



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera
en Procesos y Diseño de Modas

“Diseño de autor ¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con
autoría?”

Autor: Villacís Núñez, Alexandra de Jesús

Tutor: Escobar Guanoluisa, Taña Elizabeth

Ambato - Ecuador
Noviembre, 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“Diseño de autor ¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con autoría?”**

De la alumna Villacís Núñez Alexandra de Jesús, estudiante de la carrera de Diseño de modas, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Noviembre, 2018

EL TUTOR



.....
Ing. Mg. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa
C.I. 1713514964

AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Diseño de autor ¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con autoría?**” como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de éste trabajo de grado.

Ambato, Noviembre, 2018

LA AUTORA



.....
Villacís Núñez Alexandra de Jesús

C.I. 1804467080

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Noviembre, 2018

LA AUTORA



.....
Villacís Núñez Alexandra de Jesús

C.I. 1804467080

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “Diseño de autor ¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con autoría?” de Alexandra de Jesús Villacís Núñez, estudiante de la carrera de Diseño de Modas, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Noviembre, 2018

Para constancia firman

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

CALIFICADOR

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mi familia, quienes de muchas formas me impulsaron, motivaron, apoyaron en cada etapa para no perder el rumbo.

A mis padres, José y Marlene, quienes me convirtieron en una persona fuerte y perseverante.

A mis hermanas, Mayra, Dalila y María José, mi felicidad, motivación y mi mayor orgullo.

A mis sobrinos Daniela y Didac, la felicidad hecha ternura.

A David, mi apoyo incondicional en todas esas jornadas de trabajo y desvelo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por todas las bendiciones que ha puesto en mi camino.

A mi familia, han sido mi apoyo y motivación constante para no dejarme vencer.

A mis maestros, quienes impartieron sus conocimientos con dedicación y sin medida en cada etapa académica. Además por su ayuda y apoyo, más allá de las aulas y de su deber.

A mis amigas Martha, Johanna y Ana María, por su amistad y cariño incondicional, con quienes el camino siempre resultó más fácil y divertido.

ÍNDICE DE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.2.1. Contextualización	1
1.2.2. Análisis crítico	3
1.2.3. Pronóstico	5
1.2.4. Formulación del problema	5
1.2.5. Preguntas directrices	5
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.....	5
1.3. Justificación.....	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general	7
1.4.2. Objetivos específicos	7
CAPÍTULO II	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1. Antecedentes investigativos.....	8
2.2. Fundamentación filosófica.....	9
2.3. Fundamentación legal.....	10
2.4. Categorías fundamentales.....	11
2.5. Marco teórico.....	14
1.1. Economía creativa	14
1.2. Industria creativa y cultural	14
1.3. DISEÑO DE AUTOR	15
2.1. Diseño conceptual.....	24
2.2. Diseñadores de autor	24
2.3. Proceso del diseño de autor	25
2.5. HIPÓTESIS	33
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	33
CAPÍTULO III.....	34
METODOLOGÍA	34
3.1. Enfoque investigativo	34
3.2. Modalidad básica de la investigación	34
3.3. Nivel o tipo de investigación	35
3.4. Población y muestra.....	35
3.5. Operacionalización de variables	39

3.6. Técnicas e instrumentos.....	42
3.7. Plan de recolección de la información	44
3.8. Plan de procesamiento de la información	46
CAPÍTULO IV.....	48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	48
4.1. Análisis e interpretación de resultados	48
4.1.1. Análisis teórico.....	48
Tendencia de comportamiento para la conceptualización del diseño de autor	52
4.1.2. Análisis de entrevistas	53
Tendencia de comportamiento del proceso del diseño de indumentaria de autor.....	72
Tendencia de comportamiento de entrevista a expertos	78
4.3. Verificación de hipótesis	79
CAPÍTULO V.....	85
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	85
5.1. Conclusiones.....	85
5.2. Recomendaciones	86
CAPÍTULO VI.....	87
PROPUESTA.....	87
6.1. Datos informativos	87
6.1.1. Título de la propuesta	87
6.1.2. Unidad ejecutora.....	87
6.1.3. Ubicación.....	87
6.1.4. Tiempo.....	87
6.1.5. Responsables.....	87
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	87
6.3. Justificación.....	88
6.4. Objetivos.....	89
6.4.1. Objetivo general.....	89
6.4.2. Objetivos específicos	89
6.5. Fundamentación de la propuesta	90
Introducción hacia el diseño de autor	90
El diseño de autor y su historia.....	91
Conceptualizando el diseño de autor	94
1. Desarrollo conceptual	100
2. Desarrollo proyectual	100
3. Desarrollo de estrategias de venta	100
4. Desarrollo de la comercialización.....	100
DESARROLLO CONCEPTUAL	118

DESARROLLO PROYECTUAL	131
DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE VENTA	143
DESARROLLO DE LA COMERCIALIZACIÓN.....	145
6.5.1.1. Normativa legal.....	155
6.6. Análisis de factibilidad	156
6.7. Diseño del producto.....	156
6.7.1. Memoria descriptiva	156
6.7.1.1. Características formales	156
6.7.1.2. Características técnicas	157
6.8. Administración de la propuesta	164
6.8.1. Recursos.....	164
6.8.1.1. Humanos	164
6.8.1.2. Técnicos	164
6.8.1.3. Materiales	164
6.9. Evaluación de la propuesta	165
CONCLUSIONES	166
RECOMENDACIONES	166
BIBLIOGRAFÍA.....	167
ANEXOS.....	171

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Árbol de problema	3
Tabla 2	Población y muestra	36
Tabla 3	Población bibliográfica	37
Tabla 4	Población de diseñadores nacionales y extranjeros	37
Tabla 5	Población de expertos	38
Tabla 6	Operacionalización de variable independiente	39
Tabla 7	Operacionalización de variable dependiente	41
Tabla 8	Técnicas e instrumentos	42
Tabla 9	Plan de recolección de la información	44
Tabla 10	Plan de recolección de la información de escritos	45
Tabla 11	Plan de recolección de la información de diseñadores nacionales	45
Tabla 12	Plan de recolección de la información de diseñadores extranjeros	46
Tabla 13	Plan de recolección de la información de expertos	46
Tabla 14	Matriz comparativa de conceptos. Diseño de autor.....	48
Tabla 15	Matriz de características del diseño de autor.....	51
Tabla 16	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 001. Diseño de autor	54
Tabla 17	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 002. Diseño de autor	55
Tabla 18	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 003. Diseño de autor.....	56
Tabla 19	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 004. Hacer diseño de autor	57
Tabla 20	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 005. Hacer diseño de autor	60
Tabla 21	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 006. Hacer diseño de autor	61
Tabla 22	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 007. Hacer diseño de autor	62
Tabla 23	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 008. Hacer diseño de autor	63
Tabla 24	Matriz de características del diseño de autor.....	64
Tabla 25	Matriz de procesos para el diseño de autor en Ecuador	65
Tabla 26	Matriz de procesos para el diseño de autor (Argentina, Chile)	68
Tabla 27	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	74
Tabla 28	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	74
Tabla 29	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	75
Tabla 30	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	75
Tabla 31	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	76
Tabla 32	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	76
Tabla 33	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	77
Tabla 34	Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.....	77
Tabla 35	Matriz de cumplimiento de lineamientos	80
Tabla 36	Matriz de verificación de hipótesis en la fase de creación	81
Tabla 37	Matriz de verificación de hipótesis en la fase de producción	82
Tabla 38	Matriz de verificación de hipótesis en la fase de Marketing	83

Tabla 39 Matriz de verificación de hipótesis en la fase de comercialización.....	84
Tabla 40 Matriz de evaluación	165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Variable dependiente.....	11
Gráfico 2: Variable independiente	11
Gráfico 3 Lluvia de ideas variable independiente	12
Gráfico 3 Lluvia de ideas variable dependiente	13
Gráfico 5: Contextualización del contexto del diseño de indumentaria de autor	53
Gráfico 6: Pasos para hacer diseño de autor.....	73
Gráfico 7: Mapa de países que incursionan en el diseño de autor.....	93
Gráfico 8: Lineamientos diseño de autor.....	94
Gráfico 9: Metodología diseño de autor.....	99

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1: Envolvente y orgánico.....	103
Imagen 2: Arquitectónico y geométrico.....	104
Imagen 3: Multifunción y adaptable.....	105
Imagen 4: Sastrería y deconstrucción.....	105
Imagen 5: Ergonómico y modular.....	106
Imagen 6: Tejidos.....	108
Imagen 7: Patchwork.....	109
Imagen 8: Collage.....	110
Imagen 9: Bordados.....	111
Imagen 10: Relieves.....	112
Imagen 11: Costuras.....	113
Imagen 12: Estampas.....	114
Imagen 13: Trazos pictóricos.....	114
Imagen 14: Complejidades visuales.....	115
Imagen 15: Grafías personales y juegos de niños.....	116
Imagen 16: Búsqueda de nuevos sentidos.....	117
Imagen 17: Ejemplo de investigación con ideas en las que inspirarse.....	118
Imagen 18: Ejemplo de inspiración.....	119
Imagen 19: Investigación primaria.....	120
Imagen 20: Investigación secundaria.....	121
Imagen 21: Herramienta visual, Moodboard.....	122
Imagen 22: Herramienta Visual, Sketchbook.....	123
Imagen 23: Herramienta Visual, Storyboard.....	124
Imagen 24: Carta de siluetas y colores.....	125
Imagen 25: Experimentación textil.....	126
Imagen 26: carta de materiales e insumos.....	127
Imagen 27: Bocetos.....	128
Imagen 28: Modelar sobre maniquí, fase creativa.....	128
Imagen 29: Elección de bocetos.....	129
Imagen 30: Propuestas de color.....	130
Imagen 31: Ilustración.....	130
Imagen 32: Artesano realizando textil en telar.....	132
Imagen 33: Estampación en taller.....	132
Imagen 34: Sublimación en taller especializado.....	133
Imagen 35: elaboración de patronaje sobre papel.....	134
Imagen 36: ejemplo de modelado sobre maniquí.....	134
Imagen 37: Prototipo.....	135
Imagen 38: Corrección de errores.....	136
Imagen 39: corrección para realizar patronaje final.....	137

Imagen 40: patronaje final.....	137
Imagen 41: Despiece de patrones	138
Imagen 42: despiece con su respectiva nomenclatura	138
Imagen 43: Escalado	139
Imagen 44: Patrón siendo marcado sobre textil para cortar	140
Imagen 45: Corte de patrones.....	141
Imagen 46: Unión o ensamble de patrones.....	141
Imagen 47: revisión de terminados	142
Imagen 48: Costura de botones	143
Imagen 49: Sesión de fotos	143
Imagen 50: Entrevista de la le revista Dolce Vita a Milu Espinoza	145
Imagen 51: Participación de diseño de Fabrizio Célieri en disfile de modas	145
Imagen 52: Diseñadora Cora Groppo.....	148
Imagen 53: Diseñador Martin Churba	149
Imagen 54: Diseñadora Mariana Cortés	150
Imagen 55: Diseñadora Nadia Mosquera	151
Imagen 56: Diseñadora Stephanie Rodas	152
Imagen 57: Fundadores de la marca Lorena Pérez y Felipe Segovia	153

RESUMEN EJECUTIVO

En Ecuador y a nivel latinoamericano el diseño de autor va teniendo mayor acogida. Pues a pesar de ser un término que originalmente se acuñó en Argentina, cada vez son más los diseñadores de diversos países, que se suman en la incursión de esta nueva forma de realizar diseño. La cual tiene rasgos característicos de identidad, innovación y originalidad, desde una mirada más conceptual, valorando lo artesanal y dejando de lado la masividad.

Sin embargo, no se conoce un proceso que denote claramente, cómo llevar a cabo el diseño de indumentaria autoral. Situación que preocupó a la presente investigación, la cual tiene como objetivo analizar el diseño de autor, con la finalidad de determinar los pasos del diseño de indumentaria con autoría y responder a las necesidades de la región. Para llevar a cabo este proceso, la información recaudada fue meramente cualitativa, pues se buscaba conocer las características y particularidades que este tipo de diseño presenta. En primera instancia se realizó un abordaje de referentes bibliográficos, seguido del estudio a nueve casos de empresarios autorales a nivel nacional y once latinoamericanos, de Argentina y Chile. Para el análisis de dicha información se contrastaron los criterios de los datos obtenidos y finalmente a través de la teoría de los sistemas se enlazaron los procesos y la conceptualización de diseño autoral.

El resultado que se obtuvo de la investigación se presenta en una guía metodológica para hacer diseño de indumentaria con autoría, orientada a los estudiantes de diseño y actores sociales del diseño que estén interesados en conocer que es el diseño de autor, cuáles son sus lineamientos y como puede ser llevado a práctica.

PALABRAS CLAVE: METODOLOGÍA DE DISEÑO, DISEÑO DE AUTOR, MODA CON IDENTIDAD, DISEÑO CONCEPTUAL, PRENDAS INNOVADORAS.

ABSTRACT

Ecuador as well the Latin-American countries the author fashion design is taking a greater embrace. The terminology was originated and coined in Argentina. Now there is a large quantity of designers in a variety of countries with a predisposition to add this new way of doing fashion designs. This form of design has characteristics of personal identity, innovation and originality and from a conceptual look, gives a value to a handcrafted items by putting aside the mass production.

Even now, there is not a procedure that clearly indicates how to carry out an author fashion design. The situation created a present investigation and a reason to analyze the author fashion design. Defining the stages of clothing with author fashion design and the respond to regional needs was the goal. Once the analysis was attained the result was only qualitative, since the purpose was to look for an understanding of characteristics and peculiarities presented by this type of design. The first clue was an approach to a various bibliographic references, continued by studying nine cases of author fashion designers business owners at the national level and eleven cases at the Latin -American countries being Argentina and Chile.

The analysis from above information was compared to the criteria obtained from data obtained through a system theory and then the process was connected to a final conceptualization of the author fashion design.

KEYWORDS: DESIGN METODOLOGY, AUTHOR FASHION DESIGN, IDENTITY FASHION, CONCEPTUAL DESIGN, INNOVATIVE GARMENTS.

Introducción

El diseño de indumentaria de autor es una nueva forma de hacer diseño que se caracteriza por realizar prendas con alto contenido imaginativo, innovador, dejando de lado la producción en masa y trabajando desde una impronta personal. Teniendo en cuenta esto, la presente investigación surgió debido al poco conocimiento del diseño autoral en el país, además del desconocimiento de una metodología que permita llevarlo a la práctica.

Como apoyo constructivo en el trayecto de investigación se encontraron diversos escritos que ayudaron a entender del tema, entre los cuales están “*Políticas de las apariencias*” y “*Mapa de diseño 101 diseñadores de autor*”, “*El Nuevo vestir*”, los diferentes autores bibliográficos dan a conocer y entender que es el diseño de autor, como se generó y cuáles son sus principales características.

Como principal objetivo para abordar y dar solución al tema planteado es analizar el diseño de autor con la finalidad de determinar los pasos del diseño de indumentaria con autoría para poder dar y responder a las necesidades de la región. En primera instancia se tuvo que contextualizar el concepto del diseño de autor en la región mediante un estudio bibliográfico de sus características. Seguido se determinó el paso a paso del diseño de autor mediante fichas catalográficas de diseñadores de autor de Latinoamérica y el país y finalmente se pudo construir una metodología para hacer diseño de autor mediante un modelo de los procesos que realizan para la práctica proyectual.

La metodología que ayudó a resolver la problemática se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, pues se necesitaba conocer las características que definen al diseño autoral y los pasos para llevarlo a la práctica. Se desarrolló un estudio bibliográfico de cinco libros que abordaban la temática. Por otro lado también se realizó un estudio de campo en donde se tuvo como muestra a nueve diseñadores de indumentaria de autor nacionales y once extranjeros. Para análisis de dicha información se emplearon diversas matrices que ayudaron a definir y evidenciar como se desarrolla este tipo de diseño.

El presente proyecto investigativo cuenta con seis capítulos de los cuales el:

Capítulo I presenta el planteamiento del problema, su contextualización, análisis crítico, formulación de la problemática, preguntas directrices, delimitación, justificación y finalmente con el objetivo general y los específicos.

Capítulo II, aborda los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, legal, categorización de variables, marco referencial, y finalmente el planteamiento de la hipótesis y señalamiento de variables. Este capítulo ayudo a adentrarse más a profundidad en el tema pues se requirió de diversas fuentes bibliográficas para desarrollar el marco teórico.

Capítulo III, contiene toda la parte metodológica desarrollada en la investigación, el enfoque, modalidad o nivel de la investigación, selección de la muestra, técnicas y herramientas empleadas en la búsqueda investigativa. Además se desarrolló el plan para recolectar y procesar la información.

Capítulo IV, desarrolla todo el análisis e interpretación de la información y finaliza con la verificación de la hipótesis

Capítulo V, indica las conclusiones y recomendaciones que surgen de los datos obtenidos.

Capítulo VI, evidencia todo lo relacionado a la propuesta antecedente, justificación, objetivos y finalmente la fundamentación de la propuesta en la cual se da solución al problema planteado en el primer capítulo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Diseño de autor ¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con autoría?

1.2. Planteamiento del problema

¿Cómo llegar hacer diseño de indumentaria con autoría?

El problema originado en base a la pregunta se da por el escaso conocimiento que se tiene del diseño de indumentaria de autor en la región, y esto pasa porque el consumidor no posee suficiente información acerca de este tipo de diseño y que es lo que promueve, esto se también da por el poco valor que se da al diseño nacional, ya que muchos prefieren consumir aquellos productos de marcas mundialmente conocidas. Lo que conlleva a que los diseñadores se enfoquen en el diseño de moda masivo y por ende no se tiene conocimiento del paso a paso que un diseñador de autor sigue para crear un producto diferenciado. (Mon et al., 2011)

1.2.1. Contextualización

Actualmente el diseño de autor en México es una alternativa que se contrapone al diseño de indumentaria masivo, pues aunque en el país la industria de la moda se ha incorporado dentro de su contexto cultural, aún no ha sido reconocida como una actividad artística y comercial que puede ayudar económicamente.

México cuenta con diseñadores emergentes que deciden lanzar sus marcas y productos a nivel nacional, adentrándose en el mercado desconocido con la necesidad de comenzar explorar un mercado que no es de fácil acceso, pero arriesgándose a comenzar por desarrollar sus propias marcas que los definan como diseñadores de autor. (Alarcón, 2014, p. 46-47)

En consecuencia el diseñador de autor debe esforzarse no solo para promover sus diseños o su marca, también lo hace para dar a conocer la identidad del diseño nacional. Lo cual tiene un grado de complejidad para un país que tiene como referencia como dictador de moda a su vecino país del norte Estados Unidos, lo que complica más aun

el trabajo autoral puesto que el diseño de indumentaria en México converge entre lo que busca el consumidor que es una moda, más enfocada a la internacionalización y lo que el diseño de autor desea promover. (Alarcón, 2014)

Argentina y Chile son los que llevan la delantera en el diseño de autor a nivel latinoamericano, y ambos poseen modelos socioeconómicos diferentes pues en Chile se maneja una apertura de importación y exportación que permite la entrada y salida de artículos de moda a bajo costo. Argentina, tiene una política muy estricta de protección textil, las importaciones y las exportaciones tienen un costo elevado, que imposibilita a los diseñadores adquirir insumos a costos bajos. (Calvo, 2013)

Tanto Argentina como Chile a pesar de ser países que poseen modelos socioeconómicos diferentes demuestran que se puede realizar diseño de autor de forma exitosa ya sea en un país con gran apertura a la exportación e importación de productos e insumos textiles y también sucede lo mismo en un país que cuida mucho la entrada de mercadería extranjera al mercado local.

Además, en Argentina los emprendimientos en diseño de autor se van sumando a medida que pasa el tiempo pues según el Instituto Nacional de Tecnología Industrial, INTI en el 2010 existían 150 empresas que hacían diseño de autor y en el 2016 se contaban ya con 258, esto demuestra que las empresas se van sumando de a poco y que estas se han mantenido en el mercado hasta 10 años, lo que comprueba que este tipo de emprendimientos pueden ser económicamente viables, ya que también se establece que 2830 personas tienen empleo directo e indirecto por los diseñadores de autor argentinos. (Marré, 2016; Marino et al., 2010)

En Ecuador actualmente el diseño de autor es una propuesta diferente al diseño de moda masivo, el cual ha tenido acogida por pocos diseñadores a nivel nacional, además que en el diseño a nivel general, en el país se tiene poco conocimiento de las políticas que impulsen la práctica del mismo, esta es una de las razones para que el diseño de autor ecuatoriano no tenga mucho impulso. Como lo dice Beltrán (2016):

Se podría advertir que uno de los efectos de esta falta de inclusión en las políticas estatales, es la carencia de soporte para una capacitación efectiva, en temas relacionados con el diseño; necesarias dentro de una pequeña empresa de indumentaria. De hecho, la ausencia de financiamiento al momento de activar y posicionar una marca, y la inexistencia de subsidios para realizarlo, ha sido uno de los

principales factores de incidencia para que el Diseño de Autor no se haya desarrollado en Ecuador como en el resto de América Latina. (p. 18)

Asimismo el país no proporciona becas a la carrera de diseño de modas ya que según la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, SENESCYT no cumple con los parámetros para aportar al desarrollo de la matriz productiva del país.

La Política Pública de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación para el Fomento del Talento Humano en Educación Superior, expedida mediante Acuerdo Ministerial No. 2012-029 de fecha 03 de abril de 2012, en su cuarto objetivo determina: “Optimizar la generación de talento humano especializado en función de las prioridades de desarrollo del país”; indicando como uno de los objetivos específicos que de éste se desprende, el priorizar áreas estratégicas, para la asignación de recursos públicos, para el fomento del talento humano en función del Plan Nacional del Buen Vivir y el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes. (SENESCYT, 2016, p. 2)

En donde se evidencia que “No se financiarán programas de estudio en las áreas de Diseño de modas y afines” (p. 6) lo que representa un impedimento para aquellos estudiantes que desean salir a adquirir más conocimientos fuera del país,

1.2.2. Análisis crítico

Tabla 1

Árbol de problema

Poco conocimiento del diseño de autor en el Ecuador	
Causas	Efectos
Poca cultura de diseño en la industria de la moda ecuatoriana	Los diseñadores en el Ecuador son poco valorados.
Falta de conocimiento del trabajo del diseñador de autor.	Pocos diseñadores incursionan en este tipo de diseño y lo ven como una fuente económica poco rentable.
Mayor parte de conocimientos se genera en producción industrial.	La mayor parte de diseñadores se dedican a una producción masiva.

El diseño de autor en el Ecuador no tiene el mismo avance que otros países de Latinoamérica, esto se debe a la poca cultura del diseño¹ que posee el país, pues según Martínez y North (2009) “los productos que se consumen dentro del país, son adquiridos bajo propuestas de marcas del exterior, con valores ajenos a las expresiones culturales y contextos locales (Como se cita en Beltrán, 2016). El diseño de cierto modo se ve menos apreciado a lado de marcas reconocidas, pues muchas personas prefieren la marca con reconocimiento a un diseño diferente o innovador. (Julier, 2010)

El poco de conocimiento del trabajo que realiza el diseñador de autor en Ecuador es una de las causas más grandes para que este tipo de diseño no vaya a la par con otros países como lo afirma Beltrán (2016):

En la capital de Ecuador, Quito, no se encuentra una investigación en lo concerniente a la temática de Diseño de Autor; se han desarrollado tesis de grado en las que se les da énfasis a los emprendimientos, como negocios de diseñadores que quieren emerger con su marca; pero con un enfoque, como se mencionó, hacia el establecimiento comercial de su marca y productos. (p.20)

Debido a este desconocimiento pocos son los diseñadores que incursionan en este tipo de diseño ya que no solamente ignoran de qué se trata, además creen que es un modelo económico poco factible, así lo sustenta Machuca (2012), quien realiza una investigación sobre el tema en la ciudad de Cuenca - Ecuador, en la que analiza que en esta ciudad existen varios emprendimientos de diseño autoral pero, que en poco tiempo, seis años, se han cerrado. (Como se cita en Beltrán, 2016)

Además del poco conocimiento del diseño de autor en el Ecuador la mayor parte se genera en producción industrial, pudiendo encontrar una extensa información acerca del clúster textil y confecciones de las diferentes ciudades del país, por esta razón la mayor parte de diseñadores ecuatorianos prefieren continuar con este tipo de producción, de esta forma la educación del diseñador de modas también se enfoca en el ámbito industrial como se puede evidenciar en el perfil de egresados del diseñador

¹ La cultura del diseño forma parte de todo lo que nos rodea, se encuentra inmersa en la sociedad pero también es utilizada por la misma. Ayuda a mejorar la visión de las cosas. La cultura de diseño no es un adornador de objetos. (Julier,2010)

de modas de la Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, FDAA de la Universidad Técnica de Ambato, UTA el mismo que enuncia:

El Ingeniero en Procesos y Diseño de Modas es un profesional capaz de diseñar con percepción innovadora enfocado a la industria, la productividad y al mercado conciencia de su rol generador de cultura, capaz de anticipar tendencias, planificar el desarrollo de los elementos que constituyen el vestir junto con las cualidades estético-formales que deben poseer los materiales textiles, abarcar desde lo creativo a lo estratégico de los aspectos organizativos y comerciales, a fin de posicionar en el mercado un producto de calidad. (FDAA, s.f.)

1.2.3. Pronóstico

Al no desarrollar la presente investigación no se generaran conocimiento acerca del diseño de autor y como es el paso a paso del mismo en manos de diseñadores ecuatorianos, o que realizan este tipo de diseño en el país. Además no se podrá conocer como surgen y se desarrollan estos diseñadores, que buscan dar a conocer la identidad nacional y cultural del país y la de sí mismos, en una sociedad consumista que no siempre acoge a marcas nuevas.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cómo determinar los pasos para hacer diseño de indumentaria con autoría para responder a las necesidades de la región?

1.2.5. Preguntas directrices

¿Cómo contextualizar el concepto del diseño de autor en la región y el sector?

¿Cómo determinar el paso a paso del diseño de autor de indumentaria en Latinoamérica y el país?

¿Cómo construir una metodología para hacer diseño de autor en la práctica proyectual?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Sociología

Área: Diseño de indumentaria

Aspecto específico: Diseño de autor

Delimitación temporal: Septiembre 2017- febrero 2018

Delimitación espacial: Cuenca, Quito, Ambato

Unidad de observación: Diseñadores de autor

1.3. Justificación

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO las industrias culturales y creativas son: “Aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. (UNESCO, 2017)

Según Canclini (2000) Latinoamérica tiene mucho contenido patrimonial y cultural, mediante los cuales se puede promover las industrias creativas y culturales, ya que son una fuente viable generadora de ingresos, que por esta razón empresas privadas invierten y en ellas y las promueven. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado y la definición de culturas creativas que promueva la UNESCO el diseño de autor es una fuente económicamente potencial para generar contenido cultural y promover la identidad, además que ayudará a brindar estabilidad económica a los diseñadores que lo practiquen y aportarían en la economía del país.

La presente investigación se basa en el diseño de autor de Ecuador y Latinoamérica, y el paso a paso que estos deben dar para realizar diseño de indumentaria con autoría, esta investigación es importante ya que los estudiantes de diseño de modas tienen una preparación enfocada principalmente en diseño y producción industrial, por lo cual se genera poco conocimiento acerca del diseño de autor.

El diseño de autor se maneja bajo el concepto de una producción no masiva, además este tipo de diseño promueve la aplicación de técnicas artesanales, lo cual ayuda a recuperar ciertos procesos que se han ido perdiendo con la industrialización,

lo que ayudaría a generar trabajo conjunto con los artesanos, además se promueve la identidad tanto del diseñador como la del país si este así lo decide, pues no se trabaja bajo los parámetros ya establecidos del sistema de moda convencional. (Saulquin, 2014)

Los beneficiarios serán directamente los estudiantes de diseño de modas, diseñadores que estén interesados en conocer más del tema y aplicarlo en su día a día. Hay que tener en cuenta que este tema es poco abordado en el país puesto que no se tiene mucho conocimiento de este tipo de diseño, el cual ayudaría a tener otra perspectiva de producción en forma más consiente y apegada al estilo o creencias del diseñador.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar el diseño de autor con la finalidad de determinar los pasos del diseño de indumentaria con autoría y responder a las necesidades de la región.

1.4.2. Objetivos específicos

Contextualizar el concepto del diseño de autor en la región mediante un estudio bibliográfico de sus características.

Determinar el paso a paso del diseño de autor mediante fichas catalográficas de diseñadores de autor de Latinoamérica y el país.

Construir una metodología para hacer diseño de autor mediante un modelo de los procesos que realizan para la práctica proyectual.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes investigativos

El presente estudio tiene como antecedente investigativo a Sofía Calvo (2016) en su libro *“El nuevo vestir”* ve a la moda de forma más consciente, amigable con el medio ambiente y con quienes producen la indumentaria Además ve en el consumidor de hoy y del futuro ya no tan materialista, pues se interesa en adquirir productos sustentables. También ve al diseñador de autor de Latinoamérica como la esperanza de la moda, para que la industria deje de ser tan contaminante y se convierta en una altamente sociable. La investigación tiene como resultado la respuesta de interrogantes que se hacen hoy en día tanto el consumidor como el diseñador a cerca de la industria de la moda, pensando desde un punto de vista sustentable. También expone el cambio de mentalidad que se está gestando en la industria de la moda.

Por otro lado Saulquin (2014) quien en su investigación *“Política de las apariencias, nueva significación en el contexto contemporáneo”* en uno de sus capítulos presenta las características que diferencian al diseño de autor de otras formas de hacer diseño de indumentaria en la actualidad. Como resultado de su investigación muestra la versatilidad del diseño,

Acosta et al. (2013) *“Mapa de diseño, 101 diseñadores de autor”* quienes dentro de su investigación abordan a diferentes creativos autorales de varias regiones de Argentina. En la investigación se pretende demostrar las similitudes y diferencias que hay entre los diseñadores, a pesar que cada uno maneja su propio estilo y lenguaje, pues buscan transmitir tanto sus ideas como la cultura e identidad. La investigación tiene como resultado un mapeo de ciento y uno diseñadores de autor de indumentaria, de los cuales se da a conocer su ubicación, particularidades de su forma de producción y brinda una síntesis de cuáles son los recursos que estos hacedores manejan en la práctica.

Para Laureano Mon (2012) en *“Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina”* quien en su investigación da a conocer el surgimiento del diseño de autor y los desafíos que ha tenido que atravesar a lo largo de los años. Además da a conocer de qué forma los diseñadores tuvieron que iniciar sin conocimiento previo el manejo de un negocio y debieron hacerlo de forma exitosa pues se veían en una crisis nacional que impulsó para crear indumentaria innovadora. Esto ayudó al país tanto económica como culturalmente. Como resultado de esta investigación se ha dado a conocer la importancia del diseñador de autor en Argentina, y los pasos que este ha dado desde que se inició la crisis en el 2001.

Otro estudio al que se tiene acceso pertenece a Carmen Acevedo (2011), en su libro *“Moda, Nuevo diseño argentino”* en donde cuenta como los diseñadores de autor han batallado para tener un lugar en el mercado argentino. El cual en sus inicios no fue el más propicio para emprender, no solo por la crisis del 2001 que se dio en el país, sino también porque se encontraron con muchas trabas en el ámbito legal. Este antecedente investigativo tiene como resultado las vivencias de treinta y tres diseñadores de autor, los cuales cuentan cómo ha sido su inicio y desarrollo en la industria de la moda Argentina.

2.2. Fundamentación filosófica

Según Gui Bonsiepe (1993) se puede hacer diseño desde cualquier lugar, tanto en un país desarrollado como en uno que no lo es. Pero para hacerlo de forma exitosa siempre hay que tener en cuenta el contexto en el que se vaya a desarrollar, puesto que todo influye en el mismo. Por esta razón en un país central lo que prima y aleja a los países periféricos es la tecnología, la cual es considerada una desventaja para quienes no la poseen. Debido a esto los países periféricos deben enfocarse en desarrollar diseño bien pensado resolviendo necesidades que encuentren en su medio, para dejar de competir con tecnología avanzada que fue desarrollada para otras problemáticas, pues las necesidades de un país periférico son diferentes de uno central.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se concuerda con el pensamiento de Gui Bonsiepe que a pesar que los países latinoamericanos catalogados como

periféricos pueden hacer diseño desde su entorno, aunque en estos existan ciertas limitaciones tecnológicas, en comparación a los países desarrollados. Hay que tener en cuenta que todo lo que se desarrolle debe estar enfocado en diseñar y crear productos bien pensados, que resuelvan necesidades.

2.3. Fundamentación legal

En este apartado se ha tomado en cuenta el Plan Nacional de Desarrollo, “*Toda una vida*”, de la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, (SENPLADES) en el cual se eligió el objetivo 5 debido a que el diseño de autor busca generar competitividad tanto a nivel nacional como internacional. El diseño de autor suele trabajar bajo los parámetros de no producir masivamente y promueve el trabajo conjunto con artesanos. Por esta razón se ha tomado el objetivo 5 y sus políticas 5.2 y 5.5 del SENPLADES (2017) que reza lo siguiente:

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. (SENPLADES, 2017, p. 80)

5.2 Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

5.5 Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable. (SENPLADES, 2017, p. 83)

2.4. Categorías fundamentales

V1: DISEÑO DE AUTOR

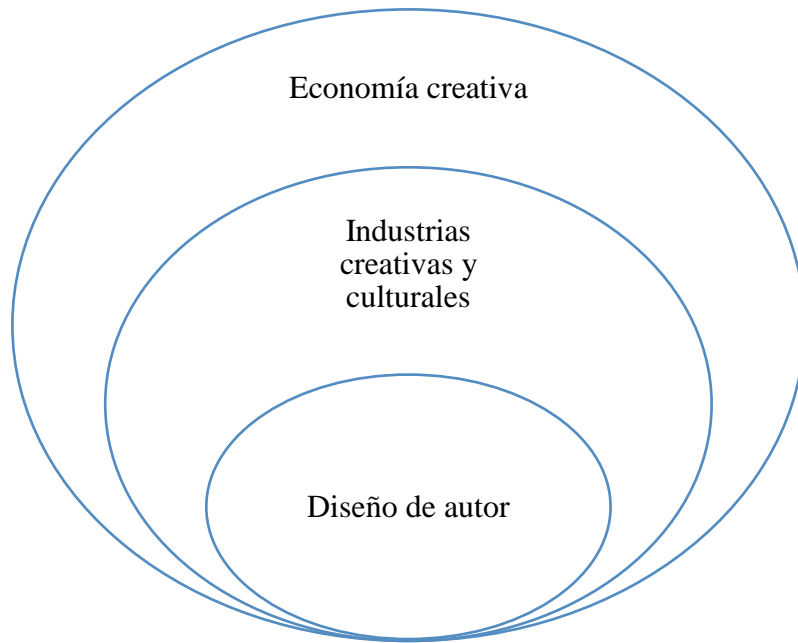


Gráfico 1: Variable dependiente

V2: HACER DISEÑO DE AUTORÍA

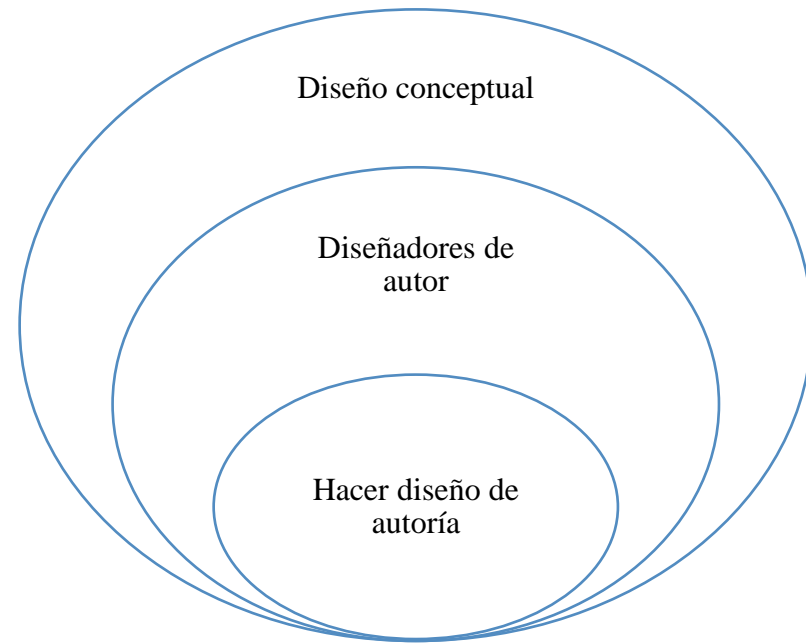


Gráfico 2: Variable independiente

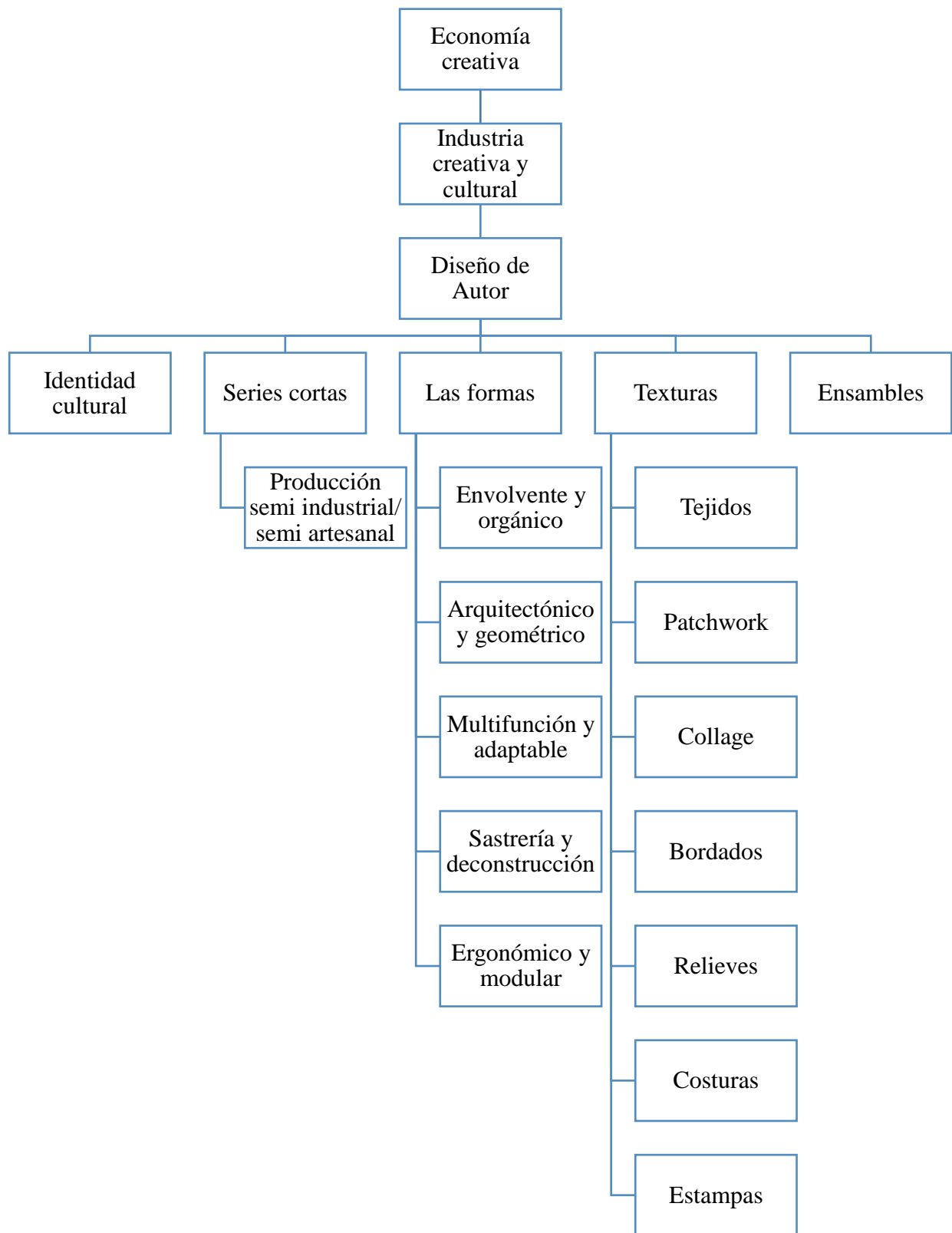


Gráfico 3: Lluvia de ideas variable independiente

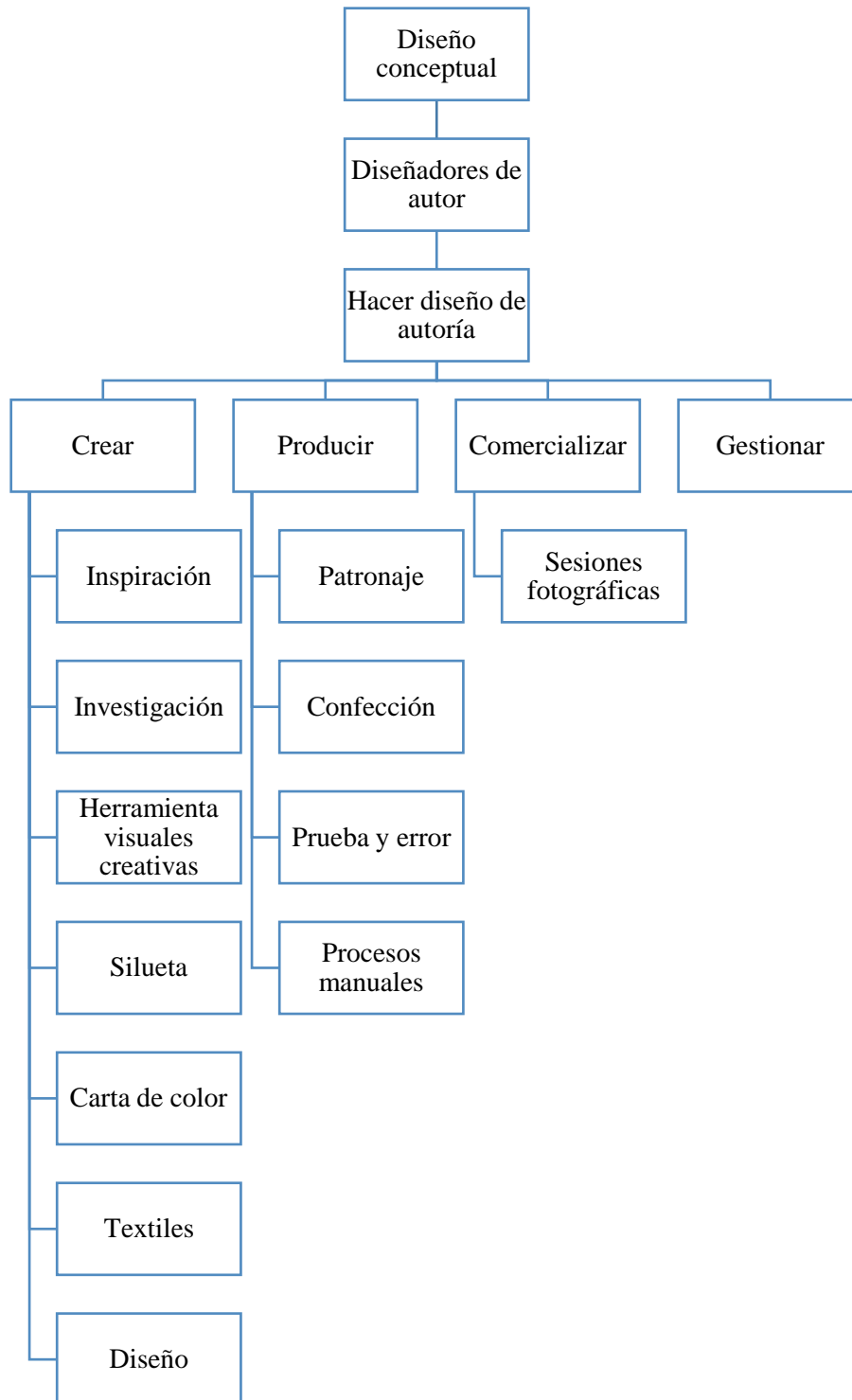


Gráfico 4: Lluvia de ideas variable dependiente

2.5. Marco teórico

2.1. Economía creativa

La economía creativa es una de las economías más crecientes a nivel mundial, ya que muchos de los países están adoptando por esta ya que tiene como objetivo no solo crear un valor monetario a través de las industrias que en ella se encuentran, sino también que esta se centra en la creatividad las personas. Además al tener la creatividad como componente fundamental, ayuda a la generación de empleo, de tal modo que este tipo de economía está cambiando la cadena de valor y genera nuevas formas de negocios innovadores que ayudan a la inclusión social, diversidad cultural y sostenibilidad ambiental.

La economía creativa se enfoca principalmente en la generación de nuevas ideas, las cuales no solo crean un producto o servicio novedoso e innovador sino que también colaboran a la difusión de contenido cultural y creativo del lugar o país en donde se generen. Logrando que el consumidor no solamente adquiera un producto por su forma y que también lo haga por su significado o carga simbólica, lo cual ayuda a que el usuario cree un valor de pertenencia con el producto. (UNESCO y PNUD, 2013; Casani, Rodríguez-Pomeda, y Sánchez, 2012)

2.2. Industria creativa y cultural

Las industrias creativas y culturales son aquellas que constituyen la base para la economía creativa, deben tener gran contenido imaginativo, cultural e innovador. Además estas industrias generan formas diferentes de trabajo a los convencionales, como freelance, autoempleo, empleos parciales, de los cuales no todos brindan las prestaciones que generalmente busca una persona pero que ayudan a mantener una economía viable. Vale la pena decir que muchas industrias tradicionales están implementan valores de diseño y creatividad, permitiendo dar valor agregado a sus productos o servicios.

El diseño de autor forma parte de las industrias creativas y culturales ya que mediante los procesos propios de este tipo de diseño no solo se busca generar empleo, también se mantiene viva la diversidad cultural del país al encontrar un grupo de diseñadores dispuestos a realizar diversos procesos en los cuales se fusionan técnicas que denoten la

riqueza cultural y así plasmarlos en la vestimenta. (Castañeda y Garduño, 2017; Acosta et al., 2013; UNESCO y PNUD, 2013; Mon, 2012)

2.3. Diseño de Autor

El diseño de autor o también conocido como diseño independiente es un término que fecunda en Argentina a partir del 2001 a raíz de la crisis económica que sufrió el país. Debido a esta crisis muchos diseñadores al quedar desempleados buscaron una forma de subsistir, y empezaron a realizar diseños sin un esquema u organización previa con un plan de negocios o de diseño, sin realizar los debidos procesos que se deben tomar en cuenta antes de abrir un nuevo negocio o emprendimiento. Lo único que los diseñadores querían era mantenerse y buscar una fuente económica que les permitiera subsistir. Uno de los problemas que en ese entonces encontraron fue la competencia de la industria a escala masiva, y la forma de competir con esto fue desarrollar prendas con alto contenido innovador. (Saulquin, 2014; Mon, 2012)

Aunque el diseño de autor se dio inicialmente en Argentina, algunos países latinoamericanos como Colombia, Brasil, Chile, Uruguay y recientemente Paraguay y Perú están incursionando en este tipo de diseño. (Saulquin, Política de las apropiaciones: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo, 2014)

Según Marré (2014); Saulquin (2014); Mon (2012); Audisio (2011) para que un diseñador sea llamado de autor debe crear prendas de calidad a partir de su propio estilo, los diseños deben tener gran carga artesanal y manual aunque no se deja de lado la tecnología, no deben depender de tendencias y si las usan es de una forma mínima para mantenerse en actualidad. Los diseños de autor tienen alto contenido conceptual, por esta razón el diseñador usa, busca o crea técnicas o recursos para poder transmitir lo que tiene en mente. Además la producción de este tipo de diseño se caracteriza por ser en series cortas.

Identidad cultural

La moda al igual que todo lo que se produce o se realiza en un país o región forma parte de la cultura y por ende conforma la identidad nacional y cultural. Un ejemplo de la identidad cultural pueden ser los trajes típicos de pueblos o naciones que por un lado

buscan mantenerlos como parte del patrimonio o de la cultura misma y por otro quienes toman a estos símbolos como inspiración, para crear nuevos diseños en base a la riqueza cultural que estos ofrecen. Para que mediante la vestimenta se dé a conocer la multiculturalidad que puede ofrecer una nación. Estos dos puntos de vista aunque aparentemente opuestos se complementa pues lo que ambos buscan es que se dé a conocer la riqueza y la identidad que tiene el país. (López, 2015; Mon, 2011)

Series cortas

Una de las características que diferencia al diseño de autor, del diseño de producción masivo es la cantidad de prendas que realizan por diseño, ya que opuesto al diseño en masa que busca producir a gran escala sus colecciones, el diseño de autor realiza series cortas, esto no solo se debe al trabajo manual que requiere realizar una sola prenda, sino también es porque los diseñadores priorizan la calidad a la cantidad de sus productos. (Saccaggio, 2016;Acosta et al., 2013)

Producción semi industrial/ semi artesanal

Para que un diseño sea considerado de autor este debe primar el trabajo artesanal, lo cual da paso a que las piezas de autor puedan llegar a ser únicas ya que al realizar varios procesos a mano las prendas no quedan totalmente iguales, por otro lado se tiene el uso de la tecnología, la cual también ayuda en la creación de una prenda de diseño independiente. De esta forma se tiene una producción mixta, que viene de una parte de trabajo artesanal y la otra industrial, las cuales aunque son muy diferentes entre sí, estas se complementan. (Acosta et al., 2013; Saulquin, 2014; López, 2015)

Prendas atemporales

La vestimenta atemporal consta de aquellas prendas que independientemente de la tendencia pueden ser usadas en diferentes tiempos, climas, lugares, mientras más sencilla sea la prenda se vuelve más fácil de usarla, además que se tiene mucho en cuenta el diseño y textil pues deben tener características atemporales. Debido a esto la vestimenta se convierte en heredable, ya que puede ser usada por varias generaciones, puesto que deben ser de calidad de este modo no solo se consigue una prenda atemporal, se obtiene un

producto del cual se tiene la certeza que va a perdurar por mucho tiempo. (Saulquin, 2014; Calvo, 2013)

A continuación se dará a conocer las diferentes formas de hacer diseño de autor delimitados por Acosta et al., (2013)

Las formas

Según Saulquin (2014); Acosta et al. (2013); Mon (2011) en el diseño de autor se tiene ciertas características y diferencias que guían el estilo del diseñador, entre las que podemos encontrar están los que crean a partir de la forma de la prenda, que consiste en realizar variaciones morfológicas, teniendo en cuenta la relación cuerpo, vestimenta y estructura. La riqueza de las formas permite experimentar diversas posibilidades proyectuales que permiten prendas imaginativas e innovadoras.

Envolvente y orgánico

En este tipo de moltería se crean nuevas tipologías, dejando de lado la moltería tradicional se busca generar morfologías propias y diferentes. La moltería con formas envolventes y orgánicas resultan altamente complejas de trabajar ya que se pasa de un plano tridimensional al realizar el diseño sobre el maniquí y luego a uno bidimensional para pulir ciertos detalles y realizar el patrón final. Además se juega con diferentes textiles y con su peso, para dar diferentes caídas. También se usan diferentes técnicas como el anudado, deformaciones, pliegues que ayudan a dar el volumen y desarrollar la silueta deseada. (Acosta et al., 2013)

Arquitectónico y geométrico

Como el nombre mismo lo indica, muchas de las creaciones en esta categoría se basan en inspiraciones a partir de estructuras arquitectónicas, jugando constantemente con la geometría, se presentan diversos ángulos, líneas, piezas con varias divisiones presentes en las esquinas del cuerpo, para exagerar o atenuar la figura. La organización en cada paso es muy importante ya que al tener muchos fragmentos, en algunos casos asimétricos

y de diferentes, si no se trabaja en orden el diseño puede alterarse y al querer ensamblar las piezas pueden no coincidir.

La variedad de formas y texturas hacen más vasto y complejo el desarrollo de la morfología de las prendas, ya que no solamente se realizan cuerpos tridimensionales creados sobre el maniquí si no también entran otras formas de crear volúmenes a partir del origami, makigami, y kirigami, en donde hay que cortar, doblar, unir para crear diversas formas que permitan llegar a lo que el diseñador desea representar. (Acosta et al., 2013)

Multifunción y adaptable

La funcionalidad es la clave para crear nuevas morfologías, mutar tipologías, usar ciertos materiales, pues la prenda no solo debe ser funcional si no también adaptable, a diversos climas, momentos, lugares, para esto se realizan diferentes cortes, desarrollar volúmenes, que aporten al diseño y den paso a crear una nueva función en la prenda. La fusión de textiles con diversas formas de uniones y cierres permiten la mutación del indumento en uno diferente, pero hay que tener en cuenta que al igual que el anterior deben ser cómodos.

Además los diseñadores que crean este tipo de prendas no solo quieren la mutación de la misma también buscan un cambio en la forma de consumo y de pensamiento. Las prendas multifuncionales proporcionan los elementos necesarios para que sean usadas por más tiempo, debido a que son hechas para adaptarse a diversas situaciones, ya sean climáticas de ocasión o de función porque pueden ser reversibles, ajustables, con piezas removibles o cambiables y al tener varias prendas en una, se vuelve menos desechable ayudando a generar conciencia de menor consumo y mayor cuidado de recursos naturales. (Acosta et al., 2013)

Sastrería y deconstrucción

En el diseño de moda la sastrería es una técnica que se tiene muy presente, ya que al ser una práctica muy antigua y precisa, crea piezas prolijas y bien realizadas. En el diseño de autor deconstruyen piezas que antes eran consideradas clásica y se les da una nueva forma o se realizan cortes, para darle modernidad. De este modo se generan nuevos

patrones que cambian la estructura de las prendas, dándoles un nuevo significado, incluyendo el estilo y pensamiento del diseñador. Vale la pena decir que aunque se dé un toque diferente al estilo tradicional de la sastrería el sistema clásico de armado se mantiene, al igual que el cuidado en los detalles y el trabajo artesanal característico del rubro. (Acosta et al., 2013)

Ergonómico y modular

Para realizar esta morfología en las prendas el diseñador primero debe efectuar un análisis profundo del cuerpo y de cómo este funciona, para que los cortes y uniones que realice en las prendas no intervengan en su ergonomía y función. Este tipo de indumentaria al tener cortes modulares que van en diferentes sentidos y de diversas formas, al unirlos simulan un rompecabezas realmente complejo que otorga un aire futurista a las creaciones. En esta morfología al igual que las anteriores la intervención y no solo se quedan en la forma pues va más allá al combinar el diseño con diversas técnicas para realizar texturas y dar realce a los diseños. (Acosta et al., 2013)

Texturas

Otro recurso diferenciador que caracteriza a muchos diseñadores de autor son los materiales con los que trabajan, los cuales provienen de diversas formas de obtención. Algunos deciden crear textiles desde cero en los que incorporan numerosos colores, juegan con la trama y urdimbre, generando textiles únicos. Otros intervienen los textiles industriales mediante diversas técnicas que los cambian de coloración, pintan, bordan, estampan, fusionan, todo para obtener un textil completamente diferente. De esta forma se realizan texturas que pueden percibirse de forma visual o táctil, las cuales tienen un sinnúmero de inspiraciones y formas, aunque las más comunes para los diseñadores que desean transmitir un poco de la identidad nacional se encuentran en sus paisajes y en la riqueza de sus tierras, que inspiran texturas rugosas o lisas, suaves o ásperas, coloridas o neutras.

Del mismo modo, no solamente se encuentra inspiración en los paisajes sino muchas veces estos brindan también los materiales con los que el diseñador trabaja, logra realizar nuevos textiles a partir de fibras o elementos que se encuentran en la región. Para realizar nuevas texturas o textiles muchos colaboran con artesanos, mezclando conocimientos y

técnicas artesanales e industriales, una característica que se vuelve común en casi todos los procesos de los productos de autor. (Saulquin, 2014; Acosta et al., 2013)

Tejidos

Una forma para generar nuevas texturas son los tejidos, mediante los cuales siempre se encuentran redescubriendo diversas técnicas para lograrlo, fusionándolo con materiales no convencionales, mezclando hilos, en varias formas de tejido ya sean estas nuevas o antiguas, usan el crochet, agujones, maquinaria tecnológica o mezclan las técnicas conjuntamente con una combinación de materiales, colores, espesores para crear nuevas texturas y también morfologías. Con el tejido de punto se crean formas orgánicas y suaves mientras que el plano ayuda a concebir piezas más estructuradas.

Los diseñadores siempre están prestos a probar diversas técnicas ya sean estas industriales, preindustriales o artesanales para poder lograr nuevos tejidos y que estos tengan la forma y textura deseada. Aunque uno de los impedimentos en el diseño autoral para lograr piezas altamente novedosas y con las características pensadas, es la tecnología, pues el costo de la maquinaria es muy elevado y solamente las grandes empresas tienen la capacidad de adquirirla. Pese a que sea una desventaja el diseñador siempre está en constante búsqueda y creación de nuevas técnicas que ayuden a generar las prendas como fueron idealizadas, desafiando así a quienes creen que se necesita de maquinaria de punta para lograr diseños innovadores. (Acosta et al., 2013)

Patchwork

Esta técnica consiste en realizar diferentes composiciones mediante la unión de cortes en telas o tejidos, mayormente se construyen formas geométricas, aunque hay quienes también trabajan con formas orgánicas en menor cantidad. Aunque el patchwork puede parecer una técnica simple, en las manos de los diseñadores se crean formas realmente interesantes, ya que no solo se ensamblan piezas indistintamente, si no que crean composiciones altamente complejas con mezcla de materiales, texturas y colores. Para las uniones de las piezas no solamente se trabaja mediante costuras sino también se apoyan de cierres, botones, ganchos, o formas de unión no convencionales, mediante las cuales los diseñadores buscan generar nuevas siluetas. (Acosta et al., 2013)

Collage

Cuando se realiza esta técnica se presentan texturas táctiles y visuales, se puede representar cualquier cosa que se desee, todo depende de lo que tenga en mente el autor de la composición. Para crear un collage pueden usar diversos recursos que no necesariamente sean insumos o materiales para la confección aunque generalmente se valen de las costuras y el estampado para lograrlo. Con esta técnica crean imágenes más o menos realistas que van narrando historias, creando así textiles con un fondo por detrás. La dificultad para entenderlas dependerá de la complejidad que el autor agregó a la prenda, por la hibridación tanto de materiales como de pensamientos.

Para realizar las diversas texturas en los collages se valen de instrumentos y técnicas que se salen del diseño textil y de moda, como el trabajo sobre el metal, o la cerámica. Reúsan textiles, los unen mediante superposiciones o los entrecruzan para generar texturas muy marcadas. Esta es una de las técnicas más usadas por los diseñadores ya que se valen de cualquier elemento para poder representar aquello que desean contar pues ven en la vestimenta un medio para comunicar. (Acosta et al., 2013)

Bordados

Considerada una de las técnicas más antiguas en el mundo de la moda pero que aún se mantiene presente. Esta técnica agrega textura a una prenda pero no compromete su funcionalidad y comodidad. El bordado requiere un trabajo detallado y tardado por esta razón generalmente solo se contornea la forma sin rellenar las figuras de gran tamaño ya que hacerlo llevaría un trabajo extenso de mucho tiempo, debido a esto solamente se rellenan figuras pequeñas o se realizan ciertos detalles. También existe el bordado industrial pero en el diseño de autor prima lo artesanal y este no tiene mucha acogida.

Los bordados pueden ser lisos o con relieves y se realizan diversas técnicas para poder conseguir el trabajo deseado según Capurro (2001):

Una de las más utilizada es la Vainica, técnica importante de la pasamanería tradicional para la que se extraen hilos y luego se rematan formando preciosos calados. (...) el Punto de Cruz, por su lado, que consiste en formar cruces mediante los hilos contados de una tela a pesar de su gran popularidad, Punto de Palestina, una admirable variante del punto de nudo, sencillo, rápido e impecable. Otro también es el Punto de Cadeneta, otro punto sencillo pero más discreto, que se asemeja a la cadeneta del ganchillo, ya que su funcionamiento es casi idéntico. Existen también el Bordado de

Parma, curioso pero poco conocido punto en el que, a partir de varias cadenetas, se rellena mediante el festón. Por último el punto Frunce o también llamado punto smock, característico en la ropa de niños, formando nidos de abeja. (Como se cita en Strano, 2015)

Para los bordados con relieve primero se forma una base de algodón para posteriormente cubrirlos con alguna técnica anteriormente mencionada. Además varía la técnica, material, color, grosor y textura logrando que los diseños sean únicos. Por otro lado los bordados con pedrería, lentejuelas, canutillos no tienen gran acogida en el diseño de autor ya que estos elementos limitan las ocasiones de usos de las prendas y generalmente se busca que sean más atemporales, eso no quiere decir que no puedan ser aplicados en ciertas partes del diseño si este así lo amerita. (Strano, 2015; Acosta et al., 2013)

Relieves

Otra forma de conseguir texturas es la intervención de productos químicos sobre textiles industriales como lo afirma Acosta et al. (2013) “Emplean técnicas de corrosión, devorado, flocado, engomados, siliconados e introducen materiales no convencionales por termofusión.” (p. 81) En el cuero los recursos que se utiliza es el repujado y el troquelado, las dos son técnicas en las cuales se va dando relieve dependiendo de la forma deseada, en la primera se va generando formas mientras se presionan ciertas partes del cuero, en cambio en el troquelado se hacen cortes a través de moldes que ya tienen la forma deseada o con herramientas que permitan cortar el cuero y formar la figura.

Para dar relieve a través de cortes también realizan el calado a laser o manual en el cual se van realizando cortes en diversos textiles, con las cuales se puede jugar entre fondo y figura ya que se puede calar un textil y tener de base otro dando así un contraste en color o textura, de este modo se crean texturas realmente interesantes, pues también se realizan cortes de varias capas, aumentando el tamaño o profundidad de relieve.

Costuras

Otra forma para generar nuevas texturas en los textiles es mediante las costuras, ya que se puede realizar diversos pespuntos en diferentes tamaños y colores generando formas geométricas u orgánicas, dependiendo de la estructura de la prendas. Con este

método los diseñadores también realizan pliegues, alforzas, tablonos de diferentes dimensiones y distancias. Además no solo se juega con telas industriales de un solo modelo y color, se puede ir uniendo retazos de diversos textiles para generar otros a partir de los ya existentes, los cuales son intervenidos en fondo y forma.

Estampas

Este método se utiliza para dar textura visual y se realiza con técnicas artesanales o también con métodos más tecnológicos. Se emplea serigrafía, pintura y sublimado son las técnicas más usadas. No solo se juega con diversos tipos de intervención para estampado, también se buscan textiles que aporten al diseño, ya que se usan textiles industriales o artesanales, del mismo modo estos pueden ser de punto o planos. Con esta técnica se puede intervenir la tela o la prenda ya elaborada, usualmente los diseñadores mezclan las estampas con técnicas de relieve para que la textura se vuelva también táctil. (Strano, 2015; Acosta et al., 2013)

Ensamblajes

Los diseñadores se apoyan también de los ensamblajes, otra de las características que ayuda a diferenciar el trabajo de los mismos, quienes se centran en estos priorizan el concepto a la función. Con los ensamblajes fusionan recursos de diversas disciplinas creativas, tras un proceso conceptual logran conjugar diversas referencias de tiempos, etnias, culturas, lugares que no han sido vinculados anteriormente porque se consideran difíciles de relacionar entre sí. Además el ensamblaje se apoya de la técnica del collage para crear diversas fusiones tanto de materiales como de conceptos e incluso de rubros, lo que demuestra que en el ensamblaje no solo se trata de una intervención en textiles, también se aplica en lo que se desea transmitir.

Uno de los factores más importantes para esta forma de hacer diseño de autor es la investigación, la cual se ayuda del internet y con este se da paso al conocimiento globalizado ya que sin necesidad de estar presente en un lugar se puede conocer la cultura, historias, particularidades, arquitectura, ayudando a que el diseñador pueda crear ensamblajes y no solamente uniones textiles sino también la asociación de diversas culturas

o conceptos que no están relacionados o que divergen entre sí, de este modo se crean prendas altamente conceptuales.

2.1. Diseño conceptual

En este tipo de diseño es importante que se tenga un amplio conocimiento del tema o del concepto que se va abordar. El diseño conceptual es conocimiento y dominio del mismo, de modo que el diseñador pueda discernirlo y conjugarlo con su estilo y esencia fusionando el conocimiento con la identidad del autor. Debido a esto el dictamen de la moda tradicional pierden su fuerza, pues no se enfocan en tendencias sino su guía es el concepto. Según Bergero (2016) “Es imperativo recalcar que el concepto es una construcción puramente personal, donde el diseñador procura explayar su visión (o visión de la marca) e ideales en un acto de creación.” (p.18)

Es por esto que el diseñador al haberse formado en un contexto, que rige su forma de ser y pensar la significación se vive de forma diferente en cada individuo, pues al ser influenciado por diversos factores va a tener una interpretación desde su visión, de modo que al crear una prenda el concepto se “convierte en la esencia de una buena colección y es lo que la convierte en una creación única y personal para el diseñador” (Seivewright, 2011, p. 38). Además al realizar prendas altamente conceptuales con mucho significado y conocimiento de por medio, quienes usan este tipo de prendas no es un consumidor que este al día con tendencias o el dictamen de la moda al contrario son personas que buscan diferenciarse y se identifican tanto con las prendas como con quien las hizo. (Saccaggio, 2016)

2.2. Diseñadores de autor

Los diseñadores de autor buscan promover el diseño en la región mediante una propuesta diferente, creando nuevas morfologías, pensadas de tal forma que no altere la función y el confort. Realizando diversas texturas mediante experimentaciones sobre el textil de todo tipo, usando técnicas artesanales e industriales que permitan generar textiles únicos. También buscan generar propuestas diferentes por ensambles de rubros o de textiles que conciban propuestas altamente innovadores en donde el concepto se

anteponga a la función. La premisa de estos diseñadores es crear prendas atemporales de calidad con alto valor agregado y que estas generen identidad.

Los diseñadores de autor se diferencian de quienes hacen diseño de moda tradicional no solamente por plasmar el estilo propio y no guiarse de las tendencias sino también porque fomentan el consumo de lo hecho en casa, y que el consumidor se identifique con el producto que adquiere. Además se caracterizan por ser multifacéticos, cumplen varios roles en su marca, debido a que su equipo de trabajo no suele ser muy grande, pues la mayoría de son emprendimientos o microempresas que tienen un personal muy limitado. (Calvo, 2016; Saulquin, 2014; Mon, 2012)

2.3. Proceso del diseño de autor

Para llevar a cabo un producto o una prenda se debe realizar una serie de pasos ordenados para que puedan ser efectuados de manera exitosa y que no existan retrasos. En el diseño con autoría cada uno tiene su propio método, el cual lo adaptan a su estilo y forma de trabajo, poniendo siempre su sello personal en cada uno de los procedimientos. Ya que no todos los diseñadores tienen el mismo sistema de trabajo por sus diferentes formas de comunicar sus ideas pero la mayoría ejecutan muchos pasos en común, aunque lo hacen en diferentes tiempos, cada uno los adapta a sus necesidades y proyecciones. (Saccaggio, 2016; Mon, 2012)

Crear

El proceso creativo considerado el primer paso para realizar una colección y en muchos de los casos uno de los más difíciles, ya que se debe buscar un motivo gestor el cual no siempre es fácil de encontrar ya que el diseñador de autor no quiere un tema que venda sino busca uno con el cual se sienta identificado. Por esta razón no solo recopila la información sino que se apropia de la misma y deja ver su lado más imaginativo creando así formas, texturas, detalles que posteriormente se irán materializando. (Merino, 2016; Saccaggio, 2016)

Inspiración

Toda creación o colección tiene un concepto inspiracional, el cual suele ser un tema de interés para el diseñador, que lo estimula a estar constantemente motivado en todos los procesos. Además al tener un motivo gestor todas las prendas tienen coherencia y no se rompe la continuidad de una colección. Hay que tener en cuenta que varios diseñadores pueden tomar el mismo motivo gestor, pero las propuestas entre cada uno van a ser diferentes, pues cada persona tiene una forma de conceptualizar la información diferente y esto ayuda a que no solo las colecciones tengan continuidad, sino todas las creaciones de un diseñador autoral. (Bergero, 2016; Allami, 2011)

Investigación

Para realizar una colección con sentido la investigación se puede dar en dos etapas, una primaria y otra secundaria, la primera se basa en todo aquello que el diseñador pueda recaudar por sus medios, visitas a museos, fotografías, vivencias de sí mismo sobre el concepto, esta investigación es la que motiva al diseñador para adentrarse en un mundo creativo e imaginativo. La investigación secundaria, es la que se realiza mediante otros medios como el internet, libros imágenes, toda la información que pueda encontrar del concepto pero que no fue generada por el hacedor. De este modo al conjugar las dos investigaciones no solo se tiene amplio conocimiento del tema, sino lo domina y lo acompaña a lo largo del proceso proyectual del producto, debido a esto las prendas tienen alto contenido conceptual. (Bergero, 2016; Suárez, 2013)

Herramientas visuales creativas

Estas herramientas sirven como soporte visual para el desarrollo de un proyecto. La primera herramienta es el moodboard o panel de ambientación, en donde se resume toda la información recaudada de forma visual. Para esto hay que discernir aquellas imágenes, frases, objetos o materiales que aporten en el diseño, ya que mediante esta herramienta se deja evidenciar el estilo, el concepto y el ambiente que se dará a la colección. Aunque todos los diseñadores adaptan el moodboard a su estilo y a lo que necesiten este debería contener todo aquello que guíe al diseñador para el desarrollo de las prendas. Por esta

razón se debe seleccionar minuciosamente toda la información que se va a incluir, de modo que no se desvíe la atención del concepto.

También se tiene al sketchbook o libro de bocetos, el cual es como un diario de diseño que ayuda a registrar el proceso creativo. Este puede ser del tamaño que el diseñador decida, en él se va guardando todo tipo de información, ideas, imágenes, fotografías, que vaya recaudando, a lo largo del proceso creativo. En este caso no se debe dejar nada de lado, todas las ideas por más pequeñas que perezcan son válidas ya que estas pueden ser usadas posteriormente.

El sketchbook según Sorger y Udale (2006) ayuda al diseñador para ver su evolución y como ha sido todo el proceso, de modo que si algún momento se siente perdido puede apoyarse de sus anotaciones, las cuales ayudarán a reencontrar el camino. Es muy importante que se vaya registrando cada paso mediante fotografías, notas, bocetos rápidos, en donde se pueda reflejar la idea, el concepto o aquello que se desea transmitir. Este no tiene ningún orden específico ni necesita ser perfecto, puesto que es un cuaderno personal que sirve de apoyo para que diseñador pueda ir guardando todas sus ideas. Como se cita en Bergero (2016).

Otra herramienta de apoyo en el proceso creativo es el storyboard, mediante el cual se van clavando sobre una pizarra o pared diferentes imágenes, fotografías, recortes, telas que ayuden a inspirar nuevas ideas al diseñador, muchas veces en los storyboards van guardando cosas de interés, las cuales les servirán para inspirar futuras colecciones, aunque también pueden ser utilizados a modo de moodboard. (Seivewright, 2013)

Tanto el sketchbook, storyboard y el moodboard son herramientas de mucha ayuda para el registro de ideas del proceso creativo, pero ninguna tiene reglas específicas para ser concebidas, aunque al inicio puedan ser difícil entenderlas, una vez adaptadas a la forma de trabajo y de entendimiento para cada uno, serán útiles y de gran apoyo para mantener el rumbo correcto de una colección y servirán como referencia o punto de encuentro si en algún momento el diseñador se siente perdido entre las ideas. (Bergero, 2016 ;Seivewright, 2013; Allami, 2011)

Silueta

La silueta es un elemento importante en la indumentaria, esta es la forma externa que tiene la prenda y es uno de los primeros elementos que el ojo humano percibe antes de adentrarse en detalles más pequeños. La silueta dentro de una colección no puede variar mucho o no se deben mezclar demasiadas ya que podría perder su hilo conductor. Además se puede considerar como un elemento favorecedor o no, si no es elegida de la manera correcta para el cuerpo que va a vestir.

Las siluetas más originales que se pueden encontrar en las prendas se dan a través del uso de herramientas visuales, pues al tener gran cantidad de imágenes dispuestas indistintamente se pueden apreciar contornos realmente únicos con los que el creativo puede partir y crear prendas inspiradas o imitando esa forma, creando así siluetas altamente innovadoras. Aunque muchos diseñadores suelen tener una silueta determinada o preferida logrando que todas sus colecciones tengan un factor en común. (Seivewright, 2013; Suárez, 2013; Allami, 2011)

Carta de color

Para determinar la paleta de color que se va a utilizar, el diseñador de autor no se apoya en lo que dicta la moda cada temporada como lo hace el diseñador dependiente de tendencias sino más bien este se basa en su investigación y por ende en su motivo gestor. También hay marcas que tienen una paleta de color definida en la cual solo se realizan ciertas variantes dependiendo de la inspiración que se tenga en cada colección, vale la pena decir que la paleta de color debe verse reflejada en moodboard y en todo el proceso creativo. (Acosta et al., 2013; Allami, 2011)

Textiles

Los textiles en diseño de autor pueden ser adquiridos, intervenidos o realizados desde cero. Para crear un textil desde el inicio muchos diseñadores se apoyan de un artesano ya que estos tienen el conocimiento y saben la técnica, aunque si tienen el conocimiento pueden realizarlos por sí mismos. Mientras que otros adquieren textiles industriales que se encuentran en el mercado y los utilizan sin realizar ninguna intervención, generalmente

quienes no modifican la estructura del textil suelen trabajar diseño de autor a partir de variaciones morfológicas.

Por otro lado una constante en el diseño de indumentaria con autoría es la intervención textil, en donde experimentan con diversas técnicas para crear nuevas texturas, a veces intervienen las telas en su estructura para que estas sean táctiles o mediante otros recursos las hacen solamente visuales. En algunos casos son intervenidas antes de los procesos de confección, o también intervienen cuando la prenda ya está terminada o en el proceso, todo depende del diseño y de lo que se desea lograr, es por esto que se deben realizar las intervenciones textiles antes de realizar la colección para determinar el comportamiento de los mismos. (Bergero, 2016; Acosta et al., 2013)

Diseño

En esta parte del proceso creativo el diseñador debe realizar varios dibujos o bocetos guiándose de toda la información recaudada en la investigación previa con la ayuda de las herramientas visuales. Aquí se aplican todas las ideas, texturas, formas, colores, estructuras, siluetas que se fueron obteniendo a lo largo del proceso creativo. Siempre hay que tener presente el motivo gestor y que este no se desvíe del concepto que se desea transmitir. Se deben realizar la mayor cantidad de bocetos posibles, para posteriormente elegir los diseños que más sentido tengan con lo que busca comunicar.

Una vez seleccionados los diseños que se van a realizar, se debe efectuar varias propuestas de color, en estos se debe ilustrar las texturas o las formas que tiene el textil, es muy favorable que se trabaje con diversas técnicas de ilustración ya sean estas, secas, húmedas o mixtas para que se pueda representar de mejor manera los detalles y el diseñador tenga una idea más cercana de cómo va a quedar la prenda una vez esté finalizada. (Seivewright, 2013; Acosta et al., 2013)

Producir

En el proceso productivo de una colección hay que realizar todo aquello que ayude a materializar las prendas. En el diseño de autor las prendas deben ser producidas con un mix de técnicas artesanales e industriales, los procesos artesanales son aquellos que dan los detalles a la prenda como los bordados, estampados, mientras que los procesos

industriales son usados para ensamblar a la prenda. Hay que tener en cuenta que todos los procesos industriales y artesanales pueden ser hechos de las dos formas, pero se intenta que prime el trabajo manual y también la calidad. (Saulquin, 2014; Acosta et al., 2013; Mon, 2011)

Patronaje

Todo diseño para que se materialice necesita la moldería de las prendas que se efectuarán en la colección, esto consiste en realizar planos de dos dimensiones de la prenda, para realizar el patronaje se necesita tener mucho conocimiento de ciertas técnicas o trucos para que la prenda sea cómoda. Se puede realizar la moldería de forma manual y también de forma digital en programas especiales para ese fin. También se puede realizar moldes sobre papel o realizar modelado sobre un maniquí.

Generalmente todas las marcas tienen establecidos moldes básicos que se van modificando acorde al diseño que se vaya a realizar. Dichos moldes ya han sido aprobados, lo cual facilita el trabajo del diseñador al momento de patronar ya que no debe partir desde cero en la elaboración de cada prenda. Vale la pena decir que quienes hacen diseño de autor a partir de las formas deben tener alto conocimiento de patronaje y la modificación del mismo (Suárez, 2013; Latre, 2011)

Corte

Para realizar el corte hay que tener todas las piezas del patronaje de la prenda que se vaya a efectuar, se ubica toda la moldería sobre la superficie textil a cortar y se procede. Antes del corte de piezas se debe tener muy en cuenta que en estas no se vaya a realizar algún procedimiento adicional que pueda afectar en su forma o tamaño, si es el caso primero hay que desarrollar los cambios respectivos ya sea en la pieza o la tela. (Calvo, Lein, & Pino, 2016; Suárez, 2013)

Confección

En este paso se une mediante costuras todas las piezas del patrón que han sido cortadas. Para ensamblar las diferentes partes de la prenda generalmente se usa

maquinaria industrial ya que ayudan a que la unión de las piezas sea más segura y tengan mayor resistencia. Muchos diseñadores de autor que están empezando o que no tienen la maquinaria necesaria no realizan la confección en sus propios talleres y envían a lugares especializados que se encargan de la confección de las prendas. (Calvo, Lein, & Pino, 2016; Acosta et al., 2013; Suárez, 2013)

Prueba y error

En el proceso para realizar prendas innovadoras y creativas una constante en el diseño de autor es la prueba y el error. Quienes realizan prendas basadas en la morfología deben realizar varias pruebas para que el patronaje quede como se desea y que no afecte a la comodidad de la misma, ya que muchas de estas constan de volúmenes o cortes, por esta razón estas prendas son muy pensadas y modificadas varias veces hasta llegar a lo deseado. Lo mismo sucede en las texturas ya que estas tienen diversas formas para ser realizadas y no siempre la primera prueba surge como estaba pensada. Es por esto que hacer varias pruebas antes de realizar el producto en sí es muy importante, ya que da al diseñador experiencia en la experimentación y de esta forma va consolidando el conocimiento en la realización del producto, perfeccionando así las técnicas y métodos realizados por sí mismo. (Calvo, 2013; Acosta et al., 2013; Mon, 2012)

Procesos manuales

Los procedimientos manuales pueden darse en diversos puntos del proceso productivo, todo depende del diseño que se va a realizar ya que hay unos que se los debe hacer antes de cortar el textil como bordados, sublimados, calados, plisados, costuras, ensambles en cambio otros se deben efectuar cuando la prenda ya está ensamblada como los estampados, teñidos o pintar sobre el indumento. Generalmente los procesos que deben ser realizados antes del ensamblaje de la prenda son los procesos que pueden modificar la forma mientras que los que son realizados cuando la prenda está terminada son aquellos que pueden ser añadidos sin cambiar la estructura de la prenda, aunque también se los puede ir realizando conjuntamente con el ensamblado de la prenda, estos pasos son realizados por artesanos o por los diseñadores, dependiendo de las habilidades requeridas. (Saulquin, 2014; Acosta et al., 2013; Mon, 2012)

Comercializar

Uno de los procesos más importante para que una marca siga en pie es la comercialización de los productos. En el diseño de autor existen diversas alternativas para poder vender sus productos, entre una de las principales están las redes sociales, ya que dan la facilidad de mostrar adelantos de la colección y el consumidor se familiariza con el producto y su proceso, otra forma de llegar al consumidor también es mediante ferias independientes, en donde se reúnen varios diseñadores y muestran sus productos conjuntamente. La ventaja de estas ferias es que el consumidor puede ver el producto de forma directa, el problema es que estas suelen ser solamente por pocos días y no siempre el consumidor puede asistir.

Por otra parte están las tiendas multimarca o galerías que se encargan de comercializar los productos de diversos diseñadores, en donde cada uno tiene un espacio para sus diseños, además estas tiendas no solo se encargan de vender el producto de manera física sino que también promocionan los productos por medio de las redes sociales de la tienda. No se puede dejar de lado las páginas web de las marcas ni las tiendas físicas, aunque no todas las manejan también son opciones para llegar al consumidor. (Calvo et al., 2016; Mon, 2012)

Sesiones fotográficas

En la comercialización cuenta mucho que se tengan buenas imágenes de los productos para que se puedan apreciar los detalles ya sea por redes sociales o para la página web por esta razón muchos diseñadores deciden realizar sesiones fotográficas tanto de las prendas como de su estilismo para así dar a conocer el estilo de la marca aunque este sea un gasto adicional, pues sirve para que la marca se promocione y también el consumidor conozca los productos que se van a lanzar o que ya están en el mercado. (Morales, 2016; Suárez, 2013)

Gestionar

Para que una marca pueda mantenerse y lo haga con éxito necesita tener una muy buena gestión, es decir saber dirigirla para que vaya creciendo. Uno de los problemas que tienen los creativos es el poco conocimiento acerca del manejo de una empresa, ya que

un diseñador puede realizar prendas muy creativas, pero no es suficiente para que una marca siga a flote. Debido a esto como dueños de su marca deben saber delegar actividades y no creer que pueden hacerlo todo, ya que deben planificar colecciones, revisar el proceso de producción y confección. También se encargan de las finanzas, redes sociales, marketing, asisten a ferias, lo que en un punto puede absorber al diseñador y posteriormente la marca deje de funcionar.

Para que una marca o un negocio sea próspero se debe tener un equipo de trabajo, el cual este comprometido, sepa cuáles son sus funciones y a donde se quiere llegar, ya que un negocio debe plantearse metas a corto, mediano y largo plazo. Aunque el diseño de autor no busca crear prendas de forma masiva para obtener más dinero eso no significa que no tenga metas y no tenga una visión a futuro. Crear un buen equipo de trabajo ayuda a que las metas planteadas se cumplan y que la marca se posicione y se mantenga en el mercado. (Calvo et al., 2016; Calvo, 2013; Acosta et al., 2013; Suárez, 2013)

2.5. Hipótesis

A partir de la revisión bibliográfica del diseño de autor, y el seguimiento al proceso de trabajo de los diseñadores autorales, se puede plantear una metodología para llevarlo a cabo.

2.6. Señalamiento de variables

Variable independiente: Diseño de autor

Variable dependiente: Hacer diseño de autoría

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque investigativo

El enfoque cualitativo es el que se encarga de comprender los fenómenos del problema en cuestión explorándolos en un contexto natural, el propósito de este enfoque es examinar la forma en la que las personas perciben y experimentan los fenómenos del problema que los rodea. Además sirve para explorar temáticas que sean poco o no estudiadas, de esta forma el investigador debe saber todo acerca de dicha problemática, desde la raíz hasta el objetivo planteado. Este enfoque dependiendo del tema no tiene un orden específico, pues el curso de la investigación puede ir cambiando mientras se vayan respondiendo las variables que se determinaron en el inicio. (Hernández, 2014)

En la presente investigación el enfoque cualitativo se aplicó desde el inicio de la investigación, principalmente en la recolección de información, pues se investigó todo lo relacionado acerca del diseño de autor, desde su historia, como surgió, diseñadores, los cambios que se hayan dado en el mismo tanto en Latinoamérica como en el país, pues ya se tiene conocimiento histórico en países de la región pero en Ecuador es un diseño que está emergiendo.

3.2. Modalidad básica de la investigación

Para el tema a investigar primero se realizó una investigación documental-bibliográfica, en la cual se conceptualizó los diferentes criterios y enfoques del problema a tratar desde el punto de vista de diferentes autores, basándose en documentos, revistas y todo archivo digital o físico que brindaba información académicamente confiable. (Naranjo, Medina y Herrera, 2004)

También se realizó una investigación de campo, en la cual el investigador debió movilizarse a diferentes lugares donde se desarrolla el tema a tratar, de modo que se pudo conocer de forma directa las fases y procesos de la problemática. (Naranjo et al., 2004, p.94)

En el problema a investigar fue importante realizar los dos tipos de investigación, pues requirió de conocimiento tanto bibliográfico como de campo, en lo bibliográfico se investigó diversas temáticas ya abordadas del diseño de autor en Latinoamérica. Para la investigación de campo se abordó al diseño de autor en el Ecuador abordando a diseñadores que dentro de sus procesos manejan diseño autoral.

3.3. Nivel o tipo de investigación

El nivel de estudio que se dio en la investigación fue exploratorio y descriptivo, pues el primero se encargó de explorar un tema con poca información o poco tratado a nivel nacional, en el cual se da respuesta a preguntas que no han sido investigadas. La segunda se encargó de describir todos los fenómenos y situaciones que se suscitan en las diferentes etapas de la investigación. Hernández (2014)

El primer nivel investigativo, ayudó a la presente investigación ya que no se tiene basto conocimiento del tema en el Ecuador, aunque se sabe de la existencia de este tipo de diseño en países latinoamericanos y cómo se viene desarrollando años atrás. Sin embargo no se poseía basto conocimiento de su ejecución en el país. Es así que mediante el estudio exploratorio se buscó responder ¿Cómo se lleva a cabo el diseño de autor en el Ecuador? En cambio el nivel descriptivo, ayudó a conocer todas las características y propiedades de la temática tratada.

3.4. Población y muestra

Según Hernández (2014) la muestra es un subgrupo de personas que son elegidas de toda la población, pueden ser por estadísticas o por características específicas. Para la presente investigación se realizó un muestreo no probabilístico homogénea la cual determina un grupo de personas que tienen características en común. En este caso son los diseñadores de indumentaria de autor ya que tienen en común varias peculiaridades que los diferencian de los diseñadores de indumentaria comercial.

Tabla 2

Población y muestra

Población	Muestra
Escritos	5
Diseñadores de autor regionales	11
Diseñadores de autor nacionales	9
Expertos	2
Total	27

La muestra fue representada por cinco escritos en los cuales dentro de la región se encontró la conceptualización y ejemplificación de lo que es el diseño de indumentaria con autoría. Con estos libros se desarrolló un análisis de texto, el cual fue analizado con la matriz comparativa para conceptualizar ¿Qué es diseño de autor?

Se ubicaron 11 diseñadores de autor a nivel regional de los cuales 7 son argentinos y 3 diseñadores chilenos. Los diseñadores argentinos fueron por tomados del libro “*Mapa de diseño, 101 diseñadores de autor*” en donde se eligieron a creativos que se mantienen activos en sus actividades y también aquellos que más información relevante se obtenía del proceso que utilizan para desarrollar sus prendas. Los diseñadores chilenos fueron tomados del libro “*El nuevo vestir*” Calvo (2016) y del libro “*Nuevos creativos chilenos*” Fuentes (2017), estos diseñadores también fueron elegidos por la información que aportaban en la investigación. El proceso de los diseñadores se fue registrando en una Matriz de procesos para el diseño de autor.

Los diseñadores de autor a nivel nacional que constan en la muestra son 9, los cuales aportaron con información muy importante del paso a paso que ejecutan para hacer diseño de indumentaria con autoría en el país. La herramienta que se usó para recaudar la información fue una matriz de entrevista a diseñadores. Además el proceso que cada uno ejecuta también fue registrado mediante una Matriz de procesos para el diseño de autor.

Los expertos tomados como muestra para la investigación fueron dos, Freddy Gálvez, director de la escuela de textil de la UDA (Universidad del Azuay) y Sandra Beltrán docente en el instituto metropolitano de diseño, a quienes se les hizo una serie de preguntas referentes al diseño autorial, su consideración de este tipo de diseño y cómo se

está desarrollando en el país. Al responder a los cuestionamientos ayudaron a esclarecer algunas dudas que se mostraron al inicio del desarrollo de la investigación. Para recolectar la información se utilizó la matriz de entrevista a expertos.

Tabla 3

Población bibliográfica

Población para contextualizar el diseño de autor		
Artefacto 1	Sofía Calvo (2016) El nuevo vestir.	Chile
Artefacto 2	Susana Saulquin (2014) Política de las apariencias	Argentina
Artefacto 3	Acosta et al., (2013) Mapeo de 101 diseñadores de autor.	Argentina
Artefacto 4	Laureano Mon (2012) Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina.	Argentina
Artefacto 5	Laureano Mon (2011) Las cosas del quehacer.	Argentina

Tabla 4

Población de diseñadores nacionales y extranjeros

Población para determinar el proceso de diseño de autor			
9 Marcas de diseñadores nacionales		11 Marcas de diseñadores internacionales	
Frutha	Ecuador	Cora Groppo	Argentina
Silvia Zeas	Ecuador	Vero Ivaldi	Argentina
Kábala indumentaria	Ecuador	Victoria Bessone “La primitiva”	Argentina
Roksuit	Ecuador	Lorena Sosa	Argentina
Tovda	Ecuador	Débora Orellana	Argentina
Diana Erdstein	Ecuador	Jimena Anastasio	Argentina
Dominga	Ecuador	Juana de Arco	Argentina
Paqocha	Ecuador	Tramando	Argentina

Stephanie Rodas	Ecuador	Gabriela Farías "Zurita"	Chile
		Vuidaelvis	Chile
		Paulo Mendez	Chile

Tabla 5

Población de expertos

Población de expertos	
Freddy Gálvez	Director se la escuela textil de la Universidad del Azuay, UDA
Sandra Beltrán	Docente del Instituto metropolitano

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 6

Operacionalización de variable independiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos
Diseño de autor	Diseño de autor	Diseño de indumentaria con autoría	¿Qué le motiva hacer diseño con autoría?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
			¿Qué cree usted que diferencia al diseño de autor del diseño de moda tradicional?	Entrevista a experto y diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores y expertos
			Según su criterio ¿Qué diseñadores considera usted que hacen diseño de autor y no lo saben?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos
			¿Qué diseñadores ecuatorianos deberían ser tomados como referentes para este tipo de diseño?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos
			¿Cómo cree usted que se encuentra el diseño de autor?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos
			¿Qué cree que le falta al diseño de autor ecuatoriano para que este sea más conocido y sea más aceptado tanto por los diseñadores como por el consumidor?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos
		Series cortas	¿Cuántas prendas realiza usted por diseño y cuántas prendas realiza por colección?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores

Producción semi-industrial semi-artesanal	¿Qué procesos usted realiza de forma industrial y que procesos los hace de forma manual o artesanal?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
Producción semi-industrial semi-artesanal	¿Qué técnicas artesanales usted ha podido evidenciar que son más usadas para realizar diseño de indumentaria de autor por los diseñadores locales?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
Forma Textura Ensamblados	Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas, en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros. De estas ¿Con cuál usted trabaja?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
Forma Textura Ensamblados	¿Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas, en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos
Forma Textura Ensamblados	¿Cuál de ellas cree usted que es la más usada en el país?		

Tabla 7

Operacionalización de variable dependiente

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES						
Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Técnicas	Instrumentos	
Hacer diseño de autoría	Diseño conceptual		¿Considera usted que el diseño de autor es altamente conceptual? ¿Por qué?	Entrevista a experto	Matriz de entrevista a expertos	
		Multifacéticos	¿Cómo está conformado su equipo de trabajo? ¿Cuáles son las funciones que usted desempeña en su empresa?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores	
		Diseñadores de autor	Referentes	¿Tiene talvez algún referente nacional o extranjero que haga diseño de autor? Si lo tiene ¿Porque lo tomo como referente?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
			Paleta de color	¿En que se basa para escoger su paleta de colores? ¿Qué colores son los que usted considera básicos y no faltan en sus colecciones?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores
		Proceso para hacer diseño de autor	Método	¿Cuál es el paso a paso que usted sigue para realizar diseño de indumentaria con autoría?	Entrevista a diseñador	Matriz de entrevista a diseñadores

3.6. Técnicas e instrumentos

Tabla 8

Técnicas e instrumentos

Momento 1	Momento 2	Momento 3
Recaudar información	Investigación de campo	Solución
Investigación bibliográfica	Entrevistas Triangulación de información	Crear una metodología

Momento 1

Investigación bibliográfica

El estudio bibliográfico o investigación bibliográfica se utiliza para examinar artículos especializados, ponencias, libros, informes científicos y otras fuentes relevantes y académicamente confiables que sirvan para elaborar una descripción detallada sobre un determinado problema de diseño o área de exploración. (Milton, 2013)

Para el presente tema de investigación “Diseño de autor, ¿Cómo llegar hacer un diseño de indumentaria con autoría?” se realizó el estudio bibliográfico de sus variables. En la búsqueda bibliográfica se encontraron precedentes acerca del diseño de autor, tanto para la conceptualización del diseño autor como para conocer el paso a paso para ejecutarlo. Además vale la pena decir que en la inferencia de información para determinar el proceso del diseño de autor la revisión bibliográfica también guio a una búsqueda por internet, páginas de diseñadores extranjeros, redes sociales de los mismo que permitieron esclarecer el proceso que ejecutan en la práctica a través de fotografías, imágenes e información recaudada enlazada directamente con los diseñadores. Véase Matriz comparativa de conceptos.

Momento 2

Entrevistas

Las entrevistas están compuestas por una serie de preguntas que se plantean directamente a quienes se deseen interrogar. Para realizar una entrevista la cual puede ser estructurada o semi-estructura, se buscan responder ciertas interrogantes de un tema en específico. Debido a esto el investigador debe tener amplio conocimiento del tema a tratar ya que en el transcurso de la misma pueden surgir ciertas dudas, que se deben plantear sin que el investigado note que la pregunta acaba de ser formulada. Milton (2013)

Las entrevistas fueron realizadas a diferentes diseñadores ecuatorianos que hacen diseño de indumentaria de autor y a expertos que tienen conocimiento del tema. Las preguntas fueron semiestructuradas ya que permitieron plantear preguntas no establecidas en respuestas que no estaban del todo claras o necesitaban una explicación más amplia. Los cuestionamientos en cuanto a diseñadores respondieron principalmente interrogantes de ¿Cómo se realiza diseño de indumentaria de autor en el país? en cambio los expertos aportaron con información que ayudó a esclarecer ciertas interrogantes que se iban dando en la investigación.

La forma de contacto para las entrevistas fue de diversas maneras, algunos diseñadores respondieron a través de las redes sociales, correos electrónicos y otros como los expertos respondieron a llamadas telefónicas, en donde se acordó una fecha y lugar de facilidad del implicado. En el encuentro se produjeron las entrevistas siguiendo su formato. En el caso que se necesitó una aclaración todos la dieron con gusto. Vale la pena decir que por disponibilidad de tiempo algunos diseñadores prefirieron responder a la entrevista de forma escrita mediante correo electrónico. *Anexo 1 y 2*

Triangulación de datos

La triangulación de información se desarrolla cuando la información es obtenida de diferentes fuentes y métodos de recolección de información. Para desarrollarla primero se debe recolectar la información y después proceder a su análisis.

La triangulación de datos se aplicó en la presente investigación para realizar el debido análisis de información recaudada tanto en la investigación bibliográfica como en la investigación de campo.

Momento 3

Construir una metodología

La teoría general de los sistemas se encarga de determinar la unión o conexión que tiene un problema, además de brindar una solución sistemática para llegar a unir las fragmentaciones del problema en un todo. (Bertalanffy, 1989)

Para la presente investigación se usaron las entrevistas y los aportes bibliográficos que hablan acerca del diseño de autor y ¿Cuál es el paso a paso que los diseñadores desarrollan al momento de realizar sus diseños o colecciones? Para posteriormente crear una metodología la cual se evidencia a forma de un sistema todos los pasos, unificando tanto los aportes a la luz de los libros y los datos obtenidos en las entrevistas.

3.7. Plan de recolección de la información

En la presente investigación se planificó recolectar información de las diferentes muestras, en donde cada una tiene un recurso diferente para ser aplicada cómo se evidencia a continuación:

Tabla 9

Plan de recolección de la información

Muestra	Cantidad	Recurso	Tiempo
Escritos	5	Matriz de comparativa de conceptos	5 semanas
Diseñadores nacionales	9	Matriz de entrevista a diseñadores	9 semanas
Diseñadores extranjeros	11	Matriz de procesos para el diseño de autor de diseñadores de la región	2 semanas
Expertos	2	Matriz de entrevista a expertos	3 semana

Una vez definido el tiempo, la cantidad de la muestra y el recurso aplicado, cada muestra tuvo un plan de recolección de diferentes etapas diferentes entre sí.

Tabla 10

Plan de recolección de la información de escritos

Etapas	Escritos	
	Medios	Tiempo
Búsqueda bibliográfica	Internet Bibliotecas virtuales Biblioteca física	2 semanas
Lectura de bibliografía encontrada	Libros físicos y virtuales	2 semanas
Registro conceptual	Matriz de comparativa de conceptos	1 semana

Tabla 11

Plan de recolección de la información de diseñadores nacionales

Etapas	Diseñadores nacionales	
	Medios	Tiempo
Búsqueda de diseñadores	Redes sociales Internet Blogs Sugerencia de otros diseñadores	2 semanas
Contacto con diseñadores	Llamadas Redes sociales Correo electrónico	2 semanas
Aplicación de entrevistas	Taller/ tienda taller del diseñador Vivienda Correo electrónico	1 semana

Tabla 12

Plan de recolección de la información de diseñadores extranjeros

Diseñadores extranjeros		
Etapa	Medios	Tiempo
Búsqueda bibliográfica	Libros físicos y virtuales	5 días
Búsqueda internet	Redes sociales Páginas web Entrevistas	5 días
Registro	Matriz de procesos para el diseño de autor	5 días

Tabla 13

Plan de recolección de la información de expertos

Expertos		
Etapa	Medios	Tiempo
Búsqueda expertos	Recomendados	1 semana
Contacto	Llamadas	1 semana
Aplicación de entrevistas	Matriz de entrevista a expertos	1 semana

3.8. Plan de procesamiento de la información

Para la presente investigación se ha desarrollado un plan de procesamiento de información basado en la técnica de triangulación de datos, la misma que según Hernández (2014) sirve para la “Utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección” de datos que permite comparar de manera paralela todos los criterios que se emitieron.

Como primer paso se debe aplicar dicha técnica en la matriz comparativa de conceptos para conceptualizar el diseño autoral de los siguientes escritos, “El nuevo vestir”, “Política de las apariencias”, “101 diseñadores de autor”, “Industrias creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno

en Argentina” y “Las cosas del quehacer”. Además se realizó en base a la conceptualización una Matriz de características del diseño de autor de los escritos, con la finalidad de dar a conocer los lineamientos del diseño autorial.

Después también se desarrolló la misma técnica aplicada a: una matriz de tendencias de comportamiento. Que se las infiere a través de las matrices de entrevistas direccionadas a nueve marcas de diseño autorial encontradas en el país, como Frutha, Silvia Zeas, Kábala indumentaria, Roksuit, Tovda, Diana Erdstein, Dominga, Paqocha y Stephanie Rodas. Por otro lado en base a las entrevistas se realizó una Matriz de características del diseño de autor para evidenciar que diseñadores aplican los lineamientos del diseño autorial.

A través de una síntesis realizada a las entrevistas se logró generar una matriz de procesos en donde se evidencia el paso a paso que sigue un diseño de indumentaria de autor en el país, los cuales son compilados en la matriz de procesos para el diseño de autor en Ecuador de las marcas de los diseñadores antes mencionados, con la misma finalidad se ejecutó una búsqueda bibliográfica de los procesos que los diseñadores de autor extranjeros realizan, entre estos tenemos a los argentinos Cora Groppo, Vero Ivaldi, Victoria Bessone, Juan Manuel Alzamora, Lorena Sosa, Débora Orellana y finalmente la diseñadora chilena Gabriela Farías

Finalmente se presenta en una: Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento de expertos, las respuestas vertidas de Freddy Gálvez y Sandra Beltrán para dar a conocer sus criterios en relación al diseño de autor en el Ecuador.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

La investigación tuvo como objetivo: Analizar el diseño de autor con la finalidad de determinar los pasos del diseño de indumentaria con autoría y responder a las necesidades de la región. Para lo cual se identificaron dos variables de estudio siendo la primera “diseño de autor” y la segunda “hacer diseño de autoría” para conseguir los resultados se hizo una investigación bibliográfica y también un estudio de campo tanto a diseñadores y expertos.

4.1.1. Análisis teórico

Para dar cumplimiento al primer objetivo se realizó una revisión bibliográfica en donde se abarca diferentes posturas de varios autores de los cuales se obtuvo lo siguiente:

Tabla 14

Matriz comparativa de conceptos. Diseño de autor

Matriz comparativa de conceptos	
Escritos	¿Qué es diseño de autor?
El Nuevo vestir	El diseño de autor se refiere a aquella expresión del diseño de indumentaria que supone un proceso creativo con un alto componente de innovación y originalidad, que se manifiesta en un relato/ identidad propia, cuyo resultado se expresa en una marca (homónima, propia) que constituye una unidad productiva económica que aporta tanto al desarrollo productivo como a la imagen de un país. (...) diversas marcas de diseño de autor se revelen ante el sistema y apuesten por una forma diferente de producir y vender, a través de la corriente del slow fashion o moda lenta, que promueve un regreso «al reloj biológico», diseñando prendas que responden a un relato conceptual no guiado por las tendencias globales, ni temporadas, sino creado para durar y heredar. Todo bajo un estilo propio y único. (...) Es decir, en la posibilidad de mostrar cada uno de los pasos de la cadena de valor, transformando en protagonistas a aquellos que aportan a la creación del producto. En esta apuesta, el artesano cobra una nueva

	<p>relevancia. Se convierte no solo en «uno más», sino en uno de los contribuyentes claves del proceso. (Calvo, 2016, p. 75-96)</p>
<p>Política de las apariencias</p>	<p>El diseño de autor o diseño independiente va más allá de las inspiraciones, se puede detectar una línea conceptual que organiza y da sentido a sus proyectos. En el diseño de autor se resuelven necesidades a partir del estilo propio e inspiración sin seguir tendencias. La producción de estos diseñadores se caracteriza por series cortas que responden a un plan de necesidades por satisfacer. (...) La fuerte presencia del nivel conceptual en los diseñadores es lo que permite alejarse de los dictados de las modas. A lo sumo pueden incorporar una mínima porción de las tendencias para estar dentro de la actualidad. (...) enfatizar el ingenio y la originalidad, experimentar con formas y materiales, incluir referencias de diversas culturas y emplear tanto técnicas artesanales como semiindustriales. (Saulquin, 2014, p.81-84)</p>
<p>101 diseñadores de autor</p>	<p>Los diseñadores que haciendo uso de su capacidad creativa, generan prendas innovadoras y originales dentro de una industria dominada por la masividad global. (...) enfatizan en la riqueza de la identidad local, logrando piezas de diseño contemporáneas. (...) Gran parte del valor del diseño de autor se basa en un manejo ingenioso de los recursos locales para generar respuestas inéditas, debemos resaltar que la hibridación del proceso productivo artesanal-industrial otorga una especial atención a los detalles y los destaca en la masividad. Las piezas de diseño de autor, está relacionada con un concepto de belleza basado en las imperfecciones, donde prima la huella del hacedor. Los recursos materiales y humanos configuran una manera del hacer. (Acosta et al., 2013, p. 5-69)</p>
<p>Industrias creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina</p>	<p>Al ser bienes concebidos y producidos para diferenciarse del resto de la oferta a partir de una gran cuota de creatividad, privilegiando una visión personal de quien los diseña, se convierten en prendas con una carga identitaria más fuerte, portadoras de valores, que nos hablan de un contexto social bajo el cual fue producido y de una cultura común de trabajo dentro de la cual se insertan. Tanto los bienes en sí con su trazabilidad implican un gran valor simbólico. No debe ser un dato menor la originalidad e innovación que estos lenguajes de diseño entrañan, abriéndose paso y asumiendo riesgos, frente a una dinámica de consumo que tiende a la homogeneización. (...) La dimensión cultural entra en escena desde el momento en que estos diseñadores desarrollan un ejercicio creativo logrando, con el tiempo, un lenguaje de diseño propio que utiliza un criterio independiente a la hora de proponer productos originales en los mercados nacionales e internacionales. Todo proceso creativo personal se inscribe dentro de un contexto cultural y social que lo contiene. (...) En el diseño de indumentaria de autor diseñan y producen prendas con alto valor agregado a partir de procesos de trabajo intensivos que incorporan importantes dosis de creatividad y experimentación en uno o más aspectos del producto, como ser la morfología y/o textura y/o tipología y/o simbología de las piezas. Por ende, la producción y comercialización de estos bienes diferenciales genera no sólo el desarrollo económico sino que</p>

**Las cosas
del quehacer**

también garantiza la diversidad cultural de una comunidad. En indumentaria, el criterio de originalidad se evidencia en productos que logran escapar a las tendencias de moda masivas a través de lenguajes creativos innovadores sostenidos en el tiempo. (Mon, 2012, p. 20-22)

Llamamos “diseño de autor” o “diseño independiente” al diseño que genera productos con una alta dosis de originalidad, con un lenguaje creativo e innovador sostenido en el tiempo. Este se concreta en una notable y constante experimentación en distintos puntos del proceso de trabajo, con nuevas posibilidades en las texturas de los tejidos y/o en la construcción de las piezas, y/o en la redefinición de tipologías, y/o en las proyecciones simbólicas de las prendas. Los productos deben ser claramente innovadores abriendo horizontes inéditos en el diseño de indumentaria, denotando una coherencia conceptual. Esto significa que el diseñador de indumentaria de autor no está determinado por las tendencias de moda de temporada a la hora de configurar sus colecciones, sino que busca crear productos diferenciales sin perder de vista la funcionalidad real, con un alto valor agregado.

Ideas propuestas por el Observatorio:

Fusión de procesos artesanales e industriales en instancias de producción.

Morfologías heterogéneas vinculadas a estilos diversos.

Manejo ingenioso de recursos locales.

Alta experimentación en las propuestas.

Creación de prendas con estéticas perdurables en el tiempo. (Mon et al., 2011, p. 21-79)

Patrón de interpretación

La mayoría de autores en sus escritos coinciden que: el diseño de autor es una nueva forma de hacer diseño de indumentaria que maneja un lenguaje creativo propio, el cual permite dejar en evidencia la capacidad de innovación, originalidad y diferenciación del diseñador, experimentando en diversos recursos constructivos del diseño que pueden ser en: creación o modificación de texturas, transformaciones morfológicas y bajo la generación de ensambles.

De este modo se crean prendas impregnadas del estilo y rastro de quien las creo, con alto valor agregado, de calidad, atemporales ya que estas son hechas con una característica que se vuelve común en todos los procesos, la mezcla de lo artesanal con lo industrial, generando el desarrollo económico del país pues se fomenta el trabajo entre diseñadores y artesanos. La producción de este diseño es en series cortas.

Tabla 15

Matriz de características del diseño de autor

Matriz de características del diseño de autor					
Escritos /Características	El nuevo vestir	Política de la apariencias	Mapa del diseño argentino. 101 diseñadores de autor	Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina	Las cosas del quehacer
Ideas propias	x	x	x	x	x
Innovación/ originalidad	x	x	x	x	x
Identidad	x	x	x	x	x
Producción más sustentable	x	x	x		x
Valor agregado	x	x	x	x	x
Producción artesanal/ industrial	x	x	x	x	x
Series cortas	x	x	x	x	x
Prendas atemporales/ heredables	x	x			x
Diseños altamente conceptuales	x	x	x	x	x
Seguir tendencias en mínima cantidad		x			x
Creación de texturas		x	x	x	x
Transformaciones morfológicas		x	x	x	x
Ensamblés conceptuales/ materiales		x	x	x	x
Prendas de calidad	x	x	x	x	x

Tendencia de comportamiento para la conceptualización del diseño de autor

Teniendo en cuenta los escritos anteriormente expuestos se puede decir que: El diseño de autor no solamente es un escape a la moda masiva, sino que este posee sus propios lenguajes creativos en donde se deja ver la capacidad de innovación y originalidad del diseñador dejando de lado las tendencias y el dictamen de la moda. Creando prendas diferenciadas impregnadas del estilo y rastro de quien las creo, ya que se puede evidenciar por el cuidado a los detalles, la mano del hacedor. Quien no solamente es el diseñador sino también los artesanos o personas que trabajan de su mano, ayudando a generar empleo de forma directa e indirecta.

Es evidente entonces que se busca diferenciar a través del indumento, realizando prendas pensadas, con alto contenido conceptual de modo que el diseñador deja ver su identidad, sus propias ideas logrando así piezas con alto valor agregado, lo que se vuelve una constante en este diseño ya que en los procesos prima lo artesanal. Muchos buscan rescatar técnicas ancestrales para incluirlas en sus diseños, formando un vínculo entre lo artesanal y lo industrial. Por esta razón la producción se realiza en series cortas pues al tener muchos detalles manuales es difícil producir a gran escala, y precisamente es lo que busca el consumidor prendas con las cuales se pueda identificar y que no sean globalizadas.

Cabe agregar que no solo basta con realizar productos diferenciales estos también deben ser de calidad pues se promueve el consumo de lo nacional, de lo hecho en casa. Por esta razón se crean prendas que tengan excelentes acabados y textiles, para que no sean desechable sino más bien que perduren con el tiempo y puedan ser usadas por varias generaciones tanto por su calidad como por su atemporalidad.

Existen diversos recursos a utilizar para hacer diseño de autor los cuales se dan, mediante la creación y generación de texturas, en donde se busca innovar el textil tanto en su fondo como en su forma. También se puede dar por variaciones morfológicas logrando el gran conocimiento y dominio de los patrones y de la figura y finalmente a través de ensambles o recombinación de elementos, que busca resignificar los conceptos o ideas que se tienen preestablecidas, logrando un discurso más conceptual al conjugar multireferencias que generalmente se contraponen.

A continuación mediante la utilización de un gráfico se resumirá el concepto y algunos de los parámetros que tiene en particular el diseño de autor, además se dará a conocer las diferentes formas de hacer diseño de cada recurso que se mencionó anteriormente apoyándose en el libro “101 diseñadores de autor”

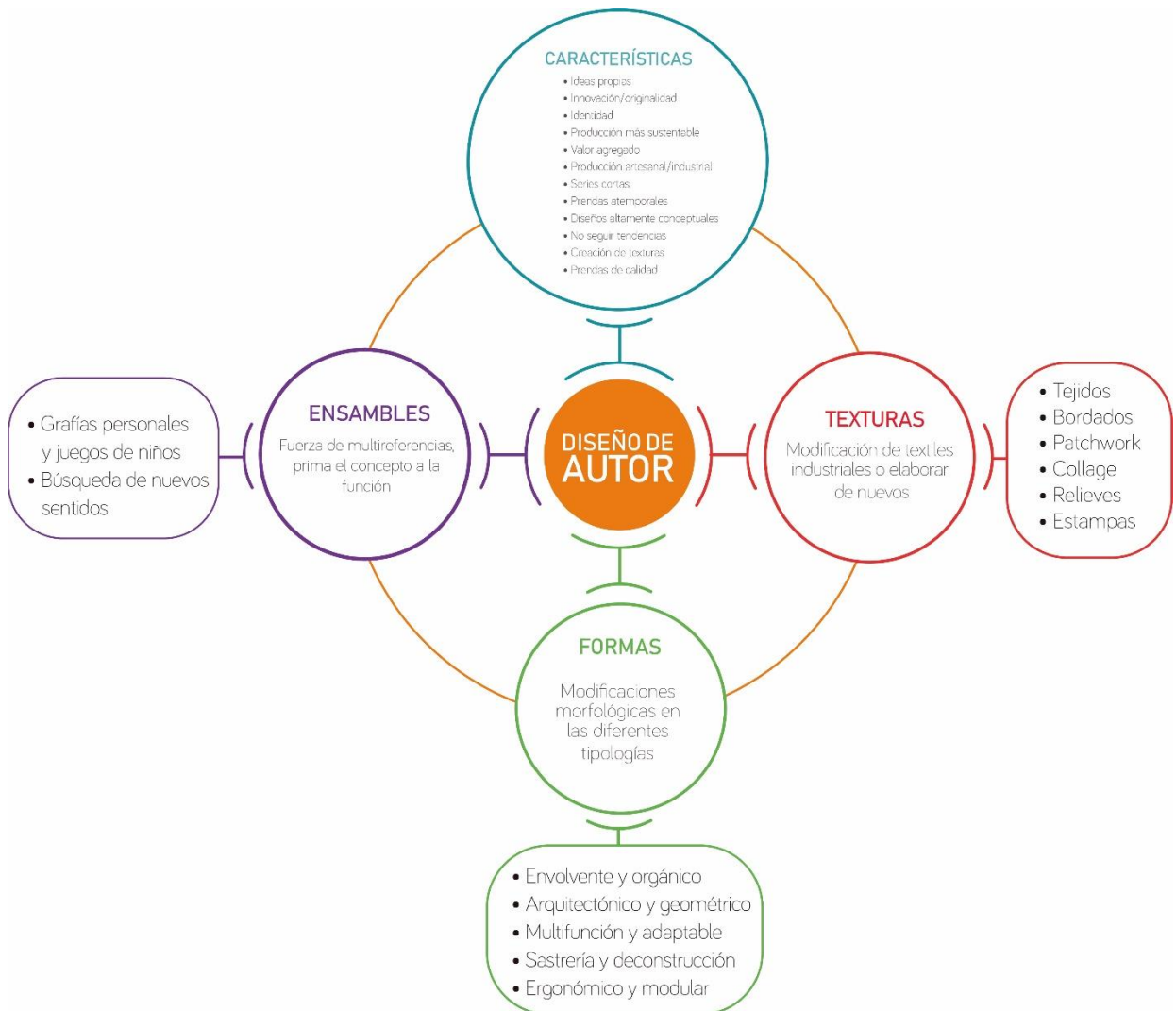


Gráfico 5: Contextualización del contexto del diseño de indumentaria de autor

4.1.2. Análisis de entrevistas

Para dar cumplimiento al segundo objetivo se realizó entrevistas a diferentes diseñadores de autor para obtener el paso a paso que ellos ejecutan en la práctica, donde se obtuvo lo siguiente:

Tabla 16

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 001. Diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		001
¿Qué le motiva hacer diseño con autoría?		
Frutha	Crear, transmitir ideas propias, querer comunicar las ideas a través del lenguaje que ha ido descubriendo y con el que se siente cómoda, mediante la indumentaria. A través de ciertos procesos con los que ya está familiarizada, textiles paleta de color.	
Silvia Zeas	Al siempre estar vinculada al arte y al viajar constantemente se dio cuenta de riqueza que el país tiene para ofrecer entonces encontró en el diseño una forma de poder transmitir su esencia y su estilo y así de esta forma poder evidenciar la riqueza cultural del país.	
Kábala indumentaria	Tener su propia independencia, no tener dependencia de jefes (mala experiencia en un trabajo). Busca inyectarle toda la energía a su emprendimiento total independencia y pertenecía del tiempo.	
Roksuit	Su principal motivación es el deseo de crear y de generar un estilo distinto y que corresponda a su visión de la moda destacando una forma de producción lenta y fuera de lo estrictamente comercial.	
Tovda	Al diseño siempre lo vio como una forma de expresión, más allá de seguir tendencias se inclinaba por crear diseños que vayan anclados a conceptos, ideas, emociones. Nunca le gustó seguir las tendencias, considera que de alguna manera uniforman a las personas, además quería crear prendas atemporales.	
Diana Erdstein	El diseño se ha vuelto muy comercial, los diseñadores ya no intentan expresar su esencia en la vestimenta. Al realizar sus prendas u outfits realizar propuestas cada vez más comerciales solamente con el fin de vender. La diseñadora decidió realizar diseño de autor porque quiere transmitir su esencia, su estilo. Realiza prendas para personas que no buscan cosas comerciales, ya que sus prendas no encajan en lo masificado.	
Dominga	La marca no considera que hace diseño de autor sino más bien promueve el diseño sostenible, ético y justo.	
Paqocha	Más que diseño de autor ellos piensan que realizan diseño sostenible y se enfocan en este. Quieren que las prácticas ancestrales no se pierdan, además buscan mantener ciertas tradiciones que se han ido perdiendo con el tiempo. En el diseño de las prendas se enfocan en que estas puedan ser usadas por mujeres de diversas edades para que las prendas sean heredables. Sus prendas al ser intervenidas por artesanos, pueden evidenciar la riqueza del país y además se generan fuentes de trabajo de una forma justa, ética, social y comprometida con el medioambiente.	
Stephanie Rodas	Al estudiar en el exterior siempre se planteó tener su propia marca, ya que al disponer de un taller no tenía que empezar desde cero, además si seguía en el exterior lo más seguro es que, hubiera terminar trabajando para alguien más y solamente en una área, ya sea de diseñador ilustrador, patronista o haciendo draping. Entonces ella tenía la certeza que al regresar al país y establecer su propia marca podría realizar sus diseños acorde a su gusto y estilo.	
Patrón de comportamiento		
Teniendo en cuenta las entrevistas realizadas a diseñadores de autor la mayoría concuerdan que se dedicaron a este tipo de diseño para alejarse de lo masificado y trabajar desde una impronta personal, adentrándose en la creatividad y proponiendo prendas que diferencien bajo su estilo e ideas. Algunos trabajan de la mano de artesanos promoviendo una moda más sostenible y de comercio justo. También decidieron incursionar en este diseño por la independencia que esto les representa.		

Tabla 17

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 002. Diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		002
¿Cuál cree usted que es la diferencia entre el diseño de autor y el diseño de moda tradicional?		
Frutha	El autor propone nuevas ideas mientras que el diseño de moda tradicional copia a las marcas más conocidas, con ligeros cambios de color a las que dictan las tendencias de moda. Para realizar diseño de autor se fija en referencias para la parte estética, formal y tendencia, la cual no la sigue o la copia sino que la adapta a su estilo, lo traduce a su lenguaje, con la que ya está desenvuelta ya que eso es lo que la gente pide. Se valora el diseño pues las personas no quieren vestir igual al resto.	
Silvia Zeas	El diseño de autor busca promover algo nuevo algo innovador y en su caso busca dar a conocer la riqueza cultural del país, y todo lo que Ecuador tiene para ofrecer mientras que en el diseño de modas tradicional se hace un diseño más comercial y la búsqueda de la identidad no se da.	
Kábala indumentaria	El diseño independiente o de autor tiene su propia autoría, su propio estilo, el diseñador maneja su esencia en cada una de sus piezas. En el diseño de moda se debe trabajar bajo parámetros de consumidor y no deja desarrollar el máximo potencial en creatividad.	
Roksuit	En el diseño independiente se valora el hecho de no uniformar a la gente con lo que las tendencias impuestas producen en el diseño tradicional. Además, que el diseño independiente busca formas de producción más sustentables. El diseño independiente le da más valor al arte de diseñar, en el diseño masificado es indispensable seguir las tendencias al pie de la letra para llegar a que el consumo sea mayor.	
Tovda	<p>En el diseño de autor hay una desvinculación con las tendencias, se busca crear y mostrar diseño con contenido y generar un consumo más consciente, creando prendas atemporales que durarán y se podrán usar por mucho tiempo. Quienes consumen este tipo de diseño, más allá de la parte estética, buscan portar un significado.</p> <p>Por otro lado, las marcas masivas se enfocan más en la parte comercial, adoptando tendencias mundiales, ofreciendo propuestas similares a las de otras marcas y rotando sus productos en cortos tiempos, lo que en su criterio genera más consumismo.</p>	
Diana Erdstein	El diseño de moda es más comercial el diseño de autor es más pensado, busca dar nuevas alternativas para el consumidor que está cansado de la masividad. Además el diseño de autor es muy propio, se refleja la personalidad y el estilo del diseñador.	
Dominga	Su premisa es realizar prendas mediante un proceso de producción lenta, no buscan generar prendas de forma masiva	
Paqocha	Revalorizar el proceso manual de la producción de prendas de alpaca, además buscan que las prendas perduren a través del tiempo y que. En la moda convencional hay mucha contaminación y no siempre se respetan a las personas que están detrás de cada prenda.	
Stephanie Rodas	En el diseño de autor se puede evidenciar el estilo, la esencia del diseñador y también se puede hacer diseño personalizado, exclusivo en donde deje ver el estilo del diseñador y el consumidor en un diálogo en el cual ambos se sienten identificados con la vestimenta. El diseño de moda tradicional es más comercial, no se refleja el gusto de quien diseña además mucho de lo que se realiza es una copia de algo que ya se hizo.	
Patrón de comportamiento		
En diseño de autor se pueden crear y plasmar ideas innovadoras, que contengan identidad creando prendas perdurables con mucho de diseño y dejando de lado la masificación. En cambio el diseño de moda tradicional busca generar prendas comerciales, se deja de lado la impronta personal pues se rigen por las tendencias y crean prendas en grandes series.		

Tabla 18

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 003. Diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		003
¿Tiene talvez algún referente nacional o extranjero que haga diseño de autor? Si lo tiene ¿Porque lo tomo como referente?		
Frutha	No posee referentes nacionales en lo que es diseño de modas. Pero si tiene referentes a artistas de otras disciplinas. Artista plástico La Cumanda hace collages. El pinocho estética urbana Street art. Sigue a sol pardo Argentina. Una marca que produce bajo la misma estética que su marca es fenty puma. También gusta de local héroes, wia collection, Maison margiela, yuki and suki, que de igual forma manejan un estilo parecido a la marca	
Silvia Zeas	Lo que a ella le mueve son las culturas precolombinas del país, para ella Ecuador es su constante inspiración.	
Kábala indumentaria	Como diseñadores independientes como tal no tiene ninguno o no conoce ninguno que la inspire. Pero si tiene diseñadores y marcas que le gustan mucho como Alexander McQueen una raíz muy importante para su vida profesional, porque es un diseñador que se diferencié del resto ya que se fue por una estética que te habla a través del vestuario. Cada prenda cada indumento es una forma de comunicación. Los diseños de Alexander Mc Queen se le hacían de otro mundo.	
Roksuit	Sus mayores referentes son: el ya fallecido diseñador ingles Alexander Mc Queen por su originalidad, su forma extremadamente creativa de diseñar y su estilo excéntrico y vanguardista, fue uno de los mayores exponentes de la alta moda. Y también Ann Demeulemeester una diseñadora de Bélgica que me gusta mucho por su estilo minimalista y femenino.	
Tovda	Yohji Yamamoto es un diseñador japonés que admira. Le gusta su forma de trabajar y la visión que tiene sobre la moda. Admira la forma en que entró a la industria, rompiendo los parámetros de la moda de ese entonces, saliendo de lo convencional y siendo fiel a sus ideas, las mismas que ha sabido mantener hasta el día de hoy. Es un diseñador que realiza su trabajo con un sentido más crítico, podría decir que incluso hasta de una forma más artística, enemigo del fast fashion, y que nos muestra algo distinto a lo que se está acostumbrado a ver o la percepción que se tiene sobre la moda. Él encuentra belleza en lo imperfecto y eso se puede ver con claridad en su trabajo. Le gusta esa estética.	
Diana Erdstein	No posee referentes ya que considera que lo que ella hace es muy suyo.	
Dominga	No posee referente	
Paqocha	No poseen referentes	
Stephanie Rodas	Le gustan mucho los diseñadores orientales o japonés ya que su estética es muy simple y minimalista, la diseñadora ve mucha elegancia en la simplicidad de las prendas, además son muy pensadas, siempre tienen un trasfondo de diseño en el cual cada detalle es pensado no solamente se ponen cosas para adornar el indumento.	
Patrón de comportamiento		
La mayoría de diseñadores no poseen referentes en cuanto a diseño de autor. Pero algunos toman como referencia a diseñadores de moda irreverentes que desde sus inicios causaron revuelo y se alejaron de las tendencias.		

Tabla 19

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 004. Hacer diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		004
¿Cuál es el paso a paso que usted sigue para realizar diseño de indumentaria con autoría?		
Frutha	<p>Aunque no tiene una metodología definida para realizar sus colecciones pues los pasos varían dependiendo de lo que quiera hacer. Siempre está en una búsqueda constante, todo el tiempo está observando y cuando encuentra un tema de interés lo investiga a profundidad para poder la idear de la colección. La diseñadora busca nuevas estéticas, movimientos artísticos, gente que esté haciendo cosas interesantes con relación al arte que pueda alimentar sus ideas y basarse en ellas para crear ropa.</p> <p>Búsqueda textil en base a lo que ha investigado. Empieza a ver las telas que hay en el mercado para ver cuales puede adaptar a sus ideas. Realiza el mood de la colección en donde fija todas sus ideas, concepto, formas para darse una idea de cómo va a ser la colección. Después realiza bocetos para traducir las ideas que le dio el proceso de investigación en formas que se adapten al cuerpo. Ejemplo si un artista que a ella le guste su trabajo lo sigue y ve como es su forma de expresión, su arte por ejemplo si este mantiene formas orgánicas ella las traslada a las prendas. Para definir la paleta de color primero se tienen en cuenta los colores que maneja la marca pues tiene un paleta de color definida, sin embargo dependiendo la colección también se basa en la tendencia. Realiza los bocetos finales y realiza las respectivas propuestas de color.</p> <p>En el proceso productivo realizar el patronaje en base a los diseños establecidos, después realizar las muestras (prototipo), Si hay alguna falla en el prototipo se lo corrige y realiza el patronaje sin errores para en la producción se den anomalías. Antes de empezar a producir se realiza una producción fotográfica para generar la campaña gráfica de la marca, realiza el look book que evidencia todas las prendas que tiene la colección y empezar a promocionar tanto en las redes sociales como en tiendas y se generan los pedidos. Ya que se produce en base a la cantidad de pedidos o de acogida que tienen los diseños es decir va produciendo a la par que se va promocionando. Finalmente vende en tiendas multimarcas, en redes sociales, principalmente en Instagram, también posee tienda online.</p>	
Silvia Zeas	<p>En su taller tiene carteleras (storyboard) en donde va llenando de imágenes que le inspiran y que le mueven entonces cuando quiere realizar una colección. Le llama la atención las máscaras de las diferentes culturas, las fajas, los chumbis, los colores, entonces toma las imágenes que le inspiren y empieza con su proceso investigativo. Escribe la idea o el concepto que la va regir en toda su colección, realiza una experimentación textil en donde reúne retazos, los junta y crea nuevas texturas, también pinta la tela, la plastifica el textil. Buscaba impermeabilizar el textil. Realiza varios bocetos en donde va plasmando las diferentes ideas. Si desea hacer una colección de 10 los bocetos los multiplica por tres y elige los bocetos que van a realizarse y los da color a los bocetos en donde utiliza diferentes técnicas de ilustración para que se pueda evidenciar de mejor manera lo que desea realizar.</p> <p>Realiza los prototipos que muchas de las veces se convierten el producto final. La confección de las prendas es a máquina pero los detalles que le agrega se los hace de forma manual. No tiene una forma de comercializar sus prendas a ella la han servido mucho como publicidad las entrevistas que le han realizado diversas revistas y anteriormente tenía una tienda física u virtual también. Muchas de sus prendas se vendían en pasarelas en las que participaba.</p>	
Kábala indumentaria	<p>Escoger una inspiración en donde se puedan encontrar diversas formas colores texturas que le ayuden en su proceso inspiraciones y que ayuden a nutrirse de referencias en base a lo que quiera hacer. Ya teniendo clara la inspiración se ayuda con collages o referencias graficas en donde pueda sacar formas, colores, texturas, siluetas para aplicar en sus prendas. Piensa que el diseñador independiente o de autor debe proponer nuevas cosas aunque también se guía un poco en las tendencias. El diseñador tiene la capacidad de proponer cosas nuevas e innovadoras las cuales las representa en bocetos previos en donde se plasma las ideas en base a la inspiración, después elige los diseños que se van a realizar y realizar propuestas de color. Los colores son los de la inspiración, pueden variar mucho de colección a colección, la marca no tiene una paleta de color fija.</p>	

	<p>Cuando realiza trabajos bajo medida realiza el patronaje de forma manual, en papel, desde cero, pero tiene moldes comprobados de moldería básica s m l. No repite sus diseños la mayoría de las prendas son únicas. Después corta y confecciona las prendas y realiza sesiones de fotos para tener un registro de las prendas que tiene ya que al ser independiente esta es una base para que las personas puedan ver su trabajo.</p> <p>Para promocionar sus prendas auspicia a artistas, cantantes, bailarines en donde les auspicia o les presta el indumento para ciertas presentaciones o shows en donde más personas pueden ver sus trabajos. Esto le ha dado más reconocimiento y ha logrado que su marca sea más conocida. Ya que preguntan por la diseñadora y saben que ella puede realizar sus prendas de forma personalizada, eso es algo que a la gente le gusta mucho.</p> <p>Su forma de distribución o comercialización es en su tienda en donde realiza muchas prendas bajo medida y también tiene prendas en stock o también por internet, mediante redes sociales. Antes sus prendas estaban en tiendas multimarca de diseño independiente pero prefirió enfocarse más en su tienda.</p>
Roksuit	<p>Dentro del proceso creativo no existe una línea que determine lo que va realizando, por lo general la inspiración llega de lugares insospechados, sus colecciones se han inspirado en series de televisión como Game of Thrones, en culturas como la egipcia, en libros que leyó. Piensa que es importante para cualquier creador empaparse de la historia, de culturas, conocer mucho de cultura general y en fin saber de todo un poco ya que de ese cúmulo de conocimientos muchas veces viene la inspiración. Y aunque siempre hay una dosis de influencia externa, siempre trata de dar su toque personal en el diseño en sí, como en la aplicación de su experiencia en la producción de ropa la cual siempre busca mejorar.</p> <p>Se inspira en diferentes culturas, libros, música, periodos de la historia, subculturas. Investiga las tendencias en cuanto a siluetas, telas, colores. Realiza bocetos para poner en papel sus ideas. Posteriormente realiza el patronaje de los modelos definitivos que va a confeccionar en su taller, corta la tela en la mesa de corte de su taller. Confecciona las prendas en su pequeño taller junto a una colaboradora.</p> <p>Realiza sesiones de fotos con las prendas dándole el estilo que desea representar en cada colección. Y para comercializar lo hacen en las tiendas que los acogen que son Davinci´s closet y Fira o lo hace directamente con sus clientes.</p>
Tovda	<p>Empieza eligiendo el tema con el que va a trabajar, la idea/inspiración, después pasa al diseño de la colección, en donde define tipologías, siluetas, paleta de color y los materiales que usará. Desarrolla la moldería o patronaje para hacer las muestras, en donde si hay que hacer modificaciones las corrige y realiza los moldes definitivos. A partir de éstos se hacen las progresiones según la curva de tallas, tizan sobre la tela, cortan todas las piezas y finalmente la confección. La forma de distribución son las redes sociales y su página web. También tiene sus prendas en tiendas multimarcas.</p>
Diana Erdstein	<p>El estilo de su marca se va más a un estilo oriental, aunque no lo premedite sus diseño siempre tiene alguna esencia oriental. En el proceso creativo busca un tema de inspiración, después lo investiga a profundidad para definir su carta de color, texturas, estampado. La paleta con la que se maneja la marca es neutra, aunque también le da pequeños toques de color a sus colecciones, aunque pero siempre prevalecen los colores neutros y monocromáticos, busca los materiales, visita lugares en donde pueda encontrar textiles diferentes o diseña sus telas realiza intervenciones, sublimados, manda a tejer, realiza muchos bocetos y los elije para conformar atuendos completos.</p> <p>Realiza el patronaje de sus prendas, corta la tela y para la confección de sus prendas se apoya de una costurera con la cual trabaja de la mano, siempre está en contacto con la realización de las prendas cuidando la calidad de los acabados y costuras.</p>
Dominga	<p>Primero Gabriela se encarga de diseñar para posteriormente realizar una investigación de materiales, colores y tendencias. Después realiza una ficha en donde se define los colores y siluetas que se van a manejar. Los textiles e insumos son traídos de fuera ya que se busca calidad. El textil de Perú y el hilo de Francia. Una costurera se encarga de patronar, cortar y confeccionar las blusas. Una vez las prendas están terminadas en estructura se envían a Zuleta para que se realicen el diseño de los bordados. Reparten las prendas y los hilos para que sean bordadas por las artesanas de la comunidad, una vez el bordado es terminado las prendas regresan a Quito y se realizan un control de calidad de las prendas y de los bordados.</p> <p>Por el momento se vende mediante redes sociales y también en diversas ferias en las que la marca participa. Las redes sociales y el uso de internet ayudan han ayudado a que la marca y sus blusas hayan llegado a diversos lugares del mundo, para envíos internacionales usan</p>

DHL. Además algo que les ayuda mucho es la calidad de sus productos ya que cuando una persona adquiere una prenda esta recomienda a otras.

Se realizan los diseños por Lorena Pérez, quien siempre está investigando la forma de crear prendas que gusten a mujeres de diferentes edades.

Paqocha

Recolección de vellones (fibras de alpaca) y se manda a hilar a diversas artesanas, ellas hilan acorde al grosor que deseen, ya realizado el hilo se manda teñir con tintes naturales. Según el diseño se envían a las tejedoras o a quienes realizan el textil en telar. Para la elaboración de las prendas se han implementado la elaboración de tela, y el uso de tela hecha de algodón para los sesgos o para refuerzos.

De la administración se encargan los esposos y fundadores de la marca Felipe y Lorena. La forma de comercialización de las prendas se las realiza de diversas formas en una boutique ecuatoriana que se encuentra en Paris, otra en España por medio de un acuerdo con una empresa que se encuentra localizada en Ibiza. También lo hacen en el showroom de la marca en Tumbaco, galería Gourmet que se encuentra en el centro histórico y en la plaza Foch. Próximamente en Imbabura mediante una alianza con el Gobierno Municipal del lugar. Además poseen redes sociales en donde van compartiendo imágenes de sus productos.

Stephanie Rodas

La inspiración surge de diferente manera, una vez elegido el tema inspiracional se define un concepto, ya que ese es el que rige su colección. Toma referencias pero que no sean de indumentaria sino más bien de arquitectura o de otras disciplinas. Investigación y ve las formas de acuerdo al concepto, después elige los colores y crea la paleta de color, realiza bocetos (muchas veces las ideas salen de un solo boceto rector del cual salen la mayoría de ideas) y después elige los que se realizaran y los ilustración o da color.

En la producción primero efectúa patronaje de prueba para ver si se pueden realizar las formas del diseño, una vez probado el patrón se realiza el patronaje definitivo y se da la búsqueda de textil. Después corta la tela, ve si desea cortar la tela de un lado o de otro, o si prefiere cortar no al hilo sino al través, y finalmente las prendas son confeccionadas.

Una vez realizada la colección suele realizar una sesión fotográfica. Para distribuir lo realiza en tiendas multimarcas en Cumbaya y en Cuenca y tiene su tienda taller el cual es más para prendas bajo medida aunque si tiene prendas en stock. Próximamente venderá en una tienda online, su forma de promocionarse es por medio de redes sociales. Facebook e Instagram, desfiles, medios, revistas.

Patrón de comportamiento

Teniendo en cuenta las respuestas en cuanto al proceso que realizan los diseñadores de autor en el país, se puede evidenciar que cada uno posee su propio método para realizarlo. La mayoría cumple con los mismos pasos en tiempos diferentes, encontrando su propio lenguaje creativo. La mayor parte de los diseñadores entrevistados de diseñadores realizan una investigación a raíz de la observación y sin darse cuenta, casi de manera automática definen su motivo inspiracional, a partir de este ejecutan la respectiva investigación. Realizan una búsqueda textil al cual lo suelen intervenir de diversas formas para que se diferencie de los que se encuentran en el mercado. La mayoría realiza bocetos y posteriormente los ilustra. No todas las marcas poseen una paleta de color definida pues varía dependiendo de colección e inspiración. En el proceso de confección la mayoría patona sus prendas, realizan prototipos, cortan y confeccionan. Para darse a conocer la mayoría promociona su marca por redes sociales. Finalmente en la etapa de venta casi en su totalidad comercia por medio de redes sociales y tiendas multimarca. Vale la pena decir que no todos poseen página web.

También existen ciertas particularidades en cada uno de los diseñadores pues solamente en el caso de Paqocha se involucran desde la crianza de las alpacas para que sus prendas sean de calidad. Por otro lado solamente la diseñadora de Frutha dijo realizar colecciones capsula en colaboración de artistas que no pertenecen al mundo de la moda. La diseñadora de Kábala indumentaria como medio para promocionar su marca y darse a conocer, presta sus prendas a cantantes, bailarines que posean un estilo parecido a la marca para que los utilicen en sus presentaciones. Dominga en cambio envía sus prendas ya confeccionadas a una comunidad de mujeres artesanal para que borden sus blusas.

Tabla 20

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 005. Hacer diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		005
¿Qué procesos usted realiza de forma industrial y que procesos los hace de forma manual o artesanal?		
Frutha	Preproducción de forma artesanal moldes, la confección se realiza en máquinas industriales, al igual que el sublimado o estampado.	
Silvia Zeas	Trabaja de la mano de artesanos con los que realiza la técnica del ikat, macana, realiza anudados, en donde realiza reatas que las incluye en sus diseños.	
Kábala indumentaria	Casi todos los procesos que ella realiza son artesanales, ya que sus prendas son únicas, desde el patronaje, corte, en la confección utiliza maquinaria industrial pero su producción es mínima.	
Roksuit	Todos los procesos son de forma artesanal, solamente en el ensamble de las prendas se utiliza maquinaria de tipo industrial. Cuando una prenda requiere de detalles los agregan de forma manual.	
Tovda	Prácticamente todo se realiza de forma artesanal, desde el patronaje, tizada, corte. La confección se realiza en su taller, produciendo prendas en poca cantidad y teniendo en cuenta cada detalle y acabados de las mismas, algunos de estos hechos a mano.	
Diana Erdstein	La mayor parte de sus prendas requieren de mucho tiempo para la fabricación. Es por eso que todos los procesos son artesanales. Solamente en la confección se utiliza maquinaria industrial. Realiza bordados por si misma o de la mano de sus ayudantes, también tejidos depende la colección pero esos los manda a realizar a una personas que tenga conocimiento de estos. En su colección realiza estampados sublimados.	
Dominga	Básicamente todos los procesos son artesanales ya que no se realizan producciones masivas, aunque para el ensamble de las prendas se realiza con maquina industriales. El bordado es 100% manual los realizan las artesanas de Zuleta.	
Paqocha	Prácticamente todos los procesos son manuales, ya que desde la recolección de la fibra es de forma artesanal. El hilado, el tejido. Todo se realiza de forma artesanal. Además trabajan de la mano de artesanos en todas estas tareas	
Stephanie Rodas	Draping, dibujar, ilustrar bocetar, patronaje, todos esos procesos se los realiza de forma manual. El corte y la confección es lo único que se hace mediante maquinaria industrial.	
Patrón de comportamiento		
Los diseñadores concuerdan que sus procesos son principalmente artesanales pues desde el diseño hasta los detalles que se agregan en las prendas lo hace de forma manual y utilizan maquinaria solamente para mejorar la calidad de sus productos en cuanto a costuras y ensamble de las piezas.		

Tabla 21

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 006. Hacer diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		006
¿Cuántas prendas realiza usted por diseño y cuantas prendas realiza por colección?		
Frutha	12 docenas de prendas básicas como máximo. Lo que más produce son las prendas básicas. Se valora el diseño ya que la gente no quiere vestir igual al resto. Lo mínimo es una prenda por talla y por color.	
Silvia Zeas	Mínimo hace 12 prendas y realiza dos colecciones por año. No tiene un número determinado de producción ya que cambia según la colección.	
Kábala indumentaria	Las prendas de su diseño con autoría son únicas no repite diseños, aunque a veces tiene pedidos en donde realiza más pero todo depende de cuantas requiera el cliente. Por diseño realiza una o dos máximo s m o m l por colección son 10 outfits completos de 120 a 30 prendas no tiene un numero definido	
Roksuit	Cada colección consta aproximadamente de 15 prendas diferentes. Lo máximo que ha producido por prenda y por talla es 10 prendas. Normalmente producen desde la talla S a la XL es decir en total unas 40 prendas de cada modelo.	
Tovda	En la primera colección que lanzamos se hicieron 14 diseños. La cantidad de prendas por diseño varían.	
Diana Erdstein	No tiene una cantidad específica para realizar sus colecciones estas varían pero intenta realizar mínimo 15 atuendos, pero los máximo que produce son dos prendas por diseño. Realiza mini colecciones de 6, 10 outfits.	
Dominga	Actualmente dos colecciones al año, cada 6 meses. Y se realizan más o menos de 60 prendas de cada colección.	
Paqocha	Realizan dos colecciones al año suelen hacer 12 diseños, realizan varios de cada uno. Normalmente realizan mínimo 10 prendas por diseño. En telar se puede realizar en un día 20 prendas.	
Stephanie Rodas	Piensa que no realiza colecciones para determinada estación ya que en el país no hay estaciones, realiza 20 looks de hasta 4 prendas por look. Las prendas las realiza dependiendo de cómo se venden. Pero máximo 3.	
Patrón de comportamiento		
No se tiene un número definido o en común de producción pues muchos lo determinan en cuanto a la acogida de sus diseños. En lo que sí existe una coincidencia es que ninguno produce de forma masificada y muchas veces realizan una sola prenda por diseño.		

Tabla 22

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 007. Hacer diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		007
Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas, en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros. De estas ¿Con cuál usted trabaja?		
Frutha	Piensa que realiza todas ya que las morfologías de sus prendas mutan en cada colección. Las telas que son intervenidas por algún material, se generan nuevas texturas, parches tejidos, combinación de textiles. Usan elásticos personalizados. Evita adquirir telas estampadas ya que puede otra marca usar el mismo estampado. Los estampados son ideados por la diseñadora a excepción de las colecciones de edición limitada que trabaja con artistas de otras disciplinas cobranding, tatuadores, gafriteros.	
Silvia Zeas	Lo que más realiza son tejidos y desarrolla diseños simples no muy extravagantes ya que busca la comodidad y confort. Encuentra todas estas cualidades en los tejidos además de ser versátil. Diseña desde el hilo, trabaja con bordados, paja toquilla, con mucha experimentación textil tanto desde la fibra como de la forma. En sus colecciones se maneja una constante unión de la cultura ecuatoriana con la cultura europea ya que ella estudio en Milán es por eso que sus prendas aunque los tejidos sean muy autóctonos siempre se refleja un estilo contemporáneo, con formas más sueltas.	
Kábala indumentaria	Ya que la marca trabaja mucho bajo medida ella realiza diseños acorde a lo que el cliente necesita para que el patronaje ayude a resaltar la figura, realiza también texturas por sublimación o serigrafía para algunos diseños ya que trabaja mayormente con textiles del mercado, realiza combinación de textiles.	
Roksuit	En cuanto a la morfología de las prendas lo que busca es crear prendas que favorezcan a distintos cuerpos ya que considera que las personas no están preparadas para cambios estructurales muy fuertes. Pero si le gusta darle detalles distintivos en la estructura de las prendas como cortes, bolsillos y detalles que también hagan funcionales a las prendas. En cuanto a las texturas, le encanta combinar texturas, especialmente en el momento de armar conjuntos dándole una cualidad diferente al “total look” que propone para la mujer, por ejemplo, combinar una falda de cuerina bien estructurada con una blusa de una tela bien delicada. Así mismo en la combinación de colores tenemos una predominación del negro como color imponente y que nunca pasa de moda junto a otros mucho más sutiles.	
Tovda	Si bien las prendas tienen una estética aparentemente simple, hay un trasfondo en cuanto a contenido y forma más complejo. Utiliza recursos constructivos que rompen con esa aparente pulcritud o simplicidad, que en algunos casos generan cambios morfológicos en la prenda.	
Diana Erdstein	La diseñadora piensa que el estilo de su marca en cuanto a siluetas está muy definido pero juega mucho con las texturas, realiza texturas de diversas formas, todo depende de lo que desee transmitir, manipulación textil.	
Dominga	Con texturas, especialmente con los bordados ya que esto es lo que Dominga quiere rescatar.	
Paqocha	Se realiza diversas texturas, en las cuales interviene las artesanas ya que ella tiene rienda suelta para realizar las texturas que ellas deseen, pero el diseño lo deben realizar de acuerdo a sus especificaciones. Muchas de sus prendas tienen variaciones morfológicas aunque también hay unas prendas con un estilo más simple.	
Stephanie Rodas	Lo que más realiza es juego de morfología en las prendas. Más adelante le gustaría implementar la intervención de sus prendas el sublimado, ya que le gustaría que sus telas tengan diseños propios.	
Patrón de comportamiento		
Teniendo en cuenta lo respondido por los diseñadores se puede decir que en el país los diseñadores de autor intervienen sus prendas mayormente mediante texturas. La obtención de las mismas es de diversas formas pues unos prefieren bordados, otros sublimar, tejer. Todo depende de la estética y estilo del diseñador.		

Tabla 23

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento 008. Hacer diseño de autor

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento		008
¿Cómo está conformado su equipo de trabajo? ¿Cuáles son las funciones que usted desempeña en su empresa?		
Frutha	<p>La diseñadora se encarga de la investigación, diseño conceptualización de la marca. Y trabaja conjuntamente con pasantes en el desarrollo de patrones. Dirección creativa, gestión de la marca, logística de la marca, marketing y comercialización. Para la confección de las prendas se ayuda de talleres especializados.</p> <p>En el taller se trabaja preproducción, diseño corte, tizado. La producción la realiza diferentes talleres especializados en ciertas tipologías. Un taller de ropa interior, otro de camisas, de ropa deportiva. Sublimado, estampado.</p>	
Silvia Zeas	<p>Trabaja de la mano de artesanos para realizar diversos procesos y con personas que le ayudan en la confección de las prendas. Silvia Zeas como diseñadora piensa que es muy importante realizar un buen logo en donde se evidencie su estilo y el de la marca en donde se pueda evidenciar lo que ella propone</p>	
Kábala indumentaria	<p>La diseñadora es la única en su marca está a cargo de la tienda, taller (la tienda y el taller esta juntos) y de la administración, pero tiene a disposición una costurera de un taller externo.</p>	
Roksuit	<p>Trabaja junto a una persona que sigue sus indicaciones en la parte de la confección. En cuanto al diseño y comercialización se encarga totalmente la diseñadora ya que se especializa en la dirección fotográfica y la semiótica. Esto lo aplica en el momento de crear una imagen junto con la creación de las prendas en sí. En el futuro busca crecer y expandirse en la medida de tener personas especializadas en Community Management y quizás más personas en la confección, pero siempre con el claro objetivo de mantener la producción dentro del límite que brinde exclusividad a sus clientes.</p>	
Tovda	<p>María Salgado es y la creadora y fundadora de TOVDA. Aparte de los temas administrativos se encarga del diseño y patronaje. Hay otra persona que se encarga de la confección. A medida que la marca vaya creciendo y se requiera más personal para la confección se optará por trabajar con otros talleres más grandes. Cuando se requiere asesoría en otras áreas como marketing por ejemplo, trabaja con un equipo externo.</p>	
Diana Erdstein	<p>Tiene ayudantes que realizan la confección, bordar. La diseñadora maneja la marca, se relaciona con el cliente. La diseñadora se encarga de la gestión de la marca mientras que sus ayudantes se encargan de la producción pero la diseñadora está pendiente en cada una de los procesos de las prendas.</p>	
Dominga	<p>Actualmente trabaja la diseñadora (Gabriela), las bordadoras de la comunidad de Zuleta y quienes se encargan de la producción de las blusas.</p>	
Paqocha	<p>Básicamente de la administración y gestión se encargan Felipe y Lorena, diseño Lorena. Pero para la elaboración de las prendas se ayuda de más o menos 70 artesanos de diversas provincias para realizar las prendas.</p>	
Stephanie Rodas	<p>La diseñadora se encarga de estar pendiente de todos los procesos de sus prendas, Tiene 3 costureras y su abuela le ayuda hacer algunos patrones. La diseñadora se encarga de los diseños, está pendiente de la costura, el corte. Además se encarga de todas las áreas de su empresa.</p>	
Patrón de comportamiento		
<p>Generalmente los diseñadores se encargan de casi todas las áreas de trabajo de su marca, aunque la mayoría tienen ayuda en el proceso de confección.</p>		

Tabla 24

Matriz de características del diseño de autor

Matriz de características del diseño de autor									
Marcas /Características	Frutha	Silvia Zeas	Kábala Indumentaria	Roksuit	Tovda	Diana Erdstein	Dominga	Paqocha	Stephanie Rodas
Ideas propias	x	x	x	x		x	x	x	
Innovación/ originalidad	x	x	x		x	x			x
Identidad	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Producción más sustentable	x	x		x	x		x	x	
Valor agregado	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Producción artesanal/ industrial	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Series cortas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Prendas atemporales/ heredables		x			x		x	x	x
Diseños altamente conceptuales	x				x	x			x
Seguir tendencias en mínima cantidad	x	x	x	x			x		x
Creación de texturas	x	x		x		x	x	x	
Transformaciones morfológicas	x	x	x		x			x	x
Ensamblajes conceptuales/ materiales									
Prendas de calidad	x	x			x	x	x	x	x

Tabla 25

Matriz de procesos para el diseño de autor en Ecuador

Pasos/ Marca	Crear	Producir	Marketing	Comercializar
Frutha	Observar Elegir inspiración Investigar Buscar textiles Conceptualizar Realizar mood de la colección Bocetar Definir paleta de color Elegir bocetos finales Propuestas de color	Patronar Prototipar Corregir errores Desarrollar patronaje corregido Marcar Cortar Confeccionar Sublimar o estampar	Realizar look book Difundir a través de redes sociales Promocionar en tiendas multimarcas	Vender en tiendas multimarcas Vender en tienda online de la marca Vender a través de redes sociales Participar en ferias temporales
Silvia Zeas	Elegir inspiración (storyboard) Investigar Fijar concepto rector Experimentar en textiles Bocetar Elegir bocetos finales Ilustrar	Prototipar Confeccionar Agregar detalles de forma manual Verificar calidad Tejer	Acceder a entrevistas de diversos medios Participar en pasarelas Difundir en Facebook	Vender a través de redes sociales
Kábala Indumentaria	Elegir inspiración Investigar Realizar collages o referencias gráficas Bocetar Elegir bocetos finales Realizar propuestas de color	Patronar Cortar Confeccionar	Realizar sesión de fotos Promocionar en redes Participar en pasarelas Prestar prendas a artistas	Vender en Tienda-taller Vender a través de redes sociales

Roksuit	Elegir inspiración Investigar Definir colores, siluetas Bocetar	Realizar texturas Patronar Cortar Confeccionar Agregar detalles	Realizar sesión de fotos Promocionar en redes	Vender en tiendas multimarcas Comercializar directamente con clientes
Tovda	Elegir inspiración Investigar Conceptualizar Definir tipologías, paleta de color Elegir materiales Diseñar	Patronar Realizar prototipos Corregir errores Moldes finales Escalar Marcar Cortar Confeccionar Agregar detalles de forma manual	Promocionar en redes Trabaja con equipos externos	Vender a través de redes sociales Comercializar por página web de la marca Vender en tiendas multimarca
Diana Erdstein	Elegir inspiración Definir carta de color, tipologías, texturas, estampados Buscar textiles o crear los propios Bocetar Elegir bocetos finales Crear outfits	Patronar Intervenir el textil Sublimar telas Mandar a tejer (si así lo requiere el diseño) Cortar Confeccionar Verificar calidad	Promocionar en redes sociales	Vender a través de redes sociales Vender directamente a clientes
Dominga	Diseñar Investigar materiales, colores, tendencias Definir siluetas y colores Adquirir textiles e insumos	Patronar Cortar Confeccionar Repartir blusas e hilos Realizar bordados Retornar prendas taller verificar calidad	Promocionar en redes sociales Acceder a entrevistas referentes a la marca	Comercializar en ferias Vender a través de redes sociales Exportar

Paqocha	Investigar Diseñar Elegir diseños	Recolectar vellones (fibras de alpaca) Hilar Teñir el hilo Enviar a tejedoras Enviar a realizar en telar Confeccionar	Promocionar en redes sociales Generar reconocimientos por el trabajo de la marca	Exportar Vender en el Showroom de la marca Comercializar en Galería Gourmet
Stephanie Rodas	Definir concepto Elegir inspiración Investigar Adquirir textiles Definir las formas en base al concepto Definir gama de colores Bocetar Elegir bocetos Ilustrar	Realizar patronaje de prueba en la generación de formas complejas Prototipar Desarrollar patronaje definitivo Buscar textiles Cortar Desarrollar nomenclatura en piezas (juego derecho, revés o hilo, trama) Confeccionar	Realizar sesión fotográfica Promocionar por redes sociales Participar en desfiles Acceder a entrevistas	Vender en tiendas multimarca Comercializar en tienda taller (ropa bajo medida)

Tabla 26

Matriz de procesos para el diseño de autor (Argentina, Chile)

Matriz de procesos para el diseño de autor (Argentina, Chile)				
Pasos/ Marca	Crear	Producir	Marketing	Comercializar
Cora Groppo	Elegir inspiración Investigación Herramientas visuales Elección de colores y formas Bocetar Definir bocetos	Modelar sobre maniquí Probar sobre modelo Desmontar la prenda Definir largos y proporciones Corregir detalles Escalar Cortar las piezas Pasar a limpio las piezas Confeccionar	Realizar sesiones fotográficas Participar en desfiles Promocionar en redes sociales	Vender en tienda física y online de la marca
Vero Ivaldi	Investigar Bocetar	Patronar Realizar prototipo Modificar Cortar Realizar frunces, costuras puntadas (Procesos de agregar detalles) Ensamblar	Participar en desfiles Concursar en diferentes eventos	Exportar Vender en tienda física y online de la marca
Victoria Bessone “La primitiva”	Elegir inspiración Investigar Desarrollar experimentación textil (técnicas artesanales ikat) Definir paleta de color, siluetas	Realizar procesos manuales en telas industriales (teñir con tintes naturales, pintar, estampar) Confeccionar Bordar	Realizar sesiones fotográficas Promocionar en redes sociales	Vender en tienda cooperativa multimarca

	Diseñar			
Lorena Sosa	Realizar búsqueda inspiracional Experimentación textil y de formas Carta de textiles Diseñar Ilustrar	Realizar moldería Cortar Unir textiles de diversos colores y texturas Crear alforzas, plisados Armar	Acceder a entrevistas Promocionar por redes sociales	Vender en tiendas multimarca Vender en ferias de diseño
Débora Orellana	Elegir inspiración Investigar Diseñar Adquirir textiles e insumos mayormente nacionales	Patronar Prototipar Corregir Cortar Dar textura al textil (sublimar, coser, estampar, serigrafías, calado laser, impresión 3D) Ensamblar Añadir detalles a prenda terminada	Participar en desfiles Promocionar por redes sociales Realizar sesiones fotográficas	Vender en tienda online y física Vender en tienda multimarcas
Jimena Anastasio	Elegir inspiración Diseñar Elegir textiles e insumos artesanales	Modificar patronaje base Fusionar entretelas Escarlar Marcar Cortar Ensamblar Cuidar detalles en las terminaciones (pegar botones, añadir cremalleras)	Promocionar por redes sociales Realizar sesiones fotográficas	Vender en showroom Vender en tienda multimarcas Vender a través de redes sociales
Juana de Arco	Desarrollar panel de ambientación	Realizar moldería Probar nuevas tipologías	Desarrollar sesiones fotográficas	Vender en tienda física y online de la marca

	<p>Diseñar Elegir diseños Crear propios moldes de estampado</p>	<p>Tejer Unir retazos Escalar Cortar Confeccionar Bordar Estampar a mano</p> <p>Recolectar los sobrantes de la producción Realizar objetos decorativos</p>	<p>Promocionar por redes sociales Acceder a entrevistas</p>	<p>Exportar Vender a través de redes sociales</p>
Tramando	<p>Elegir inspiración en base la última colección (storyboard) Investigar Conceptualizar Elegir tipologías, formas Diseñar Elegir y experimentar en textil Definir carta de textiles creados Diseñar sobre gabarit Diseñar en papel Realizar propuestas de color</p>	<p>Patronar/experimentación morfológica Escalar Marcar Cortar Coser</p> <p>Art couture Modelar sobre el maniquí Desmontar Afinar detalles Ensamblar</p>	<p>Participar en pasarelas Realizar sesiones fotográficas Promocionar por redes sociales</p>	<p>Vender en tiendas físicas y online de la marca Vender en el extranjero</p>
Gabriela Farías “Zurita” Chile	<p>Elegir inspiración Investigar Conceptualizar Diseñar Elegir diseños</p>	<p>Hilar la fibra en huso Teñir el hilo con colores orgánicos Tejer a dos agujas Tejer en telar</p>	<p>Participar en pasarelas Realizar sesiones fotográficas Promocionar por redes sociales Acceder a entrevistas</p>	<p>Vender en tienda multimarca Exportar</p>

		<p>Obtener textiles chilenos limitados</p> <p>Patronar</p> <p>Realizar ficha técnica de sastrería</p> <p>Marcar</p> <p>Confeccionar</p> <p>Verificar calidad</p>		
Viudadelvis	<p>Definir inspiración</p> <p>Desarrollar herramientas visuales</p> <p>Recolectar textiles</p> <p>Elegir insumos</p> <p>Bocetar</p>	<p>Ensamblar textil (unión de retazos)</p> <p>Patronar</p> <p>Marcar</p> <p>Ensamblar</p> <p>Desarrollar terminados</p> <p>Añadir detalles finales</p>	<p>Acceder a entrevistas</p> <p>Promocionar por redes sociales</p>	<p>Vender en tienda física</p> <p>Vender a través de redes sociales</p>
Paulo Méndez	<p>Investigar</p> <p>Elegir inspiración</p> <p>Diseñar textil</p> <p>Definir concepto</p> <p>Desarrollar herramientas visuales</p> <p>Definir siluetas, colores</p> <p>Diseñar</p>	<p>Patronar</p> <p>Prototipar</p> <p>Realizar correcciones</p>		<p>Vender en tienda física</p> <p>Vender a través de redes sociales</p>

Tendencia de comportamiento del proceso del diseño de indumentaria de autor

En base a la investigación realizada de los pasos que ejecutan para llevar a cabo la elaboración de prendas de autor a diseñadores nacionales y extranjeros se puede coincidir que: todos pasan por ciertos procesos en común desde la parte creativa hasta la producción y difusión de sus productos. Sin embargo no todos los ejecutan de la misma forma o en el mismo orden ya que cada uno va creando su propio lenguaje creativo.

Los diseñadores son los que se encargan de la parte creativa de la marca ya que este es su principal trabajo, en donde utilizan herramientas visuales que ayuden a ir registrando su proceso imaginativo. Cada diseñador tiene su forma particular de realizar este proceso pues muchos buscan una inspiración y la investigan, otros en cambio parten desde la experimentación de textiles para posterior diseñar y otros se inspiran mientras van generando nuevas texturas y siluetan sobre el maniquí.

Por otro lado en la parte productiva se generan los patrones tanto en planos sobre un papel o sobre el gabarit, también hay quienes parten de una prenda base y la van transformando acorde al diseño, después se genera una prueba del patronaje mediante prototipos en los cuales se realiza pruebas y las debidas correcciones. Una vez aprobado el patronaje se corta el textil siempre y cuando no existan procesos manuales que puedan modificar su forma, si es así primero se realizan los procesos debidos y se continúa al corte de las piezas.

Finalmente cuando el producto está terminado se procede a la comercialización de las prendas, mediante redes sociales, tiendas online de la marca o también lo hacen por medio de tiendas multimarcas, las cuales acogen a diseñadores independientes y se encargan de vender sus diseños. Lo que se vuelve algo constante ya que al ser marcas que no siempre cuentan con una tienda física aprovechan estos espacios que la gente ya identifica como un lugar en donde se encuentran productos diferentes.

Para la difusión se realizan campañas fotográficas que ayudan a la promoción de los productos y marketing de las marcas. En el diseño de autor no se manejan bajo publicidad en medios o revistas, su principal forma de dar a conocer sus creaciones son las redes sociales, mediante las cuales el consumidor se va familiarizando desde el inicio

creativo cuando las prendas ya terminadas. Muchas marcas también se dan a conocer porque entrevistas o revistas que se interesan por una nueva forma de hacer diseño.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado en cuanto al paso a paso del diseño de indumentaria de autor, a continuación se presenta a modo de resumen un gráfico en donde evidencia todos los pasos que un diseñador debe seguir. Vale la pena decir que cada paso se ha tomado de la recolección de información tanto de diseñadores nacionales como extranjeros y también se obtuvo cierto grado de aporte de la búsqueda bibliográfica.

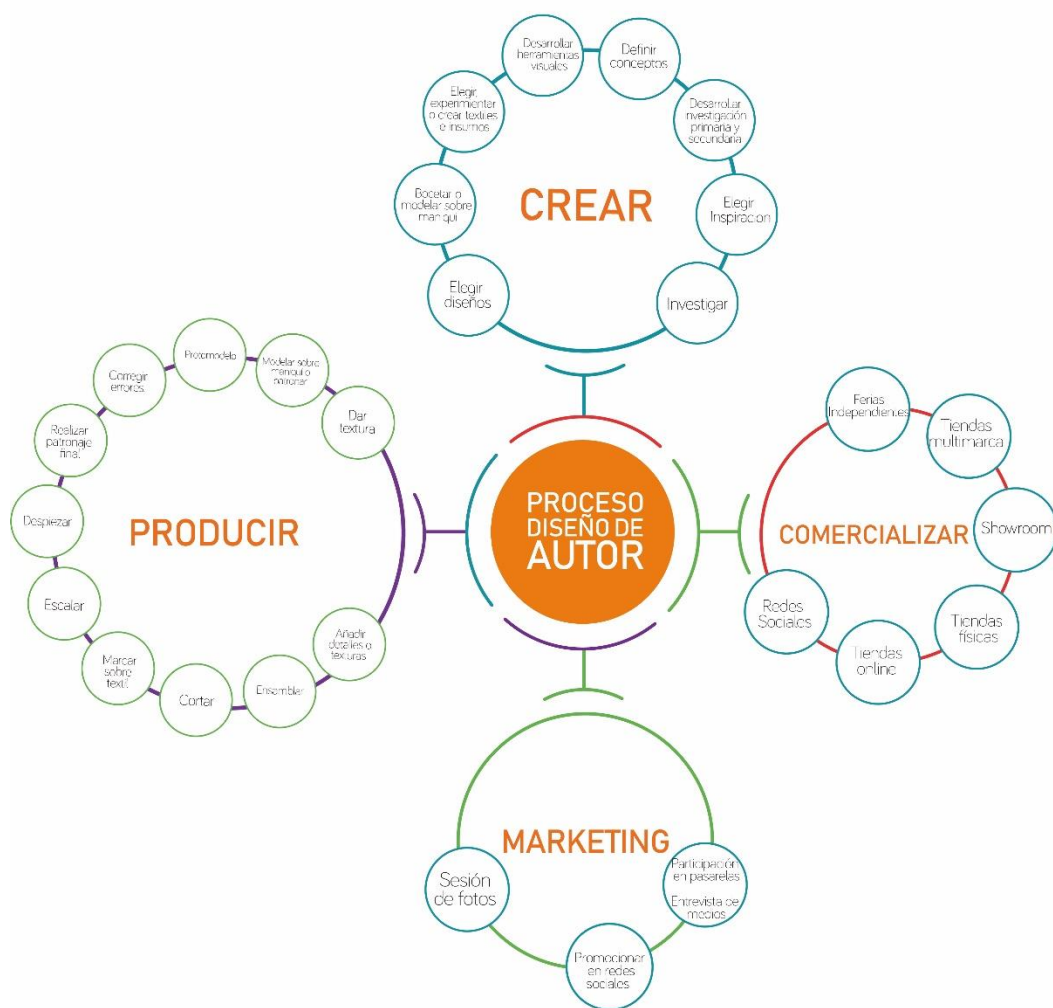


Gráfico 6: Pasos para hacer diseño de autor

Tabla 27

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		001
¿Qué cree usted que diferencia al diseño de autor del diseño de moda tradicional?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
Para que se considere de autor este debería seguir ciertos parámetros, no estar pendientes de las tendencias, proponer desde el estilo del diseñador, realizar colecciones en series cortas, acabados artesanales y que el diseñador se dedique a eso. Pues muchos diseñadores lanzan colecciones cápsula ocasionalmente cuando su fuerte es el diseño comercial. Ya que el diseño de moda tradicional se enfoca en la masividad y que las prendas sean altamente comerciales.	Los diseñadores de autor tienen la capacidad de un manejo más conceptual, de la estética y también con la técnica, además es quien propone desde su perspectiva. Mientras que los diseñadores de moda tradicional se van por la parte más comercial.	
Patrón de interpretación		
Según los expertos la diferencia es que el diseño de autor propone desde su estilo, producción en series cortas, no seguir tendencias, acabados más artesanales, en cambio en el diseño de moda tradicional es más comercial.		

Tabla 28

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		002
¿Considera usted que el diseño de autor es altamente conceptual? ¿Por qué?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
El diseño de autor si es altamente conceptual ya que mediante este el autor puede reflejar su estilo e identidad, lo que él quiere contar.	Considera que el diseñador de autor se encuentra en la mitad en la parte conceptual y en la parte técnica. Ya que el medio así lo exige	
Patrón de interpretación		
Los dos expertos afirman que los diseñadores de autor son altamente conceptuales pero uno dice que debe también manejar la parte técnica.		

Tabla 29

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		003
¿Cómo cree usted que se encuentra el diseño de autor en Ecuador?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
El diseño de autor en el país se encuentra evolucionando, creciendo. De moda que la gente ya está buscando diferenciarse, ya no quiere vestirse de forma uniformada.	El diseño de autor pese a que ha avanzado en el país considera que este aún está en sus inicios ya que los diseñadores están construyendo un espacio profesional en el ámbito de la moda. Pero por las propuestas de nuevos diseñadores piensa que el diseño si tiene futuro	
Patrón de interpretación		
Los dos expertos coinciden que el diseño de autor en el país está iniciando, creciendo. Porque las personas ya no quieren uniformarse y los diseñadores recientemente se están abriendo camino en esta nueva forma de hacer diseño.		

Tabla 30

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.

Matriz de entrevista a expertos		004
Según su criterio ¿Qué diseñadores considera usted que hacen diseño de autor y no lo saben?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
Suspiro	Diego Peña al ser un diseñador que ha estudiado y tiene conocimiento del tema lo hace de forma consciente.	
Patrón de interpretación		
Al ser de diferentes provincias los expertos respondieron el cuestionamiento en base a su contexto. Por un lado la experta quiteña respondió suspiro, mientras que el experto cuencano manifestó que Diego Peña		

Tabla 31

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		005
¿Qué técnicas artesanales usted ha podido evidenciar que son más usadas para realizar diseño de indumentaria de autor por los diseñadores locales?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
Patchwork, bordados apliques	ensambles, (Domingas),	En el medio en el que él se desarrolla ha podido evidenciar que usan mucho la técnica del ikat. Aunque solamente la utilizan en detalles y no realizan prendas completamente realizadas con esta técnica.
Patrón de interpretación		
Por un lado la experta determino que las técnicas que más ha evidencia que se usan es el patchwook, ensambles y bordados. En cambio el experto dijo que la técnica del ikat		

Tabla 32

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.006

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		006
Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas, en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros		
¿Cuál de ellas cree usted que es la más usada en el país?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
Ensamblés, textura		En el país lo que más ha podido ver es que los diseñadores trabajan con las texturas. Pero el considera que los diseñadores deberían crear nuevas formas a través de los patrones, creando cortes, mezclando grosores, teniendo en cuenta la caída del textil.
Patrón de interpretación		
Los expertos coincidieron que el recurso que más se usa en el diseño nacional es la textura. Además uno reconoció también el uso de ensambles mientras que el otro recomendó trabajar desde la forma.		

Tabla 33

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		007
¿Qué diseñadores ecuatorianos deberían ser tomados como referentes para este tipo de diseño?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
Suspiro, paqocha	De los que él conoce y puede hablar es de sus ex alumnos como Alexandra Polo, Diego Peña, Josh Ordoñez, Yulima Carrasco	
Patrón de interpretación		
Los diseñadores o marcas ecuatorianas que hacen diseño de autor que deberían ser tomadas como referentes según la experta quiteña es suspiro y paqocha mientras que el experto cuencano manifestó Alexandra Polo, Diego Peña, Josh Ordoñez Y finalmente Yulima Carrasco, quienes eras sus alumnos.		

Tabla 34

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos.008

Matriz de interpretación de tendencias de comportamiento en expertos		008
¿Qué cree que le falta al diseño de autor ecuatoriano para que este sea más conocido y sea más aceptado tanto por los diseñadores como por el consumidor?		
Sandra Beltrán	Freddy Gálvez	
A los diseñadores del país les hace falta venderse, darse a conocer ya que el diseño de autor es un término poco conocido en el país las personas no lo conocen.	Darse a conocer, promoverse más, publicitarse. Aunque la desventaja con el consumidor nacional es que aprecia más lo extranjero que la producción nacional. Pues en el medio existen muchos diseñadores con propuestas innovadoras pero lamentablemente son más reconocidos en países extranjeros que en el nuestro	
Patrón de interpretación		
Los dos entrevistados coinciden al diseño de autor le falta difusión, promoverlo ya que en el país es un término poco conocido.		

Tendencia de comportamiento de entrevista a expertos

Vale la pena decir que al analizar la información, los expertos dan ciertos criterios que en algunos momentos no comulgan entre sí, ya que a pesar de ambos pertenecer a la sierra ecuatoriana las ciudades son muy distantes entre sí y las realidades de cada una en cuanto a diseño son diferentes. Pero se puede decir que a la luz de los expertos el diseño de autor es una nueva forma de hacer diseño, en la cual el diseñador puede dejar en evidencia su estilo, manejando lenguajes creativos desde su perspectiva. Sin embargo la poca visualización de los diseñadores en el país no permite que tengan el reconocimiento que merecen.

4.3. Verificación de hipótesis

Siendo la hipótesis: A partir de la revisión bibliográfica del diseño de autor, y el seguimiento al proceso de trabajo de los diseñadores autorales, se puede plantear una metodología para llevarlo a cabo.

Teniendo en cuenta las características del diseño de autor a la luz de los escritos, se desarrolló una matriz de cumplimiento de lineamientos en los diferentes casos estudiados a nivel nacional. Se obtuvo una media en donde se indicó que el 70,5% de lineamientos es cumplido por las marcas de diseño de autor en el país.

Por otro lado en base a la emisión de criterios analizados se puede construir una metodología pues todos los diseñadores cumplen con las cuatro fases propuestas: creación, producción, marketing y comercialización, sin embargo cada una tiene una frecuencia diferente. En la etapa de creación se puede evidenciar un 61% de coincidencia en la metodología manejada, en la fase de producción 58%, en el marketing 80% y finalmente en la comercialización 38%. En la última etapa se da este resultado pues los diseñadores, no usan todos los medios que se indican para la comercialización de sus productos.

Teniendo en cuenta los resultados vertidos, se puede decir que es factible plantear una metodología para hacer diseño de autor en el país, pues a pesar que los datos obtenidos no son 100% favorables, se puede notar que en el país se desarrolla diseño autorale.

Tabla 35

Matriz de cumplimiento de lineamientos

Matriz de cumplimiento de lineamientos									
	Frutha	Silvia Zeas	Kábala Indumentaria	Roksuit	Toyda	Diana Erdstein	Dominga	Paqocha	Stephanie Rodas
Ideas propias	x	x	x	x		x	x	x	x
Innovación/ originalidad	x	x	x		x	x			x
Identidad	x	x	x			x	x	x	x
Producción más sustentable	x	x	x	x	x		x	x	
Valor agregado	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Producción artesanal/ industrial	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Series cortas	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Prendas atemporales		x			x		x	x	x
Diseños altamente conceptuales	x				x	x			x
Seguir tendencias en mínima cantidad	x	x	x	x			x		x
Creación de texturas		x		x		x	x	x	
Transformaciones morfológicas	x	x	x		x			x	x
Ensamblajes conceptuales/ materiales						x			x
Prendas de calidad	x	x			x	x	x	x	x
Total	11	12	8	7	9	10	10	10	12
Porcentaje de cumplimiento aplicación	79%	86%	57%	50%	64%	71%	71%	71%	86%
Media	70,5 %								

Tabla 36

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de creación

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de creación	Marcas de diseñadores extranjeros										Marcas de diseñadores nacionales								Sumatoria		
	Cora Groppo	Vero Ivaldi	La primitiva	Lorena Sosa	Débora Orellana	Jimena Anastasio	Juana de arco	Tramando	Zurita	Vuidaelvis	Paulo Mendez	Frutha	Silvia Zeas	Kábala	Roksuit	Tovda	Diana Erdstein	Dominga		Paqocha	Stephanie Rodas
Investigar	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x	x	x	x					x	16
Elegir inspiración conceptualizar	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x			x	15
Desarrollar herramientas visuales	x						x	x		x	x	x	x		x					x	6
Elegir o experimentar con textiles/ insumos	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x	x			x	16
Definir paleta de color y siluetas	x		x				x	x		x	x			x	x	x	x			x	11
Bocetar/ modelar	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	20
Elegir diseños	x						x	x		x	x	x	x			x		x	x	x	10
Ilustrar/ propuestas de color					x					x	x	x	x			x				x	7
Total																				109	
Porcentaje de aplicación																				61 %	

Tabla 37

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de producción

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de producción	Marcas de diseñadores extranjeros										Marcas de diseñadores nacionales										
	Cora Groppo	Vero Ivaldi	La primitiva	Lorena Sosa	Débora Orellana	Jimena Anastasio	Juana de arco	Tramando	Zurita	Vuidaelvis	Paulo Mendez	Frutha	Silvia Zeas	Kábala Indumentaria	Roksuit	Tovda	Diana Erdstein	Dominga	Pagocha	Stephanie Rodas	Sumatoria
Dar texturas		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x		16
Patronar	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x		x	17
Prototipar	x	x			x		x				x	x	x			x				x	10
Corregir errores	x	x			x						x	x				x					5
Desarrollar patronaje final	x											x				x				x	4
Escarlar	x					x	x	x	x							x					6
Marcar	x					x		x	x			x				x					6
Cortar	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x		x	17
Ensamblar	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	19
Añadir detalles finales		x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x		x	x		x		x	15
Total																					115
Porcentaje de aplicación																					58 %

Tabla 38

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de Marketing

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de Marketing	Marcas de diseñadores extranjeros										Marcas de diseñadores extranjeros								Sumatoria		
	Cora Groppo	Vero Ivaldi	La primitiva	Lorena Sosa	Débora Orellana	Jimena Anastasio	Juana de arco	Tramando	Zurita	Vuidaelvis	Paulo Mendez	Frutha	Silvia Zeas	Kábala	Roksuit	Tovda	Diana Erdstein	Dominga		Paqocha	Stephanie Rodas
Realizar sesión de fotos	x	x	x		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x					x	14
Promocionar en redes	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	20
Participar en pasarelas/ concede entrevistas	x	x		x	x		x	x	x	x	x	x	x					x	x	x	15
Total																				49	
Porcentaje de aplicación																				80 %	

Tabla 39

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de comercialización

Matriz de verificación de hipótesis en la fase de comercialización	Marcas de diseñadores extranjeros										Marcas de diseñadores extranjeros								Sumatoria		
	Cora Groppo	Vero Ivaldi	La primitiva	Lorena Sosa	Débora Orellana	Jimena Anastasio	Juana de arco	Tramando	Zurita	Vuidaelvis	Paulo Mendez	Frutha	Silvia Zeas	Kábala Indumentaria	Roksuit	Tovda	Diana Erdstein	Dominga		Paqocha	Stephanie Rodas
Redes sociales							x	x		x	x	x	x			x	x	x		x	11
Tienda online	x	x			x		x	x				x				x					7
Tienda física	x	x			x	x	x	x			x										7
Tiendas multimarca/ Galerías			x	x	x	x			x	x		x		x	x				x	x	11
Tienda taller						x													x	x	4
Ferias Independientes				x							x							x			4
Total																				44	
Porcentaje de aplicación																				38 %	

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se contextualizó el concepto de diseño de autor en la región mediante un estudio bibliográfico de diversos autores argentinos como Laureano Mon, Susana Saulquin, Acosta y Sofía Calvo Chilena debido a que estos son quienes abordan el tema en sus escritos. De modo que a la luz de los expertos bibliográficos el diseño autoral es una alternativa diferente al diseño de moda tradicional el cual posee un lenguaje creativo propio pues no sigue tendencias y resuelve los problemas desde su estilo. Mediante propuestas a través de variaciones morfológicas, por la creación o modificación de nuevos textiles o texturas y por los ensambles con la multirefencialidad de conceptos y materiales. Además que mediante sus propuestas cargadas de innovación y originalidad evidencian la riqueza cultural.

Se determinó el paso a paso del diseño de autor mediante fichas catalográficas de diseñadores de Latinoamérica y el país, en donde se puede evidenciar que si existe un proceso para realizarlo, en el cual se debe efectuar primero la parte creativa e investigativa para que el diseño se desarrolle de forma conceptual y no se dé solamente por estética. Después seguir por el proceso de confección, desde la parte técnica para la creación de moldes hasta la confección y acabados de la prenda. También se debe realizar la comercialización de los productos los cuales se dan principalmente por tiendas multimarca y redes sociales. Finalmente se debe tener en cuenta la promoción y difusión de la marca y sus prendas, para esto se apoyan también de las redes sociales y de la participación en diferentes desfiles o eventos que los dan a conocer.

Una vez desarrollada la primera parte de la investigación se evidencia que el diseño de autor en el país se está desarrollando, por esta razón es necesario construir una metodología que sirva de guía para el desarrollo de indumentaria autoral. Teniendo en cuenta que en el país existe una ausencia de métodos para desarrolla este tipo de diseño.

5.2. Recomendaciones

Debido al poco conocimiento acerca del diseño de indumentaria de autor que se posee en el país, es necesario difundir sus características para promoverlo desde una perspectiva diferente a la moda industrializada. De modo que tanto creativos como consumidores lo reconozcan y se empiece a valorar el diseño de producción nacional.

Generar conocimiento desde diferentes aspectos acerca del diseño de indumentaria de autor para este se lleva a cabo en la práctica, de modo que más personas conozcan de su existencia y cómo se desarrolla, para se conozca una alternativa diferente de hacer diseño a nivel nacional y que finalmente se genere una cultura de diseño, tanto de productores como de consumidores.

Desarrollar más metodologías que abarquen otros tipos de diseño y también otros métodos para hacer diseño de indumentaria de autor, para que el estudiante, docente o quien esté interesado en realizar diseño de indumentaria tenga una base que le sirva de guía y se genere más diseño desde una perspectiva menos masificada para que el país.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Datos informativos

6.1.1. Título de la propuesta

Diseño de indumentaria autor. Guía metodológica

6.1.2. Unidad ejecutora

Facultad de Diseño Arquitectura y Artes, Universidad Técnica de Ambato

6.1.3. Ubicación

Ambato, Ecuador

6.1.4. Tiempo

Diciembre 2017 a Febrero 2018

6.1.5. Responsables

Autor: Alexandra de Jesús Villacís Núñez

Tutor: Mg. Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa

6.2. Antecedentes de la propuesta

La presente propuesta tiene como antecedente investigativo a Marina Florencia Suárez (2013), quien realizó una Guía para diseñadores de autor (Creación de una colección) en donde pone en evidencia los procesos que el diseñador debe ejecutar en la elaboración de prendas con diseño de autoría, en el cual presenta como primer paso inicia con la investigación primaria, la cual ayuda a reconocer el estilo y también lo que desea

transmitir en su marca. Seguido de la elección o búsqueda inspiracional y finaliza con la investigación secundaria, que consta en realizar una investigación acerca del motivo gestor para evidenciar a través de una herramienta visual, que permita plasmar el sentido de la colección para proceder al desarrollo de los bocetos.

Una vez realizados los bocetos se deja en las manos del patronista la elaboración de los trazos de la prenda, elección de textiles e insumos. Después se entrega a la persona encargada de confeccionar las muestras, quien efectúa el prototipo y realiza ciertas adaptaciones del indumento para que la producción sea más sencilla y rápida, además si el diseñador así lo requiere también el escalado de los patrones. Continuado con el proceso se realiza la confección de las prendas guiándose en la ficha de diseño.

Terminada la prenda se realiza un board de tipología y de familia en donde se determinara las similitudes tanto en forma como en textura. También se debe desarrollar matrices de costos, insumos y materiales para tener en cuenta los egresos en la ejecución de la indumentaria. Finalmente se tiene que realizar el estilismo de la colección conjuntamente con una sesión fotográfica del mismo. Una vez llevados a cabo todos los pasos anteriores se procede a la comunicación y comercialización de las prendas. Como resultado de la metodología anteriormente expuesta, la autora decidió crear una propuesta de lanzamiento de su propia marca guiándose de todos los pasos expuestos mediante una narrativa para ejemplificar el uso de método en la práctica.

6.3. Justificación

En la presente investigación se pretende crear una metodología para determinar el paso a paso que un diseñador de autor debe seguir a la luz de la experiencia, formación, práctica profesional de diseñadores nacionales y extranjeros conjuntamente con el apoyo de referencias bibliográficas, lo cual resulta significativo ya que en el país el conocimiento del diseño de autor es parvo.

Al realizar una metodología para hacer diseño de autor se genera conocimiento en un área no muy tomada en cuenta a nivel académico, ya que muchos estudiantes y diseñadores al terminar sus estudios académico poseen una visión más comercial, por lo que se generan pocos emprendiendo a nivel autoral, debido a la falta de conocimiento tanto del tema como de su ejecución en la vida laboral.

La presente propuesta se considera innovadora ya que pretende crear una metodología en base a procedimientos y pasos que son llevados a la práctica por diseñadores tanto nacionales como extranjeros, lo que respalda al método es las pautas tomadas en cuenta, estas no se han basado solamente a la luz de libros o investigaciones bibliográficas sino también de personas que ya han aplicado los diferentes procesos y lo han hecho de forma efectiva.

Los beneficiarios serán diseñadores y actores sociales del diseño de moda desde una perspectiva diferente, que no sigan tendencias y que deseen plasmar su estilo y forma de pensar a través del indumento. Además será de gran ayuda para aquellos estudiantes de diseño que quieran incursionar en el diseño de autoría y no tengan el conocimiento y no conozcan de un método que los ayude a realizarlo de forma efectiva.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Construir una metodología para el desarrollo de diseño de autor que permita la generación de emprendimientos locales y regionales.

6.4.2. Objetivos específicos

Definir los parámetros para el diseño de autoría mediante la triangulación de datos.

Diagramar el proceso metodológico para el diseño de autoría mediante la teoría de los sistemas.

Describir el proceso metodológico mediante un escrito académico.

6.5. Fundamentación de la propuesta

Tema: Diseño de indumentaria de autor. Guía metodológica

Introducción hacia el diseño de autor

El diseño de autor o diseño independiente es una nueva forma de hacer diseño que cada vez va tomando más fuerza en diversos países latinoamericanos. En Argentina se han desarrollado diversas investigaciones para recolectar información verídica de cómo avanza en el país el diseño autoral. Entre los escritos que pueden evidenciar el crecimiento y desarrollo económico que aporta este diseño está el mapeo de 101 diseñadores de autor realizado por el Instituto Nacional de Tecnología Industrial, INTI y también el “*Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor*” que también desarrolla el INTI en asociación con la Fundación Pro Tejer desde el año 2010. (Marino et al, 2010)

Siguiendo este ejemplo y tomando como referente el diagnóstico productivo de Argentina, en Chile durante el año 2016 realizó el “*Diagnóstico económico de la moda de autor chilena*” en donde buscan evidenciar el impacto económico que tiene el diseño de autor en la nación, además su visualización y análisis para que sea considerado como una industria creativa rentable, de este modo se generar políticas de apoyo para este tipo de emprendimientos que brindan varias fuentes de trabajo de forma directa e indirecta.

La presente investigación se llevó a cabo para dar a conocer acerca del diseño de indumentaria de autor, cuáles son sus parámetros, sus características y como este se lleva a cabo en el país, mediante una metodología que sirva de guía y orientación a futuros diseñadores o personas de otras disciplinas que estén interesados en sus parámetros y puedan tener una pauta de los procesos a realizar. Para desarrollarla se tomó como guía la teoría de los sistemas² en donde deja en evidencia que el todo es la suma de sus partes, es decir que la metodología de diseño de indumentaria de autor es la unión de todos los procesos que se realizan en el diseño de autor.

² La teoría general de los sistemas se encarga de determinar la unión o conexión que tiene un problema, además de brindar una solución sistemática para llegar a unir las fragmentaciones del problema en un todo. (Bertalanffy, 1989)

El diseño de autor y su historia

El diseño de autor o diseño independiente surge en Argentina a inicios del siglo XXI en el año 2001, durante una fuerte crisis económica que golpeo al país. En vista de la situación poco favorecedora que en ese momento se suscitaba, los diseñadores de indumentaria decidieron emprender con sus negocios propios, invirtiendo lo que habían recibido como liquidación en las empresas que laboraban, pues debido a la crisis muchas habían cerrado. Factor que los empujó a abrirse mercado en el ámbito local. En ese entonces para emprender con propuestas nacionales era complicado pues en el país primaba la mercadería extranjera y los productores se guiaban por las tendencias internacionales, realizando réplicas de los diseños extranjeros. (Mon, 2012; Saulquin, 2011)

Por consiguiente, los diseñadores debieron realizar propuestas novedosas que llamen la atención del consumidor. Encontraron en la creatividad e innovación una forma para diferenciarse, realizando productos altamente imaginativos, que brindaban autenticidad al usuario al momento de vestir pues su producción no se realizaba a gran escala y distaban de las propuestas de moda masiva. De este modo pudieron adentrarse en el mercado local, que en ese entonces era manejado por las propuestas de moda extranjeras, iniciando así una nueva forma de hacer diseño y también promoviendo la identidad a través de la indumentaria.

Al ver el desempeño que empezaron a ejercer los diseñadores en el país surgió gran interés desde distintos puntos privados por respaldar y difundir las propuestas de autor, empresas realizaban desfiles y concursos que promuevan el diseño a nivel local para que se difundan también internacionalmente. Se empezaron a apoyar mutuamente tanto empresas como diseñadores pues los unos aportaban con infraestructura y tecnología, mientras que los otros ayudaban en la parte creativa e innovadora, de modo que se formaron alianzas estratégicas entre ambos. Además hubo gran apoyo por parte de los medios quienes realizaban publicaciones para dar a conocer el diseño de autor de forma local.

Otra forma para dar a conocer el diseño argentino se dio con la BafWeek o Buenos Aires Fashion Week, en donde se buscó dar a conocer y promover el diseño a nivel nacional. Aunque en las primeras ediciones los diseñadores tuvieron muchos inconvenientes ya que usaban textiles importados en sus creaciones y su carencia a razón de la crisis dificultó el trabajo. Este punto de algún modo provocó un desequilibrio para que los diseñadores pudieran materializar sus propuestas, pero fue crucial, ya que al no disponer de la materia prima de la forma acostumbrada se volvieron altamente recursivos, empezaron a experimentar y crear propuestas altamente innovadoras.

A medida que pasaba el tiempo las cosas mejoraban para la industria textil y de indumentaria ya que las personas comenzaron a reconocer el diseño argentino como algo innovador y lo empezaron a consumir, de esta forma entre la cuarta y la séptima edición de la BafWeek mientras el evento iba creciendo pasaba lo mismo con el mercado de diseño de indumentaria de autor. Las marcas se iban fortaleciendo, el diseño de autor no era visto solo como una alternativa sino se estaba convirtiendo en una realidad para el país. (Saulquin, 2014; Saulquin, 2011)

Por la aceptación que se dió de forma local y como una forma más de dar a conocer e impulsar el diseño de autor el INTI conjuntamente con la fundación Pro Tejer, realizan desde el año 2010 un “diagnóstico productivo e impacto económico basado en la encuesta nacional de diseño de indumentaria de autor” en donde se evidencia el crecimiento económico que aporta año a año al país. Siguiendo con la promoción y difusión del diseño autoral el INTI en el 2013 sacó a la luz 101 perfiles de diseñadores autorales de todo el país, en este escrito se encuentran plasmados los lenguajes que manejan, que los inspira y evidenció como se manejan los diseñadores en Argentina. (Marino et al., 2010)

De este modo el diseño de autor se destaca como una forma de hacer diseño a nivel latinoamericano, en donde los diferentes hacedores de varios países promueven el diseño local desde su contexto, dando a conocer la identidad y reflejándola en la indumentaria. Dejando de lado las colecciones que uniforman a todos, creando prendas que diferencien al usuario se sienta identificado tanto con el producto y con el diseñador que desarrolla tal indumento. Entre los países que están desarrollando diseño desde una mirada más innovadora y original, con identidad se encuentran: Chile, Brasil, México, Perú, Colombia, Uruguay, Paraguay, como se evidencia en el siguiente gráfico.



Gráfico 7: Mapa de países que incursionan en el diseño de autor

Conceptualizando el diseño de autor

El diseño de indumentaria de autor es una alternativa al diseño de moda tradicional, se independiza de las tendencias y deja de lado el dictamen de los grandes centros de moda, para generar propuestas altamente innovadoras en donde el diseñador resuelve necesidades a través de su estilo. Creando un lenguaje creativo propio con alto contenido conceptual, sobre una fuente inspiracional que va más allá, al conjugarlo con sus vivencias, forma de pensar y contexto, formando así un hilo conductor que rigen todas las creaciones. La huella del hacedor que se involucra en cada detalle. (Saulquin 2014; Acosta et al., 2013)



Gráfico 8: Lineamientos diseño de autor

El diseño con autoría cuenta con muchas particularidades que lo diferencian del diseño de moda tradicional, a continuación se expondrán una serie de lineamientos o parámetros que la mayoría de diseñadores de indumentaria de autor cumplen de forma inconsciente.

La *innovación y originalidad* en un mercado cansado de la uniformidad que se da por el consumo de las propuestas de moda, el usuario tiene en el diseño autoral una opción que va más allá del simple hecho de crear una prenda para ser vendida, se encuentran con un lenguaje complejo, el cual está plasmado de nuevas ideas altamente imaginativas ya que el diseño de autor se desarrolla bajo mucha carga creativa, en donde las propuestas originales y diferentes son las que sobresalen.

De modo que el hacedor puede expresarse de forma abierta y sin restricciones ya que se maneja bajo sus *propias ideas* y parámetros, dejando de lado lo que está de moda y tomando aquellas vivencias, creencias, experiencias que lo hacen único y trasladándolo a una prenda, comunicando aquello que desea y busca contar mediante el indumento. Teniendo siempre presente su propio estilo e integrándolo a sus diseños de forma que el consumidor reconozca sus propuestas sin necesidad de mirar la etiqueta.

Por consiguiente en cada prenda se ve reflejada la *identidad* del autor, mediante la cual puede o no dejar en evidencia la cultura de su nación, basando sus colecciones en representaciones o interpretaciones de objetos, lugares, épocas, tradiciones, todas aquellas manifestaciones indentitarias del país o también puede hacerlo desde otros aspectos que no se adentren en el ámbito cultural o nacional, en donde la premisa es que el diseñador vea reflejada su identidad en sus propuestas.

Una de las características del diseño de autor es su *independencia de las tendencias*, lo que brinda cierta libertad a los diseñadores en sus creaciones, pues no deben cumplir con parámetros o lineamientos que no encajan con la marca o su estilo. Vale la pena decir que se puede seguir tendencias en mínima cantidad si el diseñador así lo decide puede incluir en sus propuestas ciertos elementos que estén en voga para que sus productos puedan mantenerse en la actualidad. (Saulquin, 2014)

Sin embargo el diseñador al manejarse siempre con un lenguaje creativo propio, los productos se convierten en artículos *altamente conceptuales* ya que evidencian todo el conocimiento y forma de concebir las ideas de su hacedor, pues en ellos va dejando su

huella en cada proceso. Es así que cada prenda se convierte en una herramienta de comunicación del estilo y transmite el lenguaje de su creador.

Una operatoria que se vuelve común en el diseño de autor es la conjugación de técnicas *artesanales e industriales* para la producción de las prendas, ya que para la unión de las piezas generalmente se usan máquinas industriales y mediante recursos tecnológicos se realizan ciertos detalles que necesitan acabados más precisos en su elaboración y/o terminación; y conjuntamente se emplean diversas técnicas artesanales que enriquecen la elaboración de las propuestas, la cual son elaboradas por las manos hábiles de los artesanos de la comunidad que se enfatice. (Acosta et al., 2013)

Por lo tanto las prendas tienen un *valor diferenciador* ya que al primar procesos manuales y artesanales en diversas etapas del diseño los productos se vuelven únicos, con gran valor en los detalles, debido al trabajo que el diseñador y artesanos realizan mientras materializan las propuestas. Ya que si bien es cierto la mayoría de procesos en la moda pueden ser realizados de forma industrial, en el diseño de autor se aprecia más el empleo de recursos artesanales evidenciando la riqueza del diseño por la mano de quien los creó.

De este modo en el diseño con autoría no solo se busca la diferenciación en las prendas con el uso de técnicas ancestrales que enriquezcan las propuestas, sino que también se genera fuentes de trabajo ayudando a que artesanos sigan manteniendo vivos y vigentes sus conocimientos, que de no ser practicados se irían perdiendo con el paso tiempo.

Para mantener la diferenciación de los productos el diseño independiente, maneja su producción en *series cortas*, es decir realizan pocas prendas de un mismo diseño, esto sucede tanto por el empleo de procedimientos manuales y también por el trabajo detallado que lleva materializar cada propuesta, ya que al minimizar el uso de la tecnología, es más difícil aún que un producto sea completamente igual a otro pese a que el diseño sea el mismo.

Es evidente entonces que la se vuelve *producción más sustentable* debido a que no se produce en grandes cantidades, logrando así que el consumidor sea más consiente ya que encuentra en el diseño de autor una alternativa diferente a la moda de producción masiva, pues cuando adquiere un producto diferenciado se identifica e interesa por todas sus características lo que significa que sus valores de adquisición van más allá del deseo de

compra. Vale la pena decir que un consumidor de moda en masa también adquiera bienes de autor. (Calvo, 2016; Saulquin, 2014)

Otra de las características que viene casi implícita en el diseño de autor son las *prendas con estéticas perdurables*, pues al darse en países latinoamericanos y al no tener grandes diferencias estacionales, las prendas pueden ser usadas en cualquier mes del año y también en diversas ocasiones. Además varios creativos buscan que la atemporalidad en las prendas no solo se dé por sus usos, sino que estas también sean heredables y puedan perdurar en el tiempo para que diversas generaciones las puedan vestir. (Saulquin, 2014; Calvo, 2013)

Para que las prendas tengan estéticas que perduren en tiempo el diseño debe trascender las tendencias de moda y necesita usar textiles de buenas características, preferentemente de origen natural ya que son durables y más resistentes al paso del tiempo. Otra observación que deben tomar en cuenta son los insumo, deben ser óptimos para su larga vida, sin dejar de lado los acabados que también deben ser propicios para lograr *prendas de calidad*. (Calvo, 2013)

Vale la pena decir que las marcas de autor generalmente entran en las categorías de micro, pequeñas y medianas empresas las cuales suelen tener como nombre el homónimo de quien las creó o su vez algún vocablo que represente su estilo o esencia. El diseñador al manejar su propio emprendimiento desempeña un papel multidisciplinario, de modo que deben encargarse desde la parte creativa, administrativa, producción, comercialización, difusión y promoción de la empresa, lo que hace más complejo su trabajo pues no solo se desempeña en la parte creativa, debe hacerlo en otras áreas de los que no siempre tienen amplio conocimiento. (Calvo, 2016)

Hay que tener en cuenta que las marcas que delegan ciertas actividades a terceros o tienen un equipo de trabajo, para que el diseñador se pueda dedicar de lleno a la parte creativa de la empresa son las que tienen mayor éxito en sus actividades, pues al designar actividades a personas que tengan conocimiento de la misma se desempeñan de mejor manera el producto. Debido a esto muchos en la materialización del producto generalmente se ayudan de talleres especializados para que los acabados y detalles de confección sean de calidad, puesto que en dichos talleres la maquinaria es especializada. (Calvo, 2016)

METODOLOGÍA

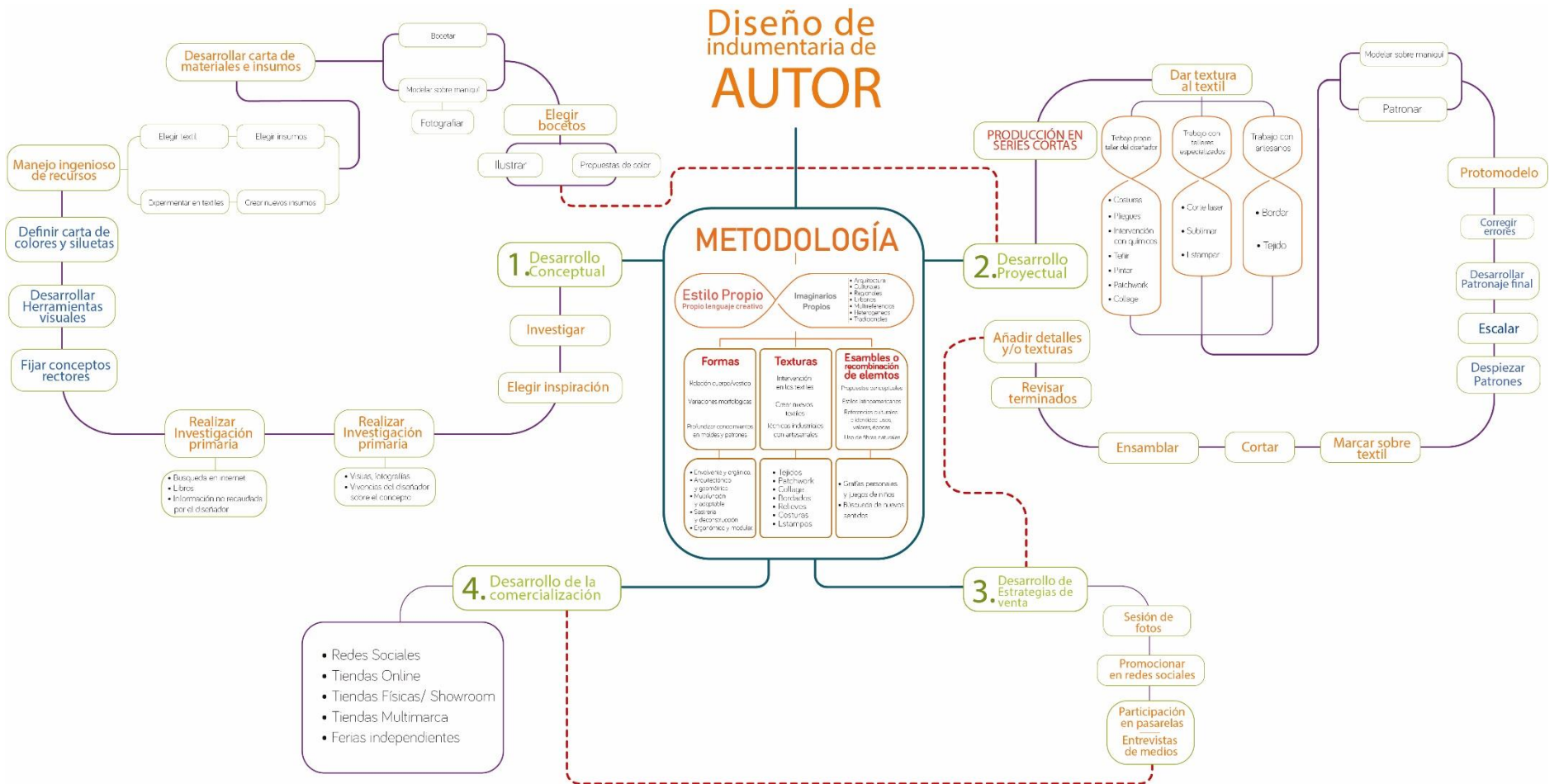


Gráfico 9: Metodología diseño de autor

La presente metodología tiene cuatro momentos, en los que se evidencia una serie de pasos ordenados que servirán como guía para aquellas personas que decidan incursionar en el diseño de indumentaria con autoría.

1. Desarrollo conceptual

Como primer momento tenemos al desarrollo conceptual, en el cual se presentan diversos pasos que ayudaran a dejar en evidencia toda la parte investigativa, conceptual y creativa que un hacedor necesita desarrollar para lograr propuestas de diseño con alto contenido innovador.

2. Desarrollo proyectual

En esta etapa se materializaran todas las ideas que se generaron en el desarrollo conceptual, a través de la ejecución de pasos propios del diseño de indumentaria, que ayudaran a concebir la propuesta que el diseñador.

3. Desarrollo de estrategias de venta

Como siguiente fase a desarrollar están las estrategias de venta, en donde se dará a conocer como el diseñador se da a conocer al consumidor sus propuestas de diseño cuando ya se ha concluido la fase proyectual.

4. Desarrollo de la comercialización

Como paso final se encuentra la comercialización de los productos, en donde el diseñador de autor tiene una forma diferente de expendio a lo que usualmente el diseñador de moda masiva está acostumbrado. En este momento se darán a conocer cuáles son los medios de comercio que usualmente el creativo autoral opta o elegir para vender sus productos.

Vale la pena decir que antes de ejecutar cada uno de los momentos anteriormente mencionados el creativo primero debe definir su estilo y con qué recurso(s) del diseño se identifica. Los cuales también están expuestos a continuación:

El camino del diseñador de indumentaria de autor se encuentra plagado de variantes e inconvenientes, debido a que es una nueva forma de hacer diseño y sumado a su producción reducida o en series cortas, no siempre encuentran los recursos que ayuden a materializar las ideas del hacedor. Razón por la cual se crea la presente metodología en donde aquel que desee realizar un diseño original, cargado de alta dosis de creatividad e innovación, encuentre una guía que le sirva de apoyo en su viaje.

Lenguaje creativo

Aquel que decida incursionar en el diseño independiente o de autor debe saber que en el explotará toda su creatividad y capacidad de innovar. Por esta razón como aspecto fundamental para iniciar con todos los procesos que se requieren para materializar una prenda o una debe realizar la búsqueda de su propio lenguaje creativo para que a través del indumento pueda transmitir aquello que lo hace único, evidenciando su estilo y esencia para que vea plasmado todo aquello que desea contar y transmitir. (Calvo, 2016; Saulquin, 2014)

La búsqueda del estilo para el diseñador que no lo tiene definido puede resultar difícil, pues no siempre resulta sencillo identificarlo, ya que no se lo encuentra determinando los gustos en ropa al vestirse. Una forma fácil de poder hallarlo se da al hacerse diversos cuestionamientos como: ¿cuál es su color preferido?, ¿qué paleta de color es la que más maneja y predomina en todas sus creaciones. Gusto de películas y/o libros. ¿Cómo es el ambiente en el que le gusta trabajar? ¿lugares en los que prefiere estar?, ¿tela o textil que siempre prefiere?, ¿qué recurso del diseño es el que más aplica? (patronaje, experimentación de textura y/o ensambles y recombinación de elementos, alguna constante que siempre se repita en sus diseños, ¿qué actividades prefiere realizar en el tiempo libre?, diseñador con el que se identifica, si es nacional o internacional. (Suárez, 2013)

Todas estas preguntas ayudan a identificar el estilo del diseñador ya que aunque algunas preferencias se repitan de diseñador a diseñador la unión de todas nos siempre tendrá el mismo resultado, serán las mismas y esto es lo que los hace únicos.

En la búsqueda del estilo un medio que ayuda evidenciarlo, es cuando los diseñadores crean imaginarios propios, estos pueden ser de temáticas infinitas, en donde el límite es la imaginación de quien los concibe. Estos pueden ser arquitectónicos, naturales, urbanos, culturales, regionales, tradicionales, multireferenciales, heterogeneos y son usados para crear propuestas imaginativas llenas de alto contenido conceptual.

En el diseño de indumentaria con autoría para que un producto sea considerado de autor, dentro de sus características debe incorporar dosis de innovación, creatividad y experimentación en uno o más aspectos de las prendas. Para realizarlo se pueden enfocar en la morfología, textura y/o ensambles o recombinación de elementos, mediante los cuales el hacedor dejará en evidencia su estilo con el uso de estos recursos y de su lenguaje creativo. (Acosta et al., 2013)

Mediante las formas

Cuando se usa el recurso de la forma el diseñador profundiza sus conocimientos en el patronaje y moldería de las prendas dándole gran importancia a la relación que existe entre el cuerpo y el vestido. En donde crean variaciones morfológicas innovadoras dando como resultado prendas con siluetas diferenciales, que no dejan de lado el confort. (Saulquin, 2014; Mon, 2012)

Las variaciones morfológicas se exponen a continuación:

Envolvente y orgánico

En este tipo de moldería se crean nuevas tipologías, dejando de lado la moldería tradicional se busca generar morfologías propias y diferentes. La moldería con formas envolventes y orgánicas resultan altamente complejas de trabajar ya que se pasa de un plano tridimensional al realizar el diseño sobre el maniquí y luego a uno bidimensional para pulir ciertos detalles y realizar el patrón final. Además se juega con diferentes textiles y con su peso, para dar diferentes caídas. También se usan diferentes técnicas como el anudado, deformaciones, pliegues que ayudan a dar el volumen y desarrollar la silueta deseada. (Acosta et al., 2013)



Imagen 1: Envolverte y orgánico

Fuente: JT (Justa Bustos),2018

Arquitectónico y geométrico

Como el nombre mismo lo indica, muchas de las creaciones en esta categoría se basan en inspiraciones a partir de estructuras arquitectónicas, jugando constantemente con la geometría, se presentan diversos ángulos, líneas, piezas con varias divisiones presentes en las esquinas del cuerpo, para exagerar o atenuar la figura. La organización en cada paso es muy importante ya que al tener muchos fragmentos, en algunos casos asimétricos y de diferentes, si no se trabaja en orden el diseño puede alterarse y al querer ensamblar las piezas pueden no coincidir.

La variedad de formas y texturas hacen más basto y complejo el desarrollo de la morfología de las prendas, ya que no solamente se realizan cuerpos tridimensionales creados sobre el maniquí si no también entran otras formas de crear volúmenes a partir del origami, en donde hay que cortar, doblar, unir para crear diversas formas que permitan llegar a lo que el diseñador desea representar. (Acosta et al., 2013)



Imagen 2: Arquitectónico y geométrico

Fuente: Urenko, 2018

Multifunción y adaptable

La funcionalidad es la clave para crear nuevas morfologías, mutar tipologías, usar ciertos materiales, pues la prenda no solo debe ser funcional si no también adaptable, a diversos climas, momentos, lugares, para esto se realizan diferentes cortes, desarrollar volúmenes, que aporten al diseño y den paso a crear una nueva función en la prenda. La fusión de textiles con diversas formas de uniones y cierres permiten la mutación del indumento en uno diferente, pero hay que tener en cuenta que al igual que el anterior deben ser cómodos.

Además los diseñadores que crean este tipo de prendas no solo quieren la mutación de la misma también buscan un cambio en la forma de consumo y de pensamiento. Las prendas multifuncionales proporcionan los elementos necesarios para que sean usadas por más tiempo, debido a que son hechas para adaptarse a diversas situaciones, ya sean climáticas de ocasión o de función porque pueden ser reversibles, ajustables, con piezas removibles o cambiables y al tener varias prendas en una, se vuelve menos desechable ayudando a generar conciencia de menor consumo y mayor cuidado de recursos naturales. (Acosta et al., 2013)



Imagen 3: Multifunción y adaptable

Fuente: Frutha, 2018

Sastrería y deconstrucción

En el diseño de moda la sastrería es una técnica que se tiene muy presente, ya que al ser una práctica muy antigua y precisa, crea piezas prolijas y bien realizadas. En el diseño de autor deconstruyen piezas que antes eran consideradas clásica y se les da una nueva forma o se realizan cortes, para darle modernidad. De este modo se generan nuevos patrones que cambian la estructura de las prendas, dándoles un nuevo significado, incluyendo el estilo y pensamiento del diseñador. Vale la pena decir que aunque se dé un toque diferente al estilo tradicional de la sastrería el sistema clásico de armado se mantiene, al igual que el cuidado en los detalles y el trabajo artesanal característico del rubro. (Acosta et al., 2013)



Imagen 4: Sastrería y deconstrucción

Fuente: Li Torres, 2018

Ergonómico y modular

Para realizar esta morfología en las prendas el diseñador primero debe efectuar un análisis profundo del cuerpo y de cómo este funciona, para que los cortes y uniones que realice en las prendas no intervengan en su ergonomía y función. Este tipo de indumentaria al tener cortes modulares que van en diferentes sentidos y de diversas formas, al unirlos simulan un rompecabezas realmente complejo que otorga un aire futurista a las creaciones. En esta morfología al igual que las anteriores la intervención y no solo se quedan en la forma pues va más allá al combinar el diseño con diversas técnicas para realizar texturas y dar realce a los diseños. (Acosta et al., 2013)



Imagen 5: Ergonómico y modular

Fuente: Stephanie Rodas, 2018

Texturas

Otro recurso diferenciador en el diseño de indumentaria de autor se da en la textura, pudiendo ser visual, táctil o ambas, para lo cual se intervienen textiles industriales ya existentes, mediante la aplicación y experimentación de técnicas tanto artesanales como industriales, las cuales al ser aplicadas en conjunto y trabajadas de una forma creativa generan telas completamente nuevas. Por otro lado también se pueden obtener texturas completamente únicas y diferentes con la creación de superficies textiles desde cero, las cuales generalmente son realizadas mediante telares o tejiendo los productos con ganchillo o agujones, anudados de una forma más artesanal, las cuales tienen un sinnúmero de inspiraciones y formas, aunque las más comunes para los diseñadores que desean transmitir un poco de la identidad nacional se encuentran en sus paisajes y en la riqueza de sus tierras, que inspiran texturas rugosas o lisas, suaves o ásperas, coloridas o neutras.

Del mismo modo, no solamente se encuentra inspiración en los paisajes sino muchas veces estos brindan también los materiales con los cuales el diseñador trabaja, y logra realizar nuevos textiles a partir de fibras o elementos que se encuentran en la región. Para realizar nuevas texturas o textiles muchos trabajan de la mano de artesanos mezclando así conocimientos y técnicas artesanales e industriales, es una característica que se vuelve común en casi todos los procesos de los productos de autor. (Saulquin, 2014; Acosta et al., 2013)

Para generar texturas el diseñador puede hacerlo mediante:

Tejidos

Una forma para generar nuevas texturas son los tejidos, mediante los cuales siempre se encuentran redescubriendo diversas técnicas para lograrlo, fusionándolo con materiales no convencionales, mezclando hilos, en varias formas de tejido ya sean estas nuevas o antiguas, usan el crochet, agujones, maquinaria tecnológica o mezclan las técnicas conjuntamente con una combinación de materiales, colores, espesores para crear nuevas texturas y también morfologías. Con el tejido de punto se crean formas orgánicas y suaves mientras que el plano ayuda a concebir piezas más estructuradas.

Los diseñadores siempre están prestos a probar diversas técnicas ya sean estas industriales, preindustriales o artesanales para poder lograr nuevos tejidos y que estos tengan la forma y textura deseada. Aunque uno de los impedimentos en el diseño autoral para lograr piezas altamente novedosas y con las características pensadas, es la tecnología, pues el costo de la maquinaria es muy elevado y solamente las grandes empresas tienen la capacidad de adquirirla. Pese a que sea una desventaja el diseñador siempre está en constante búsqueda y creación de nuevas técnicas que ayuden a generar las prendas como fueron idealizadas, desafiando así a quienes creen que se necesita de maquinaria de punta para lograr diseños innovadores. (Acosta et al., 2013)



Imagen 6: Tejidos

Fuente: Paqocha, 2018

Patchwork

Esta técnica consiste en realizar diferentes composiciones mediante la unión de cortes en telas o tejidos, mayormente se construyen formas geométricas, aunque hay quienes también trabajan con formas orgánicas en menor cantidad. Aunque el patchwork puede parecer una técnica simple, en las manos de los diseñadores se crean formas realmente interesantes, ya que no solo se ensamblan piezas indistintamente, si no que crean composiciones altamente complejas con mezcla de materiales, texturas y colores. Para las uniones de las piezas no solamente se trabaja mediante costuras sino también se apoyan de cierres, botones, ganchos, o formas de unión no convencionales, mediante las cuales los diseñadores buscan generar nuevas siluetas. (Acosta et al., 2013)



Imagen 7: Patchwork

Fuente: Eme de Marías, 2018

Collage

Cuando se realiza esta técnica se presentan texturas táctiles y visuales, se puede representar cualquier cosa que se desee, todo depende de lo que tenga en mente el autor de la composición. Para crear un collage pueden usar diversos recursos que no necesariamente sean insumos o materiales para la confección aunque generalmente se valen de las costuras y el estampado para lograrlo. Con esta técnica crean imágenes más o menos realistas que van narrando historias, creando así textiles con un fondo por detrás. La dificultad para entenderlas dependerá de la complejidad que el autor agregó a la prenda, por la hibridación tanto de materiales como de pensamientos.

Para realizar las diversas texturas en los collages se valen de instrumentos y técnicas que se salen del diseño textil y de moda, como el trabajo sobre el metal, o la cerámica. Reúsan textiles, los unen mediante superposiciones o los entrecruzan para generar texturas muy marcadas. Esta es una de las técnicas más usadas por los diseñadores ya que se valen de cualquier elemento para poder representar aquello que desean contar pues ven en la vestimenta un medio para comunicar. (Acosta et al., 2013)



Imagen 8: Collage

Fuente: Caro Yrigaray, 2018

Bordados

Considerada una de las técnicas más antiguas en el mundo de la moda pero que aún se mantiene presente. Esta técnica agrega textura a una prenda pero no compromete su funcionalidad y comodidad. El bordado requiere un trabajo detallado y tardado por esta razón generalmente solo se contornea la forma sin rellenar las figuras de gran tamaño ya que hacerlo llevaría un trabajo extenso de mucho tiempo, debido a esto solamente se rellenan figuras pequeñas o se realizan ciertos detalles. También existe el bordado industrial pero en el diseño de autor prima lo artesanal y este no tiene mucha acogida.

Los bordados pueden ser lisos o con relieves y se realizan diversas técnicas para poder conseguir el trabajo deseado según Capurro (2001):

Una de las más utilizada es la Vainica, técnica importante de la pasamanería tradicional para la que se extraen hilos y luego se rematan formando preciados calados. (...) el Punto de Cruz, por su lado, que consiste en formar cruces mediante los hilos contados de una tela a pesar de su gran popularidad, Punto de Palestina, una admirable variante del punto de nudo, sencillo, rápido e impecable. Otro también es el Punto de Cadeneta, otro punto sencillo pero más discreto, que se asemeja a la cadeneta del ganchillo, ya que su funcionamiento es casi idéntico. Existen también el Bordado de Parma, curioso pero poco conocido punto en el que, a partir de varias cadenetas, se rellena mediante el festón. Por último el punto Frunce o también llamado punto smock, característico en la ropa de niños, formando nidos de abeja. (Como se cita en Strano, 2015)

Para los bordados con relieve primero se forma una base de algodón para posteriormente cubrirlos con alguna técnica anteriormente mencionada. Además varía la técnica, material, color, grosor y textura logrando que los diseños sean únicos. Los

bordados con pedrería, lentejuelas, canutillos no tienen gran acogida en el diseño de autor ya que estos elementos limitan las ocasiones de usos de las prendas y generalmente se busca que sean más atemporales, eso no quiere decir que no puedan ser aplicados en ciertas partes del diseño si este así lo amerita. (Strano, 2015; Acosta et al., 2013)



Imagen 9: Bordados

Fuente: Dominga, 2018

Relieves

Otra forma de conseguir texturas es la intervención de productos químicos sobre textiles industriales como lo afirma Acosta et al. (2013) “Emplean técnicas de corrosión, devorado, flocado, engomados, siliconados e introducen materiales no convencionales por termofusión.” (p. 81) En el cuero los recursos que se utiliza es el repujado y el troquelado, las dos son técnicas en las cuales se va dando relieve dependiendo de la forma deseada, en la primera se va generando formas mientras se presionan ciertas partes del cuero, en cambio en el troquelado se hacen cortes a través de moldes que ya tienen la forma deseada o con herramientas que permitan cortar el cuero y formar la figura.

Para dar relieve a través de cortes también realizan el calado a laser o manual en el cual se van realizando cortes en diversos textiles, con las cuales se puede jugar entre fondo y figura ya que se puede calar un textil y tener de base otro dando así un contraste en color o textura, de este modo se crean texturas realmente interesantes, pues también se realizan cortes de varias capas, aumentando el tamaño o profundidad de relieve.



Imagen 10: Relieves

Fuente: Día 363, 2018

Costuras

Otra forma para generar nuevas texturas en los textiles es mediante las costuras, ya que se puede realizar diversos pespuntos en diferentes tamaños y colores generando formas geométricas u orgánicas, dependiendo de la estructura de la prendas. Con este método los diseñadores también realizan pliegues, alforzas, tablonos de diferentes dimensiones y distancias. Además no solo se juega con telas industriales de un solo modelo y color, se puede ir uniendo retazos de diversos textiles para generar otros a partir de los ya existentes, los cuales son intervenidos en fondo y forma.



Imagen 11: Costuras

Fuente: Blog Quinta trends, Luz María Hurtado, 2018

Estampas

Este método se utiliza para dar textura visual y se realiza con técnicas artesanales o también con métodos más tecnológicos. Se emplea serigrafía, pintura y sublimado son las técnicas más usadas. No solo se juega con diversos tipos de intervención para estampado, también se buscan textiles que aporten al diseño, ya que se usan textiles industriales o artesanales, del mismo modo estos pueden ser de punto o planos. Para generar estampas se distinguen dos tipos en concreto trazos pictóricos y complejidades visuales. (Strano, 2015; Acosta et al., 2013)



Imagen 12: Estampas

Fuente: Milú Espinoza, 2018

Trazos pictóricos

Esta forma de hacer estampas se caracteriza porque los diseñadores convierten a la prenda en un lienzo. Plasmando de forma espontánea, colorida aquello que quieren transmitir, ya sean ideas abstractas. Se realiza mediante la serigrafía, sublimado, estampado, pintura a mano, grafitis. Generalmente se realiza en prendas simples para que prevalezca el contenido de la forma. Los trazos pueden ser realizados en la prenda finalizada o en la tela antes de ser cortada.



Imagen 13: Trazos pictóricos

Fuente: Lindo Killer, 2018

Complejidades visuales.

Bajo esta forma de hacer estampas se generan complejas composiciones visuales, en donde se realiza superposiciones, acumulación de imágenes para formar un textil visualmente complicado. Al realizar complejidades visuales el diseñador se adentra en el diseño textil, realizando repeticiones, combinaciones de formas. Es preferible modificar la tela, antes de realizar alguna intervención en la estructura de la prenda. El método que más se utiliza para lograr este tipo de texturas es la serigrafía. En términos generales la inspiración constante para partir son las formas de la naturaleza.



Imagen 14: Complejidades visuales

Fuente: Florencia Dávalos, 2018

Ensamblajes o recombinación de elementos

Otra forma de transmitir el estilo propio que caracteriza a los diseñadores es a través de los *ensambles o recombinación de elementos*, en donde se generan propuestas altamente conceptuales ya que logran combinar de forma original elementos que no habían sido relacionados anteriormente, materiales de otras disciplinas, ideas en las que se da una ruptura de lo que se tiene ya establecido o como conocido. Conjugando multireferencias en imaginarios basados en diversos elementos que por su heterogeneidad dan a las prendas un nuevo significado en donde prima el concepto a la función. También existe una constante que se logra evidenciar en estas propuestas, la predominancia de estilos latinoamericanos y el uso de fibras naturales y textiles de origen nacional es algo que se intenta promover en el diseño de autor, pues no es solamente hacer diseño sino también promover el uso de materiales del país. (Saulquin, 2014; Acosta et al., 2013)

La generación de ensamblajes y recombinación de elementos se da por:

Graffias personales y juegos de niños

Una forma para dejar en evidencia el estilo propio y exteriorizar aquellos pensamientos que los hace únicos, se puede dar muy fácilmente en las graffias personales y juegos de niños, quienes lo hacen ya tienen la habilidad de transmitir sus imaginarios que generalmente son multireferenciales, sin problema mediante diversas técnicas que ayuden a comunicar lo que llevan dentro. La mayoría de creaciones que se manejan bajo este recurso tienden a tener colores llamativos, mezcla de materiales y fuertes referencias simbólicas, las que transportan al hacedor a su infancia y aquel pasado jovial que se caracteriza en la niñez.

Quienes incursionan en esta operatoria se manejan bajo lo lúdico y libre, dejando siempre ver el contraste no solo en colores y materiales sino también de pensamientos e ideas, la espontaneidad reina en las graffias personales, no hay parámetros ni reglas en el camino del creativo pues toda mezcla y combinación es posible.



Imagen 15: Graffias personales y juegos de niños

Fuente: Araceli Pourcel, 2018

Busqueda de nuevos sentidos

La capacidad de innovación en la combinación de diversos elementos es común en estos diseñadores, los cuales buscan una ruptura de lo que se tiene concebido como normal o natural, de una forma divertida y con alto nivel crítico se logran propuestas que llaman la atención de usuario, que ve las creaciones con asombro. Mezclan materiales, épocas, pensamientos, texturas, valores, culturas, en donde buscan dar una nueva perspectiva a los materiales y las formas.



Imagen 16: Búsqueda de nuevos sentidos

Fuente: Mauro Pesa, 2018

Una vez ya se tiene el conocimiento de los diversos tipos de recursos en el que un diseñador puede incursionar para hacer diseño de indumentaria con autoría, se puede empezar a aplicar la metodología para realizar una colección, o si es la primera vez, se debe ejecutarla con el fin de identificar a definir y encontrar con que recurso(s) se identifica.

Elegir inspiración

Una vez realizada la búsqueda investigativa de los diferentes tópicos que generaron interés inicial en el diseñador, el siguiente paso es elegir la inspiración, en donde el motivo gestor es la esencia para la ejecución de una colección exitosa e innovadora, ya que tomará mucho protagonismo en todo el proceso, empezando desde el discurso que se va a manejar hasta los diversos materiales y recursos que se utilizaran en las propuestas, por esta razón entenderlo es muy importante.



Imagen 18: Ejemplo de inspiración

La inspiración al no ser un objeto o algo que puede ser visto o palpado, se recolecto imágenes que representen el concepto. Además se añadieron fotografías personales que para el diseñador dejan en evidencia la idea. Como por ejemplo un avión (representa la partida)

Investigación primaria

Uno de los pasos para que una colección tenga sentido y alto contenido conceptual es realizar los dos tipos de investigación. Primero está la *investigación primaria*, en la cual el diseñador se adentra en el tema, recaudando toda la información posible por sus medios, es decir visitas a museos, fotografías, vivencias o evidencia directa que él la pueda palpar de primera mano sobre el motivo inspiracional, en donde todos los detalles que pueden ser percibidos, evocan recuerdos o sentimientos que se evidenciaran en el producto. Generalmente esta información se recauda a través de dibujos o fotografías.



Imagen 19: Investigación primaria

En la investigación primaria se utilizaron muchas de las imágenes de la inspiración. Al ser un tema que también se lo ve desde un punto personal se dejaron en evidencia diferentes objetos representativos para el diseñador. Hay que tener en cuenta que al tratarse desde un punto personal el diseñador ya maneja la “investigación primaria” de primera mano, pues la distancia se da a nivel familiar y es algo que lo vive en el día a día.

Investigación secundaria

En cambio la investigación secundaria se obtiene de internet, imágenes, documentos, revistas, periódicos, conocimientos que fueron recaudados o encontrados por otras personas o que ya han dejado de circular en torno al tema. A menudo estas fuentes contienen información difícil de encontrar de primera mano. Estas fuentes brindan información con el mismo nivel de importancia que la primaria y ayudan a que el diseñador sea más diestro en el proceso indagación. (Seivewright, 2013)

Los dos tipos de investigación son de mucha importancia a la hora de obtener información precisa y real para hacer diseño de autor pues al conjugar los dos conocimientos el diseñador no solo domina el tema sino que se adentra en él. Lo que ayuda a que el indumento no solo comunique el concepto o la idea, también dejan su estilo y esencia, pues todo aquello que se incluye en el diseño es pensado y no solo se añaden detalles en la prenda por adornar.



Imagen 20: Investigación secundaria

La misma base de imágenes y en conjunto con las de la inspiración se usaron de base en la investigación secundaria (no necesariamente debe ser así, todo depende de cómo se maneje el diseñador). En la investigación secundaria se trata de información que no se adquirió de primera mano por el diseñador, por esta razón se tienen en cuenta ciertas ideas del motivo gestor visto desde otros puntos de vista, conceptos encontrados de internet, imágenes en común de la representación del tema.

Fijar concepto rector

Cuando ya se tiene dominio del tema tanto visual- vivencial (investigación primaria) como bibliográfico - teórico (investigación secundaria), el diseñador está apto para definir el concepto rector que va a regir la colección, el cual se tiene en claro una vez investigado todo lo relacionado al motivo gestor. Generalmente es una frase que sirve como guía en la creación de la colección, además puede servir para guiar el estilismo que se dará a las prendas en la sesión fotográfica. Es importante definir el concepto rector en el desarrollo conceptual pues sin este al final la colección podría no tener sentido.

Distancia. Separación de caminos con la esperanza constante de un posible reencuentro

Desarrollar herramientas visuales

Para llevar de forma ordenada y tener a la mano la información que se recaudó hay que apoyarse de *herramientas visuales* (sketchbook, moodboard, storyboard), en las cuales se va registrando mayormente imágenes, frases cortas o bocetos rápidos que surgieron en la investigación previa. Estas herramientas ayudan a tener todas las ideas

claras y se pueda evidenciar de forma fácil el concepto y la visión que el diseñador tiene para la colección.

El moodboard contiene un registro del resume de toda la información recaudada de forma visual. Para esto hay que elegir aquellas imágenes, frases, objetos o materiales que aporten en el diseño, ya que mediante esta herramienta se deja en evidencia el estilo, el concepto y el ambiente que se dará a la colección. Aunque todos los diseñadores adaptan el moodboard a su estilo y a sus necesidades este debería contener todo aquello que guie al diseñador para el desarrollo de las prendas. Por tal razón se debe seleccionar minuciosamente la información que se va a incluir, de modo que no se desvíe la atención del concepto.



Imagen 21: Herramienta visual, Moodboard

Por otro lado el sketchbook es como un diario de diseño que ayuda a registrar el proceso creativo. Este puede ser del tamaño que el diseñador decida, en el cual se va guardando todo tipo de información, ideas, imágenes, fotografías, que vaya recaudando, a lo largo del proceso conceptual. En este caso no se debe dejar nada de lado todas las ideas son válidas, así estas se salgan un poco del concepto de la colección presente pues estas pueden ser utilizadas posteriormente en colecciones futuras.

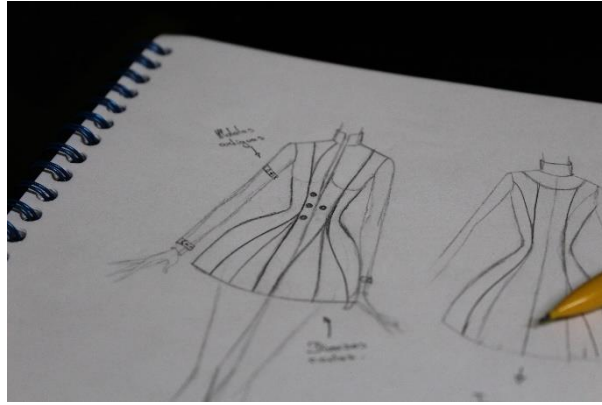


Imagen 22: Herramienta Visual, Sketchbook

También ayuda que el diseñador pueda ver su evolución y como ha manejado todo el proceso, de modo que si algún momento se siente perdido puede apoyarse de sus anotaciones, las cuales le favorecen a reencontrar el camino. Es muy importante que se vaya registrando cada paso mediante fotografías, notas, bocetos rápidos, en donde se pueda reflejar la idea principal, el concepto o aquello que se desea transmitir. Este no tiene ningún orden específico ni necesita ser perfecto, puesto que es un cuaderno personal que sirve de apoyo al ir guardando todas las ideas. Sorger y Udale (2006), como se cita en Bergero (2016)

En cambio el storyboard, se lo puede armar en una pizarra o puede ser una sección de pared del lugar creativo del diseñador, en la cual se va añadiendo diferentes imágenes, fotografías, recortes, telas que ayuden a inspirar nuevas ideas al diseñador, muchas veces en los storyboards van almacenando cosas de interés, las cuales les servirán para inspirar futuras colecciones. Esta herramienta visual puede ser construida en esta etapa o se puede dar de forma espontánea en diferentes etapas desarrollo de una colección. (Seivewright, 2013)



Imagen 23: Herramienta Visual, Storyboard

Fuente: Halima Akhtar

Las herramientas visuales que se desarrollaron para ejecutar el presente ejemplo fueron el sketchbook y el moodboard, ya que en el primero se fueron plasmando tanto en palabras como en gráficos las ideas de todo tipo que venían a la mente del diseñador, mientras que en el moodboard se plasmó de forma más ordenada las ideas, la percepción del diseñador con el motivo gestor (para esto se utilizó de base la recolección de imágenes de la inspiración ya que todo el proceso debe tener una secuencia).

Definir carta de siluetas y colores

Una vez que las herramientas visuales estén creadas y bien definidas, se vuelve más sencillo definir la carta de siluetas y colores, pues en estas se basa para poder decidir de forma apropiada los colores que se incluirán en la colección, ya que al tener reunida toda la información en un solo lugar de forma ordenada hace más evidente los colores que predominan en el concepto, de este modo se eligen los colores que más se apeguen al concepto rector. Aunque algunas marcas ya cuentan con una carta de color fija, en este caso los colores de la investigación se deberán combinar con la paleta de tonos ya existentes y no salirse de contexto en cuanto a la idea de la colección.

Lo mismo sucede con las siluetas pues en algunos casos las siluetas no cambian mucho de colección a colección, esto se da por preferencia del diseñador o por el estilo bajo el cual se maneja. Aunque muchos diseñadores buscan proponer siluetas alternativas y diferentes, las cuales en ocasiones surgen de la conjunción de imágenes que se da en las herramientas visuales o también por las imágenes que dejan entrever ciertas siluetas no convencionales para indumentaria.

Cuando el diseñador ya tiene una paleta de color y siluetas definidas, es más sencillo iniciar con el desarrollo de las colecciones, esto quiere decir que si un diseñador tiene un estilo urbano generalmente sus inspiraciones se guían en ese mismo sentido. Lo que dista del diseño de moda tradicional pues los colores y las siluetas son dictados por el sistema de moda. Mientras que en el diseño de autor al ser independiente de tendencias, el diseñador es libre de escoger colores, siluetas, formas, aunque algunos deciden incorporar ciertos elementos de temporada en mínima cantidad, para que sus productos puedan mantenerse en la actualidad, siempre y cuando esté acorde al estilo del hacedor.



Imagen 24: Carta de siluetas y colores

Los colores elegidos se tomaron del moodboard, y la investigación primaria. En cambio las siluetas se tomaron de las ideas que se obtuvieron del sketchbook y de imágenes encontradas de internet que se acercan a la idea que el diseñador tenía en mente.

Manejo ingenioso de los recursos

Una operatoria que se vuelve común en el diseño de indumentaria de autor es el manejo de los recursos de forma ingeniosa y creativa, en donde se busca crear nuevas cosas a partir de lo que se encuentre en el contexto. Ya que si bien un diseñador puede *elegir textiles e insumos*, para usarlos como los encontró en el mercado, hay quienes deciden ir más allá y buscan modificarlos y *experimentar* en su estructura para crear

nuevos telas que no puedan ser encontrados fácilmente en el mercado, (las texturas a imitar o que inspiran vienen de las herramientas visuales).

Por otra parte hay quienes prefieren crear sus textiles desde cero, para esto generalmente se apoyan de la mano de artesanos que tienen conocimientos en tejido manual y en telares, usualmente también usan fibras de origen natural que se pueden encontrar en la región. Lo mismo sucede con los insumos si no existe un insumo al cual puedan modificar también los pueden crearlos.



Imagen 25: Experimentación textil

Para la experimentación textil se realizaron sellos caseros para estampar sobre el textil, no todas las telas acogen de buena manera todos los tipos de pintura de tela son aptas, para por tal motivo es importante primero realizar la pruebas en una retazo de tela que servirá de muestra.

Carta de materiales e insumos

Después de la fase de experimentación y adquisición de textiles e insumos, es importante desarrollar la *carta de materiales e insumos*, que se utilizarán en las diferentes propuestas, para esto se debe elegir de las muestras que se desarrollaron en el paso anterior. Cuando el diseñador ha experimentado y propuesto textiles e insumos altamente innovadores, puede resultar difícil decidir cuáles serán los indicados para utilizar en el desarrollo de los atuendos, pero si se apoya de las herramientas de apoyo visual y tiene en cuenta cuál es su inspiración esto será más sencillo, pues así asociará la muestra con el motivo gestor y se observará si una relación común entre los dos, entonces conocerá cuál es el indicado.



Imagen 26: carta de materiales e insumos

En la carta de materiales e insumos deben estar los materiales que se encuentran disponibles en el mercado. Para obtenerlos se visitaron varios almacenes de telas de la ciudad. Para los insumos de igual forma se visitaron lugares en donde vendan hebillas y cosas de marroquinería. Al ya tener conocimiento previo que se quería realizar una chaqueta se buscaron textiles orientados a esa tipología y también se tuvo en cuenta la paleta de colores.

Bocetar

Una vez todos los parámetros estén definidos el hacedor puede iniciar con el desarrollo creativo de sus propuestas, plasmando todas las ideas que tenga sobre papel, realizando varios bocetos que dejen en evidencia su creatividad y capacidad de innovación, para proponer diseños altamente conceptuales, los cuales se darán a lo largo del camino. Para esto ayuda mucho las ideas que pueda aportar el sketchbook pues en este se han ido guardando todas las que se le han venido en mente en todo el proceso conceptual.



Imagen 27: Bocetos

Modelar sobre maniquí

Si el diseñador no se siente cómodo en la elaboración de bocetos y tiene como preferencia personal el modelado sobre maniquí que también se realiza en esta etapa, pues la forma de dejar en evidencia las ideas no se da con un mismo método para todos, en lugar de dibujar para llevar un registro de sus diseños a través de papel, hay que tomar una fotografía en cada diseño que va realizando en el maniquí, para que de este modo pueda proseguir con el siguiente paso.



Imagen 28: Modelar sobre maniquí, fase creativa

Fuente: Jad.studio

Ejemplo de modelar sobre maniquí en la fase creativa, este método no fue usado en la ejemplificación de la metodología, pues el diseñador prefiere realizar el diseño realizando bocetos.

Elegir bocetos

Para la elección de los bocetos se deben reunir todos en un solo lugar en donde puedan ser visibles, junto a estos debe estar el moodboard ya que así se podrá evidenciar y relacionar aquellos que tengan más concordancia con el concepto, pues algunas veces suele pasar que el diseñador empieza a realizar varias ideas que no tiene relación con la inspiración. En caso que existan muchos diseños con ideas novedosas pero que no se relaciona directamente con la idea de la colección, estos pueden ser guardados para futuras creaciones en un sketchbook. Si por alguna razón el creador cree que la colección no está completa o le falta algo a algún diseño debe seguir realizando más bocetos o modelando sobre el maniquí hasta que la colección este completa.



Imagen 29: Elección de bocetos

Se realizaron varios bocetos de chaquetas, de los cuales se eligió solamente uno, para poder evidenciar los procesos restantes.

Ilustrar o propuestas de color

Una vez elegidos los diseño que se van a producir, para muchos el realizar propuestas de color es muy importante, pues de esta forma tienen una idea de cómo se va ver la prenda una vez sea materializada, para esto el diseñador realiza varias copias del mismo

diseño y propone múltiples combinaciones de color que ayudan a ver que mixturas puede o no ser exitosas.



Imagen 30: Propuestas de color

Por otro lado también puede ilustrar directamente el boceto si está muy seguro de los colores a utilizar en la propuesta, este paso es importante pues ayuda a que el diseñador tenga una idea tanto del color y de la forma que va a tener el diseño una vez sea materializado. Tanto las propuestas de color como la ilustración deben ser realizadas bajo la guía de la carta de materiales e insumos, pues en esta se evidencia el color y la textura que va a plasmar un diseño.



Imagen 31: Ilustración

Se realizaron propuestas de color basándose en la carta de textiles, buscando dar la textura y el color para hacerse una idea de cómo se vería la prenda terminada.

Desarrollo proyectual

Producción en series cortas

El desarrollo proyectual de los productos en el diseño de autor se lo realiza en series cortas, ya que al tener gran carga de trabajo manual y artesanal que requieren los diversos detalles que se incluyen en las prendas, la realización a gran escala es complicado, además que producir de formas masiva se van en contra de lo que este tipo de diseño promueve, que es la diferenciación y que el consumidor se pueda sentir identificado en el producto que adquiere.

Dar textura al textil

Para iniciar en la fase proyectual se debe dar la respectiva textura al textil, para esto el diseñador debe guiarse por la carta de colores materiales que se definió en el proceso conceptual, pues al ya haber experimentado anteriormente para obtener las muestras, en esta etapa deben recrear aquellas texturas que ya fueron realizadas en todo el textil que se vaya a usar en el desarrollo de las prendas.

Las texturas pueden ser realizadas de diversas formas y desarrolladas en distintos lugares, pues estas pueden ser desarrolladas en el taller del diseñador, tales como son las costuras, pliegues, teñir, pintar, patchwork, collages, intervención con químicos o relieves, las cuales pueden ser realizadas sin problema por el creativo ya que no necesitan herramientas especializadas para dichos fines. También se puede trabajar con talleres especializados, estos se los suele usar cuando se requiere cierta maquinaria específica para desarrollar intervenciones como corte laser, sublimados, estampado.

Aunque también se trabaja de la mano de artesanos, los cuales intervienen el textil de una forma más manual ya que realizan bordados, tejidos, tiñen la tela de una forma más artesanal con tintes naturales y técnicas ancestrales agregando así gran valor simbólico y diferenciados a las propuestas. Las diversas formas de dar textura a la tela pueden tomar un tiempo ya sea por la técnica que han ejecutado o si deben ser enviadas a otro lugar, como se puede dar en el caso del tejido autóctono ya que lo utilizan en ciertas aplicaciones

y detalles o la prenda puede ser elaborada completamente con este método, lo que haría que su ciclo de desarrollo no deba pasar por los otros pasos.



Imagen 32: Artesano realizando textil en telar

Fuente: Suspiro



Imagen 33: Estampación en taller

Fuente: Vida de perros



Imagen 34: Sublimación en taller especializado

Fuente: Maza Coatelier

Ejemplos de diferentes formas de realizar o dar textura al textil. Ninguna de las técnicas expuestas se utilizó en la elaboración de la prenda.

Patronar

Mientras la intervención textil va tomando forma ya sea por algún proceso que necesite esperar un tiempo o porque alguien más está encargado de desarrollarlo, se debe empezar a realizar el patronaje de los diseños que han sido seleccionados, para lograrlo el diseñador o la persona encargada del patronaje debe trazar la moldería sobre papel. El patronaje es una de las partes más importantes en el desarrollo proyectual pues si este no está bien realizado se evidenciará en la comodidad del usuario, por esta razón quien los realice debe tener amplios conocimientos y “truquitos” para dar soluciones a ciertos problemas que se pueden presentar al plasmar un diseño fuera de lo común o que no tenga una estructura básica, pues aunque sea innovador si no favorece y no se amolda al cuerpo del usuario no van a adquirir una prenda poco funcional.

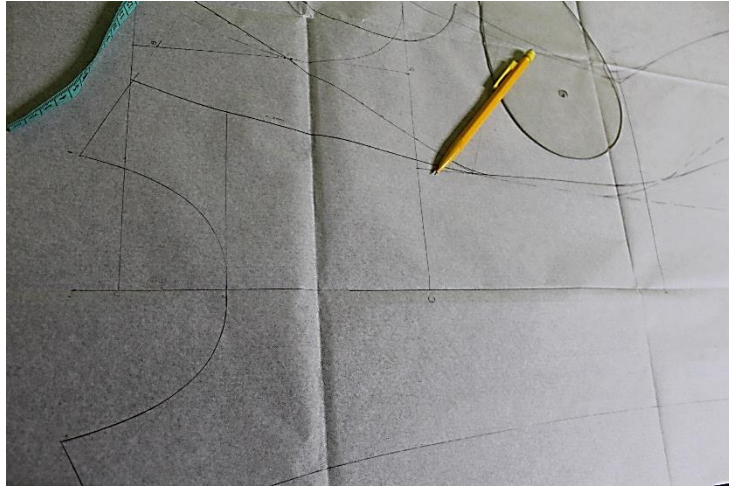


Imagen 35: elaboración de patronaje sobre papel

Para la elaboración de moldería de la chaqueta se eligió realizar el patronaje sobre papel. Teniendo en cuenta que también puede ser realizado con el modelado sobre maniquí.

Modelar sobre maniquí

El modelado sobre el maniquí que se realiza en el desarrollo conceptual es diferente del que se ejecuta en la fase proyectual, pues en este caso no se lo realiza para crear nuevos diseños sino más bien lo hacen para obtener la moldería. Además una persona que prefiere diseñar sobre papel puede que en el patronaje prefiera el modelado, también conocido como draping o moulage. Hay que tener en cuenta que quienes gustan de siluetas envolventes y altamente experimentales, se recomienda que las realicen bajo esta técnica a menos que el dominio del patronaje en papel sea mayor.



Imagen 36: ejemplo de modelado sobre maniquí

Fuente: Couture Lab SP

Prototipo

El prototipo es una muestra de las prendas que se van a confeccionar, se lo lleva a cabo para determinar si los patrones están realizados de forma correcta, para realizarlo se suele usar telas que tengan características similares al textil con el que se va a realizar la prenda final, pues así se podrá evidenciar la caída, la forma, sus proporciones, la holgura y si alguna parte necesita un refuerzo o cierta modificación. Es importante realizar un prototipo de cada diseño que se eligió para la colección, de modo que el diseñador tenga la seguridad que sus prendas son fieles al diseño y que también serán confortables.



Imagen 37: Prototipo

<p>En la elaboración del prototipo se usó liencillo, y se realizó la respectiva prueba sobre el gabarit.</p>
--

Corregir errores

En caso que el prototipo demuestre que algo falla en la prenda por diversas razones se deben realizar las respectivas correcciones, para esto el hacedor se debe valer de todos los medios para poder corregir el desperfecto. Por ejemplo si el patrón está muy estrecho tendrá que unir otra pieza para lograr la holgura o proporción deseada o si por el contrario la pieza está muy amplia se debe cortarla hasta la altura correcta. Todas las correcciones

se las debe primero realizar en el prototipo para darse una idea de cómo va a quedar la prenda con las correcciones realizadas.



Imagen 38: Corrección de errores

Una vez terminado el prototipo se puso sobre el gabarit y se pudo evidenciar que faltaba amplitud en el bajo de la chaqueta, además que en el cuello se formaba una punta diferente a la del diseño para lo cual en el cuello se realizaron pequeñas pinzas para que tenga una mejor forma. En el bajo se dio más amplitud recortando retazos en forma triangular, hasta llegar a la amplitud deseada.

Desarrollar patronaje final

Generalmente todo patronaje necesita de ciertas modificaciones o correcciones, que se evidencian al realizar el prototipo. Una vez corregidos todos los errores y se tenga la certeza que el diseño propuesto se vaya a poder materializar hay que desarrollar el patronaje final, para lo cual se debe añadir, quitar, corregir, mejorar los errores que se añadieron en el paso anterior. Generalmente al no ser cambios tan grandes se debe ubicar las piezas modificadas sobre el papel o las pieza del patronaje original y realizarles las respectivas modificaciones.

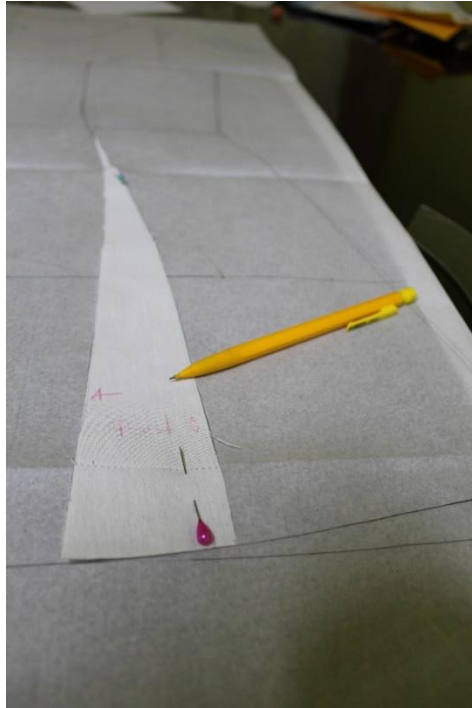


Imagen 39: corrección para realizar patronaje final

Para realizar el patronaje final se colocaron sobre la moldería las piezas triangulares que se aumentaron en el prototipo.

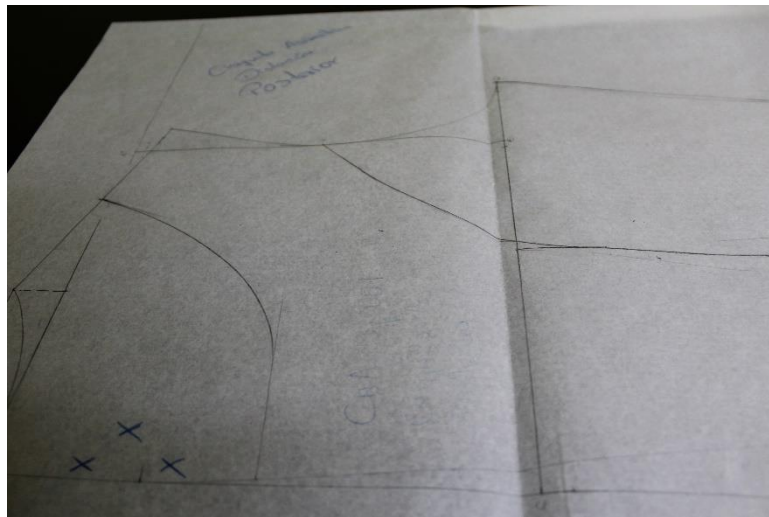


Imagen 40: patronaje final

Despiezar patrones/ agregar nomenclatura

Una vez realizada la moldería final se necesita proceder al despiece de toda la moldería, es decir separar todo el patronaje de una prenda en las diferentes piezas que lo

conforman, una vez realizado esto es necesario agregar costuras a cada una de las partes y escribir sobre ellas su respectiva referencia de nomenclatura, piquetes, hilo de tela y demás detalles que ayuden en el ensamble de la prenda.



Imagen 41: Despiece de patrones

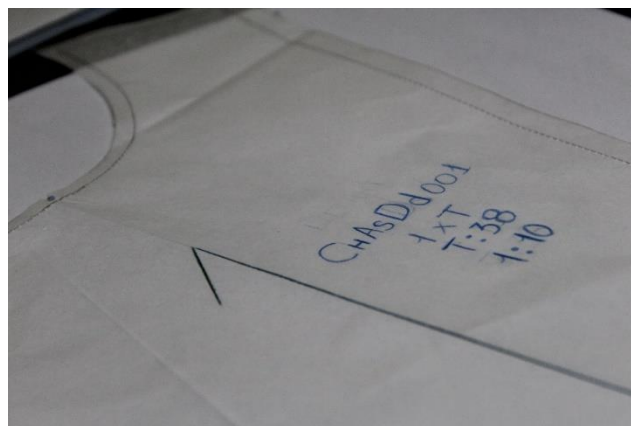


Imagen 42: despiece con su respectiva nomenclatura

Para que el despiece no se pierda o no se confunda se puso toda la nomenclatura necesaria ya que de esta forma ayuda al diseñador a identificar que todas las piezas pertenecen a una sola prenda.

Escalar

Cuando ya se realizó el despiece de los moldes, se debe seguir al escalado. En el diseño de autor aunque la producción no sea de forma industrial o masiva también se

suele escalar las prendas pues a pesar de producir en pequeñas series (la cantidad elige el diseñador, dependiendo de la complejidad del diseño y si este quiere producir más de una) es común hacer una o dos de cada talla. También tiene mucho que ver la carga de trabajo manual que se debe realizar un diseño, para que la prenda sea producida varias veces pues hay diseños que son producidos uno por cada talla.

Para realizar el escaldo es recomendable patronar primero una talla base, generalmente la M de la cual se disminuye medidas para llegar a las tallas S y XS, en cambio para tallas superiores como L y XL se van aumentando dichas medidas. Si se desea realizar patrones con tallas superiores a XL es aconsejable realizar otra moldería pues si se escala desde de la talla M posiblemente no se ajusten de forma correcta y no cubran las necesidades de este tipo de segmento al cual denominan de tallas plus.

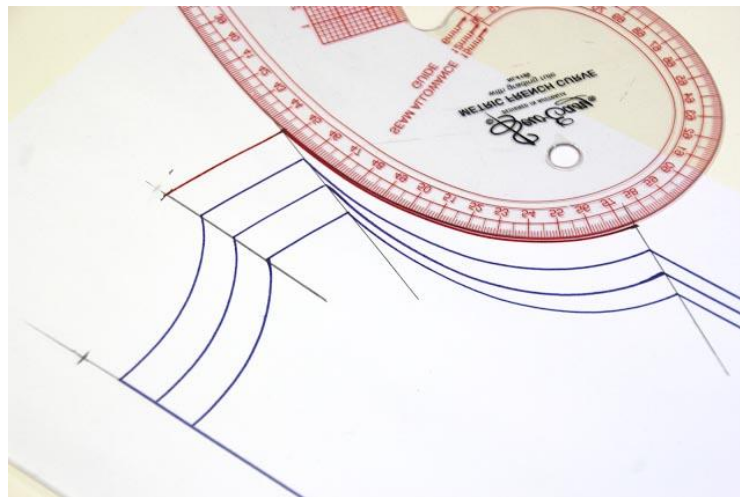


Imagen 43: Escalado

Fuente: Martha Cardenas, Oh, mother mine

La prenda fue realizada solamente para ejemplificar la metodología, razón por la cual no se realizó escalado de la misma.

Marcar sobre textil

En este paso es necesario ubicar todas las piezas que conforman el patrón sobre el textil que se va a emplear en el desarrollo de la prenda, en este paso se debe intentar optimizar textil, ubicando a las piezas de tal forma que no se desperdicie en exceso. Hay que tener siempre en cuenta la dirección del hilo de la tela pues de lo contrario la prenda puede tener tendencia a girarse de un lado, incomodando al usuario cuando la vista. En

esta etapa también hay que evidenciar sobre el textil los piquetes, pinzas, ubicación de botones, bolsillos y demás detalles que no puedan ser evidentes a simple vista.



Imagen 44: Patrón siendo marcado sobre textil para cortar

Se ubicó sobre el textil las piezas de la prenda, teniendo en cuenta la dirección del hilo de tela.

Cortar

Para cortar las piezas que ya han sido ubicadas sobre el textil se lo puede hacer de varias formas con tijera de una forma más tradicional, aunque requiere un poco más de trabajo y fuerza manual, esta técnica es recomendado si se va a producir muy pocas cantidades, por otro lado se puede hacer con máquinas especiales que van cortando la tela, en mayor cantidad, finalmente está el corte laser el cual es muy preciso pero las empresas que tienen esta máquina producen de forma masiva (el corte laser en el diseño de autor es más usado para generar nuevas texturas).



Imagen 45: Corte de patrones

Ensamblar

Para coser las prendas se necesita de diversos tipos de maquinaria para que las costuras queden prolijas, por esta razón cuando el diseñador no dispone en su taller de la maquinaria necesaria para hacerlo, suelen mandar a talleres especializados en donde posean los materiales idóneos. Además la confección de las prendas es un paso muy importante ya que quien vaya a ensamblarlas debe tener un buen dominio y conocimiento de cómo realizarlo de forma correcta, pues cada tipología tiene particularidades de confección y se deben aplicar trucos para que los acabados sean de calidad.

En esta etapa a la par que se va confeccionando la prenda dependiendo el diseño también se van añadiendo cierres, dispositivos que ayuden al sujetar la prenda, es decir que se deben incluir los insumos que forman parte del diseño y que pueden ser cosidos o necesitan ser añadidos en la prenda antes de ser terminados.



Imagen 46: Unión o ensamble de patrones

Cuando la prenda estaba siendo confeccionada se cuidaron mucho los detalles, cada costura fue abierta y planchada para que el producto final sea de calidad.

Revisar terminados

Generalmente en el diseño de autor la revisión de los detalles se los va ejecutando prácticamente en cada etapa del desarrollo proyectual, pues al ser prendas que son producidas en pequeñas cantidades y al diseñador estar siempre frente casi de todos los procesos, la revisión final de la prenda se da como algo adicional para ver si la prenda está confeccionada de forma correcta y que no exista alguna arruga o costura mal hecha, ya que si esto se da se lo pueda corregir de manera inmediata.



Imagen 47: revisión de terminados

Una vez la prenda finalizada solamente requirió un planchado final y cortar ciertos hilos que quedaron sueltos.

Añadir detalles y/o texturas

En algunos diseños la mayoría de detalles se los debe incluir al inicio de todo el desarrollo proyectual o en el momento de la confección pero existen insumos, texturas o detalles que se los debe agregar cuando la prenda ya está terminada, esto suele suceder con el estampado, la sublimación, el bordado manual, al añadir taches, teñido o diversos detalles que dependiendo el diseño necesariamente deben ser añadidos cuando la prenda está completamente ensamblada.



Imagen 48: Costura de botones

Como paso final se ubicaron los botones en la prenda, el diseño no requirió ningún paso adicional.

Desarrollo de estrategias de venta

Sesión de fotos

Como primer paso en el desarrollo de estrategias de venta, el creativo debe realizar una sesión de fotos de las prendas de la colección, este paso es muy importante para la marca ya que al ser diseño independiente o de autor y al no tener una producción masiva difícilmente se pueden promocionar por televisión o vallas publicitarias, por esta razón es necesario realizar una sesión de fotos para que pueda promocionarse. Vale la pena decir que en algunas ocasiones los diseñadores también optan por ser fotógrafos, hasta que la marca pueda darse a conocer y tenga mayores ingresos para poder costear un fotógrafo.



Imagen 49: Sesión de fotos

Aunque la prenda no fue realizada para ser comercializada se realizó una pequeña sesión de fotos en donde se evidencia como quedo la prenda finalizada. Los pasos posteriores ya no fueron realizados pues son propios de aquellas personas que ya tienen una marca

Promocionar en redes sociales

Para poder promocionarse en este tipo de diseño los hacedores aprovechan las redes sociales para darse a conocer, se puede decir que es una de las estrategias más efectivas que poseen para que sus diseños lleguen a todo el país e incluso también los conozcan a nivel internacional. Las redes sociales ayudan a promocionar tanto las prendas finalizadas como todo el trabajo que existe detrás de ellas lo que ayuda a que la marca tenga una conexión directa con el consumidor, pues ya que al estar constantemente dando a conocer el proceso de los productos el consumidor se identifica y siente un vínculo con la marca y por consiguiente con el producto.

Participar en pasarelas / Entrevista de medios

Dependiendo la acogida de las redes sociales y al ser productos con diseño novedosos suelen llamar la atención de la prensa, en donde en muchos de los casos entrevistan a los diseñadores y dan a conocer no solo los productos sino también la marca, lo que proporciona publicidad y reconocimiento. Además si alguna empresa privada o agencias de modelos desean hacer un desfile suelen invitar marcas de diseño independiente a participar en pasarela con sus productos lo que también ayuda a que las marcas tengan más visibilidad en el país.



Imagen 50: Entrevista de la revista Dolce Vita a Milu Espinoza

Fuente: Milu Espinoza



Imagen 51: Participación de diseño de Fabrizio Céleri en desfile de modas

Fuente: Fabrizio Céleri

Desarrollo de la comercialización

Redes sociales

Para la venta de los productos el diseñador de autor se vale de diversos medios mediante los cuales pueda vender y dar a conocer sus diseños. Uno de los principales medios por el cual no solo se promocionan sino también venden sus productos son las redes sociales. Una de las que más alcance tiene es Instagram y luego le sigue Facebook, estas dos redes ayudan a mantener a la marca siempre en constante comunicación con el cliente, de tal manera que pueden ver los productos y preguntar por los mismos y concretar una venta, o mediante esta también se da a conocer las diferentes formas de venta.

Tiendas online

Las tiendas online difícilmente son encontradas por personas que no han conocido la marca a menos que las estén buscando directamente, debido a esto es muy importante dar a conocer a los consumidores cuales son los diversos medios por los que pueden adquirir los productos, es muy buena idea tener toda esta información en las redes sociales así cuando alguien esté interesado en los productos de la marca sepa que los puede adquirir mediante la tienda online o por los medios que maneje la marca de la página.

Tiendas físicas o tienda taller

Las tiendas físicas son una buena alternativa para poder comercializar los productos de una marca aunque en el diseño de autor generalmente se suele usar otros medios, pues costear un local de una marca en desarrollo puede ser difícil. Por esta razón los diseñadores también se manejan en tiendas taller las cuales se desarrollan en el mismo lugar donde se producen las prendas.

Tiendas multimarca

Una operatoria común de venta se da por tiendas multimarca en donde se pueden encontrar productos de varias marcas de diseño independiente, en muchos casos no solamente indumentaria sino también accesorios, objetos de decoración entre otros, estas tiendas suelen estar ubicadas en varias ciudades del país y facilitan la venta y adquisición

de productos de autor pues no todos los consumidores pueden viajar al lugar donde se producen las prendas.

Ferias independientes

Finalmente se puede vender los productos también en ferias independientes o bazares en los cuales generalmente el diseñador debe postularse para poder obtener un stand o comprar un espacio para dar a conocer sus productos directamente con el consumidor, estas ferias se efectúan en diversas ciudades del país y es una buena oportunidad para dar a conocer los productos en localidades que no poseen un tienda multimarca ya que muchas persona desean adquirir el producto que han visto en redes pero antes desean sentirlo.

Diseñadores de autor

A continuación se dará a conocer una pequeña muestra de diseñadores que encontraron en el diseño autoral una forma de darse a conocer y transmitir sus ideas.

Diseñadores extranjeros

Cora Groppo



Imagen 52: Diseñadora Cora Groppo

Fuente: Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria

La diseñadora Argentina Cora Groppo trasmite su identidad mediante variaciones morfológica en las prendas, experimentando sobre el maniquí, en donde busca generar formas que modifiquen las siluetas convencionales. Cuando ya se encontró el resultado deseado, hay desmontar la prenda y realizar las correcciones que se necesiten pues el patrón queda desprolijo y difícil de entender. Una vez realizadas las debidas adecuaciones hay que cortar y pasar al modelista, quien posteriormente pasa la moldería a limpio entendiendo muy bien el orden y sentido. Después las piezas son enviadas a talleres de confección para ser ensambladas.

Cora Groppo está en constante experimentación con los volúmenes, generando prendas envolventes dando textura y tridimensionalidad creando siluetas vanguardistas, jugando y conociendo nuevas formas que le pueda dar al cuerpo. También realiza mezclas de textiles, los usa tanto por el revés como por el derecho, dando brillo y contrastándolo con textiles opacos, creando texturas también en los textiles. Se apoya mucho en la fotografía, naturaleza, el arte y todas sus expresiones. En sus creaciones se maneja una paleta de color neutra en donde cada pieza denota personalidad. (Acosta et al., 2013)

Tramando



Imagen 53: Diseñador Martín Churba

Fuente: Maleva

Martín Churba es el diseñador fundador de la firma Tramando la cual es una de las más reconocidas a nivel nacional e internacional, la característica de la marca es crear prendas de vanguardia, para esto el creativo se encuentra siempre en constante investigación, pues las prendas no solamente son intervenidas en el textil generando texturas altamente novedosas, sino también deja ver su creatividad proponiendo nuevas morfologías aplicando la deconstrucción, juega con diferentes volúmenes, crea siluetas envolventes para tener como resultado prendas versátiles y con alto grado de complejidad.

La marca cuenta con un laboratorio textil en el cual el diseñador siempre está experimentando, mezclando técnicas y textiles artesanales e industriales que den realce a los productos, mezclando así diversas texturas como patchwork, engomados, estampados, anudados, bordados, termo transferencia, sublimación. Las propuestas de Martín Churba se manejan en un dialogo constante entre el diseño, arte y moda.

Si la línea ready to wear de la marca es considerada altamente innovadora y con propuestas de vanguardia, Tramando también cuenta con una línea denominada Art Couture en donde se realizan colecciones de prendas únicas generadas sobre maniquí de forma artesanal invirtiendo gran trabajo de tiempo y dedicación. La combinación ganadora para estas piezas que deben ser usadas en ocasiones especiales es la conjunción de la creatividad con la experimentación textil. (Acosta et al., 2013 ; Acevedo, 2011)

Juana de Arco



Imagen 54: Diseñadora Mariana Cortés

Fuente: Juana de Arco

La diseñadora Mariana Cortés a cargo de la firma Juana de Arco busca transmitir la identidad, revalorizando técnicas textiles latinoamericanas y mezclándola con recursos industriales. En sus diseños se puede evidenciar el juego de formas, probando nuevas tipologías y añadiéndoles texturas de forma artesanal, una característica de la marca es el estampado manual que ejecutan en sus prendas las cuales las vuelven únicas, no solo porque se lo ejecuta de forma manual sino porque la diseñadora siempre está creando nuevos diseños para estampar y los mezclan de diferentes formas en cada prenda.

En la marca se manejan con la filosofía que las prendas son tan únicas como sus clientes pues nunca se repiten las texturas. La diseñadora creó una línea en su marca para ayudar a hombres que se quedaron sin trabajo denominada NIDO en la cual se utilizan todos los desechos textiles que genera la marca en la producción de las prendas de las colecciones habituales, la línea crea nuevos productos como alfombras, ropa interior, shorts, vestidos, collares, y otros productos que se puedan realizar con retazos, creando así conciencia social y siendo amigables con el medio ambiente.

Mariana Cortés no solo encontró una forma de hacer diseño innovador sino también consiguió demostrar que se puede hacer diseño y ayudar a la comunidad en el camino, la diseñadora busca siempre la fusión entre el diseño, el arte y el trabajo artesanal para poder contar historias y dar a conocer culturas, sus diseños se manejan en lo lúdico, con mucho color y la aplicación de texturas, creando diseños con alto contenido conceptual y con la utilización de textiles de origen natural. (Acosta et al., 2013 ; Acevedo, 2011)

Diseñadores ecuatorianos

Fruta



Imagen 55: Diseñadora Nadia Mosquera

Fuente: Vergara, 2018

Nadia Mosquera es la diseñadora y creadora de la marca Frutha by NM, quien piensa que a través del diseño de autor puede transmitir sus ideas y estilo, por medio de la indumentaria pues no crea prendas de forma masiva y por medio de sus diseños brinda alternativas diferentes y originarles a los usuarios. La estética de la marca se maneja en lo urbano, con colores vivos, una mezcla de morfologías básicas con alternativas e innovadoras, además la mayor parte de texturas que se pueden ver en sus diseños son generadas por la creativa.

La diseñadora al estar en constante observación de temas y personajes de su interés, encuentra artistas de diversas disciplinas como grafiteros, tatuadores, pintores, que tal vez no conocen nada del mundo de la moda o no están relacionados en el mismo, a los cuales propone sacar una colección a la que denomina capsula o de edición especial en la que trabajan conjuntamente, creando productos en donde se refleje el estilo de la diseñadora y de su colaborador.

Stephanie Rodas



Imagen 56: Diseñadora Stephanie Rodas

Fuente: Front row, 2018

La diseñadora Stephanie Rodas tuvo su formación académica en el extranjero pero sabía que al regresar al país quería tener su propia marca en la cual pueda crear prendas innovadoras que dejen ver su estilo y esencia, dejando de lado la masividad. Las creaciones de la marca se manejan bajo una estética simple pero muy bien pensada, prefiere trabajar en la intervención morfológica, creando diversos cortes y proponiendo nuevas formas en las prendas.

Stephanie Rodas se adentra en cada paso y creación de la prendas de su marca, ella es quien se encarga de toda la dirección creativa, elige inspiración, investiga, diseña, además se involucra en el desarrollo proyectual y realiza la mayor parte del patronaje de los diseños. Al igual que la mayoría de diseñadores de autor todos estos procesos los hace de una manera más artesanal, solamente en el corte y la confección del vestuario utiliza maquinaria especializada para facilitar el trabajo y mejorar la calidad en acabados. Para agregar detalles también lo hace de forma manual.

Paqocha



Imagen 57: Fundadores de la marca Lorena Pérez y Felipe Segovia

Fuente: Paqocha, 2018

Lorena Pérez y Felipe Segovia son quienes crearon la marca Paqocha la cual tiene un enfoque hacia lo sostenible y la moda ética. Decidieron empezar con el emprendimiento cuando se dieron cuenta que las comunidades alpaqueras no tenían mucho conocimiento del uso apropiado de las fibras para que sea de mejor calidad y tampoco cómo sacarle provecho. Debido a esto primero realizaron capacitaciones y empezaron a producir prendas con procesos consientes y amigables con el medio ambiente. Además la marca promueve el comercio justo manejando precios que reconozcan el trabajo y mano de obra para todos quienes forman parte de la producción de las prendas.

Lorena Pérez es quien se encarga del diseño de las prendas, las cuales deben poseer una estética moderna para que pueden ser usadas por mujeres de distintas generaciones y edades para que no tengan problema en cuanto a su estética. Felipe gestiona todo el tratamiento de la lana de alpaca pues la marca sigue todo el proceso desde la crianza del animal, recolección de la fibra, hilado, tinturado y tejido. Las diferentes actividades son ejecutadas por artesanos de diversas comunidades indígenas de modo que no solo brindan un opción laboral más consiente y justa sino también ayudan a que ciertas técnicas artesanales que se estaban perdiendo se mantengan.

Glosario de términos

Atemporal: puede ser usado en diferentes lugares, ocasiones, prenda que no pasa de moda

Experimentación textil: intervenir a la tela mediante diversos procesos que alteren su forma, ya sea visual o táctil

Experimentación morfológica: alterar patrones para crear nuevas tipologías

Identidad: características que diferencian a una persona.

Moda lenta: producción de prendas con materiales sustentables, sin contaminar, cuidando el ambiente ya manejando comercio justo.

Moda rápida: producción de prendas gran escala

Series cortas: producir prendas limitadas, no de forma masificada

6.5.1.1. Normativa legal

Para respaldar los derechos de autor en Ecuador se recomienda tomar en consideración las normativas legales que resguarden la presente producción académica como:

La ley del Libro

Art. 1.- La presente Ley, ampara y declara de interés nacional, la creación literaria, la producción, edición y difusión del libro, como medio fundamental para consolidar la identidad nacional y el desarrollo socio-educativo de la población.

El régimen de esta Ley alcanza a los materiales complementarios de carácter visual, audiovisual o sonoro, así como a cualquier otra manifestación editorial de carácter didáctico que se comercialice conjuntamente con el libro.

Art. 2.- Son objetivos de esta Ley:

- a) Proteger la industria editorial ecuatoriana, a través del fomento y apoyo a la producción, edición, coedición, importación, distribución y comercialización del libro, como medio insustituible para elevar el nivel de cultura, transmisión del conocimiento y la investigación científica;
- b) Defender la propiedad intelectual y los derechos de autor como patrimonio inalienable de la cultura del país, prohibiendo y sancionando las prácticas ilícitas de producción y reproducción total o parcial cualesquiera sean los medios utilizados;
- c) Calificar como patrimonio nacional a las publicaciones que cumplan los requisitos previstos en los reglamentos, respetando los derechos morales o patrimoniales del autor o del titular de los derechos protegidos por la Ley de Propiedad Intelectual;
- d) Defender el patrimonio bibliográfico nacional;
- e) Apoyar y estimular a los escritores y científicos ecuatorianos con el fin de favorecer la creación intelectual y la investigación; y,
- f) Apoyar y colaborar con el sistema nacional de bibliotecas, ampliando los servicios a todos los sectores de la población a nivel nacional. (Camara Ecuatoriana del Libro, 2006)

Por otro lado también está el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI antes denominado Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, IEPI. Quien en ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

Art. 4. Se reconocen y garantizan los derechos de los autores y los derechos de los demás titulares sobre sus obras.

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

Art. 6. El derecho de autor es independiente, compatible y acumulable con:

- a) La propiedad y otros derechos que tengan por objeto la cosa material a la que esté incorporada la obra;
- b) Los derechos de propiedad industrial que puedan existir sobre la obra; y,
- c) Los otros derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley. (SENADI, 2015)

6.6. Análisis de factibilidad

Factor operativo, la propuesta fue posible llevarla a cabo porque se tuvo el apoyo del tutor quien guió la presente investigación ayudando a que se generen herramienta, para usarlas en la recolección de información, de los diferentes diseñadores autorales.

Factor económico, a pesar que la presente investigación fue autofinanciada se pudo disponer de los recursos necesarios para poder ejecutarla y desarrollar la propuesta planteada.

Factor técnico, para la búsqueda y recolección de información se contó con una computadora portátil en donde se iban guardando todos los datos obtenidos. Con un celular que sirvió de grabadora en las entrevistas realizadas a los diseñadores y expertos. También se tuvo el apoyo de un diseñador gráfico quien colabora con la diagramación y elaboración del producto final.

Teniendo en cuenta todo lo mencionado anteriormente se puede decir que llevar a cabo la propuesta fue completamente factible pues se pudo acceder a los diferentes recursos de forma exitosa.

6.7. Diseño del producto

La metodología planteada se registra en un escrito académico

6.7.1. Memoria descriptiva

6.7.1.1. Características formales

Tipo de letra:

- Títulos: Bariol Light 30 pt
- Texto interno: Bariol Light 10 pt

Material a imprimir:

- Portada y contra portada: Couche 350 gr
- Hojas Internas: Couche 230 gr

Composición:

- Formato: 20 cm x21 cm
- Formato de papel: serie ISO A

Son formatos estandarizados, pensados para uso general de impresos o publicaciones.
Se basa en series estandarizadas por la ISO.

6.7.1.2. Características técnicas

La misma que se encuentra en producción pero cuyo contenido se encuentra desarrollado desde la página 12 45

Portada

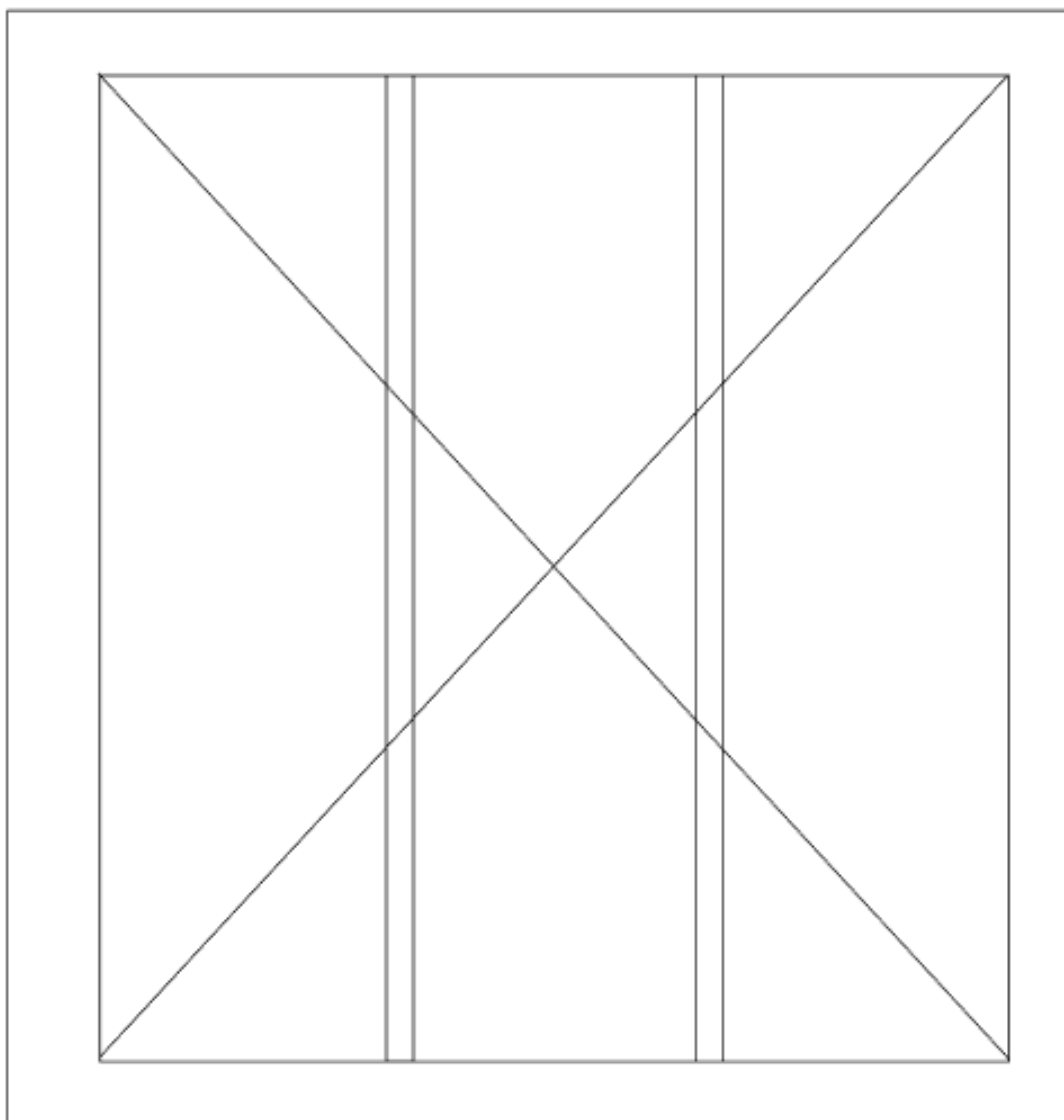


Contraportada



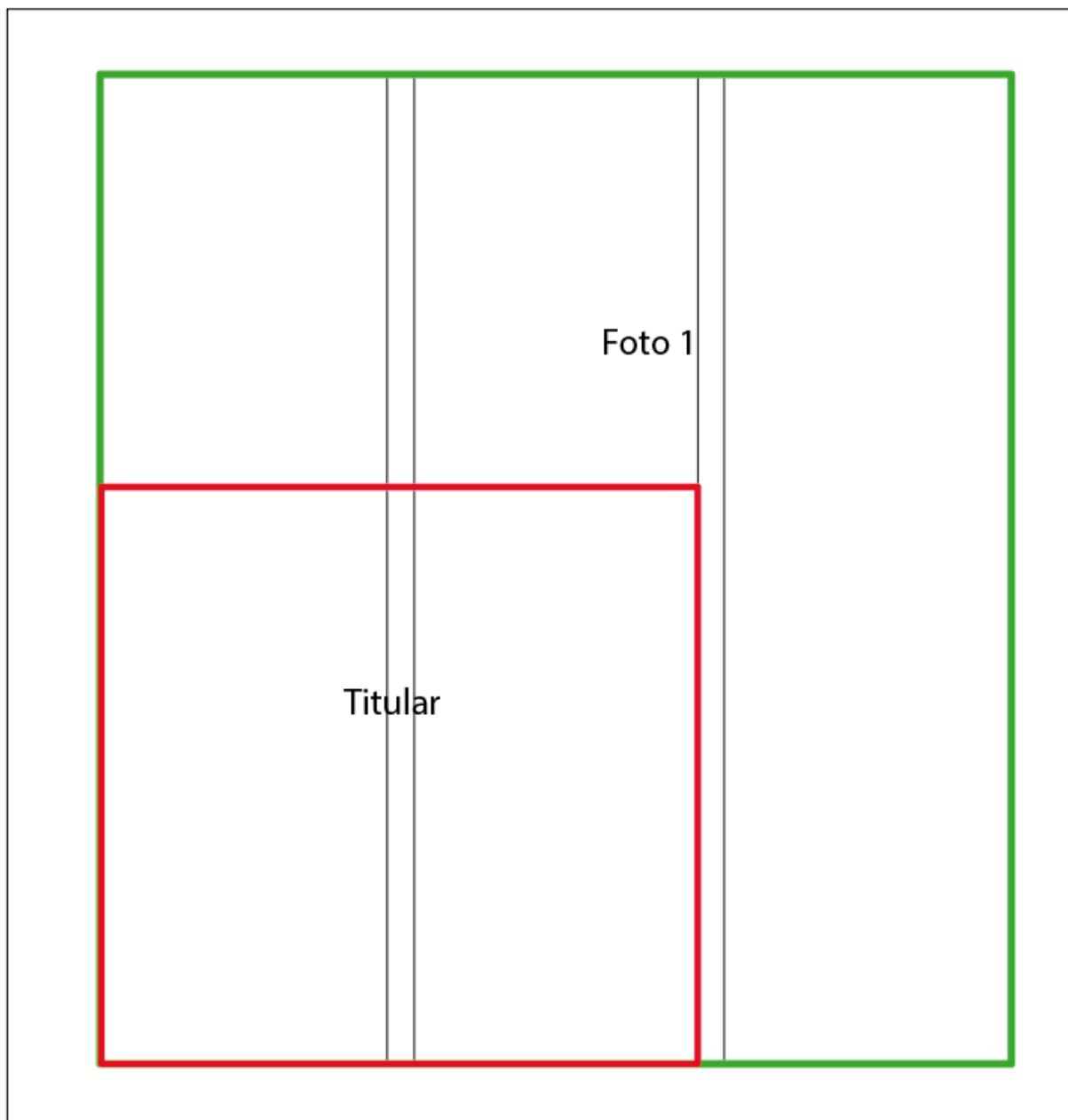
Retícula compositiva: Columnas

Modelo número 1: Soporte Portada



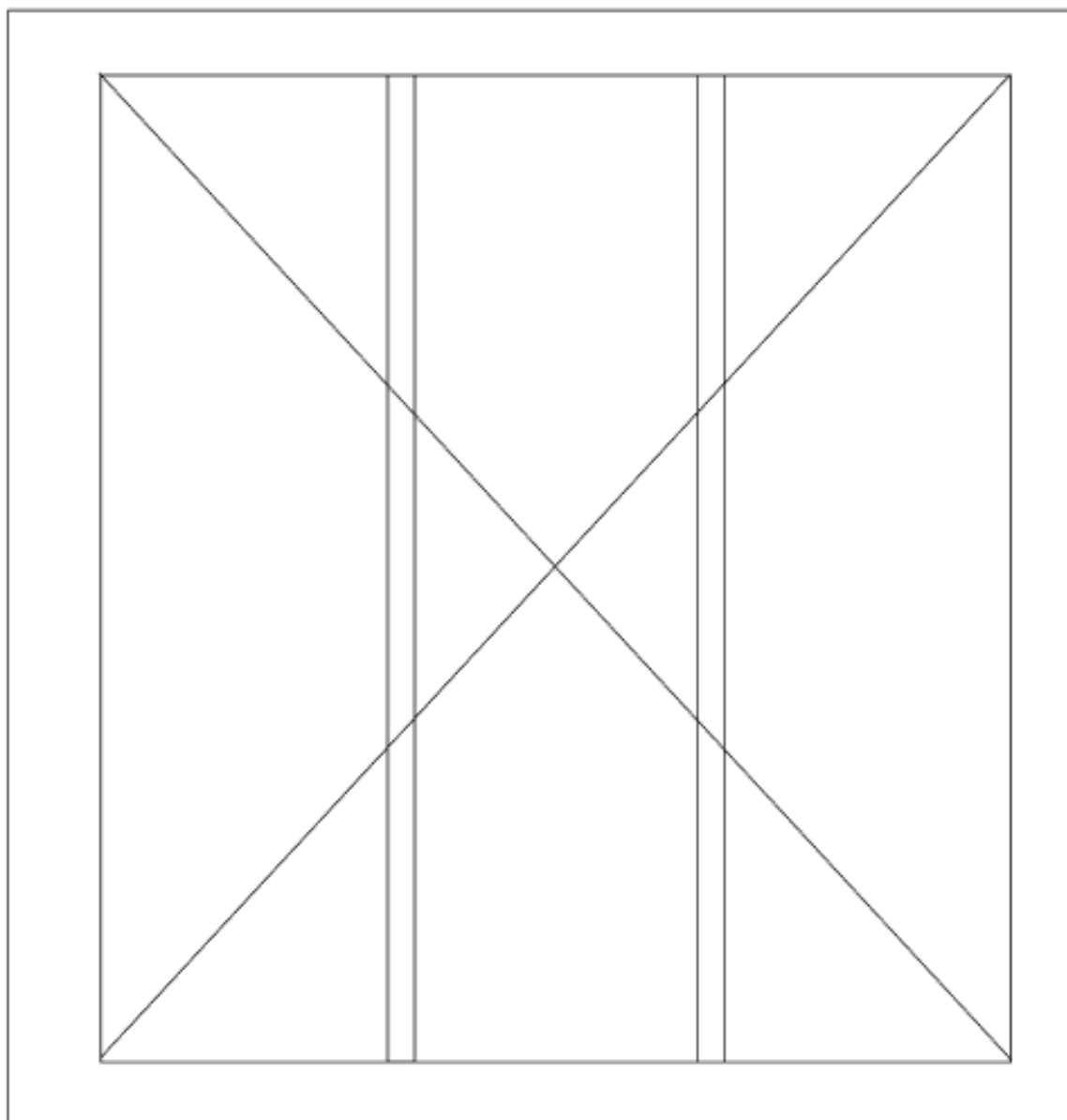
Retícula compositiva: Columnas

Modelo número 1: Soporte Portada



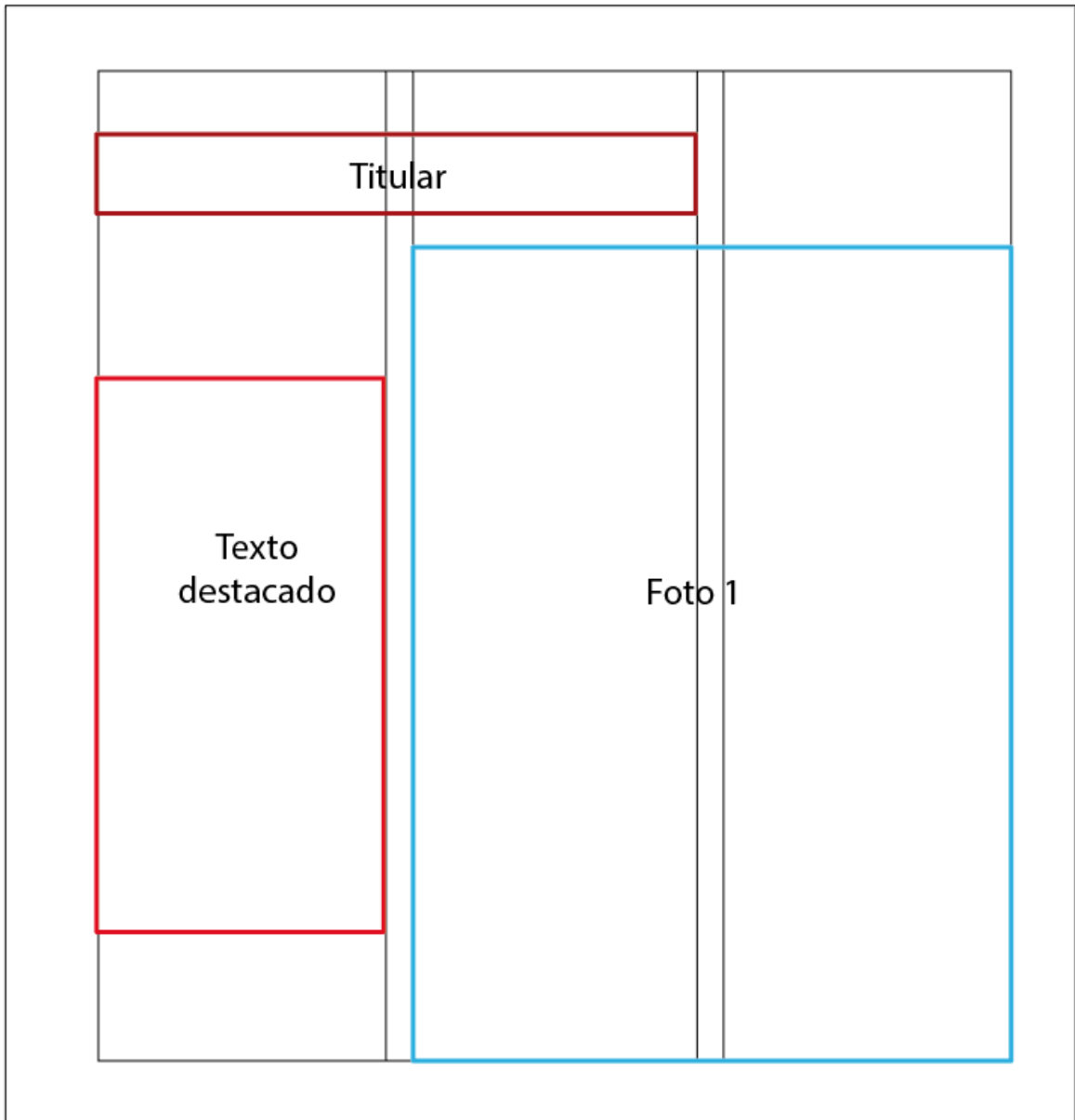
Retícula compositiva: Tres columnas

Modelo número 3: Soporte Páginas de revista



Retícula compositiva:

Tres columnas Modelo número 4: Soporte Páginas de revista



6.8. Administración de la propuesta

6.8.1. Recursos

6.8.1.1. Humanos

El escrito académico se apoyó de las personas que se nombran a continuación:

Autor: Alexandra de Jesús Villacís Núñez

Tutor: Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa

Diseñadores: Nadia Mosquera (Frutha), Silvia Zeas, Gabriela Quevedo (Kábala Indumentaria), Adriana Valarezo (Roksuit), María Salgado (Tovda), Diana Erdstein, Gabriela Delgado (Dominga), Lorena Pérez y Felipe Segovia (Paqocha) y Stephanie Rodas

Expertos: Sandra Beltrán, Freddy Gálvez

Diseñador gráfico: Byron Zambrano

6.8.1.2. Técnicos

Para llevar a cabo la investigación, ordenarla y analizarla se requirió de diversas matrices que ayuden a mantener la información de forma ordenada.

6.8.1.3. Materiales

Los materiales que se usaron fueron materiales de oficina como cuadernos, hojas, impresiones y también se requirió de apoyo tecnológico como un celular y ordenador portátil.

6.9. Evaluación de la propuesta

Para medir los resultados de la investigación se usó la matriz de evaluación que se tomó de Hernández (2014).

Tabla 40

Matriz de evaluación

Matriz de evaluación	
Elementos	Elementos incluidos
Sobre el encuadre general	
¿La narración general es lógica y congruente?	x
¿El documento tiene orden?	x
¿Se incluyen todas las secciones necesarias?	x
Sobre la redacción	
¿Es apropiada para los lectores o usuarios del reporte?	x
¿Los párrafos incluyen un tema o pocos temas? (es mejor no incluir varios temas en los párrafos, resulta más claro con uno o unos cuantos).	x
¿Se incluyen transiciones entre párrafos? (hilar párrafos, secciones, etcétera).	x
Sobre la forma y escritura	
¿Se cita adecuadamente siguiendo un solo estilo de publicaciones?	x
¿Se revisó la ortografía, puntuación y posibles errores?	x
Sobre el método (procedimientos) y análisis	
¿Se define el abordaje principal?	x
¿Se explica e ilustra el papel del investigador en el estudio? (antecedentes del investigador, experiencias, relación con los casos o participantes y con el ambiente, sensibilidad con los participantes).	
¿Se detallan los pasos al ingresar al ambiente o contexto?	x
¿Se definen los casos y se detalla la estrategia de muestreo?	x
¿Se explican los instrumentos para recolectar los datos y se justifica su elección?	x
¿Se detalla el proceso de recolección de los datos?	x
¿Se incluyen las guías o protocolos de entrevistas, observación, de temas, etc.? (en anexos)	x
¿Se identifican los pasos del análisis de los datos?	x
¿Se describe la forma en que los datos se organizaron para el análisis?	
¿Se especifica si el investigador revisó todos los datos para obtener un sentido general de éstos?	x
¿Se explican las unidades de análisis y cómo se definieron?	
¿Se expone el proceso y niveles de codificación? (desarrollo de categorías y sus códigos, temas y patrones) (codificación abierta, axial y selectiva)	
¿Se ilustraron las categorías y temas con citas o segmentos?	x

¿Se relacionaron las categorías y los temas entre sí de una manera coherente para obtener un nivel más elevado de análisis y abstracción?	x
¿Se utilizaron apropiadamente elementos gráficos para lograr una mejor visualización de los resultados? (tablas, gráficas y figuras, así como imágenes y video)	x
¿Se especificaron las bases para interpretar los análisis y resultados? (la literatura, experiencias personales, preguntas, agenda, etcétera)	x
¿Se puntualizaron los productos del estudio? (desarrollo de un modelo o teoría, un plan de acción, medidas concretas, etcétera)	x
¿Se mencionan las estrategias para lograr rigor en el estudio? (validar los resultados)	x

Fuente: Hernández (2014)

CONCLUSIONES

Generalmente el diseño de moda es visto como algo superficial que ha hecho que los estudios de moda no tengan tanta relevancia. Sin embargo el proyecto concluye presentado una nueva forma de presentar la moda, creando una metodología desde una forma de hacer diseño diferente. Permitiendo evidenciar la importancia de generar nuevas metodologías.

RECOMENDACIONES

La presente investigación da a conocer una forma diferente de hacer diseño por esta razón se recomienda usarla de base o paso inicial para crear nuevas metodologías abordando otras etapas y tipos de diseño.

BIBLIOGRAFÍA

- Camara Ecuatoriana del libro. (2006). *LEY DEL LIBRO VIGENTE* . Obtenido de <http://www.celibro.org.ec/web/img/cms/LEY%20DEL%20LIBRO.pdf>
- Acevedo, C. (2011). *Moda: Nuevo diseño argentino*. Buenos Aires: OLMO Ediciones.
- Acosta, A., Deregibus, A., Ferricelli, G., Mon, L., Nupieri, N., Zalaschi, M. P., . . . Zander, K. (2013). *INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor*.
- Acosta, A., Deregibus, A., Ferricelli, G., Mon, L., Nupieri, N., Zalaschi, M. P., . . . Zander, K. (2013). *INTI mapa de diseño 101 diseñadores de autor* (1 ed.).
- Allami, M. (2011). *Acerca de la Inspiración y el Proceso Creativo*. Buenos Aires.
- Audisio, N. (2011). *Diseño con identidad de autor ¿Es una tendencia de moda o la evolución hacia un estilo nacional?* Buenos Aires .
- Bergero, A. d. (2016). *El diseño conceptual en la creación de una colección de indumentaria*. Buenos Aires .
- Bertalanffy, L. v. (1989). *Teoria general de los sistemas* (7 ed.). México: Fondo de cultura económica.
- Bonsiepe, G. (1993). *Las siete columnas del diseño*. La Habana.
- Calvo, S. (2013). *Relatos de moda*. Santiago : Salviat Impresores.
- Calvo, S. (2016). *El nuevo vestir*. Santiago: RIL editores .
- Calvo, S., Lein, K., & Pino, B. (2016). *Diagnóstico económico de la moda de autor en Chile*. Santiago.
- Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J., & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*(33), 48-69.
- Castañeda, E., & Garduño, B. (2017). Mapa de las industrias creativas en México. *Economía creativa*(07), 118-168.

- FDAA. (s.f.). *Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes*. Recuperado el 15 de 04 de 2018, de http://fdaa.uta.edu.ec/fdaalast/index.php?option=com_content&view=article&id=157&Itemid=179
- Fuentes, J. P. (2017). *Nuevos creativo chilenos*. Santiago de Chile.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México DF: Mac Graw Hill Education.
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Latre, A. (2011). *Diseñar desde la moldería. De las formas orgánicas a la prenda construida*. Buenos Aires.
- López, C. (2015). País, Cultura Sartorial y Estilismo: Enseñar diseño de moda desde el multiculturalismo. Convertir la pluriculturalidad latinoamericana en tendencia global con Moda Premium Marca. *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación*, 94-111.
- Marino, P., Marré, S., Mon, L., Ferricelli, G., & Deregibus, A. (2010). *Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la encuesta nacional de diseño de indumentaria de autor 2010*. Buenos Aires.
- Marré, S. (2014). El asociativismo en las empresas de diseño de indumentaria de autor en Argentina. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 59-69.
- Marré, S. (2016). *Diseño de indumentaria de autor en Argentina: diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016*. Buenos Aires.
- Merino, M. (2016). *Lenguajes creativos: Análisis del diseño de autor en sus procesos de producción*. Buenos Aires.
- Milton, A., & Rodgers, P. (2013). *Métodos de investigación para el diseño de producto*. Barcelona: Blume.
- Mon, L. (2012). Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina. 19-34.

- Mon, L. (2012). Industrias Creativas de Diseño de Indumentaria de Autor. Diagnóstico y desafíos a 10 años del surgimiento del fenómeno en Argentina. *Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 19-34.
- Mon, L., Peterle, A., Marré, S., Acosta, A., Zander, K., Fénik, S., . . . Quiroga, W. (2011). *Las cosas del quehacer: debates en torno al diseño de indumentaria en Argentina*. Cordoba.
- Morales, M. S. (2016). *Creación de una marca de moda hecha a mano*. Sevilla.
- PNUD & UNESCO. (2013). *INFORME SOBRE LA ECONOMÍA CREATIVA 2013*.
- Saccaggio, M. (2016). *Diseño de autor: una forma de arte. La indumentaria como reflejo del diseñador*. Buenos Aires.
- Saulquin, S. (2011). *Historia de la moda argentina. Del miriñaque al diseño de autor* (3 ed.). Buenos Aires: Emecé.
- Saulquin, S. (2014). *Política de las apariencias: nueva significación del vestir en el contexto contemporáneo* (1 ed.). Buenos Aires: Paidós.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES). (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Quito.
- Seivewright, S. (2013). *Diseño e investigación* (2 ed.). Barcelona: Gustavo Gili.
- SENADI. (2015). *Registro Oficial No 320* . Obtenido de Ley de Propiedad Intelectual .
- SENESCYT. (08 de 08 de 2016). *Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación*. Obtenido de <http://programasbecas.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/08/Preguntas-frecuentes-08-08-2016-Final.pdf>
- Strano, L. (2015). *Diseño de autor: partir del textil. El textil y sus intervenciones*. Buenos Aires.
- Suárez, M. (2013). *Guía para diseñadores de autor: Creación de una colección*. Buenos Aires.
- UNESCO. (2017). *OFICINA DE LA UNESCO EN SANTIAGO Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/>

UNESCO y PNDU. (2013). *Informa sobre la economía creativa 2013: ampliar los causes de desarrollo local.*

ANEXOS

Anexo 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS
MATRIZ DE ENTREVISTA
DIRIGIDA A DISEÑADORES

Fecha: _____

Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: Alexandra Villacís

Entrevistado: _____

Objetivo

Analizar el paso a paso de un diseñador de indumentaria de autor ecuatoriano para crear una metodología

Preguntas:

1. ¿Qué le motivo hacer diseño con autoría?	
2. ¿Cuál cree usted que es la diferencia entre el diseño de autor y el diseño de moda tradicional?	
3. ¿Tiene tal vez algún referente nacional o extranjero que haga diseño de autor? Si lo tiene ¿Porque lo tomo como referente?	
4. ¿Cuál es el paso a paso que usted sigue para realizar diseño de indumentaria con autoría?	1 _____ 2 _____ 3 _____
*¿Cómo usted desarrolla el proceso.....?	
5. ¿Qué procesos usted realiza de forma industrial y que procesos los hace de forma manual o artesanal?	
6. ¿Cuántas prendas realiza usted por diseño y cuantas prendas realiza por colección?	
7. Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas , en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros. De estas ¿Con cuál usted trabaja?	
8. ¿Cómo está conformado su equipo de trabajo? ¿Cuáles son las funciones que usted desempeña en su empresa?	

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES
CARRERA DE DISEÑO DE MODAS
MATRIZ DE ENTREVISTA
DIRIGIDA A EXPERTOS

Fecha: _____

Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistador: Alexandra Villacís

Entrevistado: _____

Objetivo:

Analizar el estado actual del diseño de indumentaria de autor en el país

Preguntas:

1. ¿Qué cree usted que diferencia al diseño de autor del diseño de moda tradicional?	
2. ¿Considera usted que el diseño de autor es altamente conceptual? ¿Por qué?	
3. ¿Cómo cree usted que se encuentra el diseño de autor en Ecuador?	
4. Según su criterio ¿Qué diseñadores cuencanos considera usted que hacen diseño de autor y no lo saben?	
5. ¿Qué técnicas artesanales usted ha podido evidenciar que son más usadas para realizar diseño de indumentaria de autor por los diseñadores locales?	
6. Según Susana Saulquin (socióloga argentina) se puede hacer diseño de autor a través de variaciones morfológicas, en donde se generan nuevas siluetas a partir del patronaje, también se lo puede realizar mediante la modificación de textiles creando texturas o mediante el ensamble y combinación de elementos de diversos rubros? ¿Cuál de ellas cree usted que es la más usada en el país?	
7. ¿Qué diseñadores ecuatorianos deberían ser tomados como referentes para este tipo de diseño?	
8. ¿Qué cree que le falta al diseño de autor ecuatoriano para que este sea más conocido y sea más aceptado tanto por los diseñadores como por el consumidor?	