

Resumo: O “Design” em suas diferentes áreas é das carreiras mais eleitas por nossos alunos/as em Latinoamérica, talvez o maior desafio que lhe compete ao âmbito universitário e às organizações unidas ao design em todas suas manifestações seja, pôr na agenda mundial as questões relacionadas com a formação interdisciplinar e melhorar a qualidade no design, para a resolução das coisas cotidianas da gente, de forma eficaz e com originalidade, pensando na forma de envolver aos diferentes atores deste paradigma, para compreender que no

trabalho em rede é viável uma interação, que nos beneficia ao conjunto com a análise de todas as olhadas e todas as vertentes.

Palavras chave: design – criatividade – compromisso – participação – liderança – conhecimento – capacitação – educação – inovação – tecnologia.

(*) **Cristina Amalia López.** Ceremonialista. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación Corporativa - Empresa en la Facultad de Diseño y Comunicación.

El diseño de indumentaria y las nuevas tecnologías

Lorena González (*)

Fecha de recepción: julio 2011
Fecha de aceptación: septiembre 2011
Versión final: noviembre 2011

Resumen: El artículo trata de cómo las nuevas tecnologías afectan al trabajo del diseñador de indumentaria. Se presentan aquí una serie de situaciones nuevas que viven los diseñadores atravesados por los últimos descubrimientos tecnológicos. Se comenta cómo afectan a todos los que están dentro del mundo del diseño y de la moda. Se da una breve perspectiva de las cuestiones positivas y negativas de los mismos.

Palabras clave: nuevas tecnologías – Youtube – *blog-crowdsourcing* – nuevas prácticas – global – web – free lance – Twitter.

Resúmenes en inglés y portugués en la página 49]

Hasta hace no mucho tiempo, pensar en trabajar desde la casa en una profesión como la del diseño de indumentaria era casi imposible. Con el correr del tiempo y los avances tecnológicos, han aparecido nuevas prácticas laborales que cambiaron nuestro lenguaje habitual y se deben a varios factores:

- El clima social y económico turbulento que se vive no sólo a nivel local sino mundial que genera que algunas compañías ya no quieren (o no pueden) tener tanto personal estable en sus plantas. Esto hace que en los últimos años se decidan a contratar servicios de diseñadores que trabajan en proyectos de tiempo limitado.
- Existe una mayor movilidad laboral generando que los diseñadores no se queden en sus puestos por mucho tiempo. Esto no tiene que ver con lo económico solamente sino por los diferentes objetivos e intereses particulares de estos profesionales.
- La globalización hace que las compañías, cada vez más, tengan colaboradores externos que trabajan desde su lugar de origen. Pudiendo trabajar desde países muy lejanos al de la empresa que los contrata. Esto trae una mirada nueva y hace aportes de diseño para empresas que requieren estar en lo último en moda. También confirma que el diseño se está pensando últimamente desde el término *glocal*: tomar las tendencias globales y aportarles el toque local. Una fórmula de comercialización que funciona.
- Los diseñadores, por diversos motivos, ya no quieren pasar demasiadas horas en un trabajo de tiempo completo, por ello prefieren vender sus colecciones a pedi-

do o trabajar de manera temporal contratados por una firma determinada para una temporada específica. Dependiendo del nivel de éxito en las ventas de dicha colección, el diseñador puede ser nuevamente contratado.

- El clima económico imperante hace que los diseñadores tengan que tener más de un trabajo y es por ello que también ofrecen estos servicios externos de diseño.
 - El trabajo del diseñador se ha expandido y no sólo se limita a diseñar prendas o accesorios sino también que ahora puede ser contratado como estilista de una firma, asesorando desde la imagen general de la marca, teniéndolos al día en las nuevas tendencias, generándoles reportes que los ayude a ver qué rumbo tomar en cada temporada. Y ofreciéndoles reportes de desfiles desde cualquier parte del mundo. Y para todas estas actividades no necesariamente el diseñador debe estar de manera presente y constante en la compañía.
 - Existen programas de diseño y patronaje en los cuales se trabaja el diseño y la moldería desde el propio computador y luego se puede enviar, mediante el software necesario se procede a la tizada y corte totalmente computarizado.
 - Obviamente que la presentación de los trabajos ya no se hacen a mano. No puede pensarse, hoy en día, a un diseñador que no sepa utilizar las herramientas básicas y programas de computación.
- Gracias a las nuevas tecnologías todo esto puede ser posible, ya que se puede trabajar desde la casa y enviar los trabajos vía *mail*, discutir en tiempo real algunas cuestiones vía teleconferencia, o ver un desfile en el mismo

momento que esta ocurriendo desde cualquier parte del mundo. Cualquier diseñador puede generar un *blog* con sus diseños, sus investigaciones, generar comentarios acerca de la moda, tendencias, etc. Youtube es un buen sitio para mostrar los trabajos de los diseñadores nuevos y sus desfiles. Twitter es el último descubrimiento de los amantes de la tecnología y está siendo fervientemente utilizado por todos los seguidores de la moda que comentan sus opiniones acerca del tema, desde los más remotos desfiles de la temporada. Además, las marcas ya están entrando en estos espacios para tener la mayor presencia posible.

Todas estas prácticas ponen al diseñador en un grado de exposición alto, y bueno para la visibilidad de sus trabajos. Genera también que cada vez sea mayor el grado de innovación y de originalidad de los trabajos, porque la competencia crece constantemente.

En cuanto a la competencia, hace un tiempo ha surgido un término nuevo llamado *crowdsourcing* (entrecruzamiento) vinculado con el diseño. Se trata de una nueva modalidad de trabajo en diseño y ya existen sitios web que publican pedidos de clientes para que muchos diseñadores envíen propuestas.

El proceso es sencillo: las empresas publican en estos sitios en la web el pedido de diseño, y el precio que piensan pagar por él, y si no pagasen por dicho trabajo, también deben aclararlo en ese espacio. Estos sitios en Internet hacen de intermediarios entre las empresas y los diseñadores interesados. Los diseñadores a los cuales les interesa el desafío envían sus trabajos a riesgo de no ser elegidos o de no ser remunerados. De esta manera, las compañías se ahorran el tiempo de búsqueda de diseñadores *free lance*, de agencias de diseño, y por lo tanto, también ahorran dinero. Así las empresas se hacen de trabajos de diseño profesional (o casi) a un precio, bajo, o gratis. Los diseñadores, de esta manera, van teniendo pequeñas prácticas profesionales para añadir a su curriculum, hasta que alguna empresa los necesite y se decida a contratar sus servicios.

Esta nueva práctica está generando algunas discusiones (y algunas molestias también) en el ámbito del diseño ya que aparecen las discusiones de siempre: ¿Qué pasa con la valoración del profesional de diseño en el ámbito laboral?, ¿Esto genera que los diseñadores no puedan defender sus honorarios ya que tienen competencia a precio cero?, ¿Qué sucede con el nivel de los diseños

presentados para dichos pedidos?, ¿No baja el nivel de diseño?, y nos hace pensar nuevamente ¿Cualquiera puede diseñar? Y así todas las preguntas imaginables. Claro que también puede ser una buena oportunidad para aquellos diseñadores que quieran lograr contactos con empresas extranjeras y mostrar sus trabajos a nivel mundial. Según argumentan algunos, las reglas son más claras que en algunos concursos de diseño donde finalmente al ganador no se le paga nada.

La cuestión es clara, esta práctica existe y debemos aceptarla, está dentro de nuestro ámbito y generado por las nuevas tecnologías, el tema que nos ocupa aquí.

Y es como todas las nuevas modalidades tecnológicas que aquí se nombran, serán buenas o malas, dependiendo del uso que hagamos de ellas.

Abstract: The article treats of how the new technologies concern the work of the designer of apparel. It is presented here a series of new situations through that the designers live, crossed by the last technological discoveries. It comments how the world of the design and fashion, and everybody inside it, is affected. It is shown a brief perspective of the positive questions and denials of the same ones.

Key words: new technologies – Youtube – blog-crowdsourcing – new practices – global – web – free lance – Twitter.

Resumo: O artigo discute de como as novas tecnologias afetam ao trabalho do designers de vestuário. Apresentam-se aqui uma série de situações novas que vivem os designers atravessados pelas últimas descobertas tecnológicas. Comenta-se como afetam a todos os que estão dentro do mundo do design e da moda. Dá-se uma breve perspectiva das questões positivas e negativas dos mesmos.

Palavras chave: novas tecnologias – Youtube – blog-crowdsourcing – novas práticas – global – web – free lance – Twitter.

(*) **Lorena González.** Diseñadora de Indumentaria (UBA, 2001). Especializada en el diseño de pieles en Dinamarca, tras haber ganado la beca Saga Furs en el año 2003. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño de Modas de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Tiempo y narración en el espacio de tutorías

Andrea Verónica Mardikián (*)

Fecha de recepción: julio 2011

Fecha de aceptación: septiembre 2011

Versión final: noviembre 2011

Resumen: En el espacio de tutorías se instala un doble tiempo-espacio. Ciertamente, es un lugar especial donde se suceden una serie de acontecimientos que permiten definirlo como un espacio diferente a los demás. En las tutorías, se puede observar como el tiempo y el espacio al servicio de la producción del saber, convive con el espacio y el tiempo al servicio de la construcción de la ficción, del juego, de la imaginación.