

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

Facultad de Arte y Diseño



**Experiencia estética en el Diseño Textil y de Moda:
Creando a partir de los sentidos con biomateriales**

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Arte, Moda y
Diseño Textil que presenta:

María Verónica Madueño Hurtado

Asesor:

Juliano Guimaraes Felizardo

Lima, 2022

Resumen

La presente investigación se centra en conocer la experiencia sensible dentro del proceso de diseño textil y de indumentaria. Encontrando en el proceso creativo un espacio de continua exploración, experimentación y *experienciación* desde el sentir estético y el sentir como acción no-lingüística, con la intención de devolverle la autoridad a la experiencia sensible dentro de la misma labor de diseñar, la cual, además, refiere una auto-construcción identitaria para el diseñador. El problema que da sentido a esta investigación-creación está conformado por la limitación impuesta por el mismo mercado a la producción de experiencia estética en la moda, incluso a través del diseño, donde la mayoría de propuestas se encuentran bajo el eje del *ocularcentrismo*, descuidando la participación activa de sentidos ajenos a la vista. Para solucionar dicho problema se planteó la creación de una colección a partir de lo sensorial, en la que la creación de biomateriales (textiles y no textiles), le otorgan a la indumentaria características que permiten ser percibida por los diversos sentidos (olfato, visión, oído, gusto y tacto), permitiendo salir del privilegio de la vista a través del diseño.

Palabras-clave: Experiencia, estética, sentidos, diseño, proceso creativo, biomateriales.

Abstract

This research focuses on knowing the sensitive experience within the textile and clothing design process. Finding in the creative process a space for continuous exploration, experimentation and experimentation from the aesthetic feeling and the feeling as non-linguistic action, with the intention of restoring the authority to the sensible experience within the design work itself, which, in addition, refers to a self-construction of identity for the designer. The problem that gives meaning to this research-creation is confirmed by the limitation imposed by the market itself on the production of aesthetic experience in fashion, even through design, where most of the proposals are under the axis of ocularcentrism, neglecting the active participation of senses outside the eye. To solve this problem, the creation of a collection based on the sensory was proposed, in which the creation of bio-materials (textiles and non-textiles), give the clothing characteristics that allow it to be perceived by the various senses (smell, vision, hearing, taste and touch), allowing us to escape the privilege of sight through design.

Keywords: Experience, aesthetics, senses, design, creative process, biomaterials

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a todos aquellos que encuentran en el diseño un espacio de exploración y experimentación constante, valorando como resultado el proceso mismo de crear. Así como a todas aquellas personas que perciben el mundo exterior desde la complejidad del sentir y sus sensaciones.



AGRADECIMIENTOS

A mi asesor, Juliano Guimaraes, por su paciencia, disposición y consejos durante toda la construcción de la investigación. Este escrito muestra conceptos y posiciones a las cuales hubiera sido muy complicado llegar sin su asesoría y su enfoque disruptivo de diseño. Muchas gracias, Juliano, por tus palabras de confianza al final de cada reunión y tus orientaciones y aportes a lo largo de toda la realización del proyecto, especialmente cuando este parecía más confuso.

A la facultad de Arte y Diseño de la Pontificia Universidad Católica del Perú, principalmente a mi especialidad, Arte, Moda y Diseño Textil, por la confianza entregada a esta tesis, permitiéndome recibir el apoyo económico del Fondo Estudiantil otorgado por la facultad.

A mis padres, por su apoyo incondicional y su participación constante durante todo este tiempo, ofreciéndome un ambiente seguro en el cual pude concentrarme explícitamente en la realización de esta investigación. Mil gracias papás por estar siempre a mi lado, y gracias infinitas por su paciencia.

A mi hermana, Luciana, la cual tuvo una participación activa en el desarrollo práctico de la propuesta, siendo parte de la fotografía y un apoyo constante – y cómplice - en la elaboración formal del proyecto. Lupa, resulta difícil pensar en esta tesis sin toda la ayuda que recibí de ti. Muchas gracias por tu disposición y soporte emocional durante todos los meses que duró la investigación.

Finalmente, gracias a mis amigas y compañeras de promoción, con una mención muy especial, a Nini Olguín, con quien pasé largas horas de escritura, consejos y charlas durante la realización de este estudio. Conversar con ustedes y recibir su cariño y apoyo, incluso en medio de la virtualidad, hizo que esta experiencia sea mucho más entretenida

y enriquecedora. Con esta investigación termina esta etapa, pero estoy segura que las veré más adelante.



“Los sentidos mantienen un rastro incivilizado e incivilizable, un núcleo de resistencia a la domesticación cultural” (Susan Buck Morss, 1993, p. 59).



INDICE DE CONTENIDOS

1.	Introducción.....	13
1.1.	Diseño metodológico	17
1.1.1.	Problema de investigación.....	17
1.1.2.	Objetivos.....	19
1.1.3.	Objetivos de investigación	19
1.1.4.	Método de investigación	21
1.1.5.	Técnicas de recolección y análisis de datos	23
2.	Experiencia sensible en el diseño	25
2.1.	El diseño como disciplina.....	25
2.1.1.	La labor y responsabilidad del creativo	30
2.2.	Experiencia estética.....	36
2.3.	El proceso creativo	46
2.3.1.	La construcción idearia e identitaria durante el proceso creativo	49
2.3.2.	La experiencia interior y el proceso creativo en diseño	52
2.3.3.	Metodología proyectual como experiencia anestésica de diseño	57
2.3.4.	<i>Hacer con</i> . El hibridismo como experiencia estética.	68
3.	Desarrollando una experiencia en diseño textil de indumentaria.....	72
3.1.	Desarrollo del concepto detrás de la experiencia estética	74
3.1.1.	Despertar los sentidos	77
3.1.2.	Sensibilidad y Organicidad	80
3.1.3.	Cambio y temporalidad.....	82
3.1.4.	Búsqueda de la interdisciplinariedad	84
3.2.	Desarrollo práctico de la propuesta estética: creando con biomateriales	87
4.	Conclusión.....	125



INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de fantasía, invención y creatividad. Fuente: Munari (2018, p.12)	47
Figura 2. Interpretación del desarrollo del proceso de una idea. Fuente: Lawson (2005).....	57
Figura 3. Segunda interpretación del desarrollo del proceso de una idea. Fuente: Lawson (2005)	58
Figura 4. Gráfico del desarrollo creativo en diseño de indumentaria bajo la metodología proyectual de doble diamante	62
Figura 5. Esquema de la evolución de los subconceptos de análisis...74	
Figura 6 y 7. Aparición del moho en la prueba del material	84
Figura 8. Desarrollo del concepto	86
Figura 9. Moodboard del concepto	88
Figura 10. Bitácora del proceso	89
Figura 11. Moodboard de texturas	90
Figura 12. Moodboard de usuario	93
Figura 13. Prueba con agar-agar	96
Figura 14. Elasticidad del material	98
Figura 15. Traslucidez del material	98
Figura 16. Bitácora de materiales	99
Figura 17. Exploración de la forma	100
Figura 18. Preparación de biomaterial. Receta base	101
Figura 19. Preparación de biomaterial. Receta con jabón.....	101

Figura 20. Comparación de materialidades.....	102
Figura 21. Segunda exploración del material	103
Figura 22. Primera exploración de arena	104
Figura 23. Segunda exploración de arena. Técnica telar	105
Figura 24. Tercera exploración del material con arena. Agua de mar..	106
Figura 25. Silueta recargada. Construcción de la primera propuesta ..	108
Figura 26. Silueta sencilla. Construcción de la primera propuesta.....	108
Figura 27. Unión inicial trabajada con retazos de tela.....	109
Figura 28. Exploración en la bitácora: tipo de uniones.....	110
Figura 29. Exploración en la bitácora: Diferentes hilados	110
Figura 30. Utilización de ojales	111
Figura 31. Dibujo sobre la bitácora digital	112
Figura 32. Construcción sobre cuerpo humano	112
Figura 33. Bitácora de exploración	113
Figura 34. Bitácora de exploración	113
Figura 35. Fotografías finales de la prenda	114
Figura 36. Prenda piloto con manga	115
Figura 37. Paleta de colores. Fuente: Pantone	116
Figura 38. Paleta de materiales	117
Figura 39. Código QR. Video: Experienciar el material de hierba luisa	118
Figura 40. Cuadro comparativo de la experiencia estética ofrecida por cada materialidad.....	119
Figura 41. Prueba de resistencia. Uso de cierre	119

Figura 42. Colección Experienciar 120

Figura 43. Desarrollo de prenda piloto: flat, materiales, colores y sentidos involucrados 120

Figura 44. Desarrollo de colección: materiales, colores y sentidos involucrados 121

Figura 45. Evolución del proceso del moho en la manga de la prenda 123

Figura 46. Evolución del proceso del moho en el cuerpo de la prenda 123



1. Introducción

Se suele vincular constantemente el diseño con el concepto de lo *estético* desde una perspectiva ocularcentrista, donde la vista es superior a los demás sentidos, sin embargo, el concepto de estética va mucho más allá de un acercamiento netamente visual, ofreciendo una participación despierta y activa de todos los sentidos y definiéndose, en realidad, como un discurso del cuerpo (Buck Morss¹,1993, p.58) constantemente relacionada al sentir y al *experimentar*. Dicho eso, pocas son las veces en las que el diseño se acerca a la estética desde una perspectiva más amplia, es decir, involucrando la participación de diferentes sentidos durante el desarrollo de una propuesta en diseño textil y de indumentaria². Por ejemplo, el sentido del gusto queda fuera de la mayoría de propuestas, el tacto suele ser reducido a la sensación de comodidad y confort o su opuesto, y el olfato aparece, pocas veces, como estrategia de marketing, pero no de concepto.

A su vez, el monopolio del sentido de la vista y la constante construcción de *imágenes* visuales limitan la percepción del sujeto, volviendo parcializada e incompleta su acercamiento e interacción, ya que los estímulos recogidos representan tan sólo un porcentaje de la información del contexto; pero, además, un monopolio visual orilla la creatividad del proceso de diseño a una repetición continua de colores y formas; de ahí la importancia de que el diseñador pueda desligarse de una sola perspectiva y necesite

1 Buck-Morss citando a Terry Eagleton (1990)

2 En este estudio se está considerando el *diseño de indumentaria* para, de este modo, evitar el uso del término *diseño de moda* por no considerar justamente lo efímero y temporal de la moda sistémica, planteada por autores como Gilles Lipovetsky en El Imperio de lo Efímero.

de la creación continua de otras maneras de *hacer diseño*. Juhani Pallasma (2008) propone un cambio entre la construcción de *imágenes físicas e imágenes poéticas*, abrazando la totalidad estética y un desarrollo sensible de los conceptos. Frente a esto, el diseño de indumentaria tiene una responsabilidad aún mayor en comparación a los demás diseños, ya que la indumentaria y/o textiles propuestos descansan sobre el cuerpo y responden a una relación directa con él y sus sentidos.

En otras palabras, la constante reducción del término estético a una connotación netamente visual o de apariencia, resulta la principal interferencia en la creación de una experiencia sensorial integral en esta disciplina. De esa manera, para el diseño de indumentaria, en particular, esta priorización de la vista resulta contradictoria, ya que el vestir no prioriza la acción de *ver* sino la de *sentir* (en la más amplia extensión de la palabra), ya que las prendas descansan sobre el cuerpo, impactando en los sentidos y generando una experiencia sensorial. Por otro lado, es imposible separar la experiencia del sentir y de los sentidos del contexto social en la que estos se desarrollan, es decir, de la propia percepción y visión *interior* del diseñador, el cual se ve inmerso en su proceso de creación y evoluciona como sujeto creativo. Dicho eso, la experiencia del sentir, dentro del diseño, no se refiere únicamente a lo estético como un concepto exclusivo de la participación sensorial, sino que se explaya hasta la sensibilidad propia de la acción del crear, donde participa el espacio creativo, el diseñador y la relación con su cuerpo.

Este proyecto surge, también, como la secuencia de un estudio previo para el curso de Proyectos de Indumentaria I³, en el que se trabajó con personas con discapacidad visual. Dicho trabajo permitió comprender el monopolio de la visión que existe en la moda, lo cual conlleva prácticamente a ignorar los demás sentidos. Por ello, se vio la necesidad de generar otras formas de reconocer los sentidos y acercarse a una experiencia sensorial desde el diseño y su práctica proyectual hasta el contacto final con los productos diseñados.

Este espacio de construcción continua que considera a la experiencia como eje de su desarrollo (tanto durante el proceso creativo como el impacto final en el momento de vestir la propuesta) es lo que sostiene la intención de esta investigación. Tomando como punto de partida la visión de la historiadora Susan Buck Morss (1993) sobre los conceptos de *estética* y *anestésica*, en su lectura de Walter Benjamin. También se consideran los comentarios de George Bataille (1973) sobre *experiencia interior*, colocando el sentir como fenómeno no lingüístico, capaz de devolverle autonomía a la experiencia dentro del proceso creativo del diseñador. Dicho eso, la propuesta navega entre darle mayor protagonismo a lo sensorial del cuerpo y el impacto que el diseñador, desde su labor y función necesita para despertar constantemente los sentidos y su capacidad de sentir, mezclando conceptos de diseño textil, de indumentaria y de biología.

De esta manera, esta investigación se justifica en la necesidad de encontrar diferentes maneras de acercarse al diseño de indumentaria, cuestionando su funcionalidad, su organicidad y su materialidad. A la vez, al tratarse de una investigación

³ Curso del noveno semestre de la especialidad de Arte, Moda y Diseño Textil de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

experimental se cuestiona al mismo diseño como disciplina proyectual y su labor ante la posibilidad de una experiencia *estética*. Entendiendo el diseño como una manifestación de la experiencia metodológica con etapas y herramientas bastante delimitadas, lo cual puede generar un proceso de adiestramiento hacia lo sensible. Es decir, cómo el acercamiento teórico/práctico de esta disciplina proyectual, desarrollada durante los últimos siglos, puede funcionar, en realidad, como un método *anestésico* frente a conceptos o materiales con los que no se han trabajado antes, desvinculando la experiencia de crear de su característica propiamente estética.

En ese sentido, este trabajo resulta importante para la especialidad porque acompaña el dinamismo del diseño desde la interdisciplinariedad, mezclando conceptos de diseño textil, de indumentaria y de biología, derivando en la creación de propuestas de diseño con y a partir de una experiencia, lo que permite generar nuevas colaboraciones con otras disciplinas. A su vez, al no responder al enfoque tradicional del diseño de modas como producto comercial, la investigación permite explorar el desarrollo del proyecto desde la formación y perspectiva artística que la facultad y la especialidad promueven en sus estudiantes. Permitiendo explorar otros materiales, cuestionar el diseño como disciplina proyectual y ampliar las posibilidades de uso de lo creativo en el desarrollo de una colección.

De modo similar, en diseño textil y de indumentaria, el trabajo de investigación se justifica en razón de cuestionar la labor del diseño como agente generador del *shock*, es decir, como agente generador de una participación activa de los sentidos, encontrando necesario salir del enfoque convencional de lo que significa el vestir, repensando, por ejemplo, la accesibilidad y construcción de la prenda, la materialidad con la que está

hecha, y el tiempo y sentido de uso que se le suele dar. Sin embargo, *desadormecer* o *desadoctrinar* el concepto y la experiencia del diseño, requiere a su vez, de romper con la lógica *anestésica* del mercado, por lo que el proyecto encuentra otra justificación en cuestionar la funcionalidad utilitaria de la moda, y propone una indumentaria que reta al mercado actual y a su capacidad de consumo.

Por otro lado, existe también un deseo personal en la realización de esta investigación, por demostrar que es posible acceder al vestir, y al diseñar, desde diferentes materialidades sostenibles tanto en práctica como elaboración. Para ello, se trabaja la construcción creativa desde la experiencia y la propia perspectiva identitaria de la diseñadora, la cual descubre por medio de una continua experimentación, maneras diferentes de acercarse al concepto del vestir y de cubrir el cuerpo.

En seguida se plantea el diseño metodológico como forma de acercarse a los resultados de este estudio.

1.1. Diseño metodológico

Ante lo anteriormente expuesto, se estableció el presente diseño metodológico, que lleva en cuenta el proceso creativo como una forma de cuestionar los usos de los sentidos en la moda, para promover otras formas de crear productos y experiencias. En la secuencia se presenta, en detalle, el problema, los objetivos y el objeto de investigación, el diseño metodológico necesario al desarrollo, es decir: enfoque, método, técnicas de recolección y análisis de datos, de este estudio:

1.1.1. Problema de investigación

En el diseño, la constante reducción de lo estético como una connotación netamente visual, donde la información recogida a través de los ojos, tiene mayor

importancia que la recogida a través de los demás sentidos, resulta la principal interferencia en la creación de una experiencia sensorial integral. Además, resulta contradictorio, que el vestir priorice el *ver* sobre el *sentir* (en la más amplia extensión de la palabra) pues las prendas descansan sobre el cuerpo, impactando en los sentidos, y generando desde ese momento ya una experiencia estética. Sin embargo, y como se verá más adelante, es imposible separar la experiencia de los sentidos, y del mismo sentir, del contexto social en la que estos se desarrollan o de la propia experiencia del diseñador. Por esta razón, la identificación del problema también considera el actual proceso proyectual metodológico, la linealidad generalmente establecida por la actual metodología de diseño proyectual, la cual centra su atención en el resultado más allá de cualquier proceso creativo.

Ante ello, el problema de esta investigación, resulta de la necesidad por cuestionar el adoctrinamiento en el que se encuentran sumergidos los sentidos y la poca participación que estos tienen en el desarrollo de un proyecto de diseño textil y de indumentaria.

Salir de dicho adoctrinamiento y aculturación sensorial es lo que motiva el desarrollo de la propuesta, considerando el planteamiento creativo por medio de un proceso continuo de exploración, experimentación y *experienciación* durante todo el desarrollo de la propuesta. Con esto, se comprende la importancia de considerar los demás sentidos como parte de lo estético para el desarrollo de propuestas de diseño. Ante lo expuesto, se planteó la pregunta de esta investigación: *¿Cómo participa lo sensorial en el diseño textil y de indumentaria para la creación de y con la experiencia?*

1.1.2. Objetivos

A partir del problema anteriormente presentado, el objetivo principal de este estudio es *crear a partir de la propia experiencia estética – de la diseñadora – un proceso de diseño, adaptando conceptos y metodologías propias del desarrollo creativo y vinculándolas a una propuesta sensorial*. Aquí, la experiencia estética es adoptada con base en la lectura de Susan Buck Morss (1993), para quien la experiencia necesita de la participación activa de los sentidos, de lo contrario no podría existir la experiencia.

Para desarrollar el objetivo principal, se establecen como objetivos específicos:

1. Conceptualizar el diseño como una disciplina proyectual que se constituye con y a partir de la experiencia.
2. Proponer la experiencia como mecanismo central de una labor de diseño, desde la metodología proyectual.
3. Crear materiales, textiles o no textiles, e indumentarias desde lo sensorial, considerando la experiencia estética en la labor de diseño en Arte, Moda y Diseño Textil.

1.1.3. Objetivos de investigación

En función del método elegido para este estudio, y teniendo los objetivos antes mencionados como guión para el desarrollo del mismo, esta investigación toma como objeto de investigación el mismo proceso de diseño aquí planteado. En otras palabras, lo que se está analizando es la misma labor de diseño. Dicho análisis es realizado a través de una bitácora y un portafolio, en los cuales se documenta (y se trata de explicar en palabras) la constante experimentación que atraviesa el proyecto y la experiencia que este genera durante su desarrollo creativo.

Por ello, el objeto de investigación refiere a una mezcla entre: la experiencia de la diseñadora (en su acción de investigadora y creadora de diseño), el proceso de diseño, los productos creados y las experiencias generadas en dichas relaciones.

Por lo tanto, la diseñadora de esta investigación, estudiante del último ciclo de la especialidad de AMDT⁴ (Facultad de Arte y Diseño), es al mismo tiempo investigadora y, al menos en partes, investigada en este estudio. Eso porque estamos ante una tesis de investigación-creación en la que se entrecruzan dos procesos distintos y entremezclados: de investigar y de crear. Así, con la intención de conocer su experiencia durante el proceso creativo y frente al resultado final del proyecto, se está reafirmando que los diseñadores son también sujetos dentro de una investigación, impactados, a su vez, por la experiencia de la misma. Resulta importante mencionar que el primer acercamiento y la primera parte del proyecto responde únicamente al proceso creativo de la diseñadora, ya que la intención en esta etapa es explorar y profundizar en el desarrollo de la idea desde su perspectiva personal. Dicha experiencia y experimentación fue analizada y documentada durante toda su evolución, identificando el cambio en cada etapa y como dicho cambio afecta e impacta también en la estética y los aspectos formales de la prenda.

Por último, se considera como objeto central de investigación, las experiencias generadas durante todo el proceso de creación de la propuesta y el impacto que estas han podido tener en las partes involucradas (investigadora-creadora), derivando de dichas experiencias, sensaciones, sentimientos y recuerdos involucrados en el mismo

⁴ A partir de este punto, se refiere a la especialidad de Arte, Moda y Diseño Textil por su sigla AMDT.

proceso de investigar y crear, los cuales posteriormente serán tratados de explicar con palabras en la sección de análisis.

1.1.4. Método de investigación

Ante lo anteriormente presentado, se plantea el uso del método de investigación-creación, ya que el proceso creativo es parte fundamental de la investigación aquí desarrollada. En ese sentido, y a partir del aporte del método de investigación-creación, definido por Daza (2009) se entiende como: un método investigativo que busca considerar a las artes como una disciplina capaz de generar conocimiento propio por medio de la investigación del proceso creativo, reconociendo, a su vez, la participación activa del creador, obra y espectador, y evidenciando una necesidad por generar experiencias como nueva forma de acercarse al arte.

Se consideró dicho método investigativo como el eje central de la investigación, ya que reconoce y alinea las necesidades de la propuesta y genera soluciones a partir de ellas.

A su vez, el método de investigación - creación incita a una participación activa del creador y espectador al *interactuar* con la obra, donde es el mismo creador el que la *experiencia* y es impactado por ella, "(...) este proceso le permite al sujeto creativo cambiar, y mutar constantemente, pero a su vez volver a reflexionar sobre lo sucedido" (Daza, 2009, p.87). La opinión de Daza (2009) frente a la participación activa del creador, muestra características indiscutibles propias de la labor del diseñador, posicionándolo como un agente disruptivo frente a su contexto. Según Daza (2009, p.90) "el primer reto que tiene el creador - investigador es romper con sus propios esquemas para proponer

unos nuevos y diferentes. Principal característica en la investigación: el rompimiento de paradigmas”.

Por otro lado, el proceso de investigación – creación, considera al proceso creativo como un medio y espacio que necesita de la experimentación para generar conocimiento que puede ser utilizado más adelante por otros investigadores (requisito indispensable). Daza (2009, p.91), menciona que: “A través del proceso creativo en un trabajo artístico, existen pasos a seguir que pueden ser considerados estrategias metodológicas de la investigación en donde el accionar humano interviene sobre la investigación.” Debido a esto, el método investigativo se posiciona, también, como experimental, utilizando la metodología proyectual del *Design thinking* y el modelo de *doble diamante* para organizar el conocimiento recogido de la práctica. Se consideró beneficioso utilizar esta metodología, porque incluye la investigación y experimentación, como base de su desarrollo de diseño. Además, acompaña la evolución de la propuesta, como un proceso integral, desvinculándola del resultado final como único objetivo y permitiendo una exploración más profunda del tema analizado.

De esta manera, la investigación – creación, busca demostrar que las disciplinas artísticas también pueden realizar investigaciones, apoyadas en metodologías y métodos propios de cada especialidad, para ello, el creador – investigador necesita no solo crear una obra, sino sustentar, por medio del proceso creativo, que tiene “la capacidad de recrearse a sí mismo constantemente, cambiar o mutar sus formas de ser, transformarse, saber hacer uso y experimentación de nuevas técnicas, trascenderlas, como componente fundamental de la investigación creación” (Daza, 2009, p. 92). Frente a esto, el proyecto encuentra la necesidad de trabajar con este método investigativo desde la

creatividad y con el método proyectual del Design thinking, como método de aterrizaje al producto.

1.1.5. Técnicas de recolección y análisis de datos

La investigación parte de una continua exploración material y de forma, donde el uso de la bitácora funciona como principal herramienta de recolección de datos, de investigación y experimentación en la parte inicial del proceso de diseño, pero lo acompaña durante todo el desarrollo del mismo. La bitácora acompaña el seguimiento de la evolución de conceptos, paletas de texturas y colores manipulados a lo largo de todo el proceso creativo e investigativo y desarrolla la capacidad de observación, con la intención de hacer un análisis fiel de la realidad con anotaciones personales, o haciendo referencia a la información teórica expuesta en el marco, esto generó una perspectiva reflexiva de la diseñadora que acompañó el desarrollo del proyecto. La bitácora, en este caso, estuvo compuesta por fotografías del proceso, ilustraciones y muestras materiales, es decir, del registro de las experimentaciones y manipulaciones trabajadas a lo largo de toda la investigación. Dicho registro ayudó a reconocer los puntos débiles y fuertes del proyecto, así como en la toma de decisiones, ya que, especialmente en esta investigación de constante experimentación de materiales y construcción, fue necesario mantener un registro actualizado que ayude a identificar el desarrollo del proceso.

De esta manera, el portafolio también participó como una herramienta de recolección para los análisis sobre los datos recogidos, permitiendo un desarrollo ordenado de la información y mostrando el proceso creativo como un camino hacia el resultado final, el cual, también será analizado independientemente de la relación con el

espectador o usuario, y que cuenta con un espacio en la bitácora como experiencia final de la propuesta.

A su vez, se utilizó la técnica de mapeo, para identificar a los autores que aportarían en el marco teórico y en la construcción investigativa del concepto. Así como para agilizar la mejora de los procesos e identificar un correcto orden en el desarrollo del mismo. La construcción de mapas conceptuales, así como *brainstormings* y *moodboards*, ayudan a aterrizar en un planteamiento visual y creativo los conceptos teóricos de la primera parte de la investigación. Esta técnica alimenta constantemente a la bitácora durante el desarrollo de nuevas propuestas o ideas que fueron añadidas, incluso, hacia el final de la propuesta práctica.



2. Experiencia sensible en el diseño

2.1. El diseño como disciplina

El primer paso para el desarrollo de este capítulo es comprender el cambiante significado de la palabra *diseño*, para posteriormente, poder entender la labor que este realiza. Según el arquitecto Bryan Lawson (2005), *diseño* podría referirse tanto a un sustantivo, como a un verbo, dependiendo de la mirada que se le dé. Es decir, podría designar el producto terminado, como el proceso a través del cual se llega al producto. A su vez, Lawson (2005) menciona que la palabra *diseñador* también ha dejado de referirse exclusivamente a una profesión o sustantivo para empezar a ser utilizado como adjetivo. Esta nueva clasificación gramatical evidencia que el diseñador ha logrado posicionarse como el sujeto que lleva a cabo una acción, una actividad relacionada al diseño y que, por lo tanto, no remite necesariamente a una actividad en particular.

Entendiendo esto, *diseño* podría suponer “una actividad genérica” (Lawson, 2005, p.18), que encuentra diferencia en el desarrollo del producto de acuerdo al dominio de cada *diseñador*. En este caso, la figura de *diseñador* aparece no como un profesional del diseño sino como la mente detrás del *proceso diseñado*. Para entender mejor este concepto, Lawson (2005) considera que tanto la ingeniería como el diseño de moda tienen varios puntos en común. Si bien a simple vista podemos identificar la propuesta de ingeniería como una opción rígida y analítica; y la propuesta de moda como una alternativa creativa y flexible, resulta imposible separar la parte técnica de un buen desarrollo de esta última. Así como tampoco tendría sentido negar una participación creativa en la propuesta de ingeniería. Considerando esto, *diseño* respondería al desarrollo de un proceso analítico y disperso al mismo tiempo, donde las características

diferenciales, tanto sociales como funcionales, serán expuestas desde la perspectiva del *diseñador*, pero siempre motivado por una intención inicial: la de solucionar un problema a través de la disciplina proyectual a la cual nombramos como diseño.

Esta investigación no pretende abarcar el diseño como un resultado fijo, sino como un espacio de desarrollo de la experiencia, por lo que no sería conveniente centrar la atención en un producto acabado, sino más bien, profundizar en un espacio de creación continuo. Por esta razón, nos centraremos en el diseño como proceso, como verbo y como acción frente a una situación en particular. En otras palabras, esta investigación aterriza en el concepto de diseño como una disciplina proyectual a partir de la cual se desarrollan soluciones, que busquen mejorar la relación de los humanos con su entorno, eso empieza con la identificación de un problema cotidiano que será solucionado a partir del mismo *diseñar*.

Sin embargo, identificar un problema de diseño no es sencillo, y es donde recae gran parte de la labor del diseñador. Según Lawson (2005, pp.56) “una de las características esenciales de los problemas de diseño es que a menudo no son evidentes”. Las expresiones iniciales de dichos problemas son engañosas y no se podrán resolver hasta que no exista una buena recolección de datos sobre la idea o una proyección de la información recolectada (Lawson, 2005). El *diseño* se consolida como una disciplina capaz de identificar y profundizar las principales necesidades de un problema - o cuestión - y trabajar sobre ellas, con la finalidad de perfilar el desarrollo hacia una solución integral y profunda del problema. Por esta razón, el *diseñar* ofrece más que un producto resultado, sino también, todo el proceso de análisis y síntesis previo al planteamiento de la solución.

Dicho eso, tales soluciones suelen ser generadas conjugando características estéticas, sociales y funcionales. Estéticas, porque la solución se sugiere y se empieza a construir desde nuestra percepción sensorial, es decir creando a partir de los sentidos; de ahí que el enfoque de lo estético muchas veces pueda ser confundido con el concepto de *apariencia* cuando el sentido protagónico con el que se ha trabajado ha sido la vista. Esta discusión sobre la estética y la apariencia, así como su relación con lo sensible, es profundizada en la siguiente sección. Por otro lado, las soluciones que ofrece el diseño también son sociales, porque la labor del diseño no puede verse separada del contexto en el que se desarrolla, ni de la perspectiva personal del diseñador como sujeto dentro de su entorno. Para el diseñador Otl Aicher (2005), el diseño se perfila como una disciplina que ofrece su creatividad al servicio de la comunidad, vinculándolo como *lenguaje* entre el problema, el conocimiento del diseñador y el entorno. Debido a ello, una solución de diseño también será funcional, porque el diseñar empieza con una motivación que empuja la búsqueda hacia dicha solución, esta motivación no necesita responder al título de *utilitario* como se explicará más adelante, pero sí a una intención inicial al momento de generar la propuesta, la cual podría ser incluso generar una posición crítica hacia el contexto, por poner un ejemplo.

Frente a esto, el diseño no es sólo una ciencia que se centra en resultados cuantitativos, descuidando la parte humana del proceso. El diseño ofrece las herramientas para conectar con el usuario y ofrecerle una idea, una ilusión o un producto. El factor de la *experiencia* dentro del planteamiento de diseño, es lo que le permite a esta disciplina renovarse y adaptarse constantemente a su entorno, ya que lo *estético* también puede ser planteado como una función en el enfoque del proyecto. Por lo que, trabajar

desde una perspectiva estética obligaría al diseñador a generar experiencias diferentes, y, por ende, a ser un cuestionador constante del entorno.

En ese sentido, resulta importante entender que, así como el concepto de diseño es cambiante en cuanto a su significado, su labor también se ha ido redefiniendo con el paso de los años. Calvera (2010), menciona que la primera vez que empezó a utilizarse el término diseño (*disegno*), fue para designar los dibujos que planificaban el proceso de los artículos trabajados industrialmente. La revolución industrial del siglo XIX, permitió que el diseño se inserte como una actividad nueva y compleja en el proceso productivo. Es decir, que una de las primeras labores del diseño resultó ser la optimización de procesos, una labor tan técnica como indispensable para un buen desarrollo de la producción industrial. Esto, con el fin de satisfacer una nueva demanda: la producción masiva y el aumento de la presencia de la clase burguesa.

Pero el diseño no es y no puede ser ajeno al contexto que lo sostiene, por ello, no tardó en aparecer una segunda razón que le permitiese consolidarse como una nueva profesión, la cual, además, se volvería cada vez más demandada. Con el nuevo alcance económico de la clase burguesa, el diseño tenía una motivación cultural y social: buscar una diferenciación de los productos para las masas, enfatizando que no todo lo *diseñado* (industrialmente) era *diseño*. Calvera (2010) menciona la necesidad de recuperar la presencia de las artes decorativas, revalorizar el trabajo a mano y romper con la *fealdad*⁵ de la industrialización ya establecida en el uso doméstico. De esa manera, se le asignó “un nuevo cometido social, en el que el diseño se convirtió en una práctica estética

⁵ Término empleado por Calvera (2010) en referencia al uso repetitivo y abaratado de los elementos decorativos en un producto industrializado.

culturalmente relevante, un movimiento cultural con una misión civilizadora que cumplir (...)” (Calvera, 2010, p.72). En este sentido, podríamos establecer un paralelo entre el diseño y la reproductibilidad técnica, sugerida por Walter Benjamin (2003), responsable por el empobrecimiento de la experiencia, según el autor. Para Benjamín (2003), dicha reproductibilidad permite una repetición infinita de una sola obra de arte, posiblemente con las mismas características formales que la obra original, pero sin *el aquí y ahora* de la obra artística. Esa *aura* como lo denomina el autor, es el generador de la experiencia entre el espectador y la pieza artística. De esta manera, cuando existe una reproducción técnica, el resultado será una obra aparentemente exacta pero que ha perdido su autenticidad.

El diseño al momento de masificar su obra y formar parte de los procesos de industrialización, de alguna manera, es también parte de dicha reproductibilidad técnica, pudiendo descuidar la *experiencia* auténtica de la que Benjamin (2003) habla.

Sin embargo, el componente estético, entendido en este punto como la apariencia del producto creado, empezó a aparecer en el diseño a mediados del siglo XX, el cual tenía como principal misión ser detractor de la producción industrial y el sistema capitalista, influyendo en la percepción moderna de *diseño* y buscando que “la acción de diseñar sea vista como la incorporación del buen arte en la vida de todo el mundo” (Calvera, 2010, p.76). Frente a esto, la figura del diseñador aparecería como un *artista industrial*, definiendo su labor en base a una necesidad social y de un pensamiento crítico.

El diseño como práctica estética de la época, hizo que “el núcleo de la cuestión (de diseño) se desplazara de *función diseño a factor diseño*” (Calvera, 2010, p.76), dicho

enfoque europeo, propuesto principalmente por los ingleses y acogido posteriormente por los alemanes a través de la Bauhaus, identificaba una necesidad social y no solo económica, donde el *factor diseño* aparecía como “un valor añadido, (...) cuyo valor dependía, necesariamente, de su relevancia como propuesta cultural” (Calvera, 2010, p.76), en comparación al valor añadido estadounidense donde la propuesta de diseño cumplía una función diferenciadora dentro de la misma propuesta industrializada.

Posteriormente, el diseño necesitó afianzarse como una “nueva profesión consciente de sí misma” (Calvera, 2010, p.77). Después de la segunda revolución industrial y con el consumismo afianzado, la misión del diseño era ejercer la profesión y “mostrar sus éxitos (...) como una fase concreta dentro de la cadena de valor” (Calvera, 2010, p.82). Bajo esa perspectiva, el *diseño* buscaba volverse un movimiento y se institucionalizaba como una profesión consciente y crítica frente al contexto. Aicher (2005) juzga y profundiza en la responsabilidad social que tiene la labor del diseño actualmente, reclamando una participación activa de este en el desarrollo de la sociedad. Para Calvera (2010) la práctica de diseño necesita implicar una ruptura y renovación constante frente a su contexto social e histórico, para ofrecer soluciones esperanzadoras para el futuro. Sin embargo, el diseño como mecanismo de implementación masiva lleva las propuestas hacia un escenario muchas veces repetitivo, centrado en satisfacer expectativas del mercado y encasillando la labor del diseñador a la de un *operario* del sistema consumista.

2.1.1. La labor y responsabilidad del creativo

Heredando las características de su origen, como la producción industrial y la innovación tecnológica, el *diseñar*, se ha visto constantemente vinculado con la

producción masiva y en serie, encadenando la concepción del diseño al producto acabado y desmereciendo su proceso creativo. Frente a esto, Gil (2007, p.75) insiste en que la trascendencia de la *función* del diseño se debe a “la concepción del trabajo del diseñador como una actividad de servicio”. Es decir, que el diseñador ofrece su capacidad creativa al servicio de la comunidad, con la intención de impactar en un público, necesariamente, ajeno a él. Este concepto del diseño como disciplina presente en la vida de personas ajenas al diseñador, alimentan diferentes subconceptos, tales como: usuario, uso, funcionalidad y utilidad dentro del diseño y su labor.

El artista y diseñador italiano Bruno Munari (2004) explica el atributo de *funcionalidad* dentro del diseño, relacionándolo con el concepto práctico y tangible del producto. Para Munari (2004) la funcionalidad del diseño es parte del resultado físico, así como del funcionamiento de sus partes y su componente técnico. Sin embargo, al hablar de función y funcionalidad debemos hablar también de uso y utilidad. Para el Círculo de Bellas Artes (2008) *funcionalidad* representa la intención con la que el objeto/producto/servicio ha sido diseñado, presentándose como un imperativo al momento de conocer el producto. El diseño, en ese sentido, tiene la necesidad de ser funcional, pues justifica por medio de la función designada su motivación frente al problema y la manera en la que la solución ha sido planteada.

A su vez, el Círculo de Bellas Artes (2008, p.6) menciona que, frente a la funcionalidad, aparece la utilidad como una “cualidad latente” que busca enfrentar y generar diálogo constante con la labor del diseñador. Si bien la función aparece como un concepto que se diseña junto con el resultado y/o proceso de creación, la utilidad es una característica que solo podrá ofrecérsese a un producto acabado. Es decir, la utilidad

tiene la libertad práctica de seguir el planteamiento de la función presentada o modificarla. Esta modificación ocurrirá cuando el producto sea usado y con ello se compruebe la eficacia de la utilidad y la función, dicho de otra manera “el uso dota de sentido a la función, activa la utilidad y la realiza” (Círculo de Bellas Artes, 2008, p.7).

Este concepto de función dentro del diseño, permite ampliar los campos en los que la funcionalidad ha sido abordada, desligándose del concepto de *uso* y *utilidad* como características opresivas o enfocadas en un único desarrollo del diseño. Desde esta perspectiva, podría considerarse como función del diseño tanto la crítica que el diseñador hace a un sistema, colocando en evidencia una situación social en particular (como es el caso de muchos diseñadores independientes), como el desarrollo de un producto tangible capaz de tener un valor comercial y masivo (como puede ser el caso de las grandes firmas y empresas de diseño).

Esta actitud crítica que se propone anteriormente, preocupada por plantear y establecer una nueva visión sobre el contexto por medio de la obra, genera una similitud con la labor del arte y del artista: que busca posicionarse como una figura crítica de su sistema.

Frente a esto, Aicher (2005) menciona que cada vez es más difícil separar lo artístico de lo no-artístico, y que, por ende, muchas de las características presentes en la obra artística, empiezan a integrarse en el desarrollo del diseño. Un claro ejemplo dentro del diseño de moda e indumentaria donde el arte y el diseño entremezclaron sus perspectivas ha sido toda la obra y legado de Elsa Schiaparelli, la diseñadora italiana causó furor en la década de 1930-1940 al mostrar una gran influencia del surrealismo en sus colecciones y propuestas de moda.

Por otro lado, las prácticas del arte conceptual atenuaron aún más el límite entre arte y diseño, devolviéndole la importancia al concepto detrás del producto, y con ello, al proceso creativo. Según Hazel Clark (2012, p.3), el arte y diseño conceptual “identificaron la primacía de las ideas sobre la apariencia, la autorreflexión sobre la resolución, la innovación y la experimentación (...)” sin embargo, a pesar que el arte y diseño conceptual (incluso en la moda) plantea varias preguntas, difícilmente ofrece respuestas claras, volviéndose comprensible solo para un sector de la población (Clark, 2012). Esto podría ser un riesgo para el diseñador y su labor, ya que el diseño propone soluciones sobre el contexto en el que se desarrolla y necesita una comunidad que lo sostenga y entienda.

Al hablar específicamente de moda conceptual, Cadena (2017) explica que su cercanía con el arte no se debe únicamente a las diferencias comerciales, ya que la moda conceptual encuentra un valor en sí misma, volviéndola comercial de alguna manera. Para Morley (2013, p.25) la moda conceptual “se dirige a un consumidor atraído por productos con un nivel intelectual, sensorial y visual; este consumidor está dispuesto a consumir productos no como objetos sino como símbolos que comunican las ideas del diseñador”, mientras que la moda convencional trata de llegar a un nicho comercial desde el enfoque industrial y guiándose de las tendencias de la época (Cadena, 2017).

El seguimiento constante de las tendencias y de la aprobación y aceptación del mercado, vuelven al diseño de modas convencional una propuesta con un proceso creativo parametrado, considerando, por ejemplo, una tipología *funcional* preconcebida de la indumentaria (aunque lo funcional, como se ha visto, no rige únicamente a la utilidad y usabilidad del producto); mientras que, en el diseño de moda conceptual, la

experimentación y el concepto son los que guían el proceso creativo y sus características formales. En ese sentido, la moda convencional perfila su resultado hacia uno comercial y útil en la vida cotidiana, cumpliendo con su principal cometido: la comercialización de sus productos; mientras que, la moda conceptual por su lado, alejada de las tendencias y la presión del mercado, perfila su funcionalidad a un concepto, devolviéndole autoridad a la exploración dentro del proceso creativo y conectando constantemente con la labor del arte y del artista.

Esta investigación no pretende generar una confrontación entre la labor del arte y el diseño, sino todo lo contrario, ya que la autora al haber recibido una formación artística y de diseño durante el período universitario incluye ambas perspectivas en el desarrollo de sus propuestas, particularmente en la de este estudio. Sin embargo, resulta importante conocer todas las variables que existen frente a la labor del diseñador y artista al momento de crear, y su influencia dentro del proceso creativo. Por ello, en esta investigación, más que plantear la diferencia entre ambas disciplinas, se propone la creación de productos de diseño de indumentaria a partir de la experiencia dentro del mismo proceso de creación y la participación activa de los sentidos, cuestionando la función, utilidad y la aceptación del mercado a la que está expuesta el diseño de moda convencional.

Frente a esto, no se puede negar que existen diferencias entre los conceptos convencionales de arte y diseño, por lo que, si se quisiera forzar una separación, podríamos decir que el diseño es un arte por momentos racionalizado, que encuentra apoyo y respaldo en las ciencias y tecnologías (Lawson, 2005), y que ofrece su capacidad creativa en búsqueda de una solución y en beneficio de un bien común. Sin

embargo, tanto diseño como arte convergen en el desarrollo del proceso de creación, lo que permite eliminar, al menos momentáneamente, la etiqueta de diseñador o artista y reemplazarlo por la de *creativo*.

La figura del creativo aparece de la necesidad de generar una posición consciente frente a un determinado momento o circunstancia, donde su principal responsabilidad según Pallasma (2008, p.23) es reforzar el *sentido real* de nuestra experiencia, devolviéndole la “autenticidad y la autonomía a la experiencia humana”. En un mundo virtual y lleno de imágenes, es la *responsabilidad ética*⁶ del creativo, ofrecer una propuesta con una participación activa y sensorial. Para Pallasma (2008, p.80) el creativo “hace que el espectador (...) experimente, vea y piense cosas distintas de aquellas a las que está directamente expuesto”. Es decir, lo invita a *experimentar* atentamente su obra, cuestionando los parámetros establecidos y devolviéndole la capacidad de sentir a sus sentidos, por lo que la experiencia dentro de la tríada del creativo-obra-espectador (o usuario), resulta ser un valor indispensable.

La labor y responsabilidad crítica del creativo no es exclusiva del diseño, así como tampoco del artista, el creativo es aquel que desde su disciplina o la mezcla de ellas actúa frente a su contexto desde la creatividad. Tal puede ser el caso de un escritor, un poeta, un escultor, un diseñador gráfico, como también puede serlo un ingeniero o un biólogo. En ese sentido, el creativo para proclamarse *creativo*, necesita de una labor disruptiva que le permita estar atento al contexto y proponer un cambio desde su propia visión.

⁶ Pallasma (2008, p.22)

Hablar de la responsabilidad del creativo desde la figura del diseño es buscar y rescatar la visión crítica de la disciplina frente al entorno, y por ende la del diseñador como agente de cambio. Lawson (2005, p.127) comenta que todos los diseñadores son "futurólogos" hasta cierto punto, ya que "la esencia misma de su trabajo es crear el futuro, o al menos algunas de sus características". Diseñamos procesos, servicios, productos y las condiciones para ofrecer experiencias. El diseño de moda no debería ser ajeno a esta labor. Por ello, entender diseño sólo como el producto resultado, desprecia la verdadera función del diseñar: la de buscar soluciones y experimentar en el desarrollo de las mismas.

2.2. Experiencia estética

Luego de analizar la labor del diseñador como *creativo* y de rescatar la importancia de la experiencia dentro de su proceso de creación, se profundiza en la experiencia desde la perspectiva estética, desligándola del concepto de apariencia y en su correlación con el diseño. Para ello, es necesario conocer la relación indisoluble que existe entre estética y diseño y la manera en la que estos conceptos se retroalimentan.

Por un lado, la Real Academia de la Lengua Española [RAE] (2018) considera que la *experiencia* es un conocimiento adquirido por las situaciones vividas y/o presenciadas. De esto, se puede entender que la experiencia necesita de una percepción que la conecte con la situación externa de la que aprende. Pallasma (2008, p.65) comenta que "se entiende la entidad de la experiencia como un todo coherente y significativo formado por imágenes perceptibles y memorables"; es decir, momentos que han podido ser percibidos y almacenados en la memoria. Frente a esto, la filósofa e historiadora Susan Buck-Morss (1993, p.71) afirma que "la percepción se convierte en experiencia sólo

cuando se conecta con la memoria sensorial del pasado”. En este sentido, ambos autores coinciden en que la experiencia, para existir, necesita de la percepción y de la memoria del sujeto, con la intención de empezar a construir impresiones del mundo alrededor de su propio imaginario.

Si bien, los conceptos de experiencia en estos casos son divergentes, se puede considerar de un lado, la experiencia adquirida por los sentidos y retenidas por la memoria: en este caso, alguien que tiene *experiencia* es alguien que ha vivido lo suficiente para haber acumulado dichas experiencias. Mientras que, por otro lado, la propuesta de Buck-Morss (1993), explica que la *experiencia estética* sería la producción de un quiebre en la experiencia anteriormente mencionada, en otras palabras, cuando el *shock* y la sorpresa percibida por los sentidos, acciona la memoria, pero sin encontrar un recuerdo ya vivido, lo que termina produciendo: una sensación de *extrañamiento* o una *experiencia estética*.

Es decir, el extrañamiento ocurre debido a la presencia de *shocks* durante una experiencia, Buck-Morss (1993) explica que mientras exista una mayor repetición del *shock*, menor será el nivel de extrañamiento producido en la persona y ejemplifica esta situación con la experiencia y estética de guerra; es decir, la primera vez que los soldados presencian una guerra, perciben por medio de los sentidos (tales como la vista, el oído, el olfato, etc.) situaciones ajenas a las anteriormente vividas: el estallido de una bomba, ver morir a cientos de personas, el olor a fluidos corporales, etc.; lo que genera un impacto o un *shock* en su percepción. Frente a esto, la memoria busca y trata de encontrar una situación parecida, pero al no hallarla, agudiza la sensación de extrañamiento percibida por el soldado. Esta experiencia con el paso del tiempo dejará

de tener el nivel del impacto inicial, volviéndose cada vez menor, ya que la memoria ahora sí encuentra registro de situaciones anteriores similares. De esta manera, cuando el soldado vuelva a escuchar algún sonido estruendoso como el de la explosión de una bomba o disparos, o incluso vea una cantidad considerable de personas heridas o que han muerto junto a él, ya no lo impactarán como lo han impactado la primera vez, porque los sentidos se han acostumbrado, y con ellos, gracias a la memoria, la experiencia.

Sin embargo, antes de continuar analizando la experiencia estética desde la perspectiva de Susan Buck Morss (1993), resulta importante entender el origen del término estético. En ese sentido, *estética* proviene de la palabra griega *aisthesis* y refiere a la percepción sensorial, es decir que lo estético puede ser percibido desde cualquier sentido y no únicamente desde la vista como se le suele atribuir. Esta limitación se debe a que el aprendizaje del concepto de lo estético está íntimamente vinculado al de la apariencia y al uso de imágenes *fijas*, cuando la sensorialidad a la que abre paso la estética, es mucho más amplia. De esta misma manera, Pallasma (2008, p.59) menciona que “una característica de los sentidos es su tendencia a mezclarse e integrarse; una imagen visual, por ejemplo, se encuentra siempre acompañada de repercusiones con connotaciones en experiencias propias de otras modalidades sensoriales”, en otras palabras, la percepción sensorial bajo el concepto de la estética no se centra en un único sentido, sino por el contrario, en lo percibido por todo el sensorio corporal.

No obstante, el sentido de la vista ha protagonizado gran parte de las propuestas estéticas de los últimos tiempos debido al monopolio visual presente en nuestro imaginario colectivo. Este *ocularcentrismo*, incrementado durante los últimos años de la modernidad occidental debido a la virtualidad, tecnología y a los medios digitales, supone

una total hegemonía del sentido de la vista frente a los demás sentidos, descuidando una conversación o una experiencia sensorial integral en el sujeto.

Alejandra Borea (s.f, p.5) recalca que el problema realmente existe al considerar el ocularcentrismo “un modelo de razón descentrado de la multidimensionalidad estética del cuerpo y las consecuencias que ha tenido ello en la teoría científica y filosófica”, y ejemplifica esta situación mencionando que aún desde el lenguaje, el sentido de la vista ha mantenido una superioridad en relación con los otros sentidos, trabajando no solo las características de la visión sino también el componente subjetivo; por ejemplo, tras la frase *ver para creer*, la necesidad de *ver* refuerza no solo la realidad de aquel momento sino que valida el pensamiento racionalizado que pueda existir detrás de aquella imagen.

En ese sentido, el ocularcentrismo coloca a la percepción visual por encima de la percepción sensorial completa, desligándola de la experiencia sensible como tal y como única manera de acercar y conectar el entorno al ser. Sin embargo, para Borea esta situación es simplemente irreal, pues el sujeto no percibe de manera aislada con cada sentido, sino que el *percibir* involucra – necesariamente – al ser total y a la vez a todos sus sentidos para la creación de nuevas imágenes.

La imagen, en este caso, aparece como concepto y cobra un papel importante dentro de la percepción y la construcción de experiencias. Sin embargo, dicho concepto escapa – necesariamente – de una perspectiva netamente visual; la imagen propone un vínculo entre el imaginario y la realidad e invita a darle corporalidad a lo perceptivo y lo mental. Según Pallasma (2008) existen dos tipos de imágenes: las *fijas* y las *poéticas*. Las imágenes *fijas*, explicadas anteriormente, responden a una construcción exclusivamente visual y material, donde la posibilidad de incluir una percepción sensorial

adicional es inexistente. Lo que es percibido por la vista y posteriormente validado por la mente, es lo único necesario para confirmar una imagen *fija*.

Por otro lado, las imágenes *poéticas* según el mismo autor, son *imágenes* que “trascienden su esencia material y racional” (Pallasma, 2008, p.46), escapan a la explicación lógica y lineal, referenciando “una experiencia sensorial evocativa, afectiva y significativa, (...la cual) se encuentra en constante interacción con la memoria y el deseo” (Pallasma, 2008, p.46), en otras palabras, las imágenes *poéticas* son imágenes sensibles, porque pueden ser sentidas pero no solo desde lo sensorial, sino desde la sensación de sentir, y, si lo vinculáramos con el arte o diseño, las *imágenes poéticas* describirían la sensibilidad artística en general.

Desde ese punto, la imagen *poética* no se trata simplemente de una representación auditiva o visual de la realidad, sino de cómo esta información recogida sensorialmente se convierte en parte del imaginario de nuestra propia experiencia vivida. La percepción sensorial, en este caso, juega un papel doble en la construcción de la experiencia sensible: permite la creación de imágenes poéticas, más conectado con el imaginario del sujeto según la perspectiva de Pallasma (2008), así como también el desarrollo de la experiencia iniciada por medio de los sentidos y el sentir *físico* o corpóreo que explica Buck Morss (1993). Frente a esto, la autora asegura que el ámbito natural de la estética no es el arte sino la realidad, lo material, lo corpóreo, ya que a la *estética* se accede por los sentidos, por medio del *sensorio corporal*. A su vez, Buck Morss (1993) menciona que el sentir como acción antecede a su descripción, es decir, explica que el primer reconocimiento de nuestro entorno se da por medio de los sentidos, dicha percepción sensorial recoge la información externa y la lleva hacia el cerebro, donde por

un lado, ocurre la construcción del imaginario, y por el otro, se activa la memoria en busca de situaciones similares; sin embargo, ocurre un tercer momento, cuando el sujeto desea describir y traducir en palabras la sensación física que ha *experimentado*. Frente a esto, la autora asegura que el “sensorio corporal se encuentra *delante* de la mente, encontrándose el mundo prelingüísticamente, y, por consiguiente, es previo no sólo a la lógica, sino también al significado” (Buck Morss, 1993, p.58).

Si bien es cierto que en un primer momento *experimentamos* el mundo exterior a través de los sentidos y no de los pensamientos, la percepción sensorial, se encuentra también ligada a un *significado psicológico*, donde la información captada por el sensorio corporal, considerará también la expresión del sentimiento subjetivo. Para ejemplificar esta situación, Buck-Morss (1993) propone el testimonio de Charles Bell, médico francés que sirvió en la batalla de Waterloo, realizando numerosas amputaciones. Bell comenta que los honores de Waterloo “habrán de estar asociados para siempre en mis ojos los signos terribles de la aflicción, en mis oídos los acentos de intensidad, el grito sesgado varonil, (...) las vivas expresiones de los muertos y los hediondos olores” (Buck-Morss, 1993, p.68). Según el mismo médico todas estas experiencias vividas, generaron en él, un “exceso de sentimiento” (Buck-Morss, 1993, p.68).

Dicho exceso, para la autora, supone un exceso de *agudeza perceptiva*, donde la respuesta no es intencional y resiste toda comprensión intelectual. En ese sentido, el momento que Bell atravesó, fue una convergencia entre el exterior (al recibir toda aquella información sensorial) y el interior (por medio del sentimiento subjetivo), escapando del componente lógico y por lo tanto, de concedérsele un significado racional. En este caso, la experiencia ligada a la percepción sensorial y al sentir subjetivo, referencia una

experiencia tanto estética como sensible, la cual será analizada, en su correlación con el diseño, más adelante.

Volviendo al sentir estético, Buck-Morss (1993, p.58) cita a Terry Eagleton para afirmar que “la estética nace como un discurso del cuerpo” capaz de resistir al adiestramiento cultural de la mente, ya que necesita de la inmediatez de sus respuestas *instintivas*. Frente a esto, es necesario mantener y respetar la autonomía natural de los sentidos que impactan en el desarrollo cognitivo de cada sujeto al momento de realizar una acción. El sistema nervioso que contempla la participación de los sentidos como receptáculos de información, no es un sistema aislado de la construcción de la experiencia, sino todo lo contrario, son parte de un circuito que inicia y termina con un entorno y contexto específico. Es decir, cuando el sujeto inicia la percepción sensorial, capta información del mundo exterior para, luego, emitir nuevamente una reacción hacia al entorno. Desde esta perspectiva, la estética sería también un mecanismo social y político, porque la estética se debe a su entorno y a lo que en él ocurra.

Dicho eso, Buck-Morss (1993) propone lo estético como forma de unión entre el sujeto y la sociedad, mencionando que, si bien el concepto de lo estético aboga por las percepciones sensoriales y mantienen un componente interno, son ellas mismas las que conectan y hacen posible la interacción con el mundo exterior. Sin embargo, la estética a la que nos enfrentamos actualmente, es, para Buck-Morss (1993) una estética *adormecida*, donde los factores externos y contextuales han adiestrado la capacidad de perceptibilidad del sistema cognitivo explicado anteriormente, alejando el *shock* de la experiencia estética.

Esta *anestesia* del entorno hacia los sentidos, a la cual Buck-Morss (1993) llama experiencia *anestésica*, ocurre cuando la experiencia sensible se ve amenazada y cae en un adormecimiento provocado por la misma sociedad en la que nos encontramos. De ahí la importancia del *shock* como factor sorpresa en el desarrollo de la experiencia. Sin embargo, para Buck-Morss (1993) desde la perspectiva de Walter Benjamin, el *shock* aparece como un enfoque neurológico, relacionado íntimamente con la modernidad y el trabajo industrial. En este sentido, retomando el proceso de la experiencia estética (como ya ha sido explicado): la consciencia retiene el estímulo externo captado por la percepción sensorial, de tal manera que pueda activar la memoria por medio del *shock* y posteriormente, almacenar el estímulo convertido en experiencia; mientras que, por otro lado, la modernidad y su enfoque tecnológico sistematizaron la presencia del *shock* en la cotidianidad, consiguiendo una respuesta inconsciente hacia el estímulo externo antes descrito.

En el caso de las fábricas, por ejemplo, los obreros frente a la continua repetición de su trabajo, eliminaron la sorpresa o *extrañamiento* – que debería ser ocasionada por el *shock* -cayendo en una labor repetitiva e inconsciente donde, según Buck-Morss (1993, p.71) “la memoria ha sido remplazada por una respuesta condicionada, el aprendizaje por la pericia, (y) la habilidad por la repetición”.

Un ejemplo actual frente a esta situación *anestésica*, es lo vivido bajo la crisis sanitaria por el COVID-19. Al inicio de la pandemia, la cuarentena mundial y la cantidad de muertes diarias producían la figura de *shock* dentro de la experiencia de ese momento, nuestra percepción sensorial se vio constantemente impactada – e incluso atacada – por el número de personas que fallecían diariamente; sin embargo, después

de repetir constantemente la misma situación por un período de tiempo, la percepción se acostumbró a tales cifras, e incluso frente a números cada vez más altos, el sentimiento de angustia, temor y sorpresa que apareció al inicio fue disminuyendo cada vez más; lo que pasó es que las personas se empezaron a inmunizar frente al dolor de las muertes, traduciéndolas solo a números en aumento. No se dejó de escuchar las noticias o leer los periódicos, pero la capacidad de sentir ya se encontraba anestesiada, adormecida, entumecida. A esta “crisis de la percepción” (Buck-Morss, 1993, p.72), presente en la *experiencia anestésica*, es frente a la cual la *experiencia estética* encuentra su principal objetivo: volver sensible lo que ha sido anestesiado, ya no se trata de “educar el oído a escuchar música, sino devolverle su capacidad auditiva, ya no es entrenar el ojo a admirar la belleza, sino restaurar su *perceptibilidad*” (Buck-Morss, 1993, p.72).

Por su parte, el diseño se encuentra frente a una situación similar, donde los conceptos de estética y anestésica también se encuentran presentes. Por un lado, se puede considerar *experiencia anestésica*, por ejemplo, el proceso académico que el método proyectual ejerce sobre la misma experiencia de diseño, guiando el constante desarrollo del proyecto y con acciones previamente identificadas. Acceder al diseñar desde la proyección académica de diseño, adiestra y *acultura* nuestra perceptibilidad del sentir tanto físico como interior con el objetivo de agilizar el proceso de creación, y perfilar el resultado bajo los estándares ya establecidos social y masivamente. Acceder a la experiencia a través del diseño desde esta perspectiva anestésica, resultaría también incompatible con la labor del creativo explicada anteriormente, en la que es necesaria su visión crítica y su participación activa, generando experiencias en cada etapa de creación, ya que estaría renunciando, al menos parcialmente, a su capacidad disruptiva

al momento de crear. Expuesto todo eso, se puede resumir a que la experiencia de diseñar bajo un método proyectual, podría considerarse una experiencia anestésica para el diseñador y su obra.

Por otro lado, el diseñar basado en la experiencia *estética* significaría entender el proceso creativo como una oportunidad para romper con la *anestésica* antes mencionada, perfilando su acercamiento hacia la experiencia del *shock* a través de la memoria, y con la intención de devolverle la participación activa y consciente a los sentidos dentro del mismo proceso de diseño. De esa forma, diseñar bajo la experiencia estética quiere decir, que el diseñador, en su rol como creativo, crea e interpreta el mundo exterior desde su propia visión, concibiendo el proceso creativo como una experiencia en sí misma y, por ende, confiriéndose la libertad de diseñar por la misma experiencia de crear y quedando fuera de los rigurosos parámetros del mercado y el consumo masivo.

La experiencia estética no pretende perfilarse como una opción superior frente a la experiencia anestésica, sino demostrar la oportunidad que existe de romper con el adormecimiento repetitivo del momento, utilizando para ello, la consciencia de los sentidos e impactando directamente en la experiencia perceptiva del espectador. El diseño de indumentaria, en ese sentido, perfila una responsabilidad aún mayor al considerar devolverle la sensibilidad a la experiencia de diseño, puesto que lo estético como bien se ha explicado, refiere al cuerpo y sus sentidos, el mismo cuerpo al que el diseño de indumentaria viste y con quien mantiene una íntima relación durante su proceso creativo. La responsabilidad estética del diseño de indumentaria entonces, es

mayor que en cualquier otra disciplina y significa también una especial responsabilidad en la labor del diseñador como *creativo*.

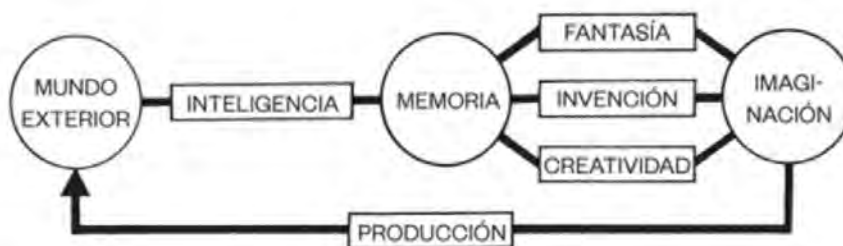
2.3. El proceso creativo

Hablar de proceso creativo es hablar indiscutiblemente de la experiencia de crear y el desarrollo de la idea. Pero la idea como concepto tiene aún un carácter abstracto en su significado, combinando términos como: creatividad, invención, fantasía, e imaginación. Según Bruno Munari (2018) la creatividad, vinculada evidentemente con el proceso creativo, refiere el “modo de llevar a cabo proyectos; (...) comprende todos los aspectos de un problema, no solo la imagen (como en el caso de la fantasía) ni solo la función (como en el caso de la invención), sino también el aspecto psicológico, social, económico y humano” (Munari, 2018, p.14). Por ello, antes de empezar a estudiar el desarrollo del proceso mismo, resulta importante reconocer la creatividad como una herramienta cognitiva capaz de acompañar y generar situaciones frente al desenvolvimiento de dicho proceso. Por otro lado, Munari (2018) identifica a la creatividad como un valor intangible que necesita de la *imaginación* para participar del mundo corpóreo y externo. En ese sentido la *imaginación* para el autor aparece como un medio que sirve para visualizar y evidenciar lo que está *pensando* la creatividad.

En el grafico 1, se observa la disposición de los elementos que Munari (2018) considera previos a la formación de la idea. Para el autor, la *inteligencia*, colocada entre el mundo exterior y la memoria, aparece cuando los receptáculos del mundo exterior, es decir, los sentidos y la percepción sensorial, actúan simultáneamente, con la finalidad de entender la situación y activar la memoria (proceso que coincide con el fenómeno de la

experiencia explicado por Buck-Morss (1993) en el apartado anterior). Sin embargo, Munari (2018), añade un segundo momento en el que la memoria alimenta la fantasía, la invención y la creatividad, ya que no se puede crear, modificar o diseñar algo que no ha sido conocido con anterioridad, al menos en parte. En ese sentido, todo aquello *fantaseado, inventado o creado*, es aterrizado al mundo exterior, según Munari (2018), por medio de la *imaginación*.

Figura 1. Esquema de Fantasía, Invención, Creatividad. Munari (2018, p.12)



Por su parte, Ingold (2014) comenta que existen dos maneras de entender la creatividad: el primero, la muestra como una actividad característica de los humanos. Ingold (2014, p.5) citando a Wieman (1961)⁷ añade que “Un ser humano es creativo «cuando construye algo según un nuevo diseño al que su imaginación ha llegado con anterioridad”. Es decir, al haberlo imaginado, no en el sentido que se le atribuye a la fantasía según Munari (2018) sino bajo criterios que permitan la realización de la idea. En este sentido, si nos guiáramos del cuadro presentado por Munari (2018), se estaría fusionando *creatividad e imaginación*, dos capacidades autónomas necesarias para el planteamiento de la innovación en todo proceso creativo.

⁷ Wieman, H.N. 1961. Intellectual Foundations of Faith. London: Vision Press

Sobre esto, Pallasma (2008) muestra una preocupación sincera por el desarrollo de la imaginación en la actualidad, denunciando un deceso y debilitamiento en el progreso de la misma. Pallasma (2008, p16) menciona: “la imaginación como facultad mental autónoma parece ser reemplazada, más que estimulada, por el excesivo pero neutralizador exceso de imágenes externas o *fijas* que nos circundan”. Las imágenes *fijas*, para el autor, generalmente vinculadas a las imágenes visuales, suelen representar valores de apariencia y de exactitud, lo que ves es lo que es, es lo que existe, y lo que ha sido aprendido racionalmente. La preocupación de Pallasma (2008) refiere un temor a la imitación excesiva donde es difícil diferenciar la obra de distintos artistas o diseñadores, y donde el bombardeo de imágenes externas bloquearía la capacidad imaginativa del creativo y su diferenciación.

Por otro lado, las imágenes *poéticas*, aquellas que referencian la “sensibilidad artística en general” (Pallasma, 2008, p.46) ofrecen un espacio para la independencia creativa y la consciencia individual del – en este caso – diseñador. El termino *poético*, para Pallasma (2008), referencia la necesidad de *experimentar* el momento; para ejemplificar esta situación toma el escrito de Jorge Luis Borges (p.48) y menciona que: “El sabor de la manzana [...] está en el contacto de la fruta con el paladar, no en la fruta misma; análogamente [...] la poesía está en el comercio del poema con el lector, no en la serie de símbolos que registran las páginas de un libro”. En otras palabras, no se accede a una imagen *poética* simplemente con la materialización del objeto tangible, en ese caso, accederíamos nuevamente a una imagen fija, como en el caso de la manzana, que por el hecho de ser manzana no se le conocen sus propiedades estéticas y *poéticas* sino hasta que es mordida, olida y percibida por los diferentes sentidos, es decir, es a

través de la experiencia en la que el exterior tiene conexión con el cuerpo y su percepción sensorial y por la cual, se accede al imaginario personal y posteriormente, a la memoria.

Esto resulta importante de comparar, ya que el segundo sentido que propone Wieman (1961, p.63) para acercarnos a la creatividad involucra la experiencia como un paso indiscutible del proceso, lo que permite enfocar la atención en el *crear* como un desarrollo pausado pero eterno, que propone la infinita reinención de una idea, y hace que esta pueda *perdurar* en el tiempo. Entender este desarrollo constante, es entender que “(...) Desde el momento originario (la idea) ha continuado fluyendo, avanzando en cada interpretación. En este sentido, el trabajo (...) no es creado, sino que es creciente y va renaciendo continuamente mientras vive” (Ingold, 2014, p.5).

Para Ingold (2014), la importancia de la imaginación, y con ella de las imágenes *poéticas*, en este espacio creativo – y experienciable – es fundamental, ya que alude que la imaginación va más allá de una capacidad mental generadora de ideas, sino “una manera de vivir creativamente en un mundo que es en sí mismo creciente y que está en continua formación” (Ingold, 2014, p.7). En este sentido, el peso de imaginar, ya no recae sobre el resultado final que sería la obra creada, como lo proponía Munari (2018), sino, sobre la acción de crearla y sobre la *autotransformación* del mismo sujeto creativo. En otras palabras, el proceso creativo se presenta como un espacio de creación donde las ideas se materializan tras una continua experimentación y reinención de las mismas, y donde la experiencia además de impactar al espectador, impacta, también, al que la crea.

2.3.1. La construcción idearia e identitaria durante el proceso creativo

La idea formulada desde el segundo sentido que presenta Ingold (2014), supondría una conexión especial con el imaginario del autor y la relación con el contexto.

Por ello, es prácticamente imposible una creación de la idea aislada del momento social y contextual que el diseñador atraviesa. Pallasma (2008, p.137) menciona que “las imágenes artísticas (o poéticas) nacen y están articuladas a través del sentido que el creador tiene de sí y del propio acto de creación”; en ese momento, el proceso creativo se comporta no solo como un espacio de creación ideario, sino también como uno identitario. Es decir, como un proceso de auto-creación para el diseñador, construyendo y convirtiendo su propia experiencia sensible en una característica propia de la idea construida, y, por lo tanto, de su obra. En otras palabras, se puede decir que el diseñador solo existe en el momento que crea/diseña, y que el *crear* es lo que sostiene al diseñador como sujeto creativo.

Esta consideración resulta importante al momento de investigar, especialmente desde las disciplinas artísticas y de diseño, ya que el diseñador aparece como dos figuras al mismo tiempo: el que analiza y el que participa de la experiencia de crear: el *creador*. El que crea, es el que se encuentra inmerso en el proceso creativo y sobre el que recae la tarea de romper con sus propios paradigmas; ya que, según Daza (2009), el diseñador necesita cambiar y mutar su forma de ser, para que su obra pueda transformarse también. El creador debe saber “hacer uso de la experimentación, de nuevas técnicas y trascenderlas” (Daza, 2009, p.92), pero para hacerlo, debe cambiar su propia perspectiva, actualizarse con las necesidades del contexto, reinventarse. De ahí la importancia de la auto-construcción constante del diseñador en su proceso creativo, el cual construye, hace, experimenta y experiencia.

Frente a ello, parece necesario definir la diferencia entre *experimentar* y *experienciar*, ya que a pesar que ambos términos provienen del impacto de la experiencia

en el sujeto, su significado es bastante diferente. El *experimentar* aparece como acción de poner algo a prueba, de volver práctico lo teórico y de crear en base a los resultados recogidos; de esta manera, se puede experimentar con base en lo académico. Mientras que, el *experienciar*, se define como la acción de producir o vivir una experiencia – estética – propia, la cual ocurre cuando la conexión entre la percepción sensorial y el mundo exterior activan la memoria (esto puede o no generar la sensación de sorpresa en el sujeto). El componente sensible del *experienciar* escapa de la perspectiva lógica, donde el sentir rige la motivación central de toda propuesta *experienciable*; por ello, el *experienciar* no busca ser racionalizado o descrito, sino sólo sentido.

Sin embargo, el *experienciar* encuentra en la toma de acción similitud con el *hacer*, término usado por Ingold (2014, p.8) y en el cual el mismo autor, citando a Wieman (1961) explica su diferencia: “(...) hacer es actuar conforme a una idea que ya ha sido forjada (...). Y experienciar (...) supone movernos aguas arriba hacia comienzos en los que las ideas todavía han de cristalizar a través del flujo de acción”. Es decir, el *hacer*, toma acción cuando el pensamiento racional ya ha sido moldeado, por lo que el *hacer* mantiene la participación de la mente. El *experienciar*, por su parte, ocurre en el momento exacto en el que el verbo se une con el sujeto. Por poner un ejemplo en esta situación, si una persona decide pintar un cuadro, el *hacer* significará toda acción predecesora al momento de pintar: preparar el lienzo, elegir los colores, limpiar los pinceles. El *experienciar*, entonces, ocurre cuando la persona da su primer trazo sobre el lienzo, en ese momento el sujeto se mezcla con la acción, por lo que, al vivir la experiencia, estaría *experienciándola*. El resultado, en este caso, escaparía del planteamiento lógico o mental, quedando en el territorio de la *experiencia sensible*.

Por ello, resulta importante que el proceso creativo se entienda como un espacio seguro para experimentar, donde la construcción de la idea, se entrelaza con la construcción identitaria del diseñador, ya que es el verbo el que se entrelaza con el sujeto mismo. Y como un espacio que no está limitado por una teoría rígida con un planteamiento ya establecido sobre el qué y el cómo, sino que dé cabida a la experiencia sensible del *creador*. De esa misma manera, no existe una forma única ni verdadera de acercarse a este espacio creativo o de llevar el proceso de creación, ya que las ideas a las que se lleguen en este proceso, describen la visión del artista, diseñador o *creativo* y responden a una auto-construcción y una experiencia interior propia del mismo.

2.3.2. La experiencia interior y el proceso creativo en diseño

El diseñador se constituye a partir de su propia labor como diseñador. Generalmente, inmerso en la experiencia *anestésica*, el diseñador responde al uso de los términos del mercado y la relación laboral con la era industrial; lo que termina por inhibir el impacto del *shock* en la experiencia de diseño y en su labor de creativo. Frente a ello, y una forma de rescatar dicha labor de la experiencia anestésica es a través de la experiencia interior sugerida por Bataille (1973), donde el diseñador priorizaría la sensibilidad del *experimentar* frente al resultado cuantitativo de sus investigaciones. En otras palabras, para Bataille (1973), la priorización del sentir sobre el pensar, es el punto central de su propuesta, aunque el autor no esté hablando del proceso creativo aquí desarrollado.

La experiencia interior responde a la necesidad de *dejarse llevar*, ya que, el cuestionamiento repetitivo impide el desarrollo natural de la experiencia sensible. Para Bataille (1973), resulta fundamental que lo único que se considere al momento de

experienciar, sea la misma experiencia del sentir, de modo que la experiencia “(...) no puede tener otra preocupación ni otro fin más allá de ella misma” (1973, p.16). Esta preocupación de Bataille (1973) por recuperar la autoridad de la experiencia interior, nace como oposición al habitual dominio de la *inteligencia* o la razón frente a cualquier intención de comprender la *realidad* y el contexto que envuelve al sujeto, sesgando la percepción de los sentidos desde la necesidad de entendimiento.

Frente a esta situación, la experiencia interior se vuelve no-lingüística, no puede ser descrita por palabras ya que el lenguaje responde a un razonamiento que limitaría en sí, lo percibido durante la experiencia. Por esta razón, reniega – incluso - del enunciado que la presenta. Para Bataille (1973, p.22) “la experiencia interior es el éxtasis; el éxtasis es, según parece, la comunicación, oponiéndose al replegamiento en sí mismo (...) Pero llegamos al éxtasis por una refutación del saber. Si me detengo en el éxtasis y me hago con él, finalmente acabaré por definirlo”. En otras palabras, la experiencia interior no busca – y no puede - ser definida, sino solo sentida.

En el proceso de diseño, esta experiencia representaría la búsqueda interior, la cual, en el caso del diseñador, podría llevarlo a salir del orden establecido durante su proceso creativo, o a contemplar una valoración del sentir al momento de diseñar. Esto le permite encontrar originalidad y generar un *rompimiento* tanto en las estructuras ya planteadas del diseño, como en las características propias de su profesión, las cuales toman la experiencia como parte del proceso propiamente dicho. Frente a esta situación de rompimiento y de búsqueda interior, Bataille (1973, p.19) menciona que el “«sí mismo» no es el sujeto que se aísla del mundo, sino un lugar de comunicación, de fusión del sujeto y el objeto”, lo cual es perfectamente aplicable a la relación diseñador - diseño, ya

que el diseñador (como creativo) propone desde una visión propia e impregna su esencia en su obra.

En ese sentido, la auto-construcción identitaria comentada anteriormente en el proceso creativo, refleja la compenetración que logra el crear desde el *experienciar*, donde el objeto aparece como un reconocimiento de la comunicación interna que el sujeto – diseñador – ha experimentado. Por otro lado, si bien la labor del diseño – en la que el diseñador se constituye - resulta de la relación que este genera con el contexto en el que se desenvuelve; esta realidad contextual termina siendo una base sobre la cual se renueva constantemente la percepción, experiencias y la construcción identitaria del mismo diseñador.

Ahora bien, se entiende que el diseñador mantiene una relación constante con su entorno, y utiliza los diferentes *signos* como un discurso no verbal para expresarse y decodificar información externa. A partir de eso, se experimenta el momento en que el diseñador, utiliza el proceso creativo como una nueva oportunidad para construir y de-construirse, para crear y auto-crearse constantemente. Para profundizar en este punto, es necesario entender lo que refiere a construcción identitaria, nuestra identidad permite expresar información sobre quiénes somos, cómo interactuamos con el mundo externo y como exponemos una perspectiva propia del imaginario de cada persona. Para Entwistle (2002), el sujeto es quien decide qué es lo que realmente quiere mostrar, valiéndose de códigos, signos o símbolos ya establecidos socialmente. Sobre autenticidad, Bataille (1973) la considera como una característica fundamental de la experiencia interior, y a partir de la cual se puede llegar a la autoridad y a la búsqueda de valores únicos.

Hablar de identidad en el mundo del diseño de moda, es abarcar una perspectiva social y reflexiva. Resultaría imposible considerar solo el entorno y los sistemas establecidos contextualmente, sin entender la percepción interna y los estímulos propios del sujeto. La relación de estímulos exteriores e interiores es vital para la construcción de la identidad, de tal manera que la búsqueda de la identidad pudiese iniciar como la construcción de un proceso creativo que construye un nuevo creador, un *nuevo sujeto*, que se apoya en la estética y en los principios culturales para lograr una conexión con el entorno. No se trata de separar entre una realidad tangible y el imaginario personal o colectivo, sino entender que el autor expone la visión de su realidad basándose en experiencias propias.

Pallasma (2008, p.15) menciona que “el contundente imaginario contemporáneo crea su propia realidad, y esta es más *real* que los mundos físicos y humanos existentes”, y efectivamente, la imaginación y sensorialidad con la que el diseñador se acerca al mundo físico, tendrá una relación inesquiva con la materialización del proyecto final y su obra.

No podemos negar, ni aislar, el hecho de que las tendencias persuaden la opinión de la sociedad; marcan lo que es aceptado en un determinado momento, y sentencian lo que no lo es, creando dentro de ellas una corriente de valores alineados por el constructo social. Lamentablemente, la aparición de nuevas tendencias acarrea una exposición continua a una cantidad excesiva de información. Le Breton (2018) menciona que “ante la saturación que se siente por la presión social, el individuo busca provocarse una sensación de ausencia para poder ser uno mismo”; también explica lo importante y

necesario que es un quiebre con el vínculo social, para empezar a reconocernos y enfrentar nuestra libertad.

Esta libertad que menciona Le Breton (2018), podría ser traducida a cuestiones de diseño como la experiencia interior necesaria dentro del proceso creativo, donde el sentir acalla el pensamiento lógico de lo social y se rebela ante los parámetros ya establecidos. Es imposible separar la experiencia del diseñador del resultado de su labor, las motivaciones, las preferencias y las decisiones que envuelven la realidad y su imaginario se ve reflejado en la forma en la que el proyecto ha sido aterrizado. Se suele generar un vínculo constructivo autor-obra durante el proceso creativo, especialmente en el momento en que la experiencia personal se posiciona como un rezago en el imaginario creativo del diseñador.

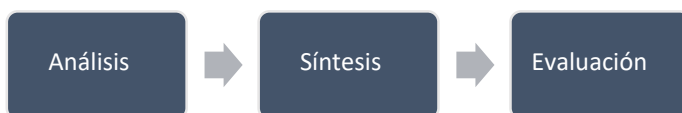
En ese sentido, Daza (2009), puntualiza diciendo que el diseñador no puede separar su identidad de su obra, por lo que, para reinventarla, necesita reinventarse el mismo. De igual forma, el proceso creativo permite esa mutación íntima del diseñador, siempre y cuando, este acceda a dicho proceso desde la sensibilidad del sentir y el crear, entendiendo el diseño como una experiencia no-lingüística que prioriza el sentir sobre el pensar racionalizado. Para crear desde lo sensible “el ser humano necesita dar rienda suelta a la sinrazón, por un momento, (...) para despertar deseos, instintos, intuiciones”. (Daza, 2009, p.90). En ese sentido, diseñar desde lo sensible podría traducirse al *dejarnos llevar* por lo sensible, por el entorno, por la experiencia interior. Una experiencia que es no-lingüística, sino que se construye en el mismo hacer del diseño.

2.3.3. Metodología proyectual como experiencia anestésica de diseño

El diseño es una disciplina que suele funcionar como bisagra entre la industria y el arte, renunciando muchas veces a la perspectiva personal – como sujeto creativo – que tiene el mismo diseñador. Dentro de este contexto, el diseñador atraviesa una serie de momentos o etapas, donde su experiencia creativa se ve guiada por una perspectiva metodológica. En esta investigación nos centraremos en una de las más conocidas dentro de las escuelas de diseño en el mundo: la metodología proyectual.

Según Lawson (2005), un apoyo metodológico en el proceso de diseño ayuda al diseñador a tomar decisiones y a encaminar la propuesta hacia un desarrollo objetivo. Frente a esto, el autor toma como referencia el análisis de Tom Markus (1967) y Tom Maver (1970)⁸ y menciona que para que una proyección conceptual sea exitosa esta debe ser considerada como una “secuencia de decisiones de análisis, síntesis y valoración en niveles cada vez más detallados dentro del proceso de diseño” (2005, p.7). En este sentido, conforme se ve en el gráfico: *Análisis*, se refiere a la estructuración del problema; *Síntesis*, al intento por encontrar una solución al problema planteado y, finalmente, *Evaluación*, implica una valoración crítica a las soluciones del problema descrito en el análisis. Lo cual mostraría un gráfico o mapa del proceso creativo parecido al expuesto a continuación (Figura 2):

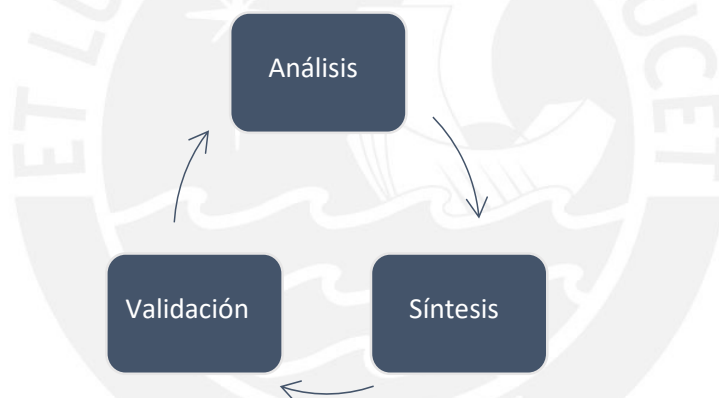
Figura 2. Interpretación del desarrollo de una idea. Lawson (2005)



⁸ Markus y Maver proponen en 1967 y 1970, respectivamente, desde su perspectiva académica, que el proceso de diseño es en realidad un proceso estructural y de construcción que funciona bajo una metodología lógica.

Sin embargo, como ya se ha explicado en el capítulo anterior, el proceso creativo no puede ser estrictamente un proceso lineal, pues el desarrollo de cada idea no solo varía dependiendo de cada diseñador, sino también, del proyecto en particular que se está trabajando. Además, de ser un procedimiento lineal, el diseño reduciría toda suerte de experiencia interior o estética devenida de un proceso abierto, como lo es el *dejarse llevar* propuesto anteriormente. Por ello, Lawson, (2005) plantea el siguiente esquema, ligeramente más *real*⁹ de lo que puede significar para un diseñador el proceso creativo bajo el enfoque metodológico, como se puede observar en el Figura 3.

Figura 3. Segunda interpretación del desarrollo de una idea. Lawson (2005)



Por otro lado, el artista y diseñador italiano, Bruno Munari (1981, p.18) menciona que la metodología proyectual en el diseño “consiste en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Con la finalidad de conseguir el mejor resultado posible con el menor esfuerzo”. Munari (1981) se refiere, en este caso, a la experiencia aprendida, la que se adquiere con el tiempo, y almacena las

⁹ *Real* desde una perspectiva mayoritaria, donde el proceso creativo no suele significar un planteamiento lineal hacia el resultado. Sin embargo, al entender lo cambiante que resulta el proceso de creación dependiendo del creador no se puede generalizar ni forzar un único planteamiento.

vivencias propias, del entorno, la cultura, etc. en la memoria. Esta experiencia permite, al momento de diseñar, tener conocimiento “sobre lo que ya se ha realizado en el campo de lo que hay que proyectar; (y ayuda a) saber con qué materiales trabajar (...) y precisar bien su exacta función”. En este sentido, y entendiendo que el *diseñar* tiene como motivación principal solucionar alguna necesidad, sería ilusorio pensar en mejorar algo que no se conoce. Sin un método proyectual que lo respalde, es muy posible, que el diseñador ofrezca soluciones genéricas incapaces de responder a un problema identificado. Sin embargo, eso no implicaría que todo proceso de diseño esté basado solamente en un método preestablecido.

Según Munari (1981) trabajar bajo un *manual de procedimiento* no tiene por qué significar una réplica exacta en los resultados del proceso, ya que para el autor la *creatividad* no es sinónimo de *improvisación*, sino que cada diseñador y artista, responden a una experiencia aprendida y creatividad propia, capaz de ofrecer una propuesta diferente que lo diferencie del resto. “El método proyectual para el diseñador no es algo absoluto y definitivo” (Munari, 1981, p.19), sino más bien una manera de ordenar y clarificar el proceso, el espacio y las propuestas. Sin embargo, y de cierto modo, hablar de un *orden* y perfilar el desarrollo creativo hacia un comportamiento estructurado y lógico, resultaría una barrera para la experiencia interior y estética propuesta por Bataille (1973) ya que se racionalizaría partes del proceso. En ese caso, plantear la experiencia interior funcionaría como una forma de romper con la linealidad establecida por la razón, en las que suele caer las metodologías de diseño; esta ruptura ocurre desde adentro, es decir, desde el mismo proceso de crear. Dicho de otra manera: si se aplicara la experiencia interior en un proceso metodológico, se estaría de-

construyendo estructuras para hacer emerger experiencias sensibles, o en todo caso, dejando a libertad del creativo el orden del proceso.

Así mismo, se consideró al *design thinking* como planteamiento de la metodología central del desarrollo de este proyecto. El *design thinking* es una “metodología proyectual y creativa inspirada en los procesos utilizados en diseño para la resolución de problemas y el desarrollo de proyectos de innovación” (García, s.f, p. 77), centrando su atención en una profunda fase de investigación y experimentación, así como en un desarrollo de diseño capaz de empatizar con los *usuarios*. La intención central de este nuevo *pensamiento de diseño* es encontrar y definir *insights* que le permitan al diseñador – o grupo de diseñadores – mejorar el producto, sistema o servicio sobre el cual se esté aplicando la metodología.

En ese sentido, Elejabeitia (2018, pp.32), menciona que el *design thinking*: “(...) es una forma de pensar que aboga por la experimentación construyendo prototipos, planteando hipótesis y poniéndolas a prueba para encontrar lo que funciona y lo que no funciona”. Este *pensamiento de diseño*, busca generar diferentes aristas o caminos en los cuales la idea pueda desarrollarse, ofreciéndole al diseñador un abanico de opciones mayor y un proceso creativo más amplio e interesante. Según García (s.f, p.78) “el proceso básico de esta metodología se centra en comprender, observar, enfocar desde un punto de vista determinado, crear, prototipar y testar los resultados y el propio proceso”. Por ello, es imposible que el proceso creativo, incluso bajo un punto de vista metodológico, proponga un desarrollo continuo y lineal, pues “(...) la experimentación y la dinámica prueba/error les aporta dinamismo a las fases de dicho proceso” (García, s.f, p.78). Con eso, podríamos decir que, a pesar de cierta linealidad del método, el proceso

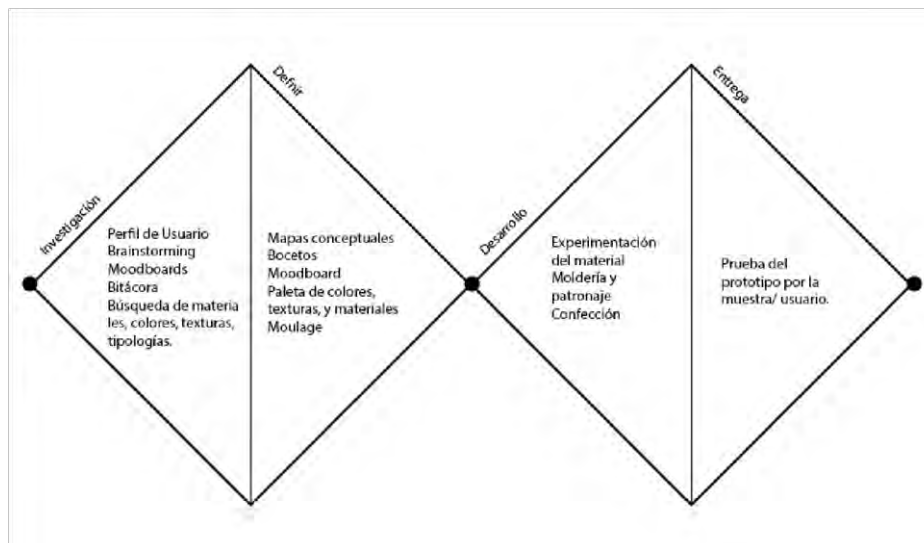
creativo muestra lugar para lo nuevo y sorprendente, para el *experienciar* de la experiencia sensible antes expuesta.

Por otro lado, se consideró el modelo *Doble Diamante* como ejemplo aplicativo de la metodología proyectual de Design Thinking. Este modelo, creado por el Design Council en el 2004, con la finalidad de describir y entender cómo funciona el proceso creativo en los diseñadores (Design Council, s.f), está formado por dos diamantes y dividido en 4 etapas, las cuales representan el proceso de exploración sobre un tema en particular. De esta manera, la primera mitad de los rombos, “permite una investigación más amplia o profunda (pensamiento divergente) mientras que la segunda, toma una acción más enfocada (pensamiento convergente)” (Design Council, s.f)

Las etapas delimitadas por este método son cuatro: Descubrir, Definir, Desarrollar y Entregar.

En el caso del diseño de indumentaria, el desarrollo de este modelo se adecúa a las herramientas trabajadas en la profesión. En ese sentido, para lograr un mayor análisis de dicho desarrollo, y mostrar la experiencia creativa generalmente usada desde el diseño de indumentaria y textil, se decidió aplicar cada etapa del modelo de Doble Diamante al proceso creativo de dicha disciplina desde el trabajo de la diseñadora, tal como se ve en la Figura 4:

Figura 4. Gráfico del desarrollo creativo en diseño de indumentaria bajo la metodología proyectual de doble diamante.



2.3.3.1. Etapas del modelo doble diamante en el diseño de indumentaria

ETAPA 1: Investigación. (Diamante 1)

Según Design Council (s.f), esta primera etapa ayuda al diseñador a entender empáticamente al usuario y a analizar el problema. Esto incluye hablar, observar y escuchar a las personas afectadas por la problemática inicial. En esta primera etapa, es recomendable no rechazar ninguna idea, propuesta o referente, hasta tener analizado y definido el *insight* que se trabajará.

En el proceso creativo del diseñador de indumentaria, esta primera etapa inicia con una identificación del perfil del usuario, conocer el *target* y el mercado, ayuda a perfilar las características formales de la prenda o colección. Sue Jones (2005), directora del London College of Fashion, comenta que los principales factores para identificar a nuestro usuario son: edad, género, demográfica, *lifestyle*, características físicas, comportamiento social, situación económica, entre otros; esto permite conocer para quién se está diseñando y ajustar las propuestas a sus necesidades.

Por otro lado, la utilización del *brainstorming* y *moodboards* aparecen como las principales herramientas para reforzar el planteamiento visual del proceso. El *brainstorming* o *lluvia de ideas* busca abrir “una conversación entre miembros del equipo de diseño para producir nuevas ideas y/o conceptos” (Jones, 2005, p.438), los cuales serán usados en los *moodboards*, que en realidad son collages de imágenes, frases o materiales. Jones (2005) menciona que el *collage* es una buena herramienta para el inicio de investigación, ya que ayuda al diseñador a entender de una manera más amplia al concepto y al usuario y a aterrizarlo en elementos formales, como: colores, texturas, telas, etc. El Design Council (s.f), menciona que en esta etapa también se pueden realizar *fast visualisation*, es decir bosquejos rápidos de las ideas, sin centrar la atención en los detalles. Finalmente, la bitácora o *diario visual* de una tema o investigación en particular (Jones, 2005), funciona como principal herramienta de recolección de datos, investigación y experimentación en la parte inicial del proceso de diseño, pero lo acompaña durante todo el desarrollo.

ETAPA 2: Definición

En esta etapa, toda la información recopilada en la fase de descubrimiento ayuda a definir el problema de una manera diferente (Design Council, s.f). Según el I3Lab Espol (s.f, p.3), identificar correctamente la problemática específica permite que los diseñadores “puedan generar múltiples opciones para la resolución creativa del problema”. Es decir, en esta etapa el diseñador *conceptualiza* la información recogida, perfila su perspectiva creativa y define las primeras características formales del proyecto. Según Design Council (s.f) para ayudar a definir el problema en esta etapa, se pueden utilizar métodos como: “*Comparing Notes*” (centrar la atención en cada idea de manera

individualizada) o “*Drivers and hurdles*” (considerar cual idea resulta más beneficiosa para el usuario).

Para empezar a definir el problema o concepto, el diseñador de moda, revisa la información recopilada y por medio de mapas mentales o esquemas conceptualiza la idea inicial, alejándola de la literalidad y profundizando en los puntos formales. Para ello, revisa – constantemente - el *moodboard* y la bitácora, con la intención de definir paleta de colores, telas y materiales que serán utilizados, así como el tipo de silueta o tipología de prenda que tendrá su propuesta.

ETAPA 3: Desarrollo (Diamante 2)

Design Council (s.f) explica que el segundo diamante se centra en resolver el problema ya definido, buscando inspiración en otras disciplinas y codiseñando con diferentes perspectivas. En este sentido, la tercera etapa busca el desarrollo de la propuesta de una manera creativa, donde el diseñador abre nuevamente un abanico de posibilidades que respondan a la problemática específica ya identificada, considerando cómo se comporta el diseño con el usuario y perfilar la intención del proyecto (Design Council, s.f). Según el I3Lab Espol (s.f) la etapa de *Desarrollo* se divide en dos sub-etapas: la *ideación* y el *prototipado*.

En el caso del diseñador de moda, este se enfrenta a la sub-etapa de *ideación* con una nueva búsqueda, donde la experimentación material y los criterios formales le permitirán acercarse a un desarrollo original y creativo del problema. Según Jones (2005, p.251) “(...) sentir una tela, evaluar su drapeado, calidades, superficies y peso, (...) requiere estudio y experimentación”. Por ello, es fundamental para el diseñador realizar una buena elección de materiales y técnicas al momento de diseñar. En otras palabras,

en esta sub-etapa el diseñador trabaja sobre cómo aterrizar en un proyecto físico, todos los conceptos obtenidos en el primer diamante.

En esta parte, los bocetos o *sketches* son fundamentales para entender la intención del diseñador. Jones (2005, p.163) menciona que “los diseñadores de moda a menudo necesitan dibujar rápido para anotar una idea fugaz, para capturar un movimiento transitorio, o para generar suficientes ideas, las cuales serán editadas más adelante en un todo coherente”. Por otro lado, el *moulage* o drapeado, consiste en ir armando una propuesta 3D, colocando la tela o material sobre el maniquí - o modelo - con la intención de identificar los puntos del cuerpo sobre los que se trabajará, y explorar los aspectos formales de la tela. Al terminar esta etapa, el diseñador habrá identificado la propuesta que se empezará a trabajar en el siguiente diamante.

En la parte de prototipado, la idea empieza a tener un cuerpo físico, y será indispensable para analizar e identificar los errores que la fase de ideación no pudo prever o resolver (I3Lab Espol, s.f). El diseñador de indumentaria suele enfrentar esta etapa con la confección de un prototipo de la prenda, este puede estar hecho en una tela base (como tocuyo) o en una con características similares a la tela final. La intención en este caso, es reconocer los valores principales de la propuesta y comprobar su funcionalidad.

Para la confección del prototipado, el diseñador suele realizar los moldes para el corte de la tela y el proceso de costura. Sin embargo, en los últimos años las herramientas virtuales o computarizadas han ayudado a entender el comportamiento de las prendas en el cuerpo sin necesidad de la confección física. Jones (2005, p.199) menciona que “al agregar humanos virtuales, o avatares, al escenario de diseño como

modelos, la imagen de la prenda tiene un impacto aún mayor. (...) Es posible animar en un sistema CAD profesional a un modelo de avatar caminando, bailando o haciendo deporte”. Ver el cuerpo en movimiento, ayuda al diseñador a tener una visión general de su propuesta antes de que esta sea producida.

La etapa de desarrollo es la etapa donde la experiencia de diseño encuentra una mayor participación en el proceso creativo. Por lo que, es también, la etapa en la que la experiencia sensible y estética, por medio de la experimentación y *experienciación* forman parte del mismo diseñar. Dicha etapa funciona como espacio para que el diseñador – o sujeto creativo – *experiencie* el *dejarse llevar* propio de la experiencia interior y estética, como lo es la perceptibilidad de los sentidos. En otras palabras, la etapa de desarrollo, le permite al diseñador *experienciar* la acción no solo de crear, sino de crear en base a la misma experiencia de diseño, incluyendo dentro de la misma, la perspectiva del *cambio* o *del shock*.

ETAPA 4: Entrega

Según Design Council (s.f), en esta última etapa, la propuesta generada en el prototipado es probada y *experienciada* por el usuario, con el interés de conocer sus impresiones y *validando* su función, ya sea esta de carácter social, cultural, expresiva o utilitaria, a través de “diferentes soluciones, rechazando las que no funcionan y mejorando las que sí”.

En esta etapa final, el diseñador de moda realiza la prueba de cada prenda en los modelos, usuarios, o en la muestra designada, dependiendo del carácter del proyecto. Y, de acuerdo a los resultados obtenidos, ajustará los detalles finales de la propuesta. Finalmente, se suele realizar un portafolio donde se sintetice y explique su experiencia

en el proceso creativo y se muestre de manera ordenada el resultado del mismo. (Jones, 2005).

Si bien estas etapas muestran un proceso estructurado y continuo, es importante acercarnos a esta metodología desde una propuesta sensible que acompañe la visión crítica y constructiva que el diseñador construye desde su experiencia creativa y como sujeto inmerso en el contexto. Así mismo, Elejabeitia (2018, pp.36) afirma que “el *design thinking* es una metodología que tiene que ver con entender la conducta humana respecto al producto o servicio, para luego poder desarrollarlo”. En ese sentido, esta metodología puede ofrecer una experiencia creativa, humana y sensible que “combina métodos científicos con variables emocionales (...) preocupadas por identificar y trabajar a partir de las necesidades y los sentimientos de las personas” (García, s.f, p.80). De esta forma, la experiencia del diseñador bajo esta metodología se describe como una experiencia aprendida, generalmente anestésica, pero con la capacidad de ofrecer un espacio para las motivaciones propias del diseñador y restaurar una percepción a las necesidades de su entorno desde la experiencia estética e interior, características propias de su labor.

Frente al desarrollo de la metodología antes expuesta, se puede considerar que el método proyectual orilla el proceso creativo a un desarrollo pre-establecido que optimice la utilización de recursos y asegure la producción del resultado. Sin embargo, salir de dicha *optimización* significaría abrir paso a la experiencia estética (como respuesta a la experiencia anestésica), y donde la metodología, en este caso, dejaría de guiar el proceso para poder acompañarlo desde el mismo nivel de importancia y curiosidad. Repensar el método proyectual de una manera estética supondría también

un quiebre en el desarrollo lineal de análisis, síntesis, resultado; para aterrizar en un proceso mucho más complejo y libre, guiado únicamente por la misma validación de la experiencia de diseñar, donde las herramientas para crear aparecen como opciones más que como planteamientos y donde el componente sorpresa o *shock* deja de ser considerado *improvisación* para abrir nuevas oportunidades al mismo *experimentar* del diseño. En otras palabras, la experiencia estética como metodología propone: desaprender para aprender.

2.3.4. Hacer con. El hibridismo como experiencia estética.

Una de las principales labores del diseño como disciplina es la de obtener nuevas soluciones frente a un problema. Como se ha visto en la sección anterior, el diseño bajo el método proyectual a pesar que fuerza un recorrido lineal en su proceso, necesita de una vasta investigación al inicio del proceso para poder ejercer una propuesta interesante en los siguientes niveles de desarrollo. Por lo general, la información recogida se abre paso entre diferentes temas, materias o disciplinas con la intención de tomar herramientas externas al diseño que ayuden a llegar a una solución innovadora y diferente del problema inicialmente planteado.

Esta interdisciplinariedad o hibridismo entre disciplinas conlleva no solo un tema de creación, sino también una manera de acercar el diseño a la experiencia estética. Dicho eso, la RAE (2020) define lo híbrido como un individuo proveniente de padres de diferentes especies; es decir, que lo híbrido es, en realidad, una combinación de dos

realidades (en este caso, disciplinas) que han sido unidas y donde su resultado ha abierto una nueva especie, realidad, perspectiva, etcétera.

La bióloga y filósofa Donna Haraway (2019), utiliza el concepto del hibridismo como una unión necesaria y un manifiesto activista en búsqueda del bien común. Para Haraway (2019) absolutamente todo tiene la posibilidad de entrelazarse, nuestra labor (como *creativos*) es encontrar y atar lo que necesite ser atado. La propuesta de la autora frente a este hibridismo resulta de la importancia de pensar y crear desde la *responsabilidad*¹⁰, de co-diseñar o de diseñar *con* (algo o alguien más). Este co-diseño al que Haraway (2019) llama *hacer parientes*, permite llegar a resultados inesperados que abran caminos nuevos para la solución de problemas.

Haraway (2019, p. 203) menciona que “aventurarse fuera de los senderos trillados para encontrar parientes inesperados, no natales y entablar conversaciones, proponer y responder preguntas interesantes, proponer en conjunto algo imprevisto, asumir las obligaciones no pedidas por haberse encontrado” es el sentido de la responsabilidad, pero a la vez, es parte de la experiencia estética. Esta unión de conocimientos a los que llamaremos *parientes*, permite que la resolución de los futuros problemas pueda evolucionar, existiendo cada vez mayores conexiones a su alrededor y la posibilidad de contar una historia a su paso.

Para Haraway (2019, p.203) “quienes cuentan cuentos rompen el orden establecido”, en otras palabras, son las conexiones y los *parientes* los que reescriben la historia y definen el curso de ella, ya que las prácticas curiosas aseguran el desarrollo constante de las mismas conexiones y, por lo tanto, el *hacer con* como medio de

¹⁰ Término utilizado por Haraway (2019) para definir la habilidad de pensar y actuar en bienestar de todas las especies: humanas y no humanas.

búsqueda “(...) con necesidad de lo que debe saberse y construirse de manera conjunta” (Haraway, 2019, p.203).

Por otro lado, esta necesidad de *hacer con* o *co-diseñar* presente en el discurso de Haraway (2019) aparece en la labor del diseño como disciplina y en la labor disruptiva del diseñador como *creativo*, ya que como se ha mencionado, el co-diseñar necesita de una mente curiosa que cambie y rompa con lo establecido de las cosas, esto alejaría tanto al proceso como al resultado de la experiencia anestésica, devolviéndole sensibilidad al crear. Por esa razón, esta investigación en particular, encuentra una relación cercana entre la experiencia estética – constantemente mencionada y estudiada en el desarrollo de este capítulo – y el hibridismo, ejemplificado en la unión del diseño textil y de indumentaria y la biología, lo que perfila su búsqueda a terrenos del bio-diseño desde la perspectiva de la experiencia de crear interdisciplinariamente.

El bio-diseño aparece en este caso como un híbrido entre el diseño como disciplina proyectual y la biología como inspiración constante para el desarrollo del mismo. Según el artículo académico Biodiseño, el futuro de las disciplinas proyectuales (s.f), el bio-diseño es una disciplina del futuro, a la cual se llegará debido a las condiciones actuales como exterminio de especies, calentamiento global, contaminación a niveles excesivos, esta situación de constante alerta obligará a los diseñadores a proponer soluciones desde una interacción mucho más cercana con la naturaleza y sus habitantes.

Esta perspectiva de diseñar *con* la naturaleza, *con* el contexto, *con* las especies, *con* las condiciones climáticas, refuerza lo propuesto con Haraway (2019) al decir que el futuro se basa en *hacer parientes*, y donde el diseñar *con responsabilidad*, puede

salvarnos del exterminio o de la *doble muerte*, como la autora suele llamar al exterminio de la evolución de una especie (el cual será explicado con mayor detenimiento en la sección de análisis, al momento de presentar el trabajo práctico de esta investigación).

De esta manera, retomando el hibridismo como concepto clave en la construcción de nuevas propuestas de diseño, se puede decir que esta mezcla de conceptos permite abrir paso a caminos no explorados dentro del proceso creativo, llegando a soluciones diferentes y con planteamientos disruptivos. Esta visión *diferente* no solo le permite al diseñador desarrollarse como sujeto *creativo* bajo la perspectiva interdisciplinar, sino que involucra su labor *respons-hábilmente*, haciendo parientes a partir de motivaciones tanto individuales como en grupales, las cuales son desarrolladas a lo largo de todo el proceso creativo como experiencias estéticas y, por lo tanto, sensibles.

En la secuencia siguiente, se analiza la parte de análisis del proyecto físico de la investigación.

3. Desarrollando una experiencia en diseño textil de indumentaria

Esta etapa de análisis y desarrollo de la propuesta, toma como objeto de investigación el mismo proceso creativo desde la experiencia de la diseñadora. Para ello, se utiliza una bitácora para documentar y bosquejar la constante experimentación del proyecto y la experiencia que este genera durante su desarrollo creativo, que culminó en un portafolio de colección. Ante eso, los análisis en esta parte de la investigación refieren a una mezcla entre: la experiencia de la diseñadora (en su acción de investigadora y creadora), el mismo proceso de diseño, los productos creados y las experiencias generadas en dichas relaciones.

En ese sentido, la intención de dicho acercamiento al proceso creativo es conocer las decisiones y el desarrollo conceptual e investigativo que la diseñadora atraviesa, hasta el resultado *final* de la propuesta. Considerando, además, la metodología investigación – creación donde el principal eje para la generación de conocimiento desde las artes, según esta metodología, se centra en la experiencia que ofrece la obra y su impacto en el *creador* (en este caso la diseñadora). En otras palabras, cómo el diseñador ha *experimentado* un cambio durante su proceso creativo, identificando su capacidad de transformación como un agente propio de la experiencia estética dentro de su labor de diseño.

Frente a esto, y desde la pregunta de investigación planteada para este estudio: ¿Cómo participa lo sensorial en el diseño textil y de indumentaria para la creación de y con la experiencia?, se desarrolla un concepto que permite a la diseñadora presentar al mundo su propia perspectiva de trabajo. En este caso, se presentó una colección diseñada a partir de las experiencias sensibles (que tiene capacidad de ser sentido)

ocurridas durante el proceso creativo, permitiendo estar abierto a toda suerte de referentes e inspiraciones que puedan salir de la misma experiencia de diseño y sin ninguna predisposición a un resultado final premeditado, todo esto con la intención de romper con la linealidad de las metodologías comúnmente utilizadas en esta disciplina y devolverle la autoridad a la experiencia sensible.

En ese sentido, se profundizará en esta primera sesión de los análisis en la creación del concepto, la motivación y los discursos que el proyecto práctico toma durante su desarrollo. Posteriormente, se explicará las características formales y generales de la propuesta; para finalmente, analizar el proceso creativo mismo y su capacidad estética frente a la experiencia de diseño vivida por la diseñadora.

El interés inicial de esta investigación toma la perspectiva de Susan Buck-Morss (1993) y parte de la participación activa y consciente de los sentidos, así como de la organicidad de los mismos como receptáculos sensoriales del cuerpo, permitiendo una exploración y experimentación casi intuitiva de materialidades – también orgánicas – alternativas al mundo del textil y la indumentaria. De esa forma, se consideraron aromas, texturas y sabores al momento de la exploración, con la intención de impactar la mayor cantidad de sentidos posibles y ofreciéndole a la indumentaria la oportunidad de que sea percibida y *sentida* por el cuerpo; más que analizada y entendida por la mente.

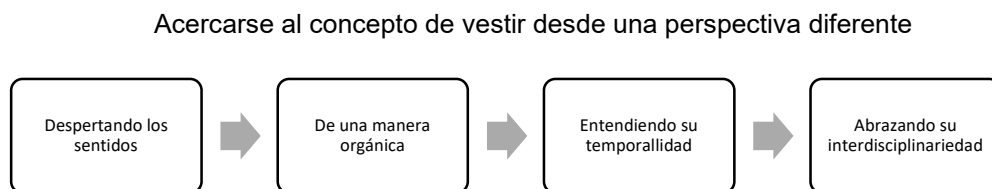
Por otro lado, la organicidad arriba mencionada, se proyecta en materialidades propias del *biodiseño*, las cuales remiten a lo híbrido al proponer una visión interdisciplinaria entre biología y diseño en el desarrollo del proceso. Si bien el concepto de biomateriales, sirve y acompaña gran parte de la experiencia de diseñar durante esta investigación, este estudio no centrará su atención en el biomaterial generado como tal,

sino en la experiencia estética de la creación del mismo - *experimentada* por la diseñadora – y su utilización en el proceso de diseño. En otras palabras, el desarrollo de los análisis centra su principal atención en la experiencia de diseñar y su impacto en la diseñadora, más allá del producto terminado como resultado, revalorizando de esa manera el *cómo*, en lugar del *qué*.

3.1. Desarrollo del concepto detrás de la experiencia estética

Para la realización de este estudio y retomando la experiencia estética dentro del proceso creativo, se identificaron 4 puntos importantes que perfilan la intención del desarrollo práctico del proyecto y que ayudarán a explicar cómo la diseñadora fue armando el concepto detrás de la colección desde el mismo *experimentar*. Dichos criterios, explicados cada uno a continuación y los cuales se muestran en el siguiente gráfico (Figura 5), partieron del interés de evidenciar la importancia de la experiencia estética y sensible durante el espacio de creación, generando una perspectiva diferente frente al diseño de indumentaria y su labor de vestir el cuerpo humano.

Figura 5. Esquema de la evolución de los subconceptos de análisis.



Sin embargo, antes de describir cada uno de los puntos, me gustaría retomar y profundizar en la perspectiva de Donna Haraway (2019) al referir la importancia del

hibridismo como resultado y solución a los *problemas* y como una manera de ser conscientes al momento de tomar acción frente a ellos. Para Haraway (2019) la noción de urgencia es el principal imperativo al momento de proponer soluciones, por ello, considera el presente como uno de los aliados más importantes en el instante en que se decide *seguir con el problema*¹¹, es decir, acercarse al problema desde una visión amplia y profunda entendiendo sus conexiones para, posteriormente, ofrecer soluciones desde la raíz de los mismos y no desde la superficialidad. Haraway (2019) reniega de la *fe cómica* puesta en la tecnología, así como del pesimismo con el que se mira al futuro. Para la autora, solemos vivir en la idea de un mejor futuro, perdiendo la capacidad de respuesta y la *respons-habilidad* del presente.

Por ello, esta parte de la investigación toma la capacidad de respuesta propuesta en *Seguir con el problema*, la cual es, para la autora, una manera de apropiarnos de lo que actualmente sucede, enfatizando que absolutamente todo – y todos – nos encontramos entremezclados, entretejidos, tanto en tiempo como espacio, por lo que es deber y *respons-habilidad* de todos ayudar en la reconstrucción de dichas conexiones. El proyecto aborda la interdisciplinariedad como una manera de generar vínculos externos al diseño como única disciplina. Además de considerar que el sujeto creativo, en este caso el diseñador, propone en base a su experiencia una propuesta disruptiva y crítica frente al entorno, anexando diferentes maneras de encontrar una solución. Dicho eso, para Haraway (2019) no se puede restringir únicamente a lo local o específico, como

¹¹ Título del libro escrito por Haraway (2019), donde utiliza el término *problema* para hacer referencia, en realidad, a varios problemas actuales de diferente índole y con carácter de urgencia como la extinción de especies y ecosistemas, genocidios, calentamiento global, etc.

si existieran paredes entre cada tema, para la autora, es una cuestión de lazos, de atar lo que necesita ser atado en pro de un bien mayor.

Bajo esta perspectiva entonces, el proyecto práctico toma – con sentido de urgencia – la experiencia sensible al momento de diseñar, conectando dicha sensibilidad con la organicidad de su desarrollo creativo, con la organicidad del cuerpo humano y sus sentidos, de los tejidos, de la experiencia y del mismo hecho de sentir. De esa manera, el concepto de lo orgánico empieza a entretelar perspectivas paralelas al desarrollo de la propuesta inicial, y en donde la respuesta a la interdisciplinariedad e hibridismo propuesto por Haraway (2019) aparece como la relación del diseño textil y de indumentaria y la biología, así como bajo los conceptos entrelazados entre ambas disciplinas, creando un paralelo entre el proceso creativo como ecosistema y la participación de los sentidos sobre el cuerpo como respuesta orgánica de lo sensible.

Por otro lado, para Haraway (2019) la capacidad de cultivo y de respuesta, características propias del presente, aparecen como formas *nómades* del ser y pensar (Consonni Ediciones, 2020), renegando de cualquier tipo de fijeza del excepcionalismo humano. De esa manera, el término de *doble muerte* empleado por la autora, refiere la exterminación de la continuidad misma, la muerte de las condiciones que permiten seguir proponiendo, como: la extinción masiva, la destrucción ecológica, el genocidio, etc. La *doble muerte* vive para deshacer, cuando, desde la posición de Haraway (2019) el vivir debería permitir re-construir con una aguda consciencia lo que hemos heredado.

Traducido a la propuesta aquí planteada y en términos de diseño, la *doble muerte* de Haraway (2019) aparecería como la extinción del cambio y de la evolución continua de la idea durante el mismo proceso creativo, separando el componente sensible de la

construcción idearia. La auto-construcción, por otro lado, demuestra la necesidad de continuidad explicada anteriormente, la cual aparece como un eje central dentro del desarrollo de la experiencia sensible al momento de crear, y donde es necesario dicha continuidad, para la evolución de la identidad del diseñador y con ella, la de su imaginario y obra. En otras palabras, entender el proceso creativo del diseño de indumentaria como un ecosistema en el que convive la experiencia sensible, la participación y percepción sensorial, el mismo cuerpo humano, lo orgánico de las ideas y su evolución ligada al desarrollo del diseñador como sujeto creativo, el mismo proceso ideario e identitario, y muchas otras situaciones y elementos que cohabitan y se encuentran conectados de alguna u otra manera, le da a este proyecto la posibilidad de explorar de una manera diferente el diseño de indumentaria.

Frente a este planteamiento de hibridismo y necesidad de ramificación en cuanto a ideas, conceptos, técnicas y disciplinas, aparecen los 4 fundamentos principales de la parte práctica del estudio y los ejes centrales de la experiencia sensible y estética presente en el desarrollo de la colección de indumentaria. A continuación, se detalla de manera individual cada fundamento:

3.1.1. Despertar los sentidos

Para despertar los sentidos desde la perspectiva del *shock* estético del que habla Susan Buck Morss (1993) y Pallasma (2008) es necesario no jerarquizar los sentidos ni su función, sino más bien trabajarlos como un sistema sensorial integral. De esta manera, entender y trabajar el *shock estético*, hace que el proyecto ofrezca una experiencia sensible – en la que los sentidos estimulados escapen del dominio de la vista, y se pueda

acceder a ellos desde las demás formas de sentir, generando una especie de *collage de sensaciones*.

Se podría ejemplificar esta situación con la constante repetición del proceso para elaborar el material ya que la sobreexposición a un mismo olor durante mucho tiempo, causó su rechazo a largo plazo. Es importante analizar, que el olor no resultó desagradable desde el primer momento, ni se generó su rechazo al final del desarrollo del biomaterial; incluso se podría decir que el rechazo no es realmente hacia el olor, sino a las condiciones en las que este se produce (olerlo estando expuesta a cierta temperatura de la cocina, por ejemplo). Este impacto sensible demuestra que no es posible separar un sentido de otro cuando se vive una experiencia sensorial, especialmente una que recién está construyendo recuerdos y alimentando la memoria.

Teniendo en cuenta la participación de la experiencia sensorial, el proyecto buscó inicialmente materiales que no estuvieran registrados en la memoria de la diseñadora e investigadora, y, que a la vez pudieran impactar a sus sentidos; es decir, con características táctiles (como la rugosidad de la arena, la suavidad del tejido de algodón, lo ligeramente áspero de las hierbas, etc.), con sabor (en el caso del material de hierba luisa y gelatina), con olor (como es el caso de los biomateriales hechos con plantas aromáticas como manzanilla, hierba luisa o anís), etc. Todas estas exploraciones tuvieron como razón de ser un deseo de acercar la materialidad a la percepción sensorial desde diferentes sentidos.

De acuerdo con eso, el proyecto termina accediendo a la experiencia de vestir desde materialidades no habituales en la industria textil y de indumentaria, ocasionando que la memoria no pueda acceder a un recuerdo previo o a una experiencia anterior

frente a la propuesta, produciendo la sensación de extrañamiento o sorpresa explicada anteriormente y frente a la cual, según Buck-Morss (1993) se representaría la esencia de la experiencia estética por medio del *shock*. En ese sentido, esta falta de memoria no solo impactaría en el usuario, ya que no resulta común encontrar ropa comestible hecha a base de gelatina en el mercado; sino que también lo hace durante el proceso creativo con la diseñadora, despertando sus sentidos y su relación sensible con la creación del material.

En este punto, resulta interesante profundizar en cómo la elaboración y exploración continua del biomaterial significó una experiencia propia y sensible, ejemplificada, con la posibilidad de que la prenda pueda ser comestible y apostando por un carácter orgánico que deriva de la misma búsqueda estética. Dicho de otra manera, sin la intención de ampliar la percepción sensorial hacia un mayor número de sentidos, no hubiera existido la necesidad de buscar materialidades alternativas como lo son los biomateriales aquí utilizados; por lo que, toda decisión planteada en este estudio, por más que no fue resultado de un proceso lógico, sí es consecuencia de una experiencia de diseño en constante búsqueda del componente estético.

A su vez, trabajar con una materialidad distinta, significa *experimentar* constantemente el mundo alrededor, en los que cada cambio por mínimo que parezca, altera considerablemente el comportamiento del material, ya que resulta susceptible a su entorno, por lo que cada biomaterial se encuentra sujeto a una experiencia en particular. En ese sentido, y por poner un ejemplo, el material en contacto con el entorno puede deshacerse, cambiar su densidad, su textura, su olor, etc. si las condiciones en las que

se encuentra varían. Toda esta información sobre el material, al estar vistiendo el cuerpo, será percibido por medio de los sentidos, es decir: se generará una experiencia estética.

Por otro lado, durante las etapas de experimentación inicial, y al tratarse de una experiencia y un proceso diferente a lo antes conocido por la diseñadora, la memoria no tuvo recuerdo alguno sobre la forma *correcta* de enfrentar dicha experiencia, colocando a los sentidos (en este caso, principalmente olfato, vista y tacto) en un estado de alerta y expectativa durante todo el proceso de elaboración.

Sin embargo, también resulta importante mencionar que no se trata de un camino lineal de prueba – error hasta conseguir el objetivo planteado al inicio, sino todo lo contrario. La participación de la experiencia sensible, libera a la experiencia propia del diseñar de la validación lógica, reemplazándola por *el dejarse llevar* de la experiencia interior; en ese sentido, varios de los resultados finales de la paleta de materiales, colores y propuestas en general, fueron *errores* que abrieron nuevos caminos y nuevas formas de explorar la materialidad y sus características formales. Dicha experimentación, se verá explicada a detenimiento más adelante, cuando se analice el componente estético de la colección – en relación con los sentidos – y su proceso de producción.

3.1.2. Sensibilidad y Organicidad

La participación activa del cuerpo y sus sentidos, así como del proceso creativo impulsa la intención de trabajar con una biomaterialidad que responda a su mismo grado de sensibilidad; sin embargo, la mirada orgánica del proyecto va mucho más allá de solo la elaboración de un material. El diseño de indumentaria tiene la necesidad y la obligación de entender y reconocer al cuerpo como el lienzo y soporte que lo sostiene, rescatando sus características orgánicas y formales. Entender que el cuerpo humano tiene una

materialidad y un comportamiento propio, le permite generar a través del diseño, un acercamiento intuitivo, respetando sus formas, volúmenes y sensaciones.

Considerar esta experiencia, podría relacionarse íntimamente con el punto anterior, al entender que el cuerpo es un conjunto de sistemas orgánicos en contacto con el exterior por la participación activa de los sentidos. De esa forma, vestir el cuerpo no es solo cambiar su morfología externa sino también preocuparnos por las sensaciones que esto le genera, considerando sus movimientos y su rango de interacción con el entorno. La colección busca generar una mirada sensible desde el cuerpo como eje central de la experiencia y el *experienciar* de los sentidos, así como entender el proceso de degradación natural del mismo.

De esa forma, el entender el vestir como una propuesta orgánica en constante relación con el cuerpo, permite también cuestionar y criticar el poco interés actual del diseño textil y de indumentaria por incorporar prácticas más sostenibles y naturales en sus procesos de conceptualización y desarrollo. A pesar que no es el propósito de este estudio, resulta interesante considerar la opción de ampliar la investigación más adelante teniendo en cuenta dicha perspectiva. Si el vestir es un proceso orgánico porque responde a la acción de cubrir el cuerpo, el *biodiseño* refuerza esta intención, y se posiciona como una de las perspectivas del futuro. El diseño de modas, siempre interesado en las tendencias, debería conocerlo.

Por otro lado, explorar esta mirada orgánica permite explorar aspectos formales de la colección, acercándonos a diferentes materias primas como hierbas aromáticas, arena, agua de mar y texturas que asemejen los tejidos orgánicos y biológicos del cuerpo humano, dando paso al hibridismo descrito anteriormente desde la perspectiva de

Haraway (2019) y donde el repensar el concepto de orgánico desde diferentes miradas, puntos y temas, permite enlazar propuestas que aporten al desarrollo de la solución. En este caso, por ejemplo, la relación entre tejidos, es decir, entre el tejido biológico y el tejido como técnica textil ancestral, deriva en su utilización como recurso textil de la colección, ampliando la paleta de materiales y las posibilidades de generar nuevas texturas y sensaciones estéticas en la propuesta. Pero, sobre todo, permite una exploración diferente en el proceso creativo de la diseñadora, donde lo conocido resulta que ya no lo es, y donde la evolución y el *repensar* aparecen como conceptos – también orgánicos y sensibles – dentro de su desarrollo.

3.1.3. Cambio y temporalidad

La temporalidad por su misma esencia orgánica refuerza el planteamiento anterior, encaminando el concepto de tiempo como una evolución necesaria y continua dentro del proceso sensorial, encontrando una similitud con el proceso creativo y la participación misma del *shock*. La constante renovación es una característica innata tanto dentro del desarrollo, como del interpretar sensible; por ello, este proyecto propone una experiencia *finita*, que inicia con el shock de la materia y termina con el proceso de la desintegración de la misma.

La composición de los biomateriales a base de gelatina, muestran una sensibilidad propia frente a las condiciones del entorno. En ese sentido, por ejemplo, exponer el material a altas temperaturas, terminaría derritiéndolo; exponerlo a altos niveles y períodos de humedad propiciaría la aparición de moho, lo que, después de un tiempo, descompondría la materia; sumergirlo en agua fría durante días, facilita la desintegración de su composición, etc. Pero el cambio del comportamiento del material, no responde

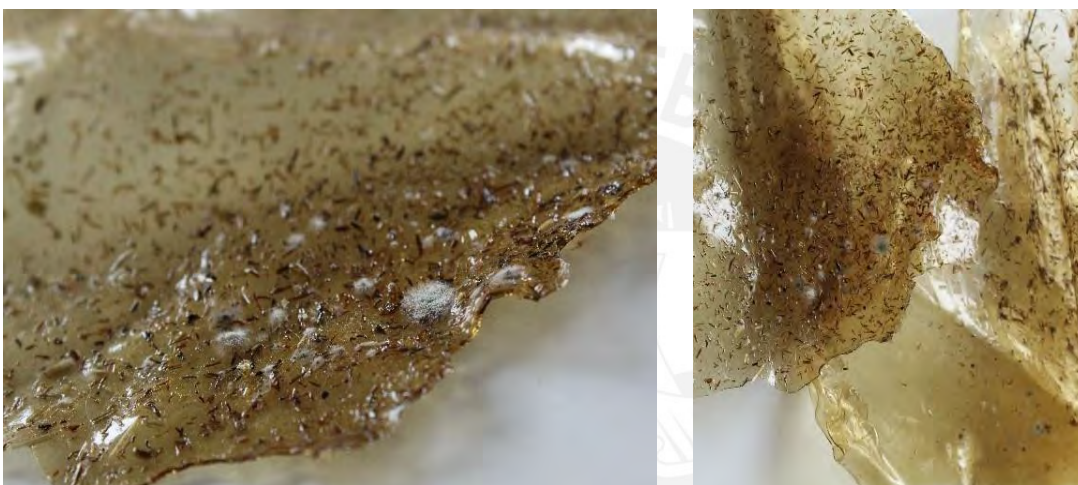
únicamente a situaciones extraordinarias o poco comunes, durante las pruebas de medida de la prenda sobre el cuerpo, se encontró que el mismo calor humano, generaba cambios – aunque ligeros – en el comportamiento del material, por ejemplo, mientras más tiempo pasaba la materialidad en contacto con el calor corporal, esta iba perdiendo firmeza y resistencia progresivamente. En ese sentido, la temporalidad le ofrece a la estética una constante evolución para su existencia y, a la vez, para su continua exploración.

Por otro lado, la temporalidad antes descrita, también afecta directamente el desarrollo del proceso creativo, ya que según Wieman (1992), existe la importancia de entender la creatividad como un proceso continuo, donde es la percepción del diseñador – creativo – el que decide su delimitación en función a la experiencia propuesta. De esta manera, el proyecto no pretende finalizar explícitamente la experiencia del vestir ni del crear, sino acercarnos a la transformación de la prenda materializada, en la que sus características formales han cambiado y significan – necesariamente – el punto final de una experiencia, pero a la vez, el inicio de otra.

En ese sentido, y aprovechando el carácter orgánico de la materia, la investigación cierra su estudio con la desintegración de la materia por medio de la formación del moho sobre su superficie. Dicha aparición ocurrió principalmente durante las primeras pruebas del biomaterial, como un *error* en su secado, ya que la zona en la que se realiza el estudio, supera el 90% de humedad en el ambiente, lo que facilita la rápida propagación del moho si la prenda se deja a la intemperie. En las Figuras 6 y 7, se pueden apreciar los primeros brotes de moho durante el proceso de prueba. Dicho *error*, seguido por la observación y experimentación material, permitió generar un registro constante del

deterioro de la materia, donde se muestra cómo esta cambia estética y sensiblemente. En otras palabras, genera un cambio no solo desde la percepción visual o de percepción sensorial (textura, olor, peso), sino incluyendo sensaciones subjetivas que aparecen al momento de percibir la evolución de la descomposición y dentro del mismo proceso creativo.

Figura 6 y 7. Aparición de moho en la prueba de material.



3.1.4. Búsqueda de la interdisciplinariedad

Acercarse a la labor del diseño, según lo discutido en el marco teórico, sería analizar y entender que el diseño necesita, como disciplina *creativa* y debido a su naturaleza disruptiva, proponer situaciones y experiencias desde una perspectiva constantemente renovada. La interdisciplinariedad genera justamente ese enfoque diferente que puede ayudarlo a ofrecer nuevas propuestas. En ese sentido, este proyecto busca explorar la interdisciplinariedad desde los conceptos biológicos y la materialidad viva y orgánica con la que se trabaja. La diseñadora, ofrece a través del proyecto físico y en medio del proceso investigativo un espacio de continua exploración, dónde la acción de diseñar se ve nutrida por diferentes puntos de vista y enfoques.

Haraway (2016) utiliza esta interdisciplinariedad e hibridismo para acercarse a temas sociales desde una visión biológica. El proyecto, por su parte, toma como sustento los escritos de Haraway (2016), los cuales ofrecen un soporte que define y delimita el proceso creativo desde la visión humana y orgánica que genera la biología. En ese sentido, el proyecto toma las bases formales del diseño de moda, así como el proceso metodológico proyectual del mismo, pero, a la vez, explora conceptos biológicos desde el planteamiento de la materialidad, el impacto sensorial de la prenda sobre el cuerpo y el mismo desarrollo de la experiencia.

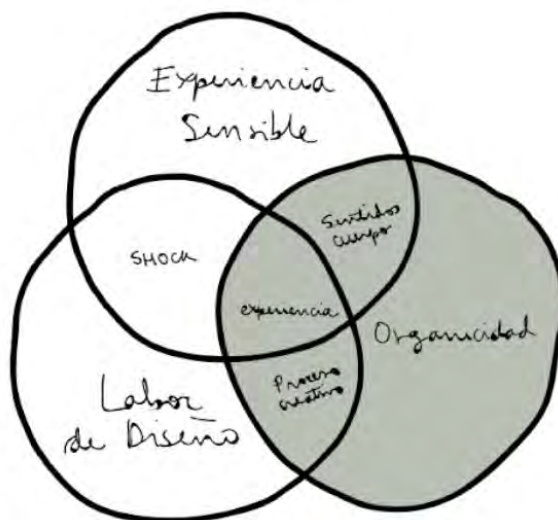
De esa forma, la interdisciplinariedad aparece como una característica necesaria en el desarrollo creativo, tanto en su despliegue investigativo como en su propuesta disruptiva, por ello, el pensamiento de diseño no puede ser estático y necesita de la absorción de conocimiento de otras disciplinas. De acuerdo a eso, este proyecto encuentra una relación directa entre la biología y el diseño textil y de indumentaria, uniendo lazos y atando similitudes entre ambas disciplinas. Dicho hibridismo, según Haraway (2019), muestra un sentido de conectividad necesario para la evolución y reconstrucción del mundo, ya que, para la autora, solo se puede llegar a una solución profunda del problema, desde una perspectiva *tentacular*.

En un momento de transición como en el que nos encontramos, es necesario romper con las jerarquías tradicionales para dar paso a nuevos sistemas. El desarrollo de capacidades tiene poco que ver con el traspaso de conocimientos, sino que se trata más bien de un aprendizaje y una creación conjunta de nuevos patrones y estructuras que pueden contribuir al surgimiento de un nuevo sistema de influencia. Creemos en el desarrollo de capacidades a través de un diálogo interdisciplinar y de creación conjunta,

dando como resultado la unión de las bases tradicionales con las redes mundiales para explorar y aprender juntos.

De esta manera, después de analizar el concepto del proyecto a profundidad y de *mapear* los diferentes ejes de la propuesta práctica, se elaboró el siguiente gráfico (Figura 8), con la intención de esclarecer la conectividad entre los mismos conceptos y términos. De esa manera, existen dos criterios desarrollados ampliamente en el planteamiento del concepto de la colección: la experiencia *estética* a partir de *labor del diseño*, y la *organicidad* de crear dentro del proceso creativo; donde la *experiencia* (sensible) es, en todo momento, el núcleo central de la investigación.

Figura 8. Desarrollo del concepto.



A su vez, el hibridismo propuesto por la interdisciplinariedad, encuentra un parecido con lo explicado por Donna Haraway (2019) al decir que todo está de una u otra forma interconectado: lo orgánico, lo moderno, lo postmoderno, lo textil, la moda, lo biológico y un gran etcétera de temas que en un primer momento pareciesen no tener nada en común. Mientras que, por su lado, dicha hibridación reafirma al diseño como

una disciplina creativa que necesita de la interdisciplinariedad para su continua evolución. Por otro lado, esta hibridación en la perspectiva de Haraway (2019) propone una comparación interesante entre el mundo biológico y su posición desde una perspectiva social como antropóloga. Esta comparación entre la ciencia y el comportamiento humano (en este caso, el comportamiento creativo) refuerza y permite crear un paralelo entre el proceso creativo como un ecosistema y presentar la organicidad como una respuesta a la experiencia sensible de diseño.

3.2. Desarrollo práctico de la propuesta estética: creando con biomateriales

Para el planteamiento de esta colección se trabajó el moodboard principal de la colección (Figura 9) y del cual partirá el desarrollo formal de la misma. El concepto principal busca transmitir lo sensible y orgánico, *liberando* el contacto con lo natural del cuerpo y su entorno, representado por el viento, las olas del mar, la grandeza de las montañas, pero a la vez, con componentes sensoriales específicos como la textura del moho, la disposición de los tejidos corpóreos y la misma superficie de los biomateriales. Sin embargo, llegar a este planteamiento y al concepto de lo orgánico como respuesta a la experiencia *sensible* del proceso de creación, y, por lo tanto, a la realización de este moodboard, solo pudo ser posible luego de una constante exploración y experimentación dentro del mismo proceso creativo, el cual será explicado más adelante a detalle, pero que ejemplifica la importancia de la bitácora como método de recolección de datos, en especial durante una investigación experimental como lo fue la de este estudio.

Figura 9. Moodboard del concepto



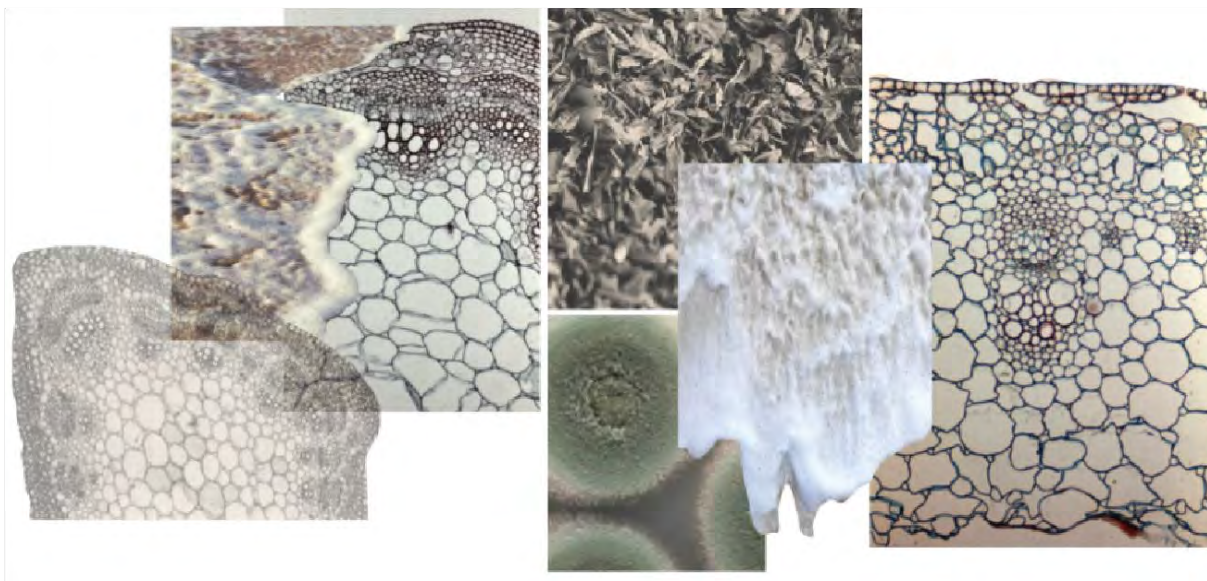
En ese sentido, las hojas de la bitácora expuestas a continuación (Figura 10), muestran las técnicas utilizadas durante el proceso de recolección de datos, como anotaciones o comentarios personales, dibujos a mano alzada, reinterpretación de las formas, uso de imágenes y fotografías, collages, etc. Todo esto con la intención de generar una lluvia de ideas, para la elaboración de conceptos, discursos o la misma creación de la colección.

Figura 10. Bitácora del proceso



Por otro lado, la experiencia sensible es explorada desde lo estético, a través de la percepción sensorial y la relación con el cuerpo y su memoria, considerando diferentes texturas táctiles y visuales, olores y sabores. La experimentación de texturas tomó diferentes referentes conceptuales, presentes en el moodboard de texturas (Figura 11), considerando especialmente los *tejidos* biológicos (de humanos, animales o plantas) y vinculándolos a los tejidos textiles, como una forma de conexión y como una técnica de construcción, además de considerarse la formación y disposición *imperfecta* de sus formas. En cuestión de sensaciones, se consideró de manera subjetiva el movimiento suave y constante de la espuma de mar y la arena en la orilla de una playa, permitiendo incluir elementos orgánicos ajenos al consumo habitual como la arena y el agua de mar en la exploración material y con ellas características como rugosidad y elasticidad.

Figura 11. Moodboard de texturas



En el caso de los olores, se consideró utilizar plantas aromáticas (generalmente utilizadas para infusiones) como: manzanilla, hierba luisa o anís. La elección de los olores partió de la memoria previa de la diseñadora, aunque el resultado haya sido inesperado, como se podría imaginar frente a la manera como se desarrolló este proyecto. Los biomateriales realizados con estas plantas conservaban su olor y tomaban un color característico; lo que hizo considerar, en este estudio en particular y en razón de la misma propuesta de experiencia anteriormente planteada, la paleta de colores. Pensar en la paleta de colores como resultado de una exploración más que en un paso previo a la consideración de materiales, significó romper con el orden generalmente establecido en la metodología proyectual de diseño, específicamente la de doble diamante. Este primer quiebre en la metodología tradicional, posicionó a la experiencia de crear por medio de la exploración como un espacio y un ambiente capaz de validar sus propias decisiones,

devolviéndole la autoridad a la misma y alejándola de la justificación anestésica sensorial del método.

En ese sentido, se consideró trabajar dicha paleta como resultado – por defecto – de la intervención material antes descrita. Por ejemplo, resultó que los biomateriales hechos con manzanilla conservaban tonos amarronados, frente a los hechos con hierba luisa, que eran ligeramente amarillo-verdosos y que una mayor cantidad de agua en la preparación significa tonalidades más claras en el resultado final. De esta manera, la paleta de colores, respondió exclusivamente a la constante experimentación dentro del proceso creativo y no a una cualidad exclusiva de la vista. Por ende, se mantuvo la paleta de acuerdo a la experimentación material, sin que hubiera una intervención o manipulación del color más allá de la misma naturaleza de los materiales empleados en dicha experimentación.

En otras palabras, se planteó descentralizar el protagonismo de la vista hacia los demás sentidos, considerando que la combinación entre prendas, incluso al momento de armar la colección, sea marcada por texturas, olores, incluso sabores, que permitan ampliar el desarrollo de la propuesta sin obedecer a patrones exclusivamente visuales como el color. De esa misma manera, el interés por explorar la mayor cantidad de sentidos posibles, logró que la búsqueda por nuevas percepciones se ampliara al sentido del gusto, el cual por medio de una receta comestible a base de hierba luisa y gelatina, dio como resultado un biomaterial de sabor amargo y ligeramente ácido, pero capaz de ser experimentado por el paladar.

Por su parte, el fuerte componente *orgánico* del concepto, permitió no solo explorar texturas o técnicas de construcción formal de la colección, sino que motivó una

exploración completa en cuanto a la composición y organicidad misma del material, considerando también el deterioro natural del mismo, y reuniendo en su discurso, aunque de manera indirecta, la concepción del tiempo y su relación con la experiencia de diseño. El mismo deterioro, en su naturalidad, no está bajo control humano y puede ser considerado como una experiencia, cuya temporalidad no está condicionada a una finalidad específica para uso y control humano. La materialidad, aquí, también corresponde a la posibilidad de una experiencia del sentir, de lo inesperado, de la sorpresa sensible.

La experiencia sensible y la predisposición natural del cuerpo por sentir, rescatando lo estético y sensible (entendido desde la perspectiva de Susan Buck-Morss (1993), como el devolverles la sensibilidad a los sentidos), lo que permite sustentar mejor la propuesta y retar las habilidades tradicionales del diseño de indumentaria, obligando a la diseñadora a ofrecer una experiencia distinta en el vestir y en ese primer acercamiento que el usuario tiene con la prenda o el material. En ese sentido, la experiencia interior descrita por Bataille (1973), aparece dentro del desarrollo del proceso creativo de esta investigación como la capacidad de *dejarse llevar*, esto sin considerar un resultado predeterminado, y donde dicha capacidad guió la exploración material en todo momento y la experiencia de diseño propiamente dicha, de esta manera, el *sentir* como eje de la propuesta buscó estar presente en cada momento del proceso de creación.

Para entender mejor la participación del usuario y conocer a quien va dirigida la exploración y construcción de este estudio, se realizó un tercer moodboard (Figura 12) donde se sintetiza la esencia del participante. Sin embargo, cabe mencionar que la

colección al no ser desarrollada como una propuesta comercial y *utilitaria*, no necesita una rigurosidad en el planteamiento del posible futuro comprador, lo que permite ampliar los parámetros y tomar libertades al momento de la creación de su perfil. Eso ha posibilitado la exploración más libre y sensorial de los recursos de diseño, como colores, formas, materiales, texturas, sabores y olores, a partir de experiencias que no están restringidas, en este caso, por el mercado.

Figura 12. Moodboard de usuario



En ese sentido, las personas interesadas en la colección, se reconocen como personas curiosas, en búsqueda constante de *nuevas* situaciones que puedan explorar y experimentar continuamente. Necesitan de estímulos fuertes y sensoriales. Son disruptivos y valoran la experiencia sobre la teoría, así como también, demuestran una cercanía, respeto y sensibilidad hacia su cuerpo y al entorno natural en el que se encuentran.

A su vez, la colección apunta hacia un público femenino, por lo que se contempla como cuerpo base para la ilustración el de una mujer de un rango de edad de 18-25 años. Esto debido a que la experiencia vivida durante el proceso de creación recae directamente en la diseñadora, la cual, se refleja y auto-construye por medio de la ilustración del figurín, atribuyéndole algunas de sus propias características físicas. Sin embargo, por el mismo carácter experimental de la colección, esta no busca ni pretende ser comercializada, sino que la función de las prendas aquí creadas recae en la necesidad de romper con la experiencia anestésica del diseño de indumentaria por medio del sentir en el proceso creativo, y de reconstruir la experiencia estética del vestir por medio de la participación de los sentidos. En otras palabras, se está priorizando el crear con y a partir de la misma experiencia del diseño, del vestir y del sentir, en donde los sentidos juegan un papel fundamental.

Por otro lado, en esta etapa de los análisis también se presentará el proceso de elaboración de la colección desde la mirada de la diseñadora en su papel de creadora, y toda su experiencia estética durante el desarrollo creativo del proceso de diseño. Para ello, se considera nuevamente el objetivo principal de este estudio, el cual es *crear a partir de la propia experiencia estética – de la diseñadora – un proceso de diseño, adaptando conceptos y metodologías propias del desarrollo creativo y vinculándolas a una propuesta sensorial.*

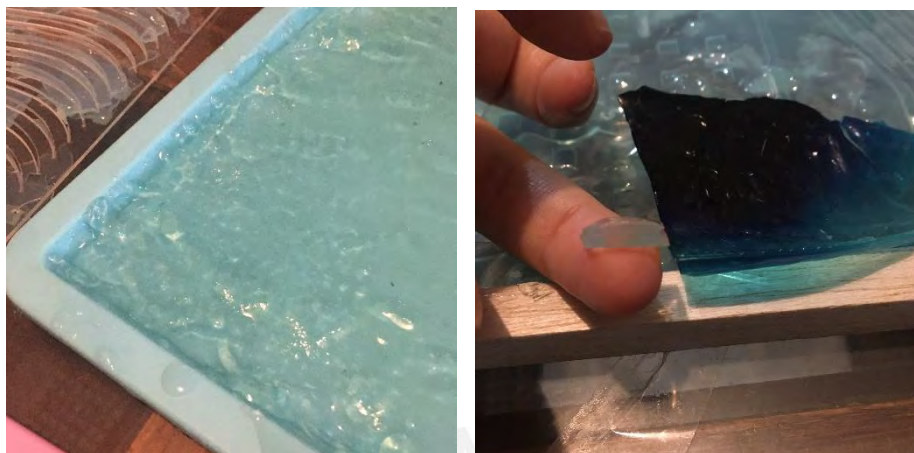
Se inició esta etapa de creación planteando un bosquejo de lo que podría ser las siluetas de la colección, como propuesta inicial de morfología, tipología y forma. Sin embargo, resultó imposible debido a la falta de conocimiento sobre el material y su comportamiento formal, en la creación de prendas y su utilización sobre el cuerpo,

obligando a la diseñadora a replantear el orden del proceso creativo al cual estaba acostumbrada - pasando de un proceso *anestésico* a uno *estético*, según la perspectiva de Buck Morss (1993). A partir de ese momento se consideró oportuno invertir las etapas del proceso habitual de diseño con base en la metodología proyectual; es decir, se propuso la creación de una prenda *piloto* que funcione como referente para conocer el comportamiento del biomaterial frente a la técnica, textura y construcción de la prenda. En ese sentido, el primer paso en este nuevo planteamiento sería explorar el comportamiento del material, para posteriormente poder bosquejar la construcción y producción de la colección.

La elaboración del material, en ese sentido, responde a una preparación de gelatina, glicerina y agua, a la cual se le fueron añadiendo diferentes aditivos a la mezcla, los cuales le otorgan características formales como olor, textura, color, densidad, etc. Dicha mezcla es hervida durante un promedio de 30 minutos y posteriormente colocada en moldes, en donde deberá secarse a totalidad, para, posteriormente, ser retirado del molde.

De esa manera, tomando en consideración el moodboard de texturas, se realizó la búsqueda de plantas o hierbas capaces de conservar su componente estético incluso después de atravesar las condiciones específicas de la elaboración del material (como temperatura, hervor, tiempo de secado, deshidratación, etc). Es decir, se buscó una opción que pueda mantener su perceptibilidad por los sentidos, sin necesidad de usar exclusivamente la vista. Al inicio, se realizó una breve exploración con *agar agar*, con la intención de conservar el olor a mar, propio del alga (Figura 13).

Figura 13. Prueba con agar-agar



Si bien el olor sí pudo ser conservado, el proceso de secado y deshidratación del material, tomó mucho más tiempo del que tomaría realizar una receta habitual de biomateriales con gelatina (aproximadamente 2 semanas para poder ser retirado del molde y 3 o 4 semanas para poder ser usado), por lo que no se vio factible, al menos para este proyecto, la realización con esta base. Por otro lado, se encontró que las infusiones como el anís, manzanilla o hierba luisa, cumplían con mantener su olor característico incluso luego de la preparación, y que, además, eran de fácil acceso. Por lo que se empezó a trabajar con filtrantes de hierba luisa y manzanilla.

Como se puede ver en la evolución de los resultados, el acercamiento fue un proceso de error y modificación constante, en el que poco a poco se fue llegando a una primera receta base, que funcionaría después para recetas derivadas. En el primer intento, el material logró ser flexible pero no maleable, esa rigidez dificultaba su utilización y posicionamiento sobre el cuerpo. La receta hasta el momento contemplaba: 120 ml. de agua, 40 gr. de gelatina, 15gr. de glicerina y 3-4 gr. del aditivo, en este caso, las infusiones.

Posterior a eso, se consideró utilizar: mayor cantidad de glicerina y mayor cantidad de agua para aumentar su flexibilidad. Se probaron ambas ideas. En el primer caso, se modificó la receta por una relación de 1/1 entre la glicerina y la gelatina, es decir, utilizar la misma cantidad de ingrediente, esta modificación logró darle mayor elasticidad y flexibilidad al material, pero, a la vez tomó mayor tiempo durante el secado. En el caso de añadir más agua a la receta, se consideró una proporción de 2/1 (240 ml.) y un segundo intento de 1.5/1 (180 ml.) para aligerar la textura final del material. El resultado final en este caso, no varió demasiado del primer intento, pero sí alargó, casi al doble, el tiempo de secado, lo que facilitó la aparición de moho en una etapa muy temprana de producción. De acuerdo a esta primera exploración, se decidió trabajar la receta base – expuesta anteriormente – con una mayor cantidad de glicerina, reduciendo ligeramente la proporción 1/1 utilizada al inicio. En ese sentido, la receta aprobada terminó considerando: 120ml de agua, 40 gr. gelatina, 30 gr, de glicerina y los 3-4 gr. de aditivos.

Por otro lado, se realizaron pruebas para determinar el momento indicado en el cual agregar los filtrantes a la preparación, y se encontró que, al añadir una cantidad adicional de filtrante cuando la mezcla ya está vertida en el molde, el resultado adquiere mayor rugosidad y textura en su superficie, pero, a la vez, funciona como adherente a su base y dificulta el desmoldado. Por ello, se agregaron los filtrantes durante el momento de hervor del material, lo cual permite, a su vez, teñirlo naturalmente. El resultado de este primer biomaterial *vestible* de gelatina, glicerina y hierba luisa es el que se muestra a continuación en las Figuras 14 y 15 y en donde se puede apreciar su color, elasticidad y flexibilidad como resultado a la experimentación anteriormente explicada.

Figura 14. Elasticidad del material

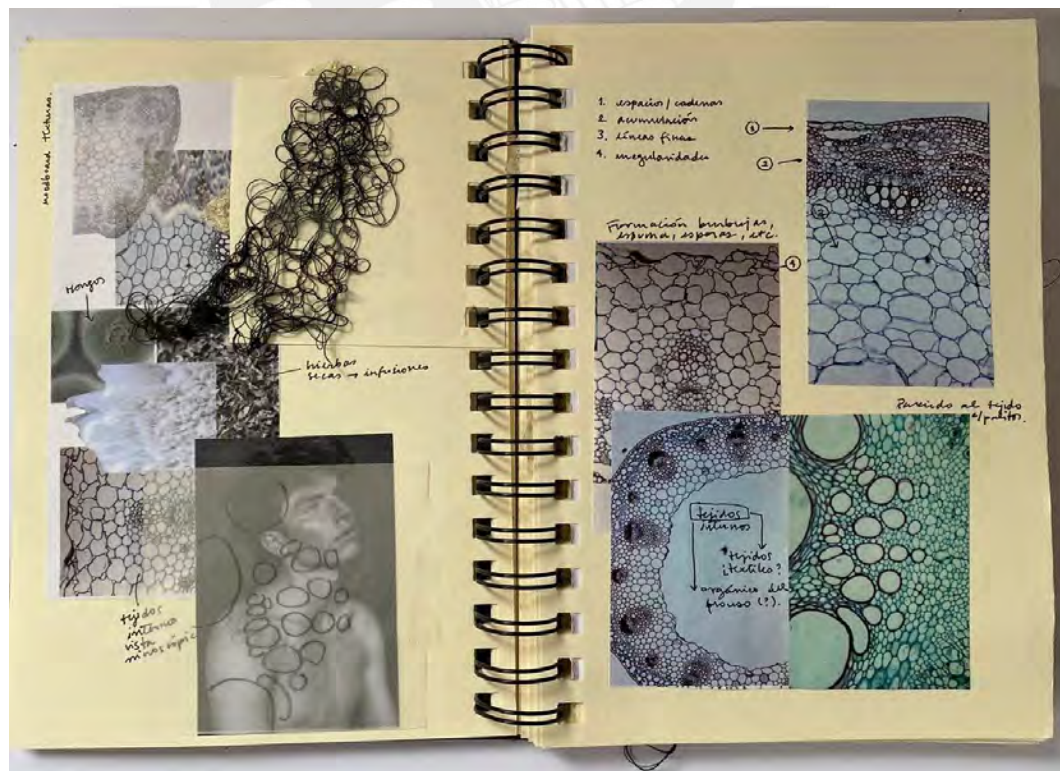


Figura 15. Traslucidez del material



Así mismo, en paralelo a la elaboración física del material, se trabajó la bitácora (de manera física y virtual), como principal herramienta de apoyo en la recolección de datos y en la construcción formal del concepto. En ese sentido, en la Figura 16, se muestra como por medio de moodboards, se amplía el concepto de *tejido* hacia uno orgánico, profundizando en el estudio de sus formas y buscando maneras de trasladarlo a la materialidad; se encontró que por medio de las burbujas al momento de preparar el material se podía conseguir una textura similar a las referencias del moodboard, así como también resultó importante reconocer al tejido como la mínima estructura viva, tanto en la biología como en el diseño textil, el cual utiliza el tejido para el desarrollo de sus propuestas de indumentaria.

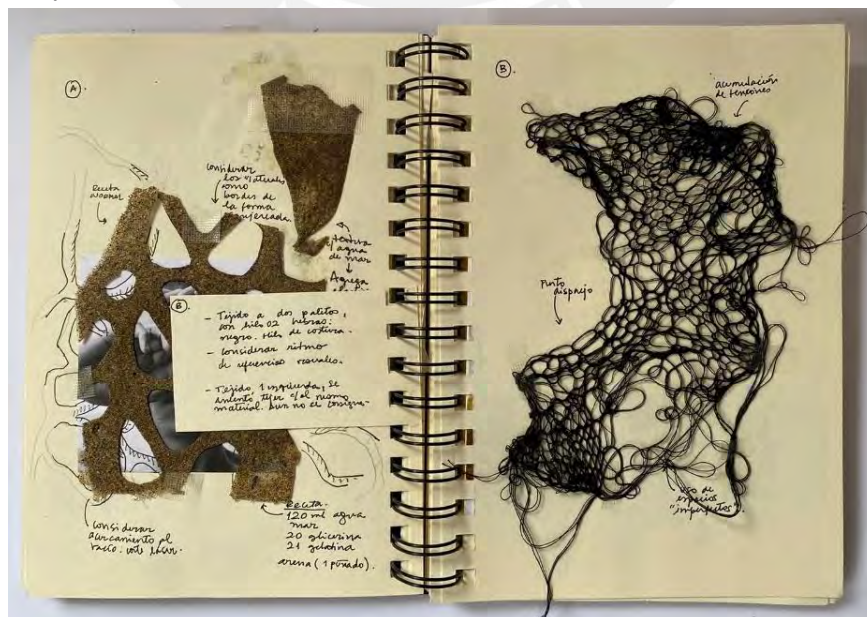
Figura 16. Bitácora de materiales.





Dicho eso, el tejido como técnica orgánica, empieza a aparecer cada vez más como parte de la exploración material de la propuesta. Se realizaron muestras en tejido de punto a palillos con diferentes grosores de hilo y con el mismo material (posteriormente se agregaría el tejido plano a telar), priorizando siempre las sensaciones y oportunidades que el material ofrece al momento de tejer (Figura 17).

Figura 17. Exploración de la forma



Por su parte, la elaboración de este nuevo biomaterial con burbujas, tomó como base la receta del material de hierba luisa, reduciendo la cantidad de glicerina, por la necesidad de agilizar el secado para poder respetar la formación de las burbujas. Para ello, también se agregó jabón o detergente natural, al momento de batir la preparación, lo que hizo que la formación de la textura aparezca con mayor facilidad. En las siguientes imágenes se puede observar el aumento significativo de espuma entre la preparación base (Figura 18) y la que contiene jabón (Figura 19).

Figura 18. Preparación de biomaterial. Receta base.



Figura 19. Preparación de biomaterial. Receta con jabón.



Para potenciar esa textura, se sopló, por medio de una cañita o popote de papel, consiguiendo burbujas de mayor tamaño. Luego de eso, se fue colocando la preparación en un molde de plástico dándole la forma deseada. El tiempo de desmoldado es menor al de la mezcla anterior, lo que permite sacarlo del molde y dejarlo secar en alguna superficie con relieve, si es que se quisiera modificar su forma. Finalmente, cuando el material está totalmente seco, reduce ligeramente su tamaño y su superficie se vuelve rígida y brillante. En la Figura 20 se observan los dos biomateriales trabajados hasta el momento, con la intención de comparar la textura y características formales de cada uno, mientras que en la Figura 21, se pueden observar con mayor detalle las burbujas en el resultado final. La elaboración de estos dos biomateriales, permitió el avance, en paralelo, de la exploración de la *prenda piloto*. En la cual se analizaron formas, tipologías, morfología, y el sistema de construcción entre materiales.

Figura 20. Comparación de materialidades.



Figura 21. Segunda exploración del material.



El proceso de desarrollo de materiales, involucró una constante revisión a las texturas generadas en el moodboard inicial. Por ello, para el desarrollo de la colección se consideró oportuno ampliar la paleta de biomateriales, trabajando con arena como añadido a la base inicial de gelatina. Esto permitió explorar la materialidad desde otra perspectiva, analizando componentes estéticos como texturas y grosores que no habían sido trabajados anteriormente.

Se realizaron 3 exploraciones finales:

En la primera experimentación, se elaboró la preparación de agua, glicerina y gelatina, y se añadió la arena cuando la preparación inicial ya estaba vertida en el molde.

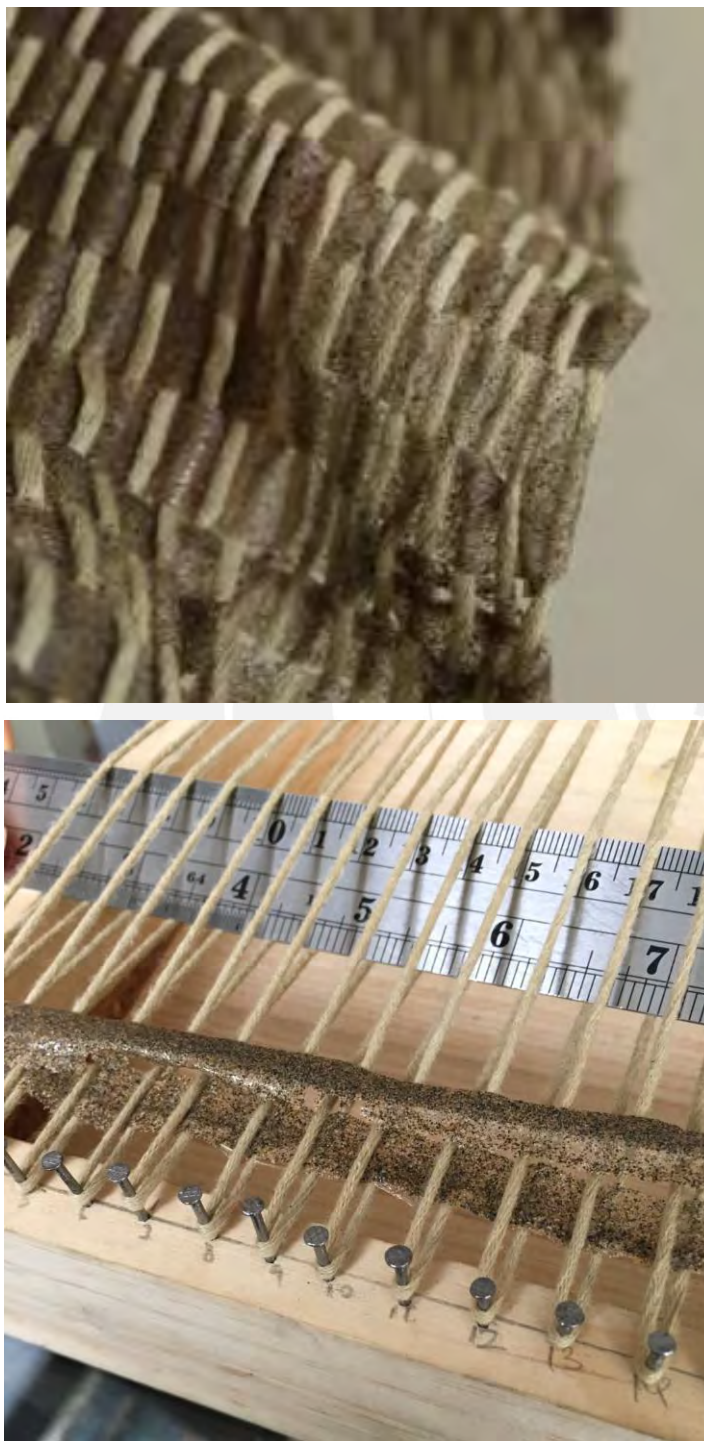
El resultado, en este caso, no fue homogéneo, ya que algunas zonas tenían mayor cantidad de arena que otras, pero la textura resultó suave y ligera al tacto (Figura 22).

Figura 22. Primera exploración de arena.



En la segunda exploración, se decidió incluir la arena dentro de la preparación de la mezcla. En este caso, verter la preparación al molde y esparcirlo resultó complicado, ya que dejó de ser líquida y empezó a tener una textura cada vez más espesa (como un puré), esto hizo que el resultado final sea mucho más grueso que el de la primera exploración. En este caso, se decidió tejer el material en técnica de telar, con la intención de volverlo más flexible y aplicando el concepto de tejido como mínima estructura orgánica (Figura 23).

Figura 23. Segunda exploración de arena. Técnica telar.



En este último caso, además de usar la arena, se trabajó con agua de mar, con la intención de conservar su olor. Lamentablemente, el olor se fue perdiendo con el pasar

de los días. Además, la salinidad del agua hizo que la textura cambiara completamente (volviéndolo más delicado y elástico), a pesar de haber utilizado exactamente las mismas cantidades de glicerina y gelatina que en el primer caso (Figura 24).

Figura 24. Tercera exploración del material con arena. Agua de mar.



El proceso creativo en esta exploración material aparece como una constante intención de búsqueda hacia conceptos diferentes, en donde la forma de aterrizarlos no se preocupa por racionalizar cómo será posible, sino que ofrece un abanico de opciones con el único fin de probar, experimentar y *experimentar* cuál podría ser el resultado. Este acercamiento hacia la búsqueda material permite adoptar los *errores* como nuevos puntos de partida para una continua experimentación.

En cuanto a la construcción de la prenda *piloto* y el desarrollo de la colección, la experiencia se perfila nuevamente como desconocida, ya que no ha existido ninguna situación previa que le permita a la memoria recordar y conocer el comportamiento del material bajo las técnicas de costura tradicionales, como el continuo paso de la aguja y el hilo al momento de coser o remallar, o si es posible el uso de avíos que puedan *simplificar* el acceso a la prenda, tales como cierres, broches o botones. Todas esas dudas que explican el inicio de un nuevo experimentar constante, hicieron que la diseñadora tenga que desaprender los conceptos de construcción y confección aprendidos hasta el momento y se enfrente a una construcción de indumentaria distinta, retando su capacidad de diseño y su propio *experimentar*.

En ese sentido, el proceso de construcción de la prenda, inicia – comúnmente – con las ilustraciones que el diseñador ha realizado, derivando en moldes de patronaje, corte de tela y finalmente la confección de la prenda. Sin embargo, en este caso, resultó difícil diseñar y plasmar en ilustraciones las características formales de materialidades que no se conocían, así como empezar el proceso de producción sin conocer la resistencia y maleabilidad del material. De acuerdo con eso, se empezaron a trabajar formas y volúmenes directamente sobre el maniquí. Empezando un proceso creativo donde la propuesta inicial sucedía en 3D, luego era fotografiada y analizada en la bitácora y finalmente, era modificaba nuevamente sobre el maniquí. Esto permitió resolver constantes problemas de accesibilidad y estructura en las primeras propuestas, donde la prenda no podía soportarse sin la ayuda de alfileres que la sujetaran al maniquí. De esa forma, la prenda fue derivando de una morfología más compleja (Figura 25) a una más sencilla, que acompañe la forma del cuerpo y facilite su construcción (Figura 26).

Figura 25. Silueta recargada. Construcción de la primera propuesta.



Figura 26. Silueta sencilla. Construcción de la primera propuesta.



Así mismo, el material fue trabajado en moldes de 70 x 50 cm por lo que resultó necesario coser 4 *paños* para cubrir una mayor superficie del cuerpo, los cuales se cosieron a mano y cubrieron la parte del pecho, abdomen y cadera, así como parte de las zonas laterales. Sin embargo, al momento de coser las uniones de los hombros (con un paño que cubriría la zona de la espalda), la tensión y el peso de la prenda ocasionó que el material se rompiera, por lo que fue necesario considerar una forma de unión que distribuyera mejor su peso (Figura 27).

Figura 27. Unión inicial trabajada con retazo de tela.



La unión entre piezas por medio de otro material ayudó a reforzar la prenda y permitió una mejor fijación al cuerpo. Por ello, se propusieron en la bitácora algunas ideas de hilos, nudos o materiales que pudieran servir como sujeción entre las piezas de la prenda. (Figura 28 y 29)

Figura 28. Exploración en la bitácora: Tipo de uniones



Figura 29. Exploración en la bitácora: Diferentes hilados.



Como solución a dicho problema, se planteó el uso de ojales colocados estratégicamente en las zonas de mayor tensión, los cuales hilvanados con un hilo de algodón orgánico teñido natural, sirvió como estructura y sistema de soporte a la prenda (Figura 30). A su vez, resulta importante mencionar que se decidió la posición de cada material, de acuerdo a las sensaciones que este generaba sobre el cuerpo; por ejemplo, el material hecho con hierba luisa, se consideró en las zonas donde este pueda ser *experimentado* especialmente por el sentido del olfato (además de tocado, degustado o visto), mientras que la textura rugosa del material de burbujas fueron colocadas en la parte de la espalda, ofreciendo y *activando* de forma distinta el sentido del tacto en esa zona.

Figura 30. Utilización de ojales.



En esta etapa del desarrollo, el espacio creativo ocurrió como vaivén entre los bocetos de bitácora (Figura 31) y la construcción sobre el maniquí o la modelo (Figura

32), lo que conllevó a constantes modificaciones y estudios que definieran mejor los detalles de la forma y su tipología. De acuerdo con ello, se muestran en las siguientes imágenes la intervención manual, los apuntes y bosquejos realizados en la bitácora, con la intención de mostrar la continua evolución de la propuesta.

Figura 31. Dibujo sobre la bitácora digital

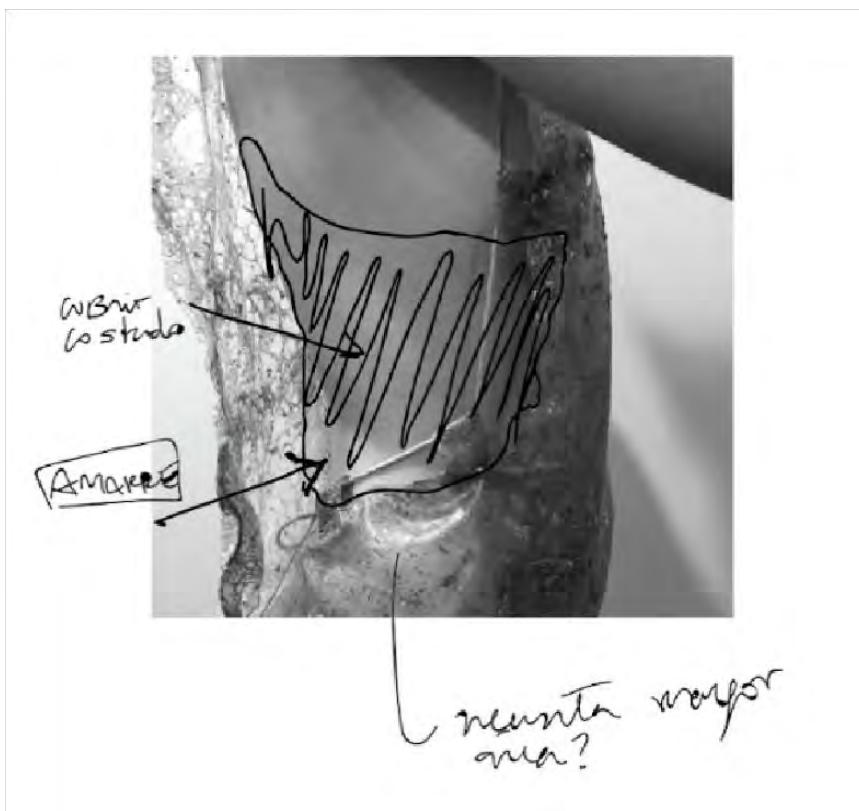


Figura 32. Construcción sobre cuerpo humano.



Dentro de la misma exploración y experimentación en cuestiones de forma, se consideró pertinente agregarle mangas a la prenda, jugando con capas y tensiones entre los ojales. Además de explorar de manera más detallada el comportamiento del material sobre un área de constante movimiento como lo son los brazos y las manos. En ese sentido, se plasmó en la bitácora anotaciones de cómo la morfología podría acercarse e integrarse con la prenda base y bocetos de la tensión del hilo sobre los hombros (Figura 33), así como sugerencias sobre la técnica y textura que el material podría adoptar para ser utilizado en esa zona del cuerpo (Figura 34).

Figura 33. Bitácora de exploración

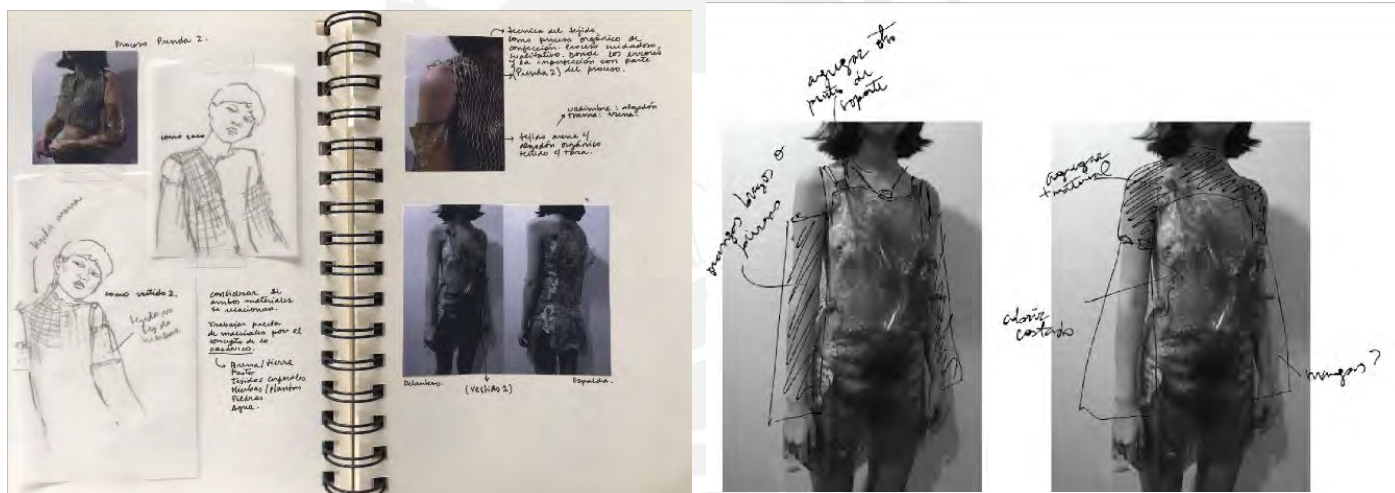
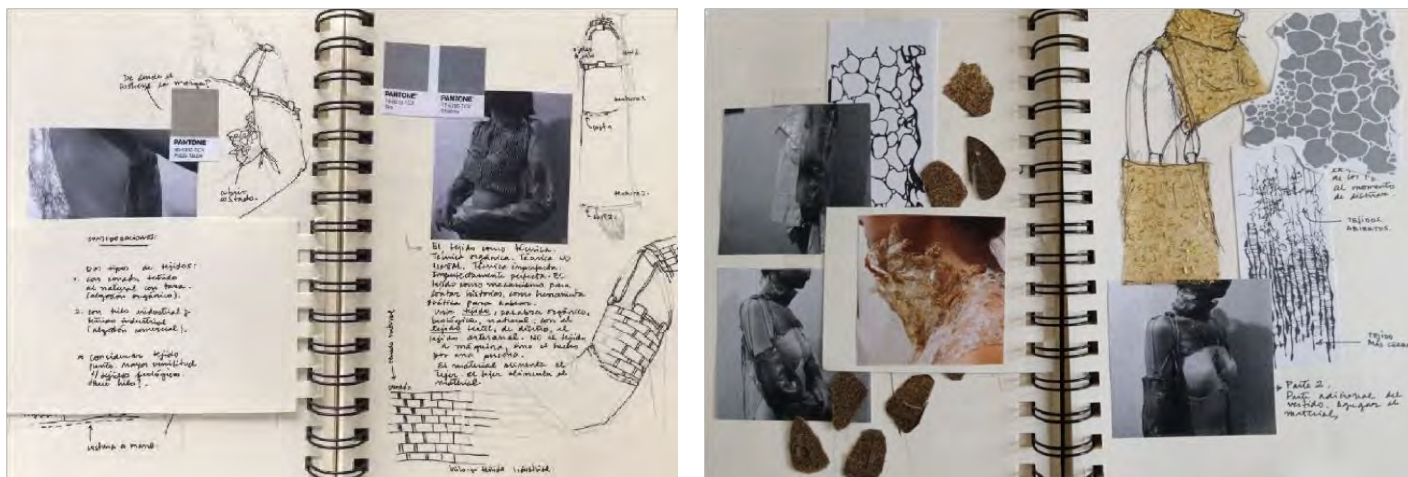


Figura 34. Bitácora de exploración



De esa forma, el resultado final de esta prenda (Figura 35 y 36), engloba una experiencia constante entre el experimentar y el *experienciar* abrazando las irregularidades del proceso de creación y aceptando el desarrollo sensorial y sensible del mismo. A su vez, este resultado marca el punto de partida para el planteamiento formal y específico de la colección, la cual tiene como objetivo central: impactar en los sentidos del usuario desde su materialidad y accesibilidad de la prenda.

Figura 35. Fotografías finales de la prenda



Figura 36. Prenda piloto con manga



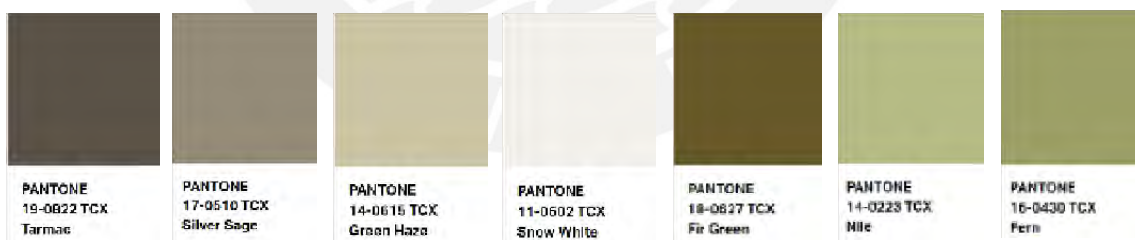
Por otro lado, esta primera etapa de exploración (a nivel material y/o de construcción), facilita el aprendizaje de una técnica o comportamiento, almacenando recuerdos y sensaciones en la memoria de la persona impactada. Particularmente en este caso, la exploración obliga a la diseñadora a *desaprender* ciertas soluciones al momento de acercarse al proceso creativo, y a reconocer las distintas opciones que puedan ir apareciendo en el camino. De esa manera, se puede decir que el proceso creativo no impacta únicamente los sentidos físicos de la persona, sino que le ofrece una experiencia que también es interior, ya que muchas de las experiencias aquí generadas no se pueden traducir en palabras o discursos, y es en donde aparece inmersa la diseñadora como sujeto dentro de esta experiencia creativa. Dicho eso, se resumen las elecciones estéticas y creativas que aparecieron en la colección, las cuales fueron

definidas durante todo el proceso de aprendizaje y *des-aprendizaje* explicado anteriormente:

En primer lugar, la colección toma como punto de partida la sensorialidad tanto del proceso creativo como del sentido estético del cuerpo, considerando esto último como vital para la elaboración del *shock*. Frente a la necesidad de ofrecer una experiencia a los sentidos y a su capacidad de respuesta al momento de vestir, se realiza una experimentación material donde los aspectos formales ya no se limitan únicamente a una perspectiva ocularcentrista, sino que también se consideran olores, texturas (entre tejidos y no tejidos) y sabores, al momento de plantear la colección.

La paleta de colores (Figura 37), en este caso, surge como resultado de toda una experiencia creativa, específicamente de la experimentación del material; donde el componente visual existe, pero no con el peso protagónico al que suele estar acostumbrado.

Figura 37. Paleta de colores (Fuente: Pantone)



Por otro lado, la carta de materiales (Figura 38) abarcó propuestas tejidas y no tejidas con la intención de tener un impacto en los sentidos del usuario de diferentes maneras. Por ejemplo, desde el olor y el sabor, con los materiales de hierba luisa y manzanilla; o explorando distintas texturas como es el caso de los materiales hechos de espuma, arena o en la misma técnica del tejido. Así mismo, el código QR presente en la

Figura 39, funciona como acceso a un video hecho por la diseñadora en el que se aprecia la cercanía del material de hierba luisa a los sentidos propuestos durante el todo el proceso de exploración.

Figura 38. Paleta de materiales

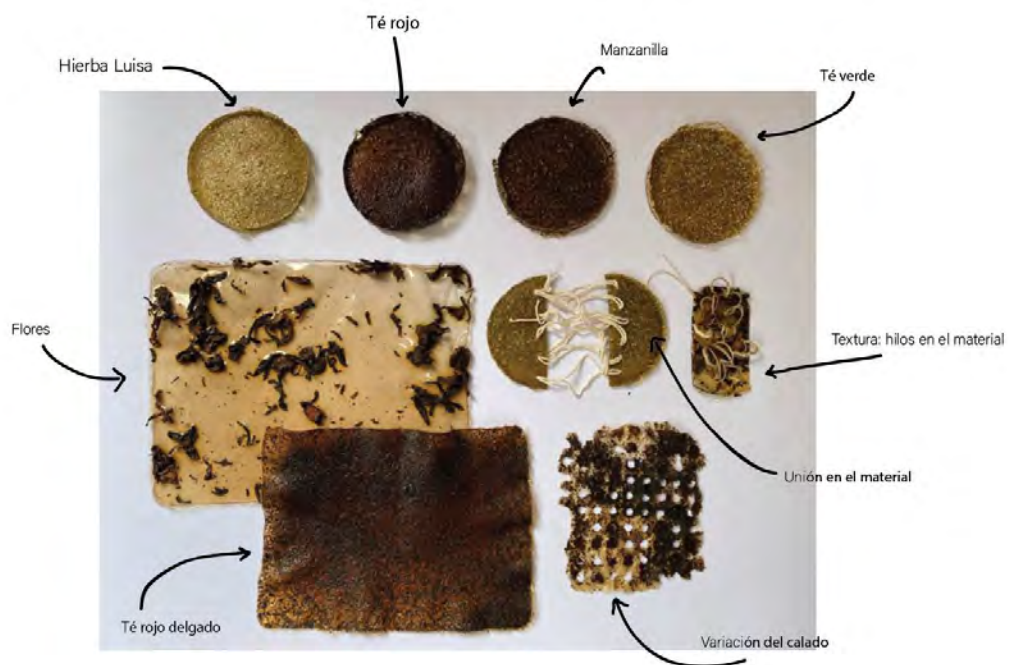
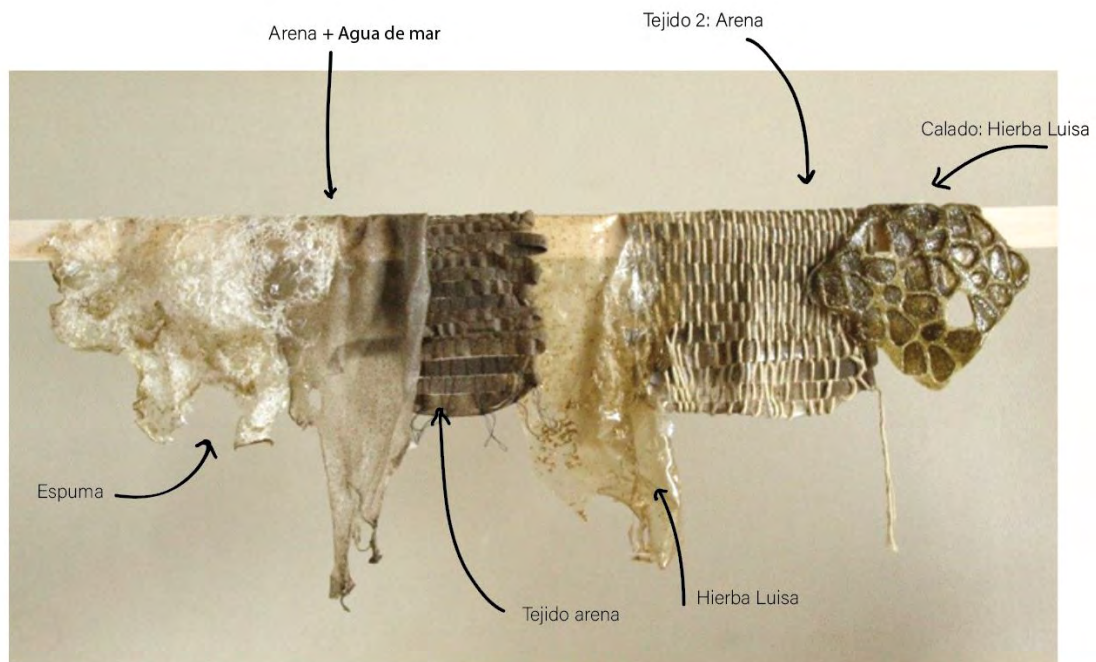


Figura 39. Código QR. Video: Experienciar el material de hierba luisa



Considerando que los análisis de esta investigación no se rigen exclusivamente al comportamiento de los sentidos como parte aislada de la percepción sensorial sino más bien como una parte fundamental de la experiencia estética al unir el componente subjetivo del mismo sujeto, se presenta en la Figura 40, el desarrollo de un esquema o cuadro comparativo entre los diferentes materiales trabajados y la manera en la que estos han impactado el sentir de la diseñadora no solo por medio de los sentidos como receptáculos sensoriales sino también desde la acción no lingüística del sentir durante el proceso creativo.

Por otro lado, retomando la narrativa del desarrollo de la prenda y la experiencia de accesibilidad de la misma, se combinó tipologías de cortes rectos por la elaboración en *paños* del material y un sistema de ojales y tensiones que permiten repartir el peso de la prenda en lugares estratégicos. Así como también, la utilización de métodos convencionales de acceso a la prenda como cierres o broches (Figura 41).

Figura 40. Cuadro comparativo de la experiencia estética ofrecida por cada materialidad.

Material	Modificación	Sentidos Impactados	Características estéticas					Moho
			Vista	Olfato	Gusto	Oído	Tacto	
Hierba Luisa	Intervención con hilo	3	Contraste bajo de color	olor fuerte	no comestible por el hilo	-	Texturoso, semi rugoso y suave por el hilo	si
Hierba Luisa	-	4	verde , medio traslúcido	Olor fuerte como ácido. Al principio me pareció agradable, después de prepararlo 20 veces ya no lo soporto.	comestible: acidez suave, amargo al final	-	Semi elástico, totalmene flexible, rugosidad baja, si se fuerza mucho se rompe	si
Hierba Luisa	Calado	3	verde oscuro, mayor concentración de aditivo	olor fuerte	no comestible: se usó glicerina común	-	interesante juego entre tocar vacío por el calado, el relieve y la misma textura semi rugosa del material.	no
Manzanilla	-	4	marron oscuro. Oscurece al secar	olor agradable. Calma, tranquilidad.	comestible: ligeramente menos amargo que el de hierba luisa	-	Rugoso pero agradable, al colocarlo sobre el cuerpo se siente helado, pero luego absorbe la temperatura corporal	si
Té negro	-	3	marron bien texturado	olor intenso, rico, bastante parecido a la infusión, con canela y clavo de olor. Me da calma. Activa recuerdos familiares.	no comestible: se usó glicerina común	-	Textura rugosa.	si
Té verde	Incluía linaza	3	verde medio	no muy agradable, huele ligeramente agrio.	no comestible: se usó glicerina común	-	Textura menos rugosa que el te negro.	si
Flores	-	4	traslúcido por algunas partes, tonalidades guindas-negras por la flor. Un lado es brillante y el otro mate.	olor entre dulce, papel quemado y otro olor no identificable.	no comestible	cuando se aprieta: sonido seco, como si algo se estuviera quebrando poco a poco.	extura bastante rugosa, lastima un poco las manos al cogerlo, especialmente cuando se aprieta. Tiene un lado totalmente liso. Es frío.	no
Arena	Agua de Mar	3	traslúcido, por algunas zonas se puede ver cada grano de arena de manera independiente.	al inicio olia a mar, al final solo queda un ligero olor a sal y arena/tierra.	no comestible	-	elástico, bastante pegajoso al inicio, especialmente en los dedos al momento de desmoldar, se rompía con facilidad sobre el cuerpo por el mismo calor corporal.	si
Arena	Tecnica telar	3	no traslúcido, con tonalidades entre marrones y grises	olor a arena mojada	no comestible	-	textura suave y agradable sobre el cuerpo cuando se utilizó el hilo de algodón orgánico	si
Tejido Punto	-	2	Dependiendo el hilado, generalmente en tonos naranjas, verdes y ocres.	-	no comestible	-	bastante agradable; especialmente el de alpaca. El tejido trabajado con hilo de coser era muy liviano, se sentía como si no se estuviera usando nada.	no

Figura 41. Prueba de resistencia. Uso de cierre



Finalmente, la colección trabajada como resultado de toda la exploración antes comentada, fue la siguiente (Figura 42):

Figura 42. Colección Experienciar.



Figura 43. Desarrollo de prenda piloto: flat, materiales, colores y sentidos involucrados.



Figura 44. Desarrollo de colección: materiales, colores y sentidos involucrados.



En esta colección, se trabajaron materialidades, olores, texturas, sensaciones, sabores y colores al momento de armar las tenidas, de manera que cada una pueda acceder por lo menos a dos o tres sentidos y pueda ser percibida desde diferentes perspectivas sensoriales, y en donde el cierre de esta investigación, significa a su vez, el cierre de la experiencia del proceso creativo de esta colección.

Si bien resulta imposible entender el *experienciar* como una acción aislada; la diseñadora, en su faceta de investigadora, centra su interés en analizar cómo el proceso creativo significa una experiencia constante para el mismo ser creativo, y cómo este atraviesa un espacio de continua auto-comunicación y conversación con sus propias sensaciones. Al mismo tiempo, en su faceta de creadora, la diseñadora aterriza sus vivencias en una colección de materiales alternativos al diseño de moda y experiencia ahora desde el sentir físico y por medio de los sentidos diferentes percepciones.

Así mismo, en la Figura 45 y Figura 46 se puede apreciar la presencia del moho en la prenda *piloto* luego de dos meses a la intemperie. En el caso del moho en la manga (Figura 38), la textura cambia dando lugar a una especie de afelpado con diferentes tonalidades, creando una textura no solo táctil sino también visual; mientras que en el caso del cuerpo de la prenda (parte delantera) el comportamiento del moho varió ligeramente, generándose una fina capa de pelusas blancas. El olor en ambos casos, ha desaparecido casi a su totalidad dejando una ligera fetidez por las esporas del moho. Por otro lado, el sentido del gusto en este caso, ha sido inhabilitado debido a la toxicidad que supondría consumir la prenda con moho.

Figura 45. Evolución del proceso del moho en la manga de la prenda.



Figura 46 Evolución del proceso del moho en el cuerpo de la prenda.



Estos cambios en la prenda, surgen incluso después de finalizado el planteamiento de la colección de indumentaria, por lo que la características formales desarrolladas durante el proceso de creación ahora han cambiado generando nuevas texturas, olores, colores

– y de poder comprobarse – incluso sabores, demostrando que lo orgánico al igual que la experiencia sensible, no puede ser eterno, sino que incluye - tácitamente - un concepto de cambio y de evolución, al igual que el proceso creativo, al igual que la necesidad del shock en la estética y, especialmente, al igual que la labor del diseñador, quien necesita renovarse y renovar su perspectiva constantemente para que su obra también pueda evolucionar.



4. Conclusión

El desarrollo de este proyecto inició con la intención de plantear una colección desde la percepción de los sentidos, descentralizando el concepto de lo estético de la percepción visual. De esta manera, se creó a partir de la propia experiencia estética de la diseñadora, un proceso de diseño adaptando conceptos y metodologías propias del desarrollo creativo, desembocando, finalmente, en el planteamiento de una colección sensorial. Con la elaboración del marco teórico, el concepto central del *sentir* se profundiza y comienza a tomar una perspectiva más amplia, donde la experiencia sensible incluye el componente estético (cuestionando la perspectiva *ocularcentrista* con la que ha sido constantemente vinculado) y la misma acción de *sentir* (como una acción no-lingüística, imposible de ser traducida a palabras), la cual también formó parte del desarrollo creativo y profundizó el acercamiento al proceso de diseño como un espacio de construcción ideario e identitario para el diseñador.

El diseño metodológico, por su lado, perfiló el carácter de la investigación a uno experimental y *experiencial*, donde es la misma experiencia dentro del proceso de creación la que dirige la intención y el resultado final, tanto del planteamiento, como del proyecto en general. Al mismo tiempo, la elección de tomar como método de investigación la investigación-creación expuesta por Daza (2009), permitió encontrar un sustento investigativo y formal en la misma acción de crear, explorando la experiencia que este método considera indispensable para su desarrollo y vinculando su proceso a la experiencia sensible antes descrita.

Bajo esa perspectiva se desarrollaron los objetivos específicos de la investigación. Partiendo por conceptualizar el diseño como una disciplina proyectual que se constituye

con y a partir de la experiencia; el proyecto toma como punto inicial para la construcción del concepto de la colección, lo orgánico de lo sensible en el desarrollo creativo, donde la experimentación influyó en un planteamiento no lineal de la propuesta, y donde lejos de incomodar o entorpecer el proceso creativo, lo enriqueció y ofreció diferentes soluciones al planteamiento inicial. Dicho eso, la investigación también cuestiona la falta de experiencias sensibles, especialmente estéticas, desde la perspectiva de Buck Morss (1993) dentro del proceso metodológico de diseño. Encontrando que, si bien el proceso de crear es sensible y orgánico, y se entreteje constantemente desde diferentes perspectivas, la experiencia metodológica (es decir, la experiencia *no* estética de crear bajo el método) centra y anestesia la capacidad de respuesta de dicho proceso, adiestrando la percepción del diseñador hacia un método enfocado en resultados comerciales. El diseño con dicho enfoque tiene un principal interés: el producto terminado y su comercialización; características opuestas a las propuestas en esta investigación.

De acuerdo con eso, se analizó el segundo objetivo específico del planteamiento: Proponer la experiencia como mecanismo central de una labor de diseño. En ese sentido, la elaboración de la colección en este proyecto encontró su principal razón de ser en devolverle la autoridad a la experiencia sensible en el diseño al momento de tomar decisiones, donde la constante experimentación y *experienciación* de cada etapa del desarrollo, sirve de ejemplo entre la experiencia estética y la experiencia interior dentro del proceso creativo. En otras palabras, el desarrollo creativo aquí planteado consideró e impactó a la diseñadora con la prenda creada y con la misma acción de crear, acercándola de esta manera a una experiencia interior. Frente a esta situación, la investigación profundizó en el momento del *clímax* creativo, encontrando que, al

experienciar, el creador también se auto-crea - y posteriormente se auto-deconstruye - para volver a construirse. Esta reinención constante, como parte de su labor, permite que su obra también se reinvente y pueda salir de la anestesia del mercado: pero para ello, necesita acercarse al crear desde su organicidad y no como una aculturación de la disciplina.

Por esa misma razón, el estudio planteó una deconstrucción de la actual metodología proyectual de doble diamante, donde utilizó las etapas de dicho método en un orden diferente, considerando únicamente la experiencia que el espacio creativo ofrecía y, a la vez, necesitaba. Es decir, este estudio decidió crear en base a la experiencia sensible y *experienciar* sensiblemente en base a la creación.

Por otro lado, la investigación propone, a su vez, como parte de ese proceso creativo activo, acercarse a la experiencia del diseño desde su interdisciplinariedad, considerando que el diseño textil y de indumentaria trabaja directamente con un soporte ya orgánico: el cuerpo y sus sentidos, encontró en la biología una disciplina aliada con la misma capacidad orgánica y sensible de la que se habla y propone en esta investigación. La biología le ofrece nuevas perspectivas al proceso creativo textil y de indumentaria de la diseñadora, siendo la más importante, su participación en la materialidad.

Por último, el tercer objetivo específico planteado: crear materiales, textiles o no textiles, e indumentarias desde lo sensorial, permite la participación de materias alternativas al diseño de moda, con la intención de conseguir a través de ella, una mayor participación sensorial. La *materia viva* con la que se trabaja la colección, incluye dentro de su componente orgánico plantas aromáticas y comestibles, como manzanilla y hierba luisa; mientras, por otro lado, utiliza la arena como principal aditivo en la elaboración de

los biomateriales, conjugando diferentes técnicas textiles que obligan a la diseñadora (en su papel de creadora) a ser consciente de cada decisión que toma durante su proceso, despertando sus sentidos físicos (vista, olfato, gusto, tacto).

Así mismo, como sujeto impactado por la misma experiencia estética, la diseñadora cuestionó los conceptos ya aprendidos sobre el desarrollo del proceso creativo, discutiendo no solo la materialidad comúnmente trabajada, sino también su funcionalidad y su manera de construcción, lo que derivó en una experiencia distinta para el usuario tanto al momento de percibir la prenda, como al *experimentarla*. Esa sensación de extrañamiento que se genera cuando la memoria no puede acceder a un recuerdo previo, sería el *shock* tomado de la perspectiva de Buck-Morss (1993), al que se ha accedido por medio de una experiencia estética desde el diseño textil y de indumentaria y que, en este caso, impactó directamente a la misma diseñadora y sus sentidos.

La investigación podría ser ampliada hacia terrenos del bio-diseño como discurso de la conexión natural que tiene el cuerpo, como ente sensible, con el entorno y como crítica a la alta contaminación producida por esta industria. Para esta segunda etapa del estudio, sería interesante retomar la perspectiva de Haraway (2019) desde una visión sensible y estética del cuerpo-entorno, profundizando en términos como la *dobles muerte* expuesta por la misma autora, la cual reclama la extinción masiva de las especies, y la urgente situación climática en la que nos encontramos como un asesinato a las oportunidades y como una necesidad de entretejer opciones para salvarnos todos: humanos y no humanos.

Dicha continuación de este estudio, permitiría, además, entrar con una visión más aguda en la elección de biomaterialidades orgánicas, incluyendo, por ejemplo, la

utilización de bacterias, u hongos en la construcción de este nuevo concepto. Además de permitir incluir a más personas dentro de la misma experiencia sensible de la que se ha hablado durante toda la investigación y ampliar su recojo de información para posteriores análisis.

De esa manera, y a modo de conclusión, este estudio considera como objetivo central la generación de experiencias estéticas durante todo el proceso de creación de la propuesta y el impacto que estas han podido tener en el sujeto involucrado (en este caso la diseñadora, como investigadora-creadora), demostrando que el diseñador se reconstruye en cada obra; y que su labor, en tiempos actuales, necesita de una posición crítica como agente de cambio más que como una parte adicional en la cadena de valor industrial. Dicha conclusión derivó en experiencias, sensaciones, sentimientos y recuerdos involucrados en el mismo proceso de investigar y crear, los cuales fueron posteriormente trasladados a la construcción de una colección de indumentaria que permitió por medio del shock creativo, y tomando como punto de partida el *sentir* de los sentidos, encontrar en la interdisciplinariedad de la conexión biología-diseño textil y de indumentaria una manera de proponer una experiencia estética, permitiendo devolverle la capacidad de sentir al cuerpo al momento de vestirlo.

Esta serie de acciones demuestra que el diseño de indumentaria es una disciplina sensible, que necesita de una restauración sensorial en sus propuestas finales, donde, generalmente, el mercado dirige la atención al sentido de la vista, olvidando la organicidad presente en el cuerpo como receptor y lienzo de las prendas creadas, así como la versatilidad que ofrece la disciplina como espacio de creación abierto a la experimentación y experienciación constante, las cuales desembocan en la necesidad

de regeneración y en el continuo cambio que reclama la labor del diseñador como ente crítico y creativo de su entorno y como generador de *shock*.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aicher, O. (2005). *El mundo como proyecto*. Gustavo Gili. Barcelona
- Bataille, G. (1973). *La experiencia interior seguida de método de meditación y de postscriptum*. Taurus Ediciones. Barcelona.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad*. Editorial Itaca. México.
- Buck-Morss, S. (1993). *Estética y anestésica Una revisión del ensayo de Walter Benjamin sobre la obra del arte*.
- Calvera, A. (2010). Cuestiones de Fondo; Hipótesis de los tres orígenes del diseño (pp. 63-86). Campi, I. & Salinas, O. Designio. España.
- Cadena, G. & Paz y Miño, M. (2017). Diseño de moda conceptual: Estrategias para su planteamiento a partir de rasgos identitarios de pueblos indígenas. Tesis de grado. Universidad del Azuay. Ecuador.
- Círculo de Bellas Artes (2008) *La utilidad en el diseño*. Gobierno de España. España.
- Clark, H. (2012). *Conceptual Fashion*. Bloomsbury Publishing PLC.
- Consonni Ediciones (10 de julio del 2020). “Seguir con el problema” de Donna Haraway/ conversación entre Donna Haraway y Helen Torres/ subt. (Archivo de video). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-WN6SYkjQSs>
- Daza, S. (2009) *Investigación - creación un acercamiento a la investigación en las artes 1*. (Tesis publicada por Institución Universitaria Iberoamericana). Horiz. Pedagógico. Volumen 11. N° 1. 2009. Pp. 87-92

Design Council (s.f) *Doble Diamond*. Recuperado de:

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Elejabeitia, J (2018) *Coaching con design thinking*. Next you. Madrid.

García, M. (s.f). *Arte, Creatividad y diseño*. Universidad Alberta de Catalunya. España.

Gil, E. (2007). *De lo bello de las cosas materiales para una estética de diseño;*

Mentalidad de diseñador (pp. 72-84). Calvera, A. Gustavo Gili. España.

Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema*. Consonni. San Francisco.

Ingold, T. (2014). *La creatividad que se experimenta*. (Investigación publicada por la

Universidad de Alicante Proyectos Arquitectónicos: Pedagogías Críticas,
Políticas Ecológicas y Prácticas Materiales

Jenkin, S. (2005). *Fashion Design*. Lawrence King. London.

Lawson, B (2005). *How Designers Think*, the design process demystified. Biddels. UK.

Le Breton, D. (2018). *Desaparecer de sí*. Siruela. España.

Morley, J. (2013). *Conceptual Fashion: Design, Practice and Process*. [Tesis de grado,

Queensland University of Technology]. Australia.

Munari, B. (2018). *Fantasía*. Gustavo Gili. Barcelona.

Munari, B. (1981). *Como nacen los objetos*. Gustavo Gili. Barcelona

Pallasmaa, J. (2014). *La imagen corpórea, imaginación e imaginario en la arquitectura*.

Gustavo Gili. España.

Wieman, H. (1961). *Intellectual Foundation of the Faith*. Philosophical Library. Library of

Congress No. 60-13665.