



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Diseño
Escuela de Diseño

INVESTIGACIÓN-EXPERIMENTACIÓN DE MATERIALES
Y TECNOLOGÍAS TEXTILES ARTESANALES DEL MEDIO
Y DISEÑO DE UNA LÍNEA DE ACCESORIOS DE MODA

Trabajo de graduación previo a la obtención
del título de Diseñadora de Textiles y Modas



AUTORA:
Claudia Polo Aguilar

DIRECTORA:
Arq. Julia Tamayo Abril

CUENCA - ECUADOR
2007



Dedicado con todo mi cariño a mis papis por todo su amor, apoyo y esfuerzos.
De no haber sido por ellos este trabajo nunca hubiera podido ser lo que es.

Resumen

La creciente comunicación y globalización, han causado la incorporación de elementos propios de otras civilizaciones, propiciando la ampliación de mercados en contraste a un crecimiento de identidades locales. Como ecuatorianos, es necesaria una fuerte y activa presencia en ésta aldea global.

Este proyecto propone destacar procesos artesanales y combinación de diversos materiales, logrados en dos fases: La investigación - experimentación de tecnologías tradicionales y el diseño de una colección de accesorios basada en la híbrides y moda étnica, dirigida al mercado global de jóvenes de ambos sexos, creada en trabajo conjunto de diseñador + artesano.

Fusiones entre lo local + global, mezclas + diversidades, contrastes + dualidades protagonizan este trabajo. Criterios de diseño que pretenden la revalorización e innovación de prendas artesanales del medio, para ser apetecidas por nuevos mercados.

Abstract

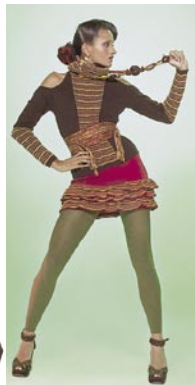
The growing communication and the globalization have produced the incorporation of characteristic elements from other civilizations, favoring the market growth in opposition to the growth of local identities. As Ecuadorians, it is necessary to have a strong and active presence in this global community.

This project emphasize hand made processes, and the combination of a diversity of materials in two stages: The investigation – experimentation of traditional technologies, and the design of a collection of accessories based on the hybridism and ethnic fashion, which are aimed at the global market of youngsters of both sexes. This work is done together by the designer and artisans.

This work is a fusion of local and global elements, mixtures and diversities, contrasts and dualities. Design criteria, which pretends to reevaluate and innovate hand made textiles in order to access to new markets.



INDICE



Resumen	3
Abstract	4
Indice	5
Objetivos	7
Introducción General	

CAPITULO 1: Investigación - Experimentación

Introducción.	10
1. Entrada Teórico Conceptual	11
1.1 Mercado Global.	11
1.2 Diseño Contemporáneo comprometido con nuestros valores	12
1.2.1 Tendencias de Diseño Contemporáneo.	13
1.2.1.1 Híbrides.	13
1.2.1.2 Moda Actual	14
1.3 La Artesanía como elemento Cultural.	18
1.3.1 Artesanías	18
1.3.2 El artesano en nuestro medio	20
1.3.3 Innovación en las artesanías	21
1.4 Accesorios de Moda.	22
1.5 Experimentación	24
1.5.1 Investigación de las técnicas artesanales: Tejidos y no Tejidos.	24
1.5.2 Investigación de Campo: Procesos de Experimentación.	31
1.5.2.1 Elaboración del muestrario.	31
1.6 Estudio de Mercado	31
1.6.1 Determinar el universo del mercado	31
1.6.2 Aplicación de Técnicas de Investigación	32
1.6.3 Investigación de Escritorio	33
1.6.4 Conclusiones.	35



CAPITULO 2:

Programación

Introducción.	38
2. Definición de Criterios y Partidos de Diseño: Condicionantes y Determinantes.	39
2.1 Materiales y Tecnología	41
2.2 Mercado	41
2.3 Inspiración y Tendencias	42



CAPITULO 3:

Propuesta

Introducción.	48
3. Bocetación: Diseño e Ilustraciones.	49
3.1 Fichas Técnicas	53
3.2 Prototipos	73
3.3 Presupuesto Estimado	77
Conclusiones y Recomendaciones	78
Anexos	81
Agradecimientos	83
Bibliografía	84



Objetivos

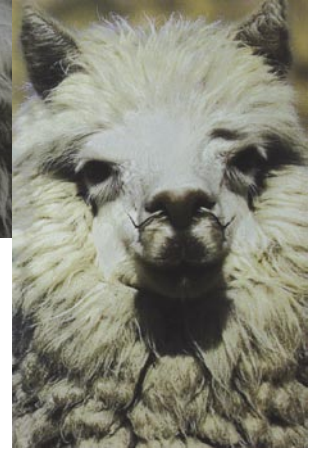
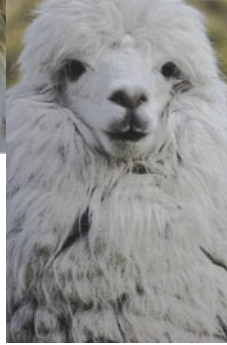
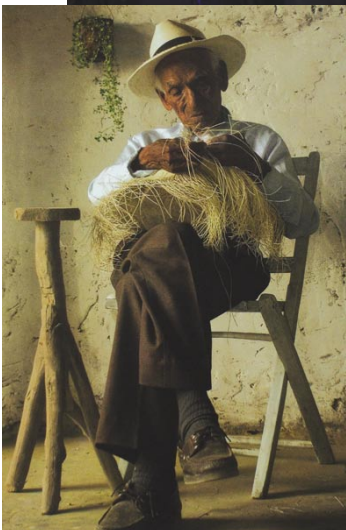
Objetivo General:

Optimizar el diseño de prendas artesanales mediante el uso de materiales innovadores y tecnologías tradicionales del medio con la finalidad de mejorar la calidad de los productos con fines de exportación.

Objetivos específicos

* Proponer la revalorización y optimización en la calidad de diseño y materiales de productos textiles artesanales realizados con técnicas como hilado, tejido de punto, fieltro, entre otros; mediante un proceso de investigación y experimentación con elementos y criterios contemporáneos.

* Diseñar una colección de accesorios de estilo casual, mediante el uso de fibras naturales, principalmente lana de oveja y alpaca y fibras sintéticas; con procesos tecnológicos artesanales destinada a jóvenes que oscilen los 18 y 30 años de un mercado nacional e internacional, confeccionados a mano por artesanos del Azuay.



Introducción general

Las vivencias y experiencias recopiladas a lo largo de un año, en el que basada en el sur de Inglaterra emprendí algunos viajes por el Reino Unido, Europa y otros países, son la causa del nacimiento de este trabajo. El haber tenido la oportunidad de hacer largos recorridos por las capitales de la moda, y el contacto directo con el mundo del arte y diseño del más alto nivel y los mayores y más exigentes consumidores de moda, son en parte los generadores de inspiración de este trabajo.

Esa gran carga de imágenes, colores, formas, texturas y demás que se almacenaron en el disco duro de mi cabeza, quedaron atrapadas en mi listas para ser depositadas en un gran proyecto como es el que presento como mi trabajo de graduación. En el cual quise aplicar los conocimientos aprendidos a lo largo de mi carrera, mi inclinación y fascinación por lo artesanal y tradicional del Ecuador más todas mis nuevas ideas y visión del diseño de textiles y moda a nivel global; tomando en cuenta el deber ético del diseñador de ayudar a rescatar y preservar elementos propios de sus tradiciones y cultura.

Con estos antecedentes propongo a continuación un trabajo experimental basado en fusionar y adaptar técnicas artesanales y diversos materiales del medio a tendencias de diseño contemporáneo, para así producir productos aptos para ser introducidos en nuevos mercados. Estas propuestas de accesorios de moda son diseños híbridos que mezclan corrientes de diseño contemporáneo y moda actual con toques étnicos, confeccionados mediante el trabajo del diseñador y artesanos ecuatorianos.

Fuente: OXFORD Pete & BISH Renee, "Ecuador", Dinediciones, Quito, 200 2005, Segunda Edición.



CAPÍTULO 1

Investigación - Experimentación

Introducción

Este capítulo se divide en tres fases, la parte teórico conceptual, la fase de Investigación - experimentación, y el estudio de mercado.

En la primera parte están todas las entradas conceptuales en las que se basa este proyecto, comenzando por nuestro potencial mercado, el cual es el generador de las pautas para realizar el proceso de todo el trabajo. Luego se analizan tendencias y corrientes dentro del diseño contemporáneo y moda actual, que servirán de inspiración y guía para realizar los procesos de investigación – experimentación y diseño. Después se realiza un análisis de las artesanías, artesanos e importancia de los procesos artesanales en el medio, los cuales son claves para realizar el proyecto. Por último se analiza al accesorio de modas desde el punto de vista de su función decorativa- utilitaria y la importancia que tiene en el vestir.

En la segunda parte se encuentran expuestas las técnicas artesanales escogidas para realizar el proceso experimental.

La tercera fase consta de un estudio somero del mercado al cual va dirigido este proyecto.

1. ENTRADA TEORICO CONCEPTUAL

1.1. MERCADO GLOBAL

Importancia de la Globalización

Actualmente nuestros horizontes se amplían hasta el infinito gracias a la tecnología de la comunicación, con la cual tenemos acceso ilimitado a un sin fin de información en tiempo real desde cualquier rincón del planeta, razón por la que se expanden nuestros intereses culturales por todo el planeta.

Partiendo de la globalización que se vive hoy en día, con la que se cambió la lógica de la producción industrial por una lógica de consumo, se han creado un conjunto de necesidades que pasaron de ser secundarias a básicas en sociedades occidentales, como son la de la moda y el confort.

“El fenómeno de la globalización ha captado la atención en muy amplios sectores del mundo, siendo su principal causa la aceleración. Algo que se ha sido causa de modificaciones a mayor ritmo y ha dado lugar a cambios de modalidad y formas de vida diferentes, es la comunicación.”¹

La creciente comunicación, se piensa, hará que con más rapidez personas de todo el planeta incorporen a sus

formas de vida elementos propios de otra civilización, lo que facilitará la ampliación de mercados en todas partes, creando necesidades vinculadas a otras culturas.

La mayor parte de cambios que se dan actualmente se deben a la gran capacidad de comunicación que caracteriza a los seres humanos. La originalidad es digna de admiración, como también lo es la capacidad de incorporar innovaciones, tomando en cuenta que estos cambios se adapten a condiciones naturales y sociales y puedan satisfacer una necesidad de un conglomerado humano.

GLOBALIZACION EN EL MUNDO CONTEMPORANEO

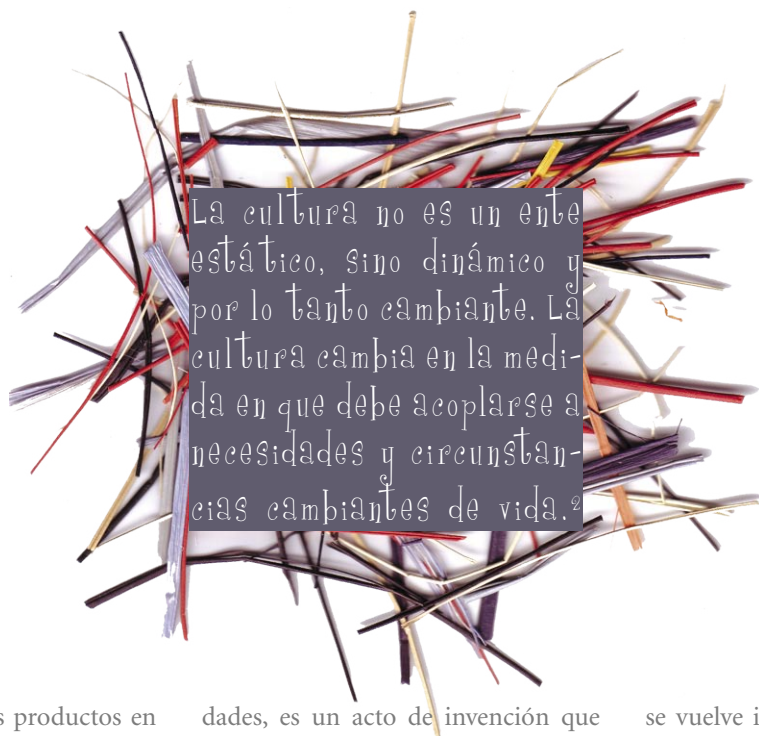
Es indiscutible que el mundo en el que hoy vivimos está marcado por la globalización, donde existe también una notable tendencia a la homogenización. Hoy formas y hábitos de vida, junto a productos de consumo son compartidos en casi todo el mundo. Pero paradójicamente existe un signi-

ficativo crecimiento de las identidades locales que nace de la necesidad propia del ser humano de tener su identidad y de ser diferente.

Es necesario y de suma importancia tener una fuerte presencia como ecuatorianos y participar activamente en esta aldea global en la que se ha convertido nuestro planeta. El Ecuador debe mostrarse al mundo como el país cargado de identidad y enorme riqueza multicultural y de materia prima de óptima calidad que es. Introduciendo y promocionando nuestros diseños, artesanías y productos al mundo estamos dando a conocer nuestra cultura, valores, tradiciones y quienes somos, nuestras capacidades y lo mucho que tenemos por explotar y ofrecer a los demás.

Ampliando nuestros horizontes a nuevos mercados, estamos incrementando nuestro nivel de diseño y producción, lo cual permite el desarrollo y la ampliación hacia otros campos en distintas plazas, al mismo tiempo que atrae inversiones, crea fuentes de trabajo, y proporciona la opción

1. MALO GONZALEZ Claudio, “Arte y Cultura Popular”, Editorial CIDAP, Cuenca, 2006, Segunda Edición.



La cultura no es un ente estático, sino dinámico y por lo tanto cambiante. La cultura cambia en la medida en que debe acoplarse a necesidades y circunstancias cambiantes de vida.²

de posicionar nuestros productos en mercados globales y otras oportunidades para el crecimiento y enriquecimiento del país.

Como resultado de la globalización, se encuentran al alcance de todo el mundo, toda clase de objetos, indumentaria, gastronomía, música, tradiciones, y otras de distintos horizontes.

1.2. DISEÑO CONTEMPORÁNEO COMPROMETIDO CON NUESTROS VALORES

El diseño debe ser siempre una creación estética y funcional que refleje el gusto de la época según la visión proyectada por el diseñador. Este es un proceso de creación visual y/o sensorial con un propósito, a diferencia de las bellas artes como la pintura, escultura y otras.

Los procesos de cambio en el diseño a través de la historia implican: revoluciones y evoluciones.

El diseño contemporáneo es principalmente una conexión de diversi-

dades, es un acto de invención que va de la mano de los hechos históricos y acontecimientos de la época. Se inicia a finales del siglo XX. Entre sus características más importantes están el valor a la insignificancia “lo micro” o “nano” en relación con “lo macro”, sus estructuras fluctuantes, la superación a la anarquía, entre otras.

Utiliza la tematización, significación y técnica. Está basado en la interdisciplina y la transdisciplina: migración de diferentes conceptos, y retoma la complejidad, donde se fusionan y entretienen variadas teorías, tendencias, estilos, conceptos

DISEÑO CULTURAL

“La cultura no es un ente estático, sino dinámico y por lo tanto cambiante. La cultura cambia en la medida en que debe acoplarse a necesidades y circunstancias cambiantes de vida.”²

La identidad cultural se encuentra muy arraigada a la cultura popular que está conformada por tradiciones y por ende, de artesanías, por lo que

se vuelve indispensable para el diseñador adquirir un amplio y claro conocimiento de cultura popular, para así poder retomar acertados elementos, criterios y motivos de inspiración que alimenten la creatividad para así introducir apropiadas adecuaciones de lo tradicional y local; conservando el contenido cultural de identidad que dan autenticidad a los productos para ser apetecidos por la sociedad contemporánea y global. El diseño cultural es un hecho comunicacional, el cual debe estar ligado con el contexto.

A causa de la importante expansión industrial a nivel mundial, la labor artesanal se ha visto desplazada a un segundo plano, sin embargo ésta se sigue produciendo a gran escala en países subdesarrollados con el fin de satisfacer necesidades de la sociedad.

La artesanía se mantendrá y será apetecida por el consumidor mientras logre conservar su contenido cultural o identitario, y sea correctamente adaptada para satisfacer las necesidades básicas y creadas del hombre con-

2. RUBIN DE LA BORBOLLA Daniel F, “Arte Popular Mexicano”, Fondo de Cultura Económica, México DF, 1974.



temporáneo.

Hoy más que nunca el diseño es una herramienta fundamental para el mantenimiento de las artesanías por un lado, y de nuestra identidad cultural por otro.

El diseño debe ser el enlace entre el peso cultural de la tradición y la identidad expresadas en la artesanía y su adecuación a las necesidades actuales.

1.2.1 TENDENCIAS DE DISEÑO CONTEMPORÁNEO

Diseño contemporáneo = forma + función + tecnología + expresividad + mercado

En el diseño de modas contemporáneo se pueden presentar dos tipos de fusiones que pueden ser dualidades o contraposiciones, como por ejemplo:

- Alta costura – Prêt à Porter
- Pasado – Futuro
- Barroquismo - Minimalismo
- Lujoso – Sport wear
- Moda femenina – Moda masculina
- Democrático – Elitista

• Lo micro – lo macro

El diseño contemporáneo es un barómetro de cambios y ocupa un lugar importante en la cultura, ya que relaciona y estimula la tecnología con la ciencia y los negocios. En el campo de la moda, fusiona la Antropología con la Sociología y la Filosofía.

En la moda actual coexisten varios estilos y tendencias que van de la mano, como pueden ser:

La modernidad clásica + nueva modernidad + postmodernidad + exaltación de la diversidad

1.2.1.1 HÍBRIDES

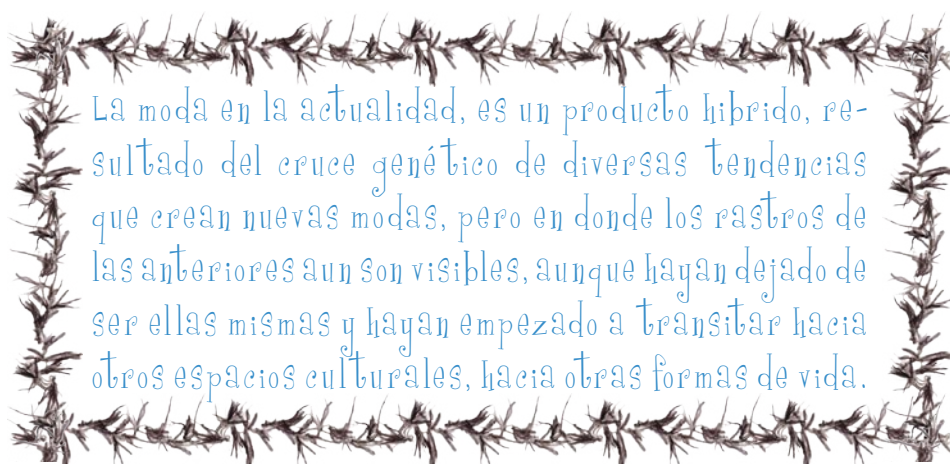
El concepto de híbrides proviene de diversas disciplinas y de diversos contextos de argumentación, tiene varias definiciones y se aplica en muy diversos campos. La híbrides debe entenderse como una estrategia o proceso; ésta, implica un acto de transición. “Híbridos” son aquéllos que se caracterizan por su complejidad y recurren a diversos tipos de modelos

y procedimientos. Híbrides es un acto de comunicación transcultural, un movimiento recodificador e innovador entre lo local y lo externo.

La híbrides implica un encuentro o concurrencia de culturas, como variedad étnica o religiosa; es un empleo de diversos tipos de sistemas: medios de comunicación (Internet, video, multimedia, metrópolis y mundos virtuales, técnicas analógicas y digitales, entre otros), arte (teatro, pintura, diseño, arquitectura), formas mixtas de arte y medios (hiperficción, literatura, Internet, videos, películas, instalaciones), productos de consumo, ciencia (ciencias naturales, lingüística), entre otras.

Se le pueden asignar términos tales como ‘heterogeneidad’, ‘diferencia’/ ‘diferencia’, ‘diversidad’, que representan algunos de los conceptos a través de los cuales se describen los procesos de hibridación.

Los conceptos de diferencia (différance, Derrida), o el de altaridad (altarity) y el de transmedialidad, son primordiales para la explicación del



La moda en la actualidad, es un producto híbrido, resultado del cruce genético de diversas tendencias que crean nuevas modas, pero en donde los rastros de las anteriores aun son visibles, aunque hayan dejado de ser ellas mismas y hayan empezado a transitar hacia otros espacios culturales, hacia otras formas de vida.

término híbrides.

La diferencia se puede entender como una categoría que establece los principios de la descentración de un pensamiento; siguiendo esta premisa, la híbrides debe entenderse como la estrategia o proceso que se manifiesta en los principales puntos-cruces o en los márgenes/orillas de las culturas. Los términos 'orilla' o 'margen' no implican fundamentalmente 'exclusión' o 'discriminación', sino que se refieren a lugares de articulación de nuevas formaciones culturales llevadas a cabo a través de las estrategias de reterritorialización, recodificación y reinención.

La altaridad, según Taylor, "designa las traslaciones concretas de la mezcla de diferentes formas y medios de representación."³

La transmedialidad implica y significa una multiplicidad de posibilidades e intercambio de formas mediales distintas. La transmedialidad representa un proceso, una estrategia condicionada estéticamente que no induce a una síntesis de elementos mediales,

sino a un proceso disonante y con una alta tensión. La conexión entre híbrides y transmedialidad radica precisamente en esta deslimitación de las prácticas tradicionales que se derivan de la superación de discursos universales.

Lo híbrido se fusiona perfectamente con la moda, tomando la híbrides como una variada forma de organización o como resultado de una mezcla o algo proveniente de variedades, formado por elementos de distinta naturaleza y origen.

"La moda en la actualidad, es un producto híbrido, resultado del cruce genético de diversas tendencias que crean nuevas modas, pero en donde los rastros de las anteriores aun son visibles, aunque hayan dejado de ser ellas mismas y hayan empezado a transitar hacia otros espacios culturales, hacia otras formas de vida."⁴

1.2.1.2 MODA ACTUAL MODA Y MODERNIDAD

La moda como fenómeno histórico

ya está asociada con la modernidad. Ambos términos tienen raíces etimológicas similares, derivadas del término *modus*, que significa límite y regla, norma y medida.

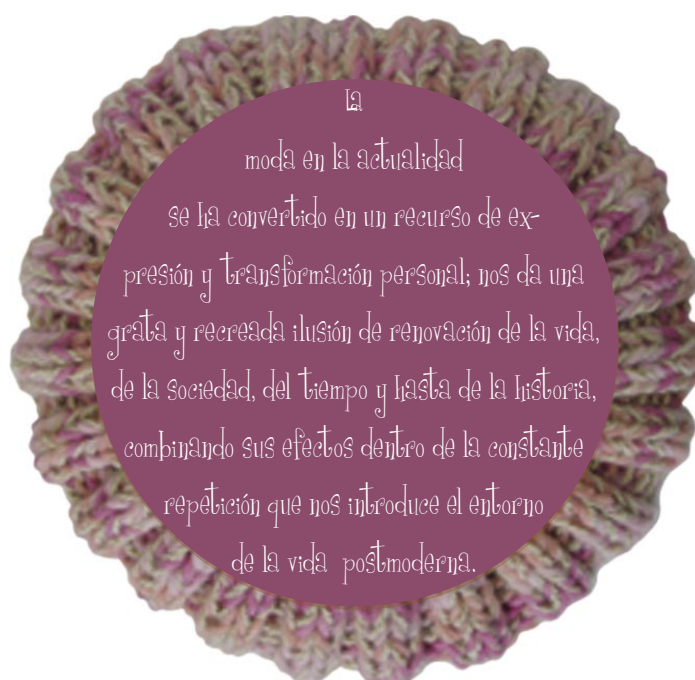
La significación de la moda actual no se apoya en leyes naturales, sino en la ley de intercambio comercial y simbólico: el valor de uso es rebasado por el valor de cambio, y el valor simbólico está determinado por el mayor o menor prestigio de las casas de diseño o las marcas comerciales en la mayoría de casos.

La presencia de la moda junto con la publicidad, no sólo dominan la visión de mundo, sino llenan nuestros oídos; determinan, en forma urgente, nuestra estética moral, nuestras conductas y hasta dan un sentido de la idea del bien individual y social. Hemos integrado, inventado y despertado nuestras vidas a las imágenes, colores, formas, texturas y demás, que nos significan y emocionan.

La moda muestra la faz de lo nuevo, su presencia tiene una influencia mayor que la educación primaria, se-

3. TAYLOR MARK, "Altarity", Chicago, 1987.

4. Comunicación inédita del Lic. Carlos Rojas, profesor de la Universidad del Azuay.



La
moda en la actualidad
se ha convertido en un recurso de ex-
presión y transformación personal; nos da una
grata y recreada ilusión de renovación de la vida,
de la sociedad, del tiempo y hasta de la historia,
combinando sus efectos dentro de la constante
repetición que nos introduce el entorno
de la vida postmoderna.

cundaria o universitaria, que los sindicatos, empresas, oficios, partidos y hasta de los gobiernos. La prenda del momento cautiva más que las leyes permanentes o cambiantes del estado. La moda pareciese ser una cura real, una satisfacción permitida, ya que sabe darnos lo que deseamos adquirir más que tratar de vender lo que se produce, induciendo y seduciendo la captación de atención y deseo.

La moda en la actualidad se ha convertido en un recurso de expresión y transformación personal; nos da una grata y recreada ilusión de renovación de la vida, de la sociedad, del tiempo y hasta de la historia, combinando sus efectos dentro de la constante repetición que nos introduce el entorno de la vida postmoderna.

Según Epicuro, “bien puede pasar con la moda de hoy, lo que sucede ya sobre la alimentación y la duración de nuestras vidas: “Y así como de entre los alimentos no se escogen los más abundantes, sino los más agradables, del mismo

modo se disfruta no del tiempo más largo, sino del más intenso placer”.⁵

Para los creadores de moda no sólo cuenta la materia prima y sus aledaños, telas y diseños, el gusto y cierto sentido de perfección o imperfección consciente, las asimetrías y las combinaciones de texturas, talles y formas; la moda se constituye de variaciones, su mirada está colocada en su mercado y sus posibles demandas y porcentajes de compras. Las casas de modas tienen su vida limitada por la aceptación del mercado al que están dirigidas.

De igual forma se ve que después de un siglo, la industria del lujo no será representativa de una elite. Ha cambiado mucho desde la aparición de las tiendas especializadas de la alta costura francesa, como aquella creada por Charles-Frédéric Worth en 1857, que convierte una empresa de creación de confecciones selectivas, de sedería original y de artículos lujosos y novedosos, en un espectáculo publicitario dado en determinados escenarios.

Con él se inició lo que será la moda en el sentido actual del término, poniendo en práctica el doble carácter que la constituye: autonomización del hecho y del derecho del modisto-diseñador, expropiación del usuario por lo que respeta a la iniciativa de la indumentaria. Hasta ese momento, el sastre, el diseñador o el modisto nunca dejaron de trabajar en relación directa con el cliente y de tomar sus sugerencias: en mutuo acuerdo elaboraban el atuendo. Con Worth se adquirirá el derecho de libertad creadora y de la autoridad artística; la moda y sus creadores pasan a ser dueños de su propia voluntad creadora.

“Actualmente se ha impuesto el estar a la moda como la modalidad característica del consumo, es decir, la primacía de la necesidad del cambio constante y junto con ella el imperativo de aprender a comprar, es decir, a dominar la información sobre los objetos.”

Aunque actualmente la moda tiende a transitar hacia la costura industrial para satisfacer necesidades de las ma-

5. EPICURO, “Obras Completas”, Ediciones Cátedra S.A., 1995.



La moda étnica nos ha seducido porque en su uso hay estética pero a la vez también tiene la dosis que nos hace sentir únicos, aceptados, tolerantes y contemporáneos, respondiendo a la necesidad de crear una identidad diferenciada en la sociedad.

sas, que caracterizan nuestro siglo; también se trata de diseñar para satisfacer las exigencias de reducidos mercados, siempre con mira en un sector donde se citen potenciales consumidores.

MODA E IDENTIDADES CONTEMPORÁNEAS

Nuestra visión de la realidad queda construida a través de imágenes, las cuales son reelaboradas por cada individuo, y según su contexto específico y sus valores, las incorporan, rechazan o les dotan de un significado propio e individual. Si una colectividad de individuos considera esos significados en concreto como deseables, concordantes con su realidad y sus expectativas, los adquirirá y apropiará.

El proceso de formación de una tendencia surge de la combinación de expectativas de consumo y del consumo en sí, por lo tanto la multiculturalidad y etnicidad

son una tendencia más. Las tendencias étnicas se crean a partir de la búsqueda de valores puros de distintas culturas, y ahora son estas las que predominan en las capitales de la moda y visten las calles de las ciudades.

En algunas sociedades el estatus de la gente se mide por que tan a la moda cultural se este. Es aquí donde se introduce la tendencia étnica como la búsqueda de una identidad diferenciada con un valor cultural que distingue a unos de otros.

El proceso de apropiación de elementos de una cultura con fines comerciales, aparece en occidente en contradicción a las tendencias homogeneizadoras que trae consigo la globalización.

Una prenda de vestir no se adquiere solo por su función práctica, sino por los significados y mensajes que esta contenga, elementos que otorgan diferenciación al consumidor, ya que este al adquirirlos los adopta y vuelve suyos. Estos bienes pasan a ser parte de la identidad de cada persona; estas

identidades se vuelven provisionales y someten al individuo postmoderno a una constante renovación de sus gustos y valores, a medida que incorpora nuevas imágenes y símbolos que cambian la visión de la realidad, se generan nuevas expectativas y dan espacio al nacimiento de nuevas tendencias.

El hombre postmoderno construye su identidad para ganar estatus, y es por esta búsqueda de identidad y necesidad de pertenencia a un grupo social, que aparece la moda y la sociedad de consumo.

MODA ÉTNICA

“La moda étnica nos ha seducido porque en su uso hay estética pero a la vez también tiene la dosis que nos hace sentir únicos, aceptados, tolerantes y contemporáneos, respondiendo a la necesidad de crear una identidad diferenciada en la sociedad.”⁶

Se conoce como étnico a la mezcla de materiales naturales y estilos de diversas culturas. Este gusto por lo étnico se observa en Francia, Inglaterra,

6. Pensamiento de la Diseñadora Olga Zaferson publicado en un artículo para Las Capullanas, Diario La República, Lima, Año II - N°23



terra, y otros países de Europa como también en los Estados Unidos. Desde principios del siglo XXI la moda étnica esta relacionada con la creación de identidades postmodernas, fundamentadas en la situación social que se vive en el momento. Hoy en día, ante un mundo globalizado en el que las diferentes culturas son mas accesibles gracias a la difusión de los medios de comunicación, la multiculturalidad es un valor de se ha puesto de moda; siendo la moda el fiel reflejo de la situación social que se vive. Lo multicultural y las estéticas de otras culturas se han convertido en importantes fuentes de inspiración. Para contrarrestar el anonimato del habitante de la gran ciudad, el indi-



viduo postmoderno crea su identidad a partir de la moda, la que le da pertenencia a un determinado grupo de la sociedad que se presenta como deseable.

La moda étnica, con su originalidad y exotismo, nos permite formar parte de un grupo que goza de aceptación social, con la posibilidad de mantener nuestra propia personalidad.

TENDENCIAS ÉTNICAS

Este interés por elementos y símbolos de otras etnias se origina en los sesenta con los hippies que adaptaron elementos de la vestimenta oriental, principalmente de la India, tratando de conseguir, a través de esa nueva forma de vestir, nuevos ideales diferentes de los que la cultura occidental ofrecía.

La tendencia étnica se esta imponiendo en todos los ámbitos, en especial en el de la moda, donde el uso de materiales y estilos exótico invitan

a viajar y descubrir nuevas tierras o culturas que se muestran cautivadoras e interesantes.

Esta tendencia es un claro intento de conseguir la individualización, que en la moda, en algunos casos, retoma elementos de una cultura solo desde el punto de vista estético, dejando de lado los valores y significados que estos pueden tener en sus culturas originarias.

La moda que muestra elementos tradicionales y rasgos de culturas vivas, se la conoce como “moda folk” o étnica. El diseño étnico es libre, creativo, auténtico y cosmopolita por los elementos que lo integran.

Según la diseñadora peruana Olga Za-



7. Imágenes de la colección Otoño – Invierno 07 del diseñador colombiano Hernán Zajar, www.hernanzajar.com, 2007.

¿Qué propuesta vamos a dar los diseñadores latinoamericanos si seguimos mirando hacia afuera?



Olga Zaffaroni, pionera y reconocida exponente de la moda étnica latinoamericana de las últimas décadas, “esta moda abarca lo folk y lo natural, la misma que combina varios elementos como por ejemplo la mezcla de telas, bordados y/o tejidos. Lo étnico es tomado a partir de la definición idiomática y cultural. ¿Qué propuesta vamos a dar los diseñadores latinoamericanos si seguimos mirando hacia afuera? La cosa es crear con lo que tenemos, mirar al mundo y brindar también nuestras imágenes. Por lógica debemos ir de la mano con la moda pero debemos tener una presencia con más identidad”.

La Moda Folk, viene de la palabra folclore, creada por el inglés William Thoms en 1848, y su significado es “sabiduría de un pueblo”.

La Moda Natural, se puso en boga en los años 80. Tiene en cuenta las fibras y tintes provenientes de la naturaleza. Inicialmente se precisó de cuatro colores como el verde, azul, ocre y marrón. Hoy la gama es más amplia. Es



bueno recordar que nuestros antepasados prehispánicos obtuvieron cerca de 150 colores naturales.

Moda étnica no significa que los modelos se restrinjan a la indumentaria de tipo folclórica ni o sean únicamente prendas como por ejemplo polleras o ponchos, sino todo lo contrario, es moda cotidiana que puede ir desde una simple prenda o accesorio de moda hasta un delicado y elaborado traje de novia.

Con todo esto queda claro que sea la línea o el modelo que fuese, la riqueza de las prendas está en la combinación, fusión -sin distorsionar los elementos primitivos-, en el trabajo conjunto diseñador-artesano y en una adecuada estilización de las iconografías, técnicas y prendas tradicionales.

1.3 LA ARTESANÍA COMO ELEMENTO CULTURAL

1.3.1 ARTESANIAS

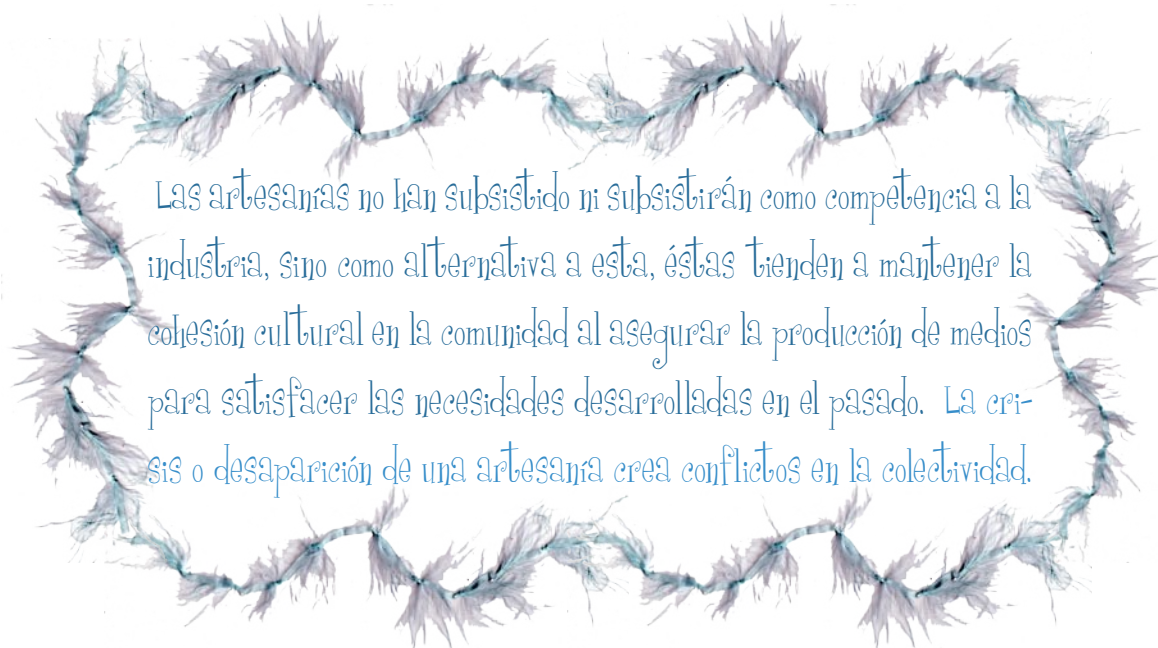
El término artesanía se refiere al trabajo realizado de forma manual, en el

La cosa es crear con lo que tenemos, mirar al mundo y brindar también nuestras imágenes. Por lógica debemos ir de la mano con la moda pero debemos tener una presencia con más identidad. Olga Zaffaroni



que cada pieza es distinta a las demás, diferenciándose del trabajo en serie o industrial.

La artesanía como elemento cultural, aparece en todas las agrupaciones hu-



Las artesanías no han subsistido ni subsistirán como competencia a la industria, sino como alternativa a esta, éstas tienden a mantener la cohesión cultural en la comunidad al asegurar la producción de medios para satisfacer las necesidades desarrolladas en el pasado. La crisis o desaparición de una artesanía crea conflictos en la colectividad.

manas, si la entendemos representada en el objeto cuya función primaria es la de ser utensilio doméstico, herramienta, instrumento musical, indumentaria u otra. Esta añade un contenido estético que viene a llenar una necesidad también universal del ser humano, la de complacencia en la contemplación de la belleza, sea cual fuere esta, condicionada por los valores específicos de cada sociedad.

Para muchos la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte. Para otros es una continuación de los oficios tradicionales, en los que la estética tiene un papel destacado pero el sentido práctico del objeto elaborado es de mayor importancia.

La artesanía ha adoptado muy distintas facetas a lo largo de la historia, de tal forma que su definición actual constituye uno de los aspectos más polémicos, dependiendo desde que punto de vista este analizada.

Análisis de las artesanías en tres diferentes aspectos:

- Tecnológico: Su definición es de carácter fundamentalmente manual y

con un sentido artístico.

- Antropológico: La tradición es la que asigna a estos productos una función dentro de la comunidad. Desde esta perspectiva, cabe entender por artesanía toda actividad, retribuida o no, que no haya sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo.

- Cultural: El concepto artesanía se funde con el de “arte popular”, entendido como aquel conjunto de actividades productoras, de carácter esencialmente manual, realizadas por un solo individuo o unidad familiar, transmitidas por tradición de padres a hijos y cuyos productos, generalmente de carácter anónimo, están destinados a la cobertura de necesidades concretas.

Tomando en cuenta diferentes teorías y diversos puntos de vista, aparece un nuevo concepto de artesanía que mezcla no solo las manifestaciones artesanas relacionadas con las tradiciones populares, sino también todas aquellas actividades que, incorporando nuevos procesos productivos,

materiales y diseños realizados manualmente, conservan un carácter diferencial respecto a la producción industrial seriada. **“Las artesanías no han subsistido ni subsistirán como competencia a la industria, sino como alternativa a esta, éstas tienden a mantener la cohesión cultural en la comunidad al asegurar la producción de medios para satisfacer las necesidades desarrolladas en el pasado. La crisis o desaparición de una artesanía crea conflictos en la colectividad.”⁸**

La artesanía se realiza en todos los pueblos de cada país, y es el reflejo de la identidad de cada región; así, cual embajadora, promueve la cultura de cada pueblo viajando alrededor del mundo.

Características de las Artesanías:

- En su mayoría son objetos decorativos o de uso común que generalmente tienen una funcionalidad, y satisfacen necesidades de algunos grupos de la sociedad. Lo artesanal es funcional en

8. RUBIN DE LA BORBOLLA Daniel F., “Arte Popular Mexicano”, Fondo de Cultura Económica, México DF., 1974.



cuanto responde a maneras de hacer las cosas y enfrentar situaciones por parte de la comunidad.

- Los conocimientos en torno a los oficios artesanales se transmiten de manera informal.
- Es una tradición transmitida de generación en generación que se desarrolla continuamente.
- Se realiza en talleres individuales o de pocas personas, sin mucha capacidad para llegar al mercado.
- Tiene alto contenido utilitario, satisface necesidades primarias y secundarias de los integrantes de la colectividad.
- Lo útil y lo bello no constituyen dos universos diferentes en el mundo artesanal.
- Proyecta modos de ser, valores y actitudes propios de la cultura material y no material de la comunidad.
- Tienen alto contenido tradicional porque tienden a enfatizar rasgos espirituales y materiales propios y distintivos desde hace muchos años de la comunidad respectiva.
- Es creativa en cuanto desarrolla las

facultades anímicas para permitir la introducción de innovaciones que respondan a las nuevas situaciones y experiencias, a la vez que mantiene la tradición mediante repeticiones sistemáticas.

1.3.2 EL ARTESANO EN NUESTRO MEDIO

Artesano es aquel que se dedica a la actividad de las artesanías. Es aquel trabajador cuya actividad es la producción y transformación de la materia: realizando un proceso en el cual la mano de obra constituye el factor predominante, y cuyo objetivo es lograr de esta labor un medio de vida y sustento.

Un artesano, contrariamente a los comerciantes, no se dedica a la reventa de artículos sino que los hace él mismo o les agrega algún valor. En varios países se lo considera como pequeño empresario.

Son muy comunes los casos en los que el artesano comparte su trabajo y su tiempo con otras actividades de tipo agrícola, cría de animales y otros

quehaceres del hogar.

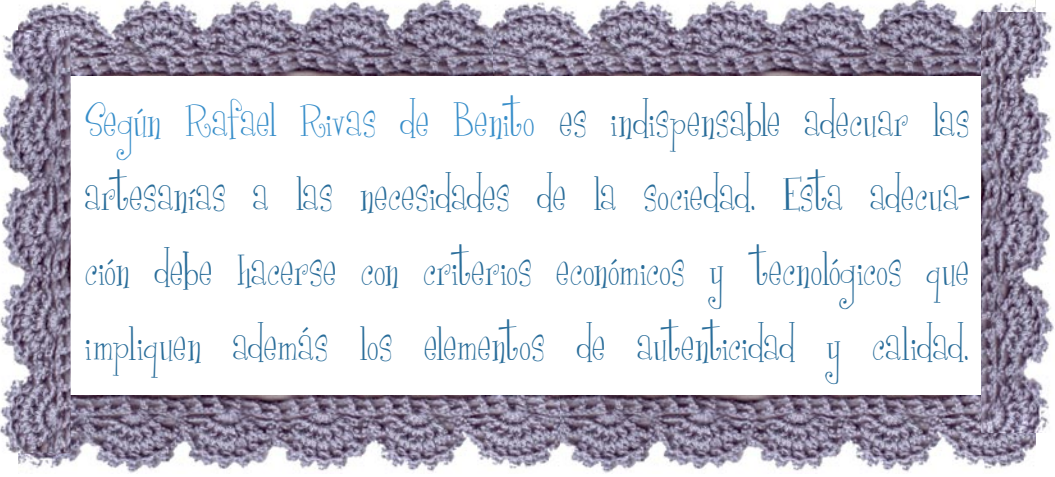
Algunos grupos de artesanos tienden a juntarse para formar gremios o cooperativas, como es el caso de las “Tejemujeres” en nuestra región.

“La Cooperativa de Producción Artesanal Tejemujeres fue fundada en 1992 en Gualaceo, provincia del Azuay. Actualmente la integran 98 mujeres artesanas unidas en la actividad del tejido, con el fin de mejorar las condiciones sociales y económicas de sus familias, comunidad y sociedad.

Tejemujeres hereda una tradición de habilidad y calidad que se inició en el Incario. Generación tras generación, hábiles manos tejedoras han desarrollado una extensa variedad de productos para satisfacer las demandas de los mercados internacionales.

Los ingresos que obtiene la cooperativa son canalizados a un pago justo de la mano de obra y al financiamiento de programas socio-organizativos, capacitación y brigadas de salud, logrando un mejoramiento no solo en sus destrezas técnicas, sino también en sus formas de vida.”⁹

9. www.tejemujeres.com



Según Rafael Rivas de Benito es indispensable adecuar las artesanías a las necesidades de la sociedad. Esta adecuación debe hacerse con criterios económicos y tecnológicos que impliquen además los elementos de autenticidad y calidad.

La dificultad para nuestros artesanos es la forma de comercializar sus productos. Uno de los principales problemas de la artesanía es la competencia con los productos procedentes de procesos industriales de bajo costo, con apariencia muy similar a los productos artesanales, pero con menor precio y calidad.

1.3.3 INNOVACIÓN EN LAS ARTESANÍAS

La propuesta de diseño y la aplicación de nuevas tecnologías en la artesanía deben asumirse a partir de la investigación, identificación y clasificación de los objetos artesanales.

Se trata de adaptar la actividad artesanal a las actuales corrientes estéticas y condiciones técnico-productivas.

Los cambios y renovaciones que se apliquen a una artesanía deben ser hechos con ciertas consideraciones y bajo una serie de criterios; por un lado el respeto a lo tradicional, marcado por la repetición de formas, colores y técnicas con materiales consi-

derados óptimos.

Por otra parte la tendencia al cambio que ha marcado a la sociedad de hoy en día, así como la búsqueda de nuevas opciones, que pretendan el planteamiento de propuestas nuevas, mediante la creación de diseños diferentes, la elección de formas innovadoras, el ensayo con otros materiales y la apertura a realizaciones mejores en la técnica, más sugestivas en la forma y en ocasiones, acordes a nuevas funciones.

La aplicación del diseño contemporáneo a las artesanías y técnicas tradicionales es una aplicación de innovaciones, una acogida a lo nuevo, a los inventos y a las transformaciones motivadas por agentes internos y externos.

Es importante tener presente que técnicas, formas, materiales, y otros, que en un momento fueron innovadoras, implicaron una transformación, que con el paso de los años se han vuelto ya valores tradicionales de diferentes grupos sociales y se han convertido en elementos identitarios.

Los objetos al igual que las ideas, acciones, creencias, y demás, satisfacen siempre una necesidad de cualquier índole. Pero a la funcionalidad intrínseca del objeto hay que agregar su funcionalidad en relación al complejo cultural, pues no se trata de simples objetos sino que detrás de ellos está todo un contenido cultural simbólico que adquiere significación dentro del grupo en el que fue creado.

Es lógico que coexistan las obras del diseño tradicional, que especifican y valorizan, al lado de nuevas creaciones artísticas con diseños que si cumplen con la norma de oro de armonía entre la forma, el material, la función y la técnica, adecuadas al hombre del momento y a sus circunstancias. De esta manera, indudablemente se están iniciando nuevas tradiciones, tan representativas, valiosas y necesarias como las actuales.

El futuro de las artesanías depende, en gran medida, del diseño, de su capacidad para abrir nuevas líneas de productos y revitalizar por medio de la renovación, producciones en vías

10. GARCIA – PELAYO Ramón, “Diccionario Larousse Usual”, Ediciones Larousse, México DF, 1985, Sexta Edición.

de desaparición.

Según Rafael Rivas de Benito es indispensable adecuar las artesanías a las necesidades de la sociedad. Esta adecuación debe hacerse con criterios económicos y tecnológicos que impliquen además los elementos de autenticidad y calidad. “La obra artesanal es diferenciada y deseable ante todo porque tras las manos del hombre está el hombre en toda su grandeza”

1.4 ACCESORIOS DE MODA

Accesorio es un término que se emplea para referirse a un “elemento o pieza auxiliar, se lo denomina también como un objeto utilizado para completar, que dependen de otros.”¹⁰

Accesorios de moda son artículos, aparte de la prenda misma, que complementan al conjunto de vestir. Su

uso puede añadir un toque de detalle al conjunto cuando el estilo de las prendas es muy llano o sencillo, o cuando el material del que esta hecha la prenda no tiene interés visual alguno. Algunos accesorios tienen también un uso práctico que va más allá del estilo. Estos no tienen pre-

cisamente un carácter utilitario, pero en la mayoría de ocasiones cumplen con una función, como la de protección contra agentes climáticos, entre otras.

Con la utilización de diferentes accesorios y joyería se puede lograr que un conjunto de indumentaria parezca y se vea completamente diferente. Las tendencias están continuamente impuestas por la adición de accesorios a distintas prendas como por ejemplo cinturones y artículos para el cabello. Los accesorios pueden, y han cambiado en el pasado, a un ‘look’ por completo. Desde carteras hasta zapatos, aretes y collares, que son los básicos que han permanecido desde épocas pasadas, hasta los polines en los años ochentas, los accesorios llaman la atención y dan un mayor atractivo a una gran parte de artículos y prendas de vestir.





APLICACION UTILITARIA DE LOS ACCESORIOS

Hay también accesorios como carteras, sombreros y guantes que tienen más de un uso. Mientras son utilizadas para acentuar el conjunto, las carteras son también útiles contenedores portátiles. Los sombreros de ala corta o larga se usan para proteger los ojos de la intensa luz. Los zapatos son usados para cubrir los pies, principalmente en ciertas condiciones climáticas cuando no se puede soportar el calor o frío extremo. Por ejemplo, la gente en el desierto usa sandalias como protección, ya que la arena es demasiado caliente como para aguantar largas caminatas. Los cinturones ayudan a sostener los pantalones al cuerpo evi-

tando que estos se resbalen.

Hoy en día, en el campo de la moda, el accesorio a más de ser un complemento del vestuario, puede ser incluso parte fundamental y casi indispensable del mismo. La presencia de los accesorios en la vestimenta, tanto formal como informal en hombres y mujeres, caracteriza una fuerte tendencia contemporánea de moda. Los accesorios en la indumentaria tales como carteras, bolsos, sombreros, bufandas, guantes chales y otros, son infinitos; y se los considera como tales mientras tengan una función auxiliar que complemente, acompañe y forme parte del conjunto del vestuario.



1.5 EXPERIMENTACION

1.5.1 INVESTIGACIÓN DE LAS TÉCNICAS ARTESANALES: Tejidos y No Tejidos

TEJIDOS EL TEJIDO DE PUNTO ARTESANAL

Tejido textil

Definición: Estructura laminar resultante de entrelazar de modo ordenado, hilos, filamentos o fibras.

Clasificación de los Tejidos:

- Tejidos planos
o Tafetán
o sarga
o raso
- Tejidos de punto
o de urdimbre
o de trama

Una y otra pueden duplicarse o revertirse en el mismo tejido y así producir diferentes variedades de ellos, aun dentro del mismo tipo.

Entrelazado

Por el entrelazado de la trama con la urdimbre, se dividen los tejidos en tres clases o tipos conocidos con los nombres de

- tafetán. Pasa alternativamente la tra-

ma por encima y por debajo de cada hilo o conjunto de hilos en que se divide la urdimbre a modo de sencillo enrejado.

- sarga, que divide la urdimbre en series cortas de hilos (de tres, cuatro o cinco) de los cuales solo cubre la trama uno en la primera pasada y el siguiente en la segunda, etc. resultando un tejido a espina.
- raso, en que se dividen los hilos de la urdimbre en series algo mayores que para la sarga (de cinco a ocho) y de estos hilos sólo cubre la trama cada uno en la primera pasada; en la siguiente, el tercero saltando uno y así sucesivamente, de donde resulta que teniendo pocos enlaces la urdimbre con la trama y siendo ésta de seda, aparece brillante la superficie del tejido y por esto se le llama satén además de raso.

Reseña Histórica

No se ha podido especificar un exacto origen geográfico del tejido. Se cree que esta destreza fue desarrollada

A.C. Los vestigios más antiguos de pedazos aparentemente tejidos son aquellos que fueron usados como calcetines. Se cree que los calcetines y medias fueron los primeros en ser producidos por técnicas muy similares al tejido, cuando eran formados para encajar el pie, razón por la cual al tejido de punto se lo conoce también como tejido de media. Hoy se sabe que estos calcetines se trabajaron en Nålebinding, una destreza antigua que involucra fabricar la tela mediante hilo haciendo nudos múltiples o vueltas. Se lo realiza con una aguja (originalmente de madera o hueso). Este quehacer milenario se sabe que lo practicaban en el Imperio Romano, según restos de medias de punto encontradas en las tumbas de los legionarios.

Se conoce que en América también se trabajo esta técnica debido a los hallazgos de los guantes tejidos de una momia de la época prehispánica en el sur de Perú.

En el siglo XV, se difundió su práctica en el centro de Europa y la realizaban

Proceso de confección del sombrero de Paja Toquilla



Sigsig - Azuay.

tanto hombres como mujeres. Anterior a este período de la revolución Industrial se habían inventado dispositivos rudimentarios para tejer. Con el advenimiento de la Revolución Industrial, el hilado de lana y la fabricación de tela empezaron a realizarse en las fábricas. Más mujeres se emplearían a la operación de maquinaria, en lugar de producir su lana hilada a mano para tejer sus propios artículos en casa.

La consistencia del hilo hecho en las fábricas era buena y más uniforme, como consecuencia el peso podría calibrarse mejor.

En la segunda guerra mundial se emitieron modelos tejidos para hacer artículos destinados al Ejército y Armada.

Después de los años de guerra, el tejido tiene un grande resurgimiento debido a la introducción de mejores colores y estilos de hilos. Varios miles de modelos alimentaron un mercado hambriento de moda y colores vivos. En los años cincuentas y sesentas el tejido se popularizó y era incluso en-

señado en las escuelas por ser considerado una habilidad útil y no solo una afición. Se empezó a confeccionar no sólo ropa tejida, sino también artículos como mantas, juguetes, bolsas, cortinas y demás, que podrían incluso venderse para generar ganancias. En los ochentas la popularidad del tejido mostró una recaída en el mundo Occidental. Las ventas de patrones e hilos decayeron cuando la destreza se vio cada vez más anticuada y desplazada por productos de origen industrial. La incrementada habilidad y bajo costo de los artículos tejidos a máquina fue la causa de que los consumidores pudieran adquirir sus prendas terminadas por lo mismo que costaban la lana y los patrones, por mucho menos. Siguiendo este declive de tejido, los fabricantes y diseñadores buscaban nuevas maneras de estimular interés y creatividad dentro de la destreza. El enfoque se dio a la produc-

ción de hermosos y novedosos hilos cuyos resultados serían estupendos y patrones que eran rápidamente cons- truidos en palillos grandes. Hubo también un resurgimiento en la popularidad de fibras naturales, reemplazando las acrílicas que habían dominado el mercado mucho tiempo. Las compañías como Vogue trabajaron para hacer patrones de alta moda, y se popularizaron revistas de patronaje de calidad superior. Incluso celebridades han sido vistas tejiendo y han ayudado a popularizar el reavivamiento de la destreza. Los hombres también están tejiendo de nuevo por la emergencia de grupos de tejido de varones.

El resurgimiento de tejido como una actividad popular en principios del siglo XXI y se incremento con el fenómeno del Internet y los blogs como también los grupos y listas de tejedores de la comunidad





El tejido de punto en el Ecuador, es una de las actividades artesanales mas productivas en la actualidad.

virtual, alimentando el desarrollo de una comunidad del tejido internacional. Las técnicas y diseños tradicionales que habían sido conservados por un número relativamente pequeño de tejedores cuando la producción de tejidos fabricados en serie ha encontrando ahora un público cada vez más grande.

Materiales Utilizados en el Tejido y su Origen

Los principales materiales aprovechados tanto por artesanos como por la industria desde tiempos remotos han sido los siguientes:

- lana, muy en uso desde el tiempo de los Patriarcas, ya que eran pastores.
- lino, conocido sobre todo en Egipto donde se han hallado lienzos envolviendo las momias,
- el algodón, procedente de la India e introducido en Europa (primero en Grecia) por las conquistas de Alejandro Magno hacia el 333 a.C.
- el cáñamo, utilizado ampliamente

en numerosas culturas desde muy antiguo (en China aproximadamente desde hace más de 6000 años) no sólo por su potencial textil de alta y variada calidad, sino también por otras aplicaciones, tanto de su fibra como de otras partes de la planta.

- la seda, utilizada en China hace ya 47 siglos, según algunos historiadores y conocida en Europa como material textil casi dos siglos antes de Cristo. Sin embargo, no se cultivó en Occidente hasta el siglo VI en que la trajeron de China unos misioneros. Los persas de la dinastía sasánida la cosechaban ya desde el siglo IV y en este mismo siglo se tejía en Grecia, tras recibirla en bruto desde Asia.

El Tejido de Punto en el Azuay

Esta es una artesanía de reciente práctica, a nivel masivo, en nuestro medio, sin embargo a nivel mundial es muy antigua y bastante generalizada en antiguas civilizaciones.

A pesar de que en la actualidad esta técnica se ha industrializado, abaratando costos y diversificando la producción, muchas mujeres y algunos hombres la siguen practicando, ya sea como una afición o como una manera de ganarse el sustento diario, como es el caso de algunos artesanos en el Ecuador.

Tradición del Tejido en el medio

El Tejido de punto se empieza a desarrollar en el Ecuador alrededor de los años sesenta, con la implementación de los programas del Cuerpo de Paz. En Mira, provincia del Carchi, una extranjera norteamericana miembro de esta organización, empezó a trabajar con las mujeres del sector, copiando diversos modelos de sacos provenientes del exterior. Al tener excelentes resultados, se inicia en nuestro país una de las actividades artesanales mas productivas de la actualidad. Así aparece el tejido de chompas de lana

Ejemplos de distintos colores de fieltros:



como una actividad productiva rural paralela a la agricultura.

En Gualaceo se inicia este oficio en la misma época, siendo las primeras tejedoras las señoritas Peralta, expertas que han capacitado a un buen número de artesanas y que continúan trabajando en esta actividad hasta el momento.

Esta labor desplazó a otras actividades de mucho ancestro, como la paja toquilla, tejido en telar, y bordado; extendiéndose a una gran cantidad de artesanas urbanas y rurales.

El auge que tiene esta artesanía ha hecho que incluso deje de ser exclusiva de las mujeres, se sabe que muchos hombres tejen aunque a escondidas en nuestro medio.

Actualmente se tejen “sacos”, como se los denomina en el norte o “chompas” como se las llama en el sur, en varias zonas del país como son: Mira y todos sus pueblos cercanos, Otavalo y la mayoría de sus parroquias, que además conforman el principal centro de acopio y exportación a nivel internacional, Nabón, Paute y Gualaceo con

todas sus parroquias.

Se calcula que un ochenta por ciento de las mujeres en el área rural de los sectores mencionados trabajan en esta artesanía.

El apogeo de esta artesanía se produce desde los años ochenta, con un índice de exportaciones que para los noventa igualan los de los artículos de paja toquilla.

Importancia actual de este oficio.

Esta actividad se ha extendido en la mayoría de las poblaciones rurales del país y ocupa la mayor parte de mano de obra femenina. La demanda a nivel internacional exige una producción elevada, aprovechada por unos cuantos intermediarios que monopolizan la producción de materia prima y comercialización. Cuando hay poca demanda, las tejedoras están en la desventaja de tener que abaratar los costos para vender sus productos a precios ínfimos que a veces no representan ni el costo del material,

sacrificando su tiempo y habilidad y desvalorizando su trabajo.

No Tejidos Fieltro

Definición: El fieltro es un paño cuya característica principal es que para fabricarlo no se teje. Para hacer un fieltro se necesita conglomerar mediante vapor y presión, varias capas de fibras de lana o pelo de varios animales, usando la propiedad que tienen de adherirse entre sí. Se usa para hacer zapatillas, alfombras, sombreros, entre otros.

Reseña Histórica

El fieltro es una de las formas más tempranas del procesamiento de los no tejidos y es el textil más antiguo conocido por el hombre. Las tribus nómadas asiáticas comenzaron el dominio de la fabricación del fieltro,

Prendas confeccionadas en fieltro



que les permitió resistir algunas de las condiciones meteorológicas más horribles de la tierra con relativa comodidad, o al menos les permitió sobrevivirlas. Una ventaja del fieltro es que puede ser fabricado sin telar, de una manera mucho más portátil que el sistema del tejido favorecido por las culturas más asentadas.

La lana no sólo es un recurso absolutamente renovable, de crecimiento rápido y cuya cosecha favorece a su principal productora, la oveja. Además es un producto cuya fuente es intrínsecamente portátil, un suministro práctico de alimento y con la capacidad de encontrar comida en zonas donde pocos otros animales domésticos pueden.

Por todo eso, fue un material ideal para la supervivencia nómada. Una vez que se consigue una capa de fieltro suficientemente gruesa, la lana no permite el paso del aire ni el frío y resulta relativamente impermeable también. Puede ser resultar tieso, pero casi nunca es pesado. Las tiendas de campaña hechas de fieltro (yurtas)

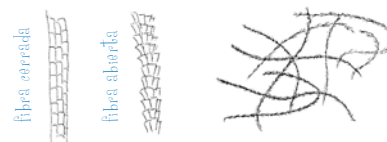
son tan habitables como las casas hechas de materiales más sólidos. Tienen la ventaja de pesar poco, lo cuál permite transportarlas fácilmente, y además, son resistentes al fuego y no se derrumban durante un terremoto. La ropa hecha de fieltro, aunque en una versión más ligera, actúa de la misma manera que una tienda de campaña en pequeña. Nos protege tanto del frío como del calor como de las precipitaciones, permaneciendo mucho más ligera que su equivalente en otros materiales naturales.

Esta muy antigua actividad ha sido practicada en muchos lugares del mundo de manera artesanal e industrial para la producción de una diversidad de prendas tales como zapatos, carpas, alfombras, fina vestimenta, objetos artísticos, joyas y sombreros en especial. Tal es el caso del Ecuador en donde los sombreros de fieltro o “pañó” como se los conoce en el medio, son producidos a gran escala y en diferentes modelos. El arte del fieltro es muy versátil, a éste se le pueden aplicar diferentes tratamientos y nue-

vos usos que están siendo descubiertos por nuevas generaciones de artistas y artesanos.

Principios para la Creación del Fieltro

¿Por qué fieltra la lana? Cuando se manejan las fibras como la lana con ayuda de las manos y con agua o vapor, estas se abren y se enredan entre sí. Este efecto se produce porque las fibras de lana están cubiertas a la manera de tejas por escamas de epidermis como se las puede apreciar bajo el microscopio. Bajo el impacto del agua, calor y movimiento, las fibras se abren y se enganchan unas con otras.



Cómo se hace el Fieltro?

El fieltro se crea porque la lana o fibra que lo compone es un filamento está

Proceso de confección del sombrero de Fieltro.

Saraguro - Loja.



Pasos para crear una pieza de fieltro casera:

1. Tendido de fibras de lana por capas sobre lámina de plástico de empaque que se realiza sobre un tapete de bambú.



2. Se rocían escamas de jabón sobre el tendido de lana.

3. Se rocían gotas de agua caliente sobre las fibras.



4. Se coloca la segunda lámina de plástico de empaque, apelmazado manual y distribuido del agua y jabón entre las fibras.



5. Se enrolla el tapete de bambú para conseguir más fricción y lograr que las fibras se junten para conformar la pieza de fieltro.



6. Pieza de fieltro terminada

para crear diseños muy controlados y formas tridimensionales que son difíciles de conseguir con las tradicionales técnicas “en mojado” únicamente.

Proceso de Confección Artesanal del Feltro

cubierto por escamas microscópicas, al igual que el pelo humano. El mecanismo principal de la fabricación del fieltro es la abrasión; las fibras se enganchan entre sí hasta apelmazarse. El resultado es que se encoge de un modo irreversible, formando una malla que no puede ser separada. Uno de los principales métodos para hacer esto es mojado las fibras. El agua fría funciona, pero el agua caliente funciona mejor. La alternancia del agua caliente y fría funciona mejor. Esto nos da la técnica de “fabricación de fieltro en mojado”. El jabón también ayuda en el proceso, el nivel del pH del jabón es uno de los factores que hace que las escamas se abren. Se pueden usar jabones naturales o algunos de

los jabones líquidos o en pastilla del mercado.

Descripción de las agujas para la fabricación del fieltro: la aguja (o perforadora) fue desarrollada para hacer fieltro industrial. Grandes planchas de acero cubiertas de agujas entran y salen de las fibras sueltas para crear hojas grandes de fieltro. La aguja tiene los bordes ásperos y serrados que obligan a las fibras a enredarse entre sí, creando el fieltro. Los artistas textiles modernos han adoptado la aguja del fieltro como instrumento para el método de “fabricación del fieltro en seco” y junto con las técnicas “en mojado”. Se puede utilizar una aguja individualmente, o unos cuantos juntos

Para el proceso de fieltro se necesita humedad. El agua provoca la apertura de las escamas de la epidermis. Sin embargo, si se usa demasiada agua, las fibras flotan y no pueden juntarse. El proceso de fieltro es mejor si se usa agua caliente o vapor de aproximadamente 30° C, que es el ideal. También se usa jabón alcalino debido a que mejora el proceso de fieltro y ayuda a que las fibras no se peguen a las manos. Pero también es posible fieltro sin jabón.

Las fibras de lana tienen que ser movidas en todas direcciones para que

puedan unirse bien. Para obtener este efecto, se aplica cada nueva capa de lana de manera transversal a la anterior.

1.52 INVESTIGACIÓN DE CAMPO: PROCESOS DE EXPERIMENTACIÓN

Con los conocimientos adquiridos en la investigación teórica de las técnicas y confección artesanal de Tejidos y No tejidos que se trabajan en el medio, se realizan visitas a diferentes talleres y cooperativas de artesanos que trabajan con las mismas, para confeccionar sus productos.

De todas las visitas y contactos que se hicieron a lo largo de la investigación, como resultado de haber emprendido varios y continuos viajes por el Azuay y sus alrededores visitando las zonas rurales donde laboran los artesanos, se decide trabajar con un grupo de artesanos independientes y cooperativas artesanales de Gualaceo, Chordeleg y Saraguro. Estos fueron escogidos por su apertura para confeccionar nuevos diseños y su puntualidad de entrega y disposición para trabajar conjuntamente conmigo.

En estas visitas empieza el trabajo directo con los artesanos, para así familiarizarnos con su forma de producción.

Este trabajo experimental implicó realizar un sin número de pruebas,

maquetas y luego cambios en los diseños preestablecidos. En este proceso se descartaron muchas de las opciones de materiales y procesos con los que se pretendía trabajar, al darnos cuenta de que no eran aptos o adecuados. También se pudieron confirmar hipótesis y constatar que los cambios y nuevas propuestas son acertadas y funcionan correctamente. Este proceso fue clave para desarrollar y ampliar ideas más representativas del concepto del trabajo. Además de dejar abiertas opciones y descubrir nuevos métodos, detalles y formas de trabajo.

1.5.2.1 ELABORACIÓN DE UN MUESTRARIO

Como resultado de los procesos de investigación y experimentación realizados anteriormente se presenta un muestrario que se divide en tres partes: Tejidos, No tejidos y Apliques.

Para la realización de las muestras se hizo una preselección y clasificación general de materiales y técnicas artesanales con las que se comenzó el trabajo, y a lo largo de este proceso se realizó una clasificación, para descartar las no aptas y seleccionar las más apropiadas.

En el muestrario se presentan las conclusiones de un largo trabajo de pruebas e intentos por conseguir nuevas y diferentes texturas, consideradas

óptimas para la confección de prendas y accesorios de indumentaria. Estas debían resultar fáciles y rápidas de confeccionar, con materiales que se pueden conseguir en el mercado a precios accesibles.

Las experiencias obtenidas en esta experimentación y elaboración del muestrario son la base de inspiración para el diseño y creación de una colección de accesorios de moda que se presenta más adelante.

1.6 ESTUDIO DE MERCADO

1.6.1 DETERMINAR EL UNIVERSO DEL MERCADO

El universo de mercado al cual va dirigido este proyecto de diseño comprende Europa y Norteamérica principalmente. El enfoque está dado a países como son Estados Unidos, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Suiza, Francia, Japón y países escandinavos, que se pueden considerar los potenciales clientes de esta colección.

Con este planteamiento, no se descarta la posibilidad de que los productos de esta colección se comercialicen a nivel nacional para el público extranjero o a nivel de Latinoamérica y otros países.

Al ser nuestro target un mercado de varios países es imposible identificar cifras o porcentajes exactos.

El target de mercado internacional al

Los principales destinos de las exportaciones del sector textil que comprenden las materias textiles y sus manufacturas son: Colombia, Estados Unidos, Reino Unido y Chile.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS			
PERIODO:	enero / diciembre 2006		
DESTINO:	todo el mundo		
PARTIDA:	textiles: 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63		
ORDEN:	valor fob - descendente		
PAIS	2006 VALOR FOB (MIL \$US)	%	% Acum
COLOMBIA	33,605.29	48.34	48.34
PERU	6,502.64	9.35	57.69
VENEZUELA	5,516.45	7.93	65.63
REINO UNIDO	4,388.22	6.31	71.94
ESTADOS UNIDOS	2,706.50	3.89	75.83
MEXICO	2,511.45	3.61	79.44
ALEMANIA	2,011.79	2.89	82.34
JAPON	1,987.84	2.86	85.20
CHILE	1,829.33	2.63	87.83
BRASIL	1,348.28	1.94	89.77

que va destinado este proyecto fue escogido debido a la demanda existente y la falta de producción de textiles en el Ecuador que cumplan las exigencias para satisfacer dicho mercado.

1.6.2 APLICACION DE TÉCNICAS DE INVESTIGACION

Las técnicas de investigación aplicadas en ésta investigación de mercado son: observaciones, entrevistas e investigación de escritorio. Las observaciones se realizaron en distintas cooperativas de producción artesanal y almacenes de venta de artesanías textiles e industrial tradicional y en los propios hogares y lugares de trabajo de diferentes artesanos.

Se hicieron entrevistas a los artesanos y a gerentes de empresas que exportan productos y textiles artesanales. También se obtuvieron los datos estadísticos mas recientes de las exportaciones ecuatorianas de artesanías provenientes del Banco Central del Ecuador y La Corporación de Promoción de

Exportaciones e Inversiones CORPEI, las cuales incluyen cifras y destinos exactos a donde se están exportando actualmente dichos productos.

EXPORTACIONES ECUATORIANAS



“Los principales productos exportados son hilados y tejidos. En el rubro de las confecciones, Ecuador exporta productos fabricados con fibras de calidad. La oferta exportable ecuatoriana incluye principalmente prendas tejidas, trajes finos entre otros.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Ecuador cuenta con un buen potencial de mano de obra, que permite una gran capacidad de confección con acabados de calidad y entrega puntual de sus productos; lo cual constituye una importante ventaja competitiva del país.

La mayoría de empresas textiles ecuatorianas tienen una producción vertical de la cadena textil.

MERCADOS

En la década de los noventa, el 74% de las exportaciones textiles se dirigían a dos países: Estados Unidos y Reino Unido. Sin embargo, en los últimos años se ha dado una diversificación de los países de destino principalmente hacia la Comunidad Andina, Europa y Chile. Esta incursión en mercados internacionales, ha dado buenos resultados y ha demostrado la capacidad de la producción textil ecuatoriana.

Los principales destinos de las exportaciones del sector textil que comprenden las materias textiles y sus manufacturas son: Colombia, Estados Unidos, Reino Unido y Chile. Además se pueden destacar otros países como Perú, Venezuela, España y Alemania.¹¹

11. Datos de La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI, 2007



La principal estrategia de estas empresas, es la de mejorar en calidad y diseño al producto artesanal, logrando así productos óptimos de alta categoría; lo que les ha permitido introducirse y posesionarse en mercados de alto poder adquisitivo.



1.6.3. INVESTIGACION DE ESCRITORIO

Para esta investigación se analizaron tres importantes, exitosas y prestigiosas marcas/empresas de diseñadores de moda a nivel mundial, cuyos productos son hechos a mano por artesanos andinos y basados en técnicas tradicionales, con un cierto estilo étnico pero con diseños actuales creados para un mercado global de alto poder adquisitivo.

Entre las más importantes firmas exportadoras de productos artesanales de Latinoamérica a nivel internacional, están la firma de la diseñadora peruana Giuliana Testino, la de la diseñadora colombiana Amelia Toro y la Empresa de comercio justo Pachacuti de la diseñadora inglesa Carry Sommers.

Lo que estas tres tienen en común es que se dedican a rediseñar o proponer nuevos diseños basados en tendencias de moda actuales con técnicas y/o materiales tradicionales de alguna

región de los Andes, trabajados artesanalmente. Estas diseñadoras trabajan conjuntamente con los artesanos, remunerándolos debidamente, respetando y dando la debida importancia a su labor. Con este proceso logran satisfacer las necesidades del mercado internacional más exigente, ya que comercializan sus productos en el mercado principalmente europeo y norteamericano.

La principal estrategia de estas empresas, es la de mejorar en calidad y diseño al producto artesanal, logrando así productos óptimos de alta categoría; lo que les ha permitido introducirse y posesionarse en mercados de alto poder adquisitivo.

Una de sus estrategias para alcanzar grandes volúmenes de venta y popularidad, es que han destinado acertadamente sus productos al dirigirlos a un target donde se encuentran las elites que dan gran acogida al producto artesanal y lo aprecian verdaderamente. Otra de sus importantes estrategias, es que al ser sus diseños de producción artesanal y al estar renovando

continuamente sus líneas, obtienen un resultado de productos únicos y exclusivos, a diferencia de las marcas y casas de moda de producción seriada e industrial.

Forma parte de su estrategia el dar a conocer y especificar el origen de sus productos y como fueron elaborados, como las técnicas y materia prima con la que trabajan, dando énfasis a que sus creaciones se realizan a mano rescatando una tradición, material o técnica artesanal; así como también dan a relucir la apropiada forma de comercialización en la que se basan, y el trato y pago justo con las que manejan a su equipo de trabajo. Este gran valor ético lo manifiestan a través de sus slogans o frases publicitarias, paginas Web, fliers u hojas volantes y/o etiquetas donde se describen detalladamente sus criterios, conceptos y formas de producción.

Para promocionar sus productos no utilizan grandes campañas publicitarias, más bien realizan desfiles o eventos en donde muestran al público sus nuevas colecciones. Las firmas

Líneas que ofrece la firma PACHACUTI:

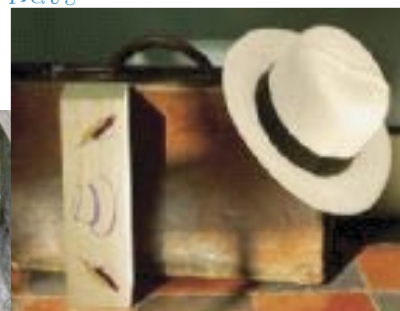
Ladies



Men



Hats



Children



también acuden a ferias y eventos internacionales de moda como fashion weeks y demás.

Por lo general, se promocionan y hacen sus exhibiciones y ventas fundamentalmente a través de sus sitios Web, boutiques y show rooms alrededor del mundo.

Con estas estrategias dan un gran valor agregado a su producción, con la que justifican el elevado porcentaje que se añade al valor neto del costo de sus prendas.

Así de esta manera, mantienen a sus clientes satisfechos y dispuestos a pagar sus altos precios.

Un dato muy importante de este estudio muestra que no se pudo encontrar ninguna marca, diseñador,

firma, o empresa ecuatoriana grande o representativa que se base en el concepto de innovación u optimización de productos textiles artesanales o comercio justo y que cuente con un local de venta o exhibición, representante en el exterior o sitio Web donde se comercialicen sus productos. Se han podido encontrar pequeñas cooperativas, artesanos aislados y otras microempresas que exportan textiles hechos a mano en Ecuador, pero que en la mayoría de los casos son maquilas o entregan su producción a tercerizadoras, las cuales se llevan la mayor

parte de las ganancias; situación que pone al diseño y producción textil ecuatoriana en desventaja, tomando en cuenta que en los últimos años se ha visto un significativo incremento del campo del diseño de modas peruano, colombiano y latinoamericano en general, así como se registra gran aumento de exportaciones de prendas de indumentaria propia del Ecuador o realizada por artesanos ecuatorianos, que tienen mucha aceptación en el mercado internacional, pero que desafortunadamente son llevados al exterior por extranjeros e que inclu-

Ejemplos de los productos que Pachacuti tiene a disposición, que se encuentran a la venta en su el sitio Web:

Ladies >

Cinturones de lana bordados y teñidos con tintes naturales. Precio unitario: £17.50



Ladies > Alpaca Knitwear

Bufanda de Alpaca €39.00



Vestido de alpaca bebé €169.00

Chal de alpaca bebé €27.00



12

Chompa de alpaca €50.00



Saco de alpaca €150.00



Falda de lana de alpaca €105.00



sive son los encargados de rediseñar e innovar prendas típicas y tradicionales nuestras para comercializarlas en grandes volúmenes.

Este es el caso de Pachacuti, muy reconocida empresa en el Reino Unido y a nivel internacional, a cargo de la diseñadora Carry Sommers. Esta empresa importa a Inglaterra y otros países europeos, diferentes prendas artesanales andinas como son: sombreros de paja toquilla tejidos por artesanos del Azuay en su clásico modelo, accesorios hechos en fieltro, todo tipo

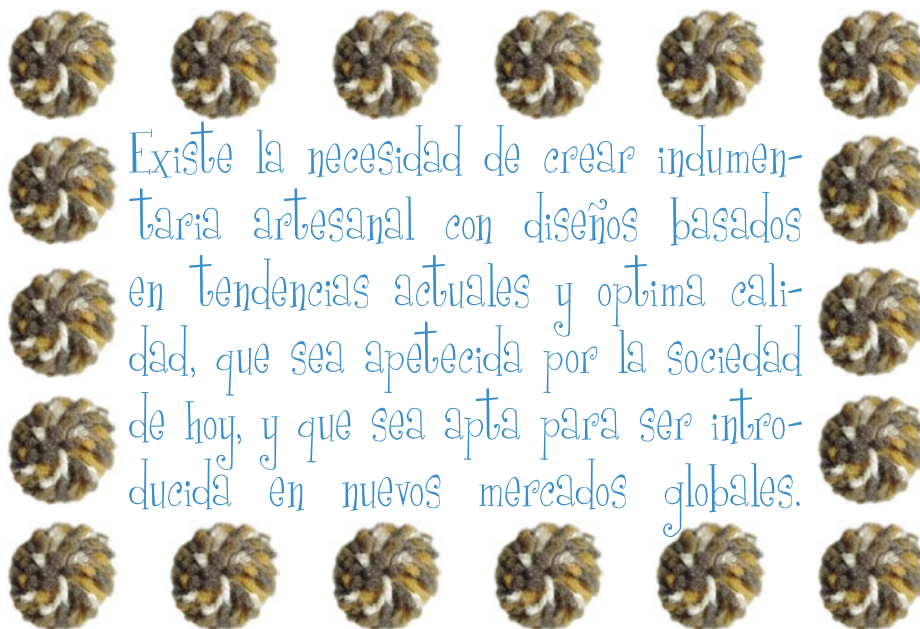
de blusas, vestidos y demás tejidos y bordados a mano y otros sofisticados diseños de Sommers hechos en el Ecuador con técnicas trabajadas por nuestros artesanos. Estos y otros productos, se producen en Perú y Bolivia con el mismo concepto para esta empresa. Por su ardua labor en el rescate de técnicas y tradiciones y el apoyo que brinda a los artesanos andinos y sus familias, Pachacuti y Sommers han recibido algunos reconocimientos por parte del gobierno Inglés y la reina Elizabeth.

1.6.3 CONCLUSIONES

En este estudio de mercado se puede constatar que el diseño latinoamericano y las nuevas propuestas de indumentaria trabajadas en procesos artesanales han logrado gran popularidad mundialmente y se están abriendo paso en los mercados más importantes del mundo.

El Ecuador es un país rico por su gran y variada materia prima y producción

12. Imágenes obtenidas del sitio www.pachacuti.co.uk, 2007



Existe la necesidad de crear indumentaria artesanal con diseños basados en tendencias actuales y óptima calidad, que sea apetecida por la sociedad de hoy, y que sea apta para ser introducida en nuevos mercados globales.

artesanal, por lo tanto debe aprovechar correctamente estos recursos con la alternativa ampliar sus mercados, así puede obtener buenas utilidades y generar al país divisas, más trabajo y desarrollo.

Según la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI, “llegar a otros mercados es una oportunidad de crecer, obtener mayores utilidades e innovar, desarrollando más y mejores productos competitivos a nivel mundial. Orientar la producción hacia el mercado externo significa producir más, dis-

minuir costos unitarios y lograr un desarrollo sostenido a largo plazo; a nivel nacional e internacional.”¹³

En base a ésta investigación se puede determinar:

- La demanda extranjera de productos textiles producidos artesanalmente.
- La falta de diseño e innovación, incorporación de diferentes materiales y estilos, adaptación de las técnicas tradicionales a nuevas tendencias y necesidades del mercado actual.

• Carencia de diseñadores en el medio que realicen un trabajo conjunto con el artesano para mejorar u optimizar sus productos en diseño y calidad.

• Falta de promoción y publicidad del trabajo textil realizado por los artesanos del Ecuador, a nivel nacional e internacional.

• La necesidad de crear indumentaria artesanal con diseños basados en tendencias actuales y óptima calidad, que sea apetecida por la sociedad de hoy, y que sea apta para ser introducida en nuevos mercados globales.

13. Fuente: www.corpei.com, 2007



CAPITULO 2

Programación

Introducción

En este capítulo se presentan detalles, clasificaciones, criterios y parámetros que delimitan y definen las propuestas de este trabajo.

Los condicionantes determinan las características puntuales para llevar a cabo este proyecto de diseño, y en los determinantes o criterios conceptualizan las ideas y definen lenguajes, líneas, cromáticas, materiales, soportes técnicos, mercado y tendencias que se retoman como fuente de inspiración y a la vez son los elementos con los que se materializan las propuestas.

Al ser éste un trabajo experimental, el planteamiento de los condicionantes y determinantes están abiertos a los cambios y modificaciones que se crean convenientes o necesarios en el transcurso del proceso del mismo.



2. DEFINICION DE CRITERIOS Y PARTIDOS DE DISEÑO:

CONDICIONANTES Y DETERMINANTES.

Condicionantes:

• Funcionales

Los accesorios de moda diseñados en ésta colección tienen la función de complementar al atuendo. Al ser estos un acompañamiento al conjunto de vestir cumplen con una función decorativa principalmente pero a la vez cuentan con ciertos aspectos como los de protección contra factores de tipo climático, prestan servicio como contenedores – transportadores, entre otros.

Estos accesorios son de estilo casual y se los puede utilizar en diferentes ocasiones especiales.

• Tecnológicos

Estas propuestas de diseño se materializan mediante la utilización de técnicas artesanales tradicionales confeccionadas a mano por artesanos del medio.

• Expresivos

Estas propuestas pretenden la exaltación, valorización y realce de las técnicas artesanales y materiales con las son producidas.

DETERMINANTES O CRITERIOS:

• Formales Éticos

La responsabilidad ética del diseñador frente a la comunidad y medio ambiente es un aspecto trascendental que está siendo tomado muy en cuenta y en todo el proceso de este trabajo. Este proyecto tiene la intención de utilizar al máximo la diversidad de importantes recursos de materias renovables y tecnologías tradicionales encontradas en el Ecuador.

Para llevar a cabo la confección de las prendas se pretende excluir en lo posible, cualquier tipo de procesos industriales o materiales nocivos. Esto con el propósito de aprovechar y utilizar correctamente los medios de gran valor que tenemos a disposición en nuestro medio y que generalmente no son considerados.

Se ha visto la gran necesidad de reto-

mar y rescatar estos recursos con la finalidad de no dejar que se pierdan importantes elementos identitarios legítimos de nuestro país y por supuesto con el intento de reducir en lo posible la contaminación ambiental, y desperdicio energético que implican los procesos industriales.

Este es un trabajo a realizarse conjuntamente con los artesanos, valorando sus tradiciones, reconociendo y proporcionando una justa remuneración a su labor.

Nombre de la Colección

Para ésta colección de accesorios se analizaron varias alternativas que encierran en el menor número de palabras lo que es este trabajo. Al ser una colección dirigida a jóvenes de un mercado internacional se buscaron opciones de palabras no españolas. A fin de causar curiosidad e impacto en dicho target, marcar una diferencia y salir de lo convencional; pero al mismo tiempo representar los conceptos que engloban el proyecto: combinaciones y fusión de lo local y global.

CHICancana MIX

by *Claudia Polo* couture

CHICancana: palabra kichwa que significa diversidades.

MIX: abreviación de la palabra inglesa mixture que quiere decir mezcla.

Estas dos palabras juntas traducidas al español forman la combinación: Mezcla de diversidades, que expresan claramente lo que estos diseños de accesorios de moda representan.

Por lo que se eligió una palabra kichwa y una inglesa. Como resultado final, CHICancana MIX es el nombre que toma ésta colección de accesorios. Estas dos palabras fueron escogidas porque representan el concepto e inspiración del trabajo.

CHICancana: palabra kichwa que significa diversidades.

MIX: abreviación de la palabra inglesa mixture que quiere decir mezcla.

Estas dos palabras juntas traducidas al español forman la combinación: Mezcla de diversidades, que expresan claramente lo que estos diseños de accesorios de moda representan.

Al mismo tiempo se crea un juego de palabras al escribir las primeras cuatro letras de CHICancana con mayúscula, ya que así se forma la lectura de la palabra CHIC, que quiere decir 'a la moda' o glamoroso en francés.

Líneas de la Colección

Esta colección se divide en dos líneas principales: La línea de hombre "Cari" y la línea de mujer "Huarmi".

CARI es una línea con un toque más

clásico y masculino que se presenta un tanto serio pero juvenil a la vez. Su cromática va hacia las gamas de colores fríos como la combinación de blancos y negros, grises y colores tierra.

Esta línea se constituye de texturas gruesas y toscas logradas mediante tejidos trenzados y con diferentes labores de relieves y combinaciones de hilos anchos, que crean efectos tridimensionales.

Para los insumos se consideran elementos de tipo natural como botones de coco en formas geométricas y tamaños grandes, en contraste con elementos metálicos tales como cierres gruesos, hebillas, remaches y otros.

Esta línea propone sombreros /gorros, cuello - capuchas, cuellos, y bolsos.

HUARMI es una línea con estilo coqueto, romántico, que a la vez es divertido y atrevido, sin dejar de ser actual. Su cromática se inclina a tonalidades más bien cálidas, entre gamas de rosas, naranjas, marrones y turquesas con aires sobrios, modernos y femeninos.

Esta línea se compone de encarrujados, volados, y texturas suaves y delicadas de plumas y tejidos calados tipo brocados y cenefas que imitan elaborados encajes.

Los insumos a emplearse son peinetas plásticas, elementos metálicos en dorados tales como mullos, broches, argollas y otros.

Esta línea propone sombreros, tocados, cuellos, carteras, guantes, y tobilleras.

Cromática

Línea HUARMI



Línea CARI



Tallaje

Al ser estas, propuestas de accesorios de moda destinados a un mercado internacional de jóvenes - adultos, se mantendrá el uso de tallas únicas o standard con el fin de que éstos productos puedan ser comercializados sin problemas en países europeos, norteamericanos y otros.

Ejemplos de materiales:

Cueros de res y oveja:



Paja toquilla:



Plumas de gallina y avestruz:



Lanas de oveja y alpaca:



Silüeta

Estos diseños se plantean con el principio de la híbrides, lo que implica que cada uno tiene su forma individual, única y una silüeta determinada siendo estas diferentes entre unas y otras.

Por estas razones no se es posible establecer una sola o varias silüetas, ya que cada propuesta tiene la suya propia, sin embargo todas estas tienen la característica de tener formas curvas con movimiento y muchas texturas principalmente.

•Tecnológicos

Se han retomado técnicas artesanales realizadas en el medio para confeccionar ésta

Colección, las cuales se clasifican en: Tejidos, No Tejidos y Apliques.

•Expresivos

Una característica importante y valor agregado de esta colección es el retomar y rescatar tradiciones de los artesanos ecuatorianos, las cuales repre-

sentan su sustento y forma de vida.

Se pretende dar a conocer a nivel nacional e internacional las tecnologías y materiales utilizados en el medio a través propuestas con alto contenido estético, ético, y a la vez utilitario.

2.1 MATERIALES Y TECNOLOGÍA

MATERIALES

Los materiales a utilizarse en la elaboración de las propuestas de diseño de ésta colección son fundamentalmente, una recopilación de elementos tradicionales y locales en su mayoría provenientes de la naturaleza, manejados sin procesos nocivos que ayudan a preservar el medio ambiente.

Se retoman los más representativos y apropiados para la confección de las prendas.

Los insumos a utilizarse son botones, cierres, broches, metálicos encontrados en el mercado local.

TECNOLOGÍA

La tecnología usada para la realización de este proyecto son técnicas artesanales y tradicionales, todavía practicadas en el Ecuador hasta nuestros días.

Clasificación de técnicas artesanales a utilizarse:

* Tejidos: - Crochet o Ganchillo
- Palillos

* No Tejidos: - Fielto

* Apliques: - Costuras.

El proceso de confección de estas prendas es realizado a mano en su mayor parte, por artesanos del medio. Se utilizan procesos semindustriales en ciertos detalles como la armada de los bolsos y carteras.

2.2 MERCADO

Estas propuestas de diseño están dirigidas a un mercado global, principalmente europeo y norteamericano de hombres y mujeres que oscilen entre 18 y 30 años.

Esta colección se crea pensando en



- Moda Étnica:

* Folk + natural

* Diseño + cultura

* Cotidiano + exótico + popular

INSPIRACIÓN

- Híbridos:

* Mezclas + variedades

* Procesos + estrategias

* Global + local

- Diseño contemporáneo:

* Dualidades + contraposiciones

* Complejidad + conexión de diversidades

* Forma + función + tecnología + expresividad + mercado

satisfacer las necesidades de jóvenes - adultos de ambos sexos, que tengan un alto poder adquisitivo, caracterizados por ser actuales, atrevidos, arriesgados, independientes, y con mucha personalidad que viven y son parte de un mundo postmoderno y globalizado.

Este segmento de mercado fue escogido debido a que es el target donde se encuentra la población que aprecia verdaderamente los productos artesanales y toda la carga de tradición y valores tangibles e intangibles con los que cuentan los mismos. Este es un grupo que busca estar siempre a la moda y vestir siguiendo las últimas tendencias globales a más de estar dispuestos a pagar el adicional en el costo del producto, que representan los valores agregados que poseen estos: son piezas únicas con exclusivos diseños confeccionados a mano por artesanos que utilizan técnicas tradicionales y ésta labor como su sustento de vida.

2.3 INSPIRACIÓN Y TENDENCIAS

INSPIRACIÓN

“CHICancana MIX” es una colección se inspira en materias primas como: Lanas, plumas, paja toquilla cueros, entre otros, y tecnologías artesanales: Tejidos, No Tejidos y Apliques; fusionando estos con detalles en fibras sintéticas e insumos metálicos y plásticos.

Se basa también en criterios y tendencias de moda actuales utilizadas por un mercado global como son:

* **Diseño contemporáneo:**

• Dualidades + contraposiciones

• Complejidad + conexión de diversidades

• Forma + función + tecnología + expresividad + mercado

* **Híbridos:**

• Mezclas + variedades

• Procesos + estrategias

• Global + local

* **Moda Étnica:**

• Folk + natural

• Diseño + cultura

• Cotidiano + exótico + popular

Conceptualización de la Colección CHICancana MIX

Creaciones de diseño y arte de origen postmoderno, que retoman al diseño

contemporáneo como una unión de fragmentos mezclados entre sí, representado por la relación de dualidad de la moda femenina + la moda masculina y la contraposición entre lo local + lo externo, con lo que pretenden lograr la lectura de un orden dentro de un “desorden”, los cuales nacen y se crean por la apropiación de elementos populares y tradicionales fusionando procesos y técnicas artesanales de tejidos y no tejidos, con una diversidad de materiales de distinta naturaleza y origen; que acogen y se adaptan a tendencias de moda actuales y se materializan en accesorios de moda por manos de artesanos.

Accesorios que dejan de ser el complemento del atuendo y pasan a ocupar un papel más importante, desempeñando un role fundamental en el mismo, complementando su función de utilitarios - decorativos, dando como resultado productos ciento por ciento híbridos, únicos con su identidad propia, destinados a un mercado global.

Es una colección que se divide en dos líneas, la de hombre, y la línea de mujer.

