



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA**  
**CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de  
Arquitecta de Interiores

**“Resignificación de materiales y su aplicación en el diseño de pasarelas  
de moda”.**

**Autora:** Aguas Lara, Cinthya Nicole

**Tutor:** Fuentes Pérez, Eliska

**Ambato – Ecuador**

**Enero, 2020**

## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema:

**“Resignificación de materiales y su aplicación en el diseño de pasarelas de moda”**, de la alumna Cinthya Nicole Aguas Lara, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, 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, enero de 2020.

EL TUTOR



Eliska Fuentes Pérez

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Resignificación de materiales y su aplicación en el diseño de pasarelas de moda**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Ambato, enero de 2020.

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, reading "Cinthya Nicole Aguas Lara". The signature is written in a cursive style with a decorative flourish above the name. Below the signature is a horizontal dotted line.

Cinthya Nicole Aguas Lara

## DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este 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, enero de 2020

LA AUTORA

A handwritten signature in blue ink, reading "Cinthya Nicole Aguas Lara", written over a horizontal dotted line.

Cinthya Nicole Aguas Lara

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “**Resignificación de materiales y su aplicación en el diseño de pasarelas de moda**”, de Cinthya Nicole Aguas Lara, estudiante de la carrera de Diseño de Espacios Arquitectónicos, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, enero de 2020.

Para constancia firman

---

Nombres y Apellidos

PRESIDENTE

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

---

NOMBRES Y APELLIDOS

MIEMBRO CALIFICADOR

## DEDICATORIA

*Este proyecto está dedicado principalmente a las personas que aman el diseño y el arte, y lo defienden.*

*A todas las personas que decidieron vivir su vida haciendo lo que les gusta, y se atrevieron a disfrutar de su trabajo y su tiempo.*

*A los que confían y apoyan sueños que los demás ven innecesarios.*

*A quienes son felices por ser quién son, y no buscan aparentar para ser buenos profesionales.*

*A aquellos que juzgan con el corazón y los sentidos.*

*Y sobre todo está dedicado a aquellos que pensaron más allá y aman a su planeta y las posibilidades de hacerlo cada día más bello.*

***Nico Aguas Lara***

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a aquellos que traspasaron fronteras con sus ideas y abrieron los sentidos de las personas, por los que hoy, estoy diseñando.*

*Agradezco a mi familia, por darme empujones de responsabilidad con mi carrera. A mi padre, por vivir conmigo en tiempos turbulentos y brindarme confianza en lo que hago.*

*A mi madre por no dejarse vencer y ser obstinada con su cariño. A mis abuelitos que a pesar de su edad están ahí para mí y siempre lo estarán en muchas formas.*

*Con mucho cariño a mis hermanas Janmei, Yuval y Sarita, que han hecho los papeles de amigas, madres, psicólogas, maestras, y mucho más durante toda mi vida. Agradezco a mi familia total, tíos, primos, a mi madrina por su ejemplo.*

*Gracias por amarme y dejarlos amarlos.*

*Agradezco a mis amigas y amigos por comprenderme y vivir conmigo momentos especiales y turbios, a aquellos que se quedaron y a aquellos que se fueron en esta etapa, pero me dejaron algo por lo que crecí. Agradezco a aquellos que me enseñaron a vivir por mí y por los demás.*

*A aquellos profesores que me enseñaron con visión, con destape, y me hicieron ver que no sólo se trata de ser un buen profesional, sino también un buen ser humano. A mi tutora Eliska Fuentes, por demostrarme que se puede tener varios roles en la vida y aun así seguir triunfando con paciencia y carisma.*

*Y lo más esencial y aunque luzca egocéntrico, me agradezco a mi misma por lograrlo y no parar a pesar de los días de cansancio, a pesar de los problemas y los tropiezos de la vida, por secarme las lágrimas y sonreír. ¡Y demostrarle al mundo que se puede estar bien, que no hay excusas para decir no!*

*Amo a mi sobrina, amo a mi hermano. Gracias por hacerlos existir.*

**Nico Aguas Lara**

## ÍNDICE DE GENERAL

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO.....	iii
DERECHOS DE AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE DE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
1.1 Tema: .....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	5
1.2.2 Árbol de problemas.....	12
1.3 Justificación. ....	13
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos .....	14
1.5 Antecedentes de la investigación .....	14
1.6 Fundamentación.....	18
1.6.1 Fundamentación Legal.....	18
1.6.2. Fundamentación axiológica. ....	20
1.6.3. Fundamentación ontológica. ....	21



1.7 Categorías fundamentales. ....	XXII
1.7.1 Redes conceptuales .....	XXIII
1.7.2. Fundamentación teórica .....	25
Materiales.....	45
Uso de los materiales .....	51
Tipos de materiales .....	53
Materiales reciclables.....	53
Eventos de moda .....	78
Tipologías de pasarelas de moda .....	84
Colección de moda.....	90
Características Técnicas.....	91
1.8 Formulación de hipótesis. ....	93
1.9 Señalamiento de las variables. ....	93
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>94</b>
2.1 Método .....	94
2.1.1 Enfoque de la investigación. ....	94
2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.....	95
2.1.3 Nivel o tipo de Investigación. ....	95
2.2 Población y muestra. ....	96
2.3 Operacionalización de variables. ....	CVII
2.3.1 Variable Independiente .....	CVII
2.3.2 Variable Dependiente.....	CVIII
2.4. Técnicas de recolección de datos. ....	109
2.4.1. Plan de recolección de la información .....	110
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>111</b>
3.1 Análisis y discusión de los resultados .....	111
ENTREVISTA 1 .....	111
ENTREVISTA 2 .....	116
ENTREVISTA 3 .....	118
ANÁLISIS DE CASOS .....	122

3.2 Verificación de hipótesis.....	162
<b>CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>170</b>
4.1 Conclusiones .....	170
4.2 Recomendaciones .....	171
C. MATERIALES DE REFERENCIA.....	171
Propuesta:.....	171
BIBLIOGRAFÍA: .....	212

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Reconocimientos internacionales de Al borde.....	99
<b>Tabla 2.</b> Reconocimientos y logros de Cristina Paredes .....	102
<b>Tabla 3.</b> Selección de criterios para el análisis de caso.....	104
<b>Tabla 4.</b> Selección de ejemplos para los análisis de casos .....	105
<b>Tabla 5.</b> Operacionalización de la variable independiente.....	CVII
<b>Tabla 6.</b> Operacionalización de la variable dependiente.....	CVIII
<b>Tabla 7</b> Formulación de incógnitas para el planteamiento de la Entrevista.....	110
<b>Tabla 8.</b> Moncler by Simone Rocha Autumn/Winter 2018/19 show at Milán Fashion Week .....	122
<b>Tabla 9.</b> Raf Simons SS20. ....	125
<b>Tabla 10</b> Edeline Lee Autumn/Winter 2016 show at London Fashion Week .....	130
<b>Tabla 11.</b> Fenty x Puma, Primavera 2018 .....	134
<b>Tabla 12.</b> Delpozo, Fall/Winter 2016-17 .....	139
<b>Tabla 13</b> FENDI Autumn/Winter 2017 (90° Aniversario).....	144
<b>Tabla 14</b> DIOR análisis .....	149
<b>Tabla 15</b> CHANEL ANÁLISIS .....	152
<b>Tabla 16.</b> Mercedes Benz Fashion Night 2019 (Quito) .....	157
<b>Tabla 17</b> Triangulación de datos .....	164

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Triangulación de datos según las variables .....	162
---	-----

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Afiche promocional VIII Jornada de Moda Sostenible “Slow Fashion”.	6
Imagen 2. Modelos de Chanel en el Paseo del Prado, Cuba.	8
Imagen 3. Logo de los productos FuiReciclado.	9
Imagen 4. Pasarela de modas en el Ecuador Fashion Week 2018.	10
Imagen 5. Feria Expo Food & Service 2014, Espacio Riesco. Espacio efímero hecho de planchas de papel reciclado.	16
Imagen 6. Set de pasarela par Marc Jacobs AW14.	17
Imagen 7. “Vivienda triple cero” diseñada por Carly Coulson.	26
Imagen 8. Colores del reciclaje.	29
Imagen 9. Círculo de Möbius.	30
Imagen 10. Símbolo punto verde.	30
Imagen 11. Sala EM Lounge Sports, construida con tubos de plástico reciclados de color verde, por los arquitectos Vaillo+Irigaray.	33
Imagen 12. Decoración hecha con material reutilizado.	36
Imagen 13. Escalera deteriorada transformada en un soporte de ropa.	37
Imagen 14. Regla de las tres erres.	40
Imagen 15. Economía Circular.	41
Imagen 16. Ciclo de Vida de materiales con bajo impacto ambiental.	47
Imagen 17. Diseño y desarrollo del producto desde la sostenibilidad.	48
Imagen 18. Funcionamiento de la gestión de los residuos sólidos urbanos en Malaga.	49
Imagen 19. Escultura compuesta por capas apiladas de tuberías por el artista Yi Chul Hee.	55
Imagen 20. El pabellón de latas diseñado por la firma de arquitectura Young Designers para la Bienal de Urbanismo de Paisaje Bat Yam del año 2008.	55
Imagen 21. Reciclaje textil.	56
Imagen 22. Pabellón de la Universidad de Tokyo por Kohki Hiranuma Architect & Associates realizado con desperdicios de madera de cedro en listones de diferentes secciones.	58

Imagen 23. Mirador / Angus Ritchie + Daniel Tyler. ....	60
Imagen 24. Pabellón de Japón Expo 2000 en Hannover, por Shigeru Ban. ....	62
Imagen 25. Exposición Mármol Levantina por Estudio Rocamora Diseño y Arquitectura, .....	63
Imagen 26. Escenografía (y decorado) para la clausura de la FIFA World Cup (2006)..	65
Imagen 27 SAINT LAURENT FW19 SHOW – Set y diseño por BUREAU BETAK...	66
Imagen 28. S DIOR AW19 SHOW– Set y diseño por BUREAU BETAK.....	67
Imagen 29. Prada FW 2015 Milán “The infinite palace” (Rem Koolhaas) .....	68
Imagen 30. Alexandre de Betak, Diseñador de pasarelas en medio de una producción..	71
Imagen 31. Valoración de un desfile de modas por Christian Siriano. ....	72
Imagen 32. Briefing de la marca de moda Zara.. ....	73
Imagen 33. Desfile de Fendi por Karl Lagerfeld, en la Fontana de Trevi en Roma. ....	75
Imagen 34. Backstage del desfile del diseñador Antonio Berardi, más el mapa de recorrido y looks en orden.....	76
Imagen 35. Portada de la revista Hola para promocionar la temporada de invierno. ....	77
Imagen 36. Desfile Prêt-à-porter Otoño-Invierno 2019/20 de Chanel, Grand Palais en París.....	79
Imagen 37. Desfile de Moschino por Jeremy Scott presentado al front row de Milán....	80
Imagen 38. Acróbatas durante el desfile de alta costura primavera/verano 2019 de Dior en París. Enero de 2019.....	81
Imagen 39. Proyecto EYJAFJALLAJÖKULL , inspirado por la erupción del volcán islandés.....	84
Imagen 40. Desfile de Dior celebrado en el Musee Rodin de París.....	85
Imagen 41 París Fashion Week: Imoni Showroom & Fashion Show.....	86
Imagen 42. Desfile de John Galliano Otoño/Invierno 2007/08. ....	87
Imagen 43. Desfile de Chanel otoño-invierno 2008-2009, en París, con una pasarela unidireccional circular.....	88
Imagen 44. Una modelo drag recorre el desfile de Opening Ceremony SS19. ....	89
Imagen 45. Logos de las marcas de moda más imponentes en el mundo.....	90

Imagen 46. Diagrama de cambio de distancia modelo luz, respecto al cambio de angulo de las luces. ....	92
Imagen 47. De izquierda a derecha: Pascual Gangotena, David Barragán, Marialuisa Borja y Esteban Benavides.....	98
Imagen 48. Dis. Silvia Zeas, diseñadora textil.....	101
Imagen 49. Colección por Simone Rocha.....	123
Imagen 50. Formas y sombras proyectadas en el papel.....	123
Imagen 51. Vista general de volúmenes de papel. ....	124
Imagen 52. Colección menwear.....	126
Imagen 53. Vista general diseño de pasarela. ....	127
Imagen 54. Momento del recorrido.....	128
Imagen 55. Vista frontal de la pasarela.....	131
Imagen 56. Muestra del papel triturado y reciclado.....	131
Imagen 57. Acercamiento de la fusión colección-espacio. ....	132
Imagen 58. Papel resaltando el escenario. ....	133
Imagen 59. Colección FentyxPuma .....	135
Imagen 60. En medio del espectáculo de FentyxPuma.....	136
Imagen 61. Momento del recorrido de la pasarela.....	137
Imagen 62. Arena rosa .....	138
Imagen 63. Colección.....	140
Imagen 64. Desarrollo conceptual.....	141
Imagen 65. Vista del detalle.....	142
Imagen 66. Vista del detalle.....	143
Imagen 67. Acercamiento de la fusión colección-espacio. ....	145
Imagen 68. Acercamiento de la fusión colección-espacio. ....	146
Imagen 69. Vista general de la pasarela.....	146
Imagen 70. La modelo Kendal Jenner asimilando flotar en el agua .....	147
Imagen 71. Vista general del espacio.....	148
Imagen 72. Escenografías para desfiles de moda de la marca Dior.....	151
Imagen 73. Escenografías para la Semana de la Moda de París de la Marca Chanel. ...	155

Imagen 74. Afiche promocional.....	158
Imagen 75. Plaza al aire libre, Scala shopping, Quito .....	159
Imagen 76. Momento del recorrido.....	160



## **RESUMEN EJECUTIVO**

A través del tiempo, el consumismo en el diseño ha afectado la sustentabilidad en el planeta, sobre todo, en el mundo de la moda y sus pasarelas, que son utilizadas por un corto tiempo. Las pasarelas de moda son un conducto publicitario importantísimo para la relevancia de una marca o colección.

El impacto de la investigación radica en brindar soluciones creativas y conceptuales a través de la resignificación de materiales, mostrando un aprovechamiento de recursos materiales y económicos para diseñar estas pasarelas, a través de una propuesta.

La metodología aplicada es de enfoque cualitativo; la modalidad de investigación es bibliográfica, y su nivel es descriptivo y exploratorio. Se analiza conocimiento profesional y casos que implican criterios de resignificación y diseño de pasarelas de moda, previamente analizados.

**PALABRAS CLAVES:** DISEÑO SUSTENTABLE, PASARELAS DE MODA, RESIGNIFICACIÓN, MATERIALIDAD.

## **ABSTRACT**

Over time, consumption in design has affected sustainability on the planet, especially in the fashion's world and its runways, which are used for a short time.

Fashion sets are an important public channel for the relevance of a brand or collection. The impact of the research lays in offer creative and conceptual solutions through the resignification of materials, to take advantage of the use of material and economic resources to design these sets, through a proposal.

The methodology applied is of qualitative approach; The research modality is bibliographic, and its level is descriptive and exploratory. Professional knowledge and cases involving criteria of resignification and design of fashion runways, previously analyzed.

**KEYWORDS:** SUSTAINABLE DESIGN, FASHION SETS, RESIGNIFICATION, MATERIALITY.

## INTRODUCCIÓN

El mundo de la moda ha colaborado con escenografías fuera de serie al aspecto visual y experiencial del público, para presentar sus colecciones de la manera más representativa. Las pasarelas han evolucionado de tal manera que el show debe impactar en medios sociales y de prensa para llamar la atención y definir su éxito. Por tal razón, los recursos materiales y económicos son expuestos a utilizarse de manera ilimitada, hasta lograr el objetivo de hacer un espectáculo inolvidable.

De ahí, radica el uso indiscriminado de materiales para montar los escenarios de los desfiles que suelen ser de corta duración. El análisis conceptual o mediático está más al tanto de los criterios de diseño, que el análisis sustentable o ecológico.

Existen varios métodos y formas de poder resignificar un material y luego darle su debido retorno, aunque las empresas, casas, marcas y firmas grandes de moda, optan por utilizar nuevos y luego desecharlos, debido a que tienen posibilidades económicas. Frente a esto, aquellos que aún no tienen posibilidades extremas, se pierden en la cobertura mediática. Con esto, la mayoría olvida las posibilidades sustentables de poder realizar una pasarela y no darle solo un significado simbólico, sino también social y ambiental.

# CAPÍTULO I

## 1.1 Tema:

Resignificación de materiales y su aplicación en el diseño de pasarelas de moda.

## 1.2 Planteamiento del problema.

Actualmente existe mucha relación cooperativa entre el diseño y la sostenibilidad, al igual que la economía, la sociedad y sobre todo la responsabilidad. En estos años se ha visto al mundo del diseño como irresponsable y superficial, aunque hay varias personas y empresas que están intentando cambiar esta perspectiva. El mundo de la moda es uno de los más influyentes al igual que consumista. Determinado por los recursos económicos tanto del usuario, como del creador o el empresario, que realiza lo necesario para promocionar su producto, como desfiles de moda y pasarelas. Según el director de la Cía. Paulista<sup>1</sup> de la Moda:

Los desfiles de moda no solo son ventanas para la exposición de las prendas, también pueden ser una herramienta eficaz para potenciar las marcas frente a una coyuntura económica difícil, actualmente las semanas de moda pasan por grandes problemas financieros, en el mundo. Y en los últimos 10 años, las marcas dejaron de hacer sus desfiles de forma conceptual y empezaron a hacerlas de forma comercial. (Fonseca, 2016, s.p)

Se refleja un problema financiero ya que toda la inversión para presentar la colección en una pasarela de moda es pasajera, pues el evento no pasará de pocos minutos y la colección de pocos meses. Verino (2016), diseñador de moda explica: “Una pasarela no es gratis, se requieren muchos recursos económicos y mentales, recursos que a veces no consiguen su necesario retorno, especialmente si pensamos en la atención a nuestros clientes”

---

<sup>1</sup> Paulista: El término paulista es utilizado mayormente como gentilicio del Estado de São Paulo

Todos los materiales y objetos que no retornan se convierten en un problema ambiental, al igual que su gasto económico, comparado con el tiempo que se utilizan, ya que tanto la moda como el espacio son efímeros. Acotando el problema de crisis para ciertas marcas hoy en día versus aquellas que tienen recursos casi ilimitados para publicitarlas.

Marcas como Viktor & Rolf, o diseñadores como Cynthia Rowley, han decidido optar por shows en línea, para llegar a un mayor número de público y reducir costos, pero se quitan exclusividad frente a las pasarelas de marcas millonarias y de prestigio que tienen las posibilidades para enfrentar gastos y usar recursos. Según revelaba Duffy (2011), presidente de Marc Jacobs<sup>2</sup>: “Un desfile de 10 minutos cuesta cerca de un millón de euros” (s.p).

Hablando de pasarelas en donde la exclusividad y el lujo viene desde la lista de invitados, pero donde el diseño ético y sostenible es dejado de lado, pues el desperdicio de recursos es incontrolado.

El escoger un diseñador para que imagine y conceptualice la pasarela acorde a una colección no es muy solicitado localmente, muchas veces el presupuesto es un gran factor para eso. Algunos diseñadores ignoran o desconocen los materiales alternativos en la producción y montaje de estos espacios que vienen siendo efímeros. Sobre todo, materiales y objetos que puedan ser reutilizados para tener una concordancia con la falta de recursos económicos y ética profesional.

Se ha cambiado a una nueva época en la que el diseño ha dado un giro económico, ya que nos encontramos en una etapa de recesión en la cual un gran número de diseñadores deciden reestablecer sus creaciones con la reutilización de objetos. (Mar, 2011)

---

<sup>2</sup> Marc Jacobs: Diseñador de modas y marca registrada a mediados de los 80's.

La resignificación y reutilización de materiales y objetos no solo tienen una medida económica sino responde desde un punto de vista sostenible dando un aporte más al diseño y cumpliendo requisitos ecológicos como reducir, reciclar y reutilizar. Es necesario muchas veces, tomar al diseño con consciencia por varios patrones ambientales que se han venido dando.

Los residuos se han convertido en un problema hoy en día, han aumentado en la medida en que los patrones de consumo han cambiado y aumentado, produciendo contaminación, afectando la salud de las personas y del planeta, generando minoría de recursos en la materia primera forzado lo que la propia naturaleza puede generar. (Mar, 2011, pág. 1)

Se determina el gasto excesivo de recursos, lo cual afecta al medioambiente, quitando al planeta en lugar de dar, contaminando y cambiando el clima, es decir, dejando un hogar cada vez más menos habitable. Dentro de esto, los medios no serán suficientes en un tiempo, necesitando alternativas dentro de un sistema sostenible, que incluye tratar de no desperdiciar sobre todo tantos recursos naturales.

Hoy, aún con la mitad de la humanidad situada por debajo del umbral de pobreza, ya se consume un 20% más de lo que la Tierra consigue renovar. Si la población del mundo consumiera como los estadounidenses, se necesitarían otros tres planetas iguales a éste para garantizar productos y servicios básicos como agua, energía y alimentos a todo el mundo. Como evidentemente es imposible disponer de otros tres planetas como la Tierra, la única salida es que todos adoptemos patrones de producción y consumo sostenibles. (Ribó, 2012, pág. 2)

### 1.2.1 Contextualización

El mundo de la moda y del diseño de espacios están estrechamente relacionados, siendo fascinante la composición artística que tienen ambos, esta conexión única se da de la mano para beneficiarse y producir su causa. El escenario donde se exponen colecciones de moda es en definición un proyecto de diseño arquitectónico, en donde se torna el marco de la colección misma.

El diseño de una pasarela es una parte importante de los desfiles, no solo por el hecho de que en ellos se desarrolle el acto en sí, también porque le dan refuerzo al tema que la marca está proponiendo para su colección y porque, por supuesto, si se crea una escenografía fuera de lo normal, habrá más fotografías en internet y revistas de ella, promocionando al diseñador. (Piñon, 2014, pág. 2)

El espacio expositivo de la colección es un componente muy importante para que el diseñador de moda refleje su concepto y lo refuerce. Una pasarela puede ser desde un sencillo espacio neutro hasta una fantástica experiencia multisensorial, creada con materiales y superficies infinitas que no necesariamente deben ser excesivamente costosas o desperdiciadas. De ahí nace varias alternativas que los mismos diseñadores han utilizado.

En Barcelona cada año se realiza el “Slow Fashion Spain<sup>3</sup>” (*Imagen 1*), plataforma de moda sostenible encargada de coordinar el Fashion Revolution Day<sup>4</sup> en España, donde se celebra ya la VIII Edición de Jornada de Moda Sostenible. Uno de los ejemplos de la colaboración moda, espacio y sostenibilidad.

---

<sup>3</sup> Slow Fashion: O moda sostenible, es una filosofía de consumo responsable de ropa.

<sup>4</sup> Fashion Revolution Day: Es una iniciativa liderada por mujeres que quieren promover una industria de la moda medioambiental y socialmente sostenible.



Imagen 1. Afiche promocional VIII Jornada de Moda Sostenible “Slow Fashion”.

Fuente: (Slow Fashion Next, 2019)

Este tipo de colaboraciones aumentan con el tiempo, se celebran eventos como el Helsinki Fashion Week en Finlandia, Neonyt Fashion Show en Berlín, Nakshi Fashion Week en Londres o el Undress Runways<sup>5</sup> en Australia. Estos eventos presentan colecciones razonables, dónde incluso se presentan premios hacia la moda sostenible.

De igual manera se ha dado importancia al reuso y la resignificación de materiales dentro del mundo del diseño en sí, se realizan workshops como “Diseño creativo de mobiliario reutilizando y transformando materiales de desecho -primer encuentro: papel y cartón” organizado por Retrain<sup>6</sup> en asociación con MAKAGREEN BCN<sup>7</sup>, despachos de arquitectura como PENDA, empresas como ECO-LOGIC, entre otros, usan a la resignificación como un recurso de diseño, pero aunque se reinvente en ciertos espacios u objetos, el uso de esa resignificación en pasarelas de moda es muy básico y en su mayoría inexistente.

---

<sup>5</sup> Runway: Expresión en inglés determinada para pasarela, también similar a “catwalk”.

<sup>6</sup> Retrain: Industria manufacturera anónima.

<sup>7</sup> MAKAGREEN BNC: Entidad firmante del Compromiso ciudadano por la Sostenibilidad



Algunos diseñadores de moda buscan la manera de hacer prendas ecológicas y éticas, pero olvidan que el espacio de pasarela dónde las presentan también debe serlo, incluyendo al uso de recursos económicos. Marcas de proyección internacional como Chanel<sup>8</sup> y Louis Vuitton<sup>9</sup>, debido a la crisis de la Moda mundial invirtieron cifras millonarias en sus desfiles, para no perder su posición como las dos principales marcas del planeta" (Fonseca, 2016).

Verino (2016), relata que al pasar de varios años, cree que las pasarelas brindan mayor sentido a las marcas de implantación internacional y con recursos disponibles. Por eso muchos medios como las redes sociales se convierten en la publicidad de la marca.

La moda latinoamericana está siendo exportada y las grandes marcas europeas las cuáles se interesan en Latinoamérica como sede y centro de moda. Una exhibición de una colección cotizada en estos lugares significa el interés del mundo global hacia ese país. Entre varios, Chanel eligió a la capital cubana para su primera pasarela en Latinoamérica y dar a conocer su colección "Crucero" 2016-2017 cómo se lo puede observar en la *Imagen 2*, cargada de referentes a la cultura de esta isla del Caribe como sus sombreros jipijapa, tabacos y vehículos antiguos. Este espectáculo de moda y lujo a cargo del diseñador y artista alemán Karl Lagerfeld, se convirtió en una inesperada alfombra roja en un país que atrae cada vez más turistas.

---

<sup>8</sup> Chanel: Casa de modas francesa, fundada en París por la diseñadora Coco Chanel, en 1910.

<sup>9</sup> Louis Vuitton: Empresa francesa de marroquinería de lujo fundada en 1854 por Louis Vuitton.



*Imagen 2. Modelos de Chanel en el Paseo del Prado, Cuba.*

**Fuente:** (Ramón Espinoza, 2016)

Pero, incluso con recursos locales, la marca internacional ha hecho una gran inversión. Si bien la moda se está integrando con fuerza en Latinoamérica, la sostenibilidad tanto en las pasarelas de moda como en los espacios efímeros no son tomados mayormente desde su economía y ecología, pocos materiales u objetos son retomados para un nuevo uso. Aunque se ha optado por integrar otros aspectos, existe una menor medida de reúso de material en el continente versus países de mayor proyección ambientalista como, por ejemplo, los países nórdicos. Y la comparación de inversión económica de una pasarela con otra es notable.

El valor de la pasarela debe ser no solo económico sino artístico e imaginativo, y sobre todo con una cultura ecuatoriana rica en posibilidades de diseño, hay que buscar alternativas para crear pasarelas que permitan reflejar el hilo artístico de la colección más el espacio donde se exhibe, aprovechando mayoritariamente todos los recursos, así como ya se lo hace en Argentina y Colombia.

En Ecuador, el interés y las propuestas de ecodiseño han aumentado, se han realizado stands, espacios efímeros, obras de arte, ropa, objetos, entre otros con la ayuda del reúso de materiales. El país cuenta con muchos recursos y opciones que se pueden

utilizar técnicamente como materiales para crear una pasarela de experiencia artística. Incluso, hay empresas destinadas a reciclar, recolectar y reusar materiales para diseñar accesorios de larga vida como “FuiReciclado” (*Imagen 3*).



*Imagen 3. Logo de los productos FuiReciclado*

Fuente: (Fuireciclado ISSU, 2014)

El diseño de las pasarelas en Ecuador no es muy conceptualizado, especialmente debido a que se presentan varios diseñadores y estilos en un mismo lugar. En algunas ocasiones por falta de presupuesto y en otras por falta de interés en el espacio, pues la mayoría de diseñadores de moda dan prioridad a la presentación de la colección, y no prestan mayor atención a la fachada que dará la pasarela, aunque es de suma importancia.

Alvarado (2018) en un artículo de la prensa ecuatoriana, muestra en su título “Diseñadores locales frente a 3 desafíos” el contexto en que se desarrolla la moda en Ecuador en donde es sus entrevistas se refleja la situación: La docente y coordinadora de diseño de modas de la Universidad San Francisco de Quito, indica que, en Ecuador hay un problema general en la industria. Asegura que los empresarios textiles no están enfocados en la producción de telas e insumos de moda, y la importación de implementos resulta muy costosa para los productores de vestimenta y diseñadores.

Entonces, las marcas se mantienen como empresas pequeñas, que trabajan principalmente en prendas bajo pedido para sus clientes y que, por lo general, no crean grandes colecciones.

Lo anterior provoca que la mayoría de marcas de diseñador ecuatoriano no estén interesadas en pagar por la participación en un desfile. La producción de una pasarela de moda para una sola marca o diseñador puede superar los USD 22 000, de acuerdo con Pietro Polít, productor de eventos de moda y director de DIS Management. En un evento para varios diseñadores, indica Polít, se pueden dividir los costos de producción, comunicación, invitados internacionales y más consideraciones.

Sin embargo, el país ha estado elevando su interés en el mundo de la moda, los Fashion Week en Ecuador han subido de nivel, y los diseñadores se han ido incrementando en gran medida, usualmente se celebran en los Centros de Convenciones, Casas de Cultura, Centros Comerciales, entre otros. También el país se ha integrado en eventos de moda mayores en Sudamérica. Así vemos como es de importancia un buen diseño de pasarela para integrar al país en el mundo de la moda y dar buena competencia.

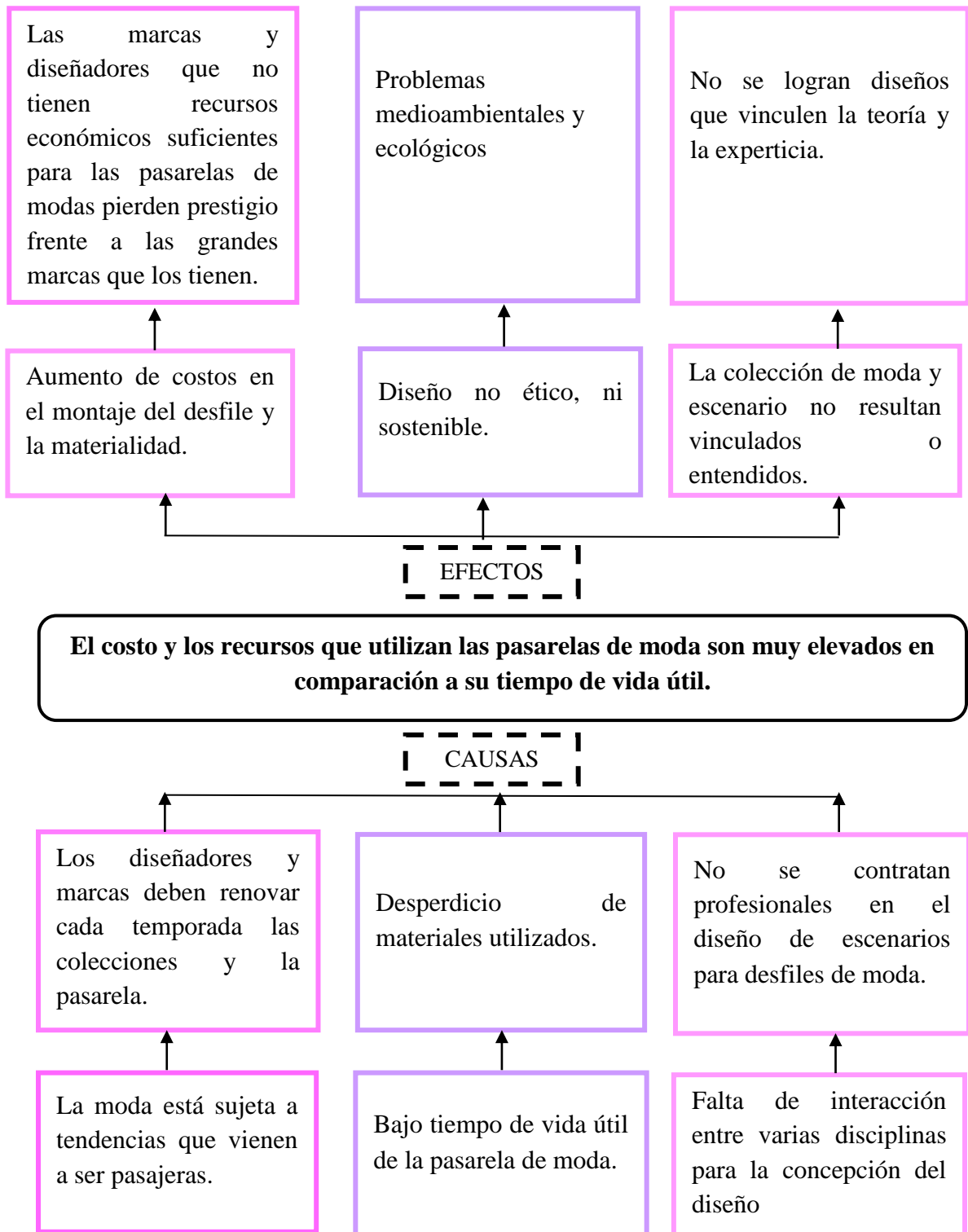


*Imagen 4. Pasarela de modas en el Ecuador Fashion Week 2018.*

Fuente: (Parada Juvenil, 2018)



### 1.2.2 Árbol de problemas.



### **1.3 Justificación.**

Se plantea la resignificación para darle un nuevo sentido y uso a sus componentes, tratando de evitar la gran contaminación, que se genera diariamente en varios países, debido al desperdicio de recursos. La importancia del proyecto radica en que se da una opción a los diseñadores para utilizar los recursos materiales de manera sostenible para proponer el diseño de pasarelas de moda, creando escenarios conscientes que aporten a la ecología del planeta, además de ser espacios experienciales para los espectadores.

Por otro lado, el interés que brinda una pasarela de moda para el diseñador y su público objetivo, es que, ayuda a presentar la colección de las prendas de forma atractiva y sugerente, en coherencia con la idea y el estilo que el diseñador desee transmitir, siendo necesario una colaboración entre ambas ramas para presentar el diseño multidisciplinario. Con esto, los beneficiarios serían los diseñadores tanto de modas como de espacios, pues se necesitarán mutuamente para promocionar su trabajo. Sobre todo, porque estos espacios que vienen a ser efímeros concurrentemente son rediseñados, montados y desmontados, y por lo tanto se necesita economizar, sin olvidar que la funcionalidad y la apariencia del resultado debe ser de calidad y creativo, ya que, estas pasarelas decidirán el futuro de la marca y el diseñador de modas, con esto radica el impacto social.

La investigación también produce un impacto ambiental, ya que se estudia las características del material para que tenga un apropiado retorno a la naturaleza y pueda ser reutilizado. De esta manera, el medioambiente y el ser vivo también vienen a ser beneficiarios de este tipo de proyectos.

## **1.4 Objetivos.**

### **1.4.1 Objetivo general**

Analizar la resignificación de materiales para aplicarlos en el diseño de pasarelas de moda.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Identificar los nuevos usos de los materiales a través de los criterios de resignificación.
- Determinar factores técnicos de diseño de pasarelas de moda mediante análisis de casos.
- Plantear una propuesta de diseño de pasarelas de moda utilizando como recurso a la resignificación de materiales.

## **1.5 Antecedentes de la investigación**

Especificando el análisis del tema, las referencias y los autores involucrados en investigaciones similares, se comparó la información respecto a la reutilización y resignificación de materiales, además como esto se relacionaría con el montaje y diseño de pasarelas de moda como espacios efímeros y escenografías, todo esto resumido como diseño sustentable.

Según Echeverría (2017), en donde en su proyecto utilizó desperdicios de madera para crear muebles decorativos, explica que, dentro del diseño sustentable y la reutilización, uno de los mayores problemas son los desperdicios o residuos de material, que no se reciclan, ni se reutilizan a mayor escala en el país, causando un daño ambiental. Apoyando en que el diseño tiene que ir más allá tomando en cuenta al



ambiente y la sociedad, Navarrete (2013), en su investigación verifica que es tarea de un diseñador el pensar y lograr un producto de diseño menos agresivo con el medio ambiente, sus recursos naturales, disminuyendo desperdicios y reduciendo el consumo energético en todas sus fases de construcción.

Tomando a la pasarela como una escenografía, y a la escenografía como arquitectura efímera, “Es un espacio que se monta, se desmonta y es auto portante. Es la continua transformación que se adapta a las necesidades inmediatas del lugar donde está colocado. La arquitectura definida como transformación.” (Pérez, 2014, pág. 17). Afirma la diseñadora en su trabajo investigativo acerca de espacios efímeros.

Esto es muy conveniente para la investigación ya que el material tendrá que adaptarse a la necesidad, así como en la temática, tema, fecha, tipo de programa, época, etc. Transformando al espacio tantas veces sean necesarias.

Se toma como un referente a LatinARQ, es una empresa que tiene como principio desarrollar proyectos sustentables de construcciones efímeras cómo se muestra en la *Imagen 5*. Es en este último acercamiento, expresado en la línea “LITE de LatinARQ”, donde ha destacado la singularidad de la empresa.

Utilizando materiales hechos a base de papel reciclado y fibra natural, han dado lugar al diseño y construcción de un sin número de exhibiciones, congresos y eventos que se desarrollan durante todo el año bajo el alero de campañas publicitarias o presentaciones itinerantes de carácter cultural. (Equipo Editorial, 2015, pág. s.p.)



*Imagen 5. Feria Expo Food & Service 2014, Espacio Riesco. Espacio efímero hecho de planchas de papel reciclado.*

Fuente: (LatinARQ, 2015)

Tenemos una mezcla de sustentabilidad y también interculturalidad para un espacio efímero, El Equipo Editorial de LatinARQ (2015), explica que uno de sus proyectos es la construcción del Portal de Carbono Neutral exhibida en el concierto de Pearl Jam en Santiago para la productora Lotus, que fue instalada nuevamente en Sonar Sound y Lollapalooza 2016.

Todo esto se resume en el ahorro económico y su importancia en el diseño, dando nuevas opciones para el montaje de pasarelas de moda y su aporte con los diseñadores y las marcas dentro de este mundo. (León Morán & Rosa Sierra, 2015) en la revista “Legado” de investigación de posgrados mencionan que la conceptualización de escenarios que propicien el desarrollo sostenible en aspectos económicos, a través de espacio y materialidad, parte en la aplicación de modelos sistémicos y de la integración de otras formas de trabajo en el proceso de diseño.

Existen varios referentes que trabajan en concepto y contexto con marcas de diseño de moda, habiendo alcanzado renombre dentro de esta industria. No solo han innovado el diseño de la pasarela, sino su percepción e importancia al momento de publicitar una marca o diseñador.

Algunos de los más reconocidos diseñadores de pasarela (quienes también se dedican al diseño de escaparates, entre otras cosas) son Stefan Beckman y Alexandre de Betak, encargados de las escenografías de marcas como Marc Jacobs, Dior, Rodarte, Hugo Boss, Alexander Wang y muchos otros más. (Piñon, 2014, pág. 12)



*Imagen 6. Set de pasarela par Marc Jacobs AW14.*

Fuente: (Architecturaldigest, 2014)

Hemos abarcado aspectos, como reutilización relacionado con el diseño sustentable, la escenografía como espacios efímeros, y la pasarela como escenografía, y todo esto relacionado visto como un ahorro económico.

## **1.6 Fundamentación**

### **1.6.1 Fundamentación Legal.**

Para que una investigación sea viable, es necesario sobrellevar un marco legal que condicione y fundamente nuestro proyecto, es por eso que se ha tomado en cuenta las siguientes normativas:

#### **Ley de gestión ambiental**

Art. 2. La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

#### **Ley de prevención y control de la contaminación ambiental**

Art. 14.- Las personas naturales o jurídicas que utilicen desechos sólidos o basuras, deberán hacerlo con sujeción a las regulaciones que al efecto se dictará. En caso de contar con sistemas de tratamiento privado o industrializado, requerirán la aprobación de los respectivos proyectos e instalaciones, por parte de los Ministerios de Salud y del Ambiente, en sus respectivas áreas de competencia.

Art. 15.- El Ministerio del Ambiente regulará la disposición de los desechos provenientes de productos industriales que, por su naturaleza, no sean biodegradables, tales como plásticos, vidrios, aluminio y otros.

#### **Norma Ambiental Ecuatoriana**

Anexo 6

Norma de Calidad Ambiental para el manejo y la disposición final de desechos sólidos no peligrosos.

### 2.31. Reciclaje

Operación de separar, clasificar selectivamente a los desechos sólidos para utilizarlos convenientemente. El término reciclaje se refiere cuando los desechos sólidos clasificados sufren una transformación para luego volver a utilizarse.

4.1.19. La entidad de aseo deberá implantar sistemas de recogida selectiva de desechos sólidos urbanos, que posibiliten su reciclado u otras formas de valorización.

4.4.8 Todos los edificios de viviendas, locales comerciales, industriales y demás establecimientos, que se vayan a construir, deberán disponer de un espacio de dimensiones adecuadas para la acumulación y almacenamiento de los desechos sólidos que se producen diariamente.

4.4.12. A partir de la vigencia de esta Norma, toda edificación para uso multifamiliar, institucional o comercial y las que la entidad de aseo determine, tendrán un sistema de almacenamiento colectivo de desechos sólidos.

4.5.5 Los desechos sólidos compactados que se presenten para recolección deben cumplir las exigencias contenidas en la norma.

### **Normas generales para la recuperación de desechos sólidos no peligrosos**

El reúso y reciclaje de desechos sólidos tiene dos propósitos fundamentales:

- a) Recuperación de valores económicos y energéticos que hayan sido utilizados en el proceso primario de elaboración de productos.
- b) Reducción de la cantidad de desechos sólidos producidos, para su disposición final sanitaria

## **Ordenanza municipal reguladora del uso del espacio público para la expresión de las artes, así como para difusión de información cultural.**

Artículo 4.- Espacios de Libre Acceso o Espacio Común- Son aquellos espacios urbanos y rurales, de frecuente circulación ciudadana, que se crearen o identificaren para ser intervenidos de manera directa por las y los artistas. Espacios que por su condición estén bajo la responsabilidad del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

### **1.6.2. Fundamentación axiológica.**

El diseño debe dar pie al desarrollo humano, enfatizando que su fin es el usuario. El hombre tiene que buscar brindar a otro disfrutar de una buena vida, generándole un buen ambiente y dejando los recursos necesarios para su habitabilidad en el planeta. Y una de las maneras es pensar en el daño ambiental, ya que sin planeta tampoco hay vida.

De esta manera surge el realizar diseños centrados en valores, capaces de fomentar cuidado y consciencia ambiental de alguna manera. Pensar en la concepción de la pasarela no solo desde su organización o estética, sino también como algo que involucra un todo. El diseñador como actor, debe pensar en la trascendencia que otorga y recordar que sus decisiones afectan no solo a la persona, sino también a los procesos en contra del medio ambiente.

Incluir la resignificación o la reutilización dentro de un diseño aporta a un movimiento sostenible, aparte de que manifiesta una menora económica en un proyecto efímero como lo es una pasarela, asimilando soluciones en la crisis económica y el malgasto de recursos. Con esto, dejamos a la pasarela un valor más allá de lo superficial, poniendo prioridades y recordando lo que deberíamos realmente expresar, pues “No se trata de nuestras reacciones personales, subjetivas, sino de nuestras ideas, y no de las particulares de cada cual, sino de las que rigen el pensamiento de todos los hombres. Con ellas hay que contar para saber lo que es valioso o no” (Marín, 1976, pag.15).

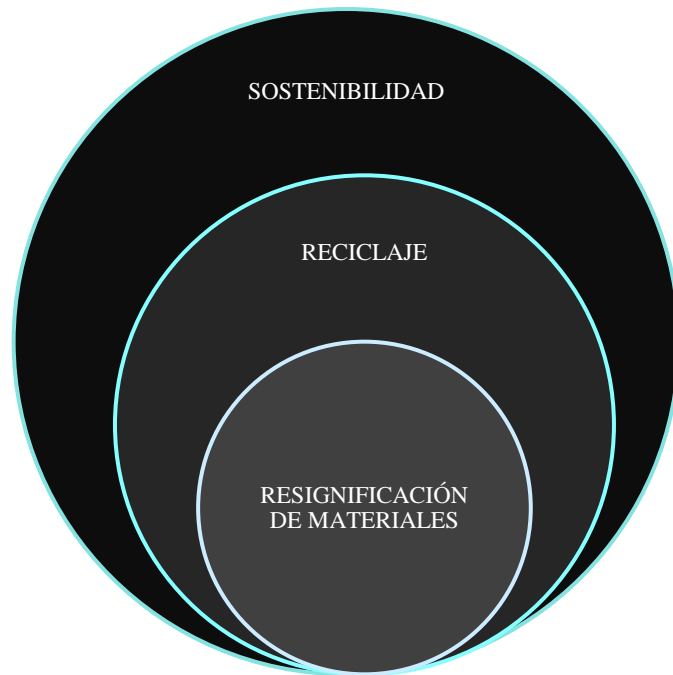
### **1.6.3. Fundamentación ontológica.**

La presente investigación está fundamentada en un pensamiento crítico propositivo de tipo cualitativo que tiene como objeto crear pautas para resignificar materiales comunes y de construcción para crear una pasarela de moda.

A pesar de que una pasarela es temporal, su diseño sigue siendo importante e influenciador en la imagen de la propia marca de ropa o el diseñador. Esto es muy conveniente para la investigación ya que el material resignificado tendrá que adaptarse a la necesidad, así como en la temática, tema, fecha, tipo de colección, época, etc. Transformando al espacio tantas veces sean necesarias.

Todo esto se resume en el ahorro económico y la importancia de la resignificación en el diseño, dando nuevas opciones para el montaje de las pasarelas, donde se realiza un análisis de varios factores no solo estéticos, sino sociales, culturales, entre otros. León, M.; Rosa, A. (2015) sustenta que la conceptualización de escenarios que propicien el desarrollo sostenible en aspectos económicos, a través de espacio y materialidad, parte en la aplicación de modelos sistémicos y de la integración de otras formas de trabajo en el proceso de diseño.

## 1.7 Categorías fundamentales.



Variable Independiente

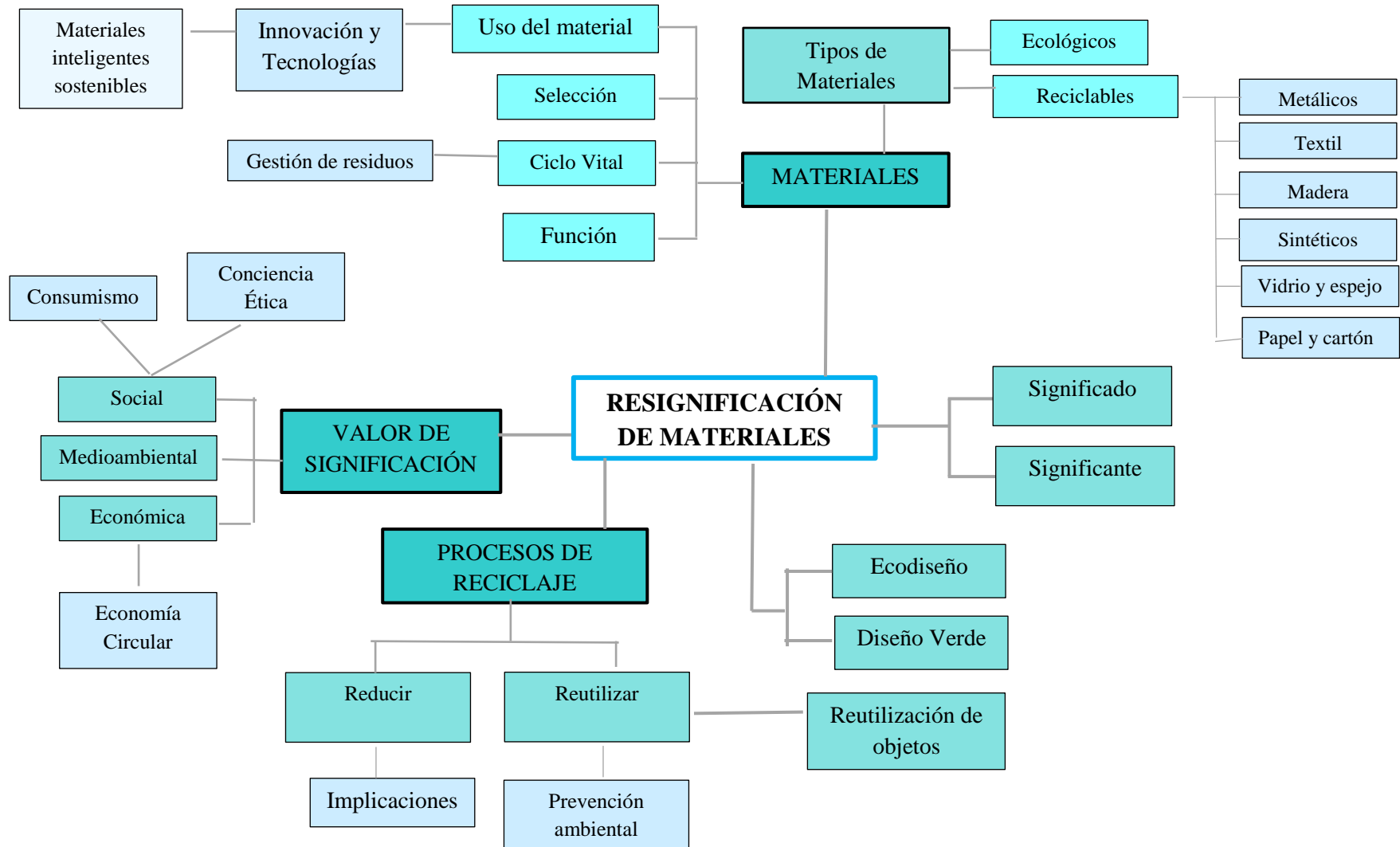


Variable Dependiente



### 1.7.1 Redes conceptuales.

#### Variable Independiente





## **1.7.2. Fundamentación teórica.**

### **1.7.2.1. Variable Independiente**

#### **Sostenibilidad**

El desarrollo sostenible discutido en la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo por la Organización de las Naciones Unidas (1987), se definió como: “aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.” Además de la definición de las Naciones Unidas, lo que también está muy discutido es que el desarrollo sostenible es un concepto amplio que implica ser ambientalmente responsable, económicamente inclusivo y socialmente justo. “Son tres rubros sobre los cuales el concepto de sustentabilidad se apoya: ambiental, económico y social. Hace pocos años algunos pensadores y teóricos decían que también hay que incluir el pilar cultural para tener un panorama completo”. (Borges, 2014, pág. 4).

La preocupación global en aumento de los problemas ambientales como el cambio climático, la contaminación y la pérdida de biodiversidad, y tal como los problemas sociales que tienen que ver con la pobreza, salud, trabajo, seguridad y desigual han dado paso a que la sostenibilidad sea un enfoque para la industria y el gobierno.

La sostenibilidad debe pensar y sustentarse en el futuro, la innovación de productos en cambio piensa en servicios que encajen en este futuro tal como ellos; esto debe cumplirse con un proceso de vinculación de las personas, el planeta y las ganancias, uniéndose para cumplir una expectativa social y una repartición equitativa de valor en la cadena global. Es decir, la innovación debe tener la capacidad de cargar con la responsabilidad de los ecosistemas.

La consciencia en la búsqueda de nuevas alternativas, ese factor que aporte soluciones óptimas, a partir de materiales no convencionales y tecnologías existentes en

el medio, con la finalidad de encontrar nuevos usos, y disminuir el impacto ambiental, generando simultáneamente espacios respetuosos con el contexto.

### Diseño Sustentable

“El diseño sustentable, es la filosofía de diseño de los objetos físicos, el entorno construido y los servicios para cumplir con los principios de sostenibilidad ecológica, económica y social”. (Coral, 2010, pág. 5). El diseño mejorado de productos y objetos en donde se aplica principios de sostenibilidad, esta es una herramienta funcional y útil para las industrias, empresas y gobiernos que contribuye a disminuir sus inquietudes respecto a problemas ambientales y sociales se refiere tal y como se muestra en la *Imagen 7*.

El diseño de productos sostenibles, también conocido como Diseño para la Sostenibilidad o D4S, incluyendo el concepto más limitado del eco diseño, es una manera reconocida a nivel global de trabajar en las empresas para mejorar la eficiencia, la calidad del producto y las oportunidades del mercado (a nivel local y de exportación) mientras que al mismo tiempo se mejora el rendimiento ambiental. (Delft, 2007, pág. 21)



*Imagen 7. “Vivienda triple cero” diseñada por Carly Coulson*

Fuente: (Palou, 2018)

En varias vías de desarrollo y sus economías, debido a la gran conciencia acerca del potencial de la eficacia y de las preocupaciones ambientales, el diseño sostenible se conecta con otros métodos y conceptos considerados amplios como la mezcla de

materiales y productos, además de la innovación de sistemas, el servicio y otras herramientas que involucran el ciclo de vida. Así, Montejano (2017) menciona que un diseño sostenible se trata de realizar productos, estrategias y servicios que cumplan con su fin principal y con un impacto socio-ambiental, cabe recalcar que de ésta manera el consumidor es cada vez más exigente sintiéndose mal si consume algo que pueda tener un impacto negativo. Las empresas han rediseñado gran parte de sus productos para que llegue al consumidor y reste reacción con una conciencia tranquila

### **Reciclaje**

Según Nuñez (2018): “El reciclaje es el arquetipo de la resignificación en la estructura de sentidos, el reciclar al igual que la reducción y reutilización, son resignificaciones de las realidades” (p. 2). Tiene un papel primordial dentro de la sostenibilidad que minimiza mucho más el uso de materiales. Reciclar busca minimizar la huella de impacto ambiental que se genera en el consumo de un producto. “El reciclaje es un proceso donde las materias primas que componen los materiales que usamos en la vida diaria como el papel, vidrio, aluminio, plástico, etc., una vez terminados su ciclo de vida útil, se transforman en nuevos materiales”. (ConcienciaEco, 2012, pág. 1)

Reciclar es uno de los métodos más fáciles para disminuir el Calentamiento Global porque generamos menos desperdicio y contaminación. No solo aporta ambientalmente, sino también económicamente, ya que al reciclar se reduce el gasto de materias primas tanto como la energía que se utiliza. Entonces, el reciclaje tiene los siguientes beneficios según (ConcienciaEco, 2012)

- El reciclaje no sólo beneficia al medio ambiente, sino que también es una buena opción para la economía de un país o región, generando empleos verdes. Según el informe de la fundación Amigos de la Tierra.
- Reduce la necesidad de los vertederos y la incineración

- Ahorra energía y evita la contaminación causada por la extracción y procesamiento de materiales primas.
- Disminuye las emisiones de gases de invernadero que contribuyen al cambio climático global
- Conserva los recursos naturales como la madera, el agua y los minerales
- Ayuda a sostener el medioambiente para generaciones futuras.

### Colores del reciclaje

Existen varios colores de reciclaje y separación de residuos, pero los primordiales para obtener material, según (Info-reciclaje, s.f.) Son:

- Color azul reciclaje (papel y cartón):

En este contenedor de color azul, se deben depositar todo tipo de papeles y cartones, que podremos encontrar en envases de cartón como cajas o envases de alimentos. Periódicos, revistas, papeles de envolver o folletos publicitarios entre otros, también se deben alojar en estos contenedores.

- Color amarillo reciclaje (plásticos y latas):

En los contenedores amarillos se deben depositar todo tipo de envases y productos fabricados con plásticos como botellas, envases de alimentación o bolsas. Las latas de conservas y de refrescos también tienen que depositarse en estos contenedores, siendo este último, uno de los principales errores a la hora de reciclar.

- Color verde reciclaje (vidrio):

En este contenedor se depositan envases de vidrio, como las botellas de bebidas alcohólicas. Importante no utilizar estos contenedores verdes para cerámica o cristal, ya que encarecen notablemente el reciclaje de este tipo de material.

En la medida de lo posible, se debe eliminar cualquier tipo de material como tapones de corcho, metales o papel que puedan contener las botellas o envases y así es como se ha generado una tabla que indica en resumen una correcta clasificación de los residuos (*Imagen 8*).



*Imagen 8. Colores del reciclaje*

Fuente: (Inforeciclaje, s.f.)

### Símbolos del reciclaje

Los símbolos del reciclaje nos ayudan distinguir si un producto o material es reciclable o no, y nos muestra el material del que fueron hechos.

### Círculo de Möbius

Considerado el símbolo internacional del reciclaje (*Imagen 9*), y representa los tres procesos que son el recoger el residuo, procesarlo, y darle un nuevo uso o proceso.



*Imagen 9. Círculo de Möbius*

Fuente: (Inforeciclaje, s.f.)

### Símbolo de punto verde

Indica que quién fabricó este producto cumple con la Ley de Residuos. “Los productos y envases que llevan el símbolo del punto verde (*Imagen 10*) pueden ser envases metálicos, envases tipo Brik, fabricados con plástico, cartón, papel o vidrio”.



*Imagen 10. Símbolo punto verde*

Fuente: (Inforeciclaje, s.f.)

### **Resignificación de materiales**

La resignificación viene a suponer el procedimiento mediante el cual se le da a algo una nueva orientación. La resignificación es un procedimiento que busca encontrar un significado nuevo, alternativo, o un cambio en el panorama contextual de algo que ya posee antes un previo significado. Se emplea como forma de reubicar o re-orientar el sentido de algo cuyo significado ha tomado nuevas características en un contexto determinado incluso hasta fuera de él mismo.

El concepto de resignificación y la inclusión del prefijo RE, permite validar el término que hace referencia a volver a significar. Suele utilizarse para agregar un nuevo significado a algo que previamente ya poseía otro significado, y este nuevo concepto se lo interpreta de diferente manera. (Paredes, 2018, pág. 29)



Dentro de un artículo realizado por los investigadores para la revista MasD de la Universidad El Bosque en Colombia, con el título “La muerte de los productos como posibilidad creativa”, toman al producto, material u objeto de diseño resignificado como una muerte sin muerte, a los que Vargas, Vélez, Rodríguez & Rojas (2012) expresan: “Los antecedentes formales de los objetos muertos nutren los procesos proyectuales identificando los factores de éxito o fracaso previo para ser implementados o desechados en el desarrollo de un nuevo producto”.

La resignificación se aplica no solo al diseño, sino en varias formas de estudio y arte, dejando un nuevo sentido de uso a varias concepciones. La diseñadora Sandra Núñez, profesora de la Universidad Técnica de Ambato, en su artículo “Una noción de forma desde la teoría semiológica aplicada al diseño la objetividad del diseñador versus la subjetividad del usuario” dice lo siguiente:

Al hablar de una nueva forma de ver alguna situación social, histórica, cultural o económica, como en el caso del arte, el diseño, la arquitectura, y, otras disciplinas, los nuevos proyectos de interacción social se plantean desde una propuesta que parte de la teoría de los signos y tiene como fin no atentar en contra del universo semántico de ningún sujeto, desde esta perspectiva el reaprovechamiento es un concepto que promulga la resignificación de las cosas y los materiales para darle un uso nuevo y diferente. (Núñez, pág. 7)

La resignificación de los materiales tiene una relación de coexistencia con otros elementos y una constante dinámica de aparición y abandono del espacio, objetos y lugares. Cuando hablamos de procesos también estamos refiriéndonos al uso del mínimo posible de materia prima. El proceso también significa desmaterialización.

La resignificación del material también da resultado a la resignificación del diseño u objeto de diseño, que sería igual a su memoria, subjetividad y objetividad. Agregar un valor con respecto a la experiencia, creando así nuevos sentidos y significados, empoderar el escenario-pasarela hacia su entendimiento y su interpretación.

## **Significado y significante**

Según Pepa Medina en su artículo “Saussure: El signo lingüístico y la teoría del valor” indica que el significante y el significado, la representación mental y la imagen acústica, son pues las dos caras de una misma noción. El significante es la traducción fónica de un concepto; y, el significado es el correlato mental del significante.

Juarez (2018), en su investigación cita a Saussure como un exponente fundamental para el entendimiento de estos conceptos, mismo que explica que el significante es la forma material de un signo, la escritura, imagen visual o mental, tomando sentido simbólico, volviéndose significativo en un contexto específico. Por el otro lado, el significado es el contenido mental que se asocia con el sonido, refiriéndose a la imagen mental que cada persona tiene al escuchar una palabra, es decir, su interpretación, no es un objeto real, sino su concepto. “Significante y significado se corresponden y se implican mutuamente, como si fueran la cara y la cruz de una misma moneda. Ambos son dos aspectos inseparables”.

La composición del significante se dirige hacia realidades objetivas, es decir, se concreta en la materia en la cual el significado se subjetiva dentro de la dialéctica estructural. El significado es una construcción cognitiva muy particular de cada actor social, el proceso de subjetivación compromete acepciones diversas que en cada sujeto se objetivan de diferente forma en el significante. (Nuñez, pág. 1).

## **Ecodiseño**

La información que se tendrá para cumplir el ecodiseño debe incluir el análisis de mercado, el comportamiento del consumidor, las tendencias y futuros escenarios, políticas gubernamentales, asuntos ambientales, nuevas tecnologías y materiales.

Además, se debe tener en cuenta las políticas de la marca o empresa para la que se trabajará. Para todo esto es necesario el desarrollo de estrategias para el diseño.

Según Delft (2007), el ecodiseño evolucionó para llevar consigo aspectos sociales más amplios que satisfagan las necesidades del consumidor de una manera menos agresiva con el desperdicio de recursos, yendo más allá de sólo ser un producto ecológico e incluir las factibilidades sociales y económicas. Hace mención a que los elementos claves de sostenibilidad son personas, planeta y ganancia.

La planificación de la construcción o producción tiene una fuerte conexión con el diseño y viceversa. Durante el proceso de diseño hay que tomar en cuenta la disponibilidad del equipamiento y de la inversión, hay que resaltar cualquier cambio durante el proceso y su solución. Dentro de esto es fundamental presentar un nuevo diseño dirigido a las necesidades y deseos del cliente. Un ejemplo claro es la Sala EM Lounge Sports (*Imagen 11*), construida con tubos de plástico reciclados de color verde, por los arquitectos Vaillo+Irigaray, en donde se adoptó las claves de sostenibilidad que mencionaba Delft.



*Imagen 11. Sala EM Lounge Sports, construida con tubos de plástico reciclados de color verde, por los arquitectos Vaillo+Irigaray.*

Fuente: (arquialter.com, 2014)

## **Diseño Verde**

“Según diferentes autores como Victor Papanek, Ezio Manzini, Pauline Magde, en términos generales el diseño verde se define como las estrategias creativas ecológicas del diseño, donde se buscan aminorar los impactos ambientales”. (Ramirez, 2015, pág. 35)

La desmaterialización se trabaja dentro del diseño verde, siendo incluido por la industria ecológica con el objetivo de usar menor cantidad de energía y tener menos desperdicios, al igual que reducir el uso material por persona manteniendo mayor tiempo con el usuario.

Según Dalmau (2011), a través de los años, el diseño verde ha sido muy discutido y ha tomado varias terminologías como “diseño para el medioambiente”. En todo caso, es esencial que los diseñadores se preocupen y asuman el impacto ambiental, ético y social de sus diseños.

## **Procesos del reciclaje**

### **Reutilizar**

Se habla de reutilización de productos cuando se le da una nueva utilidad a un producto que se ha desechado porque ya no sirve para su propósito inicial (ya había concluido su vida útil original). La reutilización contribuye a mejorar el medio ambiente ya que así se reduce la producción de nuevos bienes que demanden recursos naturales y energía, y también se evita la generación de residuos.

La reutilización involucra creatividad, interpretación e interés. Luego de que el objeto ha cumplido la función para la cual fue creado, se debe proporcionar un nuevo uso, que en diversas circunstancias necesita un rediseño de los objetos. Inspiration (2019), menciona: “Por otro lado, mediante el proceso de reutilización estamos evitando que muchos de los materiales acaben en los vertederos, por lo que se reduce al mismo tiempo el volumen de residuos”. Es así, como se define la palabra reutilizar como la acción de volver a utilizar los bienes o productos y que la utilidad puede llegar ante el usuario mediante una acción de mejora o restauración, o sin modificar el producto dándole otra utilidad si es útil para un nuevo usuario. (Valbuena, 2010, s.p.)

### Reutilizar en diseño

Mar (2011) menciona acerca de la sostenibilidad en el diseño y el hecho de reutilizar material y objetos; además, no se creen más es una favorable a la sociedad debido a la cultura de consumo que ha inundado el mundo. Reutilizar es una solución creativa en donde se diseña aprovechando objetos y dándoles nuevo uso. Se reutiliza los objetos como una actitud cada vez más presente e importante en el diseño industrial, cómo lo observamos en la *Imagen 12* puesto que son varios diseñadores optan por aprovechar los materiales y productos en desuso y como diseñador, éste está dispuesto a reinventarlo todo en favor de la naturaleza. Cabe recalcar que no se debe confundir reutilización con reciclaje de los objetos puesto que reciclar es un proceso del material desechado para generar uno nuevo y reutilizar es darle un fin diferente a la inicial de un mismo producto tal y como se muestra en la imagen 15.



*Imagen 12. Decoración hecha con material reutilizado.*

Fuente: (Mar, 2011)

### **Reutilización de objetos**

El beneficio a nivel global sí la reutilización fuese una práctica extendida y constante fuese de gran trascendencia, OXFAM (2017) propone algunos de estos beneficios:

- Supone un significativo ahorro en materias primas: La reutilización de cosas supone que las empresas fabriquen más, poniendo en camino procesos de fabricación y extracción, los cuáles mayormente causa impactos o problemas ambientales. “Por ejemplo, al reciclar el acero de los enlatados, reducimos en un 85% los niveles de contaminación que genera su producción”.
- Reduce el nivel de residuos: Con la reutilización, el nivel de residuos menora considerablemente, por lo tanto, el gasto en la gestión del residuo por parte de los encargados también disminuirá. Teniendo menos gasto económico.
- Promueve valores sociales y redes de compromiso: Si un objeto circula entre varias personas o en medio de nuestro círculo, damos al objeto una prolongación en su vida útil, además de promover en nuestro círculo social y demás personas valores ecológicos y sociales.

Se trata de dar una segunda oportunidad a los objetos y brindar un método alternativo de consumo. Cualquier objeto puede ser reutilizado de diferentes maneras y diferentes usos. El objeto debe ser adaptado a las necesidades del diseño, hay maneras de darle un segundo uso y un cambio, Se puede optar por:

- El pintado y lijado: dependiendo de la materialidad del objeto, lijar o pintarlo para renovar sus características es una buena opción.
- Unión y extrusión: Unir varios objetos del mismo, o unos con otros diferentes `puede dar un nuevo significado; al igual que extruir ciertas partes del objeto o quitar cierta característica puede hacerlo ver de manera totalmente diferente.
- Una nueva función: Si un objeto ya terminó con su etapa de vida en la función a la que fue predestinada, podemos utilizarlo para que tenga una función totalmente diferente como, por ejemplo:



*Imagen 13. Escalera deteriorada transformada en un soporte de ropa.*

Fuente: (Díaz, 2018)

## **Prevención Medioambiental**

La humanidad siempre ha contado las cifras de pérdida y contaminación en términos climáticos y ambientales, pero cabe destacar que el medio ambiente ha sido inundado de una gran ganancia de desperdicios que no tienen retorno.

Reutilizar se debe tomar como recurso de prevención medioambiental para evitar las cifras elevadas de desperdicio. Dentro de cada empresa, ciudad y país existe un plan de prevención ambiental y gestión de residuos, pero no solo autoridades o jefes tienen que tener este plan, sino cada hogar tiene que asentar uno.

El principio de prevención, cuyo objetivo es evitar la contaminación desde el origen antes de que sea necesaria la minimización de sus efectos o la restauración de recursos afectados y el principio de «quien contamina paga», son tomados como bases para evitar, reducir y, en la medida de lo posible, eliminar la contaminación derivada de las actividades industriales. (Comunidad Madrid, s.f., pág. 1)

Otra de las herramientas utilizadas por la Unión Europea es la aprobación de normas sobre la Responsabilidad Medioambiental, que tiene así mismo una inequívoca vocación preventiva y de protección del medio ambiente en su conjunto, con la finalidad también de evitar, o, al menos, reducir, la contaminación de la atmósfera, el agua y el suelo.

## **Reducir**

Dentro de las R principales para lograr la Sostenibilidad está el Reducir, el cuál se toma como parte de ayuda ambiental, pues minimiza el desperdicio y uso de materiales y objetos que se toman como innecesarios. Se puede reducir en varias formas, ya que la sociedad consume innecesariamente productos en exceso y es difícil escapar de este medio, pero con cuidado y métodos es posible minimizar este consumo, una de las maneras es reutilizando y reciclando, pues de esta manera no habrá necesidad de usar más y más, dando una cadena sin final.

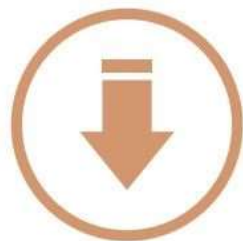


Las técnicas de minimización de residuos son aquellas que conducen a prevenir la contaminación en la industria, generando menor cantidad de contaminantes (con menor carga o menos perjudiciales). Incluyen la adopción de medidas operativas y organizativas, técnicas y económicamente viables, de aquellas corrientes residuales que deban ser tratadas en la estructura actual, de modo que se cumpla con la legislación vigente y el objetivo final de la protección del ambiente. (Cardona, 2006, pág. 48)

### **Implicaciones para Reducir**

Para reducir los residuos, según Ecologistas en acción (2004) tenemos que:

- A la hora de escoger entre productos semejantes, elige aquel que tenga menos envase y embalaje. Evita el consumo de los productos excesivamente empaquetados. Ten en cuenta que esos envases también los pagas, en ocasiones el precio del envoltorio supera al del producto.
- Por regla general los envoltorios de cartón o papel y los envases de vidrio son los menos dañinos. No lo olvides al tener que optar entre productos.
- Antes de comprar algo, atiende bien al etiquetado, donde se advierte de algunos riesgos y precauciones a tomar.
- Es necesario, especialmente en relación con el papel y el cartón, que pongamos en práctica la regla de las tres erres: Reducir, Reutilizar y Reciclar (*Imagen 14*).



**Reducir**



**Reutilizar**



**Reciclar**

*Imagen 14. Regla de las tres erres.*

Fuente: (Segui, 2018)

### **Valor de la significación económica de la Resignificación**

El valor económico de la resignificación da una mejora significativa tanto para empresas y consumidores, reutilizar recursos supone crear una economía circular y que las empresas que están practicando este sistema están corroborando que resulta más rentable reutilizar los recursos antes que crearlos desde cero. Por tal razón, los precios de producción se reducen y al ser directamente proporcionales con los precios de venta, estos también lo hacen beneficiando al consumidor en los factores económico, social y medioambiental

#### Economía Circular

Berzilaktu (2019) menciona que la economía circular con el modelo de las 3 erres (reusar, reducir, reciclar) propone un modelo de gestión de residuos que reintroduce elementos biodegradables en la naturaleza después de que su valor de uso ya no sea significativo y rentable como se muestra en la *Imagen 15*. Además, que al observar los datos arrojados por la consultora McKinsey & Company para la fundación Ellen MacArthur, indica que si la economía circular se llevara a la práctica solamente en el sector manufacturero, se ahorrarían unos 625.000 millones de euros y se crearían miles de puestos de trabajo.



*Imagen 15. Economía Circular.*

Fuente: (Berzilaktu, 2019)

### **Valor de significación medioambiental de la Resignificación**

Estos valores reflejan una conciencia de protección al medio ambiente. Los valores ambientales tienen que contribuir con herramientas que indiquen nuevas formas en donde los actores sociales manifiesten satisfacción por usar un producto o servicio el cual contribuya con el ambiente y que esté dentro de su cotidianidad; por otro lado, esté dentro de un acoplado global.

La observación del hombre con lo que utiliza tiene aspectos de conservación, mantenimiento y protección, si hay una parte que afecte a estos aspectos no sería incluido dentro del valor ambiental. Las maneras en como reutilizar un material u objeto y darle un nuevo significado, debilita el impacto ambiental, y supondría ahorros. Con la resignificación puntos como el tratamiento de desperdicios, mantenimiento, limpieza,

uso de energía sería minimizado; es así, que estos daños colaterales también serían reducidos.

En un punto un poco menos simple que el hecho de dejar los desperdicios no en la calle sino en el lugar destinado para ellos, sería el involucrar la cultura del reciclaje como parte activa dentro de estos valores, pues básicamente todo podría ser reciclado y reutilizado, generando un cambio descomunal sobre la contribución para con el ambiente. El ser más conscientes con lo que respecta al consumo innecesario también estaría dentro de estos valores, en una era en donde el consumismo masivo se ha instaurado con tanta fuerza, el ambiente del cual se extraen los recursos se encuentra cada vez más afectado. (Educación V, 2016, s.p.)

### **Valor de la significación social de la Resignificación**

Reutilizar o resignificar un material u objeto promueve valores sociales y redes de compromiso. “Cuando hacemos circular objetos entre personas del mismo círculo social, no solo se está prolongando su ciclo de vida, sino que, además, se promueve valores sociales como la solidaridad, la equidad, el altruismo y el compromiso con la sostenibilidad del planeta”. (OXFAM, 2017, pág. 3)

La orientación del consumo responsable está en que su objetivo es implantar conciencia en el ser humano sobre un consumo moderado, donde dependa de la necesidad real y no publicitarias, de esta manera se llegue a apoyar varios métodos prácticos sostenibles que ayuden al cuidado del medioambiente.

La mayoría de gestores de la resignificación, lo hicieron con propósitos solidarios o de tendencia, pero ahora es un modelo alternativo de consumo, se ha infiltrado en el comercio y en grupos sociales. Uno de los mensajes de la resignificación es las segundas oportunidades, donde el nuevo significado quizás sea mejor que el anterior, o por otro lado siga siendo significativo.

## **Consumismo**

Toda persona desde el momento en que nace se convierte en consumidor, y si el consumidor lo hace en exceso, o consume sin ser necesario pues nos desviamos al consumismo. Es así, como la filosofía del movimiento GreenPeace (2019) indica que el consumo de productos, servicios y bienes habituales en la que la sociedad está envuelta, empuja a adquirir más y más cayendo en el consumismo o también llamado sobreconsumo. Ésta, por así llamarla tendencia de la que depende el sistema económico está generando graves consecuencias para la salud del planeta y la nuestra.

### Causas del consumismo

Según Redacciones Cumbre Pueblo (2018), las causas del consumismo son:

#### El capitalismo

El consumo es el elemento central del capitalismo, porque carece de sentido que se produzcan cosas que no serán consumidas.

#### Asociación de los bienes con el éxito

Existe la falsa creencia de que la acumulación de bienes es fuente de felicidad y sinónimo de éxito personal. En muchos casos se aplican las frases “eres lo que tienes” o “vales lo que tienes”.

La presión de expresar el estatus y la identidad implica encontrar seguridad al sobresalir y al encajar en el grupo social por medio de las posesiones y su exhibición. Los anuncios y las marcas ayudan a construir la personalidad y a dotar al individuo de un determinado sentido de sí mismo, sobre todo en los segmentos más inmaduros y acríticos de la población.

#### La globalización

La globalización ha disuelto y expandido los límites territoriales de los modos de producción, distribución y consumo de la actualidad.

### La publicidad

La publicidad apela a que el individuo consuma en exceso, y lo hace al generarle deseos o imponiéndole un grupo de referencia que consume para ser feliz. Por ejemplo, se presenta a un joven con rostro sonriente y aparente éxito porque tiene el último teléfono inteligente que se promociona.

### Productos de baja calidad

Actualmente los productos vienen con fecha de caducidad y una vez esta llega no queda otra opción que comprar otro. Las marcas y fabricantes se dieron cuenta que hacer productos duraderos es contraproducente para sus ganancias, de ahí que se acorta la vida útil de los mismos.

### No existe una cultura de reciclaje

La no existencia de una cultura de reciclaje y reutilización, en muchos países no se practica ni promueve el reciclaje, de ahí que las personas desechan frecuentemente objetos a los que se les puede dar un segundo uso o que pueden ser remanufacturados.

### Consecuencias del consumismo

De igual manera Redacciones Cumbre Pueblo (2018) aporta sobre las consecuencias del consumismo:

- Tiene un impacto negativo en el ambiente, es fácil, mientras más se produzca más se afecta el ambiente, más recursos se utilizan y más contaminación ambiental se genera.
- Se contribuye a la mala distribución de la riqueza. El comprador gasta dinero innecesario y el fabricante o vendedor continúa enriqueciéndose.
- Transculturización. El consumismo impone la cultura de otras regiones, donde se manejan otros valores y otros niveles de consumo. Se promueve el deseo de consumir bienes de manera ilimitada en todas las culturas menospreciando la cultura propia de cada lugar.

- El consumismo no promueve el desarrollo sustentable lo cual trae consecuencias para las generaciones futuras y no solo para la actual.

Consumir para el desarrollo de la vida es necesario, pero toma responsabilidad por cada parte involucrada en este desarrollo. El consumismo se ha vuelto un problema serio que no es controlado, y que estudios indican que en el futuro la calidad de vida será destruida a causa de este problema.

### **Conciencia ética**

Martínez (2001), define: “la ética ambiental como la reflexión racional y práctica sobre los problemas derivados de la relación del hombre con la naturaleza”. Se da una nueva visión a la ética más allá de los valores y normas del hombre, sino también a su interacción y supervivencia. Está claro que se refiere a cambiar acciones y actitudes frente a valorar el ambiente como hogar y parte de una responsabilidad social propia.

Entendiéndose la responsabilidad social como el hombre actuando de manera responsable ante el ambiente que lo rodea y asumiendo una moral acorde con este. El que no acata la norma y la ley de protección ambiental se convertiría entonces en un “delincuente ecológico”. (Bernal, 2010, pág. 4)

Tomando en cuenta estas concepciones, el papel del diseñador vale tanto como el del consumidor, la resignificación ayuda a dar una nueva vida y significado a algo que podría ser considerado como desperdicio, reduciendo la cantidad de contaminación. Así el papel de diseñador que utiliza este recurso se convierte en un actor social con conciencia ética, aportando más allá de la función y la forma de sus creaciones. La resignificación va más allá de una tendencia, contribuyendo a la vida propia.

### **Materiales**

### **Función**

Todos los materiales que utilizamos de manera cotidiana se clasifican en materiales naturales y en materiales sintéticos. La importancia de conocer sus características es la posibilidad de utilizarlos para satisfacer las necesidades de industria y del ser vivo. El material configura al diseño y le da cuerpo.

Actualmente las posibilidades han aumentado, se han ido transformando y modificando materiales a lo largo del tiempo debido a las necesidades de los diseños arquitectónicos actuales y la diversidad de posturas constructivas. Hoy en día los materiales albergan nuevas características y funciones. Ya establecido un marco de referencia respecto a los materiales empleados en las nuevas tendencias del diseño arquitectónico y a medida que se han analizado diferentes obras y materiales, se han establecido nuevas alternativas para la materialización de la obra arquitectónica que a su vez aportan como lo hemos visto una materialidad estética difícilmente igualada por algún material constructivo convencional. (Ayala, 2012, pág. 1)

Existen también diseños con materiales no convencionales, pero el enfoque está en cómo se lo utiliza, no tomarlo solo como un componente más, sino como una oportunidad para ir más allá de su apariencia y pensar en el aporte social que da. Es vital seleccionar materiales adecuados, pues determinará la producción final y su coste. Es necesario identificar todos los componentes de material y su procedencia, por consiguiente su procesamiento en los que se pueden explorar los posibles usos de los mismos hacia actividades o fines secundarios.

### **Ciclo de vida de los materiales**

Conocer el ciclo de vida de los materiales, es un requisito para conocer el impacto que éste tiene, frente al impacto de un material sostenible.

Los productos y materiales tienen un ciclo de vida (*Imagen 16*) que empieza con la extracción o recolección, su procesamiento, y la energía requerida para el producto, luego su distribución y disminución de impacto ambiental.





*Imagen 16. Ciclo de Vida de materiales con bajo impacto ambiental..*

Fuente: (Muñoz, 2017)

Según Serrano (2014): El análisis del ciclo de vida recopila y evalúa las entradas, salidas y los impactos ambientales potenciales, del conjunto de procesos unitarios conectados material y energéticamente, durante la vida útil del producto, desde que se obtiene la materia prima hasta su eliminación como producto:

- Entradas: materias primas y energía
- Salidas: emisiones, residuos y subproductos
- Procesos durante el ciclo de vida: extracción de las materias primas, producción, distribución, uso y mantenimiento, y fin de vida.

Hay una diferencia entre el ciclo de vida de los materiales normales a los materiales que pueden ser reutilizados, reciclados o reducidos.

Hay varias consideraciones en el diseño para cambiar el ciclo de vida (*Imagen 17*) que se le da al material y al diseño mismo, tratando de brindar el menor impacto ambiental, tomando en cuenta todas las etapas que conllevará el diseño y el material.



Imagen 17. Diseño y desarrollo del producto desde la sostenibilidad.

Fuente: (Richard y Frosch, 1994)

El sistema constructivo de los espacios y el diseño, también presentan un ciclo de vida de acuerdo a los materiales que utiliza, y cómo uno de los últimos procesos siempre hay que tener en cuenta la reutilización, el reciclaje y cómo gestionamos estos residuos.

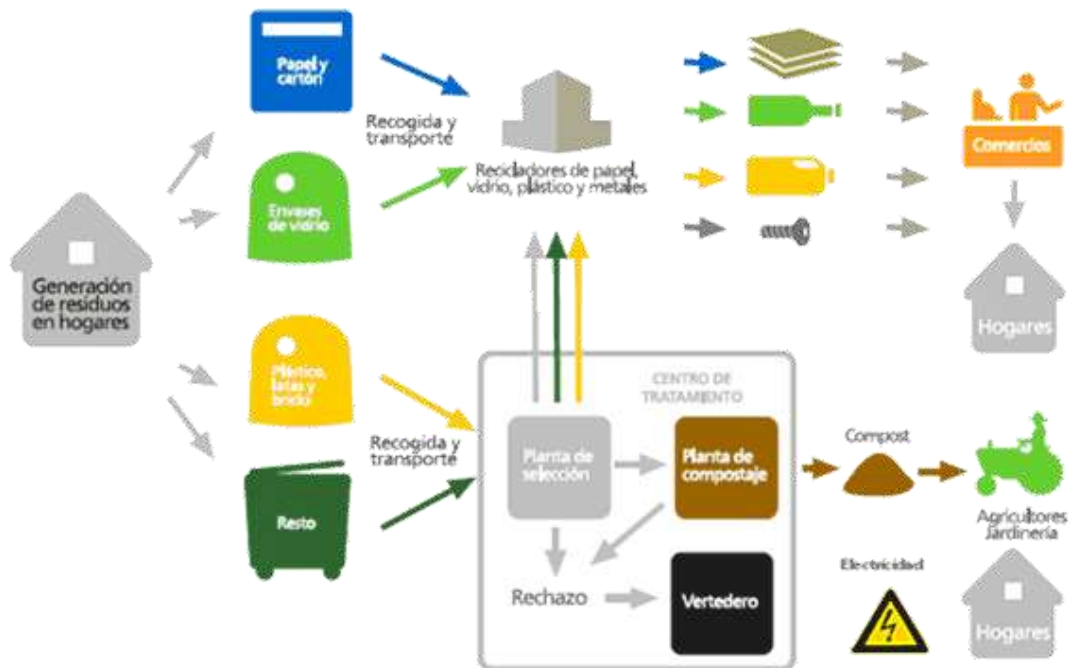
Cada material tiene un ciclo de vida, pero este ciclo cambiará de acuerdo a su uso y gestión, ningún ciclo es definitivo. El uso adecuado, el reciclaje, la reutilización, la gestión del desperdicio, la innovación y otros factores darán un ciclo de vida más sostenible en comparación al que estaba previsto.

## Gestión de Residuos

Respecto a la gestión de residuos el Servicio de Limpieza Integral del Ayuntamiento de Málaga III (*Imagen 18*) indica: Para eliminar eficazmente aquellos residuos que ya no se pueden reciclar, es necesario comenzar con una evaluación de los residuos que el centro genera, clasificándolos por sus características y su cantidad. Si no se conocen las características de la basura que generamos, no sabremos gestionarla.

Iniciativas que pueden ayudar a hacer un buen uso de los contenedores:

- Informarse e informar sobre qué tipo de residuos corresponden a uno u otro contenedor.
- Depositar y motivar el depósito de residuos en los contenedores determinados.
- Separar en recipientes especiales los residuos susceptibles de distintos aprovechamientos o que sean objeto de recogidas específicas.
- Depositar en un Punto Limpio o entregar a gestores autorizados los residuos peligrosos.



*Imagen 18. Funcionamiento de la gestión de los residuos sólidos urbanos en Málaga.*

## **Selección del material**

Para resignificar un material, o realizar un diseño primero debemos seleccionar el material que mejor se acople a nuestras necesidades y a nuestra propuesta. Debemos conocer varios aspectos y características del material como: La función, el proceso, la forma, la familia de materiales de la que viene, clases, subclases, atributos, límites, resistencia, etc.

Saber seleccionar materiales es una competencia fundamental para el diseñador contemporáneo, no sólo porque esta actividad sustenta sus propuestas morfológicas de manera argumentativa, sino también porque se está convirtiendo cada día más en un personaje bajo cuya responsabilidad recaerá el éxito o el fracaso de la totalidad de un proyecto en la medida en que actuará como integrador de todas las disciplinas que intervengan en él y con ello, deberá ser capaz de tomar decisiones que involucren diferentes áreas del saber. (Valencia, 2006, pág. 243)

Según Rossa (2010), Las Estrategias para la selección de materiales son:

- Trasladar los requerimientos de diseño: Expresados como funciones, objetivos y variables independientes.
- Filtrar usando límites: Eliminar los materiales que no se ajusten al desempeño deseado.
- Clasificar usando objetivos: Listar los materiales que cumplen mejor el desempeño deseado.
- Obtener información de soporte: Investigar la historia de los materiales que mejor hemos clasificado.
- Elección final.

“La correcta elección y aplicación del material hacen parte del camino para mejorar la eficiencia energética de los productos y proyectos, mayor respeto por el medio ambiente sosteniendo e integrando cualidades superiores” (Valencia, 2006, pág.

243). Todo esto implica que la resignificación está basada en una adecuada selección de material para cumplirla como tal.

### **Uso de los materiales Innovación**

Innovar se podría tomar como un método en donde se cambian cosas, productos o servicios introduciendo una modificación o haciéndolos de forma novedosa. Muchas veces la innovación es asociada con la creatividad, lo cual es importante, pero no es el único componente que interviene en ésta.

Dentro de Medellín Design Week se habló acerca de cómo la tecnología permite el mejor manejo de los materiales, con maquinaria que regula el uso y los cambios de las bases en los procesos de diseño. Se han creado materiales innovadores que responden tanto a problemas ambientales como a problemas de diseño, se han creado incluso los “materiales inteligentes”, los cuáles se han convertido en tendencia.

Acercas de la innovación en el diseño, Ohayo (2015) agrega: “Me gusta pensar que la innovación se dirige a facilitarnos la vida, que parte del diseño, el cual a su vez se centra en el usuario”.

Sobre materiales inteligentes y que se usan en arquitectura, Lalinde (2016), explica: Los materiales que, ante un cambio en la iluminación, pueden cambiar su forma de acuerdo con parámetros definidos en el diseño se llaman “materiales con memoria de forma, materiales que pueden ser fabricados a partir de la reutilización de residuos parcial o totalmente o que pueden ser reciclados total o parcialmente después de su uso representan nuevas tendencias para un mundo material, a disposición de la comunidad del diseño.

Nuevos materiales y sistemas constructivos al servicio del diseño arquitectónico:

- Sistemas pasivos de diseño, que permiten integrar materiales con capacidad para transformar la energía o participar activamente en la eficiencia energética de la edificación.
- Aislamiento térmico. Calor o frío, los materiales deben mediar para minimizar los esfuerzos energéticos a través del control de la conductividad térmica.
- Generación y captación de energía, son materiales que captan la energía solar (sistemas fotovoltaicos). Capaces de generar energía a partir de la modificación de su geometría al afectarse por un gradiente térmico.
- Optimización de los sistemas de iluminación. Partículas reflectoras, superficies fotoluminiscentes, iluminación LED y su masificación.
- Regulación ambiental. Ecodiseño y reconocimiento de su valor.

### **Materiales Inteligentes Sostenibles**

Interzum (2013) indica que lo que es conocido como materiales inteligentes con beneficios adicionales ya sea un valor añadido funcional o características reactivas proporcionan la respuesta, es decir, materiales funcionales y sostenibles, que, además de su excelente calidad, ofrecen un valor añadido que a menudo no es inmediatamente visible, o basado en recursos naturales (s.p.). “En la actualidad los avances de la nanotecnología y la investigación biónica permiten que se haga realidad replazar materiales que ocupan mucho tiempo para su desintegración en materiales que lo hacen en un tiempo menor y lo ofrecen tanto en la industria del diseño de interiores como en la construcción” (Interzum, 2013, s.p.).

### **Materiales Ecológicos**

Materiales ecológicos para crear espacios sostenibles

Guillermo, el escritor de la a página de Volteo Interiorismo muestra materiales hechos con consciencia ecológica como:

- **ARIPAQ**

Conocido como pavimento terrizo, esta versión ecológica aprovecha los materiales de desecho y contiene cemento de vidrio, árido y reactivo. Destaca por su aspecto natural para zonas exteriores que requieren una calzada continua de gran resistencia, estable (20% pendiente) y que asemeja a la tierra.

Entre sus características, se distingue por ser impermeable, impide el crecimiento de maleza, puede inundarse y su aplicación es de muy bajo costo. La sub base puede ser zahorra, asfalto u hormigón, cuenta con una superficie auto cicatrizante para evitar grietas y su fragua tarda entre 2 a 20 días.

Algunos autores y diseñadores muestran beneficios de varios y nuevos materiales. Galindo (2016) explica que el corcho proviene de la corteza del alcornoque, que se retira del tronco a mano sin dañar el árbol. Es un material natural y un recurso renovable y sostenible, pues cada año crece una nueva corteza. Además, su valor se basa no sólo en los productos extraídos de los árboles, sino también en los sectores que giran en torno al cultivo del alcornoque; agrícolas, forestales, cinegéticos y actividades de pastoreo.

Es por ello un material que combina sostenibilidad medioambiental, económica y social, lo que lo hace perfecto para su utilización en todo tipo de ámbitos, incluida la fabricación de mobiliario de diseño sostenible.

## **Tipos de materiales**

### **Materiales reciclables**

Inspiration (2017) sostiene que el Material Reciclado es el producto resultante del reciclaje, con la excepción de los materiales más contaminantes. Actualmente hay muchos materiales reciclados a partir de otras materias que forman parte de nuestras vidas de forma natural; la mayor parte del cartón empleado en embalajes, papel reciclado, corcho de los tapones de vino, madera y que el 90% de basura doméstica se puede reciclar, claro ejemplo son los desechos líquidos y sólidos caseros. Los materiales que son aptos para ser reciclados como: latas, papel y moldes de aluminio, botellas y frascos de vidrio, botellas de plástico, latas de acero y latas de aerosol vacías, cartón corrugado, bolsas de papel, cartón fino, periódicos, revistas, papel de oficina, correo y guías telefónicas representan la mayor contaminación por parte de los hogares de todo el mundo.

Los materiales reciclados tienen ventajas, entre ellas el ahorro de los costos frente al medioambiente, además reutilizamos varios materiales en lugar de tomarlos de la naturaleza. Existen algunos materiales que se pueden obtener del reciclaje, como:

- Reciclado de Papel
- Reciclado de Cartón
- Reciclado de Vidrio
- Reciclado de Plástico
- Reciclado de Caucho
- Reciclado de Aluminio
- Reciclado de PVC

### **Metales**

El metal rodea nuestro entorno, un gran porcentaje de éste puede ser fundido y procesado, en comparación a otros materiales las veces que puede ser reutilizado es ilimitado. Cuando se recicla constantemente el acero, los costos e impactos en la producción del metal serían ahorrados. “Por tanto, el reciclaje de los metales contribuye de manera considerable a no empeorar la situación actual de contaminación, ya que al



reciclar la chatarra se reduce la contaminación del agua, aire y los desechos en un 70%”. (Aldamo, 2019, s.p)

Algunos objetos metálicos que se pueden reutilizar son: herramientas, baterías, electrodomésticos, motores, equipamiento de mobiliario y jardín, latas, marcos, vajilla, contenedores, cables, ornamentación, orfebrería, estatuas, piezas decorativas, botes, y más. Hay un gran número de objetos metálicos que son rechazados y sirven para armar nuevos diseños, como se lo muestra en las siguientes imágenes:



*Imagen 19. Escultura compuesta por capas apiladas de tuberías por el artista Yi Chul Hee.*

Fuente: (Interzum, 2013)



*Imagen 20. El pabellón de latas diseñado por la firma de arquitectura Young Designers para la Bienal de Urbanismo de Paisaje Bat Yam del año 2008*

Fuente: (Arquialter, s.f.)

## **Textil**

Chumbi (2016) ha observado que los recursos textiles son una fuente amplia de creatividad y opciones frente al diseño de espacios efímeros, además de que existen muchas alternativas que son recicladas y utilizadas para múltiples propósitos. Y que uno de los beneficios más notorios al momento de reciclar textiles (*Imagen 21*) es la minimización de la explotación de materia prima proveniente de animales como la lana, que al ser descompuesto produce gas metano que contribuye al calentamiento global, la reducción de materia prima virgen como el algodón, resulta ser también beneficioso a la parte económica de la empresa puesto que reduce la necesidad de importar esa material de diversos países y por último, el ahorro de energía y recursos que conllevan a hacer estos procesos.



*Imagen 21. Reciclaje textil*

Fuente: (Espacio Sustentable, s.f.)

A través de la adaptación del textil podemos lograr una gran cantidad de formas, recurriendo a poner cada propiedad con la necesidad requerida. Podemos dar estructura con cables, ganchos, cuerdas, etc.

Con textiles en la arquitectura podemos crear espacios de gran vuelo, podemos controlar la luz natural que necesitamos para nuestro interior sin necesidad de vidrios u elementos más rígidos o frágiles, podemos plegar, desplegar, encontramos materiales también resistentes a las inclemencias del tiempo... Sirven tanto para espacios interiores como para espacios exteriores, podemos crear micro espacios o macro espacios y crear sus respectivas atmósferas con cierta facilidad. (Blanca, 2017, pág. s.p)

Dentro del uso del textil en el diseño, una de las oportunidades que brinda es el trabajo con transparencias y opacidades, también se puede escoger el cubrir o mostrar la fachada.

## **Madera**

Migliani (2019) dice que, el gran volumen de escombros descartado por la construcción civil genera serios problemas en las grandes ciudades, y uno de los materiales más recurrentes en el descarte ilegal es la madera.

En la página de Noticias de Arquitectura, mencionan que los pallets de madera son estructuras macizas que sirven para soportar cargas como bultos o mercancías en general. El reciclaje de los pallets es un término general para el negocio de clasificación, restauración, desmontaje y remanufacturado de este tipo de soportes.

En la página también explica que, según datos de Estados Unidos, alrededor de 474 millones de pallets fueron recuperados en 2011, de los cuales 326 millones siguieron “activos”; los otros 148 millones se reciclaron en diversos productos. Los pallets a menudo se pueden encontrar de forma gratuita al costado de la carretera cerca de los sitios industriales, en su centro de reciclaje local o en los contenedores de basura.

“Decorar con madera reciclada es una tendencia moderna que cobra cada vez más popularidad: las cabeceras de paletas, las paredes de madera de paletas, las sillas de madera, los armarios y estanterías antiguos barnizados o incluso pintados o dibujados” (Martínez, 2017, s.p.). También se puede realizar diseños a partir de la madera de las cajas de embalaje (*Imagen 22*), tiene un uso fácil y se dejan utilizar casi de cualquier manera.



*Imagen 22. Pabellón de la Universidad de Tokyo por Kohki Hiranuma Architect & Associates realizado con desperdicios de madera de cedro en listones de diferentes secciones.*

Fuente: (espaciosdemadera.blogspot.com, 2012)

## **Materiales Sintéticos**

Robles (2012) menciona que los materiales sintéticos son aquellos materiales que están hechos de polímeros sintetizados o de pequeñas moléculas. Los compuestos usados para realizar estos materiales vienen de químicos derivados del petróleo o petroquímicos. Dentro de los materiales sintéticos están los bioplásticos, nylon, compuestos de plástico, polyester, fibra de carbón, licra, acrílico y más.

### **Plástico**

Según Econoticias (2010), a nivel químico los plásticos son polímeros (que son unas sustancias formadas por enormes cadenas de moléculas repetidas), la gran mayoría sintéticos, que debido a sus excelentes propiedades tienen enorme cantidad de usos o aplicaciones, quizás más que otros materiales con más años en el mercado, como pueden ser los metales, el vidrio o la madera.

#### Ventajas de los plásticos:

Debido a su baja densidad son materiales muy ligeros. Son materiales fácilmente moldeables, lo que facilita la obtención de productos con formas raras o complejas sin

demasiado gasto de energía. Suelen ser materiales aislantes tanto térmicamente como eléctricamente.

La mayor parte de los materiales plásticos utilizados en el diseño son las tuberías (PVC y polietilenos), pero también están los perfiles de persianas y ventanas (PVC), materiales aislantes (PS), etc... El volumen recuperado de este sector no es muy elevado ya que estos materiales son de larga duración.

En el blog sobre Arquitectura Efímera habla acerca de una nueva alternativa en los sistemas de construcción del presente siglo son también las botellas de plástico PET, que permiten desarrollar edificaciones muy económicas y altamente resistentes, un ejemplo del uso inteligente de este material es una escuela primaria ubicada en Asia, diseñada y construida por Illac Diaz y la Fundación MyShelter, promotora del proyecto.

### **Vidrio y espejo**

Pascual (2015), habla acerca de cómo la fabricación de botellas nuevas de vidrio ilustra perfectamente este proceso. En un lenguaje corriente, la palabra “vidrio” sirve para designar un material duro, frágil, quebradizo o transparente. Gracias al reciclaje es posible ver como las botellas que son tiradas pueden ser, posteriormente, recuperadas y reutilizadas.

Cuando se habla de reciclar, ya es conocida la famosa “estrategia de las tres R” porque reciclar implica:

**Reducir:** la reducción está vinculada, en este caso, a la recolección de vidrio que se hará del modo más apropiado y no tirándolo en cualquier vertedero.

**Reutilizar:** el vidrio recolectado es reagrupado y, más tarde mediante el proceso de transformación, es posible volver a utilizar vidrios que ya han sido usados con anterioridad.

Reciclar: es el proceso de tratamiento de reciclado que reciben los materiales reciclables como, en este caso, el vidrio.

Referente al espejo, sigue la misma línea del vidrio, pero se puede tomar diferentes motivaciones para su uso, al igual que el vidrio brinda posibilidades de imaginación. Para reciclarlo hay que tener mucho cuidado y lograr que sea inofensivo y enigmático, tal y cómo se lo demuestra en el mirador de Angus Ritchie y Daniel Tyler que es una intervención que en lugar de frenar el espacio natural, lo resalta, esto se muestra en la *Imagen 23*.



*Imagen 23. Mirador / Angus Ritchie + Daniel Tyler.*

Fuente: ([www.plataformaarquitectura.cl](http://www.plataformaarquitectura.cl), 2014)

## **Papel y cartón**

Para que el cartón y el papel sean correctamente reutilizados, hay que conocer como clasificarlos. Se puede reciclar los restos de periódicos, revistas, cajas o embalajes de cartón y bolsas de papel, el papel de aluminio, papel de oficina, etc. Los tubos de cartón, empaques y más, están presentes en nuestro entorno. Son de fácil

almacenamiento y transporte. Son muy útiles para la ingeniería, son resistentes, rígidos, tienen textura y son adhesivos, aparte de que soporta vibraciones.

Las ventajas ambientales de reciclar papel y cartón son muy diversas. Por cada tonelada de papel que se recoge y se recicla se ahorran dos metros cúbicos de vertedero, 140 litros de petróleo, 50.000 litros de agua y la emisión de 900 kilos de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), uno de los gases de efecto invernadero causante del cambio climático. (Muerza, 2015, s.p)

Debido a que su peso es liviano no necesita bases muy fuertes, reduciendo tiempo y costo de montaje de cualquier estructura, además de que es fácil de unir, montar o desmontar y no se necesita especialistas para realizarlo, ofrece además integrar sistemas eléctricos e hidráulicos. Souza (2019) menciona que desde 1950 en la construcción, los tubos de cartón se han utilizado ampliamente, como moldes y estructuras. Y desde los últimos 20 años, son una opción de bajo costo, 100% reciclables y ambientalmente sostenibles que además tienen las propiedades mecánicas necesarias para soportar cargas estructurales.

Uno de los arquitectos más reconocidos por trabajar con papel y cartón es Shigeru Ban, incluso ha realizado pruebas de laboratorio con el material para mostrar su resistencia, demostró que la resistencia de los tubos aumenta con el pegamento. Ha diseñado viviendas, viviendas emergentes, espacios expositivos, pabellones, escuelas, iglesias y mucho más a base de cartón y papel. El arquitecto además se preocupa por la seguridad y las condiciones de vida en sus diseños, como lo demuestra en el Pabellón de Japón para la Expo 2000 en la *Imagen 24*.



*Imagen 24. Pabellón de Japón Expo 2000 en Hannover, por Shigeru Ban.*

Fuente: (wikiarquitectura.com, 2014)

### **1.7.2.2 Variable Dependiente**

#### **Espacio Efímero**

Un espacio efímero, según González (2017), tiene un tiempo de vida relativamente corto, pero intervienen características únicas e importantes que definen su valor como tal. Dentro de estos espacios están escaparates, stands, escenografías y más, que tienen una función por un tiempo establecido, es decir, no son permanentes.

La consideración entre la exhibición y la operación es muy conveniente, ya que es un espacio donde la impresión es muy fundamental, el espectador al evento se enfrentará a varios estímulos y es necesario que el espacio lo incite y muchas veces incluso hay que pensar en que lo rete, afirma (Gonzalez, 2017).

Arquitectura efímera. Es un edificio que se monta, se desmonta y es auto portante. Es la continua transformación que se adapta a las necesidades inmediatas del lugar donde está colocado. La arquitectura definida como transformación. (Pérez M. , 2014)



Debemos aplicar el concepto de los hechos que tornan el espacio, pues muchas veces este no es repetible. Hay varias características y elementos que implican el espacio efímero, desde la locación, el público, actores, modelos, agentes ambientales, y muchos más dependiendo de las consideraciones a presentarse. En la Exposición de Mármol Levantina (*Imagen 25*) por el Estudio Rocamora Diseño y Arquitectura, se intentó unir a la forma con el concepto, llevando un diseño más allá de solo lo efímero, y que sea permanente en los recuerdos de los espectadores.



*Imagen 25. Exposición Mármol Levantina por Estudio Rocamora Diseño y Arquitectura,*

Fuente: (Arquimaster, 2015)

Cada vez más, se busca que los espacios se involucren en la sociedad por medio de sensaciones. La cultura de diseño ha cambiado, las necesidades de la sociedad han cambiado, vivimos en una época de no lugares. Reflexionando sobre el lugar y el espacio como la escenografía y dentro de ésta la pasarela de moda, ya que el tiempo de permanencia en el mismo es fugaz. Así, con la simple manipulación de lo cotidiano, el diseño puede adentrarnos en el terreno del ensueño.

## **Escenografía**

“El diseño escenográfico es una especialidad que involucra gran diversidad de conocimientos, será necesario comprensiones teóricas, conceptuales y prácticas, sus elementos corpóreos y visuales que pueden conformar el espacio escénico, empleado al servicio de la exhibición o presentación” (Tellez, 2014, s.p.).

La escenografía es una particularidad cautivadora que tendrá exigencias de gran variedad dependiendo de sus características y necesidades específicas. Según Tellez (2014): La escenografía como espacio efímero centra su contenido en estructurar los mecanismos intelectuales y prácticos, en un proceso de representación que permita resolver los distintos problemas técnicos, visuales y de presentación. Mediante una metodología que entrelace las ideas del diseñador de moda, la colección y el espacio, dando soluciones que permitan crear un espacio escénico sugerente, concorde, creativo y funcional.

La escenografía es considerada aparte de diseño como un arte en el que se montan decoraciones escénicas. Formada por elementos visuales que conforman un todo, aparte de las decoraciones, los accesorios, iluminación, y más. Incluyendo que no se toma en cuenta solo el espacio como sí, sino también la relación del actor de la escenografía con el espectador. Para conseguir impacto se acude a diseños que impresionan los sentidos, para lo que hay que saber cómo combinarlos y hacer que el público lo recuerde. Una de las escenografías más recordadas es la de la FIFA World Cup en 2006 (*Imagen 26*), durante el show de clausura, pues además de ser visualmente interesante, se reflejó luces de varios colores y efectos que plasmaron recuerdos en millones de personas.



*Imagen 26. Escenografía (y decorado) para la clausura de la FIFA World Cup (2006)*

Fuente: (Raab, 2006)

### **Diseño de pasarelas de moda**

Las pasarelas de moda en la actualidad desempeñan una fuerza en varias personas, a menudo de lo que allí se ve, influencia a la sociedad respecto a estilos, tendencias e incluso comportamientos, siendo un conector con jurisdicción en todo tipo de diseño.

La condición principal de la pasarela de moda es generar circulación, recorrido y percepción espacial manifestados en distintos niveles de apreciación, tanto visual como espacial. Se comprende que la pasarela como evento concibe una condición de evento y otra de exhibición de producto para la audiencia (...). Además del uso de la visual hacia puntos internos y externos tanto de edificio como de entorno. (Rhor, 2018, pág. 14)

Las pasarelas potencian el concepto del diseñador, pudiendo ser espacios simples o contradictorios que estimulan la experiencia multisensorial. Es un mundo sugerente donde las colaboraciones se han hecho presentes con grandes marcas. Tal es el caso del Estudio BUREAUBETAK y las principales firmas de moda, que ha realizado escenografías inigualables a través de los años (*Imagen 27*).



Imagen 27 SAINT LAURENT FW19 SHOW – Set y diseño por BUREAU BETAK

**Fuente:** (BUREAUBETAK, 2019)

### **Función Práctica**

Los desfiles de moda se han convertido hoy en día en un macro evento con una potente estrategia de marketing detrás.

La pasarela es una herramienta de marketing, medio de comunicación o actividad a través de la cual transmitir de manera adecuada el leitmotiv de una colección, el desfile es un formato abierto y cambiante (...). El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma. (Vilaseca, 2010, pág. 8 y 9)

Cruz, (2016) dice que el mundo de la moda y de la pasarela tiene una conexión especial con el diseño de espacios siendo una fuente inagotable de inspiración. Más allá de juicios de valor, una colección de moda no es más que un proyecto creativo, que utiliza como marco la pasarela. El espacio donde se exponen las colecciones.

Las grandes firmas aprovechan las pasarelas para conseguir la mayor atención posible y conectar con el público, pues aquí no sólo se demuestra la

colección, sino accesorios y productos, así como toda la imagen de la marca que influenciará en su ganancia. Es decir, es todo un medio publicitario y de marketing que refleja valores identitarios de la marca. Tal como lo hace la firma Dior la cuál utiliza al máximo sus recursos para darse reconocimiento creativo, claro ejemplo se lo muestra en la *Imagen 28*.



*Imagen 28. S DIOR AW19 SHOW– Set y diseño por BUREAU BETAK*

Fuente: (BUREAUBETAK, 2019)

### **Función Simbólica**

El mundo de la moda ha llegado a tomar a los desfiles como el arte de vender una experiencia. Dado que dentro de este mundo la competencia es muy grande, es necesario reinventarse. La creación de nuevas experiencias se ha convertido en una estrategia innovadora de ventas, tomando con gran importancia el valor de crearlas y hacer que conecte con el espectador y futuro cliente.

La moda está consciente de la innovación en sus eventos y cómo debe significar la experiencia en el cliente, a esto lo toman como “fashion experience” y utilizan el aromarketing, el arte, la música y varias herramientas para lograr espacios creativos experienciales. Un ejemplo claro de esto, es el show de Prada en 2015 (*Imagen 29*), dónde se utilizó la sensación y los olores de las flores para generar una percepción simbólica de la marca.



*Imagen 29. Prada FW 2015 Milán “The infinite palace” (Rem Koolhaas)*

Fuente: (StudioVarela, 2015)

## **Objetivos**

Según Vilaseca (2010): algunos objetivos de realizar una pasarela en beneficio del diseñador son:

- Informar sobre las nuevas colecciones.
- Llamar la atención de la prensa.
- Ser recordado.
- Apoyar la decisión de compra.
- Emoción y seducción

Se expresa claramente el porqué de las pasarelas, añadiendo los cambios mediáticos de la actualidad y la percepción publicitaria debido al uso del internet tenemos que:

Son muchas las firmas de moda que aprovechan la localización o la puesta en escena para potenciar más el espíritu o el mensaje que hay detrás de sus colecciones. A pesar de que el principal objetivo es presentar las nuevas prendas y tendencias que seguirán sus colecciones, la ambientación de este

evento se ha convertido en una experiencia casi teatral y arquitectónica.  
(García, 2018, s.p.)

### **Huella de Carbono de un desfile de moda.**

La mayor parte de búsquedas o investigaciones son sobre la huella de carbono general de la moda, y en la producción de sus prendas. Un desfile de moda va más allá de eso, tiene varios puntos que considerar al momento de emitir su huella de carbono en el planeta. Según Emily Farra, escritora de la revista de moda Vogue, en su artículo escrito en septiembre de 2019: “¿Cuál es la huella de carbono de un desfile de moda?”, deja en claro que, cualquier desfile importante es planeado por meses y su duración no va más allá de 15 minutos, resultando un show espectacular en escenografía y preparación, pero acabando en un contenedor de basura y decoraciones sin nuevo uso, sin hablar de la emisión de contaminación de la gente que se transporta desde lugares lejanos.

Por esa razón Farra afirma que los impactos de los desfiles no se miden fácilmente. “Puedes calcular la huella de carbono de un vuelo, pero en términos de la huella de carbono de un desfile de moda, aún no existen los datos”, dice Maxine Bédar, fundadora de The New Standard Institute.

Ser 100% un desfile sostenible es imposible, pero reducir el impacto de la huella de carbono es factible. Los desfiles se realizan ahora para ser cubiertos mediática y digitalmente, pues generan millones de ingresos en “valor de impacto mediático” debido a la evolución de las redes sociales. Es por eso, que el costo ambiental y económico es tan elevado. Según Thierry Dreyfus, fundador de la productora Eyesight, a principios de este año:

Instagram no sólo ha cambiado la manera en la que pensamos en el diseño de luces, sino la manera en que pensamos sobre la escenografía y la manera en que

se sienta la gente... tienes que atraer a los usuarios dentro de este mundo tan específico. (Dreyfus, 2019).

Bédat aporta en el hecho de que la gente prefiere ignorar todo el daño que ya está hecho al planeta, en donde la industria de la moda debe renovar sus métodos y poner un estándar para realizar desfiles reduciendo el daño ambiental. Cabe recalcar que el año 2019 las preguntas de los consumidores de ¿De dónde vienen los recursos y hacia dónde van?, está dando frutos, pues se han creado productoras que ayudan a organizar desfiles en donde las marcas conocen los orígenes y el uso que se les dará a los materiales utilizados, además de que marcas como Gucci y Diseñadores como Gabriela Hearst, han decidido realizar los primeros desfiles con huella de carbono neutra. Hearst explica que busca que estos desfiles se estandaricen, incluso trabajó con BuerauBetak, la compañía más reconocida en realizar los escenarios de los desfiles.

## **Producción**

Vilaseca (2016), explica que un desfile es una producción que implica la participación de equipos variados y exige una planificación cuidadosa. Por la gran cantidad de trabajo y esfuerzo que implica, en muchas ocasiones los diseñadores no producen ellos mismos sus desfiles, al menos en su totalidad, y recurren a la ayuda de empresas de producción para que se encarguen de planificar y diseñar la puesta en escena, el sonido y la iluminación y más. (..) El tipo de colaboración entre el diseñador y la empresa de producción cambia mucho en función del diseñador.

La jerarquía en la moda es importante para su organización, pues ayudará a analizar el sitting, los invitados, y por ende la publicidad que dependerá de ellos. Uno de los más reconocidos productores de desfiles de moda, es Alexandre de Betak (*Imagen*



30) director del Estudio BUREAU BETAK, quien analiza todas las posibilidades para que los accidentes y errores no tengan lugar.



*Imagen 30. Alexandre de Betak, Diseñador de pasarelas en medio de una producción.*

Fuente: (CNN, 2017)

## **Presupuesto**

Un desfile es un instrumento de difusión y expansión efímero de gran sublimidad. Aún por su mínima permanencia (de 9 a 30 minutos), ameritan un alto gasto de tiempo y presupuesto tanto en su diseño como en su desarrollo.

Para diseñadores nuevos o sin recursos suficientes, existen eventos de moda que ofrecen facilidades para presentar su colección con un mínimo gasto, en otros casos algunos eligen buscar y acoger patrocinadores. Por tal razón es importante no malgastar el presupuesto.

Ostentoso, extravagante y listo para Instagram, la semana de la moda es un evento abrumador para las marcas que tienen un presupuesto ajustado.

Producir un desfile es un negocio muy costoso y uno que no todas las marcas pueden permitirse. (SooHoo, 2018, s.p.)

El reconocido diseñador de modas Christian Siriano, en una entrevista para la revista Vogue, establece que el costo de escenografía (*Imagen 31*) se evalúa entre los \$20000 y \$100000, aumentando con entre \$10000 y \$40000 en iluminación, más \$20000 a \$30000 para producción. Todo este presupuesto dependiendo de la locación y lo que se vaya a realizar en la pasarela. Todos estos gastos son de escenografía sin contar catering, modelos, asientos, sonido y otras cuestiones para presentar un desfile de alto rango. Esto lo demuestra en la siguiente imagen:



*Imagen 31. Valoración de un desfile de modas por Christian Siriano.*

Fuente: (VOGUE ESPAÑA, 2018)

Pero de la misma manera Vilaseca (2010) menciona que, si el desfile fue bien organizado, se puede generar entre 10 y 100 veces el coste del mismo en publicidad gratuita, pues los medios se encargan por si solos de publicitarlos.

## El Briefing

Varias veces, el inicio de lo que se convertirá en el desfile nace incluso antes que la misma colección, con varios meses de anticipación. Se toman en cuenta varios aspectos hasta que incluya el concepto de la colección. Se busca fuentes de inspiración, que usualmente son elementos de la cultura popular en donde los directores creativos deben trabajar en conjunto, desde un peinado hasta el sonido. Como ejemplo, tenemos el briefing que realizó la marca Zara en la siguiente imagen:

**ZARA**

<p><b>POSICIONAMIENTO ACTUAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca líder (Primera marca española y 44ª de las 100 mejores marcas globales).</li> <li>• Sinónimo de diseño y calidad a precios asequibles.</li> <li>• Marca moderna y joven (innovación y frescor)</li> <li>• Avanza al ritmo de la sociedad.</li> </ul>	<p><b>RESPUESTA ESPERADA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser considerada por el consumidor como una marca más elitista a diferencia de las otras marcas de la compañía INDITEX.</li> <li>• Que el público objetivo consumidor de otras marcas cambie de idea y pase a formar parte de los compradores de ZARA.</li> <li>• Que el actual consumidor de ZARA se identifique con el nuevo enfoque elitista de la marca y se sienta comprendido.</li> <li>• Cambiar hábitos y actitudes de consumidores potenciales, que podrían preocuparse más por su aspecto y por la moda, a través de los beneficios sociales y psicológicos que aporta la marca.</li> <li>• Que el público objetivo valore la importancia que la marca le da a las necesidades del consumidor y cómo se adapta a ellas, consiguiendo mejor imagen de marca y mayor fidelización de sus clientes.</li> </ul>	<p><b>INSIGHT</b></p> <p>Ir a la moda no implica tener zapatos de 400 euros, ser modelo de pasarela o estar al día de lo que hacen los mejores diseñadores. Ir a la moda es llevar la vida que lleva todo el mundo, pero a mi manera. Trabajar de lo que me gusta, cuidar a mi familia, gestionar bien mi dinero y con todo esto, sentirme siempre bien, y perfecta.</p>
<p><b>POSICIONAMIENTO DESEADO PARA LA MARCA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguir siendo la marca líder a nivel español y subir posiciones en el ranking de las mejores marcas a nivel mundial.</li> <li>• Mejorar en diseño y calidad y fortalecer una imagen más elitista de la marca.</li> <li>• Entrar en un mayor contacto con el consumidor y adaptarse todavía más a sus necesidades, descubriendo así cómo avanza la moda y adelantarse a posibles cambios.</li> </ul>	<p><b>TONO</b> Seductor y Formal. Sigue la línea de ZARA.</p>	
<p><b>USP/ESP</b></p> <p>ZARA consigue combinar precios asequibles con la posibilidad de ofrecer nuevos estilos de ropa más rápido que sus competidores. Su modelo de negocio se basa en que hay cosas más interesantes en la calle que en la pasarela, por eso puede crear nuevos estilos antes de que se hayan producido.</p>	<p><b>PIEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prensa/revistas</li> <li>• Exterior</li> <li>• Cine / Televisión</li> <li>• Radio</li> </ul>	<p><b>TIMING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Briefing creativo y estrategia: 27 de marzo</li> <li>• Concepto de campaña: 10 de abril</li> <li>• Piezas: 17 de abril</li> </ul>

Imagen 32. Briefing de la marca de moda Zara..

Fuente: (PubliMarketing, 2015)

El briefing creativo es un documento escrito, no excesivamente extenso, donde el cliente nos aporta información sobre su empresa, los objetivos que persigue, a qué público le interesaría llegar, cuál es su competencia, qué mensaje quiere enviar y cualquier otra información que pueda ayudarnos a enfocar el proyecto correctamente. Se suele rellenar en las primeras reuniones con el cliente y no se debería empezar a diseñar sin él. (García, 2018, s.p.)

### **Diseño del Timing**

Concorde a la concepción de la idea, es primordial establecer un cronograma de actividades de parte de todo el equipo involucrado en el desfile, incluso muchos diseñadores inician a planear su siguiente presentación inmediatamente termina el anterior, pues hay que coordinar con cada involucrado según su propia agenda. Es acerca de ser propio para que los especialistas trabajen adecuadamente con la idea, iniciando con bocetos, imágenes y más.

Después de un sí por parte del principal diseñador, cada equipo puede empezar a trabajar conjuntamente con los materiales y los recursos. La colección, orden de salida, modelos y más debe coordinar con la producción, el sonido, etc. Para todo esto hace falta un ensayo con el tiempo cronometrado para que el desfile este acorde a la preparación de tantas semanas. Y como se planteó, se busca que la concordancia esté desde la colección hasta el escenario, el ambiente, la locación, haciendo de ésta una experiencia multisensorial y mágica. Por lo general los desfiles son de corta duración y se debe acoplar todo en este tiempo.

### **Montaje y Desmontaje**

Dentro de las implicaciones para el montaje de una pasarela se debe recordar la adecuación de la locación, sí se montará tarimas o moquetas, bambalinas, la iluminación

y el sonido. Aparte sí se debe o no instalar los camerinos: Camerinos de cambio, Camerinos de maquillaje y el mobiliario.

La complicación del montaje se dará de acuerdo al diseño o el presupuesto, por supuesto el desmontaje de igual manera. Hay que considerar varios puntos cómo el material disponible o escogido, la forma, la iluminación, soportes, estabilidad, etc.

### **Locación**

Establecer una locación es el primer paso para tomar en cuenta el diseño de la pasarela, ya que dependiendo de ésta se establecerá dimensiones, iluminación y otros aspectos. La locación puede ser abierta o cerrada, se toma en cuenta el concepto de la locación, los invitados, la capacidad, accesibilidad, espacio, permisos, derechos, etc. La locación es un suceso que puede ser contado, quedará en los registros de donde se realice el evento. Unas de las locaciones más renombradas fue La Fontana de Trevi en Roma, utilizada para el desfile aniversario de Fendi como se muestra en la imagen a continuación:



*Imagen 33. Desfile de Fendi por Karl Lagerfeld, en la Fontana de Trevi en Roma.*

Fuente: (Vanidad, 2019)

### **Backstage**

Detrás de la pasarela hay cosas que muy pocos observan o distinguen, el backstage alberga momentos en donde el tiempo es algo crucial de cumplir. Existen varios sentimientos detrás, desde nervios hasta secretos. Éste se encuentra amontonado de estilistas, diseñadores, directores creativos, periodistas, fotógrafos y más; cubriendo los requisitos pedidos en todo el tiempo de preparación del desfile de moda.

No solo está la producción, sino también es un puente entre lo que será la socialización del evento con invitados especiales, celebridades y prensa que se encargaran de promocionar y establecer relaciones con modelos y diseñadores. “Actualmente, el backstage – el espacio y el momento detrás de un desfile- es un mundo aparte, profesionalizado y lleno de lógica” (Funes, 2014)

Se realiza incluso un plan de orden en el backstage, y se da las últimas indicaciones y ajustes, para que nada quede olvidado, tal como lo demuestra el backstage de Antonio Berardi en 2013 (*Imagen 34*).



*Imagen 34. Backstage del desfile del diseñador Antonio Berardi, más el mapa de recorrido y looks en orden.*

Fuente: (Hola, 2013)

## **Difusión**

La gestión de relaciones públicas es primordial para el éxito de la colección, cubrir todos los requerimientos de comunicación para dar a conocer una marca de moda. Para esto hace falta estrategias de publicidad gráfica y escrita.

La difusión en los medios de un desfile no solo promociona la marca, sino a todos los involucrados, en este caso el creador de la pasarela también. Es por eso que se debe dar facilidades y trabajar conjuntamente con los encargados de difundir el evento. Si se lo hace adecuadamente, los medios como las revistas publicitan a la marca de manera gratuita por poner fotos exclusivas en sus páginas, tal y cómo es el caso de la Revista Hola (*Imagen 35*), Vogue, W, Harper Bazaar, y más.



Imagen 35. Portada de la revista Hola para promocionar la temporada de invierno.

**Fuente:** (Hola, 2018)

## **Fotografía y Video**

El trabajo de fotografía de un experto en desfiles de moda puede llegar a complicado por la inmediatez y las condiciones de trabajo, una escenografía debe dar facilidades para esta actividad, ya que el desfile se realiza precisamente para publicitarlo, entonces hay que recordar ángulos y un espacio para que los fotógrafos se puedan asentar, incluso la luz suele ser una zona reservada.

(Vilaseca, 2010) toma en cuenta que con cinta aislante de colores marcan en el suelo su espacio, y probablemente el asistente haga guardia para que unos minutos antes del desfile el fotógrafo llegue y tome su puesto, a lo que también dice que el productor y diseñador Alexandre de Betak toma importancia a la posición de los fotógrafos cuando diseña el espacio del desfile; estableciendo su posición, está decidiendo y acotando la imagen que más tarde se reproducirá en todos los medios. De igual manera Alexandre de Betak indica: “Mi objetivo consiste en crear eventos fotogénicos. Este es el objetivo de la escenografía: asegurar a la marca la mayor cobertura mediática posible”.

## **Eventos de moda**

### **Semanas de la moda**

Cada cierto período los diseñadores reconocidos exhiben sus colecciones e ideas en las semanas de la moda, demostrando aún más la influencia de esta industria millonaria. Esto ha permitido que los desfiles se segreguen más allá de las grandes capitales. El Impacto social que presentan es importante, según (Opalin, 2016) indica: “A las semanas de la moda acuden alrededor de 100,000 personas. Sin embargo, hoy en día las redes sociales han adquirido mayor fuerza en su difusión, en Instagram tiene 31.6 millones de publicaciones”.

Las ciudades de Nueva York, Londres, Milán y París son las cuatro grandes, solo ellas pueden presumir de albergar los desfiles más espectaculares, caros y exclusivos junto a las presentaciones más alternativas, frescas y rompedoras (..). Los motivos de ese privilegio no son casuales y muchos diseñadores con billete, sueños y maleta en mano saben con certeza que es necesario coger el avión para despegar. (Vilaseca, 2010, pág. 51)



Uno de los ejemplos de la semana de la moda en París, es Chanel, marca reconocida mundialmente que mantiene sus shows a otro nivel, al igual que sus escenografías, cómo lo demuestra la siguiente imagen:



*Imagen 36. Desfile Prêt-à-porter Otoño-Invierno 2019/20 de Chanel, Grand Palais en París.*

Fuente: (Chanel, 2019)

### **El desfile conceptual**

La moda conceptual y su puesta en escena, al igual que el arte conceptual, no se detiene en las formas o en los materiales, sino en las ideas y los conceptos. Por medio de estos desfiles, la marca y diseñador demuestran e incitan a pensar sobre ciertos temas sociales, religiosos, de arte u otra concepción. Claire Wilcox define a sus desfiles como “instalaciones de arte”. Para algunos diseñadores el concepto tiene tanta relevancia como la colección. En algunos casos el espectáculo y es más importante para publicitarlo, que no cuentan con las malas críticas hacia las prendas, es por eso que se debe tener una concordancia para que las ganancias sean en los puntos.

La editora de moda, Vanessa Friedman acota que para ella lo más emocionante en la semana de la moda, es que ahora importa más el concepto que la ropa, en sí la presentación artística. El ensayo de Lars Svendsen, “Arte a la moda” afirma: “Los desfiles eran grandes y extravagantes con el fin de crear la máxima publicidad, con lo que quedó claro que el haute couture se había convertido en parte de la industria del

entretenimiento”. Moschino (*Imagen 37*), es una de las marcas temáticas que más representan esta concepción, y da claras señales de lo que la colección trata.



*Imagen 37. Desfile de Moschino por Jeremy Scott presentado al front row de Milán.*

Fuente: (ELLE, 2015)

### **Espectáculo en la pasarela**

Avella (2018) menciona que la carta de presentación para las marcas de moda y diseñadores en plena era digital es el desfile. "Es el principal momento en el que exhiben sus colecciones como ellas quieren, transmitiendo su espíritu y quiénes son", explica María Eugenia Josa Martínez, Doctora en Creatividad Aplicada y profesora de ISEM Fashion Business School. Por tanto, no es raro que se han ido integrando nuevos métodos y elementos en la presentación de la pasarela queriendo expresar en toda su magnitud las caras de cada firma. Las modelos se han convertido en acróbatas en un desfile de Dior, para resaltar el espectáculo lo mayor posible, cómo se lo demuestra en la imagen:



*Imagen 38. Acróbatas durante el desfile de alta costura primavera/verano 2019 de Dior en París. Enero de 2019.*

Fuente: (Francois Guillot, 2019)

Los desfiles clásicos que mostraban las grandes figuras de la moda desde los años 50's ha evolucionado a toda clase de fórmulas para expresar al máximo el potencial de la colección. Josa (2018) comenta “Los desfiles han pasado a ser espectáculos ligados al imperio de los medios de comunicación y las redes sociales”. Mientras más atractivo sea el espectáculo más probabilidad de mostrarse en redes sociales tiene llegando a un mayor público. (s.p)

Avello (2018) explica qué: Si de espectáculos hablamos, un imponente referente es Maison Chanel que la dirigió durante años de evolución Karl Lagerfeld en colaboración con grandes arquitectos y diseñadores en donde ha convertido grandes escenografías en tendencia dentro del Grand Palais en París (s.p). Ha convertido a este edificio en innumerables mundos de cartón piedra sobre los que mostrar sus ricas propuestas. A saber: un supermercado, un aeropuerto fashionista, una estación espacial (cohetes incluidos), un bosque de origami creado a base de la superposición de flores en tres dimensiones, y varias propuestas creativas más.

No solo de lugares de ensueño viven estas presentaciones. En uno de los últimos desfiles de Fenty x Puma by Rihanna unos motoristas salían haciendo piruetas sobre una montaña de polvo rosa; Tommy Hilfiger tan

pronto presenta sus propuestas en un festival ad hoc (bautizado Tommyland) como en un circo de rockeros en Londres, mientras que Ralph Lauren tiró de imaginación y presentó su colección primavera-verano 2015 con un desfile holográfico en una pantalla de 60 metros de altura en el corazón de Nueva York. Aunque si hay una marca que tiene bien interiorizado el concepto de show, esa es Victoria's Secret. Todo lo generado alrededor de este desfile lo convierte en uno de los eventos de moda más importantes del año. (Avello, 2018, s.p.)

## **Expresividad**

Squicciarino se manifiesta sobre la moda “expresa el espíritu del tiempo (Zeitgeist) y es uno de los indicios más inmediatos de los cambios sociales, políticos, económicos y culturales”. La moda se establece como clave para la concepción del sujeto, o sea para la programación de su propia identidad que es vital para el individuo moderno. “Por su apariencia, un individuo se sitúa tanto con respecto a los otros como a sí mismo. En estas condiciones, la moda es uno de los medios que utiliza para convertirse en él mismo” (Squicciarino, 2005, pág. 182).

Las marcas se han dado cuenta de que el sistema está cambiando, de que la gente ve a los desfiles aburridos, qué quieren más por parte del show, es por eso que Tommy Hilfiger ha optado por cambiar e innovar estos shows, y llamarlos “Desfiles experienciales”. "En los últimos dos años hemos aprendido que el consumidor quiere una satisfacción inmediata y una gran experiencia. También hemos aprendido que el público está muy interesado en ir a los desfiles de moda" (Hilfiger, 2018, s.p.)

Este estilo en pasarela se caracteriza por la búsqueda de la expresividad máxima por medio de todas las partes que conforman el escenario. Siendo el objetivo tocar al público mediante la representación, haciendo a cada elemento un portador de la idea o el concepto.

## **Site Specific**

“El término está íntimamente vinculado con arte instalativo, como una instalación en un sitio específico; y con land art, que es site-specific casi por definición.” (Kolodynski, 1970). Los escenarios realizados a través de la técnica “Site Specific” están pensados para pasar en un lugar específico. Durante este proceso el sitio se elige con tiempo, y es algo que influye en la estructuración, planificación y creación del escenario.

Este sitio con sus particularidades alimenta al relato, poniendo una mirada abierta al entorno, más allá del despliegue escénico. Es constitutivo para la expresividad del escenario lo que pasa alrededor, todo lo que capta el ojo del espectador y aportar significados.

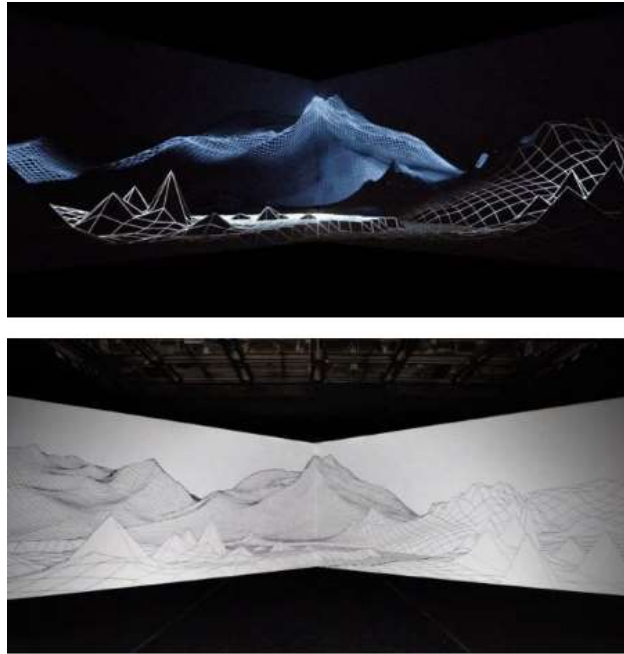
## **Nuevas Tecnologías**

Forero (2012) en su investigación “Nuevas Tecnologías en el Espectáculo en Vivo” menciona algunos ejemplos sobre el uso de nuevas tecnologías en escenografías: El escenógrafo Roland Olbeter, se caracteriza por el uso del arte robótico, también combina diferentes tecnologías visuales, utilizó el Open Frame Works que es un sistema informático, con la que es posible que los textos y los gráficos de la obra reaccionen de acuerdo al sonido de la pieza.

Castellucci, investigó materiales que tuvieran la capacidad de derretirse con el calor de la luz, la tecnología utilizada en este caso, es la nanotecnología definida por la RAE (22a ed. 2001) “Tecnología de los materiales y de las estructuras en la que el orden de magnitud se mide en nanómetros, con aplicación a la física, la química y la biología.”

## Mapping

El mapping sobre la escenografía con acceder a un paisaje Wired y se revela lentamente por suaves efectos de luz tridimensional. Cómo lo demuestra el Proyecto EYJAFJALLAJÖKULL:



*Imagen 39. Proyecto EYJAFJALLAJÖKULL , inspirado por la erupción del volcán islandés.*

**Fuente:** (escenografiaaumentada.wordpress.com, 2012)

## **Tipologías de pasarelas de moda**

### **Desfiles de prensa:**

En algunos momentos, las imágenes realizadas por la prensa son parte de la estrategia comunicativa de la marca, produciendo elementos gráficos que son observados por los compradores y los medios que conforman la colección.

Los desfiles de prensa se celebran en el contexto de las semanas de la moda o bien fuera del calendario con la finalidad de dar a conocer a los medios la colección. Estos desfiles se diseñan especialmente para los

editores de prensa sentados en las primeras filas y fotógrafos, situados normalmente en un espacio reservado exclusivamente para ellos al final de la pasarela. (Vilaseca, 2010, pág. 77)

### **Desfiles de Alta Costura**

Este tipo de desfile era cerrado y exclusivo al público hasta que Versace se introdujo y revolucionó los shows de alta costura. Se podría decir que una de sus características es que tienen un alto presupuesto, está pensado para que desde su localización como colección sea de método lujoso. Varias marcas lo implementaron, como Saint Laurent, Gucci, Prada, Dior, Chanel, entre otras.



*Imagen 40. Desfile de Dior celebrado en el Musee Rodin de París.*

Fuente: (Tejedor, 2019)

### **Desfiles Prêt à porter.**

Kieny (2018) dice que las prendas Ready-to-Wear están dentro del proceso industrial, siendo de producción masiva, sus materiales no son tan caros y se establecen tallas, usualmente la ropa no tiende a ser netamente formal y es de más fácil acceso.

Prêt à porter o Ready to Wear significa, literalmente, listo para llevar. El término fue acuñado por el diseñador Pierre Cardin en la década de 1950, que para una década después, fue seguido por Yves Saint Laurent, para tratar de democratizar la moda y que las prendas fueran adquiridas por un

público más abierto. En su momento, era muy mal visto por los diseñadores de la época. (KienyKe, 2018, s.p.)

### **Desfiles de Salón**

Se destinan a un público más reducido, sobretodo, compradores. Algunas marcas y diseñadores organizan desfiles más íntimos, de ahí el parecido que tienen con los desfiles clásicos. Un ejemplo a observar son los Showroom de la semana de moda de París.



*Imagen 41 París Fashion Week: Imoni Showroom & Fashion Show..*

Fuente: (Tejedor, 2019)

### **Desfile Teatral**

Un gran representante de estos, es el diseñador John Galliano (*Imagen 42*) en sus pasarelas, en dónde las modelos no sólo desfilan, sino también actúan. Permitiendo dar un solo sentido al desfile.





*Imagen 42. Desfile de John Galliano Otoño/Invierno 2007/08.*

Fuente: (Trendencias.com, 2007)

Los diseñadores caen en la cuenta del gran valor comercial que genera el espectáculo para atraer tanto a la prensa como a los compradores. La puesta en escena se teatraliza con decorados propios de los espectáculos operísticos y la existencia de una cierta narrativa. La finalidad principal es impresionar y seducir. (Vilaseca, 2010, pág. 87)

### **Pasarelas por Orientación**

También, existen tres tipos principales de pasarelas: pasarelas unidireccionales, pasarelas bidireccionales y multidireccionales. Las pasarelas unidireccionales (*Imagen 43*) permiten que las alertas fluyan en una única dirección, pueden considerarse como herramientas de archivado. Las pasarelas bidireccionales permiten que las alertas fluyan desde el origen, y permiten también proporcionar información de retorno, pueden considerarse como herramientas de sincronización. Las pasarelas multidireccionales presentan varios ángulos para los espectadores y tiene un punto de afluencia.



*Imagen 43. Desfile de Chanel otoño-invierno 2008-2009, en París, con una pasarela unidireccional circular.*

Fuente: (Vogue.mx, 2009)

## **Desfiles por temporada**

Según el Fashion Acces Daily, las temporadas de la moda son:

### Primavera/verano

Las colecciones Primavera Verano suelen proponernos colores llamativos, siluetas sueltas y telas frescas; los accesorios son vistosos y los zapatos descubiertos. Esto no es una regla, ya que debemos considerar que en muchas zonas el calor no es tan intenso, pero nos ayuda a tener una idea para diferenciar las colecciones.

### Otoño/invierno

Las colecciones para esta temporada no suelen tener muchos estampados y optan por colores enteros. Cada outfit tiene mayor cantidad de prendas ya que hacen uso de sacos, chalecos o gabardinas. Los zapatos suelen ser cerrados, en su mayoría botines y botas, los accesorios son más pequeños y no resaltan tanto. Nuevamente esto no es una regla.

### Crucero/Resort o Pre Fall

Este tipo de colecciones nacieron pensadas para millonarios o personas de clase alta que, huyendo del frío cada invierno, elegían como destino de sus vacaciones un crucero por zonas más cálidas. Tienen un menor número de outfits en comparación con las colecciones de temporada y se componen de piezas mucho más comerciales y menos costosas. Las colecciones Resort o Cruise generalmente llegan a tiendas europeas a finales de octubre, mientras que las Pre-Fall son el contrario, pues llegan a las tiendas entre mayo y julio.

### **Los géneros**

En los desfiles de moda, alternativamente de a quienes los dirigen, se ha incluido varios géneros hasta la actualidad, donde el diseñador puede expresar su identidad y estilo. Por la misma causa de la influencia mediática, las pasarelas se han convertido en medios de difusión de carácter ideológico y personal. Esto se trata de un sentido de inclusión, que es muy discutido en la actualidad, tal como permitir a modelos transgénero (*Imagen 44*) desfilan en las pasarelas, cómo personas mayores y de tallas grandes.



*Imagen 44. Una modelo drag recorre el desfile de Opening Ceremony SS19.*

Fuente: (Vogue.mx, 2018)

## Colección de moda

### La Marca

El desfile tiene que buscar contribuir al desarrollo de marca, sea con retail propio e incluso diría que es más importante si se trabaja en multimarca. Inmaculada Urrea hace alarde de que marca no es la enseña o logotipo como se muestra en la *Imagen 45*, que está en las fachadas o en las bolsas, marca no es hacer publicidad o eventos, marca no es hacer unos productos con diseño, artesanía o materiales de calidad, marca no es que el último arquitecto de moda te diseña la tienda, no es hacer storytelling para publicarlo en la web 2.0... Es mucho más profundo. Uno de los argumentos que más utilizan los directivos de las tiendas de moda del sector retail es que la gestión de la marca genera beneficios tangibles e intangibles.

Y no es solo una cuestión de tener mucho dinero, es más dónde y cómo se invierte. Para esto nada mejor que fijar la misión de la marca, sabiendo a dónde queremos ir es mucho más sencillo hacer una inversión estratégica del poco o mucho dinero que tengamos. (Domínguez, 2014, s.p.)



*Imagen 45. Logos de las marcas de moda más imponentes en el mundo..*

Fuente: (Megaricos.com, 2017)

## **Características Técnicas**

### **Iluminación**

Paula Dalesio en su blog de moda escribe acerca la importancia de una correcta iluminación en la pasarela:

Hay que tener en cuenta que los desfiles de moda apuntan a dos públicos. Por un lado, los invitados y demás asistentes, que deben visualizar en forma correcta las novedades que se muestran sobre la pasarela. Por el otro, es de suma importancia que la prensa que asiste al evento (y particularmente los fotógrafos de estos medios) puedan capturar imágenes nítidas que luego serán el reflejo y difusión del desfile en distintas publicaciones, y su llegada a más público. Por supuesto, la iluminación es fundamental en ambos casos, y máxime si el evento es cubierto para televisión. Un dato esencial a tener en cuenta es que los esfuerzos de iluminación no sólo deben ser aplicados al final de la pasarela. Si bien aquel es el epicentro del convite y el sitio donde usualmente las modelos son fotografiadas, en otros sectores de la pasarela se recomienda mantener una iluminación uniforme.

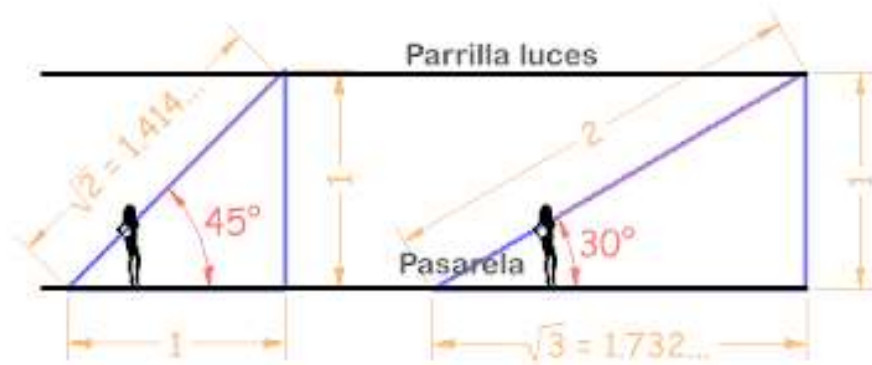
A lo que Dalesio también explica: En este sentido, al hablar de iluminación para desfiles, la máxima a seguir es la uniformidad. La referencia es para el ángulo de iluminación. Es importante que al final de la pasarela, donde los fotógrafos capturan imágenes frontales, la iluminación no sea muy cenital ya que de este modo se crea sombras en los ojos y brillo en la nariz de las modelos.

Adicionalmente, el creciente uso de smartphones y redes sociales ha incrementado de manera significativa la cantidad de imágenes que toma el público y la difusión de estas. Una iluminación bien planeada se refleja en la calidad de las imágenes que se ven a diario en los dispositivos. Para lograr lo anterior se tienen en cuenta aspectos como la temperatura e intensidad de la iluminación, las cuales tienen un efecto sobre los colores de la piel y las prendas. A su vez, la distribución de las luces es clave para evitar puntos ciegos y para asegurarse de que las modelos estén iluminadas

de manera uniforme y de que el show sea visible tanto para la audiencia como para los fotógrafos. (INEXMODA, 2018, s.p.)

Ruiz (2010) menciona algunos aspectos de iluminación que se deberían tener en cuenta:

1. La Uniformidad de la luz
2. El ángulo de iluminación (*Imagen 46*)
3. La intensidad de la luz
4. Temperatura del color



*Imagen 46. Diagrama de cambio de distancia modelo luz, respecto al cambio de ángulo de las luces.*

Fuente: (elmomentoconstruido.blogspot.com, 2010)

## **Sonido**

El observatorio de espacios escénicos de la Universidad de Cataluña, da algunas pautas desde el libro de Roderick Ham sobre la Guía de Planificación para diseño y adaptación para teatros, donde se compara con pasarelas de moda por ser escenografías en vivo. Ham (1987) da algunas pautas: El sistema de producción de sonido debe ser capaz de captar el sonido en directo a través de micrófonos y señales grabadas y transmitirlos al público a través de altavoces situados adecuadamente. Su funcionamiento ha de ser lo más flexible posible.

En teatros de gran tamaño, también existirán altavoces situados en el perímetro de la sala y techo. Por todo el edificio deben existir paneles con tomas para amplificadores, micrófonos y corriente.

### **1.8 Formulación de hipótesis.**

La resignificación de materiales en el diseño de pasarelas de moda es **un recurso que se podría utilizar** para producir espacios economizados, sustentables y atractivos.

### **1.9 Señalamiento de las variables.**

1.9.1 Variable dependiente: Diseño de pasarelas de moda

1.9.2 Variable independiente: Resignificación de materiales

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **2.1 Método**

#### **2.1.2 Enfoque de la investigación.**

##### **Cualitativo**

En la búsqueda cualitativa Esterberg (2002) dice que en lugar de iniciar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza examinando los hechos en sí y en el proceso desarrolla una teoría coherente para representar lo que observa.

El proceso de indagación es más flexible y se mueve entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal como la observan los actores de un sistema social definido previamente. Es holístico, porque se precia de considerar el “todo” sin reducirlo al estudio de sus partes. La teoría se construye básicamente a partir de los datos empíricos obtenidos y analizados y, desde luego, se compara con los resultados de estudios anteriores.

Por lo general, el análisis no se inicia con ideas preconcebidas sobre cómo se relacionan los conceptos o variables. Conforme se van reuniendo los datos verbales, en texto y/o audiovisuales, se integran en una base de datos, la cual se analiza para determinar significados y describir el fenómeno estudiado desde el punto de vista de sus actores.

Por su parte, la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. Desde el punto de vista de esta investigación se la considera



respecto a las características mencionadas, ya que se construye a través de la información que se recolecta o se experimenta, más que de datos cuantificables.

### **2.1.2 Modalidad Básica de la Investigación.**

#### **Investigación bibliográfica-documental**

La investigación bibliográfica es la primera etapa del proceso investigativo que proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, de un modo sistemático, a través de una amplia búsqueda de: información, conocimientos y técnicas sobre una cuestión determinada.

Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio. Una de las principales ventajas de un diseño bibliográfico es que permite cubrir una amplia gama de fenómenos ya que abarca una realidad espacio-temporal mucho más dilatada.

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Arias, 2012, pág. 27)

### **2.1.3 Nivel o tipo de Investigación.**

#### **Investigación exploratoria**

Para Hernández Sampieri (2003) la Investigación Exploratoria se presenta en casos donde el objeto o problema es poco estudiado, del cual existen dudas. Esta permite

obtener elementos que nos ayuden a formular las preguntas de investigación con mayor precisión. Por su parte, (Hernández Sampieri, 2003, pág. 115) opina que “los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en si mismos, por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variables y establecen el "tono" de investigaciones posteriores más rigurosas”. Se caracterizan por ser más flexibles en su metodología en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, y son más amplios y dispersos. Asimismo, implican un mayor "riesgo" y requieren gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

### **Investigación descriptiva**

Los Estudios de carácter descriptivo, buscan especificar las propiedades importantes del Objeto de Investigación. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del Fenómeno a Investigar. Un estudio Descriptivo selecciona una serie de aspectos y luego los mide independientemente para así describir lo que se investiga.

Se propone este tipo de investigación describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. Es un tipo de investigación con un enfoque meramente social que consiste en identificar los rasgos característicos o diferenciadores del objeto de la investigación. Por tanto, describirá desde diferentes ámbitos como el lugar, la composición, las propiedades y más del tema a investigar.

Según el autor (Arias, 2012, pág. 24), define: “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”.

### **2.2 Población y muestra.**

Abordando que el enfoque de la investigación es cualitativo, la población y muestra será determinada bajo el criterio de la investigadora. Arias (2012) indica que: “Una investigación puede tener como propósito el estudio de un conjunto numeroso de objetos, individuos, e incluso documentos. A dicho conjunto se le denomina población”. (pág. 81)

La unidad de análisis será tanto de profesionales en diseño de moda, diseño sostenible y reutilización de material, arquitectos expertos en espacios efímeros y organizadores de eventos. También se estudiará al objeto en sí, es decir, pasarelas de moda y referentes.

Se elegirá los componentes relacionando las causas y los propósitos a los que se enfoca la investigación, más no en probabilidades. Arias (1999) señala que la población es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación.

## **Muestra**

“La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 14)

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo, el tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.

Las entrevistas están dirigidas a profesionales de diseño que aporten a la investigación tanto en el punto de resignificación como en pasarela:

### **Al Borde**

Este grupo de arquitectos y diseñadores nació en Mayo de 2007, tiene su base de operaciones a 2800 m.s.n.m. en Quito-Ecuador, los responsables tras esta idea son Pascual Gangotena, David Barragán, Marialuisa Borja y Esteban Benavides. Sus proyectos siempre buscan potenciar el desarrollo local y tienen un alto componente de innovación social.



*Imagen 47. De izquierda a derecha: Pascual Gangotena, David Barragán, Marialuisa Borja y Esteban Benavides.*

Fuente:( Alborde.com)

AL BORDE empezó en 2007 en Quito – Ecuador. Ha impartido conferencias, talleres y expuesto su trabajo en varios países alrededor del mundo. Al Borde ha recibido numerosos premios y reconocimientos entre los que se destacan el Premio de Arquitectura Schelling en Alemania 2012, la Medalla al Reconocimiento Cultural del Ecuador 2012 y el Premio Mundial de Arquitectura Sustentable en 2013 en París. En 2014 fueron nominados al Premio Internacional de Arquitectura Joven Iakov Chernikov

en Moscú y en 2015 nominados al Premio para Diseño del Año en el Museo de Diseño de Londres. En 2016 fueron parte del comité de nominadores para el Mies Crown Hall Americas Prize - MCHAP y son parte de la selección oficial de la Bienal de Venecia que tiene como tema Reportar desde el Frente. (www.alborderarqu.com)

"Al Borde es un estudio colaborativo y experimental que se caracteriza por buscar soluciones consistentes a problemas ordinarios y actuales. Generalmente trabajan con proyectos de bajo presupuesto donde la materialidad y funcionalidad ganan significado. El carácter de los proyectos crea un marco de trabajo donde los problemas son considerados parte de la solución, en lugar de obstáculos. El trabajo se realiza desde la complejidad específica del problema, pero con una perspectiva integral, una exploración que los ha llevado a colaboraciones interdisciplinarias junto a músicos, artistas, teatreros, diseñadores, publicistas, etc.

La fuerza de sus construcciones radica en su ingenio proyectual para unir respuestas arquitectónicas objetivas a percepciones subjetivas del usuario lo que resulta en sistemas constructivos híbridos que combinan lo tradicional con lo contemporáneo, integrando además la dirección de energías sociales y comunitarias para llevar a cabo sus obras." (Wonne Ickx, Productora, México)

#### RECONOCIMIENTOS INTERNACIONALES:

Tabla 1. Reconocimientos internacionales de Al borde

2008	Premio a Mejor Obra de Joven Arquitecto / Lisboa, Portugal
2009	20+10+X Premio de Arquitectura, Tercer Ciclo / Casa Entre Muros / World Architecture Community / Global Community
2010	Premio Panorama Iberoamericano de Obras / Escuela Nueva Esperanza / VII BIAU / Medellín, Colombia Mérito Arquitectónico "Arq. Francisco Eduardo Tresguerras" / Colegio de

	Arquitectos de Celaya / Celaya, México
2011	Mención de Honor / Taller Particular / 6to Festival Internacional de Arquitectura EME3 / Barcelona, España
2012	Schelling Architecure Prize / Schelling Architekturstiftung / Karlsruhe, Alemania
2013	Global Award for Sustainable Architecture / LOCUS Foundation / Paris, Francia
2014	Premio Lafarge Holcim Acknowledgment America Latina / Casa En Construcción / Lafarge Holcim Foundation / Medellín, Colombia
2015	Finalista, Design of the Year / Ultima Esperanza / Design Museum / Londres, Inglaterra
2016	Premio Panorama Iberoamericano de Obras / Casa En Construcción / X BIAU / Sao Paulo, Brasil
2018	Mejor Largometraje Documental / Hacer Mucho con Poco / 5to CINETEKTON - Festival Internacional de Cine y Arquitectura / Puebla, México Proyectos Remarcables / Prototipo Post-Terremoto - Vivienda Rural & Comedor de Guadurnal / YALA - Young Architects in Latin America / CA'ASI "Maison Commune" de Architecture-Studio / 16ava Bienal de Venecia, Arquitectura / Venecia, Italia
2019	100+ Best Architecture Firms 2019 / DOMUS / Milano, Italy

**Dis. Silvia Zeas**

Diseñadora textil y de moda, nacida en Cuenca, estudió en la Universidad del Azuay, y en el instituto Europeo de Diseño en Milán, Italia. En la página de “Diseño en Ecuador” refleja la visión de la diseñadora: “Su proyecto está basado en tejidos sustentables, 100% ecuatorianos, busca la difusión nacional e internacional de prendas de vestir de alta calidad elaboradas en tejido de punto, diseñadas con simbología e identidad cultural y confeccionadas artesanalmente en el país a partir de materia prima ecuatoriana, con fibras naturales como alpaca, lana de borrego y fibras vegetales como el algodón y la viscosa (100% biodegradable), además busca promover la industria textil nacional y preservar el medio ambiente”



*Imagen 48. Dis. Silvia Zeas, diseñadora textil*

Fuente: (Silviazeasdesigner.com)

Hasta 2014 ya había participado en más de 50 desfiles promocionales y benéficos, con su tendencia Etno-Folk, participó en TIC Américas (2012), en el Fashion Week Asunción 2009, en el Fashion Week Ecuador, Costa Blanca Fashion Week Alicante, Best Model of the World, el Fashion Week de Miami 2010 y en el Fashion Week en New York.

**Dis. Cristina Paredes**

Diseñadora de Modas titulada en la Universidad Técnica de Ambato, con una especialización en Mercadeo y el área Técnica de la industria de la Moda obtenida en la escuela de Diseño y Mercadeo Arturo tejada Cano en la ciudad de Medellín – Colombia. Con experiencia en el desarrollo de colecciones en todas las líneas de vestuario, así como en el manejo de marcas en industrias vinculadas a este sector. Actualmente me desempeño como docente en la carrera de Diseño de Modas en la Facultad de Diseño, Arquitectura y Artes de las Universidad Técnica de Ambato. El mundo de la moda la ha llevado a explorar nuevas áreas, trabajando en proyectos sostenibles e innovadores sustentados en la investigación y el desarrollo, conciliando los procesos industriales con el diseño.

Tabla 2. Reconocimientos y logros de Cristina Paredes

ARTÍCULO	REVISTA	ISSN	FECHA
----------	---------	------	-------

INSTRUCCIÓN EDUCATIVA	TÍTULO OBTENIDO	PAÍS DONDE REALIZÓ LOS ESTUDIOS
Cámara Artesanal de Tungurahua	Maestro/a de Taller en Tintorería y Lavandería	Ecuador
Escuela de Diseño & Mercadeo de Moda	Técnico en Diseño y Mercadeo de Moda	Colombia



SITUACIÓN ACTUAL DE LA INTEGRACIÓN DEL DISEÑO EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL CANTÓN PELILEO PARA LA GESTIÓN CREATIVA Y DE PROCESOS PRODUCTIVOS DE LA INDUMENTARIA EN DENIM	INNOVA RESEARCH JOURNAL	2477-9024	15/10/2018
--	-------------------------------	-----------	------------

### **Análisis de casos:**

Los criterios de resignificación, sostenibilidad, materialidad, y el diseño conceptual de la pasarela son factores que están muy vanamente explicados en el análisis del desfile en sí, y que son muy importantes para realizar un diseño consciente. La información acerca de estos es carente, pues en la mayoría de artículos se habla acerca de por qué del diseño, la idea de la colección e incluso su presupuesto, más no de su montaje, los materiales utilizados, a dónde retornan, su concepción espacial, etc.

Es por eso que se ha optado por analizar ciertos criterios incluidos en la fundamentación teórica ya consultados, en base a pasarelas que pueden trabajar con estos, al igual que mostrar cómo el consumismo ha atacado al mundo de la moda, no sólo en colección sino también en sus shows. Por último, cómo nuestro entorno trabaja hoy con ellas y que diferencias encontramos con las grandes marcas que son muy bien publicitadas y reconocidas. Además, se explica en qué tipos de criterios aporta cada ejemplo, ya que hay diferencias en la concepción conceptual, ambiental y de diseño, también, se explica por qué se escogió analizarlos precisamente. A continuación, se explican en los siguientes gráficos:

Tabla 3. Selección de criterios para el análisis de caso

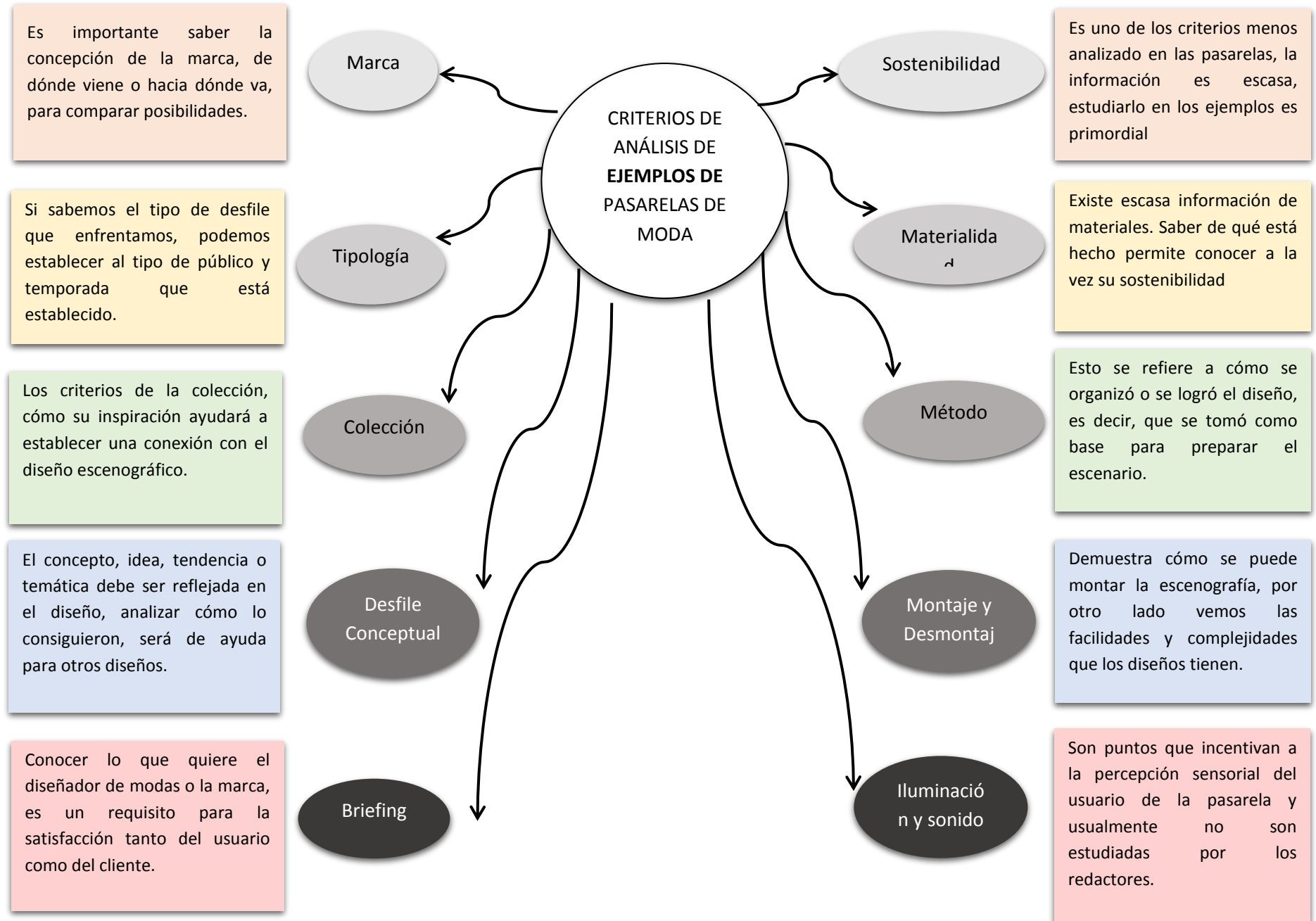


Tabla 4. Selección de ejemplos para los análisis de casos

<b>Pasarela</b>	<b>Criterios a los que aporta</b>	<b>Tipo de análisis.</b>
<b>1.</b> Moncler by Simone Rocha Autumn/Winter 2018/19 show at Milán Fashion Week	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile conceptual</li> <li>- Método</li> <li>-Materialidad</li> <li>-Sostenibilidad</li> </ul>	Es un ejemplo que sirve para demostrar que el concepto o la idea rige en la materialidad, sin necesidad de ocupar exceso de recursos.
<b>2.</b> Raf Simons SS20	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile conceptual</li> <li>- Método</li> <li>-Briefing</li> <li>-Sostenibilidad</li> </ul>	El desfile de Raf Simons se toma meramente la idea de protesta del diseñador y muestra su concepción mediante materiales inusuales.
<b>3.</b> Edeline Lee Autumn/Winter 2016 show at London Fashion Week	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile conceptual</li> <li>- Método</li> <li>-Materialidad</li> <li>-Sostenibilidad</li> <li>- Montaje</li> </ul>	Es un ejemplo de colaboración entre el diseñador y la sostenibilidad, pues el material fue reciclado de una fábrica de papel, el cuál luego fue retornado por la misma fábrica a usos agrícola, aparte logra un diseño atractivo sin esfuerzos de montaje, ni modificaciones de la locación.
<b>4.</b> Fenty x Puma, Primavera 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile conceptual</li> <li>- Método</li> <li>-Materialidad</li> <li>-Sostenibilidad</li> </ul>	La marca trabajó con arena, que es biodegradable, en un espacio abierto, sin necesidad de modificar o dañar elementos. Se rigió meramente al concepto de la locación. Y fue un ejemplo netamente de espectáculo y cómo se lo utiliza hoy en las pasarelas.

	- Montaje	
<b>5.</b> Delpozo, Fall/Winter 2016-17	- Método -Materialidad -Sostenibilidad - Montaje	Este caso permite asegurar que un solo elemento planificado y con razón llamará la atención de las cámaras sin mayor desperdicio de material.
<b>6.</b> FENDI Autumn/Winter 2017 (90° Aniversario)	- Desfile conceptual - Método -Sostenibilidad	En este ejemplo se tomará la alternativa complementaria de resignificar un espacio, Fendi inauguró con el desfile la restauración de un espacio mundialmente reconocido. Lo cuál da una valoración extra al desfile.
<b>7.</b> Dior Análisis	- Desfile conceptual - Método - Montaje	Es uno de los dos casos analizados respecto a las grandes marcas y el nivel de consumismo que tienen respecto a recursos y cómo no son devueltos apropiadamente. Pero demostrando que lideran en marketing, conceptos y ganancias. Siendo las reinas de las semanas de la moda.
<b>8.</b> Chanel Análisis	- Desfile conceptual - Método - Montaje	Es uno de los dos casos analizados respecto a las grandes marcas y el nivel de consumismo que tienen respecto a recursos y cómo no son devueltos apropiadamente. Pero demostrando que lideran en marketing, conceptos y ganancias. Siendo las reinas de las semanas de la moda.
<b>9.</b> Mercedes Benz Fashion Night 2019 (Quito)	- Método - Montaje	Este caso demuestra el gusto que el país está adoptando por tener desfiles reconocidos, se utiliza una productora de escenarios que se volverá a llevar el material, pero sin incluir concepciones conceptuales o de diseño.

## 2.3 Operacionalización de variables.

### 2.3.1 Variable Independiente

Tabla 5. Operacionalización de la variable independiente

CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
<b>Resignificación de materiales:</b> Se refiere a darle un nuevo uso o un nuevo significado a un material para que sea utilizado de manera provechosa siendo funcional y estético a la vez, tratando de aprovechar lo máximo todas sus propiedades y características.	Materialidad	Innovación/Tecnología	¿Cuáles son los tipos de tecnología en nuestro país que facilite el proceso de resignificar materiales?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevistas a expertos.</li> <li>- Análisis de casos.</li> </ul>
	Procesos de Reciclaje	Reutilización	¿Cuál es la importancia de que se reutilicen materiales con fines específicos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista expertos.</li> <li>- Análisis casos</li> </ul>
	Valorización	Social	Medioambiental	¿Cómo aporta a la consciencia social el diseño sustentable?
		¿Cómo aportan al medio ambiente los diseñadores que toman medidas de reutilización?		
Económica		¿Hasta qué porcentaje y de qué manera podemos ahorrar económicamente resignificando materiales?		

### 1.3.2 Variable Dependiente

Tabla 6. Operacionalización de la variable dependiente

CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS
<p>Diseño de pasarelas de moda.</p> <p>Se refiere a la creación de la forma, función, color, estética, distribución y demás factores que intervienen al momento de concebir un espacio que será utilizado con el fin de exhibir una colección de moda.</p>	Función	Práctica	¿Cuáles son los beneficios y la función de la pasarela para presentar una colección?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista a expertos.</li> <li>- Análisis de casos</li> </ul>
		Simbólica	¿Qué factores ayudan a que se pueda representar mejor el contexto simbólico para la interpretación de la colección por parte del público?	
	Desfile conceptual	Expresividad	¿Hay diferencia en la aceptación de la colección si se realiza una pasarela con un escenario bien diseñado a una pasarela que no lo está, cómo?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista a expertos.</li> <li>- Análisis de casos</li> </ul>
		Site Specific	¿Hasta qué punto el factor económico influye en la pasarela, cuán caro es realizarla?	
	Características	Montaje	¿Cuáles son las diferencias en el contexto nacional al contexto internacional en la presentación de la pasarela?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Entrevista a expertos.</li> <li>- Análisis de casos.</li> </ul>
		Huella de carbono	¿Qué aspectos cree usted que se puede considerar para reducir la huella de carbono producida por un desfile de moda?	

## **2.4. Técnicas de recolección de datos.**

A través de las entrevistas se establecerán temas de diálogo para tener información acerca de la opinión profesional en el campo de la moda y los espacios efímeros hechos con materiales resignificados. De igual manera, se establecerán aspectos como la producción y la importancia de los desfiles de moda para los diseñadores y empresarios de este mundo. Y también la utilización de la resignificación como una estrategia para realizar las pasarelas sin desperdiciar recursos y el espacio.

Para conocer como aportan y como han ido evolucionando las pasarelas de moda se realizará análisis de casos, observando y comparando el aporte ambiental y social a través de la resignificación como tal, y como trabaja conjunto con la conceptualización.

### Técnica 1 : Entrevista

- Técnicos especializados
- Diseñadores

Instrumento:

- Cuestionario
- Grabaciones

### Técnica 2: Análisis de casos, observación de colecciones y pasarelas.

Instrumento:

- Fotografías y vídeos
- Fichas de observación y comparación

### 2.4.1. Plan de recolección de la información

Tabla 7. Formulación de incógnitas para el planteamiento de la Entrevista.

PREGUNTA BÁSICA	EXPLICACIONES
¿Para qué?	Para realizar diseños de pasarelas de moda, sin desaprovechar ni desperdiciar materiales.
¿De qué personas u objetos?	Diseñadores, empresarios y consumidores de la moda.
¿Sobre qué concepto?	Diseño de pasarelas de moda y resignificación de materiales
¿Quién?	Cinthya Nicole Aguas Lara
¿A quiénes?	Expertos, diseñadores y técnicos
¿Cuándo?	2019
¿Dónde?	Ecuador
¿Cuántas veces?	Las necesarias
¿Cuáles técnicas de recolección?	Entrevistas, análisis de casos.
¿Con qué instrumentos?	Cuestionarios y fotografías

#### Cuantos tipos de modelos de entrevista hay:

Se realizarán diferentes cuestionarios, enfocados a la resignificación en espacios, uso de materiales y su importancia. Por otro lado, el enfoque las implicaciones para diseñar una pasarela.



## **CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1 Análisis y discusión de los resultados.**

Este proyecto de investigación pretende involucrar aspectos de diseño, tanto del mundo de la moda, como del diseño arquitectónico, combinado con la sostenibilidad. Se tratará de establecer una pasarela que aporten convenientemente a una colección, más el valor agregado de la resignificación de recursos.

La recopilación de datos viene de varias fuentes y métodos, con la finalidad de sustentar la investigación, permitiendo mediante un análisis sacar conclusiones.

#### **ENTREVISTA 1**

**Objetivo:** Conocer los resultados de la experiencia de los profesionales acerca de la resignificación de materiales.

**A quién va dirigido:**

Profesionales con experiencia en el campo de la resignificación.

- “Al borde” (Arq. Pascual Gangotena)

**Entrevistador:** Nicole Aguas

#### **1. ¿Cómo aportan al medio ambiente los diseñadores que toman medidas de reutilización?**

Hay la posibilidad cuando se empieza a hacer algo de comprar materiales nuevos, lo que significaría una huella ecológica, que mide de alguna manera que tanto gasto energético produce cada material. Reutilizando se estaría bajando el sentido de esta huella que es más o menos cuantificar como aporta al medio ambiente. Sería una manera

más específica o adecuada de medir el impacto, empíricamente lo que puedo decir, es que, si no se utilizan materiales nuevos, baja la huella de carbono. Cuánto exactamente o en qué medida depende del diseño y las condiciones del lugar. Por ejemplo, si estamos en lugar aislado, el cual es difícil acceder, la reutilización va en realidad a consumir recursos de transporte, gasolina y más para llevar hasta allá los materiales, en lugar de utilizar cosas del sitio. La reutilización no se debe plantear como una fórmula, sino más bien como una posibilidad que puede tener sentido dependiendo de los casos en que se use. Puede ser peligrosa si sigue una estética que no respeta el propósito de consumir menos.

## **2. ¿Por qué decidieron utilizar el recurso de la resignificación en sus diseños?**

Las razones por las que empezamos a tomar estas decisiones era porque en muchos de los proyectos en los que trabajamos no tenían presupuestos convencionales, cuando teníamos menos presupuesto había que empezar a buscar otras opciones y hay veces en las que la resignificación nos ayudó para las cubiertas en ciertos proyectos con neumáticos reutilizados, no consumíamos productos nuevos, y como teníamos tiempo y voluntarios cortábamos y hacíamos las cubiertas por nosotros mismo, o para proyectos sociales donde habían eventos efímeros. Mas porque en el país estamos dentro de una economía en desarrollo, entonces no siempre tenemos las posibilidades de andar consumiendo todo. Por eso empezamos a utilizar este recurso, por necesidad.

## **3. ¿Cuáles son los parámetros para elegir los materiales para su diseño?**

Lo que está disponible primero. No tendría sentido reciclar containers en Quito, porque usualmente están en Guayaquil, que es una ciudad puerto donde están en desuso. Si se propusiera una casa de container en Quito difícilmente se ahorraría algo, y se usaría mucho esfuerzo para traerlo, se gastaría gasolina y transporte. La idea es usar lo que te tiene el sitio, lo que está a la mano, cosas que son vistas como problemas o

residuos, cualquier cosa que tenga potencial para cubrir una necesidad. Luego también se necesita cuidado para que tenga un buen final, hay que invertir un presupuesto y dar un tratamiento al material. Hay que tener cuidado que el material que tenía un propósito y ahora tiene otro sea razonable comparando con lo que se gastaría comprando material nuevo.

En base a esto, se ve la disponibilidad, las necesidades, la utilidad según el sitio, dependiendo del contexto en donde se está. En la construcción popular hay gran sabiduría sobre cómo utilizar los materiales porque son temas prácticos y la estética sale de un tema de practicidad y de sentido común de cómo resolver algo, no buscar un sentido de tendencias de diseño, sino encontrando algo que pueda servir. Tratar de resolver problemas prácticos y ver el mundo de las cosas que sobran y las que necesitamos.

**4. ¿Cómo vincular la conceptualización que pide el diseñador con el espacio sin olvidar los criterios de resignificación?**

No es fácil, hay que dialogar mucho con el cliente, con el diseñador, averiguar cuál es la motivación que tuvo, qué es lo que está queriendo encontrar, las cosas principales de su diseño, qué es lo que quiere reflejar para entender más a profundidad que es lo que está buscando. Luego pues los diseños son mitad tuyos y mitad del cliente, hay un intercambio de información para descubrir elementos esenciales.

Se podría preguntar porque quiere reflejar lo que piensa reflejar en su diseño, que es lo que motiva el concepto, la idea, la temática. Intentar entender porque a él le gusta eso y ahí empezar a proponer, pues las palabras no significan siempre lo mismo para todos. Se trata de un trabajo de prueba y error hasta que satisfaga al cliente

**5. ¿Qué tipo de técnicas de montaje sugeriría aplicar en las pasarelas?**

Para aplicar una técnica primero se piensa que va a pasar con ese material, si se usara un momento y luego se hará basura, que tanto sentido tiene esa resignificación. Se debe pensar que posibilidades habrá después de eso, como tratas los materiales para que se pueda desarmar, hay un pensamiento de que el material se aproveche, como arquitecturas biodegradables, la arquitectura de tierra que vuelven a ser tierra, y los iglúes que vuelven a ser hielo, pensar en que pasara después del desfile con el material.

**6. ¿Cuáles considera serían los pros y los contras al momento de llevar a cabo este tipo de proyectos?**

Los pros están en que se hace algo que a la mayoría de gente no le interesa, ya que gastan muchos recursos y consume con un gasto energético para el planeta super fuerte, sería el pro de que se está pensando y haciendo algo en el mundo más allá de lo puntual. Con los contras, pues con estos proyectos es más difícil y tardará más tiempo de lo normal, habrá gente que no lo va a entender y tendrán un rechazo hacia las cosas que están un poco nuevas o desconocidas. Lo fácil es comprar cualquier cosa en cualquier lugar y hacer el diseño. Pero vale la pena pensar más allá en el mundo, pensar de dónde vienen las cosas, las condiciones en las que se hicieron, como son los gastos energéticos, como por ejemplo el aluminio que tiene un alto gasto energético frente a la madera que tiene uno menor y la huella de carbono.

**7. ¿Basado en su experiencia con espacios efímeros que usan criterios de resignificación, considera que es viable realizar este tipo de propuestas también en las pasarelas?**

Claro que se podría, habría que pensar un poco más, habría que meter un poco más de pensamiento, de esfuerzo de creatividad para conocer cómo se lograr algo así, ya que hay que cumplir con la conceptualización y la expresividad.

### **Análisis e interpretación:**

Reutilizar un material en lugar de comprar nuevos, ayuda a que la huella ecológica que se registra sea menor, el porcentaje de esta huella dependerá del diseño y las condiciones del lugar. Pues utilizar materiales propios beneficia a desperdiciar menos cualquier tipo de recurso.

En el caso de no mantener un presupuesto convencional para realizar los espacios, el método de la resignificación ayuda a que de algún modo pueda realizarse el proyecto, pues estamos en un país en desarrollo donde consumir todo no es una buena opción.

Para elegir materiales debemos primero tomar en consideración que es lo que está disponible en el medio, para tratar de no consumir más recursos de transporte y energía. Es decir, tomar a lo que es considerado un problema o un desperdicio y transformarlo en una solución. También hay que considerar la utilidad, el contexto y las necesidades.

El dialogo entre el diseñador y el cliente es fundamental, hay que encontrar cuál es la motivación, por qué le gusta lo que está planteando, porque a veces las palabras no significan lo mismo para todos. Se trata de un trabajo de prueba y error.

Para saber con qué técnica concebir el espacio, primero se debe pensar de dónde, y cómo vino el material y a dónde va. Es decir, pensar que va a pasar con el material luego de reutilizarlo. Dentro de esto las ventajas de realizar este tipo de proyectos es que se piensa en algo que usualmente los demás no lo hacen, teniendo un aporte más allá de

las tendencias. Y como desventajas están que quizás tarde un poco más, pues la mayoría de gente no entienden estos criterios y se van por lo fácil.

Las pasarelas pueden ser concebidas con el recurso de la resignificación, pero necesitan tener algo más de pensamiento, para expresar la conceptualización.

## **ENTREVISTA 2**

**Objetivo:** Conocer el punto de vista que tienen diseñadores de moda con experiencia respecto a la presentación de pasarelas de moda.

**A quién va dirigido:**

Dis. Silvia Zeas

**Entrevistador:** Nicole Aguas

### **1. ¿Cuáles son los beneficios y la función de la pasarela para presentar una colección?**

Es una plataforma que permite al público puedan ver de forma más directa las creaciones, siendo una ventaja. También uno puede tener una idea de cómo quedarían las prendas sobre la silueta.

### **2. ¿Qué aspectos hay que tener en cuenta para vincular el contexto simbólico de la colección con la concepción de la escenografía?**

Hay que usar las palabras claves que esté manejando el concepto, que sean la esencia reflejada en la pasarela. También se puede marcar un estilo, pero todo tiene que hablar el mismo lenguaje.

**3. ¿Qué valor le agrega al diseño de pasarela el considerar la resignificación de materiales?**

En la pasarela no se visibiliza, pero ahí está la esencia de cada diseñador y su sello personal en esta fase del proceso creativo que es la experimentación del material.

**4. ¿Qué aspectos cree usted cómo diseñadora que se puede considerar para reducir la huella de carbono producida por un desfile de moda?**

Las pasarelas son plataformas de vario alcance, de ahí, están los showrooms que permiten visualizar más de cerca, tiene sus cosas positivas. Se pueden reutilizar la escenografía, los accesorios, son cosas que yo he hecho, reinterpretarles y darles nuevo uso.

**5. ¿Cuáles son las consideraciones que usted cree son importantes para el montaje de una pasarela de moda?**

Que se evidencie el concepto, el mensaje, el valor simbólico que conservemos la esencia de la marca que se presenten propuestas innovadoras, audaces. Es importante que tenga un sentido de pertenencia también con lo que somos.

**Análisis e interpretación**

La diseñadora tomó como punto focal que la pasarela es una ventaja para que el público conozca las creaciones. Para comprenderse la colección con la escenografía deben hablar el mismo lenguaje y reflejar la misma esencia.

Además, enfocó que la resignificación del material no se visibiliza, pero es cuestión de cada diseñador elegir el material. Es decir, depende de cada uno no desperdiciar el material. Las pasarelas son de gran alcance y pueden ser reinterpretadas y vueltas a utilizar, sin dejar de evidenciar el valor simbólico de la colección, y buscar tanto innovación, como sentido de pertenencia.

### **ENTREVISTA 3**

**Objetivo:** Conocer el punto de vista que tienen diseñadores de moda locales sobre el uso de pasarelas.

**A quién va dirigido:**

Dis. Cristina Paredes

**Entrevistador:** Nicole Aguas

- 1. ¿Cuáles son los beneficios y cuán importante es presentar una colección por medio de una pasarela de moda?**

Las pasarelas de moda son escenarios precisamente para mostrar lo que va a venir en la moda. Siempre esto se ha generado en las grandes capitales de la moda como Milán, Estados Unidos, Tokio. Entonces, ahora tenemos páginas web en internet para poder visualizar contenido de la moda. Sin embargo, estas representaciones físicas de la moda son más realistas en el sentido que podemos encontrar diseñadores de las tendencias que van a venir o se están marcando.

- 2. ¿Hay diferencia en la aceptación de la colección si se realiza una pasarela con un escenario bien diseñado a una pasarela que no lo está, cómo?**

Dentro de lo que es el proceso de diseño para desarrollar una colección de moda, siempre se parte de un concepto. Entonces, todo este concepto debe ir acorde con todos los elementos que luego van a influir en la presentación de la colección como tal. La



pasarela o el escenario que se vaya a montar es relevante para la colección, primero desde el punto del espectador que antes que vea el producto como tal sobre las modelos, el escenario ya le anuncia parte del concepto que se va a tratar dicha colección, es decir el espectador ya va a tener una idea de lo que el diseñador se basó para desarrollar cada una de las prendas que va a poder observar. Entonces es muy importante que la pasarela tenga congruencia con la colección, de lo contrario se transmitiría un mensaje muy ambiguo a todo el público.

### **3. ¿Qué factores ayudan a que se pueda representar mejor el contexto simbólico para la interpretación de la colección por parte del público?**

En la actualidad, el diseño no puede trabajar solo, el diseñador por sí solo, sino que ahora ya tenemos un trabajo multidisciplinario donde se involucran muchos profesionales. Pero el punto clave allí es la persona que generó la parte conceptual, por eso ahora tenemos una nueva figura en el diseño que se llama el diseñador conceptual, entonces esta persona es la encargada de transmitir todo el proyecto mediante una comunicación clara y fluida. Antes de un producto, hay un proyecto de investigación entonces allí se determinan todos los factores o influencias que se tomaron como referencias para el desarrollo de las prendas. Entonces todos esos códigos que, en sí, luego forman el lenguaje visual de la colección se debería tomar para generar esta propuesta para la pasarela.

Entonces supongamos, que estamos trabajando sobre algo muy bohemio, entonces yo me imagino una iluminación en la pasarela no muy clara, sino más directa. Entonces ya desde la iluminación los colores o texturas que se manejen en la pasarela forma el conjunto de lo que se va a representar.

### **4. ¿Hasta qué punto el factor económico influye en la pasarela, cuán caro es realizarla?**

Esto puede variar, por ejemplo, las casas grandes de moda que han llegado a tener prestigio a nivel nacional y mundial son quienes han generado grandes espectáculos al momento de presentar sus colecciones, es decir que no solo se enfocaron en presentar la pasarela, sino ir más allá con shows que genere un impacto en el espectador. Un ejemplo de esto es Victoria's Secrets, quien mediante alianzas estratégicas con contantes importantes se asocia y brinda este famoso espectáculo. Todo depende del alcance que se quiere tener.

Si tu no quieres generar tanto ruido, porque básicamente es una forma de publicitar tu marca a través de una pasarela. Eso es lo que pasa en Ecuador, la gente no invierte en la forma de presentación de colecciones ni pasarelas. A nivel mundial en cambio si tenemos grandes referencias. Pero yo considero que esto va a ir evolucionando en nuestra cultura, es decir que se puede iniciar con pasarelas no tan sofisticadas como las que vemos a nivel mundial. Sino más bien poco a poco se vayan integrando en nuestro medio de acuerdo a la economía que se maneje la marca de la colección y del país. Porque estos factores influyen muchísimo en los productos de diseño porque se tiene como mentalidad que los recursos que se utilizan en el diseño es un gasto y no una inversión.

#### **5. ¿Cuáles son los aspectos que hacen innovadora a una pasarela?**

Primero partamos de lo que es innovación, porque regularmente los diseñadores confundimos lo que es innovación y lo que es diseño. El diseño es una herramienta que nos ayuda a innovar, es decir es un puente para alcanzar nuestro objetivo de innovación. Entonces para innovar hay dos formas, la innovación que mejora y la innovación que se crea. Cuando digo que algo va mejorando es porque se ha tomado de lo que ya existe, y cuando digo que algo se ha creado es porque no hay nada que se le haya parecido, sino que es totalmente nuevo. Entonces, depende que, si en el país son cosas que se puede implementar y que no se han visto aún, considero que si es innovación pues de un contexto ajeno a nosotros lo adoptamos al nuestro y lo vamos mejorando. Entonces, se debe conocer bien que es lo que se está haciendo y como se está haciendo, con qué materiales. Un benchmarking te apoyaría mucho para ver que se está haciendo y para ver qué cosas podemos mejorar, como hacer uso de materiales reciclado y a la vez como lo vas a construir y de qué manera tu como diseñadora vas a aportar a nivel nacional e internacional porque nunca hay que dejar de lado nuestra competencia internacional.

#### **6. ¿Cuáles son las diferencias en el contexto nacional al contexto internacional en la presentación de la pasarela?**

Nosotros tenemos una brecha enorme de las pasarelas de nivel internacional, es decir estamos a años luz de estas. Es decir, a nivel de su desarrollo, economía, materiales, insumos, materia prima hasta su presentación. La diferencia es que ya los países desarrollados han entendido el concepto de diseño y del valor social, económico que da a su país. Entonces se han creado instituciones y organizaciones que le dan más relevancia en la parte educativa, que podemos encontrar muchas áreas de

especializaciones en el área de diseño. Cuando en nuestro país todavía no sucede porque se ha monopolizado eso al igual que la tecnología. Es así que todos estos factores hacen que los países internacionales, tengan la posta en todo el sentido de diseño. Sin embargo, esta en nosotros el poder presentar nuestra identidad ante el mundo.

### **Análisis e interpretación**

Se puede interpretar a la pasarela de moda como un medio de difusión de la marca y el diseñador de modas, en dónde se sacan las tendencias como referencia para otros diseñadores y para el público. De esta manera se beneficia el diseñador comercialmente, dándose a conocer y por lo tanto teniendo más probabilidad de que la gente quiera usar sus prendas.

Un desfile debe realizarse en base al mundo mediático de hoy, por lo que tener solo una pasarela no basta, ésta debe ir en base al concepto y ser congruente con la colección, y eso no bastará, pues se debe montar todo un show o espectáculo que llame la atención de la prensa y dónde los espectadores sean los encargados por sí mismos de compartir las fotografías del desfile, publicitando a una mayor escala y al mismo tiempo, entendiendo desde que ve el escenario de qué tratará el concepto.

En primera instancia, se debe tener en claro el concepto de la persona que lo diseñó, con esto es importante conocer el pedido que el diseñador nos hace, en este caso el brief, e involucrarse multidisciplinariamente en toda la producción del desfile concordando todo el lenguaje visual que perciba la audiencia.

El factor económico depende del alcance que se quiera tener con la pasarela y la colección. En el medio las personas lo ven como un gasto más no como inversión, haciendo que las grandes marcas destaquen por su espectáculo a nivel mundial, siendo recordadas y reconocidas, más localmente, es muy difícil conocer una propuesta que sea bien vendida si la publicidad no es a escala.

La innovación en pasarelas en Ecuador sería en sí, realizarlas con diferencia a lo que se ha venido dando, es decir evolucionarla más allá involucrando un show bien diseñado y justificado, al hacer eso se podría decir que ya innovamos en nuestro medio el método de presentar los desfiles de moda.

Para evitar la gran diferencia en pasarelas a nivel nacional del internacional, se debe tener un equipo o profesionales que se involucren y tomen experticia en estos eventos y en las pasarelas, desde su producción hasta su publicidad. Mejorar en si toda la presentación y el diseño, y por supuesto someter al pensamiento colectivo la importancia social y económica que tiene en si cualquier tipo de diseño, para que los eventos de moda sean más reconocidos por la misma población, y por tanto más solicitados y organizados.

## ANÁLISIS DE CASOS

### Ejemplos de pasarelas de moda que no desperdician material para su montaje.

Tabla 8. Análisis de la pasarela de Moncler by Simone Rocha Autumn/Winter 2018/19

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b> <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b> <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b> <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b> <b>1. Moncler by Simone Rocha Autumn/Winter 2018/19 show at Milán Fashion Week</b>			
<b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación como tal comparando datos y fotografías.			
<b>Diseñador:</b>	Simone Rocha	<b>Investigador:</b>	Nicole Aguas
<b>Marca:</b> Simone Rocha Está regida por la diseñadora del mismo nombre, la cual tiene un estilo marcado guiado al gótico.			
<b>Tipología:</b> Pret a porter Femenino Otoño/Invierno			
<b>Colección:</b>			

La colección argumenta el estilo victoriano, con transparencias, encajes, abrigos largos, zapatos de plataforma, etc. Se complementa con trajes rosas y rojos que tienen el mismo corte que los trajes negros, algunos marcan la cintura y otros se abren cómo chaquetas deportivas.



*Imagen 49. Colección por Simone Rocha*

Fuente: [www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf\\_21.html](http://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf_21.html)

### **Desfile Conceptual:**

Se ambientó en un paisaje de papel arrugado donde las modelos caminaban mostrando trajes de estilo victoriano completamente negros. Como finalidad tenemos la creación de un paisaje tan sugerente como onírico. Es decir dejar a la imaginación las formas mostradas por el papel y las sombras que aparecían frente a él.



*Imagen 50. Formas y sombras proyectadas en el papel.*

Fuente: [www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf\\_21.html](http://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf_21.html)

### **Método**

El papel arrugado asimilaba un paisaje de montañas blancas, las cuáles permitían realizar un contraste con la colección que era en su mayoría de color negro, adicional las luces delanteras daban sombras sobre el papel, dejando un juego de luces y sombras incluidas las de las modelos que se montaban en la pared y se cruzaban, dando el aspecto de volúmenes.



*Imagen 51. Vista general de volúmenes de papel.*

Fuente: [www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf\\_21.html](http://www.elmundo.es/album/yodona/moda/2018/02/21/5a8dac4f46163f4b6d8b45bf_21.html)

### **Briefing**

Se pedía lograr una escenografía que se interpretara de varias maneras, es decir que, de una sugestión única a cada espectador, jugando con lo que éste observa.

### **Materialidad**

Papel arrugado blanco.

### **Sostenibilidad**

Estamos a la idea de que sí el papel es reciclado y tiene un apropiado retorno, sería una manera sustentable de montar la escenografía, y por otra parte de concientizar al espectador a no consumir material nuevo y desperdiciar el existente.

<p><b>Innovación</b></p> <p>Simone Rocha está a la idea de la inclusión y de la notoriedad de su estilo, usando papel arrugado, deja de lado de que el lujo y la innovación viene con material costoso y nuevo.</p>
<p><b>Iluminación y sonido</b></p> <p>La iluminación se trató con rieles en el techo que dirigían las luces desde el frente para crean las sombras en el papel y la pared.</p> <p>El sonido se mantuvo con parlantes escondidos a los lados del frente de la pasarela.</p>
<p><b>Montaje y Desmontaje</b></p> <p>En la sala blanca, se puso papel blanco arrugado en formas de montañas, dejando pasillos por los cuales se formó el recorrido, dejando a las modelos encontrarse con las formas, luego del desfile el papel se retiró, sin tener que hacer ningún tipo de modificación.</p> <p>Las luces se encontraban ya en la sala, por lo que hizo falta solo dirigirlas de manera correcta.</p>
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>La materialidad de la pasarela se ha ilustrado con papel, lo que quiere decir que no hizo falta ningún material nuevo, o que necesite ser expuesto a modificaciones y gastos extras, el juego de las luces y sombras ayudó a conceptualizar y dar una experiencia al usuario.</p>

Tabla 9. Análisis de la pasarela de Raf Simons SS20.

<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>2. Raf Simons SS20</b></p>			
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación como tal comparando datos y fotografías.</p>			
<p><b>Diseñador:</b></p> <p>Simmons</p>	<p>Raf</p>	<p><b>Investigador:</b></p>	<p>Nicole Aguas</p>

**Marca:**

Raf Simons: Marca nueva del nombre de su director creativo, que inspira sus diseños en el modelo masculino.

**Tipología:**

Desfile Pret a Pòrter

Temporada Otoño-Invierno

**Colección:**

Los tops con rayas y estrellas de la bandera estadounidense estaban cubiertos con pintura gruesa y textos como "Stone (d) America", tanto un comentario sobre su experiencia en el país como sobre el ridículo estado político de la nación misma. Durante su tiempo en Calvin, el diseñador siempre miró los asuntos actuales del país a través de los ojos de su cultura pop, como las películas de terror de la década de 1980, el arte pop y las subculturas musicales.

Sastrería impecable en una paleta de colores brillantes, sastrería grande, chalecos con mangas de género fluido, prendas de punto deconstruidas que siempre son demasiado grandes o demasiado pequeñas, ropa de trabajo uniforme y pesada, zapatos de vestir casuales y sus colaboraciones políticas con Peter de Potter. (Morency, 2019)



*Imagen 52. Colección menwear*

Fuente: (rafsimons.com/ss20)



**Desfile Conceptual:**

La colección SS20 del diseñador belga acaba de debutar en un polideportivo en las afueras de París, con motivos de drogas, batas de laboratorio con logotipo y un homenaje al legendario sello discográfico belga R&S.

Los cientos de sillas de oficina envueltas en papel de plástico negro que sirvieron como escenario del espectáculo podrían haber sido la respuesta de Raf a la América corporativa. Estaba muy claro que su relación amorosa con el país había terminado. Los parches de "mi propia Amberes" en sudaderas indicaban que su verdadero hogar nunca estaba destinado a estar en el extranjero.



*Imagen 53. Vista general diseño de pasarela.*

Fuente: ([hypebeast.com/2019/6/raf-simons-spring-summer-2020](https://hypebeast.com/2019/6/raf-simons-spring-summer-2020))

**Método**

El espectáculo se llevó a cabo a 45 minutos de París en las instalaciones de prueba de la Universidad ESIEE, la escuela de innovación tecnológica, esto con un propósito de protesta frente a los típicos lugares donde se realizan las pasarelas.

El escenario era un gran salón, un centro de pruebas universitarias, que había sido equipado con alfombras de color lila y andamios industriales, donde los invitados se tomaron lugar en sillas de oficina corporativa envueltas en plástico reciclado.

Los asientos se distribuyeron en filas con la mirada a varias direcciones, y se dejó

pasillos para el paso de las modelos que rodeaban las sillas, existe un contraste respecto a las sillas negras y la alfombra lila.

Los andamios se presentaron como un elemento de imponencia, distribuidos en los puntos de intersección de la caminata.

**Briefing:**

Había que tener un rompimiento de toda idea de la época anterior de Raff Simons y su trabajo en otras empresas, para contrastar su verdadero estilo de las otras marcas.

Es decir, quería brusquedad en la muestra de su colección, defendiéndose de las marcas que son más sobrias.



*Imagen 54. Momento del recorrido.*

Fuente: ([hypebeast.com/2019/6/raf-simons-spring-summer-2020](https://hypebeast.com/2019/6/raf-simons-spring-summer-2020))

**Materialidad**

Sillas de oficina, plástico negro reciclado, andamios de construcción, recubrimiento lila.

**Sostenibilidad**

Las sillas de oficina utilizadas fueron distribuidas por la universidad en la que la pasarela se realizó, por lo que no se malgastó ningún tipo de material nuevo. Los andamios de construcción fueron alquilados, así que se representa de la misma

manera. En cuánto, la procedencia de la alfombra aún no se ha definido, por lo que hay un sentido dudoso respecto a su retorno.

Se podría decir que hay un sentido de sostenibilidad respecto a utilizar materiales inusuales en estas pasarelas y que tendrán un apropiado retorno y se volverán a utilizar. Aunque el transporte de los andamios y la alfombra reserve una contaminación extra.

### **Innovación**

Todo el desfile en sí ha sido criticado como innovador, pues da un sentido nuevo tanto de moda como de escenario. Se resalta el hecho de que parece un desorden, pero en realidad está planificado de muchas maneras conceptuales. Su representación es algo inusual a lo que se realiza muchas veces.

### **Iluminación y sonido**

La iluminación fue cruzada hasta la parte superior de los andamios con linternas de luces dirigibles blancas, iluminando el centro de pruebas de la universidad.

De igual manera que tuvieron que instalar la iluminación, los parlantes fueron colocados en los andamios. Se tocó la banda sonora de "This Is Not America" de David Bowie y una voz que decía "América fascista" sonó por los altavoces un minuto después, luego llegó la música de cine de terror.

### **Montaje y Desmontaje**

Los andamios fueron montados por la empresa que los creó, siendo unidos en 3 partes para dar altura, en cuánto las sillas y la alfombras fueron fácilmente colocadas y sobrepuestas en el piso.

Respecto al desmontaje, tuvieron que separar nuevamente los andamios para su transporte y salida.

La iluminación y el sonido estaban en los andamios.

### **Conclusión:**

Se ha logrado una correcta representación conceptual y de protesta con material

reciclado y elementos que se seguirán ocupando. Se pudo lograr el objetivo de llamar la atención y demostrar cambio.

Tabla 10. Análisis de la pasarela de Edeline Lee Autumn/Winter 2016

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b> <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b> <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b> <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b> <b>3. Edeline Lee Autumn/Winter 2016 show at London Fashion Week</b>			
<b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación como tal comparando datos y fotografías.			
<b>Diseñador:</b>	Kyung Roh Bannwart	<b>Investigador:</b>	Nicole Aguas
<b>Antecedentes del diseñador de pasarela:</b> Se graduó en el Central St. Martins College of Art & Design (Londres), Kyung Roh Bannwart explora las posibilidades de instalación de arte, basado en el estudio del espacio intermedio y 'objetos transicionales'. Empleando los efectos de pintura, sonido, luz y objetos, crea "el lugar geométrico" de las experiencias emocionales y físicas.			
<b>Marca:</b> <u>Edeline Lee</u> Edeline, de origen canadiense y con sede en Londres, ha ganado reconocimiento internacional por sus dinámicas presentaciones de moda, que tienen la calidad inmersiva del cine y la actuación en vivo.			
<b>Tipología:</b> Desfile Pret-a-porter Temporada Otoño-Invierno			

**Colección:**

Se creó un patrones y colores en la colección basadas en los papeles de James Cropper Company, los estampados y los colores blanco, negro y rojo resaltaron la colección.



*Imagen 55. Vista frontal de la pasarela*

Fuente: (Jamescropper.com, 2016)

**Desfile Conceptual:**

La artista de la pasarela emplea varios medios, incluyendo escultura, luz y objetos, para construir una estructura y crear una experiencia emocional y física. Su objetivo fue fusionar el papel de la escenografía con la colección.



*Imagen 56. Muestra del papel triturado y reciclado.*

Fuente: (Jamescropper.com, 2016)

**Método de Diseño**

Se creó un patrón de tablero de ajedrez con papel de los rangos " Black " y "

Ambassador " de James Cropper , mientras que la altura se logró con montículos con formas de papel triturado predominantemente blanco intercalados con acentos brillantes de colores " Vanguard ". Las coloridas y divertidas formas abstractas de papel crean un paisaje detrás de los modelos que está anclado por la poderosa base en blanco y negro al esquema.

### **Briefing**

Dentro del briefing se escribe que la colaboración de la fábrica de papel y la marca sea notoria, al mismo tiempo que la colección resalte para mayores ventas.

Además, se buscaba utilizar el papel de una manera en dónde se pueda aprovecharlo sin utilizar materiales extras que no tengan su necesario retorno.

El papel debía ser de los colores predominantes de la colección, y distribuidos para ser resaltados. Se busca la atención de mujeres jóvenes y de mediana edad. El escenario debe mostrar simpleza, elegancia y comodidad.

### **Tecnologías**

Una amplia gama de maquinaria disponible dentro de la instalación de conversión de James Cropper puede producir una amplia variedad de efectos especiales en el papel. está el uso de multifibras, papeles con base de poliéster, acetato y todo esto con material reciclado que volverá a su origen.



*Imagen 57. Acercamiento de la fusión colección-espacio.*

Fuente: (Jamescropper.com, 2016)

**Materialidad**

Sobras de papel, papel triturado.

**Sostenibilidad**

El papel utilizado para la presentación está destinado a ser reciclado, alineado con la dedicación de James Cropper a la sostenibilidad dentro del sector del papel. La compañía ha invertido significativamente en su planta y tecnología, tanto para desarrollar su gama de materiales reciclados como para asegurar que sus propios métodos de producción sean lo más sostenibles posible. Los sólidos de la producción de papel que utiliza la compañía son destinados a utilizarse en la industria agrícola local en Londres. Está fabricado de tal manera, que se pueda reutilizar varias veces y luego ser retornado a la naturaleza.



*Imagen 58. Papel resaltando el escenario.*

Fuente: (Jamescropper.com, 2016)

**Innovación:**

La innovación en sí es que es un diseño consciente de la proveniencia y el retorno del material, así como de la huella de carbono que deja al medio ambiente, además se logra un diseño con este material que resalta tanto el escenario cómo la colección.

<p><b>Iluminación y Sonido</b></p> <p>Un riel de luces directas led blancas movibles que ya se encontraba en la locación dado que es una sala de exhibiciones fue apta para dirigirlos a la pasarela, fueron colocadas alrededor de 3 líneas del techo para poder puntuar la iluminación a los objetivos y dejar el frente para fotografía y visibilidad de los asistentes.</p> <p>Respecto al sonido, dado que la locación y presentaba su cabina de sonido, sólo se reprodujo canciones con ritmo a la marcha de las modelos.</p>
<p><b>Montaje y Desmontaje</b></p> <p>Prácticamente el montaje de la pasarela, consiste en la planificada distribución del papel en montículos, y luego la recolección del papel a su destino.</p> <p>Respecto al montaje o desmontaje de iluminación, al estar presente ya con anterioridad a la pasarela no se gastaron esfuerzos este aspecto.</p>
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>Se pudo lograr un diseño de pasarela concorde a la colección con papel triturado y reciclado, dándole un nuevo sentido de uso al que estaba previsto. Además, se dio un sentido de geometrización con la textura y la disposición del papel. Cabe recalcar que después del show el papel será nuevamente reciclado, dando un aporte ambiental y consciencia social a la población espectadora, así que es posible vincular la resignificación del material con la pasarela.</p>

Tabla 11. Análisis de la pasarela de Fenty x Puma, Primavera 2018

<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>4. Fenty x Puma, Primavera 2018</b></p>
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación</p>



como tal comparando datos y fotografías.

**Marca:**

FentyxPuma+Rihanna

Colaboración entre una marca de ropa y una marca deportiva reconocida, guiada por la inspiración juvenil de la cantante Rihanna.

**Tipología:**

Prêt a porter

**Colección:**

La colección en sí estaba inspirada en X Games, con una serie de referencias clásicas de surf incluidas en buena medida. Además de los pantalones cortos de motociclista y los mono de buceo, hubo versiones modernas de las atrevidas tendencias de natación de la década de 1980, incluido el traje de baño de corte francés.



*Imagen 59. Colección FentyxPuma*

Fuente: [www.vogue.co.uk/gallery/rihanna-fenty-puma-spring-summer-2018-show-notes](http://www.vogue.co.uk/gallery/rihanna-fenty-puma-spring-summer-2018-show-notes)

**Desfile Conceptual:**

Ya que la colección ha sido inspirada en los XGames, en el escenario se quería reflejar el deporte extremo, obviamente al motocross, en dónde en los montículos esparcidos de arena rosa, que da el toque de Rihanna, saltaron motociclistas haciendo piruetas.

La adrenalina y el concepto de los trajes fue notado por la audiencia con este show.



*Imagen 60. En medio del espectáculo de FentyxPuma*

Fuente: [hypebeast.com/2017/9/fenty-puma-rihanna-spring-summer-2018-runway-highlights](https://www.hypebeast.com/2017/9/fenty-puma-rihanna-spring-summer-2018-runway-highlights)

### **Método**

El espectáculo se llevó a cabo en el Park Avenue Armory en Manhattan, donde los techos fueron por suerte lo suficientemente altos como para permitir las acrobacias que desafían la gravedad. Se distribuyeron grandes montones de arena rosa en el centro del escenario para que los modelos los rodearan y caminen sobre ellos. Fueron 6 montículos que resaltaban el neón y los colores de la colección, de una altura aproximada a que sirva de fondo a los modelos. Además, se utilizaron máquinas de humo para dar a notar el “peligro”.



*Imagen 61. Momento del recorrido de la pasarela*

Fuente: [www.vogue.co.uk/gallery/rihanna-fenty-puma-spring-summer-2018-show-notes](http://www.vogue.co.uk/gallery/rihanna-fenty-puma-spring-summer-2018-show-notes)

**Briefing:**

El pedido de diseño era obvio debido a la colección, un escenario que sirva para mostrar los Xgames, y tenga un toque de la cantante, algo urbano, juvenil y natural.

**Materialidad**

Arena rosa tinturada.



*Imagen 62. Arena rosa*

Fuente: [hypebeast.com/2017/9/fenty-puma-rihanna-spring-summer-2018-runway-highlights](http://hypebeast.com/2017/9/fenty-puma-rihanna-spring-summer-2018-runway-highlights)

### **Sostenibilidad**

Debido a que el uso del material es arena, se puede decir que es un componente que puede ser fácilmente desechado o vuelto a utilizar sin causar daños grandes a al planeta o contaminar la atmosfera. La huella que se podría decir, se dejó, es el transporte de la arena hasta la locación.

La iluminación y los efectos tampoco afectaron el entorno del Park Avenue.

### **Innovación**

La colección fue innovada por la misma Rihanna, aunque el escenario era solo arena montada, la manera en que estuvo dispuesta y el color llamó la atención de los medios siendo una tendencia mundial en noticias y redes.

### **Iluminación y sonido**

Una fila de lámparas en andamios se colocó en el frente del escenario, al igual que los parlantes.

### **Montaje y Desmontaje**

<p>Prácticamente el montaje y desmontaje del escenario fue desplazar correctamente la arena rosa en montículos y luego recogerla de nuevo.</p> <p>El montaje de la iluminación consistió en agregar dos andamios al frente con luces dirigidas al frente de la pasarela, luego los andamios fueron retirados.</p>
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>Este desfile fue uno de los más comentados en redes y noticias, se trató prácticamente de que haya sido un gran espectáculo para la audiencia y llame la atención por la caracterización de las y los modelos, se logró un escenario muy documentado, a pesar de que no tenía complejidad, toda la atención se basó en la conexión del concepto con todas las partes del desfile.</p>

Tabla 12. Análisis de la pasarela de Delpozo, Fall/Winter 2016-17

<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>5. Delpozo, Fall/Winter 2016-17</b></p>			
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación como tal comparando datos y fotografías.</p>			
<b>Diseñador:</b>	Josep Font	<b>Investigador:</b>	Nicole Aguas
<p><b>Marca:</b></p> <p>La marca Delpozo es conocida por diseñar ropa con un toque arquitectónico.</p>			
<p><b>Tipología:</b></p> <p>Prêt a porter</p>			
<p><b>Colección:</b></p> <p>La colección de Josep Font, mostró una alineación de ensueño que fusionó el futurismo con el ingenioso romance. La estética anterior, realizada principalmente a través de siluetas voluminosas y de alta costura, se derivó de “Metrópolis”, la película muda de 1927 del expresionista austriaco-alemán Fritz Lang, cuyo drama de ciencia ficción habla de una distopía oscura, futurista y urbana Font además hizo referencia a</p>			

las ilustraciones de la artista digital italiana Daria Petrilli, cuyas obras surrealistas representan a mujeres seductoras de la época victoriana en la naturaleza.



*Imagen 63. Colección.*

Fuente. [wwd.com/runway/fall-ready-to-wear-2016/new-york/delpozo/review/](http://wwd.com/runway/fall-ready-to-wear-2016/new-york/delpozo/review/)

### **Desfile Conceptual:**

Neón parecía ser el tema de este espectáculo de la Semana de la Moda de Nueva York, con un set que prueba que "moderno" no significa "blanco completamente blanco".

Asintiendo con la cabeza a los escenarios industriales y de estilo Art Deco en "Metrópolis", las siluetas escultóricas y geométricas de la alineación flotaron lejos del cuerpo con un volumen exagerado, transmitiendo poder y drama.



*Imagen 64. Desarrollo conceptual*

Fuente: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2016-ready-to-wear/delpozo>

### **Método**

En el escenario se demostró que más allá del blanco, se puede agregar amarillo también, y seguir haciéndolo ver moderno. Una composición de plástico transparente y amarillo se colgó del medio del escenario y fue un punto focal para que las modelos se distorsionen atrás del plástico y luego sobresalten delante de él. La geometrización y las líneas curvadas al igual que la colección son la composición del elemento principal de escenario.



*Imagen 65. Vista del detalle.*

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=V7CfOCXzcHo>

**Briefing:**

Se pide un escenario libre y blanco, para resaltar la colección, sus colores y sus formas. Pero con un elemento central que distinga el estilo propuesto por el autor.

**Materialidad**

Plástico transparente y amarillo, hilo blanco.



### **Sostenibilidad**

Aunque no sabemos sí el plástico fue reciclado y como lo desecharon, el uso del material es mínimo, no hay grandes cantidades de desechos, transporte, el montaje no implica utilizar elementos tóxicos o herramientas.

La luz está adaptada y se encontró en la misma locación.

### **Innovación**

Tenemos una escenografía sencilla, pero impactante en fotografía. El material utilizado es mínimo y sobresaliente.

### **Iluminación y sonido**

La iluminación fue fácilmente montada por el techo, ya que la estructura permitía instalar las lámparas direccionales. Fueron distribuidas hasta iluminar todo el espacio blanco.

Parlantes pequeños se distribuyeron alrededor de las paredes, para una mejor experiencia musical.



*Imagen 66. Vista del detalle.*

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=V7CfOCXzcHo>

### **Montaje y Desmontaje**

Un riel se sostuvo en la estructura del techo, dejando colgar el plástico encarrujado pegado en desde arriba. Para desmontar el plástico solo hizo falta retirar de nuevo el

riel y no sacrificó ninguna modificación a la locación.
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>Se demuestra que el material o la cantidad no es el equivalente a un diseño conceptual para el escenario, sino que depende de la percepción que da al espectador, y por supuesto en lo que ahora es importante en el mundo de la moda, cómo las fotografías y los videos se verán con el escenario y la ropa, pues serán compartidas en varios medios y redes sociales.</p>

**Ejemplo de pasarelas que utilizaron el recurso de la resignificación con el espacio.**

Tabla 13. Análisis de la pasarela de FENDI Autumn/Winter 2017 (90° Aniversario)

<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>6. FENDI Autumn/Winter 2017 (90° Aniversario)</b></p>			
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de pasarelas que utilicen el recurso de la resignificación como tal comparando datos y fotografías.</p>			
<b>Diseñador:</b>	Karl Lagerfeld	<b>Investigador:</b>	Nicole Aguas
<p><b>Antecedentes del diseñador de pasarela:</b></p> <p>Llamado el ‘Káiser de la moda’, Lagerfeld dejaba volar su imaginación para presentar escenarios surrealistas en los cuales las modelos hacían su aparición. Cuando se pensaba que ya no podría superar a su desfile anterior, el diseñador lograba materializar caprichos que sorprendían al mundo.</p>			
<p><b>Marca:</b></p> <p><u>Fendi</u></p> <p>Fendi es una firma de moda italiana. Fue fundada en Roma en 1918 por Adele Casagrande, su director creativo era el mismo Lagerfeld.</p>			
<p><b>Tipología:</b></p> <p>Desfile de Alta Costura</p> <p>Temporada: Otoño-Invierno</p>			

**Colección:**

El nombre de la colección fue Haute Fourrure: Legends & Fairy Tales. Una colección enfocada como su nombre dice a ser inspirada en leyendas y cuentos de hadas. La colección inspiraba a la magia. Vestidos bordados con vuelo y brillo representa este concepto.” La inspiración para esta colección de ensueño y algo fantástica Lagerfeld la encontró en un libro de 1914 sobre historias de hadas East of the Sun and West of the Moon, ilustrado por el artista danés Kay Nielsen” (Infobae, 2016)



*Imagen 67. Acercamiento de la fusión colección-espacio.*

Fuente: (Luxurytrends.com, 2016)

**Desfile Conceptual:**

El sentido del desfile era reflejar un “romanticismo chic” y cuento de hadas, por lo que se realizó “sobre el agua” en la Fontana de Trevi en Roma.

Se montó un trayecto de pasarela transparente en medio de la fuente, asimilando que las modelos estaban caminando en el agua, con las esculturas en el fondo y el agua cayendo se dio una experiencia invaluable a los asistentes, como de cuento, pues parecían flotar delante de una fachada espectacular.



*Imagen 68. Acercamiento de la fusión colección-espacio.*

Fuente: (Fendi, 2016)

### **Método: Resignificación de espacio**

Con la Fontana de Trevi recién restaurada, se dio un sentido de rehabilitación al lugar siendo el desfile de Fendi su inauguración.

Se dio un nuevo significado al espacio con tan solo una pasarela transparente, la fuente destinada a la ornamentación se le otorga un nuevo sentido, convirtiéndose en un escenario de cuento de hadas. El tiempo que fue abandonada por los visitantes a causa de su restauración, se compensó con un evento que tuvo mucha cobertura mediática y social, dando así nuevamente importancia a la fuente.



*Imagen 69. Vista general de la pasarela*

Fuente: (Fendi, 2016)

**Briefing**

Cómo Lagerfeld había sido uno de los propulsores y uno de los mayores donadores para la restauración apropiada de la Fontana de Trevi, se buscaba que se aproveche al máximo la vista del espacio, y su colección tenga una sensación de exclusividad y autenticidad.

**Materialidad**

Plataformas de vidrio templado que se acoplan unas a otras.

**Sostenibilidad**

Se puede decir que es una pasarela sostenible debido a que los recursos que utiliza son estructuras ya existentes de vidrio, sin gastar material alguno ni desperdiciar recursos, estas plataformas serán utilizadas en otros levantamientos de pasarelas, así que tiene un uso de vida útil mayor como material, y no sólo para una vez. A pesar de su implicación económica el aporte ambiental y creativo es extremo.

**Innovación**

Es la primera vez que se utiliza en una pasarela el similar caminar sobre agua en una edificación tan notable en el mundo. Y correspondió al concepto de la colección en toda su esencia.



*Imagen 70. La modelo Kendal Jenner asimilando flotar en el agua*

Fuente: (Fendi, 2016)

### **Iluminación y sonido**

La Fontana de Trevi tiene su propia iluminación ya que es un objetivo turístico a gran escala, los dos faroles a los lados de la fuente iluminan el frente, la iluminación que tiene dentro de la fuente refleja el agua y a las modelos.

El sonido fue incluido en los pisos superiores de las construcciones aledañas de la fuente, con parlantes y un dj programado.

### **Montaje y desmontaje**

Las plataformas de vidrio previamente fabricadas solo fueron colocadas y acopladas, ya que estaban hechas para que se unan solas, luego fueron apropiadamente retiradas sin tener que modificar el espacio.



*Imagen 71. Vista general del espacio.*

Fuente: (Fendi, 2016)

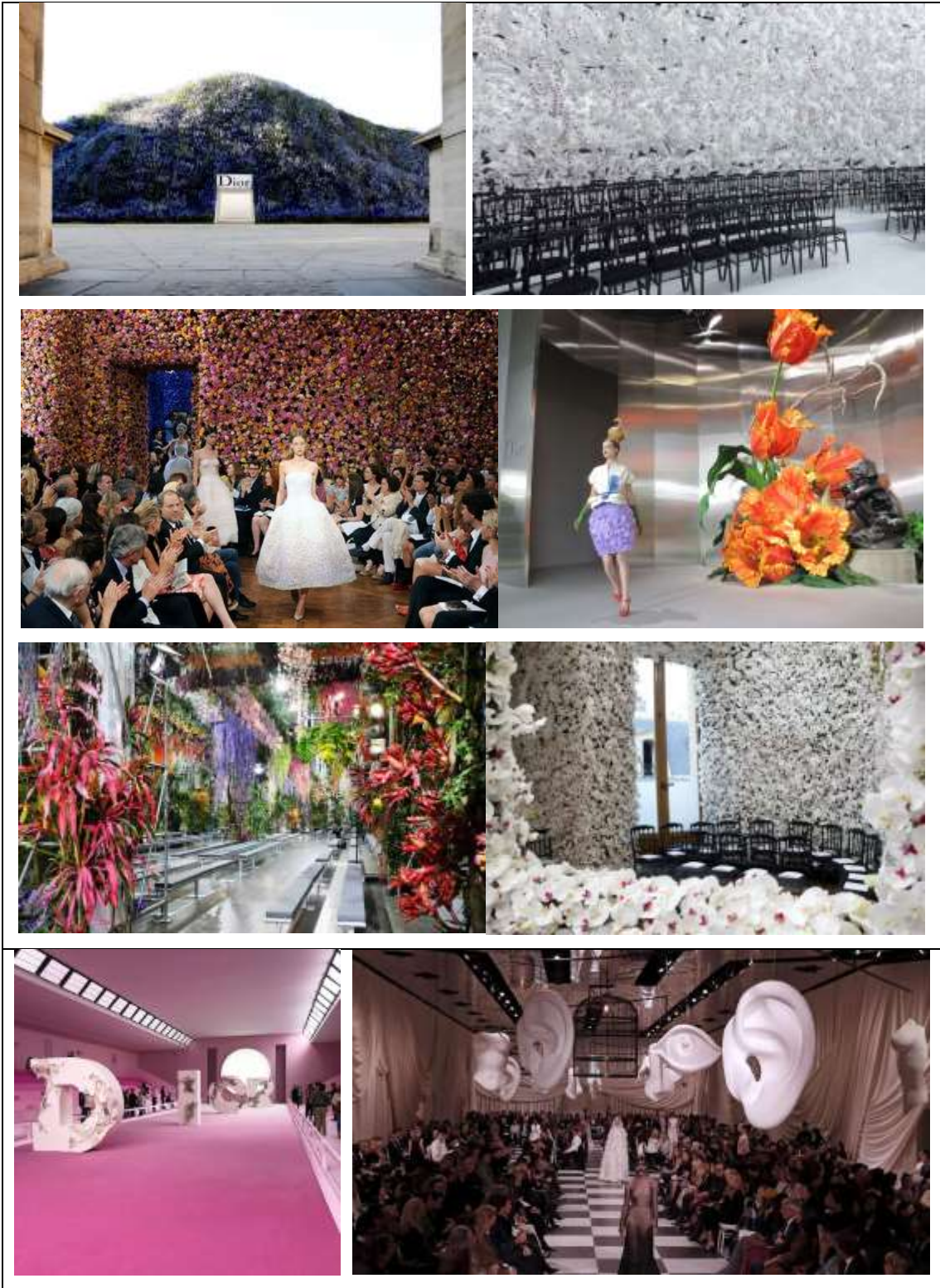
### **Conclusión:**

Se puede vincular la resignificación del espacio con la resignificación del material, pues la pasarela transparente ya existente ha sido montada en la fuente, y ha cambiado su significado y apariencia notablemente sin haber modificado o desperdiciado un material. Se toma como ejemplo de pasarela sostenible porque aprovecha lo que ya hay en el medio.

**Ejemplos de pasarelas que consumen un alto porcentaje de recursos en sus pasarelas. (Dior y Chanel)**

Tabla 14. Análisis de las pasarelas de DIOR.

<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>7. DIOR análisis</b></p>
<p><b>Objetivo:</b> Analizar el diseño de escenografías de pasarelas de moda que utiliza la empresa Dior.</p>
<p><b>Marca:</b>  Dior: Christian Dior, S.A. o Dior, es una casa de moda francesa bajo el grupo LVMH. Llevel nombre de su fundador.  La unidad operativa de la compañía, Christian Dior Couture, diseña y elabora parte de la más codiciada alta costura del mundo, así como moda pret-a-porter, ropa de caballero y accesorios. Christian Dior funciona a través de cerca de 160 boutiques de todo el mundo con planes de seguir abriendo más. (Vogue, s/a)</p>
<p><b>Tipología:</b>  Alta costura y pret-a-porter</p>
<p><b>Colección:</b>  Dior se basa principalmente en vestidos, trajes y accesorios de alta costura. Usualmente formales y elegantes.</p>
<p><b>Desfile Conceptual:</b>  La escenografía del show, es principalmente influenciada por la colección, se busca elegancia sobresaliente y de lujo, al igual que feminidad.</p>
<p><b>Método</b>  Dior tiene un método distintivo en sus diseños de pasarela, éste son flores. Cada año, la casa de moda ha utilizado las flores de diferente manera y disposición para marcar su característico ambiente femenino, sobrio y elegante.  Por otro lado, están escenarios con formas representativas de la colección.</p>







*Imagen 72. Escenografías para desfiles de moda de la marca Dior.*

Fuente: Vogue.com

### **Materialidad**

Ya mencionado, el uso de las flores es casi total en los diseños de sus sets, alternativamente de esto, el uso de materiales y recursos no tienen límites, todo depende del diseño de la pasarela. Estructuras, mamposterías, madera, plantas, gypsum, metal y más son algunos de los materiales utilizados.

Las flores suelen ser exclusivas e importadas, el gasto en estos elementos es muy costoso. Se trata de lujo en la pasarela.

### **Sostenibilidad**

Se podría decir que las flores y las plantas son elementos biodegradables y naturales que no causan daño al planeta, pero por otra parte las estructuras utilizadas para formar el alrededor de la pasarela no son reutilizadas. Hablamos de material que no vuelve a hacer útil y es desechado.

### **Innovación**

Dior ha innovado de muchas maneras las pasarelas a través del tiempo, incluso han construido su propio domo de flores sólo para el show, cómo quiera que se exprese sus desfiles tiene una carga visual que distinguen a la marca, pues es una marca innovadora en muchos sentidos.

### **Iluminación y sonido**

<p>La iluminación y el sonido no dependen del presupuesto, sino del diseño del set, usualmente las luces son camufladas para que no intervengan con el diseño, lo mismo hacen los especialistas el sonido.</p>
<p><b>Montaje y Desmontaje</b></p> <p>El método de montaje y desmontaje no escatima gastos, a veces se empieza a realizar el set con días o semanas de anticipación, y dependiendo del diseño, meses. Lo importante para la marca es resaltar lo mayor posible.</p>
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>La marca entiende los riesgos de no sobresalir en el show, pues su aprobación será destinada a fotografías, noticias y redes, al igual que su éxito. Es decir, acompaña al mundo mediático que es la mayor publicidad de la actualidad. Al ser una marca famosa y millonaria tiene muchas posibilidades para innovar la pasarela.</p>

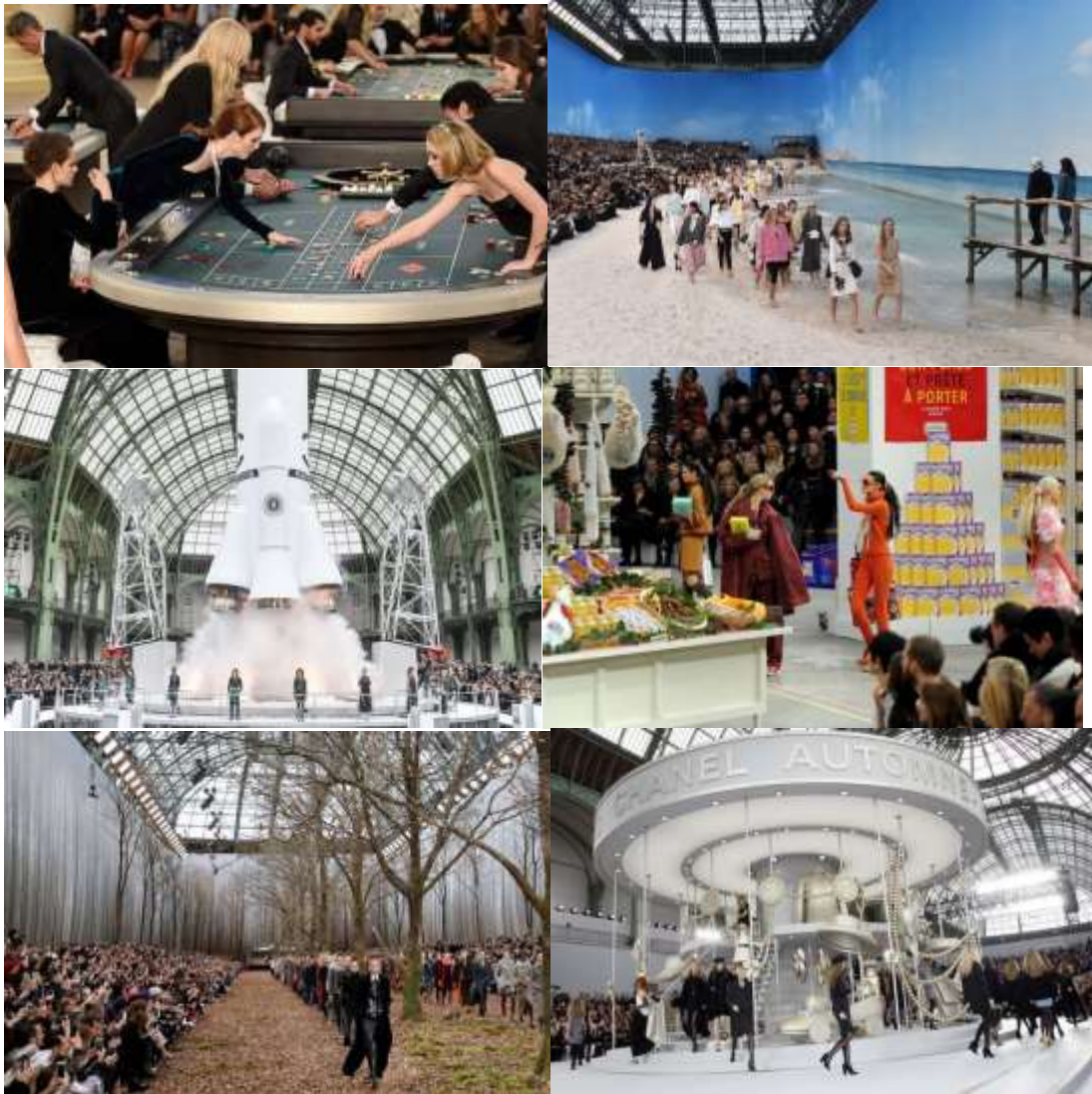
Tabla 15. Análisis de las pasarelas de Marca Chanel.

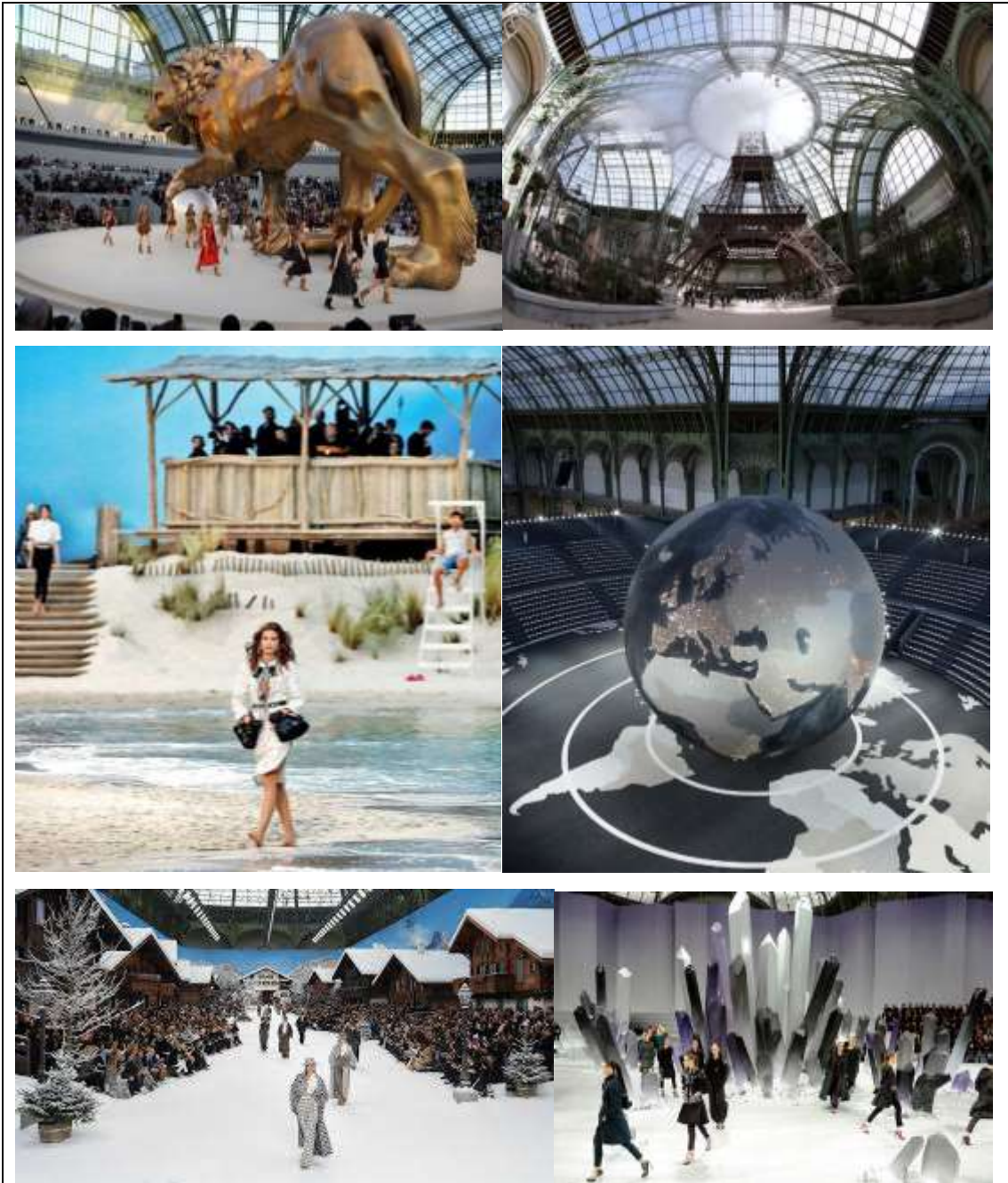
<p><b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO</b>  <b>FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA</b>  <b>CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS</b>  <b>FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS</b>  <b>8. CHANEL ANÁLISIS</b></p>	
<b>Objetivo:</b>	Analizar el diseño de escenografías de pasarelas de moda que utiliza la empresa Chanel.
<b>Marca:</b>	Chanel S. A., o Chanel, es una casa de modas francesa, fundada en París por la diseñadora Coco Chanel, en 1910. La marca del izan se especializa en diseñar y confeccionar artículos de lujo, como indumentaria de alta costura, lista para usar, bolsos, perfumes y cosméticos, entre otros.
<b>Tipología:</b>	Mayormente Alta Costura.
<b>Colección:</b>	Chanel se distingue mayormente por sus trajes sobrios y formales, y de gran calidad, la sobriedad y el glamour son las principales palabras en sus colecciones, tiende a

realizar ropa exclusiva y de alta costura.

### **Desfile Conceptual:**

Chanel ha llevado el concepto de sus colecciones al set cada año, ya sea abstracta o literalmente. Sobresale por realizar sus propias ambientaciones, ya sea las montañas, la nieve, la playa, un bosque encantado, un aeropuerto, un supermercado, un carrusel, un cohete, un león gigante de oro, un casino, una esfera brillante de la tierra, incluso la réplica de la Torre Eiffel. Sus diseños de escenografía van más allá de cualquier imaginación y de cualquier presupuesto.







*Imagen 73. Escenografías para la Semana de la Moda de París de la Marca Chanel.*



Fuente: [www.radiorelaxsantafe.com/2019/03/05/una-playa-artificial-y-una-replica-de-la-torre-eiffel-los-desfiles-mas-extravagantes-de-chanel/](http://www.radiorelaxsantafe.com/2019/03/05/una-playa-artificial-y-una-replica-de-la-torre-eiffel-los-desfiles-mas-extravagantes-de-chanel/)

## **Método**

Chanel realiza cada año su desfile en la semana de la moda de París en la misma locación, que es el Grand Palais. Ha logrado hacer cada set deslumbrante en el mismo lugar y no parecerlo. La construcción de los set van desde armar casas a construcciones para resaltar el show.

<p><b>Materialidad</b></p> <p>La materialidad de los sets, obviamente depende del diseño, pero las estructuras metálicas que son recubiertas no pueden faltar en la concepción de cada uno. Los materiales más utilizados son metal, madera, gypsum, vidrio, entre otros principales de levantamiento.</p>
<p><b>Sostenibilidad</b></p> <p>Aunque es un show de unos minutos, se ha toma en cuenta más el diseño que la procedencia, presupuesto y mantenimiento de los materiales y los elementos que componen la pasarela.</p>
<p><b>Innovación</b></p> <p>Chanel ha sido promotor de la innovación en la moda, y ahora en el diseño de las escenografías y la manera de presentar sus shows. Han realizado desfiles antes no vistos y han cambiado la percepción del desfile al espectáculo.</p>
<p><b>Iluminación y sonido</b></p> <p>Sus shows hechos la mayoría en la luz del día, son iluminados por la cubierta del mismo Grand Palais de París, así la iluminación y cables no se dan a notar en la fachada de la escenografía, solo se utiliza focos puntuales desapercibidos. Lo mismo sucede con el sonido, se encuentra escondido fuera de la vista de la escenografía.</p>
<p><b>Montaje y Desmontaje</b></p> <p>Estos aspectos son difíciles de determinar, pues dependen del diseño, pero en su mayoría necesitan mucho tiempo de montaje, pues se colocan estructuras, paneles, gradas, asientos, sistemas mecánicos y de iluminación interna, agua, fuego, efectos, etc. Haciendo complejo cada uno de los montajes y sus respectivos desmontajes.</p>
<p><b>Conclusión:</b></p> <p>Una marca reconocida sabe cómo seguir siéndolo, pues tiene que atraer la atención y</p>

la exclusividad a cada show para seguir liderando, por lo que el espectáculo presentado es definido no solo por la colección sino también por el escenario en que será presentado, lo más importante es que la marca se sigue adaptando a la necesidad de ser publicitada debidamente.

### **Ejemplo de una pasarela en el medio local (Quito).**

Tabla 16. Análisis del Mercedes Benz Fashion Night 2019 (Quito)

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO          FACULTAD DE DISEÑO Y ARQUITECTURA          CARRERA DE DISEÑO DE ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS          FICHA DE ANÁLISIS DE CASOS          9. Mercedes Benz Fashion Night 2019 (Quito)</b>			
<b>Objetivo:</b> Analizar el estado y la producción de las pasarelas en el medio, y todas las implicaciones que necesita.			
<b>Ciudad:</b>	Quito	<b>Fecha:</b>	09 de Mayo de 2019
<b>Observador:</b>	Nicole Aguas	<b>Administración:</b>	Gustavo Moscoso
<b>Acerca de:</b> <p>Este es un evento donde su principal promotor es la firma automotriz Mercedes Benz, que organiza desfiles de moda en ciudades como México, New York, Sidney o Madrid. En 2018 organizó su primera edición en Quito con la colaboración del diseñador de modas Gustavo Moscoso en el Palacio de Cristal del Itchimbía.</p> <p>En la edición 2019 participaron diseñadores cuencanos acompañados de Moscoso, y presentaron creaciones dentro de la empresa The designers Society.</p>			



*Imagen 74. Afiche promocional*

Fuente: [www.elcomercio.com/tag/mercedes-benz-fashion-night](http://www.elcomercio.com/tag/mercedes-benz-fashion-night)

**Locación:**

**Scala Shopping Quito**

Dirección: Av. Interoceánica Km 12 ½ y Pasaje El Valle Cumbayá (119.08 km)

“El Centro Comercial Scala Shopping, ubicado en Cumbayá, fue reconocido como uno de los 12 mejores en Latinoamérica por el Consejo Internacional de Centros Comerciales (ICSC).” (Construir, 2019)

El desfile se realizó en una plaza al aire libre y un patio interior decorado con una pileta que posee un juego de agua y luces, que produce una temática totalmente lúdica.





*Imagen 75. Plaza al aire libre, Scala shopping, Quito*

Fuente: Scalashopping.com

**Tipología:**

Prêt-à-porter

**Desfile Conceptual:**

En este desfile los diseñadores querían demostrar en pasarela lo que representa cada colección, todas tenían un rumbo distinto, por lo que el fondo fue neutro con la publicidad dentro del centro comercial, las luces eran bajas y solo se enfocaban en el camino de la pasarela el cual era una plataforma negra alrededor de una fuente de agua.

Gustavo Moscoso presentó el “corte sastre” para hombres y mujeres, The Designers Society presentó 3 diseñadores con diferente enfoque, la primera Lula Martinez presentó “Reinvention” con perspectiva maximalista. Por su lado María Cecilia Andrade mostró su colección “Jardín Flamenco”, inspirado en el flamenco de España, y por último la marca Mestizza de Paola Molina presentó “ Heritage Feelings” enlazando el Tweed Run londinense y el Pase del Niño, además de telares inspirados en la Comunidad de Salasaca.



*Imagen 76. Momento del recorrido.*

Fuente: [cosas.com.ec/moda-local/](http://cosas.com.ec/moda-local/)

**Sostenibilidad:**

No hubo ningún indicio, tanto en la colección como en el escenario de haber trabajado con materiales ecológicos o reciclados, pero por su lado el hecho de aprovechar una sola plataforma para cada diseñador, fue en sentido ahorrativo. Además de un pantalla que transmitía el evento y la publicidad de los participantes.

**Innovación:**

El hecho que se haya implementado un evento que se realiza a nivel mundial en Ecuador, es por hecho innovador para el mundo del diseño de modas en el país.

Se innovó al realizar una pasarela que rodeaba el patio de eventos permitiendo llegar visualmente a mayor audiencia. Se utilizaron empresas de montajes para eventos, y el sello de Mercedes Benz acompañó la fachada principal.

**Producción:**

Mercedes Benzs deja a cargo un representante y al embajador del evento en Quito, Gustavo Moscozo, con el apoyo de The designers Society y el Centro Comercial Scala Shopping en colaboración.

El orden de salida, publicidad y concepción se traza de la colaboración de los encargados.

**Conclusión:**

Este es un desfile que apenas está adentrándose en la publicidad de moda ecuatoriana, es un evento en crecimiento por ser sus primeras ediciones. Además, busca un espacio donde los diseñadores destacados se den paso.

Sin embargo, las colaboraciones de un equipo experto de producción de desfiles de moda quedan muy pedidas. Lo que incluye un diseñador de la pasarela que si bien habría aportado para que realce cada colección. El escenario se presenta más para un concepto de ropa formal, algunas prendas se perdían en fotografías en el escenario sin mostrar detalles. Por lo que se nota que es importante que se conozca el concepto de cada diseñador y su colección.

### 3.2 Verificación de hipótesis.

**Hipótesis H1:** La resignificación de materiales en el diseño de pasarelas de moda es un recurso que se podría utilizar para producir espacios economizados, sustentables y atractivos.

- **Variable dependiente:** Diseño de pasarelas de moda
- **Variable independiente:** Resignificación de materiales

### Triangulación de Datos

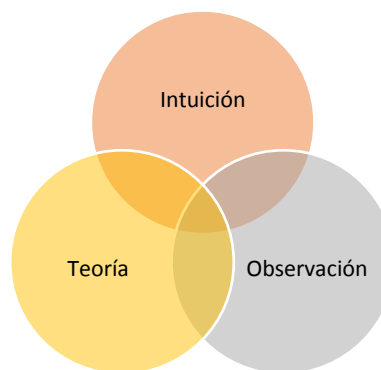


Ilustración 1. Triangulación de datos según las variables

Con la triangulación de datos verificamos la hipótesis haciendo una comparación de información obtenida durante la investigación y sustentando el proyecto, es una ayuda para demostrar los resultados. Denzin (1990), define: “la aplicación y combinación de varias metodologías de la investigación en el estudio de un mismo fenómeno” (p.297).

La triangulación es vista como un procedimiento que disminuye la posibilidad de malos entendidos, al producir información redundante durante la recolección de datos que esclarece de esta manera significados y verifica la repetibilidad de una observación. También es útil para identificar las diversas formas como un fenómeno se puede estar observando. De esta forma, la triangulación no sólo sirve para validar la información, sino que se

utiliza para ampliar y profundizar su comprensión. (Okuda Benavides & Gómez Restrepo, 2005, pág. 5)

Tabla 17. Triangulación de datos




	Teoría	Observación		Intuición
		Entrevistas	Análisis de casos	
<b>Resignificación</b>	<p>La resignificación viene a suponer el procedimiento mediante el cual se le da a algo una nueva orientación.</p> <p>Es un procedimiento que busca encontrar un significado nuevo, alternativo, o un cambio en el panorama contextual de algo que ya posee antes un previo significado.</p>	<p>La resignificación no se debe plantear como una fórmula, sino más bien como una posibilidad que puede tener sentido dependiendo de los casos en que se use. Puede ser peligrosa si sigue una estética que no respeta el propósito de consumir menos.</p>	<p>Utilizar materiales inusuales que tendrán un retorno adecuado y volverán a reutilizarse hace parte de la resignificación.</p> <p>Sin causar daños grandes al planeta o contaminar la atmósfera.</p> <p>Se puede vincular la resignificación del espacio con la del material.</p>	<p>Resignificar permite cambiar la percepción que tenía antes el material u el objeto, y aplicarlo de una forma diferente, sin desecharlo.</p>
<b>Valor social y medioambiental de la resignificación</b>	<p>Reutilizar o resignificar un material u objeto promueve valores sociales y redes de compromiso.</p> <p>La orientación del consumo responsable está en que su objetivo es implantar consciencia en el ser humano sobre un consumo moderado, donde dependa de las necesidades reales y no publicitarias.</p> <p>Estos valores reflejan la concienciación de protección al medio ambiente. Los valores ambientales tienen que contribuir con herramientas que indiquen nuevas formas en donde los actores sociales manifiesten satisfacción por usar un producto o servicio el cual contribuya con el ambiente</p>	<p>Con la resignificación se está pensando y haciendo algo en el mundo más allá de lo puntual.</p> <p>Lo fácil es comprar cualquier cosa en cualquier lugar y hacer el diseño. Pero vale la pena pensar más allá en el mundo, pensar de dónde vienen las cosas, las condiciones en las que se hicieron.</p>	<p>El diseño debe ser consciente de la proveniencia y el retorno del material, así como de la huella de carbono que deja al medio ambiente.</p> <p>Cabe recalcar que después del show de debe asegurar que el material sea nuevamente reciclado, dando un aporte ambiental y consciencia social a la población espectadora, así que es posible vincular la resignificación del material con la pasarela.</p>	<p>El diseñador que piensa en todos los métodos para reducir la contaminación y el consumismo es una persona que aporta moralmente con su trabajo al planeta y por ende a la sociedad que habita en ella.</p>

<b>Materialidad</b>	Todos los materiales que utilizamos de manera cotidiana se clasifican en materiales naturales y en materiales sintéticos. La importancia de conocer sus características es la posibilidad de utilizarlos para satisfacer las necesidades de industria y del ser vivo. El material configura al diseño y le da cuerpo.	Hay que tener cuidado que el material que tenía un propósito y ahora tiene otro sea razonable comparando con lo que se gustaría comprando material nuevo.	El uso del material debe ser mínimo, no hay grandes cantidades de desechos, transporte, el montaje no implica utilizar elementos tóxicos o herramientas. El material o la cantidad no es el equivalente a un diseño conceptual para el escenario.	La materialidad debe responder a las necesidades y el pedido del cliente. Ésta debe ser analizada de acuerdo a su ciclo de vida, es decir de dónde viene y hacia dónde va.
<b>Función Práctica y Simbólica de las pasarelas.</b>	El desfile de moda es un medio a través del cual el diseñador puede difundir sus ideas, generar conocimiento de marca, conseguir cobertura en los medios y predisposición del público hacia su firma. La creación de nuevas experiencias se ha convertido en una estrategia innovadora de ventas, tomando con gran importancia el valor de crearlas y hacer que conecte con el espectador y futuro cliente.	Es una plataforma que permite al público puedan ver de forma más directa las creaciones, siendo una ventaja. También uno puede tener una idea de cómo quedarían las prendas sobre la silueta.	En sí el desfile se trata prácticamente de que haya sido un gran espectáculo para la audiencia y llame la atención por la caracterización de las y los modelos, se busca lograr un escenario muy documentado, Cómo las fotografías y los videos se verán con el escenario y la ropa, pues serán compartidas en varios medios y redes sociales. Por lo tanto, se adentra en la sensación y entendimiento que este aporte a la audiencia.	Un desfile es un método para publicitar y mostrar al público una colección de moda, de ahí la experiencia y la sensación que brinde implicará el éxito del desfile.
<b>Huella de carbono de un desfile de moda</b>	Un desfile de moda va más allá de eso, tiene varios puntos que considerar al momento de emitir su huella de carbono en el planeta. Cualquier desfile importante es planeado por meses y su duración no va más allá de 15	La huella ecológica puede medir de alguna manera que tanto gasto energético produce cada material.	Asegurar que sus propios métodos de producción sean lo más sostenibles posible.	La huella de carbono que deje un desfile dependerá de la manera en qué esté diseñado. Así pues, se puede reducir la huella absteniéndose de desperdiciar recursos físicos.

	minutos, resultando un show espectacular en escenografía y preparación, pero acabando en un contenedor de basura y decoraciones sin nuevo uso, sin hablar de la emisión de contaminación de la gente que se transporta desde lugares lejanos.			
<b>Montaje</b>	<p>Dentro de las implicaciones para el montaje de una pasarela se debe recordar la adecuación de la locación, sí se montará tarimas o moquetas, bambalinas, la iluminación y el sonido. Aparte sí se debe o no instalar los camerinos: Camerinos de cambio, Camerinos de maquillaje y el mobiliario.</p> <p>La complicación del montaje se dará de acuerdo al diseño o el presupuesto, por supuesto el desmontaje de igual manera</p>	<p>Para aplicar una técnica de montaje primero se piensa que va a pasar con el material, sí se usará un momento y luego se hará basura, que tanto sentido tiene esa resignificación. Se debe pensar que posibilidades habrá después de eso, como tratas los materiales para que se pueda desarmar, hay un pensamiento de que el material se aproveche, como arquitecturas biodegradables, la arquitectura de tierra que vuelven a ser tierra, y los iglúes que vuelven a ser hielo, pensar en que pasara después del desfile con el material.</p>	<p>Estos aspectos son difíciles de determinar, pues dependen del diseño.</p> <p>En los casos analizados de pasarelas que no malgastan materiales el montaje fue muy fácil de lograr al igual que su desmontaje sin necesitar modificaciones a las locaciones. Respecto a las pasarelas que utilizan varios recursos materiales y económicos, el montaje utiliza días, meses incluso para su construcción.</p>	<p>En una pasarela gastar recursos puede suceder en el montaje, aunque no en la materialidad, es por eso que la planeación anticipada de los métodos de montaje influenciará en la sustentabilidad del desfile en sí.</p>
<b>Expresividad</b>	<p>La pasarela se caracteriza por la búsqueda de la expresividad máxima por medio de todas las partes que conforman el escenario. Siendo el objetivo tocar al público mediante la representación, haciendo a cada elemento un portador de la idea o</p>	<p>La pasarela o el escenario que se vaya a montar es relevante para la colección, primero desde el punto del espectador que antes que vea el producto como tal sobre las modelos, el escenario ya le anuncia parte del concepto que se va a tratar</p>	<p>La pasarela emplea varios medios, incluyendo escultura, luz y objetos, para construir una estructura y crear una experiencia emocional y física.</p>	<p>Es de suma importancia reflejar la expresividad que tiene la colección y la escenografía para brindar una experiencia al espectador, pues dependerá de esta expresividad que tan compartida y hablada sean</p>



	el concepto.	dicha colección, es decir el espectador ya va a tener una idea de lo que el diseñador se basó para desarrollar cada una de las prendas que va a poder observar.		las creaciones del diseñador.
<b>Site Specific</b>	Los escenarios realizados a través de la técnica “Site Specific” están pensados para pasar en un lugar específico. Durante este proceso el sitio se elige con tiempo, y es algo que influye en la estructuración, planificación y creación del escenario.	<b>Sí estamos en lugar aislado, el cual es difícil acceder, la reutilización va en realidad a consumir recursos de transporte, gasolina y más para llevar hasta allá los materiales, en lugar de utilizar cosas del sitio.</b> Se ve la disponibilidad, las necesidades, la utilidad según el sitio, dependiendo del contexto en donde se está.	Se busca que se aproveche al máximo la vista del espacio, y la colección tenga una sensación de exclusividad y autenticidad.	El Site Specific va más allá de ser solo una locación, pues hay que estudiar las implicaciones creativas, ambientales, simbólicas, y económicas para generar una experiencia de diseño.
<b>Desfile Conceptual</b>	“La moda conceptual y su puesta en escena, al igual que el arte conceptual, no se detiene en las formas o en los materiales, sino en las ideas y los conceptos”. Por medio de estos desfiles, la marca y diseñador demuestran e incitan a pensar sobre ciertos temas sociales, religiosos, de arte u otra concepción. Para algunos diseñadores el concepto tiene tanta relevancia como la colección.	<b>Se podría preguntar porque quiere reflejar lo que piensa reflejar en su diseño, que es lo que motiva el concepto, la idea, la temática. Intentar entender porque a él le gusta eso y ahí empezar a proponer, pues las palabras no significan siempre lo mismo para todos. Se trata de un trabajo de prueba y error hasta que satisfaga al cliente</b>	Toda la atención se basó en la conexión del concepto con todas las partes del desfile. Y correspondió al concepto de la colección en toda su esencia.	El concepto de la escenografía viene trabajando conjuntamente con la colección. Un desfile conceptual ayuda a la marca a reflejar su esencia y que resolver métodos de diseño sea más fácil.

-  Aporte extra al estudio.
-  Medianamente de acuerdo.
-  Totalmente de acuerdo.

A través del análisis de casos, entrevistas y recolección de información, pudimos observar que las pasarelas son de gran importancia para la presentación de una marca, y que sí se resignifica debidamente el material y además se responde a un concepto apropiadamente, se puede crear un diseño que siga siendo atractivo. Verificamos que al reutilizar el material permitimos que el costo baje, pues no habrá que comprar otros nuevos, permitiendo economizar y sin desperdiciar tantos recursos materiales, haciendo a la pasarela a la vez sustentable. Mediante el método de la Triangulación de datos comprobamos la hipótesis: “La resignificación de materiales en el diseño de pasarelas de moda es **un recurso que se podría utilizar** para producir espacios economizados, sustentables y atractivos”.

## CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 4.1 Conclusiones

- Utilizar a la resignificación como tal en el diseño, va más allá de una tendencia, convirtiéndose en un aspecto de consciencia social y ambiental, tratando de aprovechar los recursos que usualmente son desperdiciados como madera, papel, plásticos y metales en su gran mayoría. Incluyendo materiales que se utilizan en el mundo de la moda como retazos de telas, lanas, tubos, etc.
- En la concepción de pasarelas, hay que tener en cuenta que su temporalidad no pasa de una hora, por lo que hay que trabajar con diseños que no afecten la integridad de la locación ni del ambiente, dejando la menor huella ecológica posible.
- Es importante el análisis del contexto y el lugar donde se realizará la pasarela para evitar gastos innecesarios y aprovechar lo que el medio ofrece. Dándole un valor más alto a la resignificación.
- La transferencia de la idea, concepto o temática del diseño de la colección, también se emite por medio del espacio, buscando generar experiencias sensoriales que sean recordadas y transmitidas.
- El mundo de la moda es uno de los más consumistas, por lo que se ha realizado la concepción de “moda sostenible”, así pues, la idea de sostenibilidad en el escenario de la pasarela, es un aporte aún mayor al cuidado del medio ambiente y al aprovechamiento de recursos.
- El trabajo multidisciplinario ayuda a que el diseño de la pasarela pueda tener otras alternativas, ya que los expertos se dan opciones entre sí, para que se reutilice el material sin desapercibir el concepto.
- La forma de la pasarela viene de una experimentación material, constructiva y conceptual, explorando y analizando las mejores opciones para dejar una menor huella ecológica y para que genere experiencias.

- La cultura de diseño y de responsabilidad ambiental en nuestro medio aún necesita más crecimiento para que la idea de proyectos sustentables esté más abierta al reconocimiento.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Plantear un análisis de los materiales más desechados de la ciudad, para comenzar desde nuestra localidad con la concepción de la resignificación de materiales, resolviendo problemas desde nuestro medio para luego tratar de expandir estas soluciones a nivel nacional, ya con la experiencia de uso.
- Se recomienda realizar proyectos sustentables que utilicen el recurso de la resignificación para mantener la menor contaminación posible en la ciudad y provocar una menor huella ecológica al planeta.
- Se recomienda trabajar desde el inicio de la concepción de la colección entre diseñadores y expertos para que todo aspecto dentro del desfile sea concorde a la idea, temática o concepto.
- Ayudar a la reflexión y concientización ambiental y social entre la población haciendo los espacios resignificados a la vista popular, y dando un impacto de tal manera que no se malgasten los recursos naturales y se reciclen los contrarios.
- Implementar nuevas tecnologías en el diseño de espacios efímeros, y en este caso de pasarelas para optimizar el mayor número de materiales.

#### **C. MATERIALES DE REFERENCIA**


##### **ANEXOS:**

##### **Propuesta:**

# PROPUESTA DE UNA PASARELA DE MODA



CON MATERIALES RESIGNIFICADOS



Se han realizado varias investigaciones acerca de la sustentabilidad de los materiales para la construcción y los espacios efímeros. En muchos casos, se estableció empresas y diseñadores que reciclaban materiales y realizaban aportes dentro del mundo de la resignificación, dando nuevo sentido a lo que se supone ya no servía.

Los escenarios, al ser de un corto tiempo de vida útil, necesitan buscar maneras de no malgastar recursos, que día a día son menos.

# ¿Por qué?



## IMPORTANCIA

Proponer una pasarela de moda aplicando la resignificación de material permitirá crear escenarios conscientes y además experienciales para los espectadores y

## IMPACTO

De Carácter ambiental, ya que se estudia las características del material para que tenga un apropiado retorno a la naturaleza y pueda ser reutilizado, y de carácter social, porque se busca la aprobación de la población para los desfiles de moda.

## INTERÉS

Rescatar aspectos conceptuales y experienciales para potenciar el uso de pasarelas sostenibles y generar interés social en el trabajo de los diseñadores tanto de modas, como arquitectónicos.

## BENEFICIARIOS

Diseñadores y estudiantes de diseño de modas de la Universidad Técnica de Ambato que pueden dar a conocer al público sus colecciones mediante una pasarela de moda.



# GENERAL

Aplicar la resignificación de materiales desde el análisis del concepto de una colección de moda para el diseño de una pasarela de moda.

Diseñar una pasarela de moda mediante la aplicación de criterios de resignificación

3

# ESPECÍFICOS

Identificar los condicionantes que determinan las características de la relación colección-escenografía, mediante un análisis conceptual.

2

Relacionar los aspectos del análisis del concepto de las colecciones con los criterios de resignificación para el planteamiento de la conceptualización metafórica del diseño de la pasarela.

1



#### Datos informativos

#### Ubicación

- País: Ecuador
- Región: Sierra
- Provincia: Tungurahua
- Cantón: Ambato
- Parroquia: Huachi Chico
- Dirección: Av. Los Chásquis, Ambato 180207
- Beneficiarios primarios: Diseñadores y estudiantes de moda.
- Beneficiarios secundarios: Espectadores, consumidores.

La propuesta enfatiza la aplicación de criterios de resignificación en relación de concepto/forma, expresividad, sostenibilidad y creatividad para el diseño de una pasarela de moda. Para su fundamentación se determinan aspectos básicos investigados anteriormente como la materialidad y el montaje.

Diseño Sustentable

Diseño emocional

### 3. POSICIONAMIENTO

Resignificación de materiales

Metodología de diseño

Recurso creativo de diseño

### 2. SUJETO

Diseñador de interiores

Relación de los aspectos del análisis del concepto de las colecciones con los criterios de resignificación para el planteamiento de la conceptualización metafórica del diseño de la pasarela a través del diseño experiencial y sustentable.

### 4. INTERVENCIÓN

En un espacio propio de la Universidad (piscina) a partir de las necesidades prácticas, estéticas y simbólicas.

Referentes

Casos

### 1. CONTEXTO

Espacio: Características del lugar  
Tiempo: Presente  
Sentido: Tendencias Primavera-Verano 2020  
Forma: Contenido conceptual.



**Complejo Acuático UTA, Río Payamino, Presidencial, servicio de torno,  
Ambato, Tungurahua, 180208,**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Ambato es la capital de la provincia de Tungurahua, está ubicada virtualmente en el centro de la zona andina ecuatoriana, rodeada de nevados y volcanes. La Universidad Técnica de Ambato fue creada el 18 de abril de 1969 según aprobación del Congreso Nacional.

Entre las razones de motivación cultural para la creación de una universidad en Ambato, no se debe dejar de descartar la alusión a ser la tierra de aquellos personajes linajudos del siglo XIX que se destacaron en la literatura y en la política ecuatoriana como Juan Montalvo, Juan León Mera, Pedro Fermín Cevallos, Juan Benigno Vela, Luis Alfredo Martínez, José María Urbina, Celiano Monge y otros ligados a estos mismos apellidos por pertenecer a colaterales familiares destacados y prominentes.

Visto de otro ángulo, la necesidad de un pueblo pujante, de proyectar a sus hijos hacia la formación intelectual al margen de apellidos y de economías solventes, debe ser obtenida como razón para el surgimiento de un espacio educativo de alto nivel. Por idiosincrasia hay que anotar que las universidades de provincia no surgieron de la ideología de las clases de poder económico.

Tomado del libro Creación de la Universidad Técnica de Ambato (Dr. Pedro Reino).



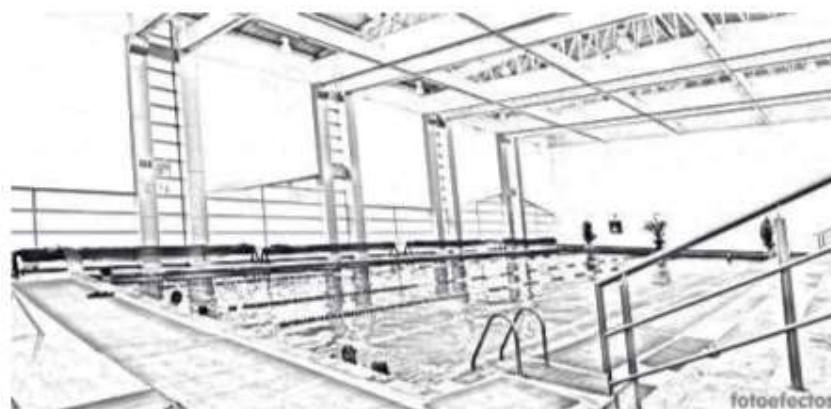
# PISCINA

Sauna, turco, hidromasaje, camerinos, gimnasio de pesas y zona para rumba terapia, son servicios complementarios al de la piscina semioímpica que se encuentra ya favor de la comunidad, ofrecida por la Universidad Técnica de Ambato (UTA) en su campus de Huachi Chico.

La piscina tiene una dimensión horizontal de 12 metros y medio por 25 metros de largo. En profundidad es de 1.20 metros y de 1.80 metros en su parte más honda. La temperatura del agua oscila entre los 24 y 28 grados centígrados, cuenta con un sistema de calentamiento novedoso, mediante un sistema de burbujas de calor, que implica ahorro económico considerable, pues, no se utilizan combustibles de petróleo.

Su funcionamiento es eléctrico, automático y computarizado, permitiendo regular inclusive la temperatura y el ph del agua.

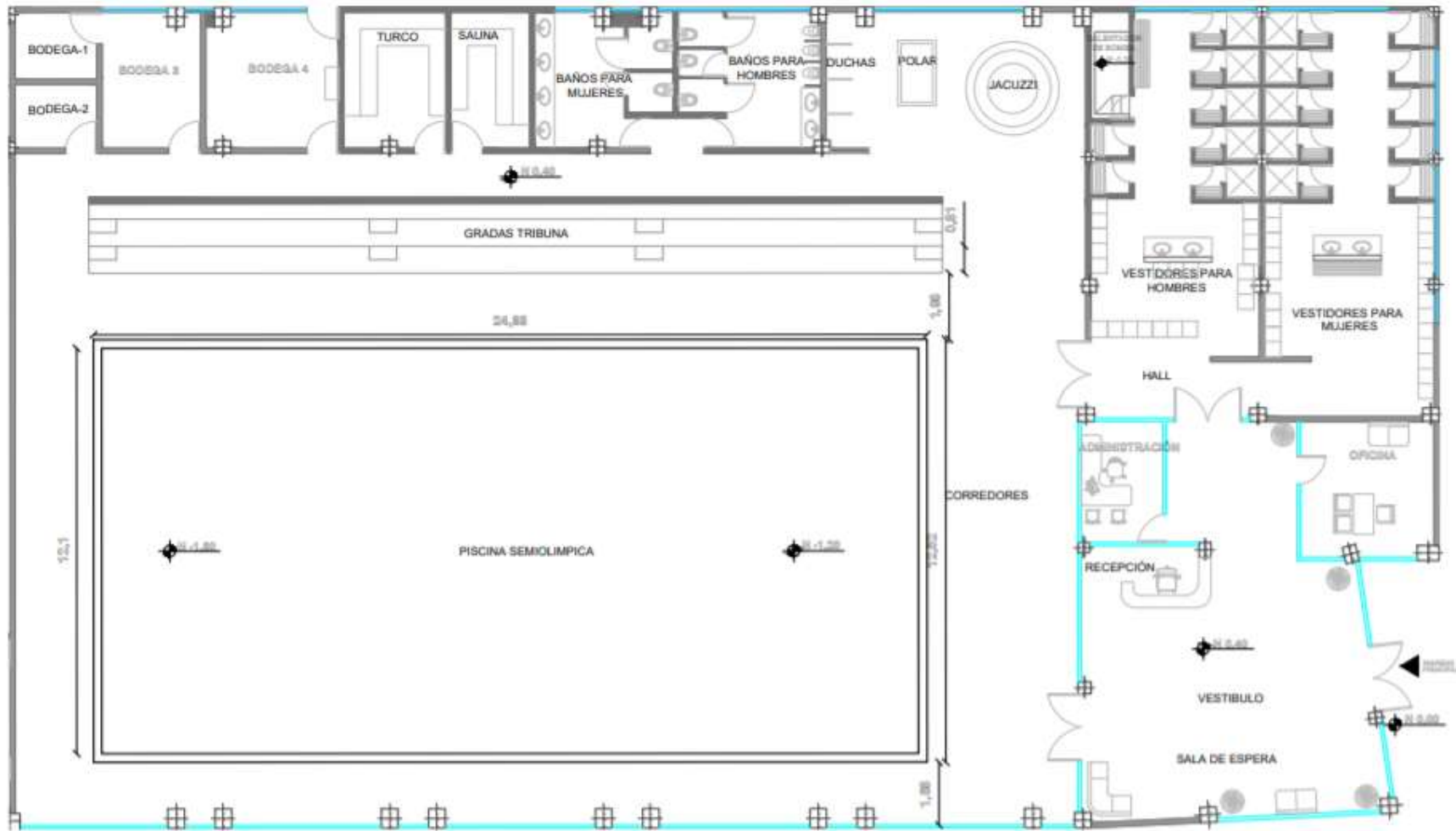
En esta piscina ya se han realizado competencias semi olímpicas con la presencia de competidores de otras provincias. (Diario La Hora)



Servicios: Sauna, turco, hidromasaje, camerinos, gimnasio de pesas y zona para rumba terapia

**PISCINA:**  
 Dimensión horizontal: 12,5 m largo  
 Profundidad: 1,20 - 1,80 m.  
 Temperatura agua: 24-28 grados

**VENTAJAS:**  
 Vestibulo para recibir invitados.  
 Pasillos amplios.  
 Area para observación (Seating).  
 Hall y baños amplios para backstage.  
 Iluminación natural suficiente.  
 Aclimatización suficiente.  
 Es una construcción representativa para la universidad.  
 Está en remodelación, por lo que tiene materiales que puedan ser utilizados.

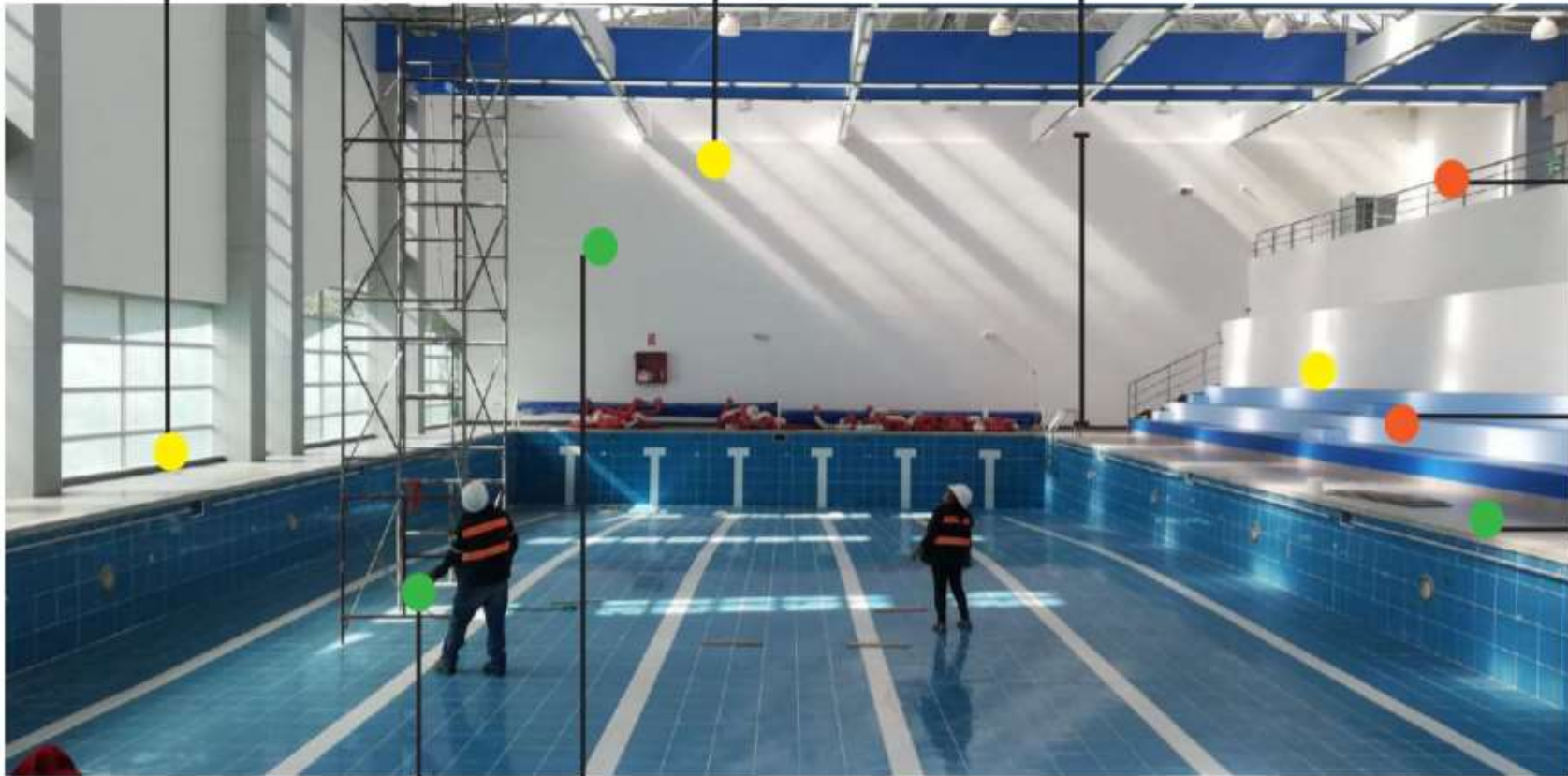


PLANTA BAJA

Iluminación natural suficiente

Altura suficiente para cualquier planteamiento.

Área de seating secundario y fotografía.



Material usado en obra que puede ser resignificado.

Pasillos amplios para el paso de las modelos

Área seating principal

Con la teoría del ethos histórico, se busca hacer visible la dialéctica entre las necesidades y las ideas que de ellas surgen, por un lado, y la transformación de la materialidad, Flash muestra una tendencia de forma retro, al igual que Génesis figurará neon y luminosidad.

FORMA

SENTIDO

Varias personas más coinciden en que las instalaciones y el servicio del lugar son confortables para el baño y visitante. Da una perspectiva en que la locación puede funcionar como parte conceptual. No se crea alguna estructura que será desechada y se aprovecha el espacio.



TIEMPO

- Dentro de la urbe juvenil, debido a ser zona universitaria y también comercial.
- Tiene iluminación propia.
- Tiene espacios libres y asientos.
- El agua se puede usar como un recurso natural y conceptual.

Este lugar es parte de la administración de la Empresa Pública de la UTA. Este proyecto se lo planificó construir en el año 2000 pero se ejecutó en el 2014 y a mediados del 2015 se inauguró. Hoy se prestan servicios no sólo a estudiantes, sino al público en general.

ESPACIO



ANÁLISIS CONTEXTO

11/40

216

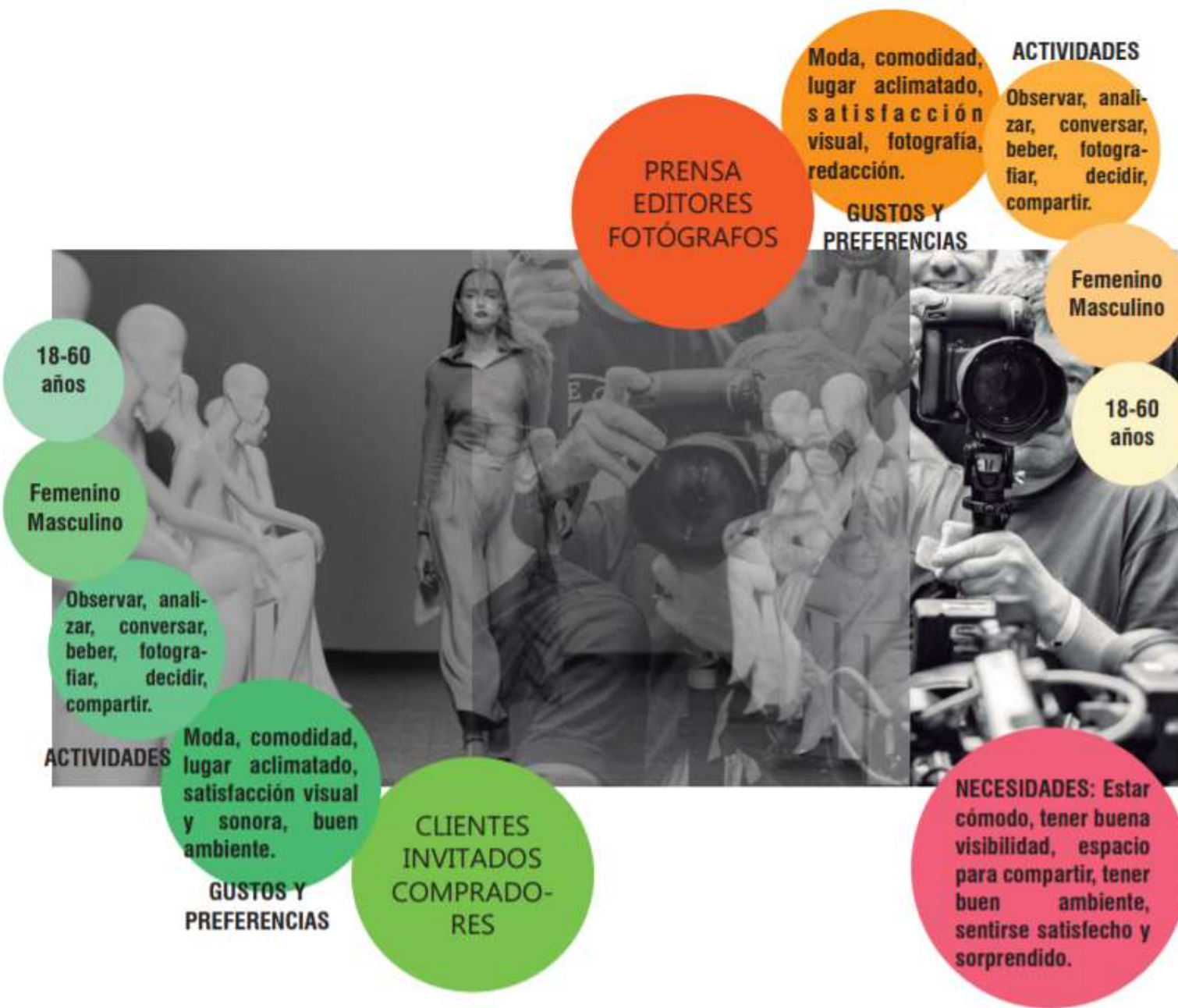


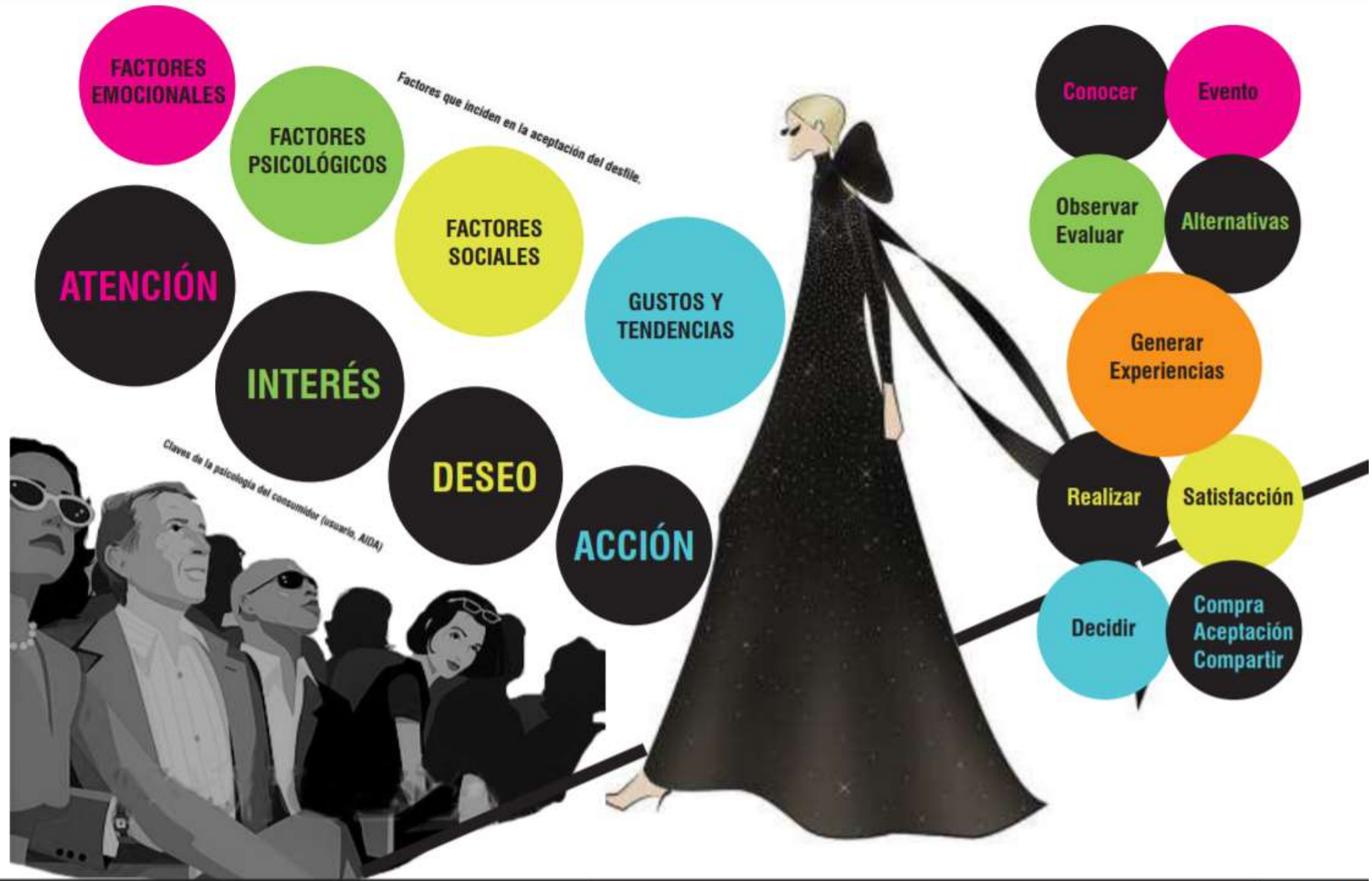
**Público Objetivo:** tiendas, compradores, clientes, prensa

Hay que tener muy en cuenta los intereses de la marca en cuestión, y el tipo de imagen que desea proyectar. Así, las invitaciones llegarán a aquellas personas que ayuden a construir esa imagen de marca.

Más difícil aún que elaborar la lista de invitados es diseñar el seating plan. Decidir dónde se sentarán los invitados siempre siguiendo los criterios del diseñador.

La pasarela divide en dos las zonas de asientos. En una zona se ubica la prensa mientras que en la otra zona se acomodan VIPs, clientes especiales, compradores, etc... Según el "protocolo de pasarela", los invitados de estas dos zonas nunca se mezclan. La excepción a esta norma ocurre cuando un miembro de la prensa se convierte también en VIP. (Marie Claire, 2016)





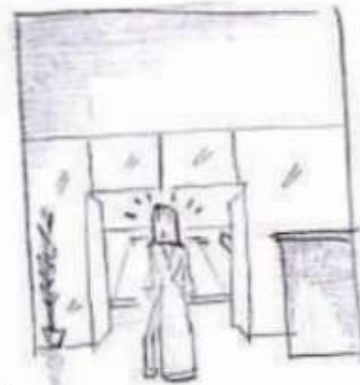
Conocer el evento a través de invitación o medios de comunicación y sociales.



Llegada al evento (recibimiento y conocimiento acerca de éste).



Entrada a la pasarela (primera impresión)



Llegada al seating asignado.



Análisis del observador acerca del conjunto visual de los diseños. (Aquí fluyen las emociones y experiencias).



Usualmente la prensa o los invitados especiales tienen un paso al backstage.



En base a la influencia del desfile, la persona decidirá adquirir el producto o compartir sus emociones y su experiencia respecto al show.

En estos tiempos el gremio de diseñadores sabe como diseñar para que los resultados se adapten a las personas, pero al parecer es momento de pasar de diseñar objetos prácticos a productos y servicios que se disfruten, que reporten placer y hasta diversión.



Los seres humanos son razón pero también emoción, cualquier diseño que solo considere una de estas dos es deshumanizador, pues no considera a las personas en su totalidad.



## DISEÑO EMOCIONAL

Por Donald Norman

Es un modelo para entender el impacto que tienen las emociones. Esta parte nos clarifica que el diseño emocional entiende a las personas

El objetivo del Diseño Emocional es hacer que nuestras vidas sean mas placenteras.

La usabilidad busca adaptar los objetos y los sistemas a los usuarios, hacerlos más humanos. Sin embargo, desde el principio, sólo ha tenido en cuenta los aspectos cognitivos, dejando de lado los emocionales. Es decir, sólo se ha fijado en lo que ocurre en el hemisferio izquierdo, ignorando el derecho. Los seres humanos son razón, pero también emoción.

Los objetos atractivos funcionan mejor: "Las cosas atractivas hacen que las personas nos sintamos mejor, lo que nos lleva a pensar de forma mas creativa ¿Cómo se traduce eso en mejor usabilidad?. Muy simple, haciendo que las personas puedan encontrar soluciones a sus problemas mas fácilmente" -Donald Norman-



Conceptos como valor presente neto, retorno de inversión, margenes del beneficio, costes logísticos, publicidad, retornos y canales de distribución; aquel diseñador que ignora estos conceptos esta destinado a fracasar.



Apariencia

Nivel preconsciente anterior al pensamiento. Busca generar una sensación de necesidad y deseo desde un enfoque irracional.



# DISEÑO EMOCIONAL

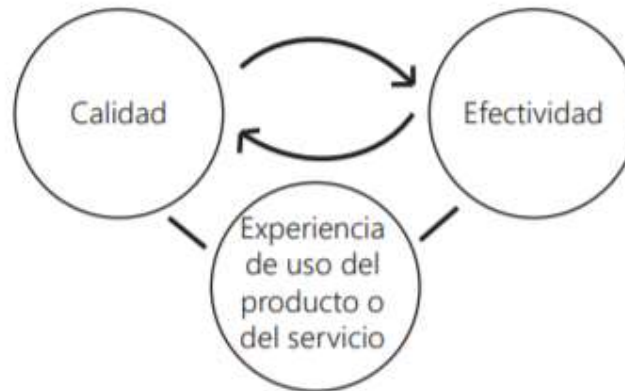
Por Donald Norman

Utiliza:



Placer y efectividad del uso

En este caso se refiere a la parte más funcional que tiene el objeto. Resultado que nos aporta entre el usuario y el objeto.



Significado del producto del uso

Aquel que busca provocar recuerdos y una valoración que sea emotiva. Todo depende de la mente de quién lo mire. La belleza viene del nivel reflexivo





Imagen: Yves Saint Laurent (1980), por Elle.com

# GÉNESIS

Inspirado en los hallagos arqueológicos, paisajes multiculturales.  
Perspectiva de la sociedad, cómo todo cambia.  
Toma en cuenta a los artistas, los creadores  
Mirada del pasado agregado a la tecnología del futuro.



Hallagos prehistóricos, historia.



Inspiración en el este medio (Mesopotamia-Babilonia)



Creador detrás, entender quién lo hizo.



Ciencia que estudia y se describe acerca de los seres vivos en su estructura y desarrollo.



# FLASH

Inspiración en los años 80'  
Look minimalista, extrovertido, glamouroso.  
Se toma consumidores rebeldes que quieren hacer cosas nuevas.  
Cultura Dance, Disco.

## GLAM



Glamour, opulencia, feminidad.

## GALÁCTICO



Futurista, metálico

## GRIT



Cultura callejera

## GLOW, DISCO, DANCE



Cultura de baile, discotecas.



## MATERIALES

ACABADOS METÁLICOS  
BRILLERÍA  
ANIMAL PRINT

Imágenes e información tomada de la conferencia de Lily Brelovich acerca de las Tendencias Primavera-Verano 2020 en el Colombiatex 2019.

# COLECCIÓN (TENDENCIAS)

19/40

216



# ETHOS

Se busca una conexión con la realidad.  
Crear conexiones, experiencias, momentos, compartir con la familia.  
Busca sostenibilidad, proteger la Tierra.  
Compromiso con la comunidad.

## SENTIR



Conexión con los sentidos.

## VERANO PEREZOSO



Descanso, vacaciones.

## PALETA COLORES



## MATERIALES

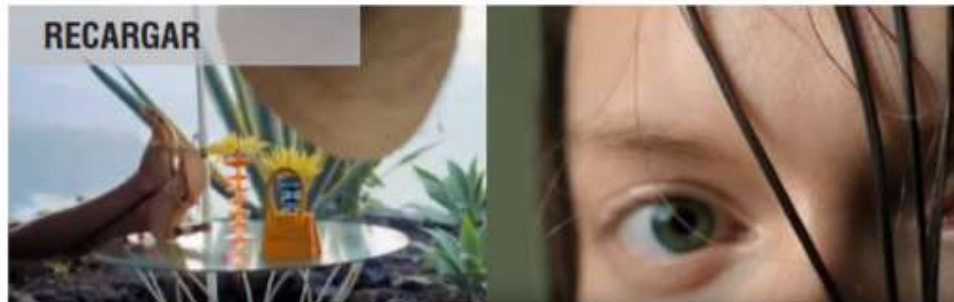
Tejidos minimalistas  
Usado el croshé

## DESNUDAR



Descubrir sensaciones.

## RECARGAR



Revitalizar energías buenas.

### CATEGORÍAS:

- JEANSWEAR
- CASUAL
- INFANTIL
- LENCERÍA
- DEPORTIVO
- FANTASÍA
- FORMAL-GALA



TIPO DE COLECCIÓN

READY TO WEAR

GÉNERO

FEMENINO-MASCULINO

CLIENTE

JÓVENES Y NIÑOS

ORIENTACIÓN

MULTIDIRECCIONAL

EDADES

VARIAS

CONCEPTUALIZACIÓN

TENDENCIAS PRIMAVERA  
VERANO 2020

CARACTERÍSTICAS  
MODELOS

Varia estatura, diferentes  
edades y características.



**POSICIONAMIENTO ACTUAL:**

La Carrera de Indumentaria textil de la Universidad Técnica de Ambato ha creado desfiles y colecciones de moda que han sido llevadas a la cobertura local, y de su Facultad misma, abriéndose puertas para algunos estudiantes de dar a conocer en el medio alguna de sus creaciones.

**POSICIONAMIENTO DESEADO:**

Registrar más allá de la localidad, la experiencia de un desfile que refleje todo el trabajo, talento y creatividad de los estudiantes, así como de darles la oportunidad de que sus creaciones estén publicitadas por sí solas por los medios y las personas.

Mejorar la imagen de la carrera y la universidad.

Ser un ejemplo de perseverancia y talento para los nuevos ingresos.

**RESPUESTA ESPERADA:**

Estudiantes considerados como talentos revolucionarios.

Identificar a la Facultad como experta en diseño y de alto grado académico.

Valorar la importancia del diseño y el trabajo de sus estudiantes,

**TONO:**

Varios (Infantil, formal, casual, alta costura, lencería)

**APTO PARA:**

Fotografías

Radio

Televisión

Prensa

Redes sociales

Reflejar las tendencias actuales trabajadas durante el periodo académico y sus resultados. (ETHOS, FLASH, GÉNESIS)

RECURSOS DISPONIBLES EN EL MEDIO (UTA), LOS CUÁLES EN LUGAR DE SER DESECHADOS SE LES DARÁN UN NUEVO SIGNIFICADO, Y LUEGO SERÁN RECICLADOS.



1. Luces led de 1m (50)
2. Alfombra antideslizante 1m x 0,50m (50)
3. Plástico de recubrimiento celeste. (10m)
4. Separadores piscina (48m)
5. Alfombra impermeable (10m)
6. Lonas de vallas publicitarias,

RECURSOS DISPONIBLES EN EL MEDIO (UTA), A LOS CUÁLES SE LES DARÁ UN NUEVO SIGNIFICADO Y LUEGO SERÁN DEVUELTOS A SU FUNCIÓN.



RECURSOS DISPONIBLES EN EL MEDIO (AMBATO), QUE SERÁN DEVUELTOS PARA UN NUEVO USO.



NOTA: Estos materiales se encuentran en la Facultad de Diseño, de la UTA.

Se dispondrán de los mismos sin perjudicarlos o dañarlos, después serán devueltos.

Los materiales reutilizados serán los que se vayan a desechar debido a la restauración del Centro Acuático de la UTA, los mismos que luego de acabar su uso en la pasarela, serán retornados al centro de reciclaje.

10. Alambre galvanizado grueso.
11. Andamios rearmables.
12. Policarbonato
13. Tubos de cartón-cartón.



Representación sirena-mar-agua-playa-des-canso.

**VERANO PEREZOSO**  
(ETHOS)



Estructura ser vivo



**BIONOMIA**  
(GÉNESIS)



**DISCO**  
(FLASH)

Rostros cómo representación humana de la evolución de las tendencias

Looks representativos de cada tendencia.

Una muestra de civilización



Que representa.

**ARQUEOLOGÍA**  
(GÉNESIS)



# METÁFORA EN EL DISEÑO



"COMPRENDER EL FENÓMENO QUE DESCRIBE Y PERMITE ESTRUCTURARLO"

TENOR:

Significación de la palabra

VEHÍCULO DE TRANSMISIÓN DE PROCESOS IDEOLÓGICOS

FUNDAMENTOS:

RELACIÓN TENOR-VEHÍCULO, ELEMENTO EN EL ESPACIO.

SENTIDO ESTRUCTURAL

Estructural  
HACE REFERENCIA AL TIEMPO

Oriental  
ORIENTACIÓN ESPACIAL

Antológica  
DESARROLLA UN ACONTECIMIENTO O ACTIVIDAD

FORMA INTERNA DEL ESPACIO

Existencia cultural e histórica  
VIDA COTIDIANA Y ACONTECIMIENTO HISTÓRICO

Impregnar un lenguaje COTIDIANO, LITERARIO, POÉTICO.

Convencionalización  
CONCEPTO E INTERPRETACIÓN

ESTÉTICA INVENTIVA

FUNCIÓN SENSIBILIZADORA  
DIRIGE A LOS SENTIDOS  
SENSACIONES- EMOCIONES

La memoria y el tiempo se mueven en dos direcciones opuestas.  
(William Gibson)



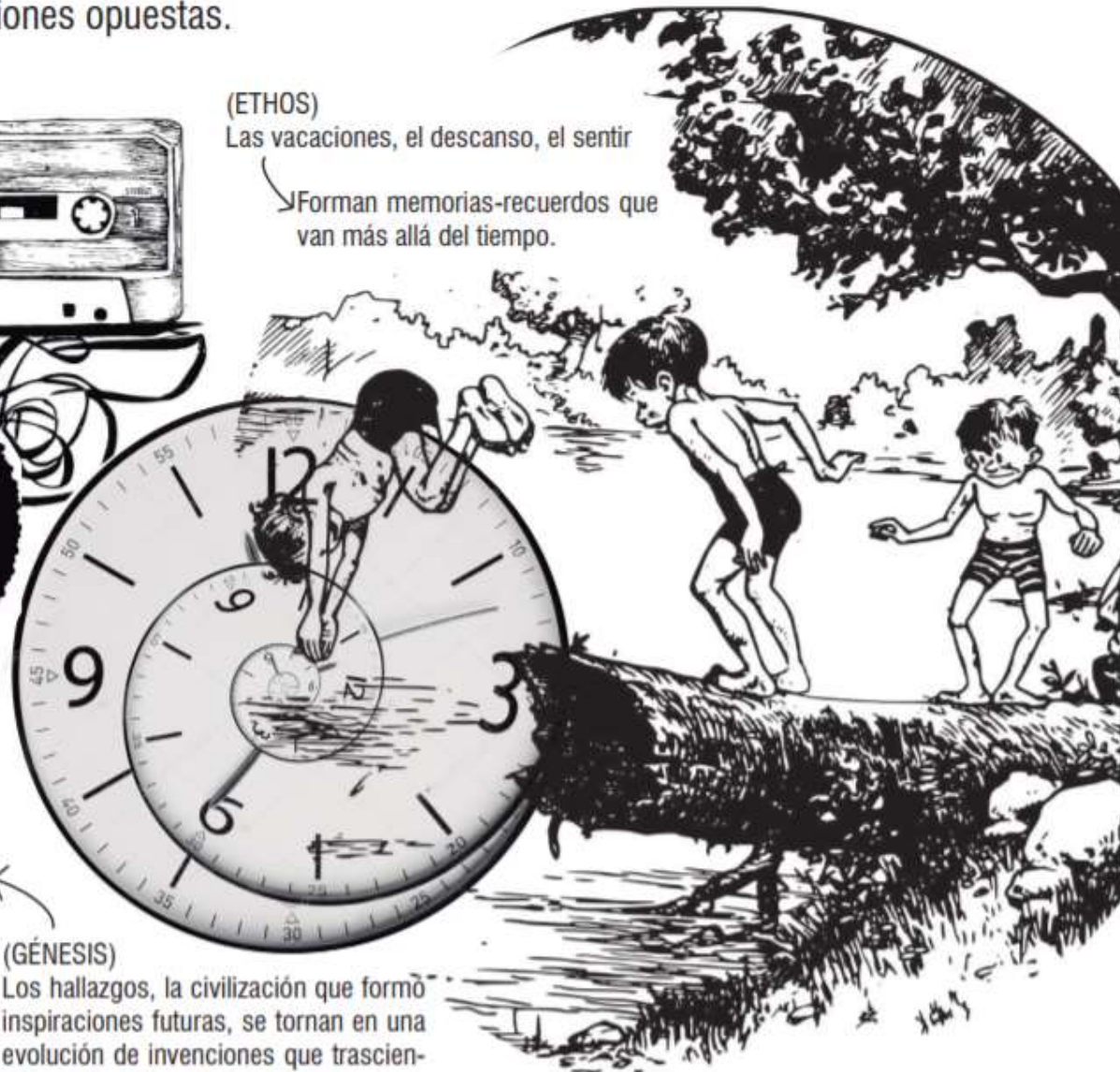
(FLASH)  
Representa parte de la cultura popular, es muy fácil de distinguir.

La evolución de la historia, se detiene en una época representativa (80'). Cómo representación de lo retro. Se ha mantenido en la memoria y las tendencias hasta la actualidad.

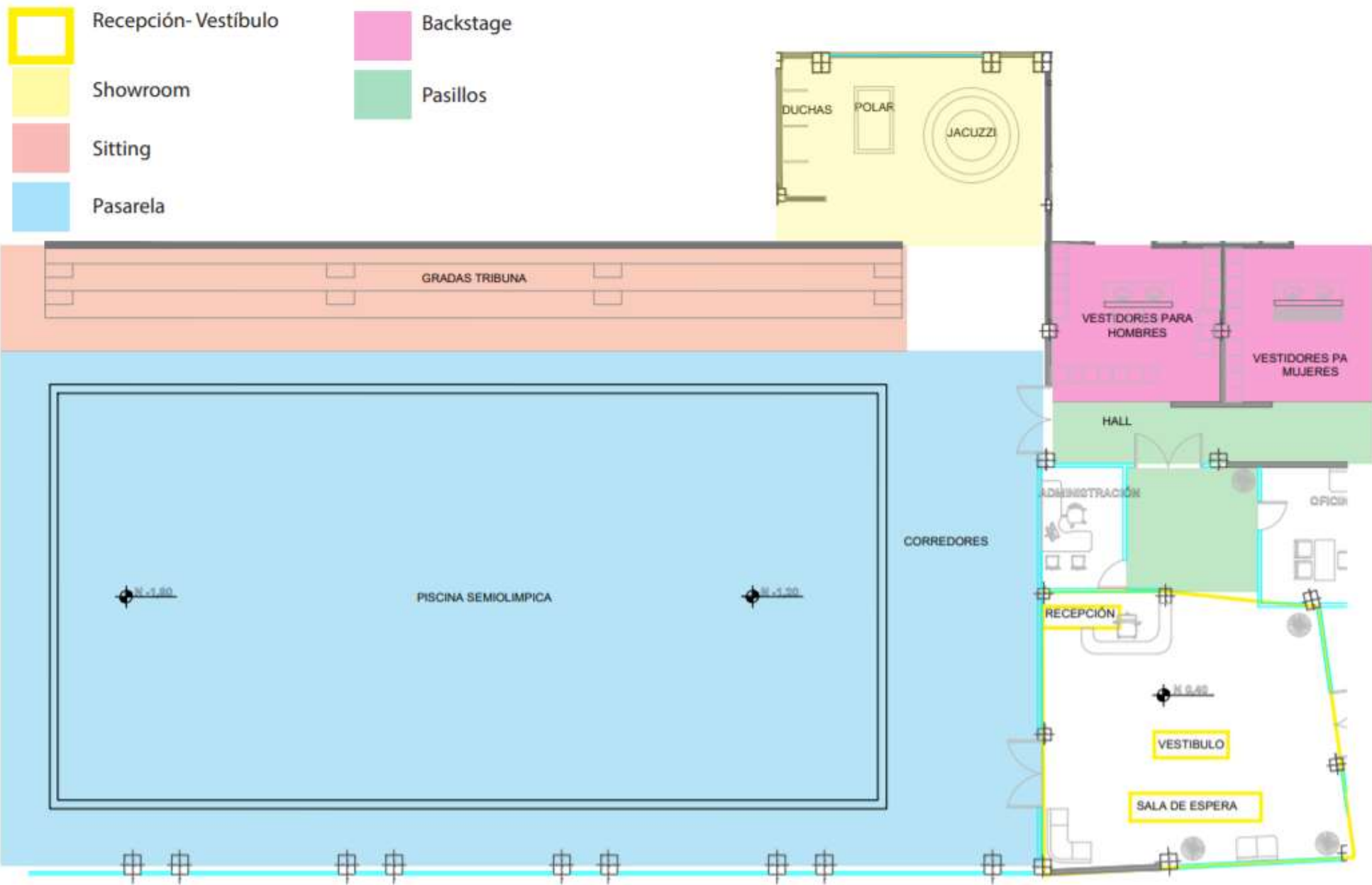


(ETHOS)  
Las vacaciones, el descanso, el sentir

Forman memorias-recuerdos que van más allá del tiempo.

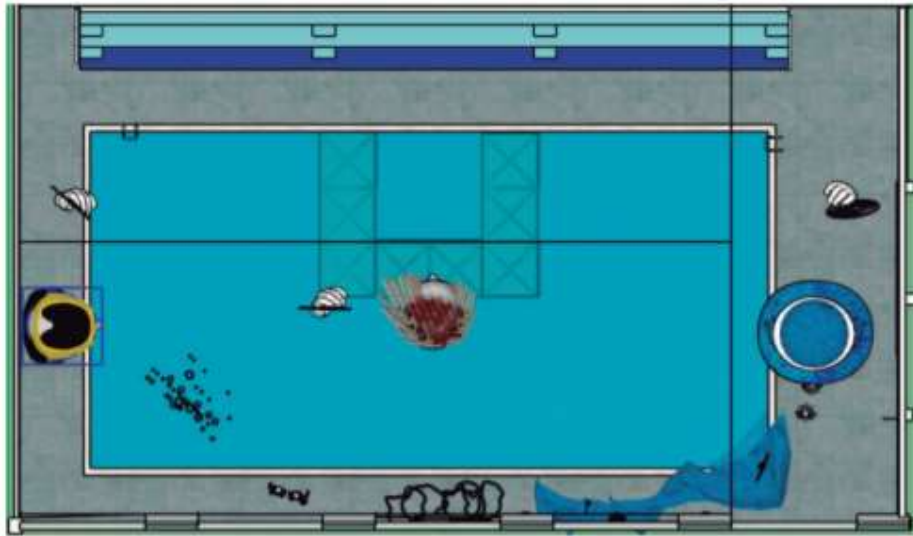


(GÉNESIS)  
Los hallazgos, la civilización que formó inspiraciones futuras, se tornan en una evolución de invenciones que trascienden contra el tiempo y la historia.

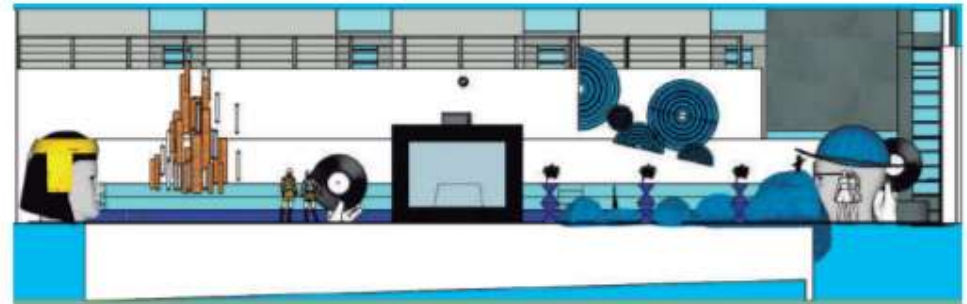


# ZONIFICACIÓN

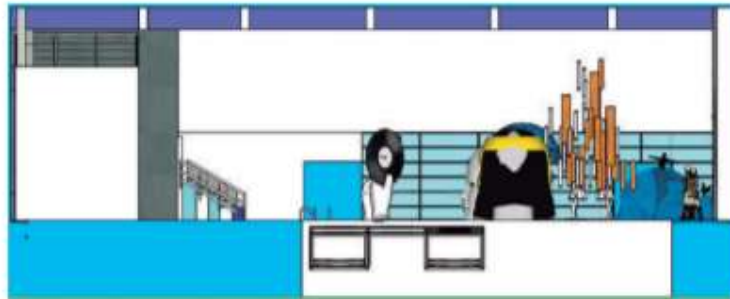




PLANTA



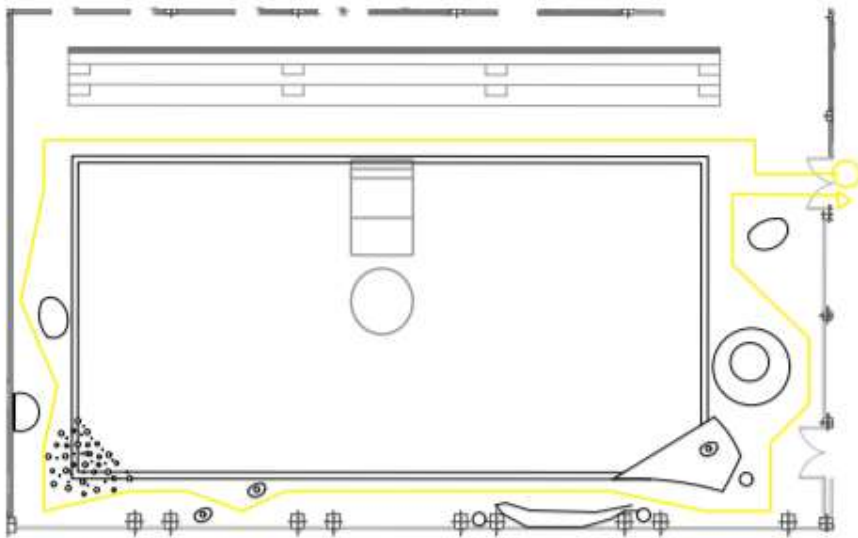
VISTA POSTERIOR



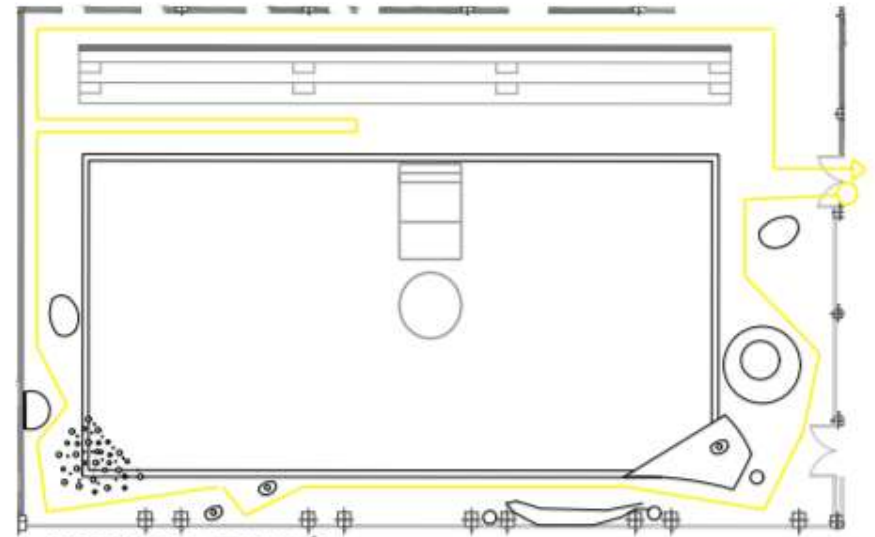
VISTA LATERAL DERECHA



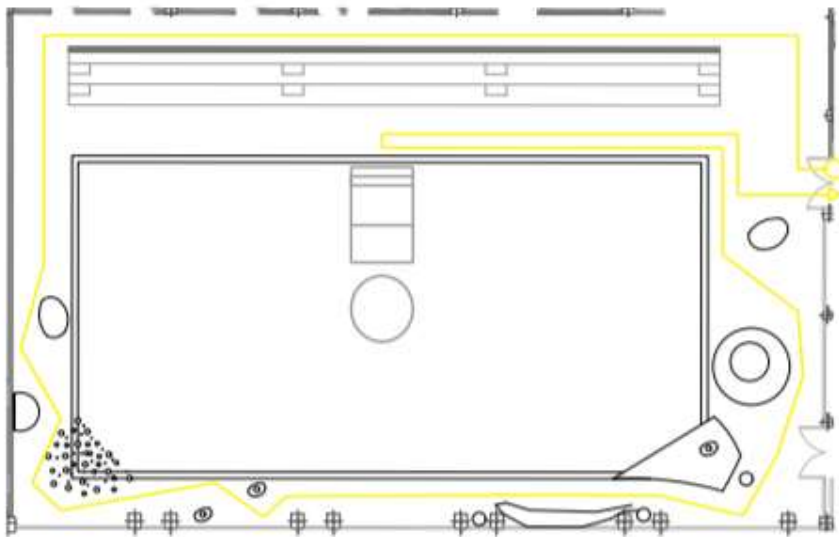
VISTA FRONTAL



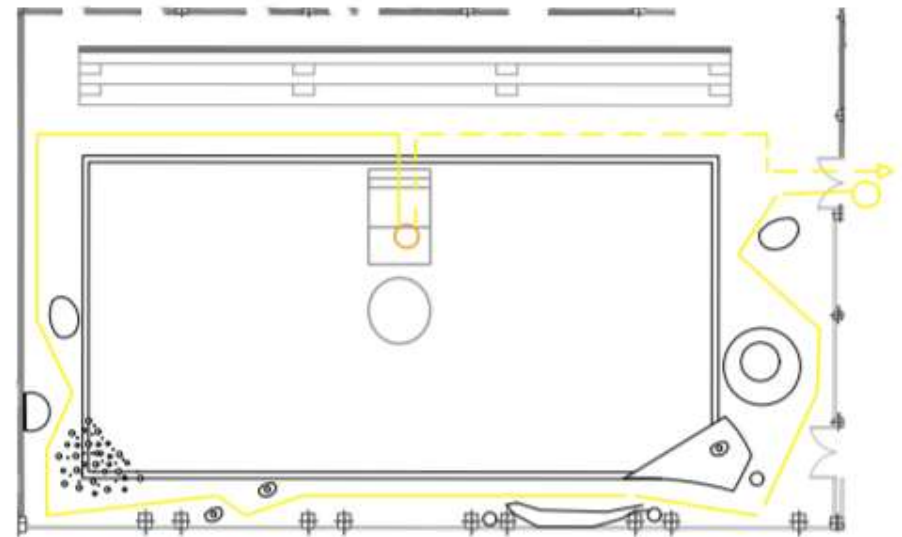
1. INFANTIL, FORMAL, GALA.



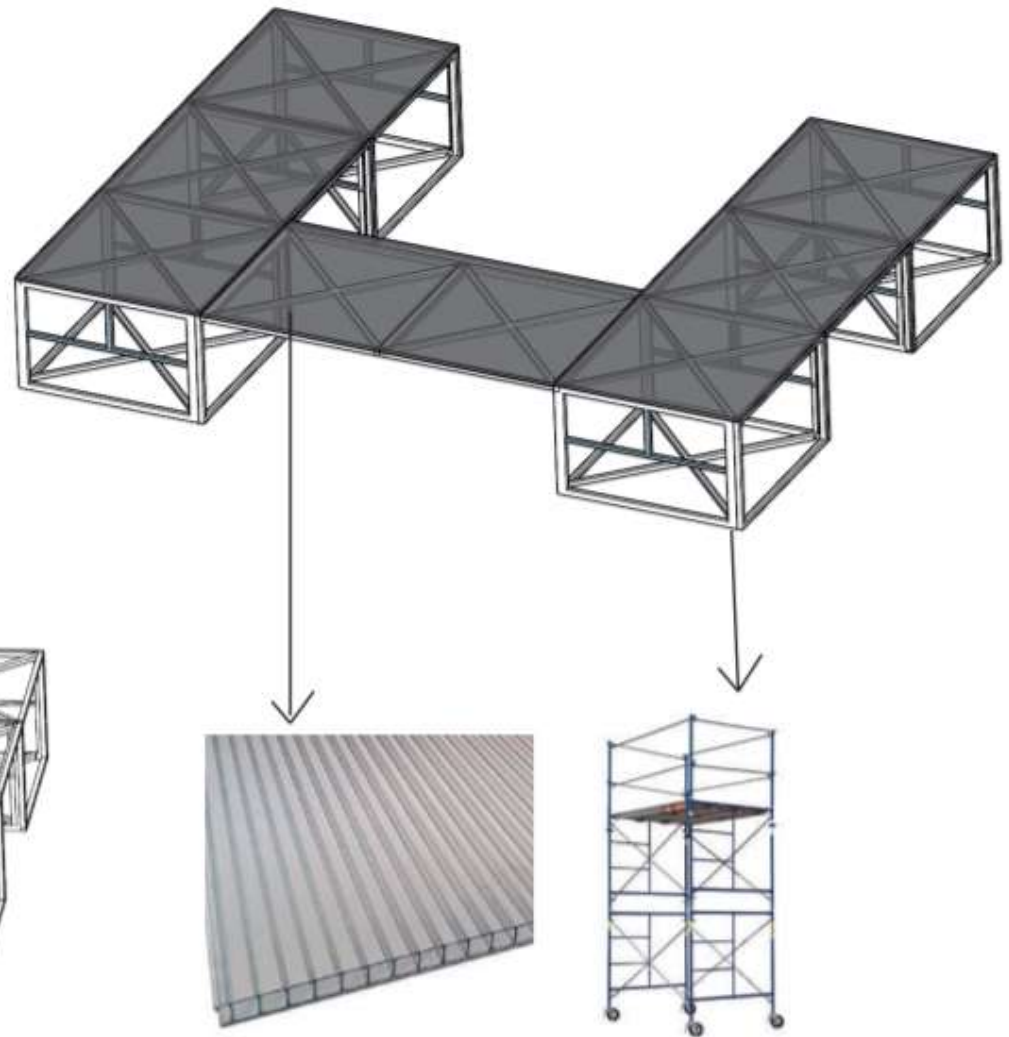
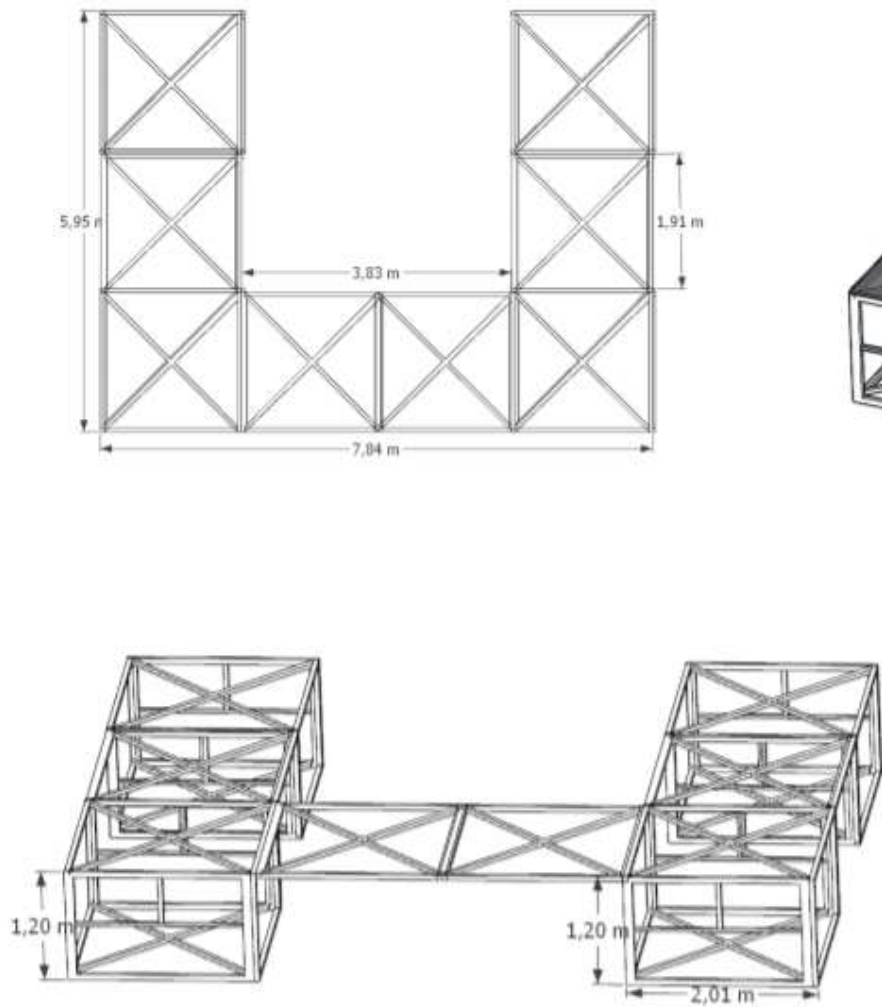
2. JEANSWEAR, FANTASÍA



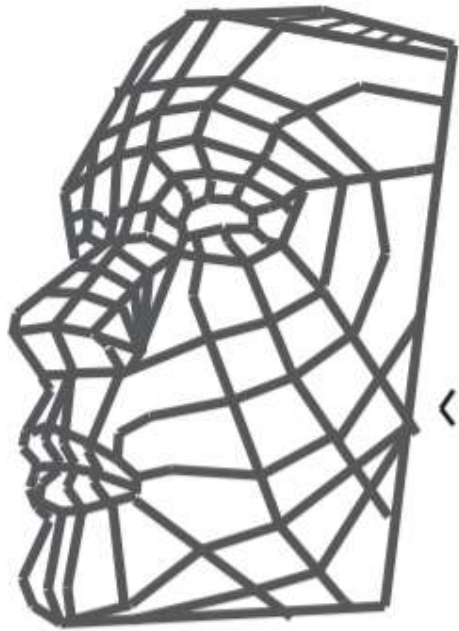
3. DEPORTIVO, CASUAL



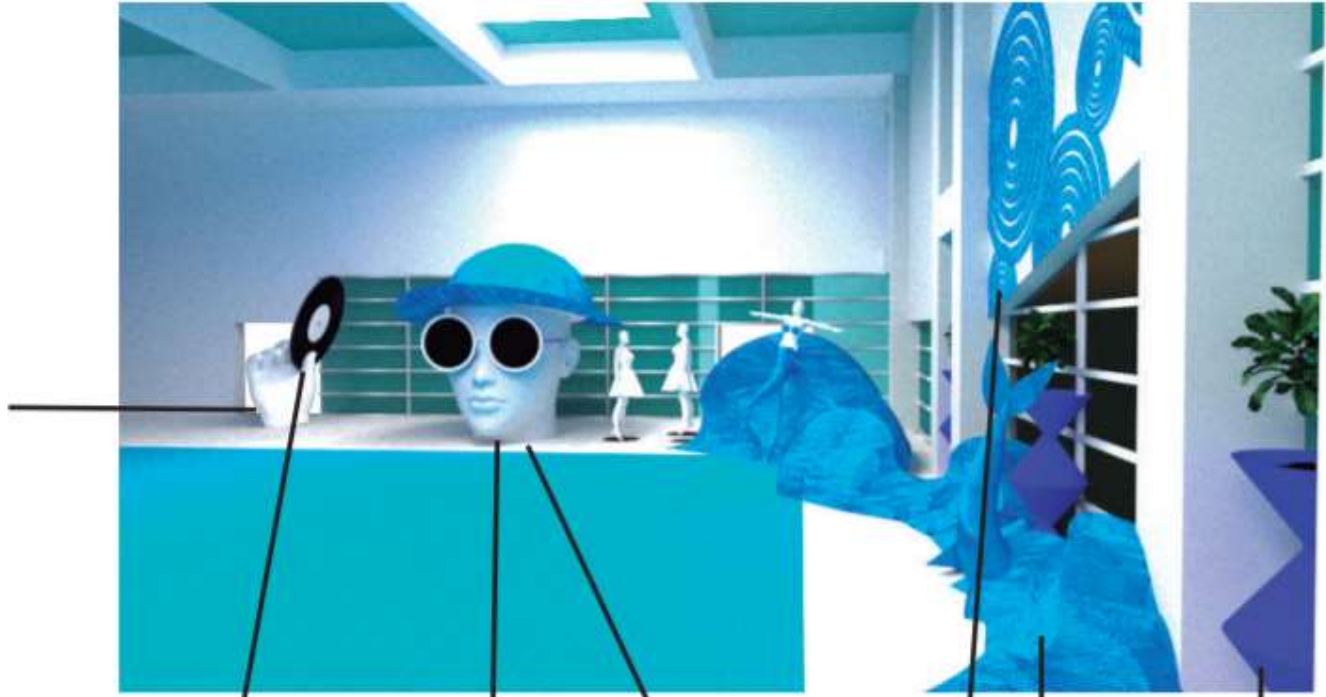
4. LENCERÍA, TRAJE DE BAÑO.



**Hecha de Andamios y policarbonato reutilizado.**



**ESTRUCTURA DE ALAMBRE  
CON FORMA QUE SOPORTA :**  
Caras, manos, acetatos, olas,  
cassette.

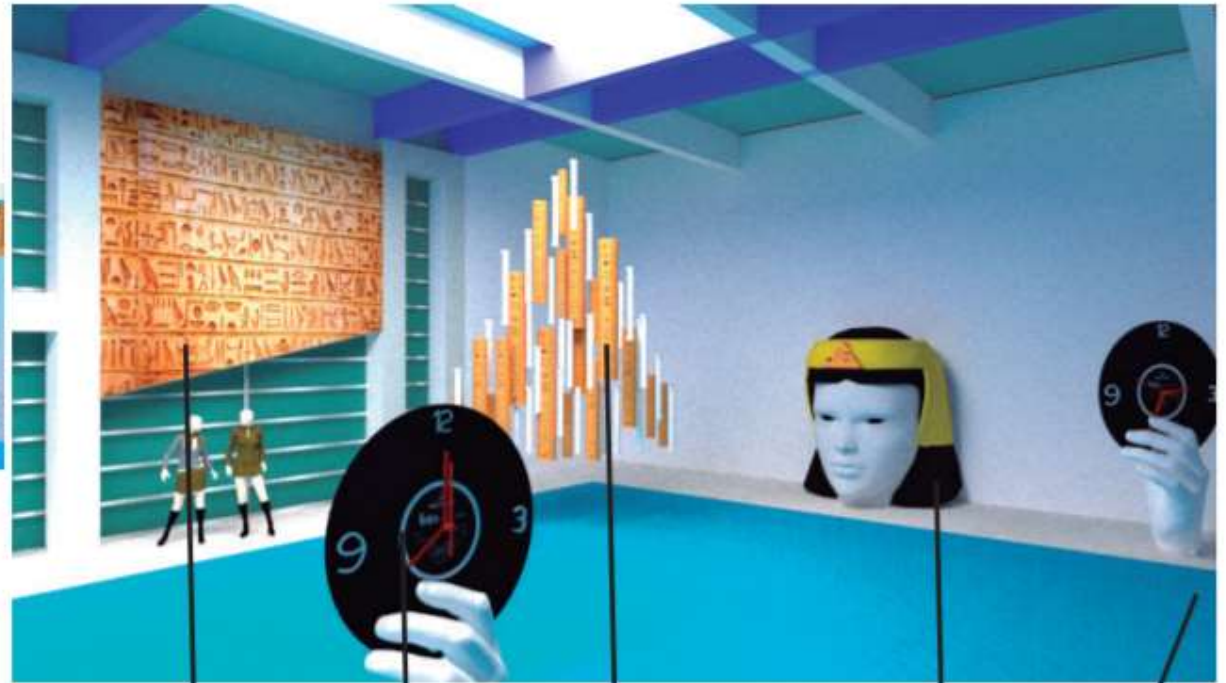


**ETHOS.**  
(Descando veraniego)

PROPUESTA

31/40

216



Cartón reciclado, unido y punzado a las figuras egipcias.  
 Tubos led y de cartón, colgados del techo en diferentes partes, asimilando una pirámide mediante sogas.



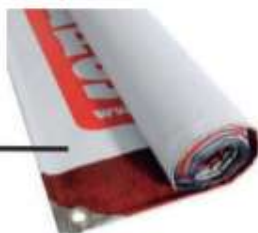
**GÉNESIS: (Arqueología)**



Luces de colores (DISCO)



Alfombra impermeable de marco.



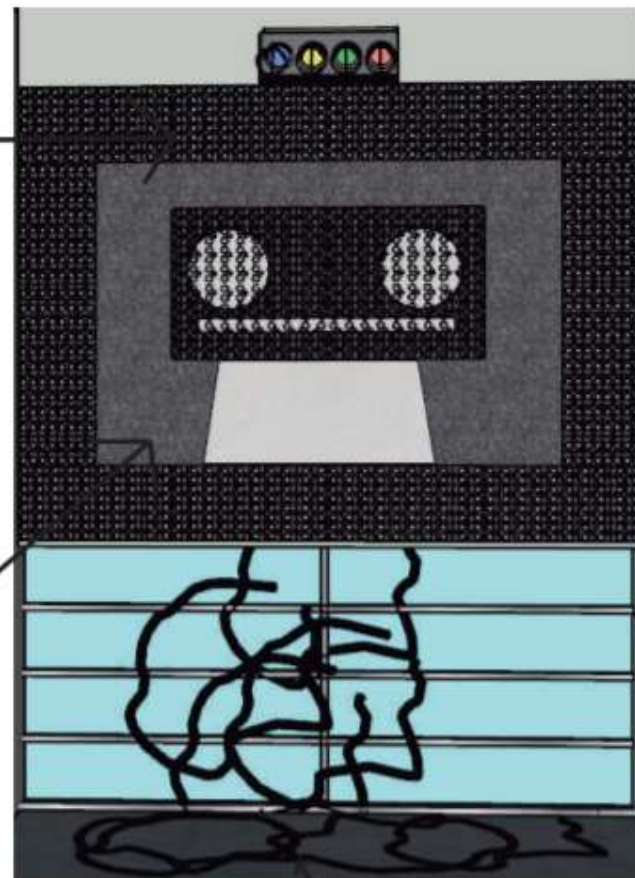
Decoración de lona



Relleno de alfombra.



Estructura cuadrada de alambre donde se pegan las alfombras.



Fundas de basura amarradas asimilan el rollo.



**FLASH.**

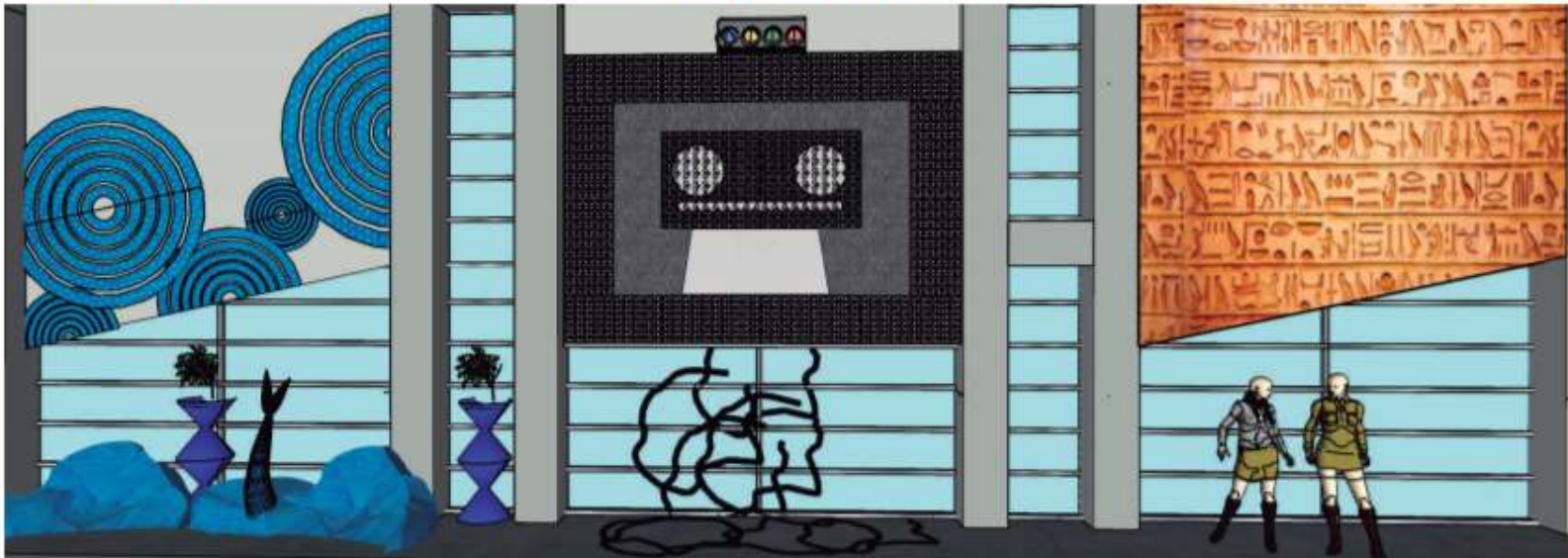
Separadores de piscina amarrados a la estructura de alambre para simular cabello.

La memoria y el tiempo se mueven en dos direcciones opuestas. (William Gibson)

**ETHOS:  
MEMORIA**

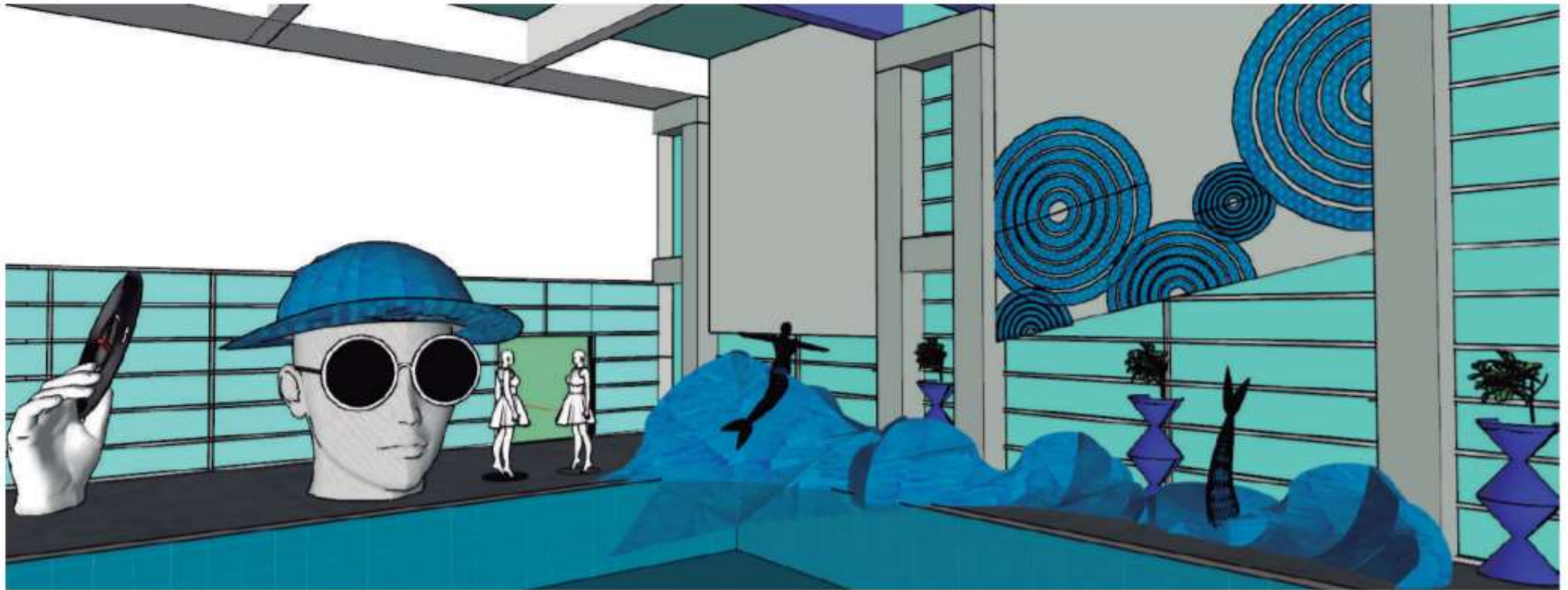
**FLASH:  
MEMORIA Y TIEMPO**

**GÉNESIS:  
TIEMPO**



Se separan las tendencias, marcando cada una y lo que representan. La Memoria y el tiempo (ethos y génesis) están opuestas en su recorrido. Sus rostros se miran pero están alejados. Se utilizó rostros para marcar las 3 diferencias de las tendencias y a la vez unirlas en un solo contexto.





## DISEÑO EMOCIONAL:

Ethos representa una parte de recarga para la vida, es decir, unas vacaciones del sentir.

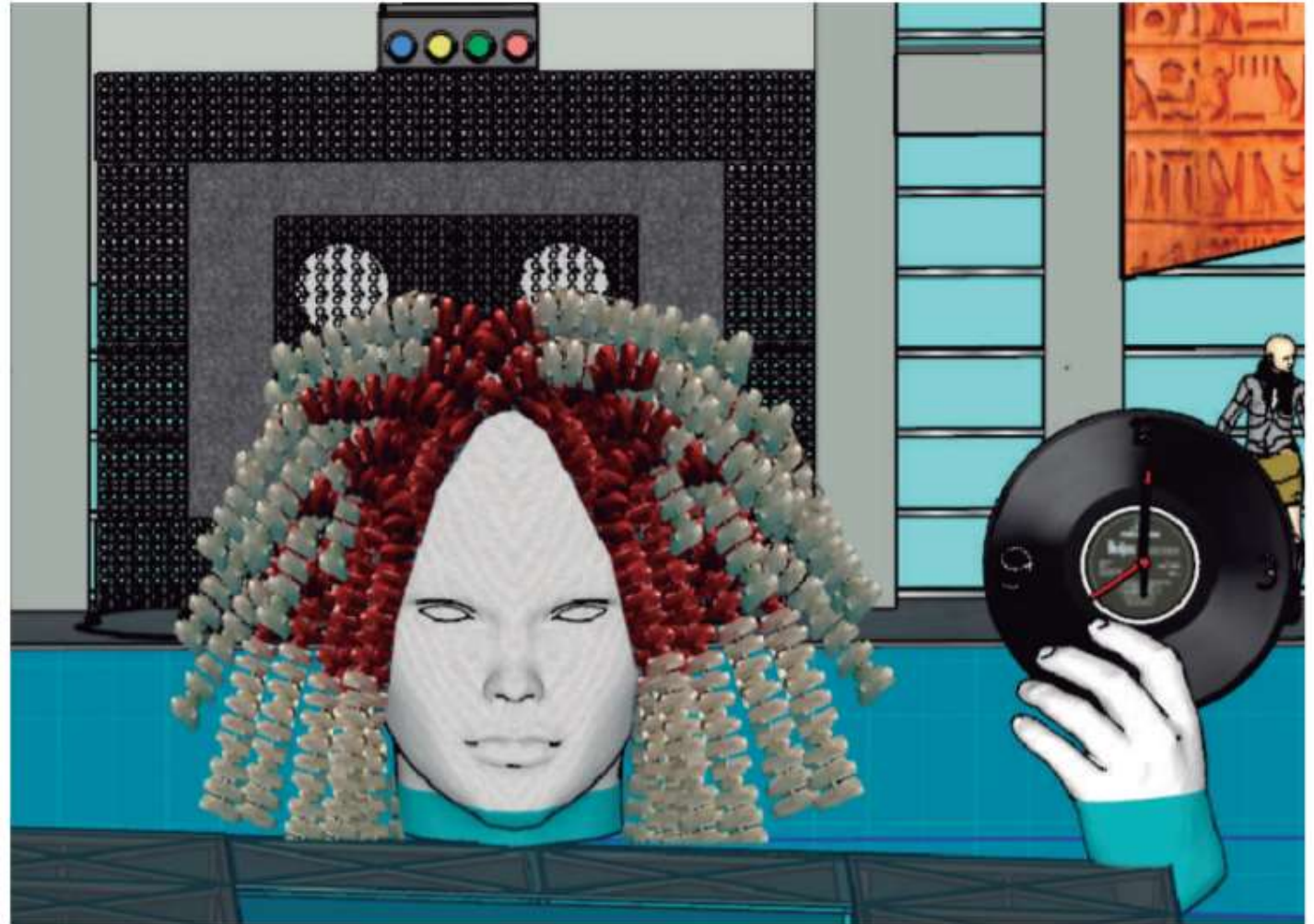
Esta tendencia ocupa de inspiración un hotel en la playa, por lo que se optó formar olas y sirenas, al igual que plantas, todo con el color predominante de la tendencia, el celeste y el azul.

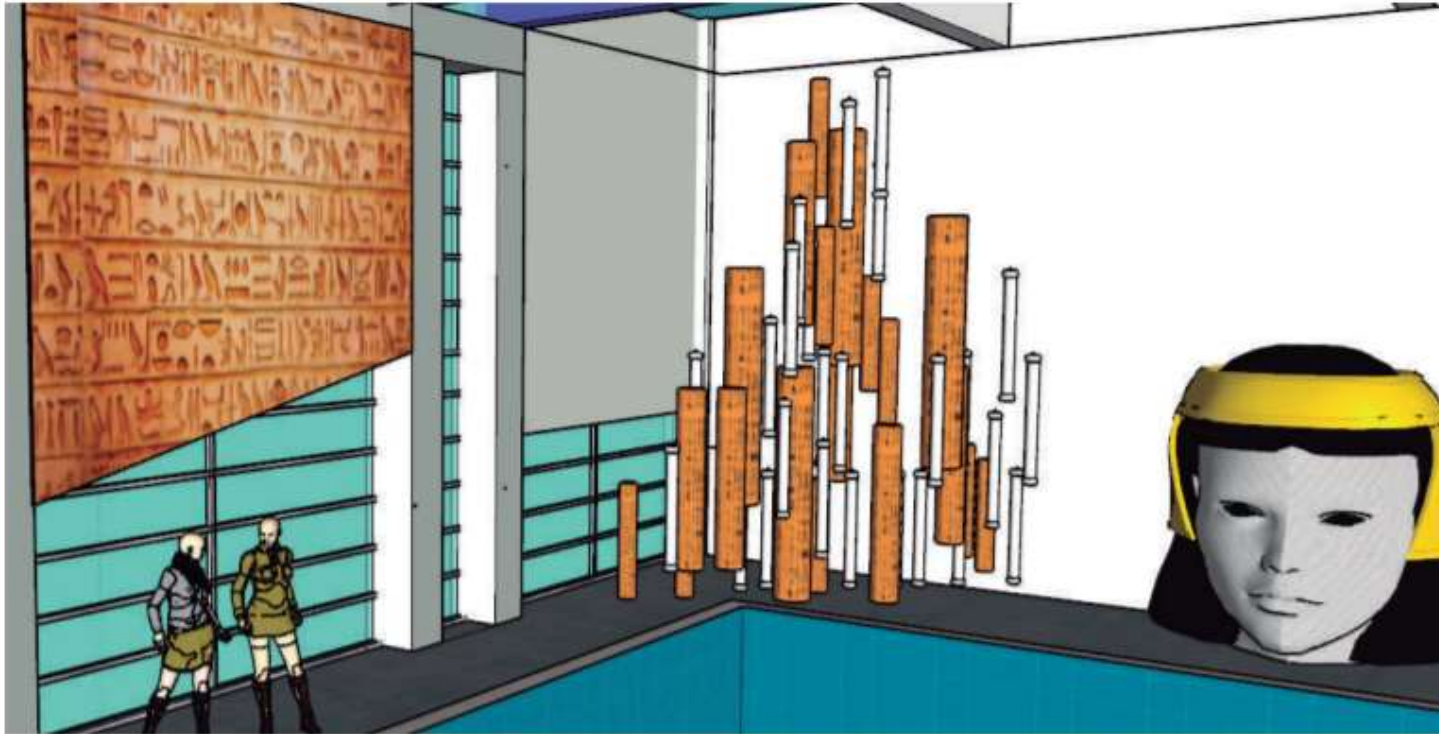
Ver una persona gigante atrae la mirada del público, por lo que querrá sentirla, verla, e incluso fotografiarla, de ahí vienen las experiencias y los recuerdos. Se busca comprometer al espectador en el escenario para que no lo olvide y satisfaga necesidades emocionales.



## DISEÑO EMOCIONAL:

Flash evoca lo retro, las manos mantienen un vinyl, que se convierte en reloj, es decir fusiona el recuerdo con el tiempo, cada mano tiene una hora representativa, en este caso las 8:00, es decir 80`. Las modelos caminan sobre el agua en frente de este rostro, incluso pueden tocarlo, eso es algo que el espectador querrá hacer pero no podrá, por lo que sentirá varias emociones y mantendrá la vista intacta en el movimiento de la modelo, y por ende del vestuario.

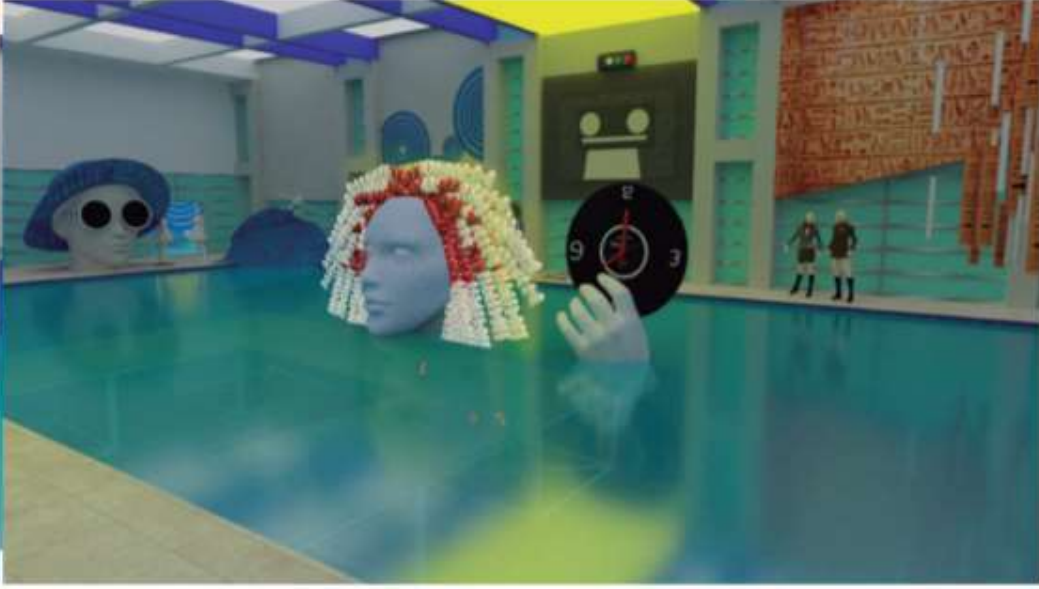
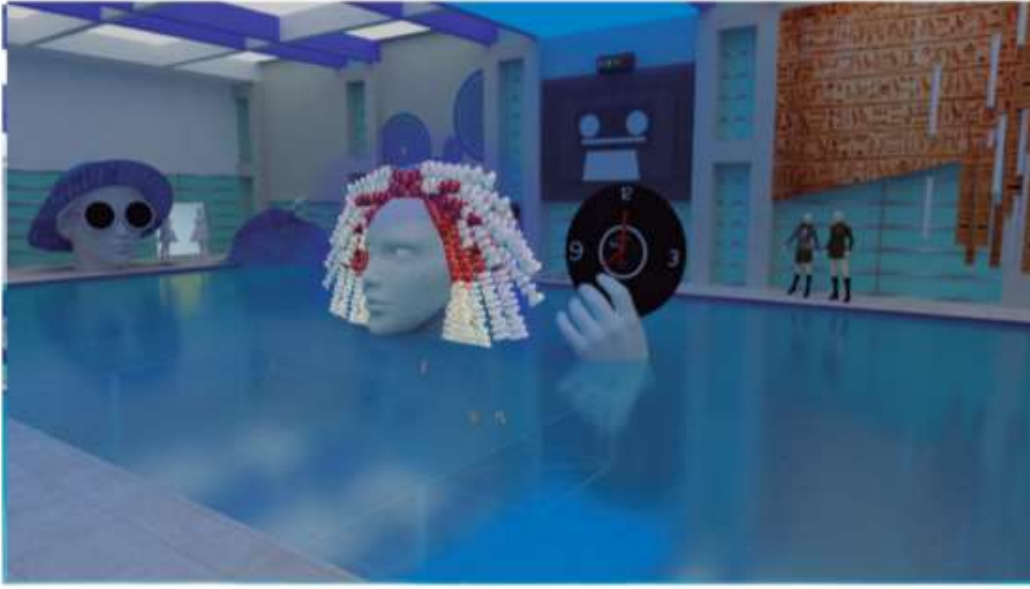
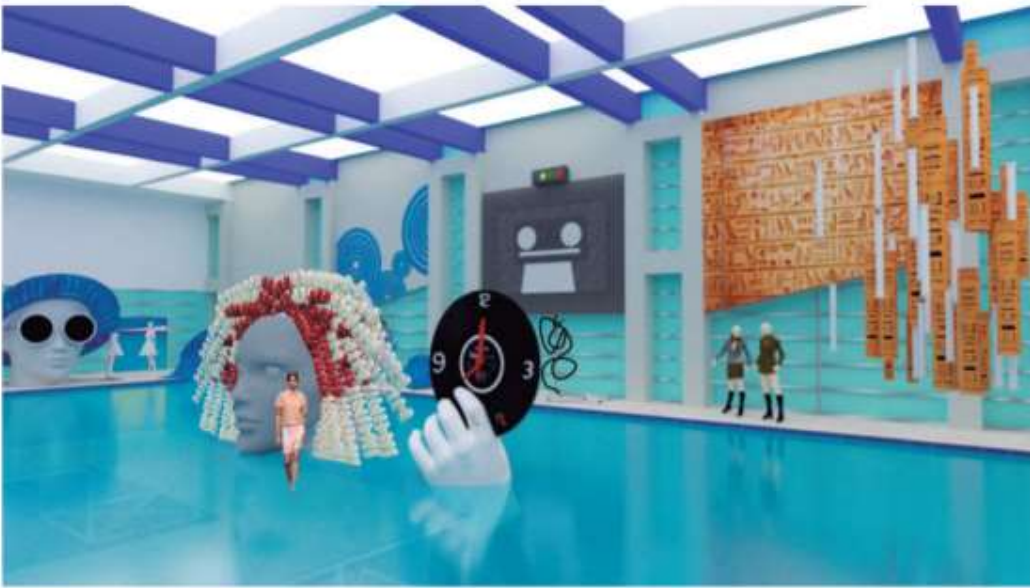




DISEÑO EMOCIONAL:

Génesis tiene una característica: La inspiración en la arqueología. Tubos guindados por doquier, que en un punto forman una pirámide harán pensar que se caerán, lo cuál mostrará intriga y atención del espectador al escenario, y por ende a las modelos que pasan por allí. La presentación de una forma de Cleopatram hará obvio el deseo de mostrar mujeres bellas y bien vestidas. Los jeroglíficos escritos en los tubos y en la pared, mostrarán interés por descifro saber de que tratan éstos.







## **BIBLIOGRAFÍA:**

Abad, C., Ambrosini, N., Grassini, M., & Nant, A. (2015). El Site Specific como una experiencia escénica. En *Reflexión académica en Diseño y Comunicación*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.

AdMéxico. (2016). Obtenido de Pasarelas Arquitectónicas:  
[www.admexico.mx/arquitectura/articulos/arquitectura-diseno-decoracion-moda-pasarela-dior-fendi-prada/2311](http://www.admexico.mx/arquitectura/articulos/arquitectura-diseno-decoracion-moda-pasarela-dior-fendi-prada/2311)

Alonso, M. (09 de 10 de 2018). *El Cofidencial*. Obtenido de ¿Importa en las fashion weeks más el espectáculo que la moda?:  
[https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2018-10-09/semanas-de-la-moda-negocio-influencer\\_1625815/](https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/moda/2018-10-09/semanas-de-la-moda-negocio-influencer_1625815/)

Alvarado, A. (08 de 11 de 2018). Diseñadores locales frente a 3 desafíos. *El Comercio*.

Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica* (Tercera ed.). Caracas: Episteme.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica* (Sexta ed.). Caracas: Episteme.

Arquimaster. (23 de 06 de 2015). *Arquitectura Efímera*. Obtenido de  
<https://www.arquimaster.com.ar/web/exposicion-marmollevantinatradicion-estudio-rocamora-diseno-y-arquitectura/>

Arquitectura Efímera. (2011 de Febrero de 2011). *Arquitectura: Sorprendentes arquitecturas construidas con materiales no convencionales*. Obtenido de MATERIALES RECICLADOS:  
<http://arquitecturaefimera1.blogspot.com/2011/02/materiales-recicladados.html>

Avello, I. (30 de 06 de 2018). *Cuando los desfiles de moda se hicieron 'shows'*. Obtenido de BAZAAR: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a17866267/desfiles-moda-convertidos-espectaculo/>

Ayala, A. (2012). Estética y materialidad. Nuevos materiales aplicados al Diseño arquitectónico. *Revista de Arquitectura e Ingeniería*, 6(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/html/1939/193924743005/>

Ayuntamiento de Málaga. (s.f.). *Servicio de Limpieza Integral de Málaga III*. Obtenido de <http://www.limasa3.es/buenas-practicas/la-gestion-de-los-residuos>

- Barragán Ordóñez, G. B., & Siavichay Alvarado, M. G. (2014). *POTENCIALIDADES DE UN CONTENEDOR, ANÁLISIS COMPARATIVO, DISEÑO Y DIRECCIÓN DE UN EJERCICIO ARQUITECTÓNICO*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Bernal, M. (28 de 04 de 2010). *Ética ambiental una responsabilidad social*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/etica-ambiental-responsabilidad-social/>
- Berzilaktu*. (21 de Enero de 2019). Obtenido de [http://www.berziklatu.eus/es/blog/economia-circular-reducir-reusar-y-reciclar\\_79.html](http://www.berziklatu.eus/es/blog/economia-circular-reducir-reusar-y-reciclar_79.html)
- Blanca, E. (2017). *F3Arquitectura*. Obtenido de Arquitectura Textil: [https://www.f3arquitectura.es/mies\\_portfolio/arquitectura-textil/](https://www.f3arquitectura.es/mies_portfolio/arquitectura-textil/)
- Borges, A. (2014). *Diseño sustentable, más con menos*. México: Centro de Diseño.
- Cardona, M. (2006). Minimización de Residuos:. *Producción+Limpia*, 48. Obtenido de [http://lasallista.edu.co/fxcul/media/pdf/RevistaLimpia/vol1n2/pl\\_v1n2\\_46-57\\_Minimizaci%C3%B3n.pdf](http://lasallista.edu.co/fxcul/media/pdf/RevistaLimpia/vol1n2/pl_v1n2_46-57_Minimizaci%C3%B3n.pdf)
- Chumbi, K. (2016). *Guía de procesos para la fabricación de objetos textiles para generar fuentes de trabajo desde una conciencia social y medioambiental*. Cuenca: Universidad del Azuay.
- Comunidad Madrid. (s.f.). *Prevención y responsabilidad ambiental en la empresa*. Obtenido de <http://www.comunidad.madrid/servicios/urbanismo-medio-ambiente/prevencion-responsabilidad-ambiental-empresa>
- ConcienciaEco. (21 de Agosto de 2012). *Concienciaeco*. Obtenido de ¿Qué es el reciclaje?: <https://www.concienciaeco.com/2012/08/21/que-es-el-reciclaje/>
- ConstruData*. (2013). Obtenido de Ciclo de vida de los materiales : [http://www.construdata.com/Bc/Otros/Archivos/ciclo\\_de\\_vida\\_de\\_los\\_materiales.asp?Id\\_Tarea=\\_IDTAREA\\_&Email={{EMAIL}}](http://www.construdata.com/Bc/Otros/Archivos/ciclo_de_vida_de_los_materiales.asp?Id_Tarea=_IDTAREA_&Email={{EMAIL}})
- Construir. (2019). El Scala Shopping está entre los mejores de Latinoamérica. *El Comercio*.
- Dalmau, C. (21 de 06 de 2011). *Historia del Diseño Verde*. Obtenido de <http://reciclaryhacerarte.blogspot.com/2011/06/historia-del-diseno-verde.html>

- Delft, U. T. (2007). Diseño para la sostenibilidad, un enfoque práctico para las economías en desarrollo. *Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente*, (pág. 21). Delft.
- DIMEIC. (17 de 03 de 2015). *¿Qué es el diseño de espacios efímeros?* Obtenido de <https://www.dimeic.com/2015/03/17/que-es-el-diseno-de-espacios-efimeros-ejemplos/>
- Dominguez, A. (06 de 09 de 2014). *¿Para qué sirven los desfiles?* Obtenido de ModaEs: <https://www.modaes.com/blogs/date-un-lujo/para-que-sirven-los-desfiles.html>
- Duffy, R. (2011).
- Duffy, R. (2011). *¿Avanza la moda hacia el fin de los desfiles en pasarelas?*
- Echeverría, S. (2017). *Diseño y Fabricación de muebles decorativos mediante la fusión de materiales a partir de los desechos de la madera generados por los escultores de San Antonio de Ibarra*. Quito: Universidad de las Américas.
- Ecologistas en acción. (25 de Septiembre de 2004). Obtenido de *¿Cómo reducir los residuos?*: <https://www.ecologistasenaccion.org/?p=207>
- Econoticias. (2010). Obtenido de <https://www.ecoticias.com/residuos-reciclaje/21178/Reciclado-de-Plasticos-Como-se-Reciclan>
- Educación V. (s.f.). *Definición de Valores Ambientales*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/valores-ambientales/>
- El Tiempo. (19 de 03 de 1995). *El mundo del pret a porter*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-278299>
- ELLE DECOR. (27 de Septiembre de 2017). Obtenido de *20+ Fashion Week Sets That prove Fashion and Interior Design go together*: <https://www.elledecor.com/design-decorate/g3278/fashion-week-sets>
- Equipo Editorial. (25 de Noviembre de 2015). *LatinARQ: arquitectura efímera en base a materiales de papel reciclado y fibra natural*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/777823/latinarq-materiales-hechos-a-base-de-papel-reciclado-y-fibra-natural-para-una-arquitectura-efimera-y-sustentable>
- Espacio Sustentable. (s.f.). *Reciclado textil* .



- Esterberg, K. (2002). *Métodos cualitativos en la investigación social*. Boston: Mcgraw Hill.
- Fonseca, R. (2016). Los desfiles de moda, la estrategia para enfrentar crisis. *Gestión*, s.p. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/desfiles-moda-estrategia-enfrentar-crisis-146565>
- Forero, M. (2012). *Nuevas Tecnologías en el Espectáculo en Vivo*. Palermo: Universidad de Palermo.
- Funes, M. (12 de 09 de 2014). *ABC Gente & Estilo*. Obtenido de Historia de un backstage: <https://www.abc.es/estilo/moda/20140908/abci-cibeles-historia-backstage-201409080927.html>
- Galindo, M. (2016). *Ecoesmás*. Obtenido de Mobiliario De Diseño Sostenible Y Ecológico: <https://ecoemas.com/mobiliario-de-diseno-sostenible-y-ecologico/>
- García, A. (07 de 11 de 2018). *El Briefing creativo, qué es y cómo hacer uno*. Obtenido de <https://www.arturogarcia.com/el-briefing-creativo-que-es-y-como-hacer-uno/>
- Gonzalez, E. (28 de 01 de 2017). *Install Magazine México*. Obtenido de <https://installmagazine.com.mx/instalaciones-en-espacios-efimeros/>
- GreenPeace. (2019). *Consumismo*. Obtenido de <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/>
- Guillermo. (s.f.). *Volteo Interiorismo*. Obtenido de ECOLOGÍA Y DISEÑO INTERIOR: MATERIALES REVOLUCIONARIOS: <https://www.volteointeriorismo.com/ecologia-diseno-interior-materiales/>
- Ham, R. (1987). *Theaters. Planning Guidance for design and adaptation*. Londres: Butterworth Architecture.
- Hernández Sampieri, R. (2003). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). México: McGraw Hill.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Méico: McGraw Hill.
- Inarquía. (17 de Agosto de 2018). Obtenido de Cómo crear espacios interiores ecológicos y sostenibles: <https://inarquia.es/espacios-interiores-ecologicos-y-sostenibles>

- InexModa. (19 de 08 de 2018). *El papel de la iluminación en las pasarelas*. Obtenido de <http://www.saladeprensainexmoda.com/el-papel-de-la-iluminacion-en-las-pasarelas/>
- Inforeciclaje. (s.f.). *Colores del reciclaje*. Obtenido de <http://www.inforeciclaje.com/colores-del-reciclaje.php>
- Inspiration. (2019). *Material Reciclado: Ahorrando costes medioambientales*. Obtenido de <https://www.inspiration.org/cambio-climatico/reciclaje/material-reciclado>
- Interzum. (15 de Marzo de 2013). *Infurma, International Habitat News*. Obtenido de Materiales Inteligentes Sostenible, la exposición en interzum Colonia que presenta los materiales del futuro: <https://noticias.infurma.es/feria-2/materiales-inteligentes-sostenibles-la-exposicion-en-interzum-colonia-que-presenta-los-materiales-del-futuro/11360>
- ISEMCO. (2016). *ISEMCO*. Obtenido de Universidad Rey Juan Carlos: <http://isemco.eu/noticias/eventos/eventos-de-moda/>
- Kolodynski, M. (28 de 05 de 1970). Site Specific. Estados Unidos.
- Lalinde, L. (2016). *Desarrollo e innovación de materiales para el diseño*. Bogotá. Obtenido de [https://www.elmundo.com/portal/cultura/palabra\\_y\\_obra/desarrollo\\_e\\_innovacion\\_de\\_materiales\\_para\\_el\\_diseno.php#.XMKRDZhKvg](https://www.elmundo.com/portal/cultura/palabra_y_obra/desarrollo_e_innovacion_de_materiales_para_el_diseno.php#.XMKRDZhKvg)
- LatinARQ. (2015). Food&Service. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/777823/latinarq-materiales-hechos-a-base-de-papel-reciclado-y-fibra-natural-para-una-arquitectura-efimera-y-sustentable/56570c5ce58eceb25f0002d5-latinarq-materiales-hechos-a-base-de-papel-reciclado-y-fibra-natural->
- León Morán, R. M., & Rosa Sierra, A. (2015). Orientando el diseño de nuevos productos, hacia la innovación en futuros escenarios sustentables. *Legado de Arquitectura y Diseño*, 10(17), 93-108. Obtenido de <https://legadodearquitecturaydiseno.uaemex.mx/article/view/4769/3167>
- Maestro, L. (2014). Moda y Arte en pasarela. *Glamour*, 12.
- Mar. (11 de Noviembre de 2011). *Blogspot*. Obtenido de Yeswedrop: <http://yeswedrop.blogspot.com/2011/11/la-nueva-cara-del-diseno-reutilizar.html>

- Martinez, M. (15 de Noviembre de 2015). *La tribuna de albacete*. Obtenido de Taponez de esperanza: <https://www.latribunadealbacete.es/noticia/Z48147E23-92FF-8A3E-F1D9C66BEA5973A1/201511/tapones-de-esperanza>
- Medina, P. (s.f.). Saussure: El signo linguistico y la teoría del valor.
- Midley, B. (19 de 03 de 2019). *La Nación*. Obtenido de <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/pasarelas-que-hay-mirar-al-ver-desfile-nid2230089>
- Migliani, A. (26 de 02 de 2019). *Reutilización de la madera: transformando piezas descartadas en objetos de arte*. Obtenido de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/912202/reutilizacion-de-la-madera-transformando-piezas-descartadas-en-objetos-de-arte>
- Montejano, A. (6 de Febrero de 2017). *Tomando Conciencia*. Obtenido de Un buen diseño también respeta el medio ambiente: <http://tomando-conciencia.org/articulos/un-buen-diseno-tambien-respeta-el-medio-ambiente>
- Morales, F. (24 de 05 de 2019). *Así se diseñó la "Fábrica de Sueños", el estudio reciclado del nuevo estelar de TVN*. Obtenido de TVN: <https://www.tvn.cl/entretenicion/masdetvn/asi-se-diseno-la-fabrica-de-suenos-el-estudio-reciclado-del-nuevo-estelar-de-tvn-3332358>
- Muerza, A. (30 de 06 de 2015). *Consumer*. Obtenido de La importancia de reciclar papel y cartón: [http://www.consumer.es/web/es/medio\\_ambiente/urbano/2008/12/04/181902.php](http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2008/12/04/181902.php)
- Muñoz, A. M. (2017). *Wordpress*. Obtenido de Materiales con bajo impacto ambiental: <https://dannia321.wordpress.com/bimestre-3/tareas/materiales-con-bajo-impacto-ambiental/>
- Navarrete, M. (2013). *Centro para deportes de aventura Ilaló: Diseño Pasivo*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Nuñez, S. (s.f.). Significado-Significante: Reciclaje. Ambato.
- Ohayo. (27 de Marzo de 2015). *Innovación en los objetos cotidianos*. Obtenido de <https://ohayou.es/innovacion-en-los-objetos-cotidianos/>
- Okuda Benavides, M., & Gómez Restrepo, C. (Marzo de 2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*,

34(1). Obtenido de  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-74502005000100008](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008)

Opalin, G. (2016). La importancia del fashion week sobrepasa a las capitales de la moda. *Forbes*.

Organización de las Naciones Unidas . (1987). *Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas*.

OXFAM. (2017). *Reutilizar cosas, el valor de las segundas oportunidades*. Obtenido de <https://blog.oxfamintermon.org/reutilizar-cosas-el-valor-de-las-segundas-oportunidades/>

Palella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: Fedupel.

Palella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: Fedupel.

Palou, N. (21 de Marzo de 2018). *Sostenibilidad invisible o la vivienda sostenible que “desaparece” en el entorno*. Obtenido de Tecvolucion: <https://tecvolucion.com/sostenibilidad-invisible-vivienda-sostenible-desaparece-entorno/>

Paredes, D. (2018). *‘Resignificación de materiales reciclados como elementos de diseño para crear espacios efímeros expositivos*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

Pascual, E. (12 de 08 de 2015). *El Blog verde*. Obtenido de Cómo reciclar vidrio: <https://elblogverde.com/como-reciclar-vidrio/>

Pérez, I. (2014). *Arquitectura transportable, transformable y efímera Container Co-Housing*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

Pérez, M. (2014). *Arquitectura transportable, transformable y efímera: Container Co-Housing*. Quito: Universidad San Francisco de Quito.

Pérezminguez, A. (14 de 12 de 2015). *Evolución de los desfiles de moda a lo largo de la historia desde su origen*. Obtenido de <https://www.tendencias.com/tendencias-de-pasarela/evolucion-de-los-desfiles-de-moda-a-lo-largo-de-la-historia-desde-su-origen>

- Piñon, E. (26 de Septiembre de 2014). *Fashion Blog México*. Obtenido de El diseño de pasarelas: <http://fashionblogmexico.com/disenio-pasarelas/>
- Raab, E. (2006). Closing Ceremony 2006 FIFA World Cup, Show Stage, Berlin Olympic Stadium. Berlín. Obtenido de [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/ee/Show\\_Stage\\_-\\_Closing\\_Ceremony\\_2006\\_FIFA\\_World\\_Cup.jpg/800px-Show\\_Stage\\_-\\_Closing\\_Ceremony\\_2006\\_FIFA\\_World\\_Cup.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/ee/Show_Stage_-_Closing_Ceremony_2006_FIFA_World_Cup.jpg/800px-Show_Stage_-_Closing_Ceremony_2006_FIFA_World_Cup.jpg)
- Ramirez, J. (2015). *Diseño Verde*. Cauca: Universidad del Cauca.
- Redacciones Cumbre Pueblo. (16 de Junio de 2018). *Cumbre Pueblo*. Obtenido de Consumismo, sus causas y consecuencias: <https://cumbrepuebloscop20.org/economia/consumismo/>
- Reyes, K. (28 de 12 de 2015). *ELLE*. Obtenido de <https://elle.mx/moda/2015/12/28/los-desfiles-de-moda-antes-y-hoy-como-han-cambiado/>
- Rhor, E. (14 de 05 de 2018). Escuela de moda para Quito: La pasarela de moda como recorrido arquitectónico. Quito: Universidad San Francisco de Quito.
- Ribó, Á. (19 de 09 de 2012). *Packaging*. Obtenido de Diseños sostenibles, compromiso con el ambiente: <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/65108-disenos-sostenibles-compromiso-el-ambiente>
- Rossa, A. (2010). Diseño y Materiales. Universidad Panamericana. Obtenido de <https://es.slideshare.net/betorossa/disenio-y-materiales>
- Ruiz, J. (09 de 12 de 2010). *El momento construido*. Obtenido de <http://elmomentoconstruido.blogspot.com/2010/12/iluminacion-de-pasarelas.html>
- Sanchis, I. (11 de 05 de 2018). *Cómo organizar un desfile de moda*. Obtenido de <http://www.isabelsanchis.com/organizar-desfile-moda/>
- Segui, P. (18 de Noviembre de 2018). *Diario Responsable*. Obtenido de Tenemos que reducir, la actitud más responsable!: <https://diarioresponsable.com/opinion/26992-tenemos-que-reducir-la-actitud-mas-responsable>
- Serrano, P. (21 de Marzo de 2014). *Certificados Energéticos*. Obtenido de Análisis de ciclo de vida para el diseño de materiales sostenibles:

<https://www.certificadosenergeticos.com/analisis-ciclo-vida-diseno-materiales-sostenibles>

SooHoo, F. (15 de 09 de 2018). *VOGUE*. Obtenido de ¿Cuánto cuesta realmente un desfile de moda?: <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/cuanto-cuesta-desfile-moda-christian-siriano/36716>

*Sostenibilidad*. (2017). Obtenido de ¿En qué consiste la economía circular?: <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/en-que-consiste-la-economia-circular/>

Tejedor, E. (2019). *Eider Tejedor*. Obtenido de <http://eidertejedor.com/tipos-de-desfiles-de-moda/>

Tellez, M. (2014). *Espacios Efímeros Escenografía*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.

Udalsarea 21. (15 de Octubre de 2015). *Residuos Profesional*. Obtenido de UNA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN INCIDE EN EL VALOR ECONÓMICO DE LOS RESIDUOS: <https://www.residuosprofesional.com/campana-valor-economico-residuos/>

Universidad de Stuttgart. (2016).

Urfeig, V. (06 de Mayo de 2017). Las claves del reuso en 8 emprendimientos de diseño de autor. *Clarín* . Obtenido de [https://www.clarin.com/arq/disenio/claves-reuso-emprendimientos-diseno-autor\\_0\\_HywS9zkfb.html](https://www.clarin.com/arq/disenio/claves-reuso-emprendimientos-diseno-autor_0_HywS9zkfb.html)

Valencia, A. (2006). Materiales y procesos de manufactura en innovación. En *I Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo"* (Vol. 1). Buenos Aires. Obtenido de *Materiales y procesos de manufactura en innovación*: [https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_libro=13&id\\_articulo=5248](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=13&id_articulo=5248)

Vargas, A., Vélez, M., Rodríguez, D., & Rojas, D. (Diciembre de 2012). La muerte de los productos como posibilidad creativa. *MAS D*, 7.

Verino, R. (2016). (A. Velasco, Entrevistador)

Vilaseca, E. (2010). *Desfiles de moda: Diseño, organización y desarrollo*. Barcelona, España: PROMOPRESS.