

apenas na fase preliminar de pesquisa, como também na escolha dos melhores desenhos desenvolvidos. Os objetivos da pesquisa foram atendidos, uma vez que se conseguiu identificar desejos e aspirações do público consumidor e com o auxílio do design foi possível traduzir esses desejos em forma de produto e suas características principais (formas, cores, texturas e conforto). O calçado feminino exige pesquisa e desenvolvimento constantes, pois é necessária a atualização das coleções pelo menos a cada seis meses. Por ser um produto efêmero, exige da equipe de projeto pesquisas permanentes de moda, comportamento, mercado, entre outros, como fontes de referência para novos produtos.

#### Bibliografía

- Acar Filho, N. (1997). *Marketing no projeto e desenvolvimento de novos produtos: o papel do designer*. São Paulo: FIESP/CIESP-Detec.
- Casas, A. L. (2001). *Plano de Marketing para micro e pequenas empresas*. São Paulo: Atlas.
- De Moraes, D. (2010). *Metaprojeto: o design do design*. São Paulo: Blucher.
- Kotler, P.; Keller, K. (2006). *Administração de Marketing*. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

**Abstract:** The article describes the result of a market research in the footwear sector, with the objective of identifying a market niche not

yet exploited by the established companies in this sector. Therefore, it was created a new brand based on market positioning unexplored. With the help of marketing strategy and innovation in design, from the brand design until the advertisement of the products was developed for the new brand. It was noted that communication between customer and product through marketing had the similar importance of the quality and the refinement of final product.

**Keywords:** Design shoes - Marketing Research - Marketing - Strategy - Product.

**Resumo:** O artigo descreve o resultado do desenvolvimento de uma pesquisa de mercado no setor calçadista, com a finalidade de identificar um nicho de mercado ainda não explorado pelas empresas já estabelecidas nesse setor. Com isso, criou-se uma nova empresa, baseando-se no posicionamento de mercado inexplorado. Com auxílio de estratégia de marketing e inovação em design, foi desenvolvido desde a marca até a propaganda dos produtos para a nova empresa. Observouse que a comunicação entre produto e cliente através do marketing tem igual importância à qualidade e refinamento do produto final.

**Palavras Chave:** Design de calçados - Pesquisa de mercado - Marketing - Estratégia - Produto.

(\*) **Pablo Marcel de Arruda Torres**, MSc., professor do Departamento de Design da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). **Abraão Gomes Lacerda Cavalcante** e **Rafaela Duarte Almeida**, Graduandos em Design pela UFCG, Brasil.

## Construyendo imaginarios escénicos desde el Diseño de Vestuario

Ana Milena Valdes Peña (\*)

Actas de Diseño (2017, marzo),  
Vol. 22, pp. 212-215 ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2011  
Fecha de aceptación: julio 2012  
Versión final: noviembre 2016

**Resumen:** Este artículo dilucida el resultado de la investigación sobre el diseño de vestuario fundamentado en las artes escénicas, hacia la generación de propuestas de vestuario que facilitan la construcción de los imaginarios de personajes para las producciones teatrales. Permitiéndole al diseñador, bajo una alternativa metodológica, incursionar efectivamente en el campo de las artes escénicas.

**Palabras clave:** Diseño de Vestuario - Artes escénicas - Investigación - Producción Teatral - Personaje.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 215]

### Introducción

Desde épocas remotas el ser humano expresa a través del vestuario conciencias individuales y colectivas, que distinguen e identifican las formas de cubrir la piel. Desde la prosémica (estudio de comportamientos en asocio con entornos) y la semiótica (estudio de signos, como materias primas del pensamiento que establecen el concepto) la indumentaria, a niveles psico-sociales evolutivos, genera

diferenciaciones extra corporales y endotransformaciones sociológicas que precisan idiosincrasias y configuraciones culturales, traducidas en las producciones artísticas como significantes simbólicos, que dan paso a contraposiciones y conjugaciones constantes de lenguajes de representación visual, todos reunidos en las artes escénicas. (Torres Monreal y Oliva, 1999)

## El vestuario como elemento formal en las artes escénicas

En consecuencia, y coexistiendo la producción artística como la mayor manifestación cultural de la sociedad, el programa de Diseño de Modas y Aplicaciones Textiles de la Universidad Manuela Beltrán Seccional Bucaramanga en asociación con Corporación Educativa ITAE en Santander, Colombia, durante el periodo del 2007-2009 desarrolla a través del grupo "GIACODI" bajo la línea de investigación Desarrollo Cultural al interior del eje temático producción histórico documental, el proyecto de investigación titulado Diseño de Vestuario Para la Producción Teatral, Fundamentado en el estudio de las Artes escénicas, estableciendo las variantes del proceso de diseño del vestuario, entendido éste como signo en los imaginarios escénicos y espacios icónicos que constituyen las producciones teatrales.

Siendo el estudio del contexto dramático y la práctica escénica fundamentos para la creación del vestuario. (Pelletieri, 2002) Instrumento de comunicación que se transforma en semántica, conjugando con el cuerpo aspectos de tipo morfológico, psicológico y cotidiano del personaje-actor y de espacios; escénico y dramático. Determina parámetros de proyección histórica, fantástica, simbólica, y metafórica entre otras, conforme a las particularidades de cada producción artística.

Cabe anotar que meta-atuendo y puesta en escena alcanzan connotaciones que predefinen la perceptiva espacial, temporal, de actores y espectadores en la producción artística. Sin lugar a duda, concebir a través de la materialización de prendas de vestir para las artes escénicas, la decodificación de signos que anteriormente se han expuesto a partir del proceso de diseño, se involucran más allá de estilos creativos y criterios de intencionalidad subjetiva del diseñador de vestuario. La correlación y análisis profundo de todos los elementos que conforman el proyecto artístico, los que a continuación, dentro este proceso investigativo, se asocian con la producción teatral. Dado que la danza y la música también se hacen intrínsecas en las características ambivalentes que la diversifican. Asimismo, en la escenología, la indumentaria como elemento formal alcanza categorizaciones, formas y lenguajes de representación visual acordes al espacio dramático, coexistiendo de manera determinante en las artes escénicas.

En ese orden de ideas, sociedades antiguas y modernas frecuentemente ejemplifican a partir de literalismos, analogías, o metáforas escénicas las identidades, conformando en extrapolación experiencias de hecho, y traduciendo las manifestaciones culturales en la escenología. Definida ésta, como ciencia de la puesta en escena, destaca todos los aspectos lógicos que intervienen en los diversos espacios; escénico, dramático, icónico y perceptivo-lúdico. Estructurando producciones artísticas condicionalmente asociadas en las artes escénicas, y determinando en particular el marco real o ilusorio de la representación narrativa, argumentativa y visual. Dicho de otro modo, sintetiza los imaginarios escénicos.

En consecuencia, vestuario y luz contiguos al actor juegan un papel complementario dentro del espacio icónico en la fusión de objetos que impactan y cubren los cuerpos que actúan como medios interpretativos de la dramáti-

ca, se vislumbran los personajes entendidos como seres humanos, animales y objetos inanimados- ideados por el dramaturgo o guionista, que adquieren vida e historia dentro del espacio escénico.

## Diseñar vestuario teatral en Colombia

Pero, ¿existe una metodología que le permita al diseñador de modas generar propuestas de vestuario escénico para producciones teatrales?, ¿Los métodos que actualmente permiten el desarrollo del vestuario en Colombia, son producto de procedimientos técnicos, o empíricos?, ¿se fusiona el todo de la producción artística para concebir las vestimentas que serán bajo la interpretación los personajes? Las entidades culturales y de áreas artísticas, recurriendo a las universidades con programas profesionales afines al tema, plantean la necesidad de proyectar al profesional en diseño de modas hacia la especialización en el ámbito escénico. A fin de contar con el apoyo de expertos en el diseño y desarrollo de vestuario para las diversas producciones artísticas que realizan y que en el intercambio de conocimientos, busca una sólida formación cultural en Colombia que promueve y propende las formas de expresión artísticas de calidad, y el nivel competitivo de la industria cultural en el exterior.

La importancia de instaurar parámetros claros para el diseño de vestuario fundamentado en las artes escénicas emana de la ausencia de profesionales de la moda especializados en el ámbito escénico en Colombia. Dado que condicionalmente las entidades culturales que en específico realizan producciones artísticas deben acudir en su mayoría a personas empíricas, que, de cierto modo, aportan en el proceso de materialización de la vestimenta. Pero con el desconocimiento de los procedimientos técnicos apropiados para generar propuestas desde el diseño, que junto a su desarrollo y funcionalidad, deben apreciarse en la producción artística, la escenología y demás pautas que hacen realidad los imaginarios escénicos reunidos en las historias ideadas por los dramaturgos. Condicionalmente, se enfatiza en la necesidad de mejora de productos del vestuario, dirigidos hacia la industria cultural. Para los diseñadores de modas es de suma importancia apropiarse de los campos de acción escénica desconocidos actualmente como área de especialización en Santander - Colombia. Eso les permitirá posteriormente, desde sus conocimientos y aplicaciones metodológicas, apoyar en la materialización de personajes que integran las diferentes producciones artísticas aumentando su calidad icónica y de expresión cultural con proyección hacia el exterior.

## Metodología

Mediante el análisis comparativo de metodologías existentes, comenzando con vestuaristas escénicos que desempeñan la labor en países como México; diseñadores de modas representantes de algunas de las principales casas de alta costura en Europa como Jean Paul Gaultier y John Galiano que conciben vestuarios escénicos para producciones artísticas. El grupo investigador, que se en-

cuentra especializado en el ámbito del diseño de modas, reconociendo y empleando métodos de aplicación para las propuestas de diseño de vestuario en asociación al ámbito escénico, participando de forma experimental en la obra teatral *Pueblo chico, infierno grande* (producción tipo parodia de la Academia Odeon Danza por Wiston Berrio), y el análisis de dos obras; *Tierra Viva* (producción dramática de la Academia Odeon Danza por Wiston Berrio) y *La culebra pico de oro* (producción dramática-UIS por Clara María Restrepo) desarrolladas en la ciudad de Bucaramanga (Santander-Colombia); se hace la aproximación a un proceso de diseño que se adapta en general a lo heterogéneo de la producción teatral. La metodología plantea, sin duda, el conocimiento previo de las artes escénicas, los componentes de la producción artística y las habilidades creativas del diseñador de modas que apoyan la materialización de los imaginarios escénicos. La propuesta metodológica está acompañada de un breve análisis comparativo preliminar sobre las obras teatro *Pueblo chico, infierno grande* y *Tierra viva*, creadas, producidas y dirigidas por uno de los más importantes dramaturgos a nivel nacional Wiston Berrio. Dado que fueron referentes importantes para el desarrollo del proceso de diseño alternativo que procura a los diseñadores de moda la incursión en el ámbito de las artes escénicas desde la creación de propuestas de vestuario. Es preciso señalar que el enfoque del estudio pone a consideración los elementos que categorizan al vestuario como signo, con la intención de contextualizar la nueva alternativa metodológica.

Asimismo, se esclarece sobre el vestuario y su connotación dentro de las artes escénicas, desde la representación visual de una producción artística, originalmente apreciada en el espacio escénico que surge de una narrativa dramática, hasta determinar como esencia y signo de adaptación, donde la vestimenta encuentra su mayor punto de relación con el personaje-actor. Y posteriormente de que manera las técnicas y procedimientos pueden determinar alternativas que permitan el diseño y desarrollo del vestuario para ámbitos artísticos en donde se entremezclen el teatro, la danza y la música, trasladando a la meta-indumentaria historias reales e ilusorias de las representaciones visuales.

Por otra parte, como instrumento humano divergente, piel y atuendo (indumentaria y accesorios) dejan ver en la representación visual la función social del vestuario. Desde antaño, éste luego de proteger la integridad física, trasciende para imperar a través de ideologías que cubren el cuerpo o partes de él. Suscitando determinantes cronológicas casi sexuales, que haciéndose repetitivas, incluso en la asincronía espacial como tendencia, no dejan de evocarse como imaginarios en el espacio escénico. Del mismo modo, el adorno sobre el primer vestido del ser como multilinguaje, y la jerarquización o diferenciación social instituidas en la indumentaria, generan desde ésta como resultantes atributos de libertad u opresión. Llevando los pensamientos y sensaciones más profundos del cuerpo a la colectividad, a partir de las artes escénicas, ya que sitúan al vestuario como uno de sus principales significantes no verbales, haciéndolo lúdico, ilustrado y fuente de reconocimiento para el desarrollo cultural.

## Resultados

La propuesta metodológica le permite al diseñador de modas abordar las artes escénicas desde la creación de propuestas de vestuario, a fin de facilitar la creación de los personajes en las producciones escénicas. Inicialmente, se hace manifiesto en su contenido el papel que juegan las artes escénicas, estableciendo una aproximación de origen, significancia y correlación con el elemento signo vestuario. De ahí que el análisis de las producciones artísticas como parte del ámbito escénico, constituyan su fundamento y contextualización. Desde la perspectiva escenología, como se observa en la matriz de desarrollo de vestuario para la producción teatral. Los componentes de la producción teatral citan los elementos fundamentales respecto del vestuario, y la manera en que inciden desde la argumentativa dramática, en la translación de la historia y signos disímiles obtenidos en sus formas de representación visual. Se expone, de igual forma, la síntesis analítica histórica general de los rasgos vestimentarios en el teatro, tocando algunas producciones teatrales connotativas de cada etapa, a fin de conceptuar simbolismos y enfoques, los que dieron paso a la transición, contiguo a la fusión de influencias artísticas, temáticas y particularidades que expresa el teatro actual.

Por lo anterior, se reafirma que el vestuario, como signo en las artes escénicas hace intrínseca la relación del personaje-actor y su capacidad narrativa. Expresando en correspondencia a la acción dramática percepciones claras y profundas de los lenguajes simbólicos que materializan al personaje.

## Conclusiones

Se puede afirmar que cualquier proyecto artístico que involucre al cuerpo necesita del vestuario. Incluso aquellos que se forjan en la estática como es el caso de las obras pictóricas, o las esculturas, entre otras. Sin importar el contexto en el que se conciba, materialización e ilusión, sin exagerar, el atuendo fundamenta la esencia del ser humano en la vivencia escénica desde la génesis, expresando su naturaleza evolutiva, psicológica o biológica. Entonces, considerada la vestimenta como factor concluyente del vínculo actor-personaje; sea visual o táctil, materia tangible e intangible de la puesta en escena, en correlación a las características de la producción artística, en partes o como atuendo, participa como signo que proyecta en forma exterior e interior el ser del personaje. Éste en la complementariedad dramática, dentro del llamado proceso de diseño a cargo del vestuarista teatral, es ideado de acuerdo con el proyecto artístico asignado para el ámbito escénico, vinculando los espacios dramático y escénico, al icónico contribuyendo con el sentido coherente de vida-personaje en la producción artística. De acuerdo con lo anterior, se puede concluir que diseñar vestuario para teatro, demanda el estudio complejo de áreas, ámbitos propios y afines de las producciones artísticas; pre saberes sobre la historia de la vestimenta desde el análisis psicós-social; la participación activa en equipos de trabajo durante el desarrollo de la escenología. Distinguiendo las características que la divergen y estableciendo, de acuerdo con las variantes de

diseño adecuadas, los pasos a seguir en la creación del vestuario-signo, conjugándolo con creatividad con los diversos elementos y medios del marco teatral. Pues de su materialización coherente pende la vida y la historia en el espacio escénico.

Analizar la adaptación del vestuarista escénico con el enfoque elemental del proceso creativo, genera la concepción de que el vestuario tiene que ver con las características del personaje, sea de tipo teatral, dancístico, o musical, y la propuesta narrativa argumentativa que origina la historia, traducida a la representación visual en el espacio escénico.

#### Bibliografía

- Boucher, F. (s/f). *20.000 Years of fashion, the history of costume and personal adornment*. Edition Expanded.
- Fernández Arenas, J. y Torrijos, F. (1998). *Arte efímero y espacio Estético*. Editorial Anthropos.
- Ferrer Valls, T. (1993). *Nobleza y espectáculo teatral (1535-1622), serie textos teatrales*. Editorial Uned. (p. 107)
- Pelletieri, O. (2002). *Diccionario de términos claves del análisis teatral*. Buenos Aires: Galerna. (p. 114)
- Torres Monreal, F. y Oliva, C. (1999). *Historia básica del arte escénico*. Madrid: Cátedra. (p. 437)
- Zappelli, G. (2006). *Imagen Escénica: Aproximación didáctica a la escenología, el vestuario y la luz para teatro, televisión y cine*. Editorial Ucr. (p. 122)

**Abstract:** The article explains the result of the investigation on *clothes design based on the scenic arts*, towards the generation of

*clothes proposals that facilitate the construction of the imaginary ones of personages for the theater productions, allowing him to the designer under a methodological alternative to inclusionary indeed in the field of the scenic arts.*

**Key words:** Costume Design - Performing Arts - Research - Theatre Production - Character.

**Resumo:** O artigo apresenta o resultado da pesquisa sobre o design de vestuário fundamentado nas artes cênicas, para a geração de propostas de vestuário que facilitam a construção dos imaginários de personagens para as produções teatrais, permitindo ao designer, baixo uma alternativa metodológica, penetrar efetivamente no campo das artes cênicas.

**Palavras chave:** Design de Vestuário - Artes Cênicas - Pesquisa - Produção teatral - Personagem.

(\* **Ana Milena Valdes Peña**, Maestrando en Administración de Organizaciones de la Universidad Nacional a Distancia, Colombia. Especialista en Administración, Planeación y Desarrollo de la Investigación de la Universidad Manuela Beltrán, Bogotá - Colombia 2013. Profesional en Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá, Colombia, 2009. Tecnóloga en Diseño de Modas de la Corporación Educativa ITAE, Bucaramanga, Colombia, 2004. Docente investigadora grupo PALOSECO, Universitaria de Investigación y Desarrollo UDI, 2014. Docente investigadora grupo GIACODI, Universidad Manuela Beltrán, Bucaramanga 2007-2014. Asesora y evaluadora de proyectos de grado ITAE. Par Académico del Ministerio de Educación Nacional de Colombia, 2009 - Actual. Asesora Experta Laboratorio Afin de INEXMODA, 2009 - Actual.

## Diseño de una experiencia estética en la ciudad

Johanna Zárate Hernández (\*)

Actas de Diseño (2017, marzo),  
Vol. 22, pp. 215-218 ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: marzo 2012  
Fecha de aceptación: julio 2012  
Versión final: noviembre 2016

**Resumen:** El entendimiento y el pensamiento humano son sociales. La experiencia está constituida por interacciones, relaciones sociales, artefactos y prácticas culturales. Ante esto surge la pregunta de cómo los artistas callejeros de los semáforos afectan la experiencia estética urbana de los habitantes de la ciudad y su percepción del arte. El interés se centrará en el análisis del proceso de las estructuras de dación de sentido, en la encarnación de la experiencia de la obra de arte y no. En definir la opinión del espectador sobre el arte callejero ejecutado en los semáforos. Para así ejemplificar el funcionamiento práctico de la teoría de Mark Johnson que se utiliza a continuación.

**Palabras clave:** Estética - Medio Urbano - Arte callejero - Espectador - Diseño.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 218]

En la actualidad, nuestra comprensión de la experiencia humana se ha transformado radicalmente. Hablamos de la experiencia humana, como algo que depende de nuestra

percepción de mundo. Como una serie de estructuras de organización, la experiencia se da completa y continua, mientras existimos en el mundo. Los patrones de nuestra