

(*) **Juan Manuel Fernandez Torres:** “Doctor en Artes” UNC actualmente en curso. “Licenciado en Cine y Televisión” UNC 2013 “Técnico Productor en Medios Audiovisuales” UNC 2007 Profesor Sonido I. Facultad de Artes UNC Profesor Sonido II. Facultad de Artes UNC Profesor Ingreso a los Estudios Audiovisuales. Facultad de Artes UNC Profesor Montaje I. La Metro. Profesor Sonido II. La Metro. Profesor

Sonido I. La Metro. Profesor Diseño de Sonido. La Metro. Docente Investigador en Proyectos de Arte Ciencia y Tecnología UNC/SeCYT Producciones Audiovisuales y Escénica como Diseñador de Sonido, Director/Guionista Expositor en diversos congresos. Evaluador y jurado en Festivales y Proyectos de Producción.

“Fashion Thinking” como estrategia didáctica para la formación de investigadores en el Sistema Moda

Actas de Diseño (2024, abril),
Vol. 45, pp. 236-239. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: marzo 2023
Versión final: abril 2024

Juliet Dayana Donoso Bolaño (*)

Resumen: El diseñador de modas desde una perspectiva creativa, resuelve de forma práctica las necesidades del entorno que giran en torno a su perfil profesional, sin embargo, requiere desarrollar habilidades investigativas que le permitan identificar, gestionar y responder de forma reflexiva, crítica innovadora a la transversalidad del conocimiento con un enfoque científico y dinámico. Para ello la presente investigación busca proponer una estrategia didáctica para la formación de investigadores en el Sistema Moda de la CUN, a partir del “Fashion Thinking” o pensamiento de moda, como una metodología que aborda un proceso sistémico y diferencial en la práctica de la indumentaria y el vestuario, el método utilizado será cualitativo de carácter descriptivo y los resultados se enfocan a la generación de nuevo conocimiento, a través de una guía estratégica y la publicación de artículo como evidencia de divulgación.

Palabras clave: Didáctica – Fashion Thinking – formación – investigación – sistema moda.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 239]

Desarrollo

El diseñador de moda al igual que los profesionales de diferentes áreas de la ciencia, debe desarrollar habilidades investigativas que le permitan identificar, gestionar y proponer respuestas y soluciones a las diferentes problemáticas y necesidades que giran en torno a su perfil académico, es necesario entonces “identificar los fundamentos teóricos y conceptuales que permiten el estudio formal de la formación y desarrollo de habilidades investigativas como eje transversal de la formación para la investigación en el pregrado.” (Martínez & Márquez, 2014, p. 347). Es decir, la revisión de los trabajos resultado de los procesos investigativos, denotan un alto nivel de creatividad, sin embargo, el carácter argumentativo, crítico, innovador y teórico representa un vacío que se debe intervenir de forma sistémica, partiendo de un modelo que incluya una aproximación epistemológica, pero a su vez diferencial a la realidad del sector, vislumbrando un alto impacto en el estudiante y su desarrollo profesional.

Al realizar un análisis general de los repositorios universitarios en Colombia que ofrecen el programa de Diseño de Moda o Afines, se puede ver la falta de evidencias con relación a investigaciones existentes que cumplan

los requerimientos de un método investigativo coherente encaminado a la generación de nuevo conocimiento, por su parte, los estudios realizados con alto impacto en el sistema moda, se producen de manera colaborativa con otros expertos o investigadores que están involucrados en el campo de las ciencias sociales y las Bellas Artes, los cuales destacan la importancia de la moda y la necesidad de involucrar productos y/o servicios que surgen de la pormenorización teórico- práctica, más no de un requisito académico que con el tiempo no representa un aporte significativo a la industria desde la transformación y la prospectiva de este campo de acción.

A nivel internacional se toma como referente el repositorio de la Facultad Arquitectura y Urbanismo de la Universidad UTE en Ecuador, el cual relaciona 146 investigaciones categorizados en áreas como el diseño, antropometría, moda inclusiva, moda sostenible, asesoría, licenciatura de la moda, diseño de colecciones, entre otros, sin embargo, el proceso metodológico se da con un alto rigor investigativo, potenciando las posibilidades del estudiante en campos directivos y gerenciales ya que adquiere las herramientas para tomar decisiones fundamentadas en el conocimiento científico y empí-

rico, cambiando los paradigmas existentes frente al rol profesional del diseñador, “los diseñadores podrían estar descontextualizados y no entender las dinámicas propias de las empresas” (López, 2015, p.63), limitando las posibilidades laborales en cargos representativos a su perfil. El desafío de las estrategias para educar y capacitar a los diseñadores son muchas, ya que hasta el momento no han sido valorados en los negocios, las investigaciones y la articulación con la transformación social, es decir, el profesional debe estar en capacidad de reconocer con fluidez mental, conceptual y creativa las necesidades o fenómenos que tratan el diseño de productos o servicios, desarrollando la innovación como principio, para luego convertirlo en un saber, entendiendo y dominando toda la situación problemática. “La creación de valor en los productos se definirá gracias a los mecanismos heurísticos del diseño. La heurística no garantiza el éxito, pero aumenta la probabilidad de llegar a un resultado exitoso.” (Simón, 2012)

Ahora bien, lo anterior no impide la formulación de un método didáctico que le dé sentido a los procesos investigativos en los estudiantes de pregrado de Diseño de Modas de la CUN en cada uno de su ciclo propedéutico, dando valor a las ideas de forma precisa y reactiva a la realidad del entorno. Para ello, se busca proponer un método partiendo del concepto “FASHION THINKING” definido como:

Una aproximación creativa a la estrategia de negocios que utiliza las mejores prácticas de la industria de la moda. Empoderada a través de tecnología, storytelling, experimentación, tendencias y fuentes abiertas, para agregar significado y valor a la funcionalidad y experiencia de los productos y servicios (Nixon, 2019).

Lo anterior, permite vincular los conceptos epistemológicos de la metodología de la investigación con una propuesta que aborde la creatividad, la innovación, el pensamiento y conocimiento en la formación de los futuros diseñadores de moda de la CUN.

Es por ello que, potenciar las habilidades investigativas en los diseñadores de modas de la CUN, es una necesidad de carácter imperativo, esto representa un impacto individual, profesional e institucional, ya que resulta insuficiente un proceso creativo que carece de un fundamento argumentativo, crítico y metodológico. Por ello, la presente propuesta representa un acercamiento didáctico y pedagógico en la aplicabilidad de herramientas investigativas de los estudiantes, impactando en los resultados que buscan resolver necesidades o abordar problemáticas que requieren una mirada desde la indumentaria, la moda, los textiles y todos sus complementos.

Estas competencias en los estudiantes tiene una estrecha relación con su aplicabilidad en el campo laboral, ya que se ha limitado su capacidad para tomar decisiones, innovar, dirigir proyectos de alta responsabilidad y dar sentido particular a las empresas tradicionales, esto implica que el diseñador debe tener un perspectiva amplia de los procesos y la intervención específica desde la evolución de los modelos tradicionales de empresa o emprendimiento. A su vez, debe entender con mayor

precisión lo que ocurre a su alrededor. Optimizando su actividad profesional.

Institucionalmente la propuesta de una estrategia didáctica a partir del “Fashion Thinking” para la formación de investigadores en el Sistema Moda, se convierte en una herramienta pedagógica diferencial, que involucra las funciones sustantivas del programa, impactando en la formación de personas íntegras, las cuales llevan implícito el empoderamiento de sus habilidades y su relación social en la cotidianidad, desarrollando las virtudes humanas del sentido socio-cultural, la conciencia, la inteligencia y el desempeño efectivo en cada uno de sus roles (Martínez & Márquez, 2014).

Cuando se establece un diálogo con relación al desarrollo profesional de los diseñadores de moda, es imperativo contextualizar la labor de la academia en esta transformación, ya que a través de la construcción del conocimiento, se ha evidenciado la importancia que tiene el relacionar la realidad con los procesos investigativos, dimensionando todo aquello que hace parte de su quehacer profesional desde una perspectiva empírica, teórica y creativa que habitualmente se analiza de forma independiente y no como el complemento al ejercicio formativo y profesional. Para la siguiente investigación se toman las siguientes unidades de análisis, las cuales se fortalecerán en el transcurso del estudio: La importancia de la investigación en el diseño, habilidades investigativas, Fashion Thinking como estrategia didáctica.

Importancia de la investigación en el diseño

Es conveniente resaltar la importancia que tiene la práctica investigativa en el desarrollo profesional de los diseñadores de moda, ya que estas habilidades les permiten reconocer de forma asertiva los aspectos sociales que se enlazan con la indumentaria y el vestuario articulados con los factores culturales, comunicativos, administrativos, semióticos e inclusivos del entorno. Para Pardo (2014),

La moda relacionada desde antaño con los cambios y desplazamientos, hoy se orienta hacia nuevos paradigmas de pensamiento, que impulsados por el contexto económico y tecnológico han hecho emerger cambios en los valores y en los nuevos modos de practicar y entender el consumo y el diseño de moda. (p. 13)

Lo anterior conlleva a reconocer la forma simbólica que atañe la perspectiva de la investigación en el Sistema Moda, la cual posee altos componentes significativos con respecto a los valores y la funcionalidad del diseño, centradas en la indagación, exploración de las necesidades y problemáticas emergentes de los usuarios, las prácticas empresariales, el impacto cultura, las experiencias ambientales desde la sostenibilidad y todo aquello que repercute en los retos que se deben afrontar en el medio, el cual reconoce el protagonismo social de la moda, dinamizando las condiciones cambiantes de los individuos ya que según Barthes (2003, como se citó en Torraza & Martínez, 2017), el poder de la moda ahora es innegable, puesto que

se consideraba un arte banal y menor, en cambio, en la actualidad incumbe de manera primaria en la producción, el consumidor y el producto o servicio.

De esta manera, los métodos que surgen del proceso riguroso de la investigación son un instrumento indispensable para crear nuevas formas de pensamiento en los diseñadores comprometidos con las buenas prácticas en diversos escenarios de creación e innovación, involucrando el saber y el ejercicio participativo. Tal como se describe a continuación:

Una lista de componentes permite definir la naturaleza y la ontología del diseño de moda, entre las que están las siguientes: a) pretende dar respuesta a una necesidad o un problema; b) la obtención de un producto –en este caso prendas de vestir–; c) uso de conocimiento e investigación; d) un elemento estético; f) la intencionalidad y un plan de acción; g) un sistema de acciones; h) se fija en la estructura, la forma y la función del objeto; i) la creatividad y j) la innovación. (Carvajal, 2017, p.3).

Es así como la investigación tradicional debe trascender a escenarios de aprendizaje actuales, competitivos, innovadores, guiados por metodologías ágiles de alto impacto en los aprendices, con ello, brindarles herramientas teóricas, prácticas y creativas para asumir los fenómenos que se dan alrededor de la moda.

Habilidades Investigativas

Las habilidades investigativas han sido abordadas desde diferentes perspectivas teóricas, dado su alcance e influencia en el desarrollo de los individuos para asumir posturas diferenciales en las distintas situaciones del medio. (Pérez & López, 1999) las definen como el dominio de toda actividad práctica y psíquica que regula de forma racional los conocimientos y hábitos de los sujetos, con el fin de reconocer una problemática y su respectiva solución a través de la postura científica. Por otro lado, (Machado et al, 2008) las describe como las tareas que buscan solucionar de forma transversal a partir de la ciencia aquellos aspectos que requieren una intervención sistemática en los diferentes niveles de formación, incluyendo a docentes y estudiantes.

Por su parte, este proceso requiere de autonomía y un comportamiento ético y responsable no solo en las decisiones tomadas durante el proceso investigativo, sino también en su contexto profesional, evitando así prejuicios al propósito investigativo desde el trabajo individual, reflejado en la colectividad el cual es muy importante para el desarrollo de la interdependencia en los objetivos (Rico, Alcover, & Taberner, 2010), al igual que en las tareas asignadas, evidenciados en resultados verídicos y confiables.

El profesor Richard Arum en su libro “A la deriva académicamente: Aprendizaje limitado en las universidades», que fue publicado por la Universidad de Chicago” (Semana, 2013), reporta un 45% en la poca aplicabilidad del pensamiento crítico, el razonamiento y las habilidades

de lectura y escritura durante los primeros años de universidad, peor aún el 36% no demuestra ningún tipo de alca en estos aspectos durante la educación superior. Esto es preocupante para el futuro de la investigación, ya que el rigor metodológico requiere de procesos que permitan la gestión del conocimiento en diferentes campos de la ciencia.

La investigación como generador de conocimiento en diferentes áreas debe mantener el rigor científico, ya que de esto depende la calidad de los resultados de la investigación. Por su parte, es necesario que el grupo de investigadores desarrollen habilidades y cualidades intelectuales y comunicativas que le permitan descubrir y validar de manera objetiva el proceso sistémico y el fenómeno que desean describir, comprender o explicar, según sea el caso, manteniendo un orden sistémico y unas leyes y reglas desde la ética de la investigación.

Es necesario entonces que, el diseñador conceptualice su p las estrategias cognoscitivas que parten de la intervención creativa desde su proceso de enseñanza aprendizaje que asume a diario, para ello, es fundamental que ejecute diversos saberes e escenarios discrepantes al aula de clase, abordando de esta manera posturas autónomas para la solución de situaciones formales o informales relacionadas con su formación y perfil profesional, del mismo modo, direccionar su conocimiento científico y empírico a múltiples espacios de trabajo, ampliando su capacidad de liderazgo, innovación y adaptabilidad a los cambios de los individuos, desde una mirada social, estética, cultural y comunicativa.

Fashion Thinking como estrategia didáctica de aprendizaje

El Fashion Thinking o Pensamiento de Moda corresponde a una metodología que aborda el concepto de innovación en los productos o servicios que hacen parte de este sistema. Allí se incluyen los principios que surgen de la práctica actual relacionada a la indumentaria y el vestuario, asumiendo un paradigma argumentativo y crítico desde la perspectiva creativa que se apoya en la historia, la tecnología, la semiótica y todos aquellos códigos que le dan significancia y valor funcional a los hallazgos. Bajo este criterio (Nixon & Blakley, 2012) identifican las características principales de este método:

Su compromiso con las dimensiones temporales, espaciales y socialmente discursivas, así como la prioridad que otorga a la articulación del gusto y al equilibrio de los objetivos comerciales con las innovaciones artísticas. Las organizaciones cuyo objetivo es ser innovadores, creativos y líderes en entornos complejos y ambiguos se beneficiarían de incorporar el pensamiento de la moda en sus ciclos de desarrollo y marketing de productos. El pensamiento de la moda valora la flexibilidad, la capacidad de respuesta y las soluciones de código abierto, cualidades que más sectores necesitarán adoptar a medida que la tecnología digital acelera el cambio de productos fijos físicamente a productos y servicios modulares justo a tiempo que

definirán los veinte años. El panorama del consumidor del primer siglo. (p.153)

Es decir, el pensamiento de moda enfatiza en los procesos creativos a partir de la investigación, enfocado en resultados reflexivos, enmarcados en la innovación y el liderazgo, tomando como referente la experiencia significativa en el mercado, unificando los criterios académicos con la realidad del sistema sin desconocer las diferentes perspectivas de la ciencia, la práctica y la creatividad. (Dieffenbacher, 2020).

Referencias

- Abad-Zardoya, C. (2011). El sistema de la moda. De sus orígenes a la postmodernidad. *Emblemata*, 17, 37-59.
- Carvajal-Villaplana, Á. (2017). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. *Legado de Arquitectura y Diseño*, 12(22).
- Dieffenbacher, F. (2020). *Pensamiento de moda: enfoques creativos del proceso de diseño*. Publicación de Bloomsbury.
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (1988). *Cómo planificar la Investigación-Acción*. España: Laertes.
- López, L. D. M. (2015). La importancia de la gestión de diseño como generadora de capacidades de innovación en las PyMEs industriales en Colombia. *Designia*, 3(2), 63-97.
- Machado Ramírez, E. F., Montes de Oca Recio, N., & Mena Campos, A. (2008). El desarrollo de habilidades investigativas como objetivo educativo en las condiciones de la universalización de la educación superior. *Pedagogía Universitaria*, 13(1), 156- 180.
- Martínez Rodríguez, D., & Márquez Delgado, D. L. (2014). Las habilidades investigativas como eje transversal de la formación para la investigación. *Tendencias pedagógicas*.
- Morales, F. (2012). *Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa* (Vol. 11).
- Nixon, N. W., & Blakley, J. (2012). Fashion Thinking: Towards an Actionable Methodology. *Fashion Practice*, 4(2), 153–175.
- Payne, A. (2014). Pensamiento de moda: enfoques creativos del proceso de diseño, F. Dieffenbacher (2013). *Culturas de la ropa*, 1 (3), 351-353
- Paz Gago, J. M. (2016). *El octavo arte: la moda en la sociedad contemporánea*.
- Pardo Cuenca, D. (2014). *La gestión del diseño de moda a través de los valores del consumidor: co-diseñando en la didáctica de la moda* (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València).
- Pedroni, M., Perez-Curiel, C., Jiménez Marín, G., & Villena Alarcón, E. (2019). *Investigación en moda: Nuevos formatos de comunicación y consumo*.
- Pérez, C., & López, L. (1999). Las habilidades e invariantes investigativas en la formación del profesorado. *Una propuesta metodológica para su estudio. Pedagogía universitaria*, 4(2), 5-14.
- Rico, R., Alcover, d. l., & Tabernero, C. (2010). La efectividad de los equipos de trabajo, una revisión de la última década de investigación. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 26(1), 47-71.
- Semana. (11 de noviembre de 2013). *Falta más rigor académico en las universidades. Semana*.
- Simón, G. (2012). *Por qué el diseño es indispensable para las empresas*. www. Foroalfa.org
- Torralba Collados, N., & Martínez Escutia, J. (2017). *La moda y sus formas: nueva propuesta didáctica en la EASD de València*.
- Abstract:** The fashion designer from a creative perspective, solves in a practical way the needs of the environment that revolve around his professional profile, however, requires developing research skills that allow him to identify, manage and respond in a reflective, critical and innovative way to the transversality of knowledge with a scientific and dynamic approach. For this reason, this research seeks to propose a didactic strategy for the training of researchers in the Fashion System of the CUN, from the “Fashion Thinking” or fashion thinking, as a methodology that addresses a systemic and differential process in the practice of clothing and apparel, the method used will be qualitative descriptive and the results are focused on the generation of new knowledge, through a strategic guide and the publication of an article as evidence of dissemination.
- Keywords:** Didactics - Fashion Thinking - training - research - fashion system.
- Resumo:** O designer de moda a partir de uma perspectiva criativa, resolve de forma prática as necessidades do ambiente que giram em torno de seu perfil profissional, no entanto, requer o desenvolvimento de habilidades de pesquisa que lhes permitam identificar, gerenciar e responder de forma reflexiva, crítica e inovadora à transversalidade do conhecimento com uma abordagem científica e dinâmica. Por esta razão, esta pesquisa busca propor uma estratégia didática para a formação de pesquisadores no Sistema de Moda do CUN, a partir do “Fashion Thinking” ou pensamento de moda, como uma metodologia que aborda um processo sistêmico e diferencial na prática do vestuário e confecção, o método utilizado será qualitativo descritivo e os resultados estão focados na geração de novos conhecimentos, por meio de um guia estratégico e a publicação de artigo como evidência de divulgação.
- Palavras-chave:** Didática - Fashion Thinking - treinamento - pesquisa - sistema de moda.

(* **MS. Juliet Dayana Donoso Bolaño:** Doctorante en Ciencias de la Educación, Magister en Docencia e Investigación Universitaria con énfasis en Pedagogía de la Universidad Sergio Arboleda, Especialista en Docencia e Investigación Universitaria con pregrado en Diseño de Modas y Textiles. Alta experiencia en procesos académicos e investigativos aplicados y formativos, en campos enfocados a la responsabilidad e inclusión social, innovación organizacional, sostenibilidad, emprendimiento y semilleros de investigación asociados a diferentes ambientes de formación pública y privada en el campo nacional e internacional. Dirección y asesorías de seminarios y proyectos de grado sustentados desde el concepto temático y metodológico, aplicando procesos y habilidades investigativas adecuadas para diversas disciplinas y escenarios de ejecución. Artífice de estrategias pedagógicas para el mejoramiento de los procesos académicos y curriculares a través de la formulación de contenidos programáticos transversales, metodologías participativas en el aula, sistemas de evaluación e impactos esperados desde la academia, buscando el mejoramiento continuo en el desarrollo integral de los profesionales que se están formando. Líder propositiva, con excelentes relaciones humanas y disposición para trabajar en equipo. Amplio manejo de sistemas de informática y producción digital. Principios de lealtad, honestidad, y compromiso con las labores asignadas.