

SINTIENDO LA MODA

DANNY CAROLINA ZAMBRANO RUIZ.

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL (CUN).

BOGOTÁ CUNDINAMARCA.

OPCIÓN DE GRADO 2

NOVIEMBRE 2020

SINTIENDO LA MODA
CONTINUACION
(INCLUSIÓN EN LA MODA INFANTIL PARA LA COMUNIDAD CON
DISCAPACIDAD VISUAL)

ZAMBRANO RUIZ DANNY CAROLINA

Asesor del trabajo

FRANCISCO JAVIER BUENDIA

Trabajo de grado para optar al título como
Tecnólogo Profesional en Elaboración de Vestuario y Patronaje
Corporación unificada nacional de educación superior.
Facultad de comunicación y bellas artes

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de aprender cada día más, por brindarme la salud para lograr mis objetivos y seguir persiguiendo mis sueños.

A mi familia por su apoyo incondicional en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante, el amor y la fuerza que me dan día tras día.

A todos mis compañeros y profesores que a pesar de los obstáculos continúan con el sueño de hacer una Colombia con profesionales llenos de amor por su trabajo, gracias por la entrega y dedicación con nuestra carrera.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la inspiración para apoyar a esta comunidad tan excluida por la moda, a mis padres por su apoyo incondicional, mi hermana Lorena por ser un punto de inspiración clave en todo lo que realizado en la vida, mi profesor francisco quien estuvo presente en cada proceso de este trabajo motivándome y realizando su labor con mucho compromiso, a Corporación Unificada Nacional de Superior CUN, por brindarnos el espacio para crecer en conocimiento y motivarnos a emprender.

RESUMEN

El propósito de esta investigación, radica en la falta de propuestas que existen en la industria de la moda, evidenciando la falta de estrategias y falta de interés en este campo hacia las personas con discapacidad visual. En donde se busca adaptar diferentes técnicas inspiradas en campos artísticos que se han preocupado por darle solución a todas las necesidades y han logrado la inclusión de esta comunidad.

PALABRAS CLAVE: inclusión, discapacidad visual, moda, industria

ABSTRACT

Title: Feel the fashion

The purpose of this research lies in the lack of proposals that exist in the fashion industry evidencing the lack of strategies and lack of interest on the part of it towards people with visual disabilities. Where it seeks to adapt different techniques inspired by artistic fields that have been concerned with solving all needs and have achieved the inclusion of this community.

KEY WORDS: inclusion, visual impairment, fashion, industry

INDICE

INTRODUCCIÓN	8
PREGUNTA PROBLEMA	9
¿Cómo los diseñadores podemos aportar a la inclusión social de personas con discapacidad visual a través de propuestas e ideas innovadoras?	9
OBJETIVOS	10
Objetivo general:	10
Objetivos específicos:	10
JUSTIFICACIÓN	11
SENTIDOS	12
El tacto	13
Olfato.....	14
Proyectos similares.....	15
ASPECTOS IMPORTES	15
¿COMO LO PODEMOS LLEVAR A LA MODA?	19
Gamuza (Flock).....	20
Alta Densidad.....	20
Corrosión.....	21
Craquelado	21
Puff	22
LANIGRAFIA	22
IMPRESIÓN 3D	23
x.....	¡Error! Marcador no definido.
CONCLUSIONES	24

LISTA DE REFERENCIAS25

INTRODUCCIÓN

En esta investigación se quiere analizar cómo la moda puede ayudar y aportar a la inclusión social ya que se debe tener en cuenta que la prenda de vestir tiene la capacidad de tomarse el protagonismo logrando así comunicar épocas, sentimientos, inconformidades, emociones, etc., puede el atuendo llegar a ser no solo un objeto de necesidad, sino como también aporta a la inclusión para la adaptación de comunidades que no tienen la oportunidad de ver pero sí de sentir.

Se pretende entender como la moda siendo una industria tan amplia en inclusión social y con los recursos de diseño que se pueden implementar en propuestas creativas, haciendo de ellos proyectos innovadores que pueden aportar a la integración de esta comunidad.

Debido a que no hay documentación sobre procesos de creación de moda para las personas ciegas, se debe analizar desde diferentes campos como lo son educativos, artísticos, deportivos, sociales, etc. como ha sido la inclusión en personas con discapacidad visual como por ejemplo museos, para llevar a cabo un análisis del cómo se puede realizar una prenda de vestir para personas con estas dificultades.

Se presenta la oportunidad de realizar propuestas innovadoras de diseño y trends fashion para personas con discapacidad visual, haciéndolos partícipes en esta industria y acompañándolos en cada uno de sus procesos ya que se pretende realizar un producto con la funcionalidad y necesidad de cada uno de estos esperando suplir cada uno de sus expectativas.

TRENDS FASHION: Tendencia en el vestir de la temporada actual o de la que refleja un año, o incluso un periodo más largo de tiempo.

PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo los diseñadores podemos aportar a la inclusión social de personas con discapacidad visual a través de propuestas e ideas innovadoras?

OBJETIVOS

Objetivo general:

Investigar diferentes técnicas que se pueden adaptar y utilizar en prendas diseñadas exclusivamente para personas con discapacidad visual.

Objetivos específicos:

1. Analizar la importancia que ha tenido la comunidad con discapacidad visual en la industria de la moda.
2. Deducir a partir de diferentes proyectos como se aplica la inclusión social en personas con discapacidad visual, y como se podría llevar a la moda.
3. Identificar cómo a través de ideas innovadoras se pueden hacer partícipes en la moda a las personas con discapacidad visual.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se enfocará en estudiar, analizar y adaptar diferentes campos artísticos, culturales y educativos que se han preocupado por el bienestar de esta comunidad que no tiene la capacidad de ver pero si de sentir. Ya que debido a la falta de información en la industria de la moda se tendrán que adaptar diferentes técnicas artísticas como el “*repujado réplicas, maquetas, ilustraciones, textos, grabaciones.*” (Bibiana & Villalobos, 2019) Así, el presente trabajo permitiría mostrar cómo se pueden adaptar diferentes mundos artísticos para la creación y el resultado de diferentes propuestas totalmente innovadoras diseñadas para cada necesidad, además de ofrecer una mirada integral hacia la inclusión social ayudando a la concientización de toda una población que no se preocupado por esta comunidad.

SENTIDOS

Llegamos al conocimiento a través de nuestros sentidos, en forma de estímulos luminosos, sonoros, táctiles, kinestésicos, auditivos y gustativos. Nuestros sentidos tienen por vocación capturar el exterior. El tacto es inmediato: agarra el objeto en el momento mismo en que lo reconoce. Percibe bien su exterioridad, su volumen, pero no siempre el campo espacial que forman el objeto y el sujeto. El olfato, el oído y la vista son, por el contrario, sentidos que anuncian la inminencia de un contacto. El tacto toca inmediatamente, la visión quiebra ese inmediato, lo visible está a distancia, fuera de los límites de mi cuerpo. La visión es un sentido sintético, el tacto, el olfato, la audición y el gusto son sentidos analíticos.

La experiencia sensorial es un aspecto principal para procesos en los que están involucradas las personas con discapacidad visual, “ya que nuestros receptores sensoriales traducen la energía física del ambiente en impulsos eléctricos procesados por el cerebro (Batey, 2008)”.¹



El tacto

El tacto Agradable influye en toda la percepción de una prenda de vestir, por ejemplo atribuimos un tejido sedoso o suave con algo lujoso.” Nos gusta confirmar de forma táctil lo que hemos recibido por otros sentidos. En muchos lenguajes las emociones y sentimientos son descritos como “tacto”, pues es el sentido “más directo y menos mediado por la inteligencia” (Bicchi ,2008)”.³ El tacto es importante porque la posesión del objeto, que se llamará posesión emocional, se produce en el momento en que los sentidos empiezan a fijarse en él. Underhill, 1999: 182). Es en el sector de la ropa donde más se emplea este sentido pues el producto permite ser probado. El tacto da más confianza y produce mayor accesibilidad a la memoria, imaginando que podría pertenecer a quien lo toca (Lea-Greenwood, 2013).⁴”

“Cuando se evalúan los productos por el tacto, además de la textura, se basan en las siguientes propiedades: temperatura, dureza o peso. Su influencia depende de las situaciones que motivan a querer tocar el producto antes de la compra, de los productos que estimulan la necesidad de experimentar las propiedades táctiles y del perfil cultural del consumidor. Este argumento explica que en España la tienda física prevalezca sobre la compra online: el español tiene mayor necesidad de comprobar táctilmente cómo es la prenda (Llovet Rodríguez, 2016).⁵”

Olfato

“El consumidor tiene la necesidad de “sentir por anticipado” los valores de un producto antes de probarlo, ya sea un chocolate o un exquisito perfume. Por eso se vaporizan espacios, envases y etiquetas. Ya hay estudios en otros sectores de retail como la alimentación, donde se demuestra que las fragancias son “una fuerte influencia en fundamental de su personalidad de marca, el aroma sirve tanto a expertos como a estudiantes y profesores no lejos en la materia para reconocer el producto, identificar y recordar la marca y evocar emociones. Por ello, el autor concluye la necesaria protección jurídica del aroma de una marca que se constituye en elemento diferenciador.”(Llovet Rodríguez, 2016)⁶

Oído

“Este sentido conecta con memorias y ambientes, reflejando los gustos del público al que se dirige Igual que el sonido de las palabras es usado para hacer recordar los productos o “evocar visualmente un significado la música tiene un rápido efecto en mover al cliente o mantenerlo en la tienda, y puede provocar un mayor número de compras por atribuir unas percepciones y reacciones a una marca.”(Llovet Rodríguez, 2016)⁷



Proyectos similares

“Ofrecen la oportunidad de compartir tiempos y espacios con personas diferentes. Y esto ayuda a adquirir una visión de la sociedad más real, alejada de estereotipos que nos adjudican roles en función de criterios preestablecidos. Por eso, al hablar de proyectos de inclusión en espacios de arte, no hablamos de proyectos para determinadas personas; hablamos de una oferta que permita, a cualquiera que lo desee, acceder a la propuesta en condiciones óptimas de seguridad, confort y eficacia. Es decir, hablamos de poner el arte, por fin, al alcance de cualquier visitante”⁸(Gómez Del Águila, 2012).

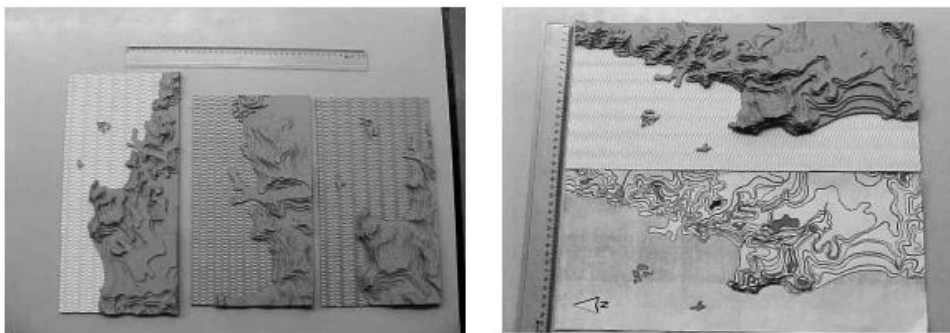
ASPECTOS IMPORTANTES

- La movilidad independiente.
- La orientación espacial.
- El acceso a cada elemento.
- La comprensión del mensaje expositivo.
- Las vivencias personales en torno a la obra

“Cuando, como pasa con frecuencia en espacios históricos y naturales, no sea posible ni eliminar ni salvar con ayudas técnicas las barreras que limitan el acceso físico, debemos compensarlas con materiales que permitan entender y en la medida de lo posible,

experimentar- el elemento al que no se puede llegar: *réplicas, maquetas, ilustraciones, textos, grabaciones.* ” (Bibiana & Villalobos, 2019)⁹

La adaptación de tendencias actuales mediante ilustraciones, textos, “representaciones gráficas que son asimiladas esencialmente por la visión, también pueden ser percibidas por el tacto, desde que elaboradas con este objetivo. El discapacitado visual depende del tacto para formar conceptos espaciales, entender informaciones geográficas y crear internamente imágenes del ambiente. Por eso, el proceso de transformación de los datos geográficos en



mapas y diagramas necesita ser adaptado a un producto final específico, a través de un lenguaje táctil. La Cartografía Táctil propone, por lo tanto, el desarrollo de materiales específicos para las personas con discapacidad visual, con el objetivo de suplir, por lo

menos en parte, las necesidades de estos usuarios especiales, La enseñanza de personas con discapacidad visual requiere, además de los conocimientos sobre las especificidades de la propia deficiencia, la práctica en lenguajes que adaptan los materiales didácticos visuales en táctiles.”

El niño con discapacidad visual, necesita de las personas que están a su alrededor, para que lo ayuden a desarrollar conceptos tales como arriba, abajo, izquierda, derecha, cerca de, lejos de, encima, debajo, rápido, lento, etc., que como en cualquier otro niño, solo se alcanzará a través de prácticas reales con su cuerpo, como pueden ser saltar, correr, caer, colocar objetos, realizar tareas cotidianas en su casa y en la escuela. Es aquí donde las prendas de vestir pueden aportar al desarrollo cognitivo de los niños ya que se sabe que tienen que empezar a identificar los objetos que los rodean y lo importante que puede ser saber cuál es la derecha y la izquierda. “El proceso imaginario conduce a la exploración emotiva, a la sensibilidad artística apoyado en tendencias del arte plástico como exploración transdisciplinar del conocimiento; es así, que el propósito es concretar la expresión visual en una capacidad creadora como ejercicio mental, que conduzca a una comunicación sensorial del ¿Cómo comunicar creativamente? En los años 80 “los usos artísticos del sonido por parte de video artistas, poetas experimentales, performers, compositores y artistas visuales empezaron a etiquetarse bajo el término Sound art...” (José Iges, 2016)²⁹ Lo anterior, permite concluir que el planteamiento puede desplegar nuevas tendencias que comuniquen y se aproximen al arte sonoro y de ésta manera ser inclusivo, abordando el concepto de inclusión”(Bibiana &

Villalobos, 2019)³⁰. Entonces si para un proceso imaginario o explicativo se puede utilizar la música o el sonido, que tal si para la orientación espacial, la movilidad independiente de los niños que apenas están reconociendo y adquiriendo el conocimiento, se utilice algún tipo de sonajero en la manga izquierda o derecha para que el niño empiece a identificar cual es la derecha o izquierda.

Un requisito primordial para que se pueda hablar de accesibilidad en un entorno cultural, artístico o natural es la existencia de contenidos que puedan percibirse táctilmente, de forma directa. En torno a este requisito imprescindible, es posible enumerar los siguientes:

- Disponer de audio guías adaptadas con toda la información precisa, que describa los contenidos táctilmente accesibles.
- Señalización táctil o auditiva y visual adecuada de los accesos, entornos físicos visitables y demás equipamientos de museos, monumentos, rutas guiadas, centros de interpretación y parques naturales o temáticos.
- Información accesible en braille, macro caracteres y auditiva mediante paneles, vídeos, carteleras, folletos, etc.
- Formación del personal que atenderá a los visitantes con discapacidad visual, con pautas que faciliten la interacción con ellos.

¿COMO LO PODEMOS LLEVAR A LA MODA?

TECNICAS DE ESTAMPACION

“Cubriente

Pigmento a base de agua.

100% biodegradable, amigable con el medio ambiente. Perfecto para estampar diseños sobre fondos oscuros con bajo taco.



Gamutex

Con un tacto demasiado suave y esponjoso, el gamutex se destaca por que al calentarse este incrementa su tamaño, generado un efecto bordado o de gamuz

Gamuza (Flock)

El resultado final de la gamuza es un tacto demasiado suave al roce, dando la ilusión de un toque perchado en la prenda.

Beneficios:

1. Novedoso.
2. Muy suave al tacto.
3. 100% biodegradable.

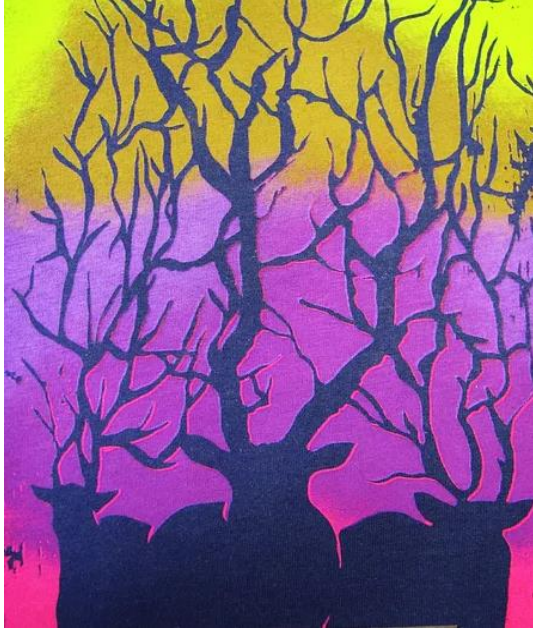


Alta Densidad



Uniendo capa sobre capa de gel y plastisol, se logra un estampado en alto relieve o con efecto 3D, en donde se conserva una altura entre 1.8mm y 4mm para producción."

Corrosión



Evapora el pigmento del color que tiene la tela, dejándola en su tono original, agregando un color nuevo.

Beneficios:

1. Posible para estampar en tonos oscuros sin tacto.
2. Novedoso.
3. Variable en producción según la tela.

Beneficios:

Craquelado

Un pigmento que al estamparse crea una capa sólida que al tacto se quiebra, es un efecto único y especial para niños.

Beneficios:

1. Novedoso.
2. Efecto estimulación infantil.
3. Se quiebra al tacto, estampado de interacción.





Puff

Es la técnica de estampación en donde más relieve se puede alcanzar al aplicarse en una prenda.

Beneficios:

1. Alto relieve
2. Novedoso.
3. Tacto viscoso y resistente.

LANIGRAFIA

Se trata de una técnica que se caracteriza por el manejo de texturas a través de lanas, aplicado al bordado. Permite expresar un acervo cultural, a través de diseños creados entre lanas y arpilleras, elementos fundamentales que dan vida a la práctica.



RECAMADO



Que está hecho en relieve, en especial cuando se ha confeccionado con hilos de oro o plata y perlas u otro tipo de adorno

IMPRESIÓN 3D

Con nuevos tipos de materiales este nuevo tipo de material, va a reinventar la industria textil mediante la invención de ropa totalmente impresa en 3D. La flexibilidad del plástico flexible le permite crear prendas con las formas más inusuales, manteniendo la flexibilidad de la tela.



CONCLUSIONES

Acercar el fashion trend a personas con discapacidad visual es difundir la inclusión además de conseguir la participación de esta comunidad en la sociedad y ponerle valor, son aspectos importantes que debemos tener en cuenta los diseñadores emergentes apelando toda la creatividad para así obtener como resultado propuestas compatibles para este mercado excluido por la moda

LISTA DE REFERENCIAS

Batey, M. (2008). *Brand meaning*. London: Routledge.

Bicchi, A., Buss, M., Ernst, M.O. & Peer, A. (2008). The sense of touch and its rendering. *Springer Tracts in Advanced Robotics* (45).”

Bibiana, L., & Villalobos, P. (2019). *ARTE ACCESIBLE COMO ESPACIO DE MEDIACIÓN PERCEPTIVA PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL*.

Gómez Del Águila, L. M. (2012). Accesibilidad e inclusión en espacios de arte: ¿Cómo materializar la utopía? *Arte, Individuo y Sociedad*, 24(1), 77–90.

https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2012.v24.n1.38044

Llovet Rodríguez, C. (2016). *Revista de Comunicación Vivat Academia*

INVESTIGACIÓN/RESEARCH RAZONES PARA LA EMOCIÓN EN EL CONSUMO DE MODA. *Año XIX N^o, 137*, 57–77.

<https://doi.org/10.15178/va.2016.137.57-77>