en Instagram, para funcionar bajo pedido a través del móvil, a su vez también hacer proyectos de vinculación con tiendas de souvenirs turísticos, o con el Ministerio de Turismo, ya que las prendas evocan cultura.

2.7.4 Relación con el cliente

La relación con el cliente será por modo virtual para el envío del catálogo de la línea de indumentaria, después el cliente hará el pedido a través del móvil en base a su gusto, talla y color si el catálogo lo muestra, el cliente hará el pago a la cuenta de la marca, la prenda se enviará efectivizado el pago. De la misma manera se buscará abrir un segmento de opinión para los clientes, para que puedan dar a conocer cómo se sienten con las prendas o cómo se podría mejorar.

2.7.5 Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingreso serán por medio de la venta de las prendas de la colección, y la venta de la Guía de Procesos creativos para el Diseño de Líneas y Colecciones de Moda como un EBOOK.

2.7.6 Actividades clave

Pre producción de prendas, producción fotográfica para utilizar imágenes a redes sociales, plan de redes sociales, pago de publicidad para llegar a una mayor cantidad de posibles clientes, proponer diseños nuevos para la colección, realizar convenios con tiendas para la distribución de las prendas, realizar un desfile para el lanzamiento de la colección

2.7.7 Recursos clave

Recursos humanos

Mano de obra de costureras, convenios con distribuidores de telas e insumos,

-Recursos financieros

Préstamo al banco, ganancia de ventas, distribuidores de telas e insumos

-Recursos físicos

Taller de costura, máquinas de coser como la overlock y la recta, computadoras, materiales de costura como hilos, tizas, papel para patronar, reglas.

2.7.8 Socios clave

Convenios con distribuidores de telas e insumos a cambio de publicidad.

Convenios con el Ministerio de Turismo para difundir Cuenca con los turistas y a cambio reciben un porcentaje de la venta.

Convenio con la Alcaldía de Cuenca para difundir Cuenca por medio de la Ropa

2.7.9 Estructura de Costos

-Recursos humanos

Mano de obra de costureras: \$ 200

Publicista: \$ 200

-Recursos financieros

Préstamo al banco: \$ 5000

Distribuidores de telas e insumos: \$ 1000

-Recursos físicos

Taller de costura: \$500

máquinas de coser como la overlock y la recta :

\$2000 , computadoras: 1000

materiales de costura como hilos, tizas, papel

para patronar, reglas \$200

2.8 Conclusión

En este capítulo se pudo llegar a la conclusión de la planificación del proyecto en base a la metodología aplicada en donde se realizó una investigación de campo para obtener la información precisa que ayudaría a definir cómo sería el perfil de usuario y como desde este parte la base del proyecto, el mismo que tiene por objetivo crear una guía en donde se integren de procesos creativos de diferentes industrias. También la investigación de campo permite seleccionar mediante un muestreo de conveniencia , los procesos que se aplicaran en el caso de inspiración para la obtención de la línea de indumentaria basada en las tres casa seleccionadas del Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca, siendo estas la Casa Jerves, la Casa de los Murales y la Clínica Bolivar, las mismas que fueron elegidas mediante encuestas y un análisis de elementos arquitectónicos.

Al final el planteamiento de negocios permitió entender que tanto la línea de indumentaria streetwear y la guía deben ser distribuidas de una manera única y pensada, bajo estrictas normas y planteamientos.

3. Aplicación de los procesos

3.1 Procesos

- 3.1.1 Conciencia de identidad
- 3.1.2 Inspiración
- 3.1.3. Formstorming
- 3.1.4 . Búsqueda cromática
- 3.1.5. Materialidad
- 3.1.6. Conceptualización
- 3.1.7. Traducción espacial
- 3.1.8. Observación del detalle
- 3.1.9. Cuaderno de bocetos
- 3.1.10. Análisis morfológico
- 3.1.11. Bocetación
- 3.1.12. Hilo narrativo

3.2 Conclusiones



Introducción

Este capítulo tiene por objetivo la aplicación y ejecución de los procesos creativos preseleccionados con ayuda de las herramientas propuestas en el Capítulo 2, buscando poder integrarlos y emplearlos de la mejor forma en el caso de estudio de las casas seleccionadas del Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, obteniendo de este modo ya los procesos finales para la guía de creación de líneas y colecciones de indumentaria.

3. APLICACIÓN DE LOS PROCESOS CREATIVOS SELECCIONADOS.

La aplicación de estos procesos se definió mediante la utilización de los mismos dentro de la praxis, mediante la ayuda de herramientas que facilitan su desarrollo y los hacen más aplicables mediante pasos a seguir, esto con el fin de crear una línea de indumentaria basada en una inspiración.

Cabe recalcar que para el presente proyecto se tuvo ya una investigación previa del caso de inspiración, sin embargo esta se mantuvo dentro de los procesos para poder desarrollar la guía lo más real posible para su uso futuro.

3.1 Conciencia de identidad

El primer proceso aplicado es la conciencia de identidad, en donde se utiliza la herramienta de la Ventana de Johary para reconocer las habilidades y limitaciones específicamente al momento de diseñar. Revisando que es conciencia de identidad en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2 sobre esta herramienta, su aplicación es la siguiente:



1. Lista creada con mis rasgos característicos en cuanto a habilidades y limitantes al momento de diseñar.

Rasgos Característicos	¿Qué es?
Buena en Escritura	habilidad
Buena en Dibujo	habilidad
Buena Conceptualizando	habilidad
Creativa	habilidad
Pintar	limitante
Coser, Terminados	limitante
Desordenada	limitante
Estresada	limitante
Procrastinar deberes	limitante
Miedo al fracaso	limitante

Figura 54 : Cuadro de lista de rasgos característicos
Elaboración propia

2. Lista de rasgos característicos que definieron dos personas cercanas en cuanto a habilidades y limitaciones

Rasgos Característicos	¿Qué es?
Creativa	habilidad
Excelente Dibujando	habilidad
Buena en Fotografía	habilidad
Buena escribiendo	habilidad
Poco comunicativa	limitante
Coser, Terminados	limitante
Impulsiva	limitante
Estresada	limitante
Desordenada	limitante
Muy Observadora	habilidad

Figura 55 : Cuadro de lista de rasgos característicos
Elaboración propia

3. Relacionar ambas listas y clasificar los rasgos con la zonas de La ventana de Johari

	LO QUE CONOCES DE TI	LO QUE DESCONOCES DE TI
LO QUE CONOCEN DE TI	<p>ACTUACION ESPONTANEA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Creativa -Buena en escritura -Buena Dibujando -Mala cociendo -Desordenada -Estresada 	<p>ZONA CIEGA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buena en Fotografía -Poco Comunicativa -mpulsiva -Muy observadora.
LO QUE NO CONOCEN DE TI	<p>ZONA OCULTA</p> <ul style="list-style-type: none"> -Buena Conceptualizando -Pintar -Procastinar deberes -Miedo al fracaso 	<p>ZONA DESCONOCIDA</p> <p>-</p>

Figura 56 : Cuadro de clasificación de Rasgos
Elaboración propia

Conclusión

Aplicar este proceso con la ayuda de la Herramienta de la Ventana de Johary permite conocer más a fondo las habilidades y limitaciones al momento de crear diseños. Los rasgos que más predominan son los de la Zona de Actuación Espontánea, permitiendo entender que existe franqueza y honestidad tanto con uno mismo como con las relaciones interpersonales, sin embargo existen varios rasgos que se encuentran ocultos en los cuales se debe trabajar para potenciarlos o para controlarlos y que no jueguen en contra de un progreso, por otro lado también existen varios rasgos que los demás ven que uno mismo no los percibió por lo cual se debe tomar conciencia de aquello para poder sobrellevarlos de la mejor manera.

4. Una vez contabilizado los rasgos por zonas, el resultado es que mi zona de Actuación espontánea es la que más presente está, y que se debe potenciar las demás habilidades y trabajar en las limitaciones de las otras zonas.

3.2 Inspiración

El segundo proceso aplicado es la conciencia de identidad, en donde se utiliza la herramienta de la Búsqueda de la Visión para encontrar la inspiración para diseñar.

Revisando que es la Inspiración en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2 sobre esta herramienta, su aplicación es la siguiente:



1. Primera hora: Salí de mi casa protegida del sol por protector solar, una botella de agua, con mi libreta y lápiz. Empecé mi rumbo tomando la Domingo Savio y pensando en cuál era mi pregunta estrella, sigue por Av. Isabela Católica hasta cruzar por el puente de la Felipe II, tomando la Av. 27 de febrero, caminando por la calle Agustín Cueva Cordero, llegando a la Av. Remigio Crespo y fue ahí cuando obtuve mi pregunta, siendo ¿Que puedo mostrar mediante la ropa que me represente?.



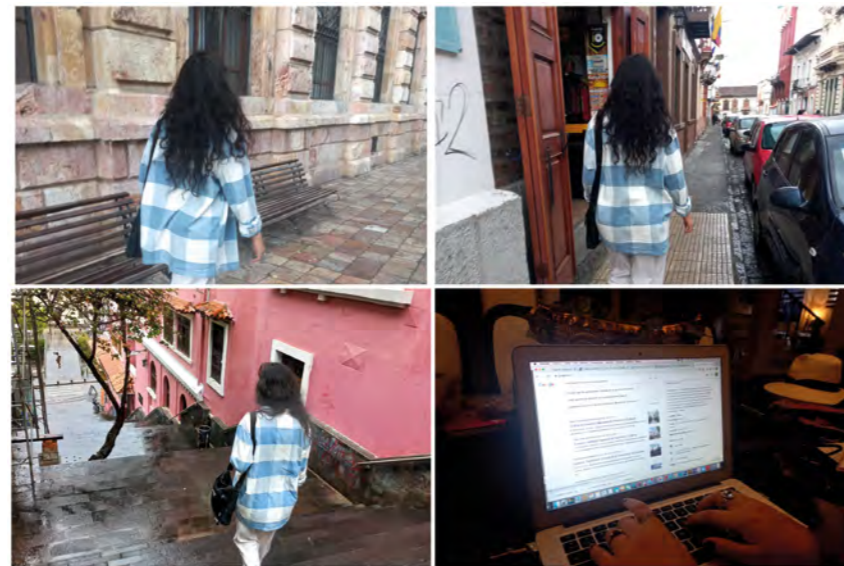
PRIMERA HORA

2. Segunda Hora: Continúe avanzando, pero esta vez ya no solo pensando en una pregunta sino buscando respuestas a esa pregunta mediante mis sentidos, en especial el de la vista, observando mientras caminaba por la Agustín Cueva hasta llegar a la Av. 12 de Abril y encontrarme con el Puente del Centenario, lo cruce y me adentre en el enorme y hermoso Centro Histórico de Cuenca, observe sus edificaciones cruzándose de una vereda a la otra por toda la Benigno Malo, anotando varias ideas que surgían hasta llegar al Parque Calderón.



SEGUNDA HORA

3. Tercera Hora: Me senté en unas sillas del Parque Calderón que no estaban ocupadas por nadie, y empecé a leer mi pregunta junto con mis anotaciones de señales que llamaron mi atención en mi segunda hora de caminata y una anotación se llevo toda mi atención y prendió en mí una chispa de inspiración profunda la cual era Arquitectura del centro. La medité de varias formas hasta decidir regresar al lugar de inicio.



TERCERA HORA

4. Cuarta Hora: De regreso caminando por otra ruta muy diferente, me di cuenta de que mientras más meditaba la idea, más emoción y curiosidad sentía, al llegar a mi lugar de inicio, anote la idea en un papel y empecé a investigar sobre ello y a medida que investigaba más me asombraba y así supe que seria mi inspiración.

5. Obtuve la Inspiración que es el Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca.



CUARTA HORA

Conclusión

Utilizar la herramienta de la búsqueda de la visión fue todo una aventura, ya que la misma permite la salida de la zona de confort, y deja que la mente se abra a nuevas ideas y oportunidades, llegando así a definir una inspiración más profunda.

3.3 Formstorming

El tercer proceso aplicado es el formstorming en donde se utiliza la herramienta de la Fotografía para capturar formas de la inspiración que en este caso es el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, muy parecidas pero no iguales que permitan la creación de un collage.

Revisando que es el Formstorming en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2 sobre la herramienta, su aplicación es la siguiente:

1. Definir la Inspiración: El Patrimonio Arquitectónico de Cuenca

2. Tomar fotografías de la inspiración que guarden relación en forma.

Cielos Rasos y Pisos en donde se repite un patrón



Figura 57: Cielos Rasos y Piso
Elaboración propia

3. Recopilar varias imágenes.



Figura 58: Varias Fotografías,
Elaboración propia

4. Realizar un collage con las imágenes



Figura 59: Collage de formstorming
Elaboración propia.

Conclusión

Este proceso permite mediante la herramienta de la fotografía, recopilar imágenes de la inspiración, que guarden relación en su forma, terminando en un collage que servirá para analizar la inspiración y su forma.



3.4 Búsqueda Cromática

El cuarto proceso aplicado es la Búsqueda Cromática en donde se utiliza la herramienta Adobe Capture en el teléfono para una paleta de colores desde la inspiración que en este caso es el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, la misma que servirá para la propuesta de la colección.

Revisando que es la Búsqueda Cromática en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2 sobre la herramienta, su aplicación es la siguiente:

1. Descargue la app Adobe Capture de Playstore.
2. Al abrir la aplicación, en la parte inferior derecha de la pantalla aparecerán dos iconos: de galería y de una cámara.

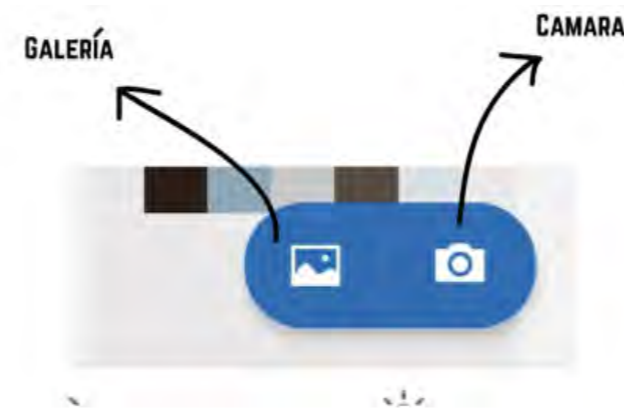


Figura 60: Captura de pantalla. Elaboración propia.



3. Seleccionar la galería para sacar la paleta de una imagen del Patrimonio Arquitectónico de Cuenca que en este caso será la Clinica Bolivar. La foto es tomado de proceso anterior del formstorming.

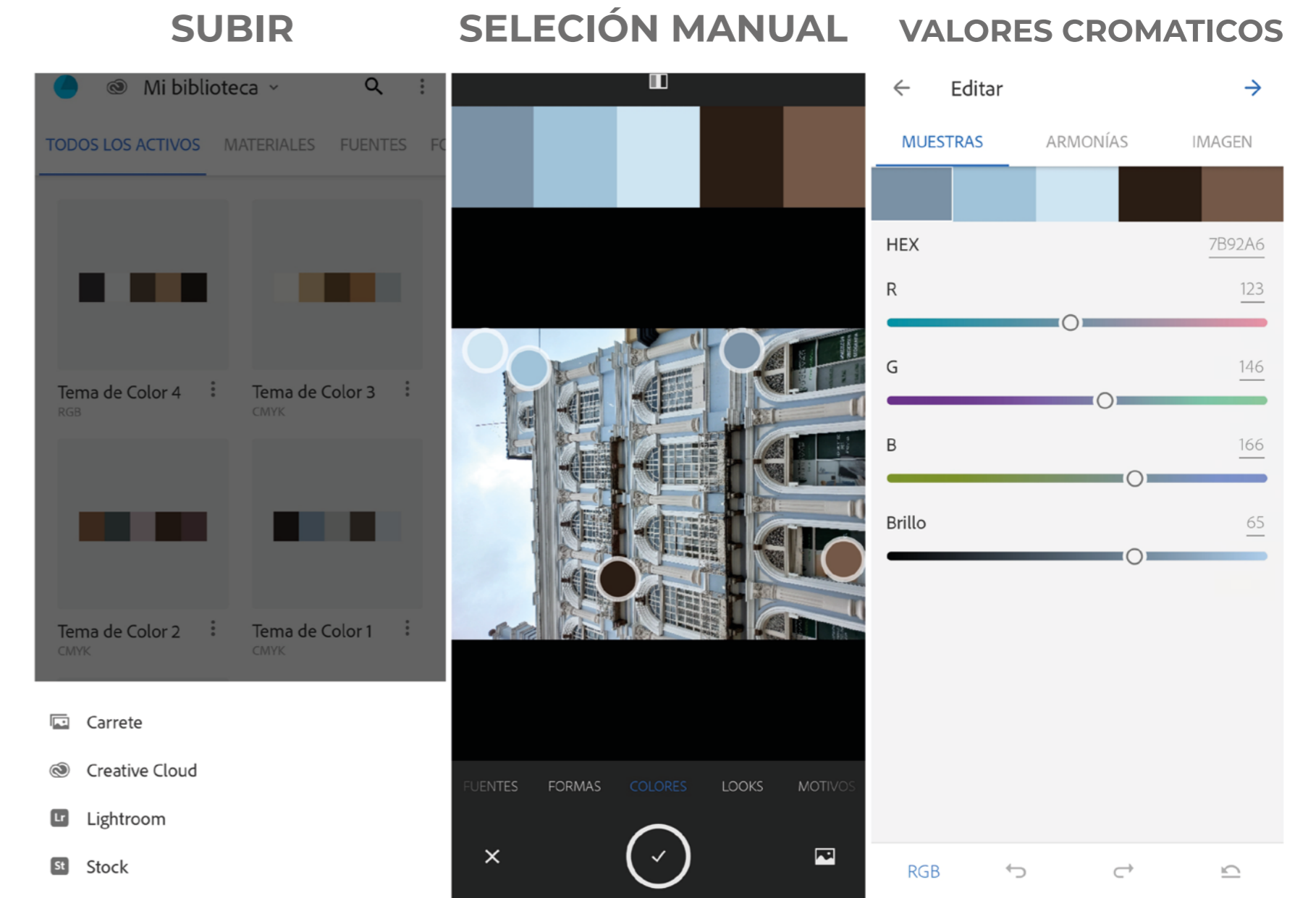


Figura 61: Captura de pantalla. Elaboración propia.

4. Se obtiene la Paleta de Color al Guardar en biblioteca de la App, Se realizo lo mismo con las otras dos imagenes de las dos casa restantes.

PALETA DE COLORES

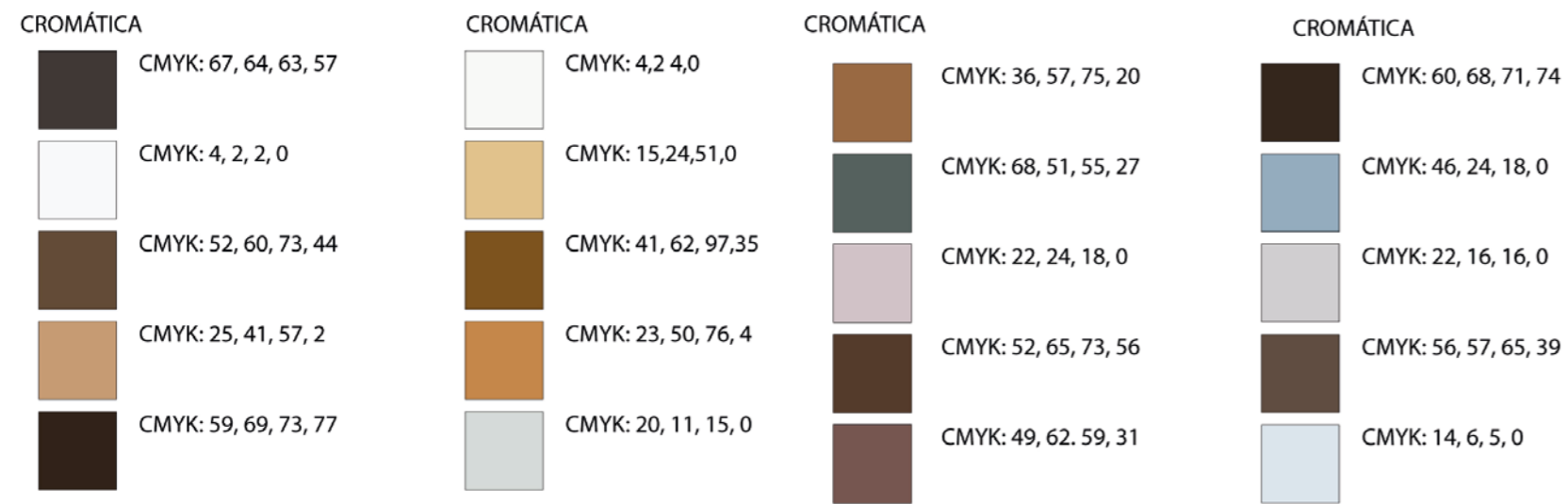


Figura 62: Paleta de color
Elaboración propia.

Conclusión

Obtener una paleta de color mediante este proceso con ayuda de la herramienta del Adobe Capture es muy facil y rápido, ya que los colores son abstraídos desde las fotografías de la inspiración tomadas en el formstorming, por lo cual los colores son exactos a la inspiración.

3.5 Materialidad

El quinto proceso aplicado es la Materialidad en donde se utiliza la herramienta de la Observación y el Tacto para la recopilación de información de telas e insumos que servirán para la propuesta de la colección. Cabe destacar que aquí si tomo la paleta de colores para una búsqueda más prolija.

Revisando que es la Materialidad en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2 sobre la herramienta, su aplicación es la siguiente:



1. Observar y tocar los materiales disponibles en Casa Farah, Lira y Gogo

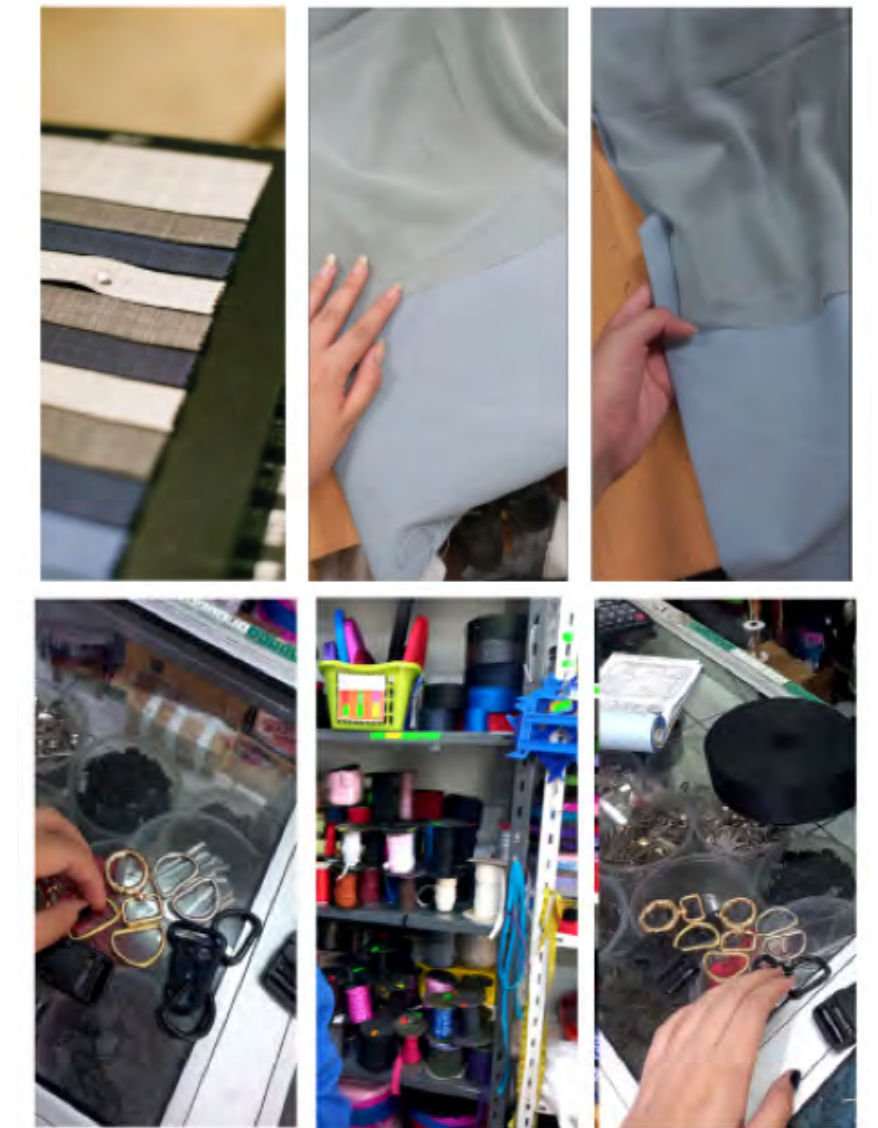


Figura 63: Materiales disponibles
Elaboración propia.

2. Anotar las características de los materiales e insumos que más llamaron la atención : Tela Cashmere, Tela Escuba, Tela Shifon, Tela Randa, Telas en colores blancos y celestes con caída, Broches metálicos en negro, dorado y plateado, Broches de mochila color negro.
3. Buscar técnicas: Print textil, corte a laser, estampado de Dtf

Conclusión

Obtener toda esta recopilación de información acerca de los materiales por medio de este proceso creativo ha permitido tener ya un primer acercamiento a como se pudiera ver la línea propuesta, y saber que técnicas se necesita usar para poder proponer prendas que muestren la inspiración.

3.6 Conceptualización

El sexto proceso aplicado es la Conceptualización en donde se escribe información de todo acerca de la línea, cabe mencionar que aquí se buscó unir toda la información ya obtenida de los otros procesos creativos anteriores.

Revisando que es la Conceptualización en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:

1. Colocar un nombre a la conceptualización: Santa Ana Republic
2. Describir la Inspiración: Santa Ana Republic es una línea de indumentaria urbana que está basada en el Patrimonio Arquitectónico del Centro Histórico de Cuenca, mismo que fue nombrado por la ONU EN 1999 por su gran riqueza cultural, sus edificaciones coloniales y republicanas que demuestran toda la historia cuencana y como de un imperio incaico pasó a ser gobernada por los españoles, trayendo por último un afrancesamiento imponente en sus fachadas.
3. Describir qué es lo que se ha tomado de la inspiración: Por ello Santa Ana se basará en la riqueza de la arquitectura patrimonial de Cuenca es evidente por sus fachadas con cenefas que se roban las miradas, balcones de hierro forjado que sobresalen de sus ventanas, ornamentaciones y

cielos rasos de latón que muestran gran cantidad de formas, colores y texturas.

4. Describir cómo se utilizará lo tomado de la inspiración, que se aplicó y como: Por esa razón Santa Ana Republic es una línea con formas y colores que representan la arquitectura por medio de prendas en un estilo urban chic , que fueron realizadas bajo un análisis morfológico, para luego ser empleadas bajo técnicas como el corte a laser, la estampación o la impresión textil, para crear piezas únicas que son traídas a un estilo streetwear.
5. Describir el objetivo final : Por último Santa Ana Republic busca mostrar la riqueza cuencana por medio de prendas únicas que reflejen la increíble arquitectura de Cuenca.

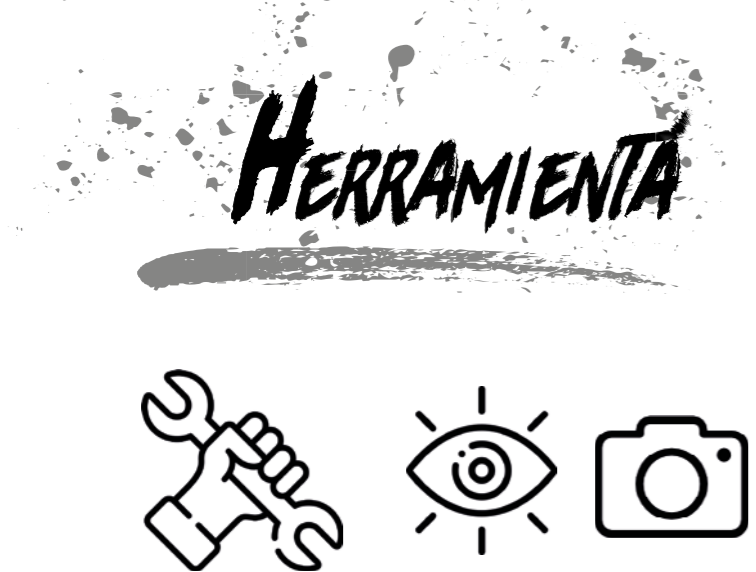
Conclusión

Realizar este proceso creativo permite crear un concepto muy técnico acerca de la colección, contando cuál es su inspiración, que se toma de ella, como se la aplica y mediante qué telas o qué técnicas textiles, quizás lo único que no presenta es una emoción más profunda acerca de la línea, y se muestra mucho más entendible para quienes conocen de terminos de moda, pero para futuros consumidores no serviría en su totalidad.

3. 7 Traducción Espacial

El séptimo proceso aplicado es la Traducción Espacial en donde se aplica la herramienta de la Fotografía y Perspectiva, para obtener fotografías del Patrimonio Arquitectónico de Cuenca desde diferentes ángulos y lados.

Revisando que es la Traducción Espacial en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:



FOTOGRAFÍA & PERSPECTIVA

1. Con una cámara tomar fotos desde diferentes ángulos.



Figura 64: Collage de toma de perspectivas de casas seleccionadas
Elaboración propia.

2. Juntar las fotografías en modo collage



Figura 65: Collage de la casa Jerves
Elaboración propia

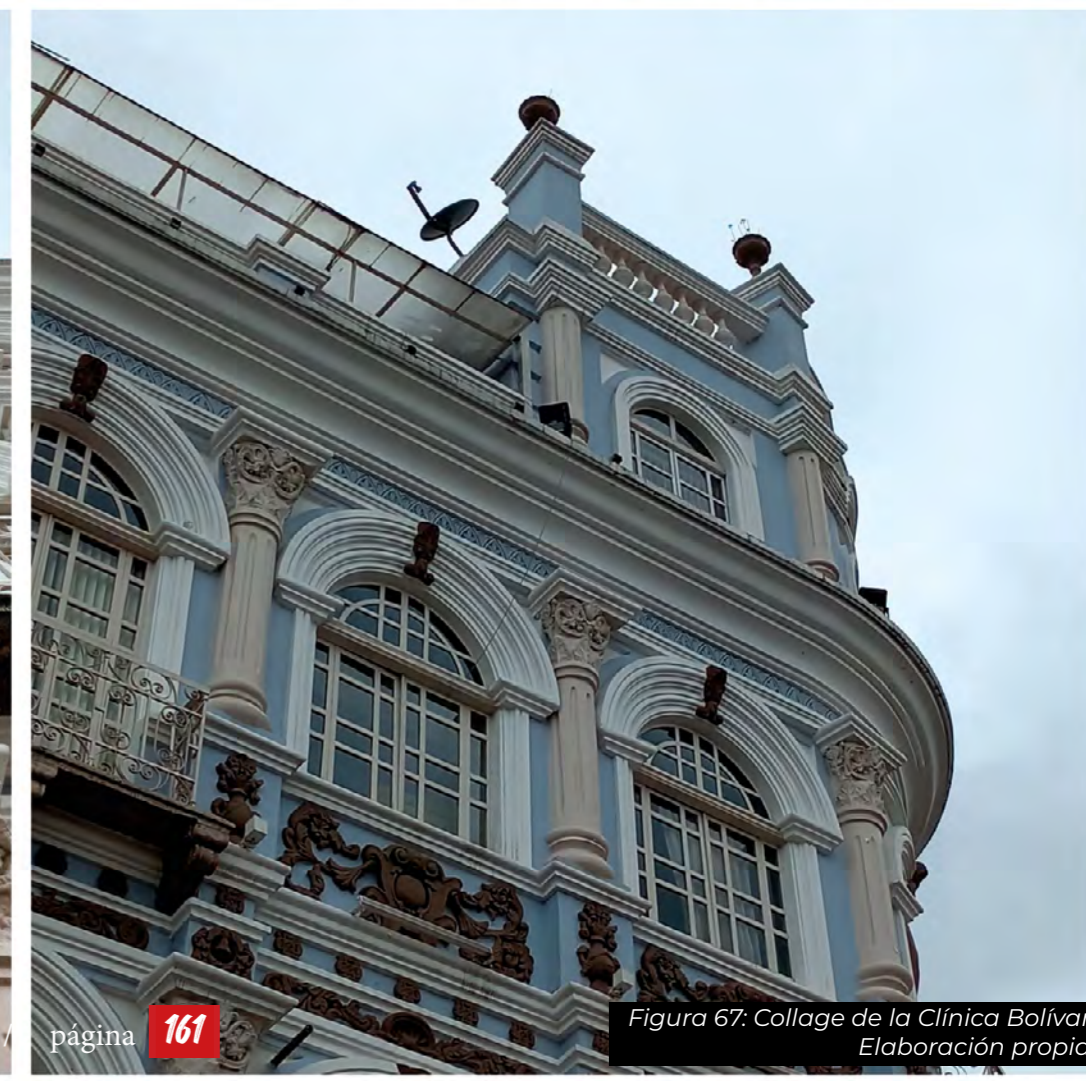
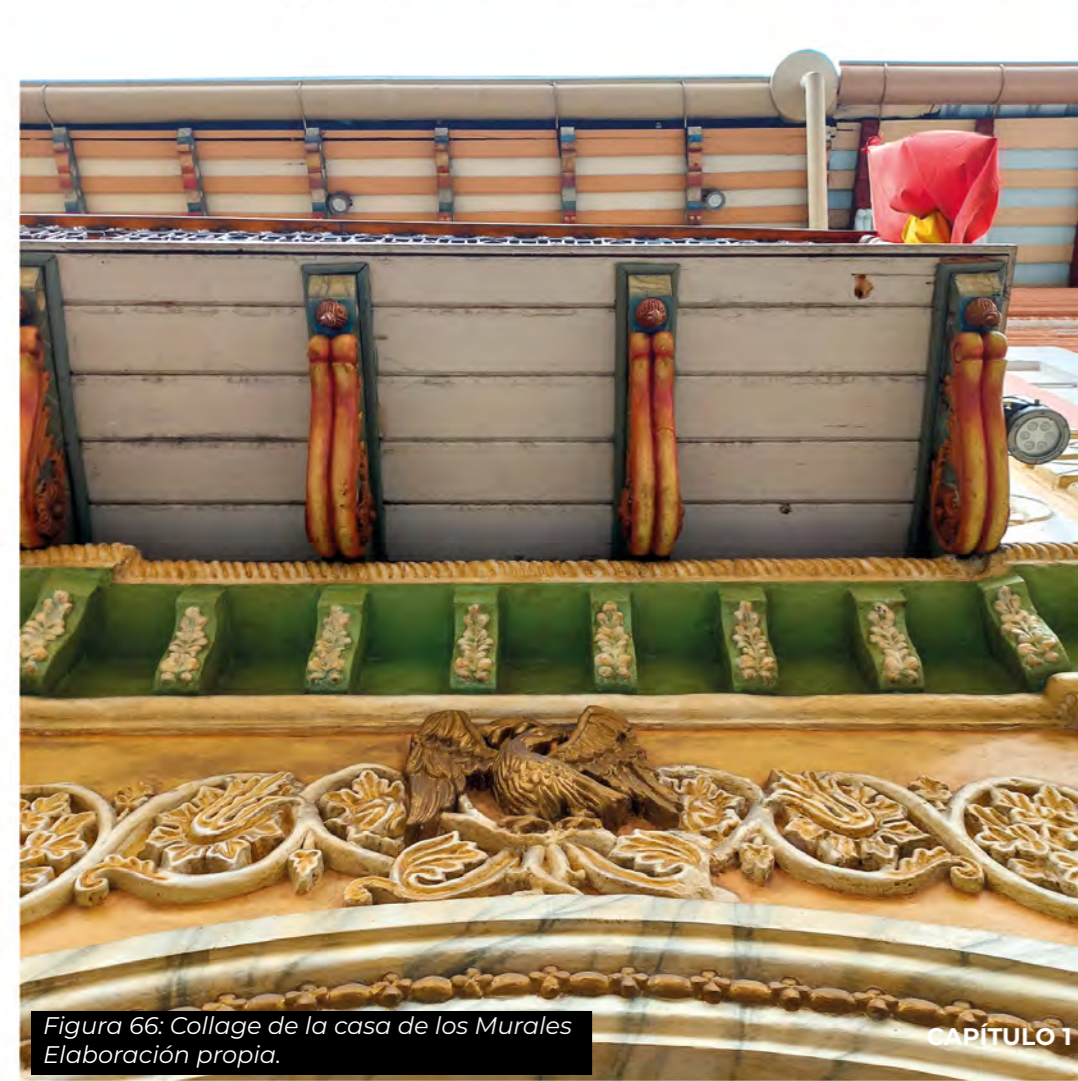


Figura 66: Collage de la casa de los Murales
Elaboración propia. CAPÍTULO 1 /

Conclusión

3. Analizar la línea, el punto y plano que puede existir en cada imagen

La Traducción Espacial es el proceso creativo que se parece mucho al Framestorming, sin embargo este proceso te deja experimentar mucho más porque puedes tomar fotografías desde diferentes ángulos y no solo de formas que se parezcan, sino de cualquier forma en cualquier perspectiva.

3. 8. Observación del detalle

El octavo proceso aplicado es la Observación del Detalle en donde se aplica la herramienta de la Observación, para analizar más a detalle las formas presentes Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, cabe mencionar que se tomaron las fotografías de la traducción espacial para realizar el proceso. Revisando que es la Observación del Detalle en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:



1. Abrir fotografías del proceso de Traducción Espacial.



Figura 68: Collage de la Clínica Bolívar
Elaboración propia.

2. Observa detalladamente las imágenes y hazles zoom para que puedas definir que detalles y formas te llaman la atención de la inspiración.

3. Recorta las formas y detalles que encuentres que tiene formas que pueden ayudarte en tu creación de la colección o guía.



Figura 69: Imagen con zoom en detalle de Clínica Bolívar
Elaboración propia.



Figura 70: Detalle recortado de fotografía de Clínica Bolívar
Elaboración propia.

Conclusión

Observar a detalle las formas de las tres casas a partir de las fotografías del procesos de la Traducción Espacial, permite ya dar un paso en la ideación en la mente de cómo esas formas pueden ayudar a crear la línea de indumentaria.

3.9 Cuaderno de bocetos

El octavo proceso aplicado es la Observación del Detalle en donde se aplica la herramienta de la Observación, para analizar más a detalle las formas presentes Patrimonio Arquitectónico de Cuenca, cabe mencionar que se tomaron las fotografías de la traducción espacial para realizar el proceso.

Revisando que es la Observación del Detalle en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:



CUADERNO & LAPIZ

1. Tomar las formas de la Observación a detalle.

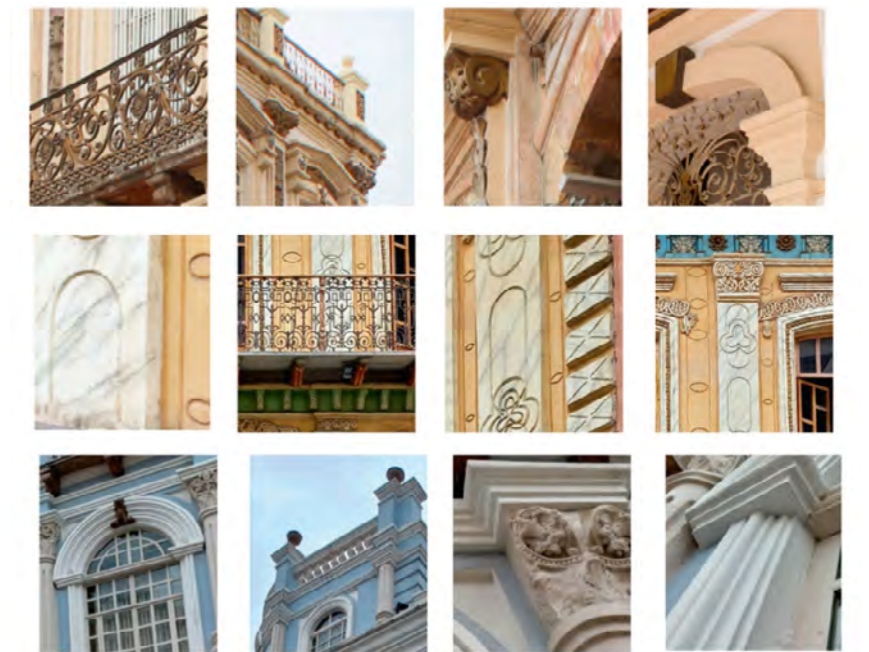


Figura 71: Observación del detalle, Casa Jerves, Casa de los Murales y Clínica Bolívar.
Elaboración propia.

2. Dibujar de manera rápida aquellas formas que llamaron la atención.

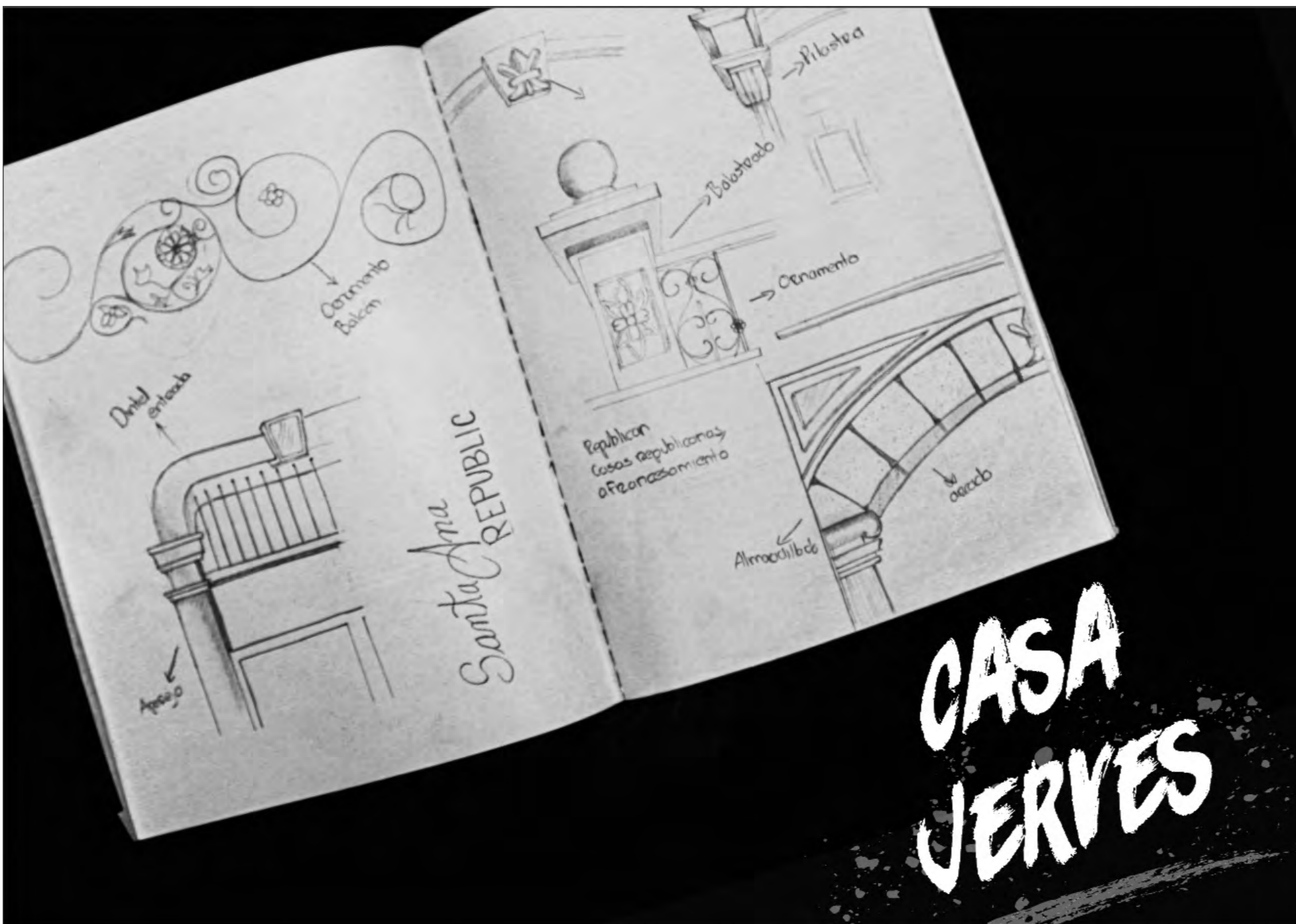


Figura 72: Cuaderno de Bocetos.
Elaboración propia.



Figura 73: Cuaderno de bocetos.
Elaboración propia.

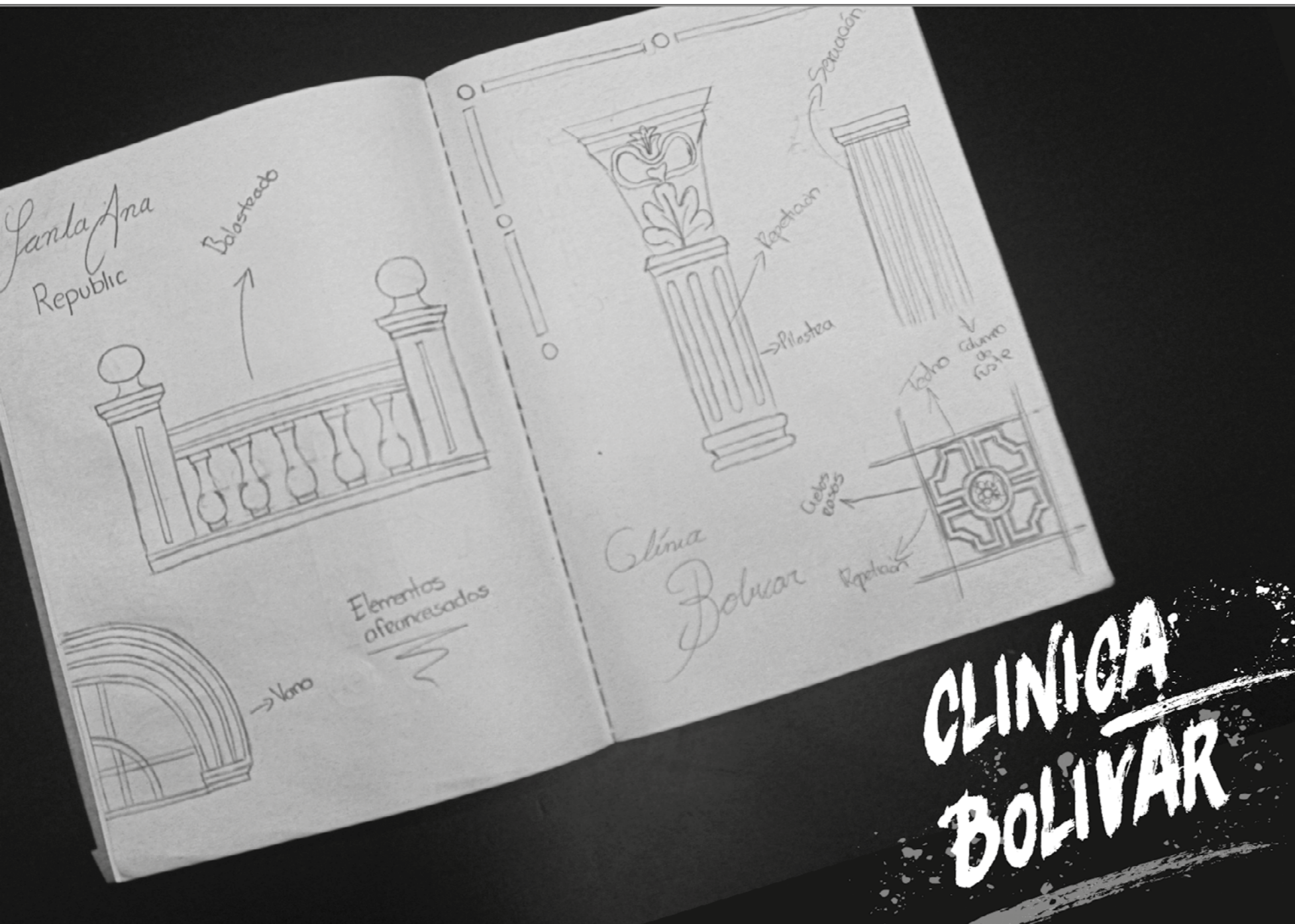


Figura 74: Cuaderno de bocetos
Elaboración propia.

Conclusión

El proceso de cuaderno de bocetos permite el rápido registro de la obtención de formas de la inspiración, mismas que servirán para un estudio de forma más profunda para emplear esas formas en la línea de indumentaria.

3. 10 Análisis morfológico

El décimo proceso aplicado es el Análisis Morfológico en donde se aplica la herramienta de Adobe Illustrator para realizar la vectorización y análisis por medio de la descomposición de las formas abstraídas de las Casas Patrimoniales. Cabe destacar que se tomaron los bocetos rápidos del anterior proceso para realizar la vectorización correcta.

Revisando que es el Análisis Morfológico en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:



1. Abrir las fotos del detalle en Adobe Illustrator
2. Tomar fotos de los bocetos rápidos, abrirlos junto a las fotos de detalle en Adobe Illustrator.

OBSERVACIÓN DEL DETALLE



ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



Figura 75: Análisis morfológico.
Elaboración propia.

2. Tomar la herramienta de pluma de Adobe Illustrator, empezar a vectorizar a partir del boceto rápido.

OBSERVACIÓN DEL DETALLE



ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN

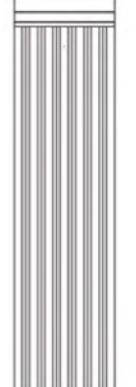


Figura 76: Análisis morfológico.
Elaboración propia.

3. Descomponer la vectorización en partes.

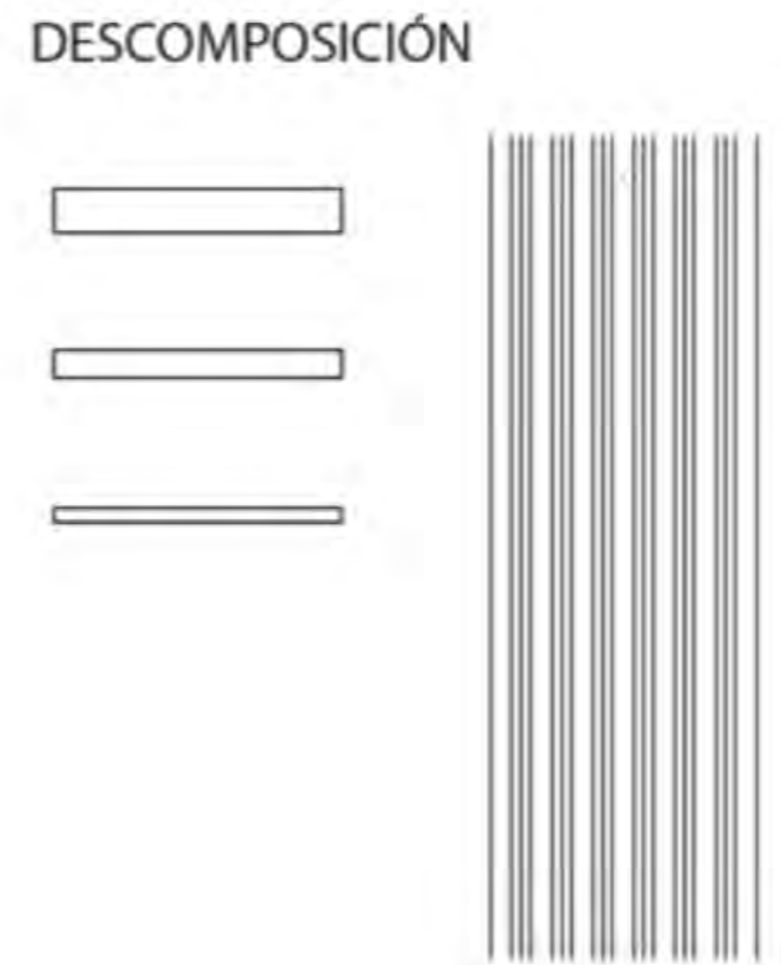
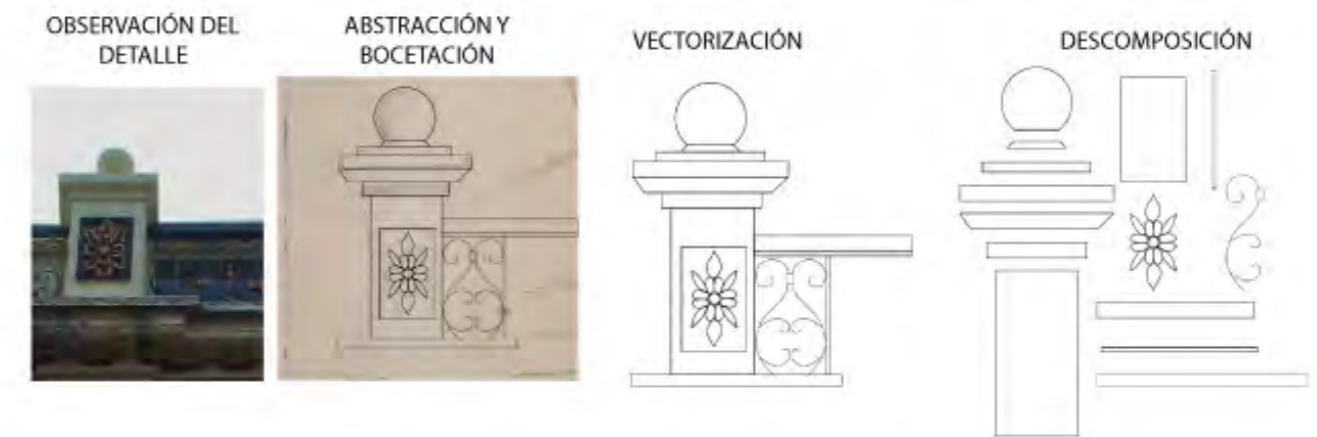


Figura 77: Análisis morfológico.
Elaboración propia.



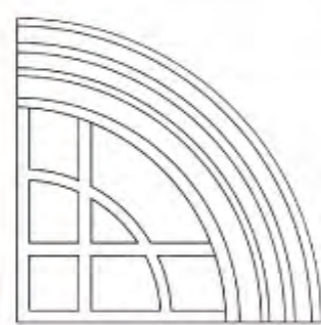
OBSERVACIÓN DEL DETALLE



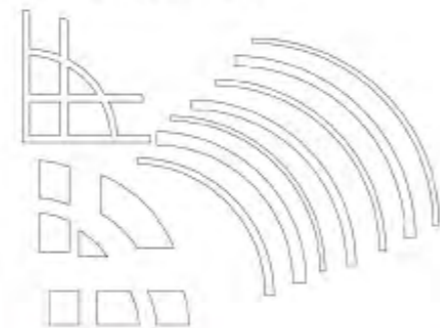
ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN



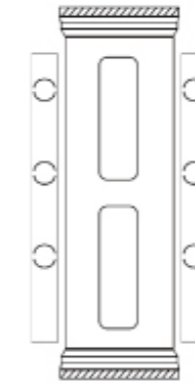
OBSERVACIÓN DEL DETALLE



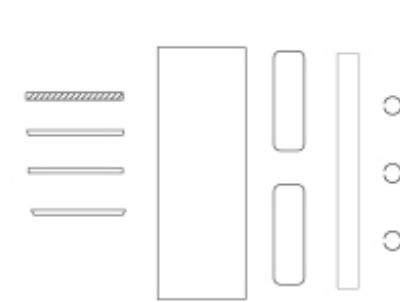
ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN



OBSERVACIÓN DEL DETALLE



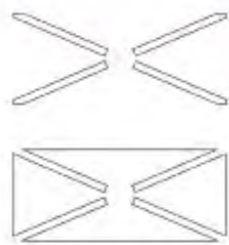
ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN



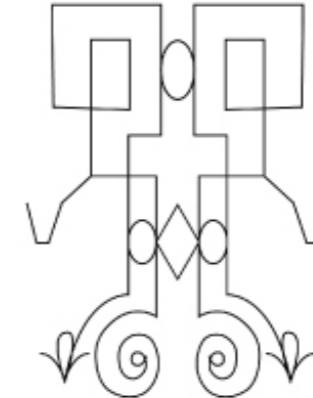
OBSERVACIÓN DEL DETALLE



ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN



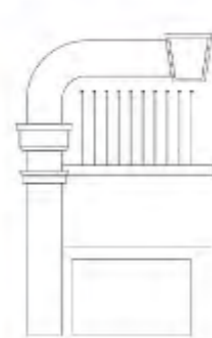
OBSERVACIÓN DEL DETALLE



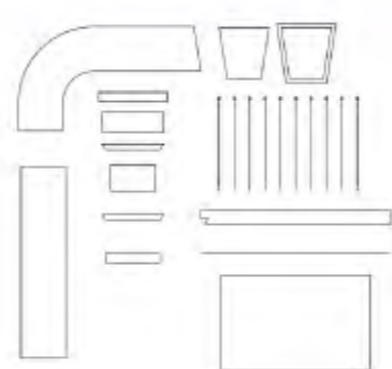
ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN



VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN



OBSERVACIÓN DEL DETALLE



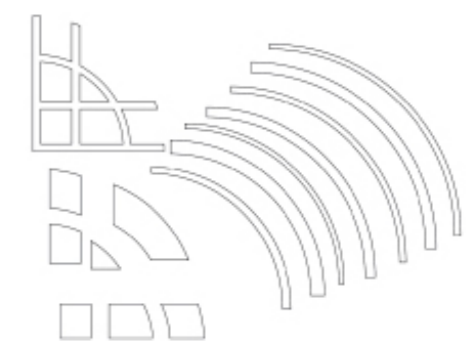
ABSTRACCIÓN Y BOCETACIÓN

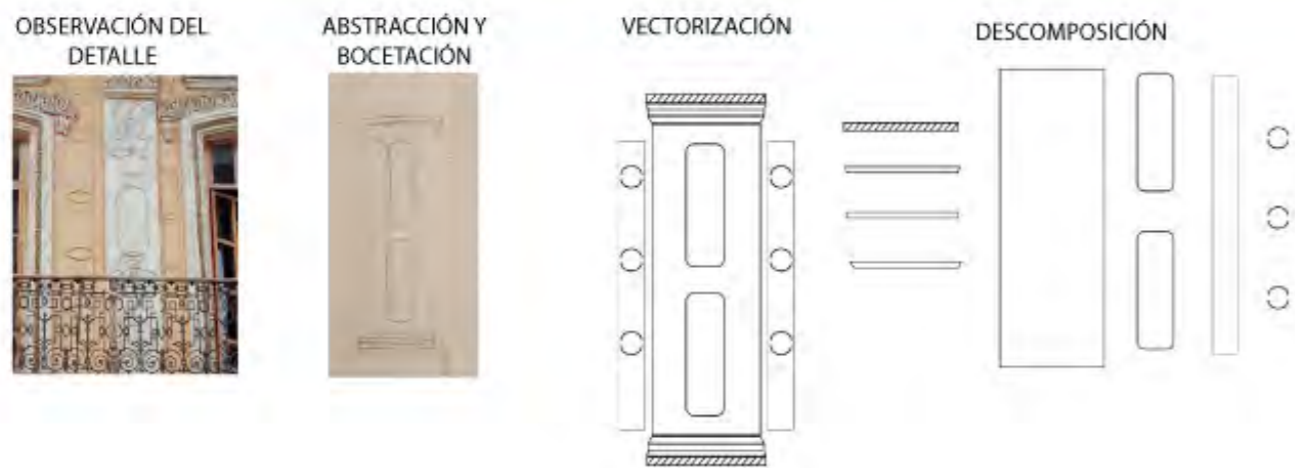
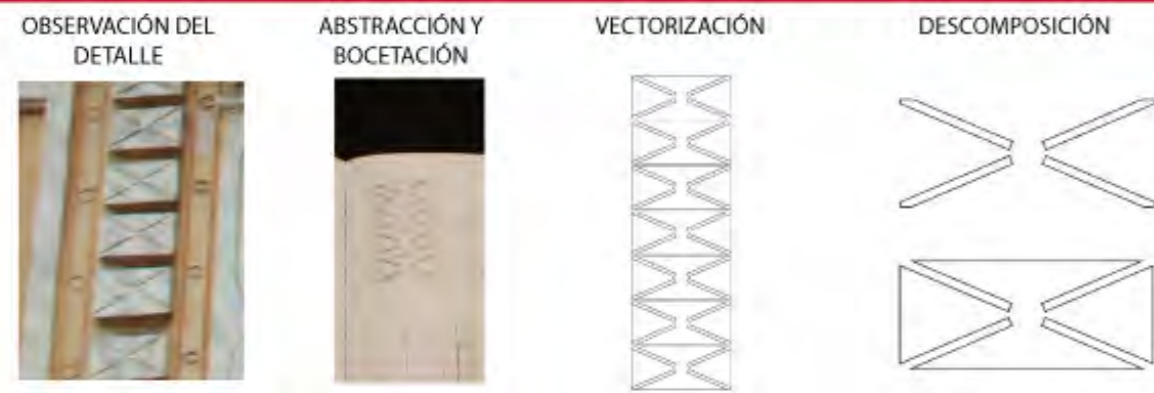


VECTORIZACIÓN



DESCOMPOSICIÓN





Conclusión

Realizar este proceso de análisis morfológico es el paso final para obtener formas que pueden crear patrones o mayas, formas que servirán de base para proponer diseños basados en su totalidad en la inspiración, lo cual lo hará a la línea de indumentaria muy conceptual.

3. 11 Bocetación

El penúltimo proceso aplicado es la bocetación en donde se aplica la herramienta del Sketchbook para realizar la propuesta de bocetos que denotan el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca. Cabe destacar que se tomaron los resultados de todos los procesos, estando la paleta de color, las telas a utilizar y el analisis morfologico para dar forma a la linea de indumentaria. Revisando que es la Bocetación en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su resultado es la siguiente:



Figura 78: Bocetos Casa Jerves
Elaboración propia.



Figura 79: Bocetos Casa de los Murales
Elaboración propia.



Figura 80: Bocetos Clínica Bolívar
Elaboración propia.

3. 12 Hilo Narrativo

El último proceso aplicado es el Hilo Narrativo en donde se aplica la herramienta de las Fases del Hilo Narrativo para realizar una historia que cuente de forma emotiva lo que la línea de indumentaria es. Revisando que es el Hilo Narrativo en el capítulo 1 y siguiendo los pasos especificados en el Capítulo 2, su aplicación es la siguiente:



PASOS DEL HILO NARRATIVO

1. Idea inicial: Una línea de indumentaria Streetwear Inspirada en El Patrimonio Arquitectónico de Cuenca.

2. Logline:

- a) Protagonista: La línea de Indumentaria
- b) Personajes: Casa Jerves Malo, Clínica Bolívar, Casa de los Murales
- c) Hechos: Mostrar la identidad cuencana, mostrar la historia cuencana, la unión de la arquitectura y la ropa.
- d) Lugar: Centro Histórico de Cuenca, Calle Simón Bolívar
- e) Tiempo: Pasado y presente.

3. El Argumento y personajes:

Ella nace de una ciudad con edificaciones republicanas nada discretas, de cielos rasos decorados, con fachadas llenas de cenefas que deleitan la mirada, con balcones de hierro forjado que rebosan de entre las ventanas. Ella nace de Cuenca, de su centro histórico específicamente, en donde balanceándose entre sus calles se siente conectada a su arquitectura, especialmente a tres bellas edificaciones que se llevan su total atención, la increíble Casa de los Murales, la majestuosa Clínica Bolívar y la memorable Casa Jerves.

4. Climax:

de inmediato ella se siente atraída por aquellas imponentes construcciones, y desea ser como ellas, desea mostrar la historia por medio de su forma en piezas únicas de indumentaria, tomando y adhiriendo sus siluetas, sus colores y sombras, pues ella busca camuflarse entre el patrimonio para ser parte de él, revistiéndose de telas suaves y encantadas con colores que sólo gritan una cosa: “ Yo soy belleza cuencana, y de mi nace tu historia”.

5. Desenlace:

Ella es Santa Ana Republic, una línea textil que existe a partir de sus tres musas, que son su centro y norte, son las que le dieron sus rasgos cuencanisados.

Santa Ana Republic

Ella nace de una ciudad con edificaciones republicanas nada discretas, de cielos rasos decorados, con fachadas llenas de cenefas que deleitan la mirada, con balcones de hierro forjado que rebosan de entre las ventanas. Ella nace de Cuenca, de su centro histórico específicamente, en donde balanceándose entre sus calles se siente conectada a su arquitectura, especialmente a tres bellas edificaciones que se llevan su total atención, la increíble Casa de los Murales, la majestuosa Clínica Bolívar y la memorable Casa Jerves, de inmediato ella se siente atraída por aquellas imponentes construcciones, y desea ser como ellas, desea mostrar la historia por medio de su forma en piezas únicas de indumentaria, tomando y adhiriendo sus siluetas, sus colores y sombras, pues ella busca camuflarse entre el patrimonio para ser parte de él, revistiéndose de telas suaves y encantadas con colores que sólo gritan una cosa: “ Yo soy belleza cuencana, y de mi nace tu historia”. Ella es Santa Ana Republic, una línea textil que existe a partir de sus tres musas, que son su centro y norte, son las que le dieron sus rasgos cuencanisados.

3.2 Conclusiones

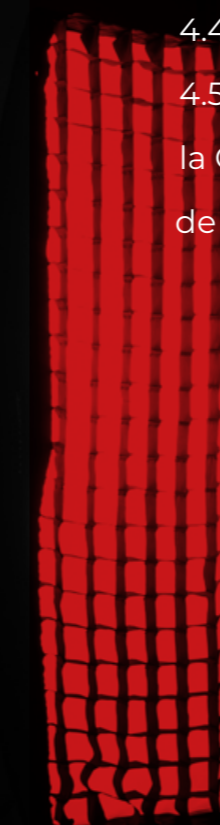
Al terminar este capítulo se puede deducir que integrar procesos creativos de varias industrias es posible, ya que todos tienen un mismo inicio que es la creatividad, sin embargo al ir aplicando los procesos al caso de estudio que es el Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca, es notable que no todos funcionan juntos y por ello se eliminará dos de ellos para la guía final, siendo estos el formstorming y la conceptualización, dejando así 10 procesos que con base a los resultados obtenidos, quedarán ordenados de la siguiente manera.

1. Conciencia de identidad
2. Inspiración
3. Traducción espacial
4. Búsqueda Cromática
5. Materialidad
6. Hilo narrativo
7. Observación del Detalle
8. Cuaderno de bocetos
9. Análisis Morfológico
10. Bocetación

Quedarán de tal modo por motivo de que funcionaron unos seguidos de otros a la perfección dando como resultado a Santa Ana Republic, una línea streetwear de indumentaria con una gran carga morfológica abstraída desde el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca.

4. Diseños finales y guía

- 4.1 Bocetos finales
- 4.2 Fichas técnicas
- 4.3 Diseños Finales
- 4.4 Conclusiones
- 4.5 Guía de Procesos Creativos para la Creación de Colecciones y líneas de moda.



CAPÍTULO



Introducción

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de los procesos creativos, obteniendo una Línea de Indumentaria Streetwear Santa Ana Republic en donde se observa las propuestas finales de las prendas para la colección, sus fichas técnicas como también las fotografías finales de las prendas resultantes. Sumando a esto la Guía Completa para diseñar líneas y colecciones de moda desde los procesos integrados..

4. Diseños finales y guía

4.1 Bocetos Finales

Las propuestas de diseño realizadas para la línea de indumentaria Santa Ana Republic, atestiguan que la guía de procesos creativos propuesta es efectiva, ya que los bocetos muestran la arquitectura de las casas republicanas Jerves, de los Murales y la Clínica Bolívar que fueron tomadas del Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca como inspiración, mediante su forma, las técnicas textiles y las telas utilizadas, siendo consideradas seis propuestas de prendas.



Figura 81: Propuesta 1. Colección Santa Ana Republic
Elaboración propia



Figura 82: Propuesta 2. Colección Santa Ana Republic
Elaboración propia



Figura 83: Propuesta 3. Colección Santa Ana Republic
Elaboración propia



Figura 84: Propuesta 4. Colección Santa Ana Republic
Elaboración propia



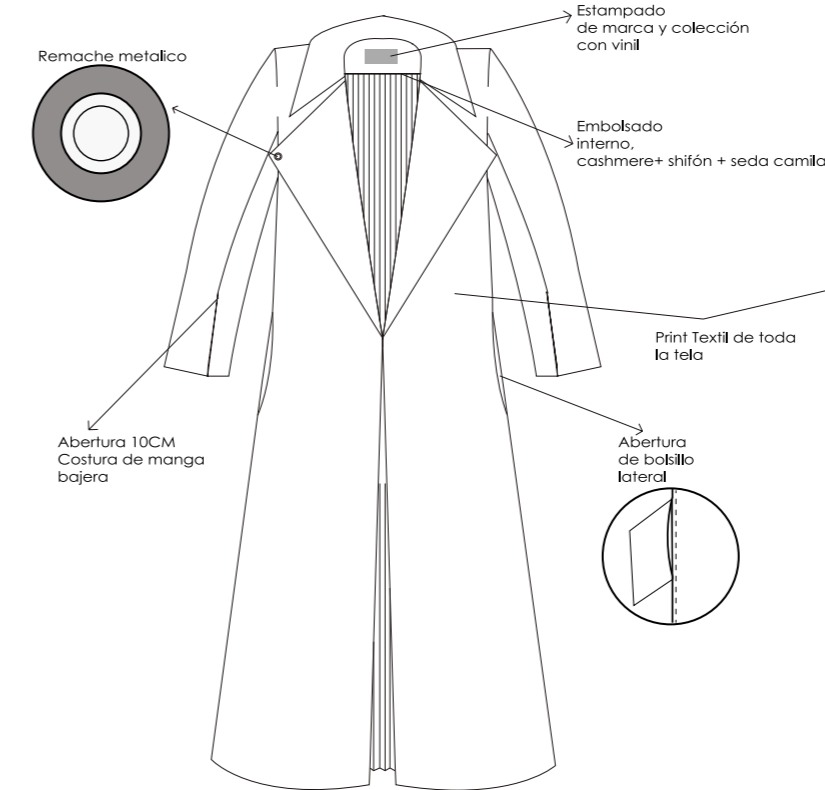
Figura 85: Propuesta 5. Colección Santa Ana Republic
Elaboración propia

4.2 Fichas Técnicas

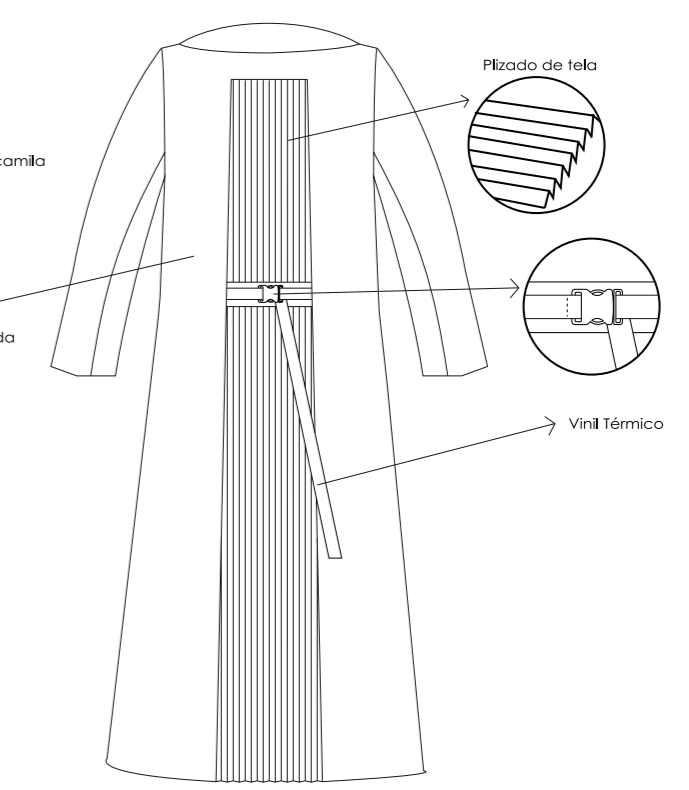
FICHA TÉCNICA No. 1

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Linea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Abrigo Chesterfield	Código: 001	MEDIDAS C. Cuello 36 cm C. Brazo 28 cm C. Pecho 92 cm C. Cintura 74 cm C. Cadena 100 cm Largo total 110 cm Corte posterior 14 cm Talle delantero 43 cm Talle posterior 45 cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Print Textil Plizado de tela Maquinaria de coser
	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Medium	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE



GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA				CROMÁTICA					
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN						
Cashmere	Casa Farah	2 metros	Todo el abrigo						
Shifón	Casa Farah	1/2 metro	Plizado-Espalda						
Seda Camila	Casa Farah	2 metros	Forro interno						
Hebillas Broche	Gogo	1	Espalda- nivel cintura						
Remache metalico	Gogo	1 funda- plateado	Salapa Derecha						

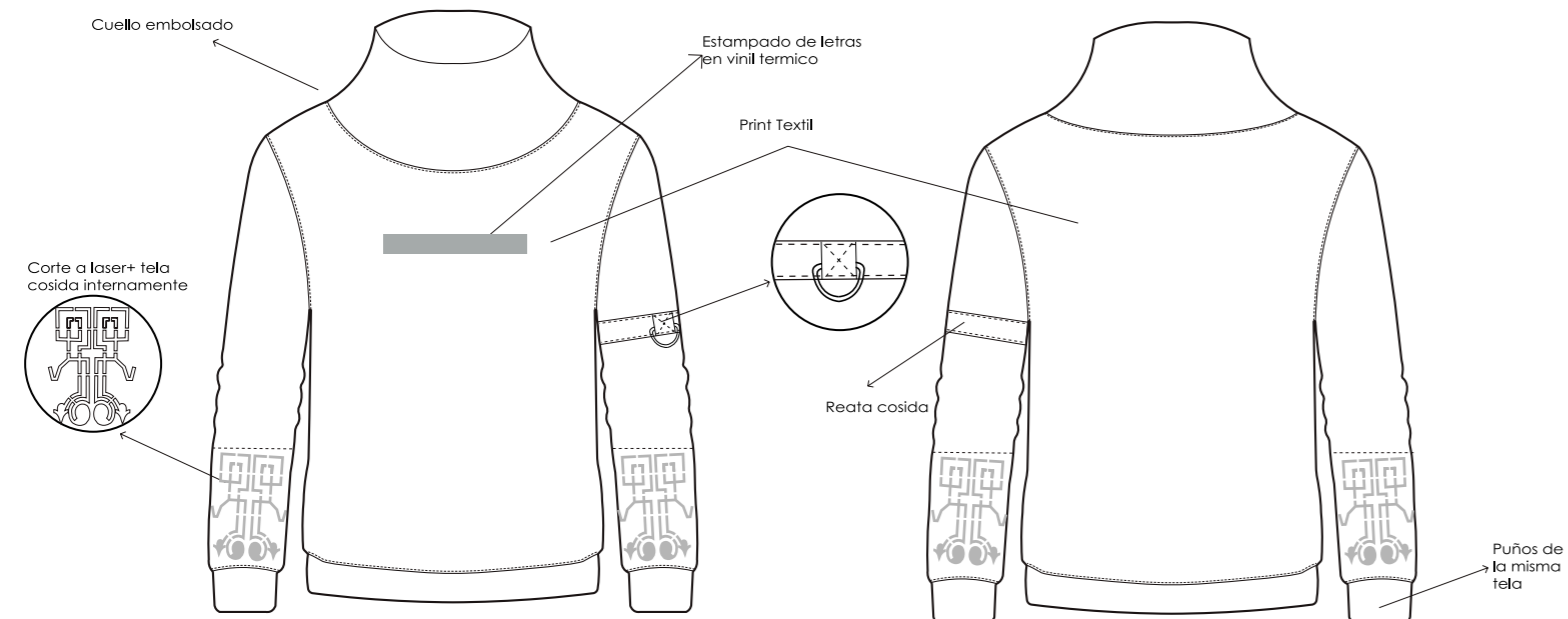
Figura 86: Ficha de Diseño Abrigo Chesterfield
Propuesta 1
Elaboración propia

FICHA TÉCNICA No. 2

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Línea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Buso oversize	Código: 002	MEDIDAS C. Cuello 38 cm C. Brazo 40 cm C. Pecho 100 cm C. Cintura 90 cm C. Cadera 100 cm Largo total 63 cm Alto Cuello 14 cm Talle delantero 46 cm Talle posterior 44 cm Largo manga 64 cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Print Textil Maquinaria de coser Estampado de Vinil Corte a Laser
ANDREA <i>Segarra</i>	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Large	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE

GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Escuba	Casa Farah	2 metros	Todo el abrigo
Hebillas de metal	Gogo	1 negra	Brazo izquierdo
Vinil Negro	Imevi	1 metro lineal	Pecho frente
Print textil	Casa Farah	2 metros	Todo el buso
Shifón	Casa Farah	1/2	Corte antebrazo
Reata	Gogo	1 metro- negro	Brazo

CROMÁTICA



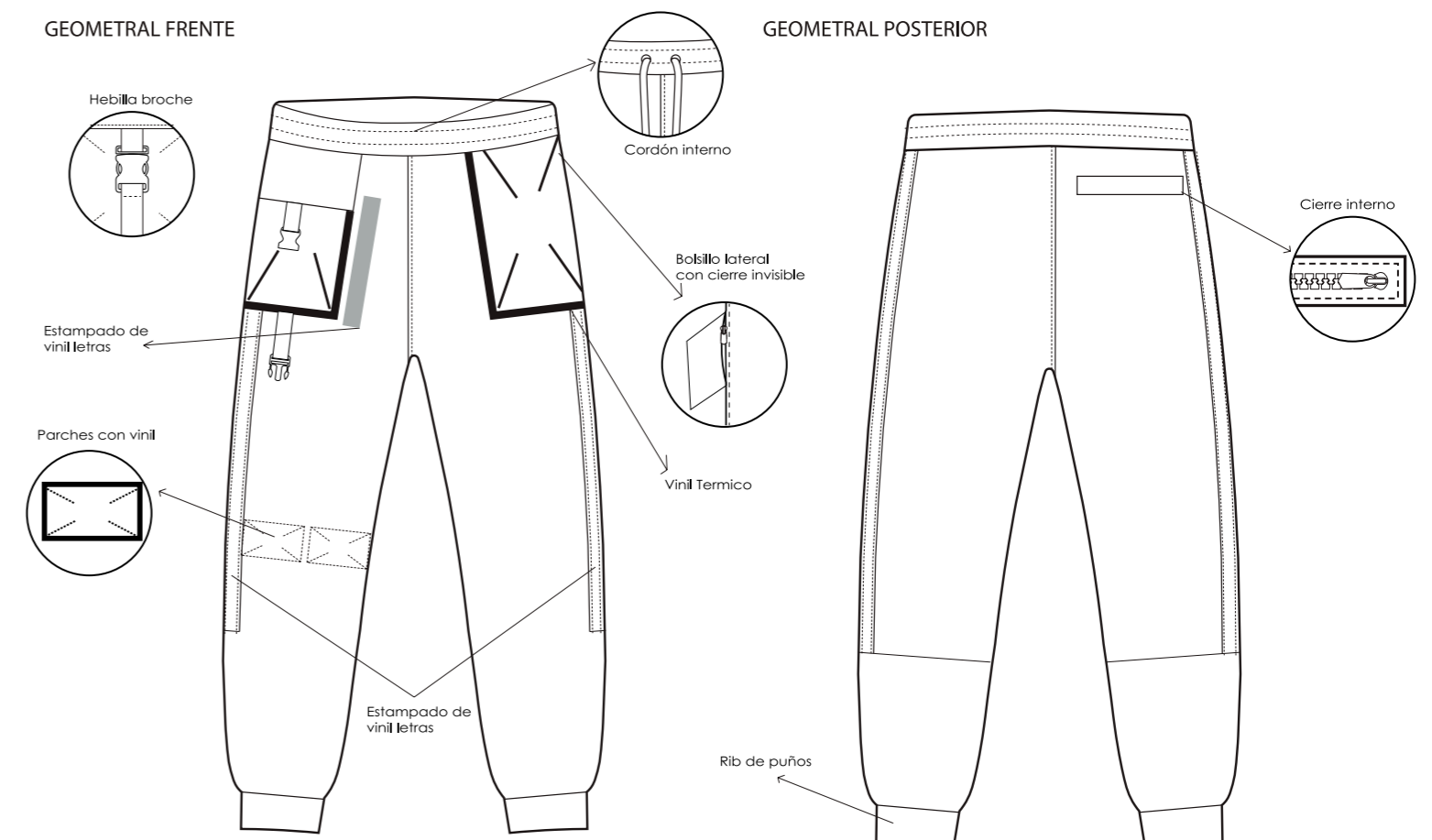
Figura 87: Ficha de Diseño Buso oversize
Propuesta 2
Elaboración propia

FICHA TÉCNICA No. 3

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Línea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Pantalón cargo	Código: 003	MEDIDAS C. Cintura 74 cm C. Cadera 100 cm Largo total 100 cm Largo tiro 49 cm Largo rodilla 54 cm C. rodilla 50 cm C. tobillo 25 cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Maquinaria de coser Estampado de vinil
ANDREA <i>Segarra</i>	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Medium	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE

GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA

TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Flacee	Casa Farah	2.50 metros	Todo el pantalón
Reata	Gogo	2 metros	costados y botillo derecho
Hebillas Broche	Gogo	1	Espalda- nivel cintura
Cierre invisible	Gogo	3	Botillos laterales y posterior
Vinil	Imevi	1 metro lineal negro	Pecho frente

CROMÁTICA

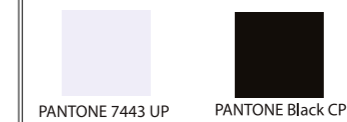


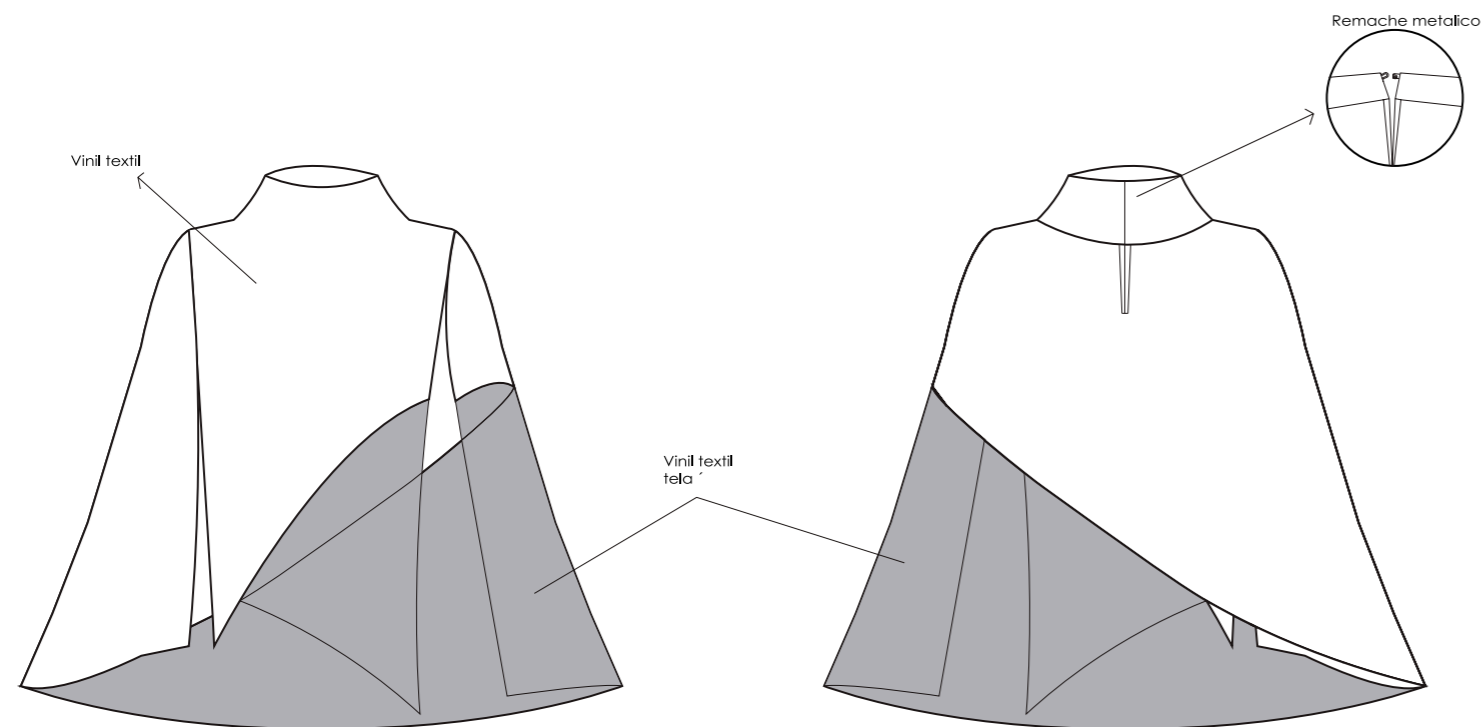
Figura 88: Ficha de Diseño Pantalón cargo
Propuesta 3
Elaboración propia

FICHA TÉCNICA No. 4

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Línea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Capa	Código: 004	MEDIDAS C. Cuello 38cm C. Brazo 40cm C. Pecho 100cm C. Cintura 90cm C. Cadera 100cm Largo total 80 cm Alto Cuello 4cm Talle delantero 46cm Talle posterior 44cm Largo manga 64cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Maquinaria de coser Estampado de Vinil
	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Medium	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE

GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA				CROMÁTICA		
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN			
Gabardina	Bella Moda	2 metros	parte superior			
Tull	San Alfonso	2 metros	parte inferior			
Vinil	Imevi	3 metro lineal	Parte inferior			
Seda Camila	Cada Farah	2 metros	Forro interno			
Reata	Gogo	1 metro- blanco	lateral			
Hebillas de metal	Gogo	1 negra	Brazo derecho			

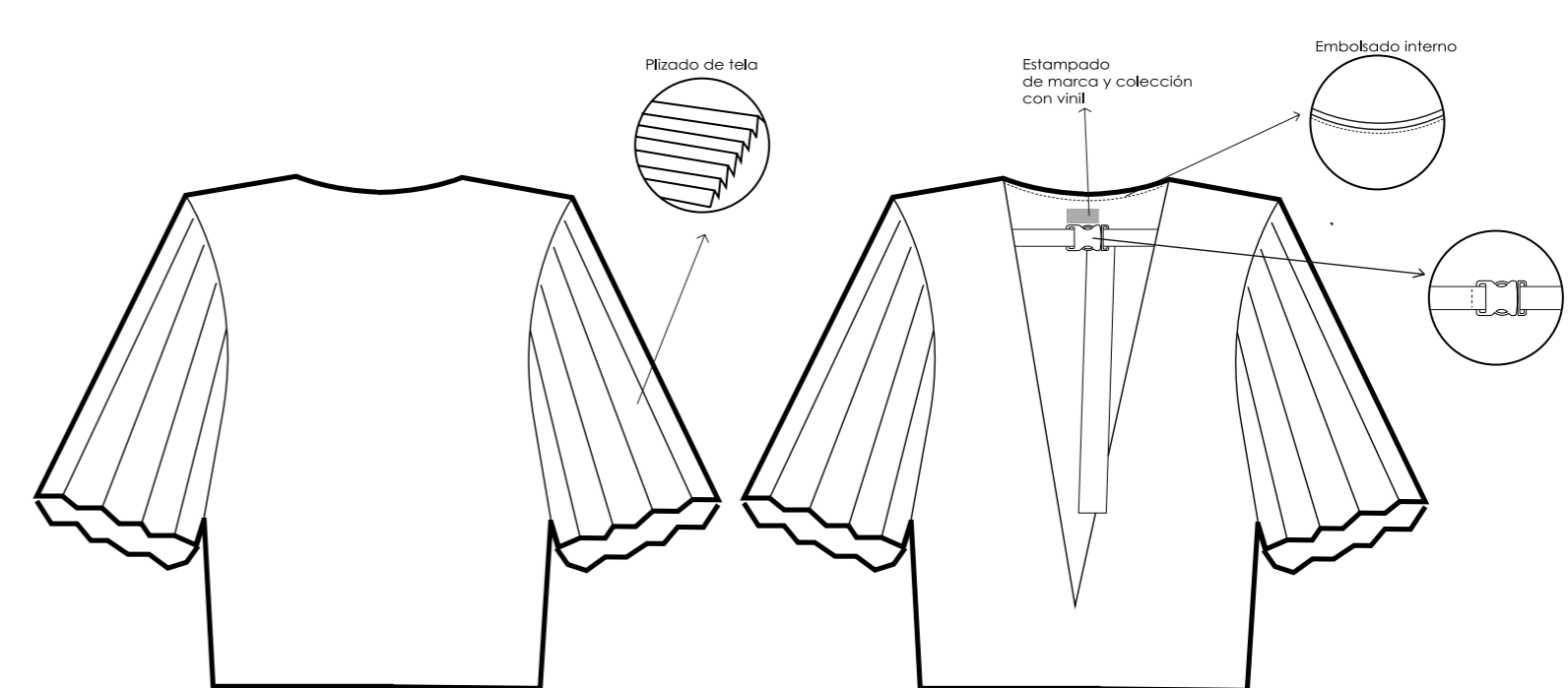
Figura 89: Ficha de Diseño Capa
Propuesta 4
Elaboración propia

FICHA TÉCNICA No. 5

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Línea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Blusa	Código: 005	MEDIDAS C. Cuello 38 cm C. Brazo 40 cm C. Pecho 100 cm C. Cintura 90 cm C. Cadera 100 cm Largo total 63 cm Talle delantero 46 cm Talle posterior 44 cm Largo manga 43 cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Maquinaria de coser Estampado de Vinil Plizado de tela
	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Medium	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE

GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA				CROMÁTICA		
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN			
Shifón	Casa Farah	1/2 metro	Plizado mangas			
Vinil	Imevi	1 metro lineal	Parte posterior			
Reata	Gogo	1 metro- negro	espaldas			
Hebillas Broche	Gogo	1 negra	Espalda			

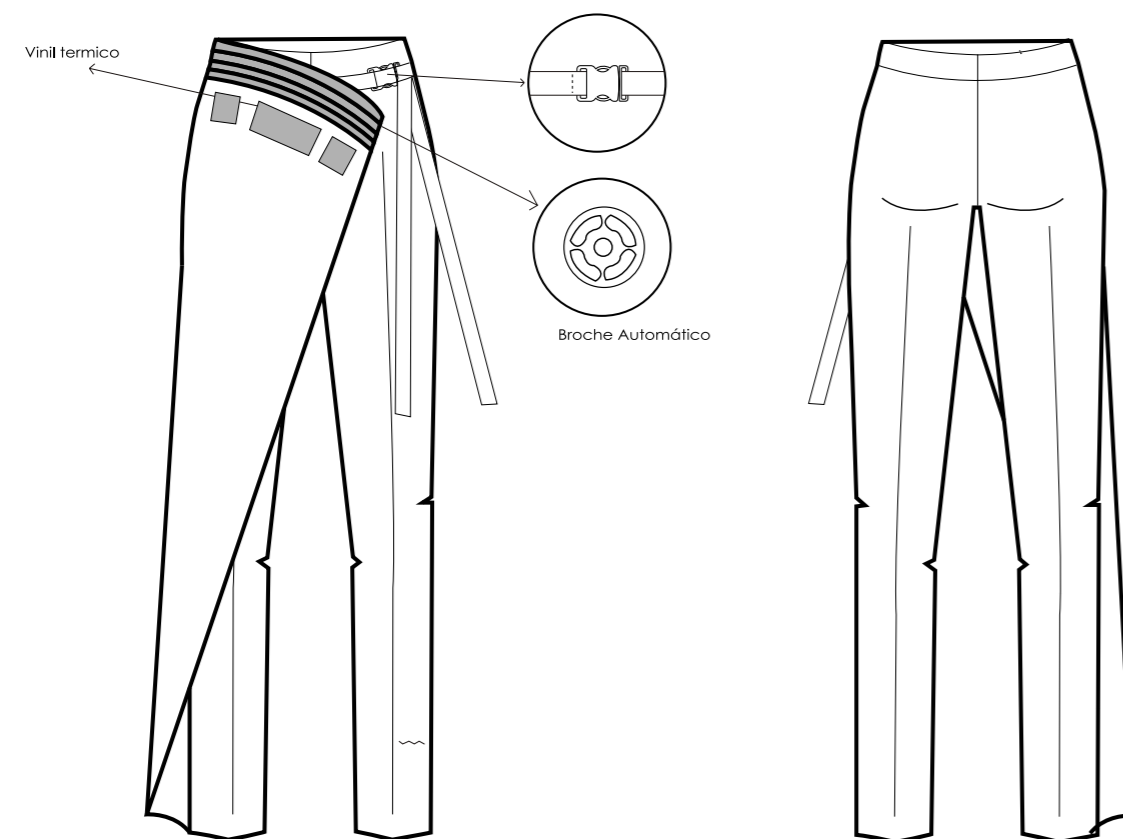
Figura 90: Ficha de Diseño Blusa
Propuesta 5
Elaboración propia

FICHA TÉCNICA No. 6

EMPRESA: Andrea Segarra Designer	Linea: Urban Chic- Streetwear	Modelo: Pantalón	Código: 006	MEDIDAS C. Cintura 76 cm C. Cadera 112 cm Largo total 90 cm Largo tiro 49 cm Largo rodilla 54 cm C. rodilla 55 cm C. tobillo 40 cm	TECNOLOGÍAS APLICADAS Maquinaria de coser Estampado de vinil termico
ANDREA <i>Segarra</i>	Nombre: SANTA ANA REPUBLIC	Talla: Large	Fecha: 26/ 05/ 2022		

GEOMETRAL FRENTE

GEOMETRAL POSTERIOR



MATERIA PRIMA				CROMÁTICA	
TIPO	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN		
Cashmere	Casa Farah	2 metros	Todo el pantalón		
Hebillas Broche	Gogo	1	Cintura	PANTONE P 114-10 U	PANTONE Black CP
Reata	Gogo	2 metros- negro	Cintura		
Vinil	Imevi	1 metro lineal negro	Pecho frente		
Cierre invisible	Gogo	1	Frente		

Figura 91: Ficha de Diseño Pantalón
Propuesta 6
Elaboración propia

4.3 FOTOGRAFÍAS FINALES DE LAS PRENDAS REALIZADAS

SANTA ANA REPUBLIC

Figura 92: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 93: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 94: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 95: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 96: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 97: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 98: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 99: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 100: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic



Figura 101: Reyes (2022) Fotografía Profesional de la colección Santa Ana Republic

4.4 Conclusión

En este capítulo se puede ver el resultado de la integración de procesos ya que fue aplicado en un caso y dio como resultado una línea streetwear de indumentaria llamada Santa Ana Republic, la misma que es el vivo ejemplo de que unir moda con arquitectura siempre es una buena idea, y por ende queda aplicada la Guía de procesos lo cual es válida para realizar colecciones de moda desde cero.

Conclusiones Finales

El objetivo del presente proyecto de titulación fue integrar varios procesos creativos de las diferentes industrias como el diseño, las artes, la arquitectura, el cine y las artes escénicas, esto con el fin de crear una Guía de procesos completa para diseñar líneas y colecciones de moda. Para ello se partió de un arduo estudio de la información existente acerca de lo que son los procesos creativos y realizando entrevistas a varios creativos para saber cuáles son los más utilizados dentro del diseño textil, dejando en evidencia la problemática principal de este proyecto que fue la utilización común y constante de los mismos métodos por los diseñadores textiles para llegar a diseñar indumentaria, dejando de un lado la

4.5 Guía de Procesos Creativos para la Creación de colecciones y líneas de moda.

La Guía se adjunta como el anexo número 10, siendo esta un documento físico impreso.

posibilidad de poder crear desde otras perspectivas. Por ello, para resolver la problemática y aportar al Diseño textil y de Moda, se plantearon varios objetivos, siendo el primero:

- 1.- Reconocer la noción de procesos creativos y cuales existen dentro de las industrias creativas escogidas para su estudio. Para lo cual se realizó una investigación documental la cual permitió el conocimiento acerca de que es la creatividad, que otros procesos creativos existen y cuales son los más utilizados dentro de las diferentes industrias antes mencionadas, lo que luego dio paso a la selección de varios de ellos para pasar a su aplicación e integración, llegando así al segundo

objetivo que fue:

2.- Definir un nuevo proceso para el diseño de indumentaria, a partir de la integración de los procesos creativos de las diversas industrias seleccionadas.

En este objetivo se realizó la selección final de 10 procesos, los cuales fueron utilizados en el Patrimonio Cultural Arquitectónico de Cuenca como caso de aplicación, en donde cada proceso se empleó por medio de una herramienta que permite que sean introducidos en el diseño textil dando un resultado que permite llegar a otro proceso, llegando así al tercer y último objetivos que fue:

3.- Diseñar una línea de indumentaria donde se aplique el proceso definido y generar una guía para la creación de líneas y colecciones de diseño de indumentaria.

En donde se obtuvo como resultado una línea de indumentaria streetwear de seis prendas llamada Santa Ana Republic, la cual tiene una alta carga de información desde la inspiración que fue el Patrimonio Arquitectónico de Cuenca y la misma que sirvió como validación y creación de la Nueva Guía de Procesos Creativos para diseñar líneas y colecciones de moda.

Recomendaciones

A partir de las conclusiones obtenidas del presente proyecto, se han identificado las siguientes recomendaciones:

Utilizar la guía de procesos para la obtención de líneas y colecciones de moda de una manera única y exclusiva.

Utilizar la guía de procesos para la expansión de la creatividad y los conocimientos.

Utilizar la guía de procesos para obtener indumentaria con una alta carga de información morfológica.

Utilizar los procesos de la guía de la manera en la que se encuentran ordenados para óptimos resultados.

Tener la mente abierta para desarrollar la creatividad y el orden en su máxima expresión.

Bibliografía

Atkinson, M. (2012). *Cómo crear una colección final de moda*. Blume.

Bessant, J. (2002). Why design? In: Bruce Margaret and John Bessant. *Design in Business Strategic Innovation Through Design*, England.

Bürdek, B. E. (1994). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Gustava Gil S. A, Barcelona.

Calderin, J. (2013). *The Fashion Design Reference + Specification Book*. Rockport Publishes Inc.

Ceolevel. (2017, septiembre 4). *La Ventana de Johari y sus 4 Cuadrantes: Potente Herramienta de*

Autoanálisis. Ceolevel. *La Ventana de Johari y sus 4 Cuadrantes: Potente Herramienta de Autoanálisis*;

Clarke, S. (2011). *Diseño Textil*. BLUME.

Colección Salvat. (1977). *Historia del Arte Ecuatoriano*. Editorial Salvat, Navarro, España.

Daneau, J. (2019, septiembre 7). *Categorías del producto en moda y tipos de colecciones*. Le Troupè.

Retrieved enero 25, 2022, from <https://www.letroupeblog.com/2019/09/categorias-del-producto-en-moda-y-tipos.html?m=1>

Da Silva, D. (2021, agosto 31). *¿Cuáles son los tipos de segmentación de mercados y cuál es su importancia para tu empresa?* Blog de Zendesk. Retrieved marzo 8, 2022, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-segmentacion-mercados/>

De Bono, E. (2000). In *El pensamiento lateral*. Mica Management Resources (UK) Inc, Canada.

Department for Culture, Media and Sports (DCMS). (1998). *Creative industries mapping documents*. Reino Unido. Retrieved 02 21, 2022, from <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

Department for Culture, Media and Sports (DCMS). (2001). *Creative industries mapping documents*. Reino Unido. Retrieved 02 21, 2022, from https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183544/2001part1-foreword2001.pdf

Dieffenbacher, F. (2021). *Fashion Thinking: Creative Approaches to the Design Process*. Issue. Retrieved enero 23, 2022, from

Dillon, S. (2012). *Principios de la Gestion en Empresas de Moda*. Editorial Gustavo Gil, S.A, Barcelona.

Escuela Superior de Diseño. (2014, julio 29). *8 PASOS PARA EL MODELADO SOBRE MANIQUÍ*. Retrieved enero 28, 2022, from <https://www.esivalladolid.com/blog/8-pasos-para-el-modelado-sobre-maniqui/#:~:text=El%20modelado%20sobre%20maniqu%C3%AD%20consiste,ir%20modificando%20el%20dise%C3%B1o%20manualmente.>

Espinoza, P., & Calle, M. I. (2002). *Presencia de la Arquitectura Neoclásica francesa en Cuenca: Una huella indeleble*. Tesis de grado no publicada. Universidad de Cuenca, Cuenca.

Fiorini, V. (2015). *Tendencias de consumo, innovación e identidad en la moda*. Transformaciones en la enseñanza del diseño latinoamericano. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, Buenos Aires.

Frias, J., & O´Brien, C. (s.f). *LA ADMINISTRACIÓN DEL DISEÑO Y LA MERCADOTECNIA, ¿UN MISMO OBJETIVO?* Universidad de Nottingham.

Giménez, G. (2008). *Cultura, identidad y memoria*. Frontera Norte.

Heskett, J. (2002). *Toothpicks and Logos, Design in Everyday Life*. Oxford University Press, England.

Hopkins, J. (2012). *Fashion Desing Guide*. Ava Publishing S.A.

INEC. (2022). *Censo de población y vivienda 2010*. Redatam. Retrieved marzo 5, 2022, from <http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

La Real Academia de la Lengua Española. (2022). *Creatividad*. Retrieved enero 20, 2022, from <https://dle.rae.es/creatividad>

Lupton, E., & Cole, J. (2016). *Diseño Gráfico: Nuevos Fundamentos*. Editorial Gustavo Gil, SL, Barcelona.

Malo, C. (2006). *Arte y Cultura Popular*. CIDAP / Universidad del Azuay.

Marín, T. (2017). *Arte, creatividad y diseño*. Universitat Oberta de Catalunya, Catalunya.

Marin Garcia, T. (s.f.). *Arte, creatividad y diseño*. Universitat Oberta de Catalunya.

Mckelvey, K., & Munslow, J. (2012). *Fashion, design process, innovation & practice*. Wiley Publications, Chichester, West Sussex.

Metri, A. E. (2018, noviembre 26). *The Importance of Design*. Medium. Retrieved enero 24, 2022, from <https://medium.com/@aemetri/the-importance-of-design-b7625429fb16#:~:text=To%20design%20is%20much%20more,and%20perhaps%20even%20to%20amuse.&text=However%2C%20a%20more%20specific%20>

definition,meaning%20of%20design%20has%20evolved.

Molano, O. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. Revista Opera, Universidad Externado de Colombia.

Municipalidad de Cuenca. (2010). Cuenca Patrimonial. Municipio de Cuenca.

Ñaupas, H. (2014). Metodología de la Investigación. Ediciones de la U.

Ortega, E. (2021, julio). Streetwear: Moda Urbana. Enrique Ortega Burgos. Retrieved enero 26, 2022, from <https://enriqueortegaburgos.com/streetwear-moda-urbana/>

Osorio, N. (2010, Febrero). Escenario creativo. Aportes del Teatro a la formación profesional. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, 13(8). https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista_detalle_articulo.php?id_articulo=205&id_libro=127

Parra Duque, D. (2003). Creativamente. Grupo Editorial Norma.

Pérez, J. (2019). Definición de Experimentación. Definiciones. Retrieved enero 28, 2022, from <https://definicion.de/experimentacion/>

Pérez, J. (2020). Definición de cromática. Retrieved enero 28, 2022, from <https://definicion.de/cromatico/>

Pérez, J., & Gardey, A. (2010). Definición de viñeta. Definición. Retrieved enero 29, 2022, from <https://definicion.de/vineta/>

Pérez, J., & Merino, M. (2009). Definición de Concepto. Definiciones. Retrieved enero 28, 2022, from <https://definicion.de/concepto/>

Pérez, J., & Merino, M. (2018). Definición de Brainstorming. Definición. Retrieved enero 28, 2022, from <https://definicion.de/brainstorming/>

Pérez, J., & Merino, M. (2021). Definición de Inspiración. Definición. Retrieved enero 28, 2022, from <https://definicion.de/inspiracion/>

Rand, P. (2017). Design, Form, and Chaos. Yale University Press.

Ríos, M. (2017, julio 23). Sentido de la inspiración para el diseñador de moda colombiano en su proceso creativo [Actas de Diseño N°23]. In XII Encuentro Latinoamericano de Diseño “Diseño en Palermo” VIII Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo. Retrieved enero 28, 2022, from https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_

diseno/detalle_articulo.php?id_libro=651&id_articulo=13597

Saltzman, A. (2004). El Cuerpo Diseñado. Editorial Paídos SAICF, Buenos Aires.

Sánchez, C. (n.d.). Cómo escribir un guión de cine y morir un poco en el intento. Taller de escritores. <https://www.tallerdeescritores.com/como-escribir-un-guion-de-cine>

Seivewright, S. (2013). Diseño e Investigación. Gustavo Gil, S. A, Barcelona.

SkateSpain. (2019, septiembre 16). Qué es el streetwear: ropa casual y urbana. Skatespain. Retrieved enero 26, 2022, from <https://skatespain.com/que-es-el-streetwear/#:~:text=Literalmente%2C%20es%20una%20combinaci%C3%B3n%20de,y%20exclusivas%20aumentan%20su%20demanda.>

Skelley, A. (s.f). The Creative Process. In A Review into the Designers Creative Process. Issuu. Retrieved enero 23, 2022, from https://issuu.com/amyskelley/docs/dissertation_booklet_pages

Soko, K. (2015, octubre 4). Designing with Purpose. Medium. Retrieved enero 23, 2022, from <https://medium.com/experimenting-on-purpose/5-designing-with-purpose-9ab8c1e42a13>

Sorger, R., & Udale, J. (2007). Principios básicos del Diseño de moda. Gustavo Gil, SL, Barcelona, España.

Toxqui, A. (2021, septiembre 5). ¿Que es el steetwear y porque esta tendencia arrasa en la moda? Mujer México. Retrieved enero 25, 2022, from <https://mujermexico.com/moda-y-belleza/que-es-streetwear-por-que-es-tendencia/>

Ucha, F. (2010, julio j). Colección. Definición ABC. Retrieved enero 25, 2022, from <https://www.definicionabc.com/general/coleccion.php>

Wong, W. (1991). Fundamentos del diseño bi- y tri- dimensional. Editorial Gustavo Gil, S,A.

Bibliografía de figuras

Figura 1 : Línea de tiempo de la creatividad. Elaboración propia

Figura 2 : INVDES. (2022), Rupestre archivos, <https://invdes.com.mx/tag/rupestre/>

Figura 3 : Wikipdia (2007) Manuscrito, <https://es.wikipedia.org/wiki/Manuscrito>

Figura 4 : Wikipedia (2022) Alquimia. <https://es.wikipedia.org/wiki/Alquimia>

Figura 5 : El Pais (2008), Da Vinci, la mente que nunca se detuvo, https://elpais.com/cultura/2013/10/18/album/1382094651_391739.html

Figura 6 : Arte Laguna (2020), "La Persistencia de la Memoria, de Salvador Dalí, <https://hortushesperidum.com/2021/06/02/la-persistencia-de-la-memoria-de-salvador-dali/>

Figura 7 : Liceus (2022), El psicoanálisis y la crítica e interpretación literaria. (n.d.), <https://www.liceus.com/producto/psicoanalisis-critica-interpretacion-literaria/>

Figura 8 : Ancill, R. (2020). papel de impresora blanco al lado del teléfono inteligente negro. Unsplash.com; Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/h86ZkM5Qiqg>

Figura 9 : Cameron, J. (2019). abrigo rojo de mujer. Unsplash.com; Unsplash. <https://unsplash.com/es/fotos/iEpq0F1KEeU>

Figura 10 : Garcia (2020), Colecciones de moda. Tomado de Unsplash <https://unsplash.com/es/fotos/QT07ANmTsU8>

Figura 11 : Harper's Bazaar (2017)

Lo que debes saber para entender qué es la Alta Costura, <https://www.harpersbazaar.mx/moda/que-es-la-alta-costura-semana-paris-coleccion-disenadores-haute-couture/>

Figura 12 :Dior (2021), DESFILE DE LA COLECCIÓN PRÊT-À-PORTER PRIMAVERA-VERANO 2021., https://www.dior.com/es_sam/fashion/moda-mujer/desfiles-de-pret-a-porter/desfile-de-la-coleccion-pret-a-porter-primavera-verano-2021

Figura 13 : Dior (2021) Accesorios de marca Christian Dior,, https://www.dior.com/es_sam/fashion/moda-mujer/desfiles-de-pret-a-porter/desfile-de-la-coleccion-pret-a-porter-primavera-verano-2021

Figura 14 : Vogue (2020), Dior colección crucero 2021, [https://www.vogue.mx/moda/articulo/dior-coleccion-](https://www.vogue.mx/moda/articulo/dior-coleccion-crucero-2021-segun-maria-grazia-chiuri)

[crucero-2021-segun-maria-grazia-chiuri](https://www.vogue.mx/moda/articulo/dior-coleccion-crucero-2021-segun-maria-grazia-chiuri)

Figura 15 : Smoda (2015), La colección Pre-Fall de Valentino, <https://smoda.elpais.com/moda/la-coleccion-pre-fall-de-valentino-que-roza-la-perfeccion/>

Figura 16 : Rachel's Fashion (2014)

Las 'colecciones cápsula' de los grandes diseñadores de moda, ¿qué son?, <http://rachelsfashionroom.blogspot.com/2014/06/las-colecciones-capsula-de-los-grandes.html>

Figura 17 : Pilger (2018), Línea de difusión. Tomado de Unsplash, <https://unsplash.com/es/fotos/7YwWjgS7aJs>

Figura 18 : Signore (2018),

Women on the street during the Paris Fashion Week. <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/paris-france-february-28-2018-women-1312460384>

Figura 19 : Gavi (2011) Streetwear, Tomado de Unsplash, <https://unsplash.com/es/fotos/VFE0kc9mYkU>

Figura 20 : Von (2020) Streetwear. Tomado de Unsplash, <https://unsplash.com/es/fotos/YsiSAp3ccvk>

Figura 21 : Tan (2021), Streetwear. Tomado de Unsplash <https://unsplash.com/es/fotos/Oj1OJf50EL8>

Figura 22 : Sokolova (2021) Streetstyle, Tomado de Unsplash, <https://unsplash.com/es/fotos/SI5ZBvRQDFY>

Figura 23 : Gorodenkoff (2019), Captura de un estudio de diseño de moda Sunny, <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/shot-sunny-fashion-design-studio-we-1031742880>

Figura 24: Cuadro Etapas del proceso creativo. Elaboración propia

Figura 25: Cuadro de procesos creativos del diseño textil y moda. Elaboración propia

Figura 26: Cuadro de procesos creativos de otras industrias creativas. Elaboración propia

Figura 27: Traa (2022) Identidad Ecuatoriana,

Tomado de Unsplash, <https://unsplash.com/es/fotos/oS3vIghRh2s>

Figura 28: Cultura Ecuatoriana (2016). La historia de la Cultura Ecuatoriana, <https://culturaecuatoria.wordpress.com/2016/04/12/cultura-ecuatoriana/>

Figura 29: Centro Histórico de Cuenca. Elaboración propia

Figura 30: Collage Casas Coloniales de Cuenca. Elaboración propia

Figura 31: Collage Casas Republicanas de Cuenca. Elaboración propia

Figura 32: Moscosa (2021) Fotografía María Paz Moscoso, <https://www.instagram.com/p/>

CEfwOuPFYZn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=

Figura 33: Barros (2020), Fotografía Claudia Barros, <https://www.instagram.com/p/CHWiSNvFyJv/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 34: Loor (2019), Fotografía Manolo Loor, <https://www.instagram.com/p/BwaNtcGHysU/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 35: Palacios (2021) Fotografía Paola Palacios, <https://www.instagram.com/p/CXkhpYSMpON/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 36: Vintimilla (2021) Fotografía Martín Vintimilla, <https://www.instagram.com/p/CN21cIUIVRY/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 37: Segarra (2019) Fotografía Pedro Segarra

Figura 38: Rodríguez (2021) Fotografía Mateo Rodríguez, <https://www.instagram.com/p/CSj5txmHOJL/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 39: Heras (2021) Fotografía Simonné Heras, <https://www.instagram.com/p/CVBt5ZZF7lp/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 40 :Monchak (2020) Handsome serious tailor in white shirt with brown leather suspenders working near wooden table with threads, <https://www.shutterstock.com/es/image-photo/handsome-serious-tailor-white-shirt-brown-579010465>

Figura 41 : Embudo gráfico de Muestreo de Conveniencia. Elaboración propia

Figura 42 : Mapa de empatía. Elaboración propia

Figura 43 : Gárate (2021), Viernes 13, <https://www.instagram.com/p/CSHlcOrgiCd/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Figura 44 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 1. Elaboración propia

Figura 45 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias.

Figura 46 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2. Elaboración propia

Figura 47 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias

Figura 48 : Pastel de porcentaje de resultado grupo de casas 2. Elaboración propia

Figura 49 : Collage de casas republicanas de Cuenca. Elaboración y fotografías propias

Figura 50 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 1. Elaboración propia.

Figura 51 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 2. Elaboración propia.

Figura 52 : Tabla de Elementos Arquitectónicos 3. Elaboración propia.

Figura 53 : Cuadro de la Ventana de Johary. Elaboración propia

Figura 54 : Cuadro de lista de rasgos característicos. Elaboración propia

Figura 55 : Cuadro de lista de rasgos característicos. Elaboración propia

Figura 56 : Cuadro de clasificación de Rasgos. Elaboración propia

Figura 57 : Cielos Rasos y Piso. Elaboración propia.

Figura 58 : Varias Fotografías,Elaboración propia.

Figura 59 : Collage de formstorming. Elaboración propia.

Figura 60: Captura de pantalla. Elaboración propia.

Figura 61: Captura de pantalla, Elaboración propia.

Figura 62: Paleta de color. Elaboración propia.

Figura 63: Materiales disponibles. Elaboración propia.

Figura 64: Collage de toma de perspectivas de casas seleccionadas. Elaboración propia.

Figura 65: Collage de la casa Jerves. Elaboración propia.

Figura 66: Collage de la casa de los Murales. Elaboración propia.

Figura 67: Collage de la Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 68: Collage de la Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 69: Imagen con zoom en detalle de Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 70: Detalle recortado de fotografía de Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 71: Observación del detalle, Casa Jerves, Casa de los Murales y Clínica Bolívar.. Elaboración propia.

Figura 72: Cuaderno de Bocetos. Elaboración propia.

Figura 73: Cuaderno de bocetos. Elaboración propia.

Figura 74: Cuaderno de bocetos. Elaboración propia.

Figura 75: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 76: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 77: Análisis morfológico. Elaboración propia.

Figura 78: Bocetos Casa Jerves. Elaboración propia.

Figura 79: Bocetos Casa de los Murales. Elaboración propia.

Figura 80: Bocetos Clínica Bolívar. Elaboración propia.

Figura 81: Propuesta 1. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 82: Propuesta 2. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 83: Propuesta 3. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 84: Propuesta 4. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 85: Propuesta 5. Colección Santa Ana Republic. Elaboración propia

Figura 86: Ficha de Diseño Abrigo Chesterfield, Propuesta 1. Elaboración propia

Figura 87: Ficha de Diseño Buso oversize, Propuesta 2. Elaboración propia

Figura 88: Ficha de Diseño Pantalón cargo, Propuesta 3. Elaboración propia

Figura 89: Ficha de Diseño Capa, Propuesta 4. Elaboración propia

Figura 90: Ficha de Diseño Blusa, Propuesta 5. Elaboración propia

Figura 91: Ficha de Diseño Pantalón, Propuesta 6, Elaboración propia

Figura 92: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 93: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 94: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 95: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 96: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 97: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 98: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 99: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 100: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Figura 101: Reyes (2022), Fotografía profesional de la colección Santa Ana Republic.

Anexos

Anexo 1: Entrevista Maria Paz Moscoso

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Me dedico a la asesoría y logística en diseño de prendas, el proceso desde materia prima a producto terminado. Mi más reciente proyecto con la empresa "THE PERFECT FIT" donde radico ahora en Whidbey Island, EEUU es crear y diseñar junto a un equipo de tailors los uniformes para los pilotos del U.S NAVY. En pocas palabras ayudo a mis clientes a desarrollar líneas o colecciones para su marca o empresa desde: la materia prima, colorimetría, etiquetas, modelos comerciales, textiles. Direccionado a su target específico, tipología corporal y colorimetría personal del cliente ideal. Es una artista, mujer, amante de la naturaleza, los gatos, la buena comida, el buen gusto. Apasionada por el estilo, por crearlo.

Sus primeros inicios fueron los juegos con colores, telas, texturas con las que creaba vestidos para sus muñecas. Esa niña más tarde convertiría su sueño de ser diseñadora de modas en realidad.

Las cosas pasaron muy rápido en su vida, y al graduarse, ya contaba con importantes propuestas de grandes marcas departamentales de su ciudad, así empezó su labor como diseñadora, realizando más de 100 diseños mensuales. Lo que resultaba inesperado y sorprendente para ella misma.

Lo que hizo, que creciera a pasos agigantados, y adquiriera gran experiencia, para trabajar a niveles de diseños masivos a gran escala.

Toda esa experiencia, la llevó hoy por hoy trabajar de manera independiente, desde su marca y al mismo tiempo cuenta con servicios personalizados para realizar sus creaciones de manera personalizada al gusto de sus clientes, usando su arte y creando otros proyectos que serán detallados más adelante.

Anexo 2: Entrevista Claudia Barros

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Bueno como sabes todo comenzó desde el inicio de la universidad, con muchos trabajos, y a la final muchas veces los realizaba yo mismo, o tenía una persona que me ayudaba, pero eso no era siempre lo mejor, ya que implica costos muy altos, que a veces resulta mejor invertir un poco, adquirir maquinaria que a la final se quedan con nosotros para futuros proyectos.

Desde mi trayectoria universitaria, mis compañeras y amigas me conocen por mi pasión por el área de patronaje, aunque no se de donde nació ese gusto, aunque más que gusto, esa tarea para mi es mas entendible y me llama la atención, a partir de eso mi gusto hacia la ropa casual, mi camino me ha llevado a esa línea de ropa, y gracias a eso comencé con mi tienda, mis artículos en stock, ya que el trabajo a medida implica muchas situaciones complejas, tiempo, el cliente siempre quiere supervisar y por eso mi objetivo general siempre es tener productos que al cliente le guste, lo compre y se lo lleve.

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: Bueno, el diseño textil y de modas, para mi, es como la arquitectura de la ropa, es decir, puedes diseñar como nuestra profesora Silvia Zeas siempre nos repite que, “el papel soporta todo”, y eso es algo que me ha marcado mucho ya que tu cuando bocetas y comienzas con tu diseño agregas muchas cosas, algo muy estético, pero al momento de comenzar con la construcción del proyecto siempre es más difícil que no tomamos en cuenta varios factores que complican la construcción.

En base a eso al momento de yo comenzar a diseñar o proponer, mi primer planteamiento es el “cómo voy a construir este diseño” “Como voy a comenzar con los patrones”, para mi es muy importante comenzar cualquier proyecto en ilustraciones para comenzar a proyectar mi diseño en la vida real, que conlleva la parte estética, la parte funcional, mis resultados siempre han sido buenos ya que comienzo con una buena base de pensamientos.

Anexo 3: Entrevista Manolo Loor

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Diseñador de trajes típicos, lo cual nace, desde pequeño, sintiendo mucho gusto por los reinados de belleza, yo estaba sentado ahí en mi casa viendo en primera fila el Miss Universo viendo los vestidos típicos, ya que yo siempre ame la decoración, tanto que yo en el colegio era de las personas que tenía los cuadernos impecables, decorados, arreglados, era una cosa increíble, por lo cual creo que es algo que nace como que en uno mismo , algo que llevas dentro.

Entonces desde el año 2010 más o menos, yo empecé con lo de los Trajes Típicos para mi por así decirlo mi estilo, mi carta de presentación siempre van ser los trajes ecológicos realizados con materiales nuestros como: la fibra, la mocora, la paja toquilla, la cabuya todo lo que tenga que ver con materiales que son hechos por nuestros artesanos tejidos, yo creo que es como algo que por lo cual casi nadie apuesta porque por lo general en los concursos tu puedes ver que durante la pasarela hay varios trajes con muchas plumas y mucho brillo que se ve bastante bien, y que tu le agregas como un plus pero realmente no hay que olvidarnos de lo nuestro, no hay que olvidarnos de lo de lo realmente valioso que es el trabajo que hacen los artesanos Desde el 2010 estoy ahí dándome a conocer, ya llevo participado en el Miss Ecuador del 2011, 2013, 2018, 2019, 2020, 2021. Tengo ya seis años y gracias a esa oportunidad que se me brindaron mediante el concurso se me han abierto muchas puertas.

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: En lo que a mí respecta y con mis palabras yo creo que es como darle rienda suelta a toda esa creatividad que tú tienes acumulada, la imaginación tiene tanta cabida por ejemplo te encuentras con alguna hoja o algún tronco o algún pájaro o algún animal y tú ves la forma de la flor vez la textura, los colores y ahí

empieza la imaginación, la creatividad empieza volar y tú vas viendo cómo puedes utilizar algún material sintético o ecológico para darle la forma de la flor, por ejemplo, en este caso este que quieras hacer y tú vas viendo los colores que tiene toda la textura y puede incluso está acondicionando otro tipo de materiales y ver la cromática y al tener tantos colores tú mente alucina y empiezas a pensar qué tela o qué material puedes utilizar para dar ese parecido a los colores que te que te muestre el objeto real y mientras te guste y te apasione lo que tú haces créeme lo que haces maravillas es una cosa increíble. La creatividad del ser humano es demasiado sorprendente.

Pregunta 3: ¿Para ti que es un proceso creativo y cual es tu proceso creativo?

Respuesta: Empiezo averiguando, investigando, por ejemplo, este quiero hacer un traje típico inspirado en Machu Picchu, yo empiezo investigando averiguando sobre qué es Machu Picchu, ¿sobre qué es? ¿Qué hay ahí? ¿De qué está formado?. En base a eso te nutres de lo más importante que es la historia, entonces vas vas averiguando, vas sacando información, si tienes la posibilidad de ir al lugar, vas al lugar, conoces, vez de cerca de qué está formado, de qué está hecho y ahí en base a lo que tú has visto, en base a lo que tú has logrado retener con tu visión empieza en seguida el proceso de diseño, veo el objeto, tomo foto, investigó, realizó un moodboard con imágenes del lugar o de objetos del lugar, o de la fuente de inspiración y en base a eso te planteas ¿Cómo puedo plasmar Machu Picchu un traje típico?. En base a eso vas variando las texturas, por ejemplo, de la ruinas, de los colores en las piedras, de las montañas y comienzas creando, entonces tú vas vas a ver la rienda suelta a tu imaginación y vas montando vas diseñando con los colores, vas dándole toda esa forma hasta que te encuentras tu idea y resulta que cuando ya terminas y te das cuenta hecho una cosa maravillosa o cuando te inspiras en algún traje para el mar, que representa a las costas, o al color del mar que es azul.

Anexo 4: Entrevista Paola Palacios

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Graduada hace 6 meses en Diseño de Interiores, todo comenzó desde muy pequeña, decorando su cuarto, pintando, arreglando, distribuyendo de diferentes maneras los muebles, nunca se conformaba siempre quería un cambio, a partir de eso encontró el gusto por el diseño, luego de eso buscó formarse académicamente, estudiar la ciencia, entrar profundamente en el diseño de interiores, actualmente se encuentra trabajando en una empresa, independientemente con sus proyectos y diseños personales, podría decirse que le apasiona y le encanta si carrera, ya que el diseño y el arte abre muchas perspectivas del mundo real.

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: El diseño para es darle diferentes puntos de vista a lo que la gente comúnmente no puede ver, algo que es intangible y no percibe normalmente y se pueda reforzar los puntos fuertes, como por ejemplo: Una pared pintada de cierta manera, la gente podría decir que está así porque sí, pero no es así ya que hay mucho estudio por detrás, muchas cosas detrás, que lo hacen que sea funcional y estético puede ser algo productivo.

Pregunta 3: ¿Para ti que es un proceso creativo?

Respuesta: Desde la perspectiva del diseño de interiores, para llegar a concretar a que un espacio sea funcional y estéticamente correcto, se empieza con un análisis del espacio, es decir, contar cuantas puertas, ventanas, con cuánta iluminación cuenta tanto ambiental o artificial, se estudia todo el espacio en sí, posteriormente se llega a hacer un levantamiento o traducción espacial del mismo, es decir, tomar medidas de alturas y anchuras de puertas ventanas, paredes, etc. Después se realiza si es que el cliente tiene alguna idea o si se cree necesario se realiza un boceto de cómo se percibe el espacio mediante sus necesidades, después se realiza un

tipo cuestionario al cliente para analizar sus necesidades o gustos, que es lo que buscan dentro del espacio, luego comienza el proceso de diseño y construcción del espacio.

Pregunta 4: Dentro de tu proceso creativo ¿cuáles son tus pasos para concretar el diseño de algún espacio?

Respuesta: Como primer punto se tiene que tener en cuenta las necesidades del cliente, por decir, si ellos buscan algo minimalista pues tendrá que ser minimalista aun así se crea que en el espacio se pueda hacer cualquier tipo de estilo dentro del espacio, siempre lo que el cliente desee. A partir de sus ideas y necesidades se pone a la disposición del cliente diferentes estilos como: rústico, minimalista, contemporáneo, etc. Para que ellos escojan y se pueda empezar con el proceso creativo y explotar ideas, para investigar, buscar tendencias y como resultado final realizar el diseño final.

Anexo 5: Entrevista Martin Vintimilla

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Bueno para mí el arte siempre a estado en mi familia, así sea por mis abuelos que eran muy hábiles con la pintura, como mis padres, ya que mi papa es diseñador, siempre tuve el apoyo y ese lado creativo activo por varias partes, yo escogí diseño gráfico desde muy temprana edad, mas o menos a los 15 años ya sabía que esa era mi carrera y a lo que me dedicaría, al no tener una buena base de dibujo técnico en el colegio al inicio de mi carrera universitaria se me complico mucho ya que los primeros años era una materia fundamental, pero salí adelante por mi cuenta y pude continuar sin ningún problema, y bueno el contar el apoyo con mis padres y amigos es que para estudiar diseño, fue muy importante ya que al ser una carrera que según mucha gente “no se vive por el diseño” pero creo que soy un claro ejemplo de que no es así ya que a mi cuarto ciclo comencé a trabajar como diseñador en un estudio de diseño y actualmente me encuentro trabajando en una oficina de marketing donde soy el diseñador a cargo del departamento de diseño, y esto sin haber tenido mi título profesional

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: Bueno para mí el diseño lo ha sido todo desde mi punto de vista, ya que siempre a estado en mí esa pasión por el diseñar y saber comunicar de la mejor manera y saber que el diseño es indispensable para todo, publicidad, marketing, promoción, ya que si tu producto o negocio cuenta con un buen diseño, pues se venderá, será deseado y será promocionado y tu como diseñador juegas el papel más importante en ese proceso ya que previo a la creación de una marca, no es como todos creen que ya un logo bonito hace la marca, pero si llegamos al manual de marca y sus valores de cualquier logotipo entenderás porqué es tan bonito, tan comunicativo y llamativo para el público, pero para llegar a eso es varias horas de trabajo, varias alternativas de ideas, cromática y opciones que fueron descartadas, y al final ver tu creación y hasta donde llego es donde dices, yo lo hice, yo lo diseñe y ahí entiendes porque escogí mi carrera y soy bueno en lo que hago

Pregunta 3: ¿Para ti que es un proceso creativo?

Respuesta: Para mí el proceso creativo es, el correcto camino para lograr que tu diseño marque una diferencia en el resto, con un correcto proceso puedes lograr cosas muy geniales y para mí es muy indispensable ya que al no diseñar con este proceso nunca he tenido los mejores resultados.

Pregunta 4: Dentro de tu proceso creativo ¿cuáles son tus pasos para concretar el diseño de algún espacio?

Respuesta: Dentro de mis procesos creativos y el que más destaco y el que me funcionó bastante bien con mis clientes y creo que es creación mía es para la creación de marca.

El cual consiste siempre ir de la mano con el cliente, es decir, como primer paso empiezo con una reunión donde el cliente o la empresa me habla de los valores que van a manejarse, es muy importante para mí contar con una misión y visión así no sea la oficial, me ayuda a escoger un estilo o tendencia de diseño, en base a eso con lo mencionado por el cliente comienzo con el proceso de bocetos a mano, que así aseguro originalidad ya que son ideas completamente nuevas que yo llego a proponer, el siguiente paso es presentar mis bocetos a mano al cliente, donde el cliente llega a escoger con cual se siente identificado, en este paso es muy importante que el cliente no solo escoga uno porque al final puede llegar a pasar que le gustaba otra idea y así aseguro trabajar en varias opciones para tener otras opciones, en base a lo que el cliente previamente escogió ya sean 2 o 3 opciones comienzo con la digitalización y vectorización del logotipo, isotipo o imagotipo, cabe recalcar que este proceso siempre lo realizo en blanco y negro, con las propuestas ya en digitales los clientes ya empiezan a entender la forma, el concepto que yo aplique para la creación de su marca, en base a esto el cliente sigue con 2 o 3 opciones para escoger, el siguiente paso es que en base a los valores, les pido que me envíen los colores con los que se indentifican y algún color favorito, para así en base a eso y mis estudios procedo a proponer varias paletas cromáticas en base a sus gustos y una propuesta la cual a mí me parece conveniente que puede llegar a funcionar con los valores, misión y visión de la empresa, antes de aplicar cualquier paleta cromática al logotipo se presentan y aprueban 2 o 3 opciones para así llegar a concretar con cuales pueden aplicarse al logotipo, isotipo o imagotipo, el siguiente paso es llevar a cabo una reunión para

presentar dichas propuestas aplicadas a color, en base a las paletas de colores escogidas para que el cliente pueda llegar a visualizar el casi producto final, en base a lo propuesto se les da un tiempo para que los socios o clientes escojan ya su logotipo, isotipo e imagotipo para llegar al producto donde se sientan identificados, cómodos y felices con el resultado final, como último paso procedo a armar el manual de marca que es muy importante para que tengan el conocimiento de varios factores del logotipo, como: la explicación del significado, tamaños máximos y mínimos, valores cromáticos, tipografía aplicada, paleta cromática oficial de la marca, usos correctos e incorrectos del mismo, aplicaciones, simulaciones o montajes del logotipo (mock up) para llegar a un acercamiento a cómo se vería, el logotipo aplicado a diferentes superficies, materiales, etc. En base a este proceso creativo mencionado es como yo sin ser un profesional aseguré que el cliente forme parte de la creación, evalúe, comente y vea que el proceso es completamente original y que no va a existir nada igual a la propuesta diseñada por mí.

Pregunta 5: Los procesos creativos que conoces y pones en práctica en tu ámbito profesional/laboral ¿los aprendiste dentro de la academia o los aprendiste fuera de la universidad?

Respuesta: La universidad ha sido muy importante para llevar a cabo el proceso que manejo, donde aprendí lo más importante para mí y lo aplico para mi vida es la “pirámide del diseño” que lo llamo yo que es: signo-significado-significante. Esto lo aprendí dentro de la academia que me marcó mucho, eso y varias cosas como cromática, comunicación, morfología, que es fundamental para cualquier proceso de diseño, pero como mencione antes mi proceso creo yo que a sido una creación mía en base a la experiencia, ya que llevo 2 años de experiencia laboral, he ido moldeando mi proceso, para llegar a un resultado donde mi cliente se sienta que forma parte de dicha creación y se sienta contento con su resultado y se asegure que mi trabajo es original, pero todo esto yo lo he aprendido más en mi vida “profesional” aunque no tenga mi título.

Anexo 6: Entrevista Pedro Segarra

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Soy diseñador gráfico, inclinado más a lo que es creación, edición de contenido digital clientes, empresas así como también manejo y creación de contenido para redes sociales, y asesoría en procesos de promoción de un cliente o marca.

Llevo trabajando en esto alrededor de 6 años.

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: Para mí el diseño es un arte con función, es decir el diseño está pensando en las necesidades de un cliente o una marca, y que uno de sus propósitos es el dar a conocer de una forma clara y concreta un servicio o producto.

Me gusta todo lo tenga que ver con Marca y como presentarla en formatos digitales siempre usando el minimalismo como base para un diseño formal y elegante

Pregunta 3: ¿Para ti que es un proceso creativo?

Respuesta: Para mí el proceso creativo es una experimentación más la experiencia que se haya obtenido en el transcurso de la carrera, ningún diseño, objeto u elemento se pudiese haber obtenido el día de hoy si no se hubiese tenido la “prueba y error” las grandes ideas se basan o tienen como base para su inicio en el proceso creativo, el resto es solo una copia más de lo que ya existe.

Pregunta 4: Dentro de tu proceso creativo ¿cuáles son tus pasos para concretar el diseño de algún espacio?

Respuesta: En mi caso en la creación de una marca (logotipo)

- 1.- Conocer de qué trata el servicio o producto del potencial cliente.
- 2.- conocer los que busca el cliente, como formas, colores, slogan, etc
- 4.- conocer la competencia del cliente
- 4.- Buscar homólogos y encontrar sus puntos comunes para de esta manera buscar una forma diferente y única para el cliente
- 5.- collage o lluvia de idea para formas, colores, tipografías, etc
- 6.- Bocetación
- 7.- propuesta final
8. - construcción de la marca y su manual de identidad

Pregunta 5: Los procesos creativos que conoces y poner en práctica en tu ámbito profesional/laboral ¿los aprendiste dentro de la academia o los aprendiste fuera de la universidad?

Respuesta: Los básicos por decirlo así los aprendí en la academia ya que permitieron llegar a los siguientes los cuales los vas obteniendo según vayas experimentando y obteniendo experiencia en ciertos campos, de esta manera se puede ir guardando esa información para futuros proyectos y creciendo profesionalmente ya que cada cliente o proyecto personal es completamente diferente.

Anexo 7: Entrevista Mateo Rodriguez

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del diseño?

Respuesta: Me dedico a la Carrera de Arquitectura, una profesión que te permite ser creativo y hasta un poco soñador al momento de diseñar edificaciones y espacios que respondan a las necesidades de los usuarios. El diseñar casas para familias en la cual puedas crear ambientes que sean confortables y tranquilos para el diario vivir de las personas es una sensación muy agradable ya que sientes que le das un lugar donde la persona disfruta estar y se siente segura.

Pregunta 2: ¿Qué es el diseño para ti?

Respuesta: La arquitectura es una carrera que nos permite transformar la realidad de un espacio en base a las necesidades de la sociedad o su usuario, el mismo que responde a su entorno y los recursos del mismo. A su vez puedes interactuar con personas y crear espacios que sean funcionales y respondan a sus necesidades. Dentro de la misma puedes jugar con varios estilos de arquitectura para diseñar casas, edificios, o espacios que siempre se adapten y formen parte de su entorno, buscando así diseñar y crear una ciudad ordenada y que tenga edificaciones que respondan a la cultura y tradiciones de la ciudad

Pregunta 3: ¿Para ti que es un proceso creativo?

Respuesta: Gracias a la creatividad aplicada en la arquitectura se pueden diseñar edificios y espacios realizados en materiales innovadores, mucho más eficientes y con diseños que vayan a la vanguardia de la sociedad. El proceso creativo dentro de la arquitectura es cuando te tomas el tiempo suficiente para visualizar y entender de mejor manera el proyecto que se va a realizar, logrando tener ideas que puedan satisfacer al usuario y diseñar una obra que sea funcional y confortable.

Pregunta 4: Dentro de tu proceso creativo ¿cuáles son tus pasos para concretar el diseño de algún espacio?

Respuesta: Dentro de la arquitectura el proceso creativo responde a una primera entrevista que se tiene con el cliente, en la cual el te da a conocer sus necesidades y los espacios que le gustaría tener en su hogar, una vez que tenemos esa información procedemos a bocetar unas primeras ideas para mostrarle al cliente el tipo de arquitectura que puede tener su proyecto, ya sea moderno, minimalista, entre otros, para que el pueda decidirse por el que más le agrada y así obtener un proyecto que sea del total agrado del usuario y sobre todo que sea funcional y a la medida de futuro dueño.

Pregunta 5: Los procesos creativos que conoces y poner en práctica en tu ámbito profesional/laboral ¿los aprendiste dentro de la academia o los aprendiste fuera de la universidad?

Respuesta: Estos procesos para llegar a crear un buen proyecto nos empezaron a enseñar en la universidad, pues cada diseño que realizamos debían responder a las necesidades de la situación, pero estos procesos son comprendidos y aplicados de mejor manera cuando ya los desarrollamos en el día a día de tu profesión, pues vas aprendiendo cómo aplicarlos de mejor forma, o a crear estrategias que te ayuden a crear procesos más claro y eficaces.

Anexo 8: Entrevista Simonne Heras

Pregunta 1: ¿Cómo comenzó tu introducción al área del cine?

Respuesta: Estudio cine en la universidad Estatal de Cuenca se especializa en dirección de arte. Como en iluminación agradecida con las oportunidades de la vida porque desde primer ciclo pudo y a tener experiencia en cuanto al cine. Terminando su carrera con su propio cortometraje y ella siendo la directora principal del mismo.

Sus primeros inicios fueron los juegos con colores, telas, texturas con las que creaba vestidos para sus muñecas. Esa niña más tarde convertiría su sueño de ser diseñadora de modas en realidad.

Las cosas pasaron muy rápido en su vida, y al graduarse, ya contaba con importantes propuestas de grandes marcas departamentales de su ciudad, así empezó su labor como diseñadora, realizando más de 100 diseños mensuales. Lo que resultaba inesperado y sorprendente para ella misma.

Lo que hizo, que creciera a pasos agigantados, y adquiriera gran experiencia, para trabajar a niveles de diseños masivos a gran escala.

Toda esa experiencia, la llevó hoy por hoy trabajar de manera independiente, desde su marca y al mismo tiempo cuenta con servicios personalizados para realizar sus creaciones de manera personalizada al gusto de sus clientes, usando su arte y creando otros proyectos que serán detallados más adelante.

Pregunta 2: ¿Para ti que es un proceso creativo?

Respuesta: Es la serie de pasos que se dan para llegar a crear una obra que se única y deje una huella imborrable en el público.

Pregunta 3: Dentro de tu proceso creativo ¿cuáles son tus pasos para concretar el diseño de algún espacio?

Respuesta: Parto planificando desde la Inspiración, desde donde quiero abordar el tema o la película que se quiere hacer, ya teniendo el conocimiento de la inspiración y lo que se quiere hacer empiezo a escribir el Hilo Narrativo, todos los hechos y todo de lo que va a tratar en sí el rodaje, toda la historia los personajes los lugares, el tiempo, cuáles van a ser los las circunstancias de cada personaje para luego pasar el hilo narrativo a ser

contado por medio de un storyboard en donde se va creando cada escena de la historia para conocer cómo los personajes van a interactuar, en qué posición van a estar, en qué lugar se van a encontrar y así ya tener una planificación más grande para saber con cuántos actores vamos a contar, quiénes nomás son necesarios del equipo de iluminación, el equipo de rodaje, camarógrafos, técnicos, el director y en sí para poder ya por medio de esta planificación realizar un casting para conseguir todas todos los actores que estarán dentro del rodaje para llegar y tener todo listo para el día en que se va a empezar.

Pregunta 5: Los procesos creativos que conoces y poner en práctica en tu ámbito profesional/laboral ¿los aprendiste dentro de la academia o los aprendiste fuera de la universidad?

Respuesta: Los primeros pasos y enseñanzas fueron en la universidad sin embargo en lo laboral es donde más experiencias obtuve ya que se pude acudir a varios rodajes siendo así también directora de mi propio cortometraje que fue realmente un reto pero que sin duda me permitió obtener experiencia y conocimiento acerca de todo el mundo del cine y cómo se trabaja y en el mundo real.

Anexo 9: Entrevista Daniel Tello Enriquez

Soy arquitecto, con un Master en Paisajismo. Me dedico a la arquitectura, mi ámbito más especializado es el diseño urbano, paisajístico, y la regeneración urbana con la naturaleza, intentar que las ciudades sobrevivan al cambio climático, eso es básicamente a lo que me dedico.

Hablar de la arquitectura de Cuenca es regresar el tiempo atrás empezando por su etapa precolombina con sus texturas cañaris y las casas pre incas las cuales forman parte del patrimonio arquitectónico de Cuenca ya que tienen su propia belleza y cuentan su propia historia las cuales nos llevan a la siguiente etapa que es la colonización llegando a la etapa republicana la cual es una etapa mucho más amplia en dónde encontramos la cuencanización del estilo francés presente en la arquitectura ya que hay elementos que denotan una idea mucho más andina en la arquitectura.

Siendo las características de las etapas presentes en Cuenca muy notorias por sus elementos arquitectónicos iniciando por la arquitectura precolombina por las formas de sus ventanas en las cuales se marcan un paisaje y su forma trapezoidal, pudiendo tener la función de utilizar la luz a su favor siendo un ejemplo la casa que se encuentra en el Museo Pumapungo.

Después de la etapa precolonial se llega a la colonial siendo un referente la Casa de las Posadas ya que su disposición es el patio, el traspatio, el huerto, luego si nos fijamos en la altura de la casa, no llegaba a tener más de un piso de una altura muy baja y si llegaban a ser dos pisos eran pisos de una altura muy baja.

Todo lo anterior unido nos lleva a entender la etapa republicana. Un buen referente es dirigirse a la calle Simón Bolívar ya que presenta una gran cantidad de casas republicanas muy distinguidas de la época las mismas que cuentan con elementos arquitectónicos muy elaborados. Como es el hecho de tener ya dos pisos de una gran altura contando con técnicas de bahareque, en dónde los acabados ya son más pulcros, teniendo una balaustrada de hierro forjado que tiene ese toque ya de afrancesamiento traída desde París la cual solo la gente adinerada de Cuenca lo realizaba en sus casas y así se puede encontrar a lo largo de la calle Simón Bolívar un sin fin de edificaciones republicanas que tienen muchos elementos arquitectónicos traídos desde Francia, y donde a medida que pasaba el tiempo se fueron tornando elementos únicos ya que eran una mezcla de la

cultura popular cuencana como también la cultura traída desde Europa. Grandes ejemplos de las casas más conocidas son la casa Jerves, la Casa de los Murales, la Clínica Bolívar, la casa Sojos entre muchas otras mismas que son un reflejo innato de la mezcla de dos culturas que forjan una identidad propia.

Anexo 10: Guía completa para la Creación de colecciones y líneas de moda.

ANDREA *Sejma*