

Lanzamiento de Colección en el Diseño de Moda

Launch of Collection in Fashion Design

Angela Ramos López
aramosl@poligran.edu.co

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano
Programa de Diseño de Modas
Bogotá, Colombia

Resumen

El ejercicio de la docencia en el campo de la moda ha permitido denotar y connotar a través de estos cinco años de experiencia, que la labor creativa que se desarrolla con los estudiantes en el aula de clase se define como el saber ser creador, el saber hacer las prendas, pero lo más relevante el saber interpretar y reinterpretar la moda desde la concepción cultural y social que rodea a la sociedad. Siendo esto, el resultado de un proceso investigativo y creativo, en donde el análisis con base en puntos de inspiración, paletas de color y de tendencias de la calle, corresponden a una construcción de prendas que generen de manera sinérgica una colección de moda. Asimismo, este escrito tiene como propósito hacer una breve indagación y descripción del saber del creador por medio del proceso que se lleva a cabo en la asignatura Diseño de Modas 1 (Lanzamiento de Colección), que hace parte del programa de Diseño de Modas del Politécnico Grancolombiano que se ha dictado desde el año 2017 en la institución. A su vez, este escrito tiene una relación profunda con un proyecto personal de doctorado, el cual hace referencia al objeto del creador en el ejercicio histórico y cultural de la moda en Colombia.

Abstract

The teaching exercise based on Fashion design has allowed to denote and connote through these five years of experience that creative work, which is developed with the students in the classroom is defined by how to be a creator, making the garments but the most important thing is to have the knowledge of how to interpreted and reinterpreted fashion from the cultural and social conception that surrounds society. Besides, the result of an investigative and creative process where the analysis is based on inspiration spots, color palettes and street trends, corresponds to a construction of garments generates a fashion collection in a synergistic way. Likewise, this writing aims to make a brief investigation and description of the creator's knowledge through the process who belongs to the subject Fashion Design 1 (Collection Launch), which is part of the Fashion Design program of the Politécnico Grancolombiano in Bogotá, Colombia that has been taught since 2017 in this institution. Therefore, this written has a profound relationship with a personal PhD project which refers to the creator as an object of historical and cultural fashion meaning in Colombia.

Palabras clave:

Diseño, Moda, Investigación-Creación, Docencia, Creador.

Keywords:

Design, Fashion, Investigation-Creation, Teaching, Creator.

Introducción

La moda es un movimiento sociológico que trasciende de manera universal que se convierte en un concepto globalizado, en efecto, es el reflejo del tiempo de lo que la gente quiere sentir, usar, vivir o en este caso, manifestar. Es así como la moda es una constante al igual que el vestido, que, al ser traducido en la sociedad, se convierte en una prenda cotidiana (Entwistle, 2002, p.16). Pero más allá de la cotidianidad en la que se convierte una prenda, ésta hace parte de una creación previa. Asimismo, la creación da origen al estilo, esa aptitud de transformar el espíritu de una época en atuendos, es decir, la creación previa en el sistema moda, es el resultado de un proceso creativo en el cual existe un individuo, un creador. Este creador, interpreta la moda de acuerdo con un contexto político, social, económico y cultural, en el cual propone un estilo que perpetua a través del tiempo y, por lo tanto, determina la orientación y aplica unos principios creativos (Soral, 1998, p.5), los cuales permiten la creación de modelos nuevos a partir de aquellos que ya existen en el inventario de imágenes ya establecidas dentro del sistema moda.

Ahora bien, de acuerdo con De Certau¹, la práctica cultural hace referencia a las maneras en las que el hombre común desarrolla sus tradiciones y sus opciones cotidianas, para así gestionarlas a partir de “repertorios colectivos” que son reconocibles en los modos particulares del uso de la lengua y el espacio en el que este hombre co-habita. Es así como la cultura se explica a partir de las prácticas, las cuales cumplen con las maneras de hacer el mundo cotidiano de donde se puede bifurcar los diferentes significados que estas prácticas pueden circular. En el caso del sistema moda, el sentido estricto y clásico de la palabra creación se designa indiferentemente a la actividad creativa como movimiento sociológico, y la obra del gran creador se asimila en esta ocasión a una expresión artística en el mundo de la moda (Soral, 1998, p.4) que en este caso sería la creación del vestido como objeto del cuerpo y de su cotidianidad que se encuentra regida bajo los significados culturales que circulan alrededor del género y de su contexto.

Asimismo, la práctica cultural tanto en el caso de la moda como del creador consiste en la interpretación de este último, quien escogerá entre innumerables ideas creativas, aquellas que harán la Moda en un momento dado. Así, la interpretación de la moda a través del creador determina la orientación, propone el estilo y aplica los principios creativos que conforman la base de la creación de los modelos nuevos, en efecto, estos principios son la suma del inventario de las imágenes cotidianas que son la memoria integral de la creación de la moda. Por consiguiente, el creador gracias al inventario de estas imágenes extrae de manera pura y simple su concepto para así, dar vida a dicha memoria inerte y crear trajes nuevos (Soral, 1998, p.16).

Método

El diseño de moda cumple como una disciplina creativa, mediante la cual de acuerdo con (Ballesteros y Beltrán, 2018, p.p. 23), se desarrolla a partir de estas tres características: práctica, experiencial y cognitiva-afectiva desde el proceso de investigación a través de la indagación de fuentes escritas y visuales que permiten desde un primer acercamiento al contacto con las técnicas y los materiales que se utilizarán en la colección, en efecto, este contacto afianza la narrativa que se obtiene desde la indagación de los puntos de inspiración que se toman y así propiciar una construcción tanto de conocimiento personal, en este caso los estudiantes, como colectivo, que sería en este caso la respuesta del cliente final y cómo este responde a nivel emocional, ya que la colección de moda debe empatizar con este último.

Ahora bien, la metodología propuesta para el desarrollo de este ejercicio de colección se basa en el diseño de pensamiento (Design thinking), el cual describe los pasos que el diseñador emplee al momento de crear y proyectar; de igual manera tiene el propósito de conocer los problemas, necesidades o deseos de los usuarios y

¹ Michel De Certau, La invención de los cotidianos. vol. 1: Las artes de hacer, 2000. p. 261.

ofrecer soluciones. En efecto, el diseño de pensamiento es utilizado con el fin de proporcionar al estudiante una idea más clara de lo que este como creador desea expresar a través de la colección y así de esta manera, que este pueda comprender y hacerse expresar de una manera precisa, clara y consciente durante todo el desarrollo de su proyecto final de aula.

DISEÑO DE MODAS 1 – LANZAMIENTO DE COLECCIÓN

Primer corte	Segundo corte	Tercer corte
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos acerca de la historia de moda, origen y sistemas de producción, la creación de moda y los principios creativos. 2. Investigar los puntos de inspiración. 3. Brainstorming y Diagramas de Araña. 4. Creación de moodboards con base en el hallazgo del tercer punto. 5. Desarrollo de un book de investigación con base en los puntos de inspiración encontrados. 6. Creación final del Moodboard conceptual de la colección de moda. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las siluetas, gamas de color y los estilos. 2. Ocasiones de uso y valores coherentes del mercado. 3. Desarrollo de un Sketchbook donde incluyen los tipos de silueta, gamas de color, estilos de vida, ocasión de uso y los valores coherentes del mercado en la propuesta de colección. A su vez, se consignan los 100 bocetos de diseño de cada una de las prendas que harán parte de esta. Se escogen 10 atuendos finales entre el docente y el estudiante. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo del perfil de cliente y estilo mental escogido, de acuerdo con el autor Francesco Morace (Future Concept Lab de Milán). 2. Desarrollo del concept book y/o portafolio de todo el proceso creativo llevado a cabo durante todos los cortes. 3. Desarrollo del prototipado de 2 diseños que han sido escogidos previamente por el docente y el estudiante.

Tabla 1 Cronograma de actividades. Creación propia.

Resultados

Book de Investigación

Durante el primer corte, el estudiante a partir de los conceptos explicados con base en la teoría de moda realiza una investigación a partir de los puntos de inspiración escogidos, de acuerdo con la temática escogida tanto por el docente como por el estudiante per se. Es un ejercicio mediante el cual se explora de manera consciente el punto de partida de la colección, donde el estudiante conceptualiza a través de desarrollo de un *brainstorming* y diagramas de araña con el fin de desglosar las palabras claves que definirán el proceso creativo. En efecto, estos pasos dan como resultado la creación de tableros de diseño, llamados *moodboards*, por medio de los cuales el estudiante explora y profundiza la atmósfera y el significado total de la colección de moda que va a trabajar durante los siguientes cortes académicos. Es así como el resultado es un libro de investigación que consta de una portada, introducción, puntos de inspiración (historia y puntos focales de abstracción), *brainstorming*, diagramas de araña, categorías de la creación y principios creativos que aplican a la colección, *moodboards*, *moodboard* conceptual final y bibliografía/webgrafía. Este ejercicio es sustentado por el estudiante al docente; este último en algunas ocasiones, invita a un docente o alguien que se encuentra relacionado con la industria de moda para dar una retroalimentación.



Imagen 1. Book de investigación. Introducción. Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.

Sketchbook

Durante el segundo corte, el estudiante desarrolla un libro el cual viene acompañado de las siguientes propuestas que se desarrollan por medio de moodboards: siluetas, gamas de color, materiales (textiles e insumos), estilo de vida y ocasión de uso de la colección, valores coherentes del mercado de acuerdo con el concepto establecido y su estética, 100 bocetos -delanteros y espaldas- y finalmente, se ilustran a color los 10 diseños finales de las prendas que serán la propuesta de colección final. Este trabajo es evaluado de acuerdo con una rúbrica de evaluación creada por el docente. Se evalúa en algunas ocasiones, junto con otro docente del programa de diseño de modas o un invitado que hace parte de la industria de la moda. Asimismo, este libro es una manera por medio del cual el estudiante puede interpretar desde sí mismo que puede crear un tipo de diario de diseño, en donde puede establecer ciertos parámetros o ciertas maneras de verse como creador y elegir de acuerdo con una guía, que en este caso es el docente, y así poder tener una mejor elección a la hora de realizar su trabajo final de semestre, que es el concept book.



Imagen 2. Sketchbook. Moodboard siluetas. Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.

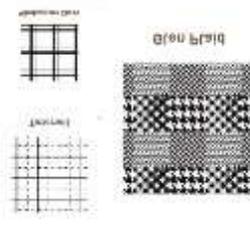


Imagen 3. Sketchbook. Materiales. Imagen: Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.

Concept Book

Esta entrega final que se desarrolla en tercer corte, el estudiante establece junto con el docente los parámetros de la propuesta final de colección, en efecto, tanto el estudiante como el docente definen la conceptualización final tanto del libro como de la estética en general. Ahora bien, el concept book permite plasmar mediante imágenes y palabras clave, el imaginario que se quiere transmitir en la colección. A su vez, es el compendio de valores y símbolos que representan, visualizan y ponen por escrito los referentes que sirven como objeto de inspiración para obtener el ideario de la marca, la línea o la colección. Asimismo, el concept book es el guion que crea un universo simbólico que construye el contexto global de la creación y ayuda a definir el posicionamiento del mensaje o los mensajes que se trabajará después en el producto; que establece una determinada manera de comunicar y define la estrategia que seguirá al aportar un filtro estilístico concreto. El formato de este concept book es el siguiente:

Portada (nombre de la colección, nombre estudiante, nombre del asesor e incluye la temporada).

Moodboard de colección (Concepto).

Moodboard categoría de la creación y principio creativo escogido para la colección.

Moodboard tipo de silueta final.

Moodboard de estilo de vida, ocasión de uso y valor coherente del mercado.

Perfil de cliente y estilo mental escogido, acompañado de un Moodboard.

Moodboard de color.

Moodboard de materiales.

Moodboard de accesorios y complementos.

10 figurines a color y en formato digital con rostro y calzado.

Webgrafía – citación de las imágenes utilizadas.



Imagen 4. Portada Concept Book. Imagen: Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.



Imagen 5. Concept Book. Moodboard Gama de color. Imagen: Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.



Imagen 6. Concept Book. Figurines finales. Imagen: Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.

Colección final

A partir de los 10 diseños definitivos, se escogen 2 diseños los cuales serán los prototipos para la sustentación final del semestre.



Imagen 7. Concept Book. Figurines finales. Imagen: Estudiante Alejandra Huertas Quizua. 2020.

Discusión y Conclusión

La creación de la moda nace a partir de la concepción del creador, por ende, del diseñador quien desde distintos puntos de inspiración puede combinar todo tipo de universos estéticos que tienen una relación muy cercana con *las maneras de hacer*, en efecto, con las maneras de ver el mundo; en este caso desde una mirada histórica y cultural, ya que el diseñador toma referentes de la sociedad para así combinar y abstraer elementos que le permitirán crear la moda en un tiempo dado y en donde este, debe asumir una postura por medio del cual exprese los valores que se traducirán en significados colectivos o individuales y que darán como resultado una interpretación y/o reinterpretación de sus creaciones, en este caso de su colección de moda como un punto de partida ya que a través de los atuendos, se verá construido su propio universo que compartirá con otros.

Asimismo, desde un principio los estudiantes se conciben como creadores de la moda a pesar de que sea su primer encuentro con ella, ya que esta asignatura es una mezcla entre la teoría densa que hace parte del sistema moda, los conceptos, la investigación, la práctica y el producto final. Es pertinente mencionar que, aunque los estudiantes encuentren abrumador este primer encuentro con el saber crear y hacer, siempre terminan con una satisfacción al final del recorrido, en efecto, la mayoría descubre que al no saber nada al inicio del semestre terminan asombrados de sus propias capacidades y de sus creaciones, y como resultado finalizan con una serie de aprendizajes que pondrán en práctica en los siguientes semestres.

Referencias bibliográficas

- Atkinson, M. (2012). *Cómo crear una colección final de moda*. Editorial Blume. Barcelona. España.
- Ballesteros, M. Beltrán E. (2018). *¿Investigar creando? Una guía para la investigación-creación en la academia*. Universidad del Bosque. Facultad de Creación y Comunicación. Primera Edición. Bogotá. 75.
- De Certau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano. vol. 1: Las artes de hacer*. Universidad Iberoamericana. Biblioteca Francisco Xavier Clavigero. México.
- Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Paidós. Barcelona. p. 307.
- Kiper, A. (2015). *Portfolios de Moda. Diseño y Presentación*. Editorial Promopress. Barcelona. España.
- Mbanu, E. (2014). *Diseño de Moda. Creatividad e Investigación*. Promopress. Barcelona. España.
- San Martín, M (2009). *El Todo En Uno del Diseñador de Moda secretos y directrices para una buena práctica profesional*. Promopress. Barcelona España.
- Soral, A. (1998). *La creación de la moda, cómo entender, dirigir y crear la moda*. Escuela de Diseño Arturo Tejada Cano. Revisado y Actualizado enero. Bogotá. p.p. 5.