

DISEÑO DE MODAS

CONCEPTOS BÁSICOS

Larissa Lando



Copyright ©2009 Larissa Lando
All rights reserved.
www.cbhbooks.com

Managing Editor: Manuel Alemán
Editors: Estela Serafini and Francisco Fernández
Designer: Ricardo Potes Correa
Cover image: © Elnur | Dreamstime.com

Published in the United States by CBH Books.
CBH Books is a division of Cambridge BrickHouse, Inc.

Cambridge BrickHouse, Inc.
60 Island Street
Lawrence, MA 01840
U.S.A.

No part of this book may be reproduced or utilized
in any form or by any means, electronic or mechanical,
including photocopying, recording, or
by any information storage and retrieval system
without permission in writing from the publisher.

Library of Congress Control Number: 2009924602
ISBN 978-1-59835-098-2

Registrado en la Oficina Nacional
de Derecho de Autor, Secretaría de Estado de la
Cultura de la República Dominicana,
bajo el número 0004194 en el libro N°. 10.

First Edition
Printed in Canada
10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

DEDICATORIA

*A Catherine,
mi querida hija,
compañera incondicional
de todos mis proyectos*

Índice

Introducción	11
Prólogo	19
Capítulo I La moda	15
Creación de la moda	16
Actitud frente a la moda	18
Aspectos sociales de la moda	19
Sensualidad a través del vestuario	20
La moda y la expresión estética	22
La imagen a través del vestuario	22
La moda y la edad	24
La globalización de la moda	26
La moda y la tecnología	27
Impacto en la economía	28
Capítulo II El diseñador	91
Las fuentes de inspiración	32
El proceso creativo	33
El diseñador en la sociedad actual	34
Los primeros diseñadores: Rosa Bertin y Frederick Worth	35
Los vanguardistas franceses: Paul Poiret y Coco Chanel	36

La época dorada: Christian Dior	37
El destape de los setenta: La minifalda	38
La antimoda de los setenta	38
El neobarroco de los ochenta: Gianni Versace	39
El estilo casual de los noventa: Giorgio Armani	40
Las tendencias actuales	41
Capítulo III Clasificación de la moda	49
Los inicios de la alta costura	43
Estructura empresarial	44
Formas de confección	45
Costura para la clase media	48
Creación del <i>prêt-à-porter</i>	48
Evolución del <i>prêt-à-porter</i>	49
Ropa para la clase popular	51
La producción “en línea”	52
Evolución de la ropa para la clase popular	55
Moda vanguardista y barrial	60
Capítulo IV El estilo	67
Motivaciones políticas y sociales	68
Estilizaciones folclóricas y étnicas	69
Creación de estilizaciones	70
Actualización	71
Estilo en sentido del género	73
Estilos de destacados modistos	74
Estilo personal del cliente	82
Capítulo V La línea	85
La armonía y el contraste	85
La proporción	87

El equilibrio y el balance	89
El énfasis y el ritmo	90
Las líneas de cuerpo y de silueta	92
Las líneas de detalles y estructurales	94
Clasificación de las líneas	96
Las líneas horizontales	97
Las líneas verticales	97
Las líneas diagonales y curvas	98

Capítulo VI El color **101**

Naturaleza física del color	101
Clasificación de los colores	102
Cualidades del color	104
Gama de colores	106
La ley de contraste simultáneo	108
Combinaciones de colores:	
monocromática, análoga y contraste	108
Efectos ópticos	112
Efectos psicológicos	113

Capítulo VII Los tejidos **117**

Tejidos rígidos	118
Tejidos flexibles	119
Efectos ópticos	120
Tejidos naturales	121
Tejidos manufacturados	123
Fabricación del hilo	125
Fabricación de la tela	126
Acabados	128
Tintura	129
Estampado	131

Capítulo VIII El vestuario de día	139
La línea “deporte”	133
El uniforme	136
La línea <i>jeans</i>	139
La ropa de la tarde	141
Capítulo IX El vestuario de noche	145
La ropa de cóctel	146
El pequeño vestido negro	148
El vestido de gala	149
Recursos del diseño de gala	151
El vestido de bodas	156
Capítulo X El vestuario de hombre	159
Antecedentes	160
Nuevas tendencias	165

Introducción

Uno de los grandes males que tiene el desarrollo de la moda es que todo se ha llevado a cabo sobre la marcha, sin dejar información testimonial de lo vivido, conformándonos con la pura referencia histórica de los hechos, ocurriendo esto especialmente en épocas pasadas, en el inicio de nuestra evolución como nación.

Por esto me pareció interesante este proyecto bibliográfico de la profesora Larissa Lando, en quien, aunque no conozco profundamente, denoto en su personalidad la noble intención y el interés fundamental de aportar desde su experiencia como investigadora y maestra, todo lo vivido en el plano docente, donde radica el desempeño del mayor tiempo dentro de lo que es su vida profesional, como profesora de Modas en la Facultad de Artes, de la Universidad Autónoma de Santo Domingo, primada de América

Cuando analizamos una obra, buscamos su valor desde el punto de vista del contenido y de la forma, como indica de manera correcta la concepción de todo documento literario, más el valor agregado que aporta la necesidad de quien escribe, desde su óptica, cumpliendo con dos planteamientos esenciales: informar y enseñar. De esta forma, Larissa Lando da rienda suelta a la maestra que vive en ella y sus vivencias provenientes de Rusia, donde nació, se fusionan de manera natural con lo sui géneris de la idiosincrasia caribeña-tropical latinoamericana y lo que nos toca a cada uno, y se transforman, a través de su pluma, en un compendio informativo y especializado de los conocimientos básicos de la moda, entendiendo

mejor los planteamientos específicos y los porqués de este oficio, que cada día se torna más competitivo en todo el mundo.

Hoy en día un diseñador de modas exitoso es tratado como toda una celebridad. Puedo imaginar que esta obra tiene entonces el principio esencial para convertirse en un documento referencial y generalizado de la terminología y las reglas básicas, como herramientas de desarrollo del estudiante, del futuro diseñador, del profesional ya formado o simplemente del lector.

La moda apasiona y seduce a todos con su especial encanto; intriga a los neófitos, subyuga a sus adeptos y aunque sea por curiosidad, provoca siempre el interés de una u otra forma, en todo tipo de lector. Descubramos sus principios en estas páginas, vamos a enterarnos un poco más de la trayectoria de algunos famosos establecidos, y de un que otro secreto maestro para alcanzar el éxito a través del conocimiento que propicia la lectura de un buen texto a todo lector.

Recibamos con beneplácito esta iniciativa de la prestigiosa casa editora Cambridge BrickHouse de Boston (Massachusetts) al apoyar la labor de la profesora Larissa Lando, y dejar así, como hecho perenne, este excepcional aporte a la bibliografía didáctica y especializada en el área de la moda en el mundo.

Leonel Lirio

Diseñador

Diseñador Oficial del Miss República Dominicana

Capítulo I

La moda

Moda, en sentido general, es un concepto aplicable a diferentes fenómenos de la actividad humana, que reflejan cambios constantes en cuanto a criterios.

El término “moda” procede de *modus* que, en latín, significa “elección” y se refiere a las costumbres, el modo de proceder y la forma de vestir y peinarse propias de cada etapa de la humanidad.

En el caso del vestuario, moda significa la forma particular de vestirse en cada temporada. La moda mantiene a la mujer siempre versátil, sorprendente y encantadora. Ella nunca se cansa de descubrir los nuevos matices en su prodigiosa naturaleza, por lo cual siempre actualiza su imagen.

El ciclo de la moda es corto y cambia prácticamente dos veces por año. La persistencia de las mismas características específicas durante varias temporadas responde al nombre de **tendencia**. La tendencia que evoluciona durante una década aproximadamente, o más, y llega a desarrollarse por completo se llama **estilo**.

En el mundo antiguo, la moda no existía porque los cambios en la vestimenta se producían muy lentamente debido a las formas de producción primitivas y a la lentitud de los procesos sociales. Se trataba únicamente de ciertas costumbres de vestir muy estables.

Sin embargo, el desarrollo de la sociedad en las épocas posteriores permitió llegar, para la segunda mitad del siglo XV, a cierto bienestar económico. Los investigadores consideran que en ese período se dio inicio a la moda como tal. Algunos lo atribuyen al Gótico francés, mientras que otros otorgan este mérito al Renacimiento italiano.

De cualquier modo, ambos movimientos casi coinciden en términos de tiempo y evidencian cierta madurez de la sociedad. La vestimenta se vuelve más elegante; el corte y la confección, más sofisticados, y los cambios en el aspecto de las prendas empiezan a efectuarse sistemáticamente y mucho más a menudo.

A pesar de que el fenómeno de la moda ya existía con anterioridad, el término aparece por primera vez en el siglo XVII, en la corte francesa. En esa época, vestido *à la mode* suponía “al estilo francés”, diferente del español que ya cedía su primacía.

Creación de la moda

La moda es una manifestación cíclica y, como tal, pasa por ciertas etapas.

Primero surge un concepto sobre la moda de la siguiente temporada entre los estilistas. Las ideas se plasman en las colecciones de prendas de vestir, modeladas en las prestigiosas pasarelas internacionales. De inmediato, los artistas, personajes de farándula y otras figuras públicas empiezan a usarlas. Las revistas de alta costura y la prensa sensacionalista divulgan estas imágenes. La nueva moda está lanzada.

Luego viene la madurez de esta moda recién inaugurada. Las empresas confeccionan la versión simplificada de *prêt-à-porter* de la nueva línea. Las personas pendientes de la última moda se visten con estas prendas. La prensa semanal promueve la nueva producción. La demanda crece.

En principio, la masa popular sigue la moda, pero luego empieza a perder interés. Las ventas bajan. Las tiendas recurren a las rebajas para evitar la acumulación de mercancía. El ciclo está terminado.

Entonces viene una nueva oferta de alguna moda más actualizada y original. Un nuevo ciclo empieza.

La creación de la moda en nuestra época cuenta con la intuición de los grandes modistos pero, al mismo tiempo, reposa sobre los estudios en la materia. Se toman en consideración los factores sociales, económicos y hasta políticos. Los diseñadores procuran refrescar sistemáticamente la gama de los colores para no repetir los mismos matices, al igual que las líneas y los detalles de las prendas. Los creadores de la moda viven investigando sobre nuevos materiales y técnicas de confección.

Sin embargo, únicamente las ideas más impactantes logran convertirse de hecho en la moda; otras no pasan de ser extravagancias pasajeras.

Los expertos en el género opinan que, en realidad, es la clase media la que aprueba la nueva moda, por su importante papel en todos los aspectos de la vida social. Los confeccionistas de la ropa para esta clase y la popular necesitan estar informados con anticipación sobre el rumbo de la moda, ya que deben hacer con tiempo los encargos de tejidos y materiales de insumo. Además, los fabricantes necesitan acertar bien su producción para no correr el riesgo de sufrir cuantiosas pérdidas.

Por todas estas razones, surgió un nuevo tipo de empresa dedicada a pronosticar la moda. Sus analistas investigan el mercado en relación con la popularidad de los tejidos, colores y detalles, y las tendencias generales de la moda. Luego ofrecen sus informes a los confeccionistas, quienes los toman muy en cuenta. Además, las empresas de pronóstico de la moda elaboran sus propias propuestas de modelos, creados por sus equipos de diseñadores.

La moda tiene dos vertientes en su formación:

La más tradicional es de arriba hacia abajo; es decir, la imitación de la moda de la clase alta por los niveles sociales más bajos.

La otra se observa en el denominado “efecto de burbuja”, es decir, que suba de abajo, cuando la moda de unos grupos marginales se inserta en los más altos niveles, apoyada por algún modisto de renombre que la considere original.

Actitud Frente a la moda

Desde el punto de vista psicológico, con respecto a la actitud frente a la moda, las personas se clasifican en varios grupos:

Los **lanzadores**, los fanáticos de la moda; les gusta llamar la atención y sus condiciones económicas les permiten llevar el “último grito de la moda”.

Los **seguidores**, personas muy pendientes de la moda, cambian su vestuario tan pronto esta se renueva.

Los **clásicos**, que constituyen la mayoría de la gente, obedecen a la moda para parecerse a los demás y no llamar la atención.

Los **anticuados**, indiferentes a los cambios, visten prendas según un criterio práctico o muy personal, siempre de la moda pasada.

Esta clasificación a menudo está relacionada con la posición social de la persona, pero no siempre coincide con esta.

Los lanzadores de la moda obviamente pertenecen a la clase privilegiada del *jet set* de la sociedad, debido al alto costo de este tipo de vestimenta. Pero cuando la moda surge desde abajo, los verdaderos impulsores proceden de la clase popular. Sin embargo, para ser aceptada dentro de la corriente principal, debe ser refinada y presentada por los diseñadores de primera línea.

Sin embargo, no todas las personas de la alta sociedad consideran la moda como algo importante. Su actitud al respecto

corresponde al grupo de los clásicos y, en ocasiones, hasta a los anticuados, cuando están apegados al vestir del pasado por alguna razón particular.

El grupo de los anticuados se compone mayormente de gente que sufrió un deterioro en su situación económica o bien de las personas muy introvertidas, algo desconectadas del mundo exterior.

Aspectos sociales de la moda

El vestuario como tal nos protege contra las inclemencias de la naturaleza y defiende la privacidad de nuestro cuerpo. La moda es mucho más que esto: cumple importantes funciones en nuestras vidas, entre las cuales se destacan **la social, la sexual y la estética**. Nuestra forma de vestir está cargada de información sobre nuestra persona. El vestuario es una especie de lenguaje que transmite, por ejemplo, nuestro estatus social.

Una **posición económica elevada** casi siempre se refleja en la ropa elegante y a la moda. Las personas de privilegiado nivel social visten prendas de mejor calidad, a la moda, complacen todos los sentidos y muestran visiblemente su éxito en la competencia de la vida. Al mismo tiempo, el vestuario de esta clase sirve como motivación para el progreso social.

La gente se identifica a través de la ropa con su grupo social, profesional o cultural, ya que intuitivamente se siente protegida por la solidaridad que la une. Por ejemplo, las personas de alto nivel social, por su propio temperamento, no siempre están pendientes de la moda, pero la siguen para parecerse a los otros de su clase. Los abogados se visten muy formales, mientras que los empleados de las publicitarias, en muchas ocasiones, prefieren el estilo casual.

Los **conceptos políticos** también pueden ser transmitidos por medio del vestuario. En los años de la Revolución Francesa,

los partidarios de la monarquía, los republicanos y los militantes de la guardia del pueblo, todos eran identificados con cierta ropa.

Más adelante, en diferentes etapas históricas, las personas siempre encontraron la forma de manifestar su apoyo o rechazo político con algún detalle significativo.

En nuestro tiempo, la imagen del Che Guevara, estampada en la camiseta, mochila o gorra de un joven, muestra su tendencia izquierdista. Por otra parte, la gente utiliza la imagen de su candidato en las campañas de elecciones de las autoridades.

Sensualidad a través del vestuario

El arte de vestirse contiene, entre sus principales componentes, el propósito de resaltar el **atractivo sensual** de la persona. Este terreno está estrechamente relacionado con la **moral**, que proviene de la **religión**, las **costumbres** y las **tradiciones**. Estos criterios son relativos y dependen de la cultura de cada país o época y, a veces, resultan chocantes.

Por ejemplo, la mujer occidental moderna, por más liberada que sea, todavía no acepta la transparencia en el busto, a pesar de la autoridad de famosos modistos que la imponen desde la pasarela. Sin embargo, tres mil años antes de Cristo, las mujeres egipcias, incluso las esposas de los faraones, llevaban vestidos que dejaban los senos al descubierto. Las damas nobles los cubrían parcialmente con generosos collares.

Durante muchos siglos, la mujer utilizó una falda larga que apenas dejaba ver los zapatos. El acortamiento de la falda, que culminó en los años sesenta con la mini, fue lento y duró aproximadamente la mitad del siglo a partir de la I Guerra Mundial.

En definitiva, la mujer deja ver cada vez más las partes de su cuerpo, un proceso que va al compás con su emancipación.

El criterio de belleza es bastante voluble y está sujeto a factores como el papel de la mujer en la sociedad, los movimientos culturales y artísticos y las condiciones económicas, entre otros.

La moda, sirviéndose de los recursos de la costura, posee una sorprendente capacidad de modificar el cuerpo de acuerdo con los cambios de los criterios estéticos.

En la Grecia antigua, la figura femenina perfecta fue equilibrada, de curvas suaves y carnes firmes. Las líneas de las vestimentas se componían de verticales repetidas y algunas horizontales que dividían el cuerpo en dos bloques. Las mujeres griegas crearon el primer sujetador, en forma de una tira de tela que daba firmeza al busto.

Muchos siglos después, en la época del rococó, la figura femenina ideal se asemejó a una exuberante flor de talle frágil. Las mujeres se apretaron la cintura con el corsé, aumentando a la vez enormemente la cadera con la crinolina. El busto, especialmente apreciado, fue levantado por el mismo corsé y exhibido en un bajísimo escote.

Durante el transcurso del siglo XX, el concepto de belleza femenina cambió varias veces, transformando drásticamente la silueta y los detalles del vestuario. La tendencia a favor del cuerpo de pocas curvas de principios del siglo culmina en la figura de aspecto andrógino de los años veinte. El busto pasó de moda y fue aniquilado por el recto y corto *chemise*. Los brazos y las piernas fueron las partes del cuerpo expuestas a la vista y este fue el “destape” del momento.

Más adelante empieza un lento proceso de vuelta a la feminidad que llevó, en los años cincuenta, a una voluptuosa figura con cintura de avispa contenida por un ancho y reforzado cinturón y amplia cadera aumentada por una falda muy acampanada, apoyada abajo en otra falda de cretona. El busto volvió a relucir.

En los sesenta llegó la época de la minifalda. Las piernas, obligatoriamente largas y bien formadas, exhibidas como nunca

antes, se convirtieron en las protagonistas de la moda. El busto y la cadera, poco desarrollados al estilo de una adolescente, se disimularon y perdieron importancia.

En las décadas posteriores se estableció un tipo de figura deportiva, esbelta, con las curvas muy moderadas. Sin embargo, la mujer mostró su sensualidad más francamente, valiéndose de nuevos tejidos muy reveladores y sedosos, escotes mucho más profundos y aperturas provocativas y voluntarias.

la moda y la expresión estética

El **sentimiento estético** es una de las facultades más importantes del ser humano, responsable, incluso, del progreso universal.

Los seres humanos necesitamos del arte, cada cual según su nivel cultural. Buscamos en una canción, una sinfonía, un cuadro o una película, la expresión de nuestros sentimientos y las respuestas a las preguntas que nos atormentan. Cuando los artistas logran plasmar nuestras inquietudes, quedamos satisfechos y liberados.

Esta propiedad tiene su expresión en diferentes áreas, tanto artísticas como en la vida cotidiana. Nuestra manera de vestir también es la manifestación de esta imperativa necesidad estética y nos impulsa a embellecer nuestra apariencia. Al momento de elegir una prenda, la persona ya está involucrada en un acto estético y se guía por las reglas de lo bello.

la imagen a través del vestuario

La manera de vestir inevitablemente refleja nuestra **personalidad.**

Una mujer **coqueta** viste ropa *sexy*, algo provocativa, buscando atraer la atención y exponiendo las ventajas de su figura. Su apariencia manda el mensaje de que ella es una persona comunicativa y no descarta un posible romance.

Una mujer **introvertida y tímida** no se atreve a usar una prenda de esta índole. Ella prefiere pasar inadvertida, ocultándose en vestidos sencillos y comunes.

Por su parte, una mujer de educación **tradicional** se viste con trajes conservadores, completamente diferente de otra de conceptos liberales, la cual desafía con prendas supermodernas o vanguardistas.

De hecho, una mujer no debe encasillarse estrictamente en una determinada forma de vestir. A veces es muy beneficioso experimentar cambiando el estilo en ciertas ocasiones. Así, la mujer puede descubrir facetas insospechadas de su personalidad.

El diseño de modas, en el fondo, es el arte de manejar la **imagen** de la persona.

Es impresionante cuán diferente ha lucido la mujer en distintas épocas a lo largo de la historia. Pero si vamos a analizar nuestra apariencia en el transcurso de cualquier día, podemos darnos cuenta de lo mucho que varía nuestro aspecto dependiendo de las actividades.

Una mujer profesional, por ejemplo, por la mañana se pone un sobrio traje sastre o clásico para ir a la oficina. En su lugar de trabajo, le favorece una imagen seria, unisex, para ser respetada y considerada. Sin embargo, en su casa viste quizá un sencillo *jean* y una *poloshirt*, que la ayudarán a acercarse más a su hijo adolescente, haciéndola lucir como sus compañeros, juvenil y accesible. Al salir de noche con su pareja, esta misma mujer revela su atractivo femenino con un atuendo elegante y sensual.

la moda y la edad

En las últimas tres décadas llama la atención la integración mucho más activa de la población de todas las edades al ámbito de la moda. La recuperación posbélica, el progreso tecnológico y las nuevas formas de confección de la ropa, beneficiaron a muchas personas.

Anteriormente, la principal consumidora de prendas de vestir era la mujer joven. Además, su interés se centraba especialmente en la ropa de salir. Al entrar en masa en el proceso laboral, la mujer dispuso de más ingresos que pudo invertir en el vestuario.

Al mismo tiempo, las mujeres están involucradas en actividades más variadas y necesitan diferentes tipos de prendas para cada una de estas. Surgen nuevos géneros de ropa, más ramificaciones. Los avances médicos en materia de belleza permiten a la mujer moderna lucir joven y atractiva por más tiempo, motivándola a estar al día con la moda.

Por su lado, el hombre ha sido durante largo tiempo bastante pasivo en los asuntos de la moda. Sin embargo, últimamente muestra un creciente interés por el vestuario más elegante y personalizado.

Las personas mayores, que a partir de cierta edad abandonaban totalmente la moda, ya no se conforman con ropa anticuada, sino que se visten de modo algo más actualizado.

Los cambios en el vestir llegaron hasta los niños y adolescentes, que antes no discutían su ropa con los adultos. Los conceptos de la educación moderna, menos autoritarios, el comercio y los medios de comunicación son responsables de una actitud más exigente por parte de los niños en cuanto a su manera de vestir. Hoy en día, el factor determinante para la elección de la ropa es la opinión de sus amigos. Las familias son cada vez menos numerosas y los padres se esmeran en complacer a sus hijos.

Todas las edades son buenas para vestirse de manera elegante y cada etapa tiene sus ventajas, siempre y cuando la persona sepa aprovecharlas. Pero, aunque la moda cambia cada temporada, algunas recomendaciones son válidas para cualquier época.

La ropa de los **niños** debe ser, en primer término, cómoda de usar. Los géneros que más los favorecen son el deportivo y el casual. El diseño sencillo y los colores vivos y alegres expresan la inocencia de los niños. Estas prendas llevan, por lo general, los elementos esenciales de la moda del momento.

Los vestiditos de fiesta para las **niñas** son más tradicionales. En los eventos infantiles, las niñas lucen vaporosos vestidos de colores pasteles. Las ocasiones de noche formales permiten trajecitos de tonos oscuros, de telas de tipo tafetán, sobre todo en el invierno. Los vestidos de fiesta a menudo están provistos de amplios cuellos blancos con encajes.

Los **adolescentes** constituyen un grupo difícil de vestir por su condición indefinida entre la infancia y la juventud. Se necesita mucho tacto para acertar el vestuario de esta delicada etapa, pues las prendas, en el caso de las muchachas, empiezan a incluir detalles coquetos y femeninos, pero deben respetar la inocencia de las jovencitas y no pasarse de la raya.

Lamentablemente, los fabricantes de ropa para esta edad en esta época tienden a cruzar esta delgada línea y confeccionan prendas demasiado *sexy*, confundiendo a las adolescentes e involucrándolas en el mundo de los adultos anticipadamente.

Una **mujer joven**, hasta los treinta años, es la favorita de la moda gracias a sus óptimas condiciones. Al pasar los treinta y cinco años, la mujer debe tomar en cuenta los cambios de su figura y usar, según el avance de los años, ropa más holgada y tejidos menos reveladores.

Las ventajas que tiene la mujer con el paso de los años residen en la experiencia del difícil arte de vestir y el privilegio de usar prendas más sofisticadas. Se dice que una mujer encuentra su propio estilo después de los treinta años. En la lista anual de las damas mejor vestidas del mundo, encontramos que una buena parte está constituida por famosas y elegantes cincuentonas.

la globalización de la moda

Desde los inicios de la civilización, las relaciones entre los países enriquecieron recíprocamente la vestimenta de los pueblos. En nuestra época, este proceso es mucho más intenso y dinámico. Hoy en día se hace prácticamente imposible acertar la nacionalidad de una persona en un aeropuerto internacional basándose en su ropa.

La tecnología moderna y las formas de producción impulsadas por la competencia optimizan el estilo de vida de las personas hacia ciertas formas generalizadas. Surge toda una cultura cosmopolita que incluye también la moda. El estilo dominante proviene naturalmente de las potencias industriales. Luego, los medios de comunicación facilitan la llegada de la información visual a cualquier parte del mundo.

Este proceso está afectando la identidad nacional de las culturas tradicionales. Muchos países, incluso los europeos, intentan hacer frente a esta situación, pero el origen del problema, la globalización, está avanzando.

Paradójicamente, el vestuario típico sirve de fuente de inspiración para crear la moda internacional. Desde hace varias décadas, los modistos modernizan los trajes de los países exóticos, tanto en su diseño como en los materiales, y lanzan

impresionantes colecciones, adaptadas luego por industrias de confección a nivel mundial.

la moda y la tecnología

El arte de vestir tiene doble naturaleza. Por un lado, es el vuelo libre de la fantasía del diseñador. Por otro, su realización depende del nivel tecnológico de su época. Los tejidos, la maquinaria y la forma de producción son responsables de hacer posibles las ideas artísticas.

Antaño, la cantidad de telas y prendas de vestir estaban incluidas en el contrato nupcial debido a su considerable costo. Los telares rudimentarios eran de poca productividad y la costura a mano tomaba mucho tiempo.

A lo largo de la historia, el desarrollo en todas las áreas de la producción de ropa ha permitido abaratar enormemente el costo de las prendas de vestir y dinamizó la moda. La industria de la confección actual cuenta con maquinaria muy veloz y precisa, y los tejidos tienen propiedades extraordinarias. Periódicamente se celebran ferias de las nuevas producciones de tejidos y de las máquinas de confección. A ellas acuden tanto los fabricantes como los diseñadores.

Sin embargo, las técnicas artesanales y antiguas se utilizan bastante en la costura de hoy, especialmente en la costura de calidad. El valor de estas labores está en su exclusividad y en el aspecto romántico, siempre relacionado con las piezas antiguas. Entre estas técnicas se pueden mencionar el bordado artístico en pedrería, las labores a ganchillo y los abrigos tejidos a mano. Algunas casas de alta costura confeccionan sus propias telas exclusivas, en pequeñas cantidades. La antigua técnica de estampado hindú llamada *batik* es muy popular en la moda moderna.

Impacto en la economía

La **industria de la confección** involucra una enorme cantidad de recursos técnicos, naturales y humanos.

El proceso comienza por producir fibras procedentes de plantas, pelo de animales y sustancias químicas. Luego se elaboran las telas, por medio de una cadena de complicadas operaciones. Pero antes de abordar la confección de la ropa, hay que preparar los hilos, botones, zíperes y otros materiales de insumo.

La confección de ropa requiere empleados de diferentes especialidades y niveles, desde los profesionales hasta los obreros.

La ropa producida es vendida en establecimientos comerciales por personal adecuado. La venta a menudo es introducida por la promoción, que puede incluir desfiles, revistas, periódicos, catálogos e Internet.

La producción de ropa es una poderosa industria que cumple un papel muy importante en la economía y, como tal, debe estar en permanente movimiento.

El proceso de fabricación de la ropa únicamente puede ser posible gracias a maquinarias de diferentes tipos que construyen las industrias especializadas. La energía eléctrica, el transporte y el combustible también forman parte de la producción de la vestimenta. La formación de especialistas en costura, la tecnología así como también los servicios requeridos por los empleados, todo esto se suma al proceso productivo.

En realidad, la vida útil de las prendas de vestir es más larga que los cambios de la moda, los cuales mueven esta rueda forzosamente. Esto favorece la industria, pero en cierto modo perjudica al consumidor, ya que su inversión se devalúa al poco tiempo. Sin embargo, cada persona toma su propia decisión en relación con sus recursos.

Pero la obsesión por la perfección en el arte de vestir tiene otros límites, y no son precisamente adquisitivos.

Desde tiempos prehistóricos, la moda utiliza pieles, plumas y otras partes del cuerpo de los animales. Los cazadores inescrupulosos de antes y de ahora ponen en peligro la existencia misma de algunas especies, en busca de ganancias. En nuestro tiempo, la moda registra un crecimiento de conciencia respecto de la conservación de especies animales. Surgen movimientos que motivan a las mujeres a renunciar a las pieles naturales para la confección de prendas de vestir y calzados, en favor de las sintéticas.

En los años noventa la moda optó, en una temporada, por colores crudos, beige y gris, conseguidos sin aplicar colorantes fuertes, dañinos para el medio ambiente. Las asociaciones de diseñadores realizaron sistemáticamente desfiles de moda benéficos en apoyo a la niñez desamparada y otras causas sociales.

Resumiendo:

- *Este capítulo se focaliza en el concepto de moda; definición y orígenes de este fenómeno que muestra cierta madurez de la sociedad.*
- *Describe el ciclo de la moda y las etapas que lo constituyen.*
- *Analiza los aspectos principales de la moda en su función social, sexual y estética, y otras facetas del fenómeno, como la psicológica, las manifestaciones propias de la edad, la imagen de la persona según su actividad.*

- *Menciona los factores tecnológicos, que son la maquinaria y los tejidos. El diseñador depende del nivel tecnológico del momento para la realización de sus ideas artísticas.*
- *El capítulo concluye con la importancia que tiene la moda, en tanto fuerza productiva, para la economía mundial.*

To continue enjoying this book,
ORDER A COPY OF
Diseño de modas: Conceptos básicos
By Larissa Lando

CBHbooks.com
Amazon.com
Barnes&Noble.com

[CBH Books: The publishing company that says YES!](#)

¿Quieres publicar un libro? [¡CBH Books está buscando autores!](#)

Everyone has a story to tell... yours might get published! We are now accepting submissions for a collection of true stories: www.100plusts.com

Todos tenemos una historia que contar... ¡la tuya podría aparecer en un libro! Estamos buscando historias reales para publicar una antología. Entra a: www.100ymas.com