



APROPIACIÓN CULTURAL O LA CO-CREACIÓN Y DISEÑO RESPONSABLE DE LAS MARCAS DE MODA NACIONALES EN EL OFICIO DEL TEJIDO ARTESANAL

María Isabel Jaramillo Cuervo

Sofía Jiménez Mejía



Apropiación cultural o la co-creación y diseño responsable de las marcas de moda nacionales en el oficio del tejido artesanal

María Isabel Jaramillo Cuervo

Orcid: 0009-0000-8471-4526

Sofía Jiménez Mejía

Orcid: 0009-0003-6962-2852

Asesor de Trabajo de Grado

Carlos Mario Cano Ramírez

Psicólogo - Mg. Ciencia Política – PhD. Ciencias Humanas y Sociales

Orcid: 0000-0002-0262-527X

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Arquitectura y Diseño

Faculta de Diseño de Vestuario

Medellín, Colombia

2023



**Apropiación cultural o la co-creación y diseño responsable de las marcas de moda
nacionales en el oficio del tejido artesanal**

Trabajo de grado para optar por el título de Diseñadora de Vestuario

María Isabel Jaramillo Cuervo

Orcid: 0009-0000-8471-4526

Sofía Jiménez Mejía

Orcid: 0009-0003-6962-2852

Asesor de Trabajo de Grado

Carlos Mario Cano Ramírez

Psicólogo - Mg. Ciencia Política – PhD. Ciencias Humanas y Sociales

Orcid: 0000-0002-0262-527X

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de arquitectura y diseño

Faculta de Diseño de Vestuario

Medellín, Colombia

2023



Hoja de aceptación:

El presente trabajo que tiene como título *Apropiación cultural o la co-creación y diseño responsable de las marcas de moda nacionales en el oficio del tejido artesanal* fue presentado el día 16 del mes de noviembre del 2023, como requisito para optar por el título de Diseñador de Vestuario, dado por la Universidad Pontificia Bolivariana y fue aceptado por el director y cuerpo docente de la Facultad de Diseño de Vestuario.

Carlos Mario Cano Ramírez

Docente investigador de la facultad diseño de vestuario

Ana Maria Sossa Londoño

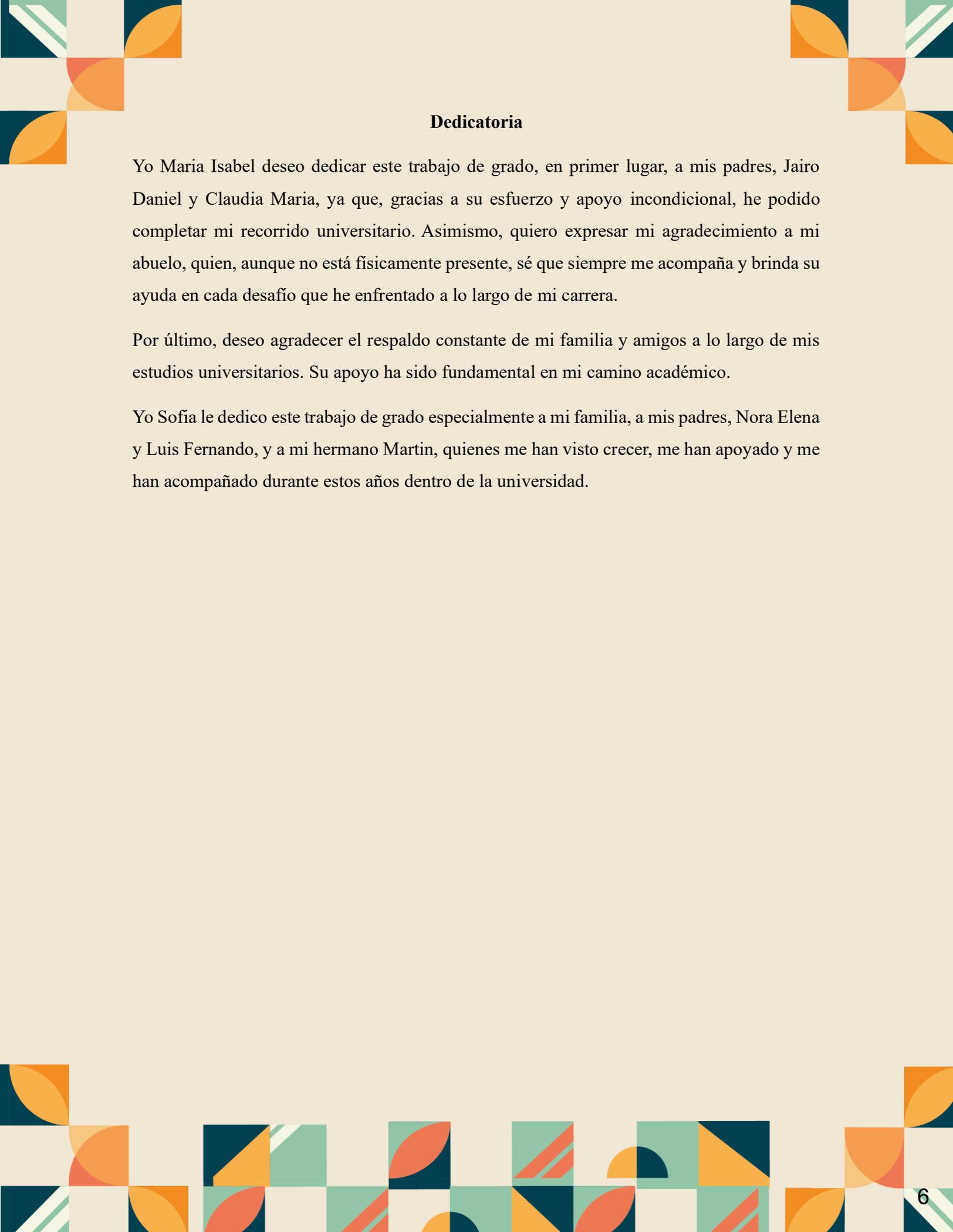
Directora de Diseño de Vestuario



The page features decorative geometric patterns in the corners, consisting of overlapping squares and circles in shades of teal, orange, and red. The central text is set against a plain light beige background.

Agradecimientos

Deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento a todos quienes contribuyeron a nuestra investigación. En especial, queremos agradecer a nuestro asesor por su invaluable orientación, la cual fue fundamental para mejorar la dirección del proyecto. También extendemos nuestro agradecimiento a las marcas que colaboraron con nosotros en entrevistas: *Zelma Wear*, *Cardolan*, *Priah Heritage* y *Tigre de Salón*. Agradecemos a estas empresas por su generosidad al abrirnos las puertas de sus organizaciones y permitirnos explorar a fondo su funcionamiento.

The page features decorative geometric patterns in the corners, consisting of overlapping squares and circles in shades of orange, teal, and dark blue. The central text is set against a plain light beige background.

Dedicatoria

Yo Maria Isabel deseo dedicar este trabajo de grado, en primer lugar, a mis padres, Jairo Daniel y Claudia Maria, ya que, gracias a su esfuerzo y apoyo incondicional, he podido completar mi recorrido universitario. Asimismo, quiero expresar mi agradecimiento a mi abuelo, quien, aunque no está físicamente presente, sé que siempre me acompaña y brinda su ayuda en cada desafío que he enfrentado a lo largo de mi carrera.

Por último, deseo agradecer el respaldo constante de mi familia y amigos a lo largo de mis estudios universitarios. Su apoyo ha sido fundamental en mi camino académico.

Yo Sofia le dedico este trabajo de grado especialmente a mi familia, a mis padres, Nora Elena y Luis Fernando, y a mi hermano Martin, quienes me han visto crecer, me han apoyado y me han acompañado durante estos años dentro de la universidad.

Índice:

Resumen.....	8
Introducción.....	10
Capítulo 1: Moda y Artesanía. Entrelazando tradición y tendencia	14
1.1 Las tendencias	16
1.2 Artesanías	19
1.3 Principales problemáticas.....	21
Capítulo 2: Hilos de Inspiración. La moda tejida en las estaciones cálidas	25
Capítulo 3: Hallazgos en los hilos de tradición en la moda colombiana	34
Conclusiones	47
Bibliografía.....	51





Apropiación cultural o la co-creación y diseño responsable de las marcas de moda nacionales y el oficio del tejido artesanal

Resumen

En esta investigación, se buscó realizar un análisis de marcas colombianas en el cual se pueda observar claramente cómo adoptan tendencias que sugieren la inclusión de tejidos artesanales en sus colecciones. El objetivo es comprender el proceso creativo que subyace en cada una de estas marcas al trabajar con la tejeduría manual. Además, se pretende dilucidar si esta inclusión implica una apropiación cultural o, en cambio, una co-creación y diseño responsable. Para lograrlo, es fundamental tener en mente que la apropiación cultural se refiere al acto mediante el cual elementos, prácticas o símbolos significativos de una cultura son adoptados por individuos o grupos pertenecientes a una cultura dominante. Esta adopción suele ser superficial o descontextualizada, lo que lleva a ignorar o trivializar su auténtico significado.

Como consecuencia, se contribuye a la desvalorización y explotación de la cultura de origen. En contraste, la co-creación implica una colaboración activa en la cual se fusionan ideas y esfuerzos para generar algo nuevo e innovador. Por su parte, el diseño responsable consiste en crear productos y soluciones teniendo en consideración su impacto social, ambiental y ético. De esta manera, se busca equilibrar la creatividad con la sostenibilidad y se tienen en cuenta las repercusiones a largo plazo de las decisiones de diseño.

La selección de las marcas se basó principalmente en dos criterios: que fueran colombianas y, preferiblemente, con sede en Medellín. Además, se consideró esencial que la inclusión de la tejeduría manual artesanal estuviera presente en todas y cada una de las colecciones lanzadas hasta la fecha por dichas marcas.

Palabras claves: tendencias de moda, tejido artesanal, moda étnica, apropiación cultural, co-creación. (orden alfabético)





Cultural appropriation or the co-creation and responsible design of national fashion brands and the craft of artisanal weaving

Abstract

In this research, the aim is to conduct an analysis of Colombian brands in which it is possible to clearly observe how they adopt trends suggesting the inclusion of artisanal fabrics in their collections. The objective is to understand the creative process underlying each of these brands when working with manual weaving. Furthermore, the intention is to ascertain whether this inclusion implies cultural appropriation or, on the contrary, co-creation and responsible design. To achieve this, it is essential to bear in mind that cultural appropriation refers to the act by which significant elements, practices, or symbols of a culture are adopted by individuals or groups belonging to a dominant culture. This adoption is often superficial or decontextualized, leading to the ignorance or trivialization of their authentic meaning.

As a result, it contributes to the devaluation and exploitation of the original culture. In contrast, co-creation implies an active collaboration in which ideas and efforts are merged to generate something new and innovative. Responsible design, on the other hand, entails creating products and solutions while considering their social, environmental, and ethical impact. In this way, the aim is to balance creativity with sustainability and to take into account the long-term repercussions of design decisions.

The selection of brands was primarily based on two criteria: that they were Colombian and, preferably, based in Medellín. Additionally, it was considered essential that the inclusion of artisanal manual weaving was present in each and every collection launched to date by these brands.

Key words: Fashion trends, handwoven, ethic fashion. Cultural appropriation, co creation.

Introducción

La elección del tema de la apropiación cultural o la co-creación y el diseño responsable de las marcas de moda nacionales en el oficio del tejido artesanal responde a una serie de consideraciones sustanciales en el contexto colombiano. En Colombia, la presencia de numerosas marcas que utilizan diversas técnicas de tejeduría para la creación de sus productos es innegable. Sin embargo, existe un vacío en cuanto a la comprensión de los procesos creativos detrás de estos productos, lo que suscita la necesidad de una investigación rigurosa y profunda.

La importancia de llevar a cabo esta investigación radica en la oportunidad de arrojar luz sobre la relación entre las marcas de moda y las prácticas artesanales, así como explorar el concepto de atemporalidad en sus diseños. A través de un análisis crítico, se buscó determinar si esta relación se basa en co-creación, apropiación cultural o en el diseño responsable. Lo notable de este es que no se limitará a un enfoque superficial basado en redes sociales o fuentes externas, sino que estudiará la valiosa perspectiva que surge de visitas a tiendas y conversiones con figuras clave en las marcas, con una visión más auténtica y personal.

Los beneficios potenciales de este proyecto son significativos y multifacéticos. Por un lado, se esperó que las futuras marcas deseadas en la integración de productos artesanales encuentren una guía valiosa para la construcción de sus propias estrategias. Además, para aquellas marcas que inadvertidamente se involucren en apropiación cultural, esta investigación ofrece claridad sobre cómo ajustar sus enfoques creativos para abordar de manera responsable las preocupaciones en torno a la apropiación cultural.

La elección de este tema se basa en una combinación de motivaciones académicas y emocionales. Para las investigadoras, la artesanía representa un universo vasto que trasciende lo superficial, especialmente en el campo del diseño. Este tema se explorará con respeto por su rica profundidad y significado. En última instancia, este estudio aspira a contribuir a un diálogo más informado y consciente en el mundo de la moda nacional, demostrando pautas éticas y creativas que inspiran un enfoque más respetuoso y auténtico en la intersección entre la moda y el tejido artesanal.

Específicamente, como objetivo general la investigación buscó entender cómo las marcas nacionales incorporan las tendencias que promueven la inclusión de tejidos artesanales en sus colecciones, examinando el proceso de transformación de estas tendencias en productos.

Y como objetivos específicos se plantearon:

1. Indagar cómo las marcas estudiadas asumen la tendencia de moda que promueven los tejidos artesanales
2. Analizar el proceso creativo de como las marcas estudiadas incluyen el tejido artesanal en sus productos.
3. Examinar cómo las marcas de moda estudiadas adoptan y adaptan los diseños tradicionales de los tejidos artesanales en sus colecciones.
4. Evaluar la autenticidad, el respeto a las comunidades y las motivaciones detrás de la co-creación y apropiación cultural en la comercialización de productos con tejidos artesanales por parte de marcas estudiadas.

En la investigación se realiza el método estudio de caso y esta se estructura en tres fases distintas. En la primera fase, se llevó a cabo entrevistas las cuales se realizaron en un periodo de dos meses. Esta se hizo con un miembro clave del equipo de dirección creativa de diversas marcas. Estas marcas han sido seleccionadas siguiendo criterios específicos: ser marcas de origen nacional y mantener una conexión con elementos artesanales en sus productos. (nombrar y poner fotos de las cuatro marcas)



Figura 1. Artesana de la Comunidad Wayúu, Alta Guajira. Fuente: Tigre de salón (2023). Comunidad Wayúu [Fotografía]. Recuperado de <https://miniurl.cl/atptkt>

La segunda fase del estudio consiste en un análisis detallado de los productos ofrecidos por las marcas que fueron investigadas. Este análisis permitió comprender mejor cómo se refleja el enfoque artesanal en los productos que estas marcas presentan al mercado.

Finalmente, la tercera fase se centró en el análisis de las plataformas digitales utilizadas por las marcas entrevistadas. Se exploró cómo estas marcas poderosas comunican su relación con la artesanía a través de su presencia en línea. Este análisis ayudó a identificar estrategias efectivas para resaltar el vínculo entre las marcas y los elementos artesanales en el entorno digital.

El trabajo se dividió en tres capítulos principales: el capítulo 1, *Moda y artesanía. entrelazando tradición y tendencia*, abarca todo el marco teórico y conceptual del trabajo. Aquí nos hablan sobre la intersección entre las tendencias de moda nacionales y la producción artesanal en Colombia, analizando cómo esto afecta a la sostenibilidad y la diversidad cultural de la producción artesanal en el país. Se examinaron las influencias de las tendencias de moda en la producción artesanal, la importancia de la artesanía en la cultura colombiana y las problemáticas que enfrentan los artesanos, como la apropiación cultural y la explotación económica. Además, se detalló cómo las tendencias de moda están

influenciadas por una variedad de factores, cómo la artesanía se diferencia por su enfoque en la creatividad y la producción manual, y cómo las grandes empresas de moda a menudo comprometen la autenticidad de la producción artesanal. Cada tema se desglosa en sus aspectos clave,

El capítulo 2, *Hilos de inspiración. La moda tejida en las estaciones cálidas*, abarca todo el marco metodológico, aquí se presenta una detallada exploración de las tendencias de moda para la temporada Primavera/Verano 2023, centrándose en las macro tendencias y micro tendencias relacionadas con la artesanía en la ropa tanto para hombres como para mujeres. Se analizó los procesos de pronóstico de tendencias, destacando la importancia de combinar datos, observación y conocimientos de mercado para identificar las direcciones emergentes en la moda. Además, se examinaron tres macro tendencias del informe de WGSN del 2023: *Diseño consciente, Plenitud y Refugio Espiritual*, las cuales se subdividen en once micro tendencias que exploran la influencia de la artesanía en la moda contemporánea. Cada una de estas tendencias se ejemplifica con la participación de marcas destacadas que aplican estos conceptos en sus colecciones, mostrando cómo la artesanía y la creatividad pueden fusionarse con la moda

Y, para finalizar, tenemos el capítulo 3, *Hallazgos en los hilos de tradición en la moda colombiana*, donde se aborda una amplia gama de hallazgos derivados del análisis de marcas colombianas que han integrado la artesanía, especialmente el tejido artesanal, en sus colecciones y productos. Para alcanzar este objetivo del trabajo, el proyecto se estructuró en cuatro categorías fundamentales que sirvieron como lentes a través de los cuales se evaluaron las distintas marcas y sus prácticas: Tendencia de moda, tejido artesanal, moda étnica y co-creación/apropiación cultural.



1ER CAPITULO

Moda y artesanía
Entrelazando tradición y tendencia



Capítulo 1. Moda y artesanía. Entrelazando tradición y tendencia

Este marco teórico examino cómo las tendencias de moda nacionales inciden en los trabajos artesanales en Colombia, y cómo esto afecta la sostenibilidad y la diversidad cultural de la producción artesanal en el país. Para ello, se revisarán las investigaciones y teorías existentes sobre la relación entre la moda y la producción artesanal, y se analizó los factores que influyen en la relación entre las tendencias de moda y los productos de tejidos artesanales en Colombia. Además, se exploraron las estrategias que pueden ser implementadas para abordar los desafíos que enfrenta la producción artesanal en relación con las tendencias de moda nacionales, y promover una industria de la moda sostenible, justa y culturalmente diversa en Colombia.

La moda es una industria global que se renueva constantemente, y las tendencias de moda pueden cambiar rápidamente en respuesta a factores como el cambio de estaciones, eventos importantes, celebridades influyentes y la demanda del mercado. En Colombia, la moda es una industria en crecimiento, que genera empleo y oportunidades económicas para muchas personas en todo el país. Sin embargo, el impacto de las tendencias de moda nacionales en la producción artesanal es un tema que ha sido objeto de debate en los últimos años. La producción artesanal en Colombia tiene una larga historia y es una parte importante de la cultura del país, en especial para las comunidades indígenas, quienes son las que, aun hoy en día, crean artesanías con un gran componente cultural.

La producción artesanal abarca una amplia variedad de técnicas y materiales, desde el tejido y la cerámica hasta la joyería y la marroquinería, y es una fuente de ingresos para muchas comunidades en todo el país. No obstante, la producción artesanal también enfrenta desafíos, incluyendo la competencia de productos industriales y la dependencia de las tendencias de moda nacionales.

Este capítulo lo subdividimos en tres apartados: el primero, habla sobre las tendencias de moda y cómo estas son influenciadas por diferentes factores, como la cultura, el arte, el clima y las influencias políticas, económicas, sociales y técnicas. A menudo, las tendencias son impulsadas por los diseñadores y marcas de moda, pero también pueden surgir de forma



natural a través de la influencia de otros factores como la música, el cine y la televisión. La moda sostenible y ética es una tendencia creciente y los influencers pueden desempeñar un papel importante en la difusión y adopción de las modas. Sin embargo, su capacidad para persuadir a otras personas puede verse limitada por diferentes factores.

El segundo tema habla de cómo la artesanía es una forma de trabajo manual que involucra habilidades creativas para producir objetos únicos y personalizados con diversos materiales. Aunque ha sido afectada por la producción en masa, sigue siendo una forma importante y valiosa de trabajo para muchas personas en todo el mundo. En Colombia, la artesanía es una actividad económica importante para las comunidades indígenas, que crean piezas con técnicas ancestrales que transmiten ideas sobre su identidad y cultura. Reproducir estos diseños sin conocer su significado puede hacer que las culturas pierdan identidad, pero al mismo tiempo, pueden aumentar la demanda de productos artesanales y generar más ingresos para las comunidades, incentivando la innovación y la creación de nuevos productos.

El tercer tema, habla sobre las principales problemáticas que desafían los artesanos locales al enfrentarse a las tendencias de moda que rigen la demanda en el país. La industria del *fast fashion* pide que las tendencias cambien cada vez más rápido haciendo producciones de mucho volumen en periodos de corto plazo. Por esto, algunas empresas abusan de los artesanos, replicando los diseños autóctonos, sin ningún tipo de remuneración.

Estas empresas se apropian de los diseños étnicos sin reconocer ni respetar su origen cultural o ancestral. Además, al explotar a los artesanos, las empresas los obligan a tejer durante largas jornadas laborales por pagos mínimos, lo que resulta en una explotación económica y laboral. esta situación también lleva a una expropiación del significado y la importancia cultural de los diseños étnicos. Estas prácticas injustas no solo afectan a los artesanos locales, sino que también contribuyen a la homogeneización de la moda y la pérdida de diversidad cultural

1.1. Las tendencias

La tendencia implica un estilo o una expresión específica distribuida entre una población en un periodo y lugar determinados. Una tendencia es un estilo transitorio que no está necesariamente determinado por las temporadas en las que las marcas de moda lanzan sus

colecciones. Hay muchas variables que influyen en las tendencias de moda, como la cultura, el arte, el clima, las exploraciones creativas y las influencias políticas, económicas, sociales y técnicas (Thalia, 2021). Además, las tendencias de moda no solo se refieren a la ropa, sino que abarcan cualquier cosa en cuento la imagen de la persona, es decir, los accesorios, el maquillaje y el peinado, llegando a poder ser un movimiento.

A menudo, las tendencias de moda son impulsadas por los diseñadores y marcas de moda, quienes buscan crear nuevas colecciones que se ajusten a las preferencias del público en general. Sin embargo, también pueden surgir tendencias de forma natural a través de la influencia de otros factores, como la música, el cine y la televisión.

Para entender mejor cómo funcionan las tendencias de moda, podemos tomar como ejemplo hechos sociopolíticos o naturales que han afectado la sociedad, como el aumento de la temperatura del planeta, derrames de petróleo en el océano, y aumento en la deforestación ilegal y no controlada, dando paso a una tendencia que Se puede comprender que en el momento de diseñar teniendo en cuenta una tendencia, lo que se hace es tener como inspiración un concepto en específico, y este concepto puede dar ideas en materiales, colores, siluetas, estampados, sensaciones, texturas, etc. (Colombia. Ministerio de Comercio, 2014). Aun así, cuando se diseña teniendo en cuenta una tendencia, es importante ser creativo y original, ya que la clave para destacar en un mercado tan competitivo como la moda es ofrecer algo nuevo y diferente. A menudo, los diseñadores buscan combinar tendencias populares con su propio estilo personal para crear algo único y atractivo para su audiencia.

La moda ha sido una industria en crecimiento desde hace varias décadas, con diseñadores y marcas nacionales que han tenido éxito tanto en el mercado local como en el internacional. En este sentido, es importante analizar cómo se relacionan estas dos industrias y cómo las tendencias de moda pueden afectar. Las tendencias de moda en Colombia están influenciadas por diversas fuentes, como la moda internacional, la cultura local y la moda tradicional.

En los últimos años, ha habido un creciente interés en la moda sostenible y ética, esto se puede reflejar en las tendencias de WGSN para el 2023 que nos hablan de diferentes maneras en las que se pueden incluir los tejidos artesanales en la moda actual; lo que ha llevado a muchas marcas y diseñadores a buscar productos artesanales para incorporar en sus colecciones producción artesanal.

Por otro lado, el papel de los influencers en la difusión y adopción de modas ha sido objeto de estudio en diversas disciplinas, ellos son personas que, por diversas razones, tienen una gran capacidad para persuadir a otras personas y generar cambios en sus comportamientos y actitudes; generando que los influencers se conviertan en una fuente expansión para las tendencias.

En este sentido, los influyentes pueden ser vistos como mediadores de la cultura y los valores sociales (Sanmiguel & Sábada, 2018), que a través de sus acciones y mensajes, pueden influir en la forma en que las personas perciben el mundo que les rodea y en cómo se relacionan con él. De esta forma, los influyentes pueden contribuir a la creación y consolidación de ciertas tendencias y estilos que se convierten en modas. Aun así, existen diversos factores que pueden moderar su capacidad para persuadir a otras personas, como la calidad de la relación que mantienen con su audiencia, el contexto en el que se desarrolla la interacción o el tipo de mensaje que se está transmitiendo. Además, es posible que los influyentes también estén influenciados por otras personas y fuerzas sociales, lo que puede limitar su autonomía e independencia.

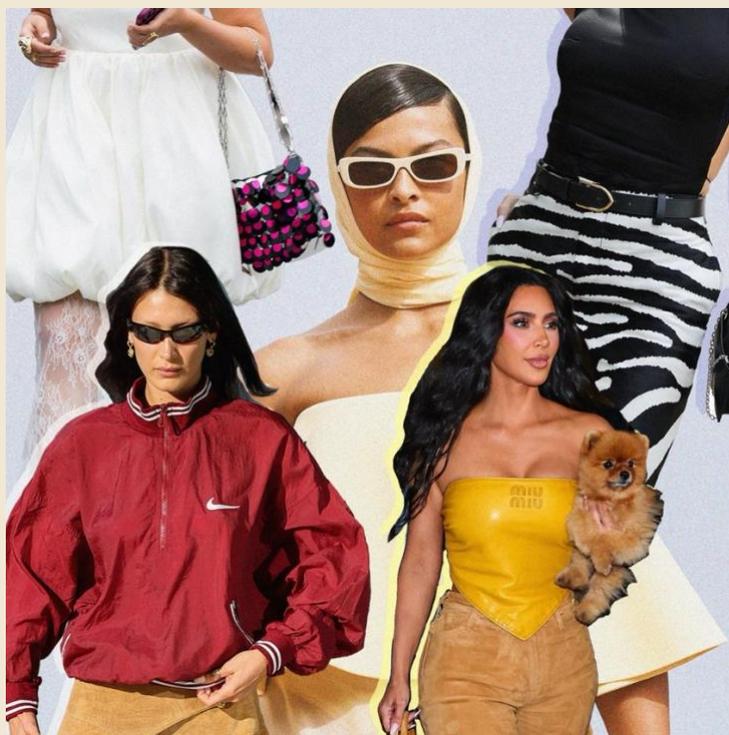


Figura 2. Predicción de tendencias de moda. Fuente: Vogue business (2024). Tendencias 2025 [Fotografía].

Recuperado de <https://miniurl.cl/2ytv3k>

1.2. Artesanías

Se denomina artesanía tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos (una persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla con poca o nula intervención de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial (Andrea, 2019)

La artesanía es una forma de trabajo que involucra habilidades manuales y creatividad para producir objetos únicos y personalizados. Los artesanos pueden trabajar con una variedad de materiales, como madera, cerámica, cuero, metal, vidrio, textiles y papel, entre otros. La artesanía tiene una larga historia y ha sido una parte importante de muchas culturas en todo el mundo. En el pasado, se utilizaba para producir objetos de uso diario, como utensilios, ropa y herramientas. Sin embargo, hoy en día, muchas personas la aprecian por su valor artístico y estético, y muchos objetos artesanales se utilizan como decoración en hogares y oficinas.

Aunque la artesanía se ha visto afectada por la industrialización y la producción en masa, sigue siendo una forma de trabajo importante y valiosa para muchas personas. La producción artesanal se basa en la calidad y la atención al detalle, lo que significa que cada objeto es único y tiene su propia historia. Es una forma de trabajo manual que implica habilidades creativas y una dedicación a la calidad y la atención al detalle. Cada objeto artesanal es único y tiene un valor especial, lo que lo convierte en una forma de arte apreciada y valorada en todo el mundo.

En Colombia, la artesanía ha sido considerada como una actividad económica importante para muchas comunidades, siendo una fuente de ingresos y de preservación de la cultura local, las comunidades indígenas como los Wayuu, Emberá, o los Nasa, se han dedicado a vender sus productos artesanales como mochilas, collares u otros accesorios, de esta manera han hecho que estos artículos y los diseños en sus tejidos se vuelvan un distintivo de su comunidad, y a su vez, parte del patrimonio cultural de país.



Estas comunidades étnicas crean piezas con técnicas ancestrales y cada uno de sus diseños pretende comunicar y transmitir ideas sobre relaciones sociales, posiciones políticas y religiosas de quién lo porta, y sobre las creencias cosmológicas y míticas. Por ejemplo, para los Wayúu el arte de tejer es plasmar su propia identidad y creen que una araña llamada Wale'kerü les enseñó a tejer todos los diseños que aún hoy en día siguen usando en sus chinchorros, mochilas y vestidos (Ramirez, 1995). Reproducir estos diseños omitiendo su significado, conocido como moda o tendencias étnicas (Parra, 2020), hace que las culturas pierdan identidad, pero a su vez hacen que estos diseños ancestrales sigan perviviendo en el tiempo, paralelamente, pueden aumentar la demanda de productos artesanales y generar más ingresos para las comunidades. También pueden incentivar la innovación y la creación de nuevos productos. (Ospina & Rojas, 2019)

Las artesanías ligadas con la moda se pueden ver en colecciones colombianas como lo fue recientemente en la feria *Expoartesanías 2022*, donde se dio a conocer por medio del Programa de Moda y Joyería de Artesanías de Colombia, una colección de moda inspirada en el concepto específico de *El Baúl de los Abuelos*, también teniendo en cuenta el concepto *Nuestro mundo circular*. *El Baúl de los Abuelos* agrupa libros, recuerdos y memorias que recopilan diseños tradicionales y un gran baúl de información. Cada uno de nosotros heredó de padres o abuelos, el legado de una época o momento específico. En total, 19 comunidades artesanas del país exploraron dos ideas fundamentales en la colección de Moda: la primera es el desarrollo de la teoría de moda circular y sostenibilidad; y la segunda, la exploración de los tesoros del pasado presentes en *El Baúl de los Abuelos* (Maria, 2022)



Figura 3. Diseños artesanales con el concepto *El baúl de los abuelos*. Fuente: Aetesanias de Colombia (2022). El baúl de los abuelos, colección de moda [Fotografía]. Recuperado de <https://miniurl.cl/xa7voz>

Con relación a las tendencias de moda, la gama de color está basada en tonos encontrados en la naturaleza y en los colores de las fibras con las que trabaja el Programa como el pindo, la chambira, la iraca, los hilos de algodón, la lana natural, el lino, el fique. La colección abarca oficios de bordado, tejeduría y cestería. En cada una de estas piezas hay reinterpretaciones de las mochilas Wayúu, de las técnicas de calado y frivolité de Mompo, de los telares y tejidos de Boyacá y Cota, así como los tejidos de crochet del Amazonas, tejidos de accesorios de Palermo y Córdoba, de los bordados y plisados de Santander y de los tejidos en seda del Cauca (Maria, 2022).

1.3. Principales problemáticas

Existe una preocupación reciente por el impacto de las tendencias de moda en la producción artesanal y en la sostenibilidad de las comunidades que dependen de ella, puesto que la industria de la moda, en su crecimiento desbordado en la última década, y con ganas de incluir en sus colecciones los tejidos artesanales tradicionales de las comunidades indígenas, ha llegado a la necesidad de una producción masiva que no ha sabido reconocer los límites a



los que debe llegar, y por lo tanto, los ha sobrepasado muchas veces en su afán de sopesar la demanda que trae consigo el *fast fashion*, llegando a copiar los diseños autóctonos, e industrializando los procesos de producción que deberían ser manuales y con una connotación mágico-religiosa, fenómeno al que se le llama apropiación cultural (Tostado, 2020).

Cada vez más, empresas regidas por estas micro tendencias que cambian en menos de un mes, abusan de los tejedores y artesanos para producciones masivas sin remuneraciones significativas en cuanto al reconocimiento o económicamente. Esto también, puede afectar la calidad y la autenticidad de los productos artesanales ya que la preocupación deja de ser el significado que tiene el tejido, su calidad o la tradición de tejer en comunidad y comienza a ser una preocupación meramente económica para todos aquellos involucrados en el proceso de producción y venta del producto, y de sobrevivencia para quién es obligado a crearlo, ya que este es su único sustento para sobrevivir. Además, pueden crear una dependencia de las tendencias de moda y reducir la diversidad cultural y la creatividad de los productos artesanales. Asimismo, se usan los diseños artesanales suprimiendo completamente el significado que tienen cada uno.

De esta manera, las tendencias de moda dictan qué estilos, colores y diseños son populares en un momento dado. Esto puede generar una demanda fluctuante para los productos artesanales. Si un determinado estilo o diseño artesanal se vuelve popular porque está en sintonía con las tendencias actuales, y comienza a ser adoptado por los consumidores, puede llegar a estar de moda, haciendo que la demanda puede aumentar rápidamente. Sin embargo, la naturaleza cambiante de las tendencias también implica que la demanda puede disminuir rápidamente cuando las tendencias evolucionan a nuevos lugares donde estos diseños artesanales ya no tienen tanta o ninguna visibilidad, dejando a los artesanos sin sustento económico. Si no logran adaptarse rápidamente a las nuevas tendencias, pueden enfrentar dificultades para mantener un flujo constante de ingresos. Esta fluctuación en la demanda puede crear desafíos para los artesanos en términos de planificación de la producción, gestión de inventarios y estabilidad financiera. Además, puede generar incertidumbre y presión sobre los artesanos para seguir las tendencias y adaptar sus productos.

Por otro lado, se ha llegado al punto en que el *fast fashion* requiere producciones masivas y rápidas que los artesanos no pueden soliviar, haciendo que la industria priorice la producción industrial la cual contrasta con los métodos de producción artesanal, que se centran en la atención al detalle, la calidad y la preservación de técnicas y procesos tradicionales. Los artesanos suelen llevar a cabo procesos manuales que requieren tiempo y habilidades especializadas. Sin embargo, la necesidad de producir grandes cantidades en poco tiempo puede dificultar la capacidad de los artesanos para mantener la integridad de sus técnicas artesanales y la atención meticulosa a los detalles.

La producción masiva puede requerir el uso de maquinaria industrial y métodos estandarizados que no se alinean con los enfoques artesanales tradicionales. Esto puede llevar a una disminución en la calidad y autenticidad de los productos artesanales, ya que se sacrifica la atención personalizada y los toques únicos que distinguen el trabajo artesanal. Además, cuando la industria de la moda empieza a incluir los diseños artesanales de origen étnico en sus colecciones, conlleva el riesgo de perder la autenticidad cultural de los productos y la desvalorización de la herencia tradicional de los artesanos. Si los diseños artesanales se comercializan masivamente sin un adecuado entendimiento y respeto por su contexto cultural, se corre el peligro de despojarlos de su significado y convertirlos en meros productos de moda, una categoría reciente denominada moda étnica (Parra, 2001).

En Colombia, cada comunidad indígena que hace artesanías tejidas tiene una historia detrás del cada diseño que incluyen en sus tejidos, es decir tienen una connotación mítica, contando la historia de estas poblaciones. Al reproducirlas ignorando el significado de cada uno de los diseños, arriesgamos a que se esta información que se estuvo transmitiendo de generación en generación cuando se les enseñaba a tejer a los más pequeños para que pudieran seguir contando su historia. Así, se les relega a ser meros proveedores de diseños y técnicas para la industria de la moda.

Las grandes empresas de moda comienzan a apropiarse de los diseños artesanales, dejando a los artesanos en una competencia desigual en la cual la única salida que les deja es rendirse ante ella, pero no les ofrece remuneración justa o reconocimiento adecuado. Esta situación puede llevar a una explotación económica y una disminución de las oportunidades para los artesanos locales, beneficiándose de la creatividad y la tradición ancestral de los tejedores,

creando una dinámica injusta en la que los artesanos se ven marginados y explotados, que también invierten tiempo, habilidades y conocimientos profundos en la creación de diseños y técnicas artesanales únicas.



Figura 4. Apropiación cultural. Fuente: El país (2019). El baúl de los abuelos, colección de moda México acusa a Carolina Herrera de apropiación cultural por su colección más reciente [Fotografía]. Recuperado de <https://miniurl.cl/ucd4pi>

Cuando las grandes empresas de moda se apropian de estos elementos sin atribuirles el crédito correspondiente, se socava la identidad y el valor del trabajo de los artesanos; y, aunque las grandes empresas dependan de ellos para la creación de piezas basadas en sus diseños artesanales, los dejan a la deriva cuando se trata de enfrentarse a dificultades para mantener sus negocios y sustentarse a sí mismos y a sus comunidades. Además, puede limitar las oportunidades de desarrollo y crecimiento para los artesanos, ya que su trabajo puede ser marginado por la producción masiva y estandarizada de las grandes empresas de moda.



2^{DO} CAPITULO

Hilos de inspiración

La moda tejida en las
estaciones cálida

Capítulo 2: Hilos de inspiración. La moda tejida en las estaciones cálida

Las tendencias de moda se desarrollan a través de diversos procesos que varían según la empresa o institución que las pronostique. Uno de estos procesos implica analizar lo que ha sucedido en el diseño y en el comportamiento de los consumidores recientemente. También se consideran aspectos como la textura, los colores y las formas al momento de elaborar las tendencias. En este sentido, el proceso de pronóstico de tendencias implica una combinación de análisis de datos, observación y conocimientos del mercado para identificar las nuevas direcciones que puede tomar la moda.

En este caso una empresa que sigue este proceso es WGSN que es líder mundial en pronósticos de tendencias de consumo. Sus pronósticos son precisos y reúne tendencias globales, datos seleccionados por expertos y experiencias de la industria para que sus clientes puedan comprender el comportamiento y el estilo de vida de los consumidores, crear productos con confianza y comercializar en el momento justo.

En esta ocasión se tuvieron en analizaron el pronóstico de ropa femenino y masculino de Primavera/ Verano 2023. Este pronóstico está compuesto de seis documentos donde tienen tres conceptos como macrotendencias los cuales son: *Refugio espiritual*, *Diseño consciente* y *Plenitud*. Nos enfocamos en once micro tendencias que son las que tienen un tema relacionado con las artesanías y las quisimos reflejar en seis materializaciones diferentes.

La primera de las macrotendencias es el diseño consciente enfocada en lo masculino que habla sobre como promover un diseño bien pensado, con especial énfasis en la longevidad y la funcionalidad de diseño para crear ropa de hombre versátil e inclusiva (WGSN, Pronostico de ropa de hombre P/V 23, 2023). Las micro tendencias que se relacionan frente a la artesanía son: suavizado y mediados del siglo las cuales se centra en suéteres tejidos que se distinguen por su uso de tonos sólidos y uniformes.

En esta tendencia, los patrones y diseños se reducen al mínimo para lograr un estilo minimalista y discreto. Los suéteres se presentan en una variedad de colores clásicos y neutros, lo que los convierte en prendas versátiles y fáciles de combinar con diferentes estilos y ocasiones. Esta estética simplificada resalta la belleza de la textura y calidad de los tejidos,

creando un aspecto elegante y sofisticado. Es una opción perfecta para aquellos que buscan un estilo atemporal y refinado en su vestimenta diaria. En *Wales Bonner*, una marca de vestuario donde su ADN es la idea del género como algo fluido, manejan prendas masculinas inspiradas en esta tendencia.



Figura 5. Producto masculino de la marca *Wales Bonner*. Fuente: Wales Bonner (2023) Legacy Tank

[Fotografía] <https://bit.ly/3VT2y4B>

La segunda de las macrotendencias es el diseño consciente femenino donde la utilización del diseño digital permite a los artesanos y diseñadores crear patrones y diseños de manera más eficiente y precisa, lo que a su vez puede reducir el tiempo de producción y aumentar la calidad de las piezas. esta tendencia también nos habla de la técnica de la superposición de capas consiste en utilizar diferentes tejidos, como por ejemplo lana, algodón o seda, para crear una pieza única y con textura. Esto se logra mediante el uso de técnicas como el tapestry crochet, que permite tejer con varios colores a la vez, o el overlay crochet, que consiste en superponer capas de puntos para crear un diseño tridimensional. La combinación de estas dos técnicas -diseño digital y superposición de capas- permite crear piezas de crochet

innovadoras y originales, manteniendo al mismo tiempo la esencia y la tradición de esta técnica artesanal.

Isa Boulder es una marca que trabaja con artesanos locales, que aún utilizan métodos tradicionales de teñido y estampado, mantienen una relación simbiótica con la comunidad y aseguran que la artesanía y herencia tradicionales perduran. Ellos emplean esta macro tendencia en algunas de sus prendas.



Figura 6. producto femenino de la marca Isa Boulder. Fuente: Isa Boulder (2022). Vestido largo de punto con aberturas de First Argyle [Fotografía] <https://bit.ly/439HaKI>

En la tercera macro tendencia, que es Plenitud, dirigida al diseño masculino, nos indica un viaje alegre a otro territorio para la ropa de hombre, repleto de paisajes surrealistas, imágenes digitales, siluetas exageradas y frivolidad infantil (WGSN, Pronostico de ropa de hombre P/V 23, 2023). Más a fondo la micro tendencia que se relaciona con la tejeduría es Artesanía Adutescente, la cual se basa en la fusión de trabajos hechos a mano y un estilo infantil con

una paleta de colores vibrantes. Sus características distintivas incluyen el uso de gráficos pintados a mano y la incorporación de materiales reutilizados en las creaciones.

Esta combinación de elementos crea un ambiente lúdico y alegre, donde los diseños se destacan por su aspecto artesanal y la expresión creativa. Los colores brillantes y vivos añaden energía y vitalidad a los objetos y creaciones, mientras que los materiales reutilizados aportan un sentido de sostenibilidad y conciencia ambiental.

En resumen, esta tendencia busca capturar la esencia del estilo infantil y la creatividad artesanal, incorporando elementos eco-amigables para crear diseños únicos y llenos de vida. La marca de *Bethany Williams* combina unas prácticas respetuosas con el medioambiente con iniciativas de corte social, ya que involucra en su producción a grupos comunitarios. Se enfocan en conectar a la gente con el entorno a través de la ropa. Ellos emplean esta macro-tendencia en alguna de sus prendas.



Figura 7. Producto masculino de la marca *Bethany Williams*. Fuente: Bethany Williams (2022).

Colección The Hands that Heal [Fotografía] <https://bit.ly/41Oao0D>

La cuarta macro tendencia es *Plenitud* dirigida al diseño femenino, la cual es una dirección expresiva y optimista que se mueve en la frontera entre las influencias digitales y la realidad física. Los diseños alegres, los motivos llamativos y los tejidos futuristas se aplican a todo, desde la ropa de resort vibrante hasta la ropa de fiesta escultural. (WGSN, Pronostico de ropa de mujer P/V 23, 2023).

La micro tendencia que se relaciona con la artesanía es: figuras hipergeométricas donde se enfoca en trabajar con patrones de rayas, lunares y cuadros, los cuales se utilizan en diferentes proporciones y se combinan con acentos llamativos. Sin embargo, las siluetas utilizadas no son de grandes proporciones, lo que ayuda a equilibrar el producto final. Esta elección en las formas y tamaños de las prendas o elementos de diseño permite resaltar los patrones y colores, sin abrumar el aspecto general. Al utilizar patrones audaces en combinación con siluetas más ajustadas o proporcionadas, se logra un resultado visualmente interesante y equilibrado. Esta tendencia busca combinar la energía y vitalidad de los patrones llamativos con un estilo más moderado en términos de formas y tamaños, creando un efecto estético armonioso y sofisticado. La marca *Arthur Arbesser* reconocida por su estética gráfica y lenguaje de diseño personal, implementa esta macro tendencia en agua de sus prendas.



Figura 8. Prenda otoño femenina de *Arthur Arbesser*. Fuente: Arthur Arbesser (2023) Fashion week 2023

[Fotografía] <https://miniurl.cl/auwln>

La quinta macrotendencia es: refugio espiritual enfocado en lo masculino. Refugio espiritual es la búsqueda de la satisfacción y el confort, ya sea a través de la apreciación de la naturaleza o de las nuevas identidades masculinas, donde confluyen colores más suaves, detalles artesanales y temas de resort. Con relación a las artesanías entran las micro tendencias: *Estilo de resort refinado*, *Artesanía estudiada* y *Romanticismo recuperado* las cuales se caracterizan por cortes de gran amplitud que generan una mayor comodidad en las prendas. Además, se utilizan técnicas ancestrales para crear productos acabados a mano, utilizando pigmentos naturales en el proceso.

En términos de textiles clave, destacan las lanas, los calados y las transparencias, así como las semi transparencias. Estos elementos textiles aportan texturas y detalles únicos a las prendas, añadiendo un toque artesanal y sofisticado. Esta combinación de cortes amplios, técnicas tradicionales y textiles distintivos resulta en una moda que resalta la comodidad, la belleza natural y la calidad de las prendas. La marca *Bode* es una firma de moda de lujo estadounidense especializada en el reciclaje de textiles antiguos y en algunas de sus prendas aplican esta macro tendencia.



Figura 9. Camisa sin mangas en crochet de la marca *Bode*. Fuente: Bode (2023) Camisa sin mangas en crochet [Fotografía] <https://bit.ly/42OuCe5>

La sexta y última macrotendencia es *Refugio espiritual* enfocado en lo femenino y está impulsada por la búsqueda de satisfacción y confort, tanto en la naturaleza, en el hogar y a través de la nostalgia y de la artesanía. Para la ropa de mujer, esto significa que las siluetas relajadas, los materiales sobrios y los colores y diseños calmantes.

Con relación a las artesanías influyen dos microtendencias las cuales son artesanía sanadora y elegancia rústica donde las siluetas se caracterizan por ser sencillas y sensuales, enfatizando la elegancia y la feminidad. Las prendas principales que destacan en este estilo incluyen faldas tipo pareo, que añaden un toque de coquetería y movimiento a los conjuntos. Además, las blusas son voluminosas, pero con un aire ligero y etéreo, gracias al uso de tejidos transparentes como organza o gasa. Estos materiales permiten que la piel se insinúe de manera sutil y delicada. También se emplean telas como la seda, que aportan suavidad y fluidez a las prendas, realzando la sensualidad de la mujer. Asimismo, se utilizan técnicas artesanales como el macramé y el croché para agregar textura y detalles únicos a las prendas, creando un contraste interesante con los tejidos transparentes y ligeros.

En conjunto, esta tendencia se enfoca en resaltar la belleza natural de la mujer de manera suave y sofisticada. La marca *Escvdo* se enfoca en estar comprometida con el patrimonio artesanal de Perú y gran cantidad de sus prendas siguen el estilo de esta macrotendencia.



Figura 10. Vestido Midi Qantu femenino de *Escvdo*. Fuente: Escvdo (2023) Vestido Midi Qantu femenino
[Fotografía] <https://bit.ly/3IoaANq>





3ER CAPITULO

Hallazgos en los hilos
de tradición en la moda colombiana



Capítulo 3.

Hallazgos en los hilos de tradición en la moda colombiana

Durante el desarrollo de este proyecto de investigación, se llevó a cabo un análisis minucioso de una serie de marcas colombianas que han incorporado la artesanía, en particular el tejido artesanal, en sus colecciones y productos. El objetivo primordial de esta investigación era explorar y comprender a fondo el papel y la influencia de la artesanía en la moda contemporánea, con un enfoque específico en el contexto colombiano. Para alcanzar esta meta, el proyecto se estructuró en cuatro categorías fundamentales que sirvieron como lentes a través de los cuales se evaluaron las distintas marcas y sus prácticas. Estas categorías fueron las siguientes: *tendencia de moda*, *tejido artesanal*, *moda étnica* y *co-creación/apropiación cultural*. En total se encontraron siete hallazgos, los cuales vamos a entrar a detallar.

3.1. Hallazgo # 1. Cómo las marcas incorporan las tendencias con tejido artesanal

Para el primer hallazgo, se analizó cómo las marcas incorporan las tendencias actuales de la moda en sus diseños y cómo logran combinar estas tendencias con elementos de artesanía. Se observó cómo las marcas se mantienen al día con las tendencias globales y, al mismo tiempo, preservan sus raíces culturales y la autenticidad de la artesanía. Cabe destacar que, en este contexto, consideramos las tendencias de moda como un estilo o una expresión específica que se difunde entre una población en un periodo y lugar determinado (Barrera, 2021).

El primer hallazgo revela un aspecto interesante de las marcas que incorporan tejido artesanal en Colombia. A pesar de que estas marcas no llevan a cabo una investigación explícita de las tendencias de moda antes de crear una colección, de manera inconsciente, sus colecciones logran reflejar las tendencias actuales. Esto se puede ejemplificar en entrevistas como la de *Zelma*, donde Laura Cadavid, la diseñadora, menciona: “No me fijo en las tendencias porque lo hago mucho a gusto propio... son prendas básicas y atemporales que se pueden combinar con prendas en tendencia” (Cadavid, 2023).



Por otro lado, también se puede observar cómo en *Priah*, las prendas presentan siluetas sencillas, y los detalles en tejido artesanal ocupan un lugar central. Esto se debe a que, según Juanita García, diseñadora y fundadora de la marca,

En *Priah* no pretendemos seguir tendencias de moda o seguir una línea estética predeterminedada, como podría ser la tropical. En un principio, buscábamos siluetas sencillas para facilitar la confección y no añadir estrés a mi madre, quien estaba en proceso de recuperación. Ahora, la sencillez es la esencia de *Priah* (García, 2023)

Analizando las respuestas de la marca ante las preguntas indagatorias frente a las tendencias de moda y sus redes sociales y página web nos dimos cuenta de que esto se da por tres razones específicas.

La primera razón la nombramos *Innovación Subconsciente* para describir este fenómeno en el que los diseñadores de las marcas que incorporan tejidos artesanales en sus productos y colecciones incorporan tendencias de moda de manera inconsciente. Esto se debe a que las tendencias de moda son, en última instancia, manifestaciones de fenómenos culturales más amplios que influyen en el comportamiento humano y en los estilos de vestimenta (Erner, 2010)

La *Innovación Subconsciente* refleja la capacidad de los diseñadores para absorber y asimilar las tendencias de moda contemporáneas sin la necesidad de llevar a cabo una investigación previa explícita. Las tendencias de moda son fenómenos culturales en donde se adopta temporalmente un comportamiento por una parte sustancial de un grupo social y su influencia se filtra en la percepción colectiva de la estética y estilo (Erner, 2010). Cuando los diseñadores están inmersos en este contexto cultural y están en sintonía con las corrientes actuales, su creatividad se convierte en un reflejo natural de las tendencias emergentes.

Este proceso subconsciente se traduce en la incorporación de elementos contemporáneos en sus creaciones, lo que a menudo está manifestado en microtendencias, las cuales son detalles o características específicas que resuenan con las preferencias y gustos de la sociedad en un momento dado. Al aprovechar esta innovación subconsciente, las marcas logran mantenerse relevantes y atractivas para sus audiencias sin perder su enfoque en la artesanía y la cultura local.

La segunda razón por la cual las marcas colombianas que utilizan tejido artesanal no realizan investigaciones en tendencias la denominamos *Influencia cultural*. A menudo, estas marcas colombianas están profundamente arraigadas en la cultura local y se inspiran en tradiciones artesanales autóctonas. Esta conexión cultural puede influir de manera significativa en la alineación de sus diseños con las tendencias actuales de la moda, proporcionando una base sólida para la creatividad de sus colecciones.

Al tomar inspiración de las técnicas y materiales tradicionales, estas marcas pueden infundir autenticidad en sus diseños, de esta manera, la marca puede tener autenticidad cultural: tener material autóctono permite contar historias auténticas, como lo dice *Tigre de salón* en su página web “TdS es la consecuencia de un diálogo en común entre los procesos artesanales y el diseño” (Franco, 2023) puesto que para esta marca es primordial contar la historia de cada artesano que tejió un tigre de salón.

De igual manera les da diferenciación, al contar con tejidos artesanales y trabajar tan de la mano con las culturas del territorio colombiano, les permite destacar entre otras marcas, en donde la homogeneización es algo inevitable si no se tiene una base de inspiración sólida. También les da un atractivo global, los consumidores, tanto nacionales como internacionales, buscan prendas que se sientan únicas y los hagan sentir diferentes, al contar la historia de una etnia, los productos pueden tener un atractivo extra.

Siendo así las marcas prefieren hacer una investigación cultural local de las etnias y las comunidades donde se encuentran sus tejedores y artesanos antes que hacer una investigación en tendencias, la adopción de tradiciones artesanales autóctonas se convierte en un activo valioso para las marcas de moda y se alinean en una tendencia de manera natural sin tener que gastar recursos y tiempo en investigación de tendencias.

La tercera, y última razón para las marcas evitar la investigación en tendencias la nombramos *Receptividad al cambio*, ya que las marcas que incorporan tejidos artesanales en sus colecciones deben ser más flexibles que aquellas que siguen únicamente las tendencias de moda. Esto se debe a su disposición hacia una flexibilidad cultural, adaptando diseños de moda contemporáneos sin comprometer la integridad de sus raíces culturales, gracias a su profundo respeto por la herencia étnica y ancestral de las creaciones.



De esta manera, estas marcas comprenden que es más sencillo adaptar los diseños contemporáneos de las tendencias para que concuerden con los diseños artesanales característicos de la comunidad tejedora, sin perder su autenticidad. Esto conlleva a una ágil experimentación creativa, al integrar tejido artesanal en sus diseños se pueden dar la libertad de fusionar diferentes estilos en sus marcas, y lo pueden hacer de una manera rápida, porque, aunque sea un trabajo artesanal que lleve tiempo y sea hecho por una persona, acortan la cadena productiva de la prenda final.

3.2. Hallazgo 2. Correlación de las tendencias actuales y las marcas colombianas con tejidos artesanales

El segundo hallazgo se deriva del análisis de las marcas bajo la perspectiva de los reportes de WGSN para la temporada primavera-verano 2023. Estos informes revelan que, en la actualidad, el lujo sostenible, el diseño consciente y la moda artesanal son tendencias a nivel mundial.

Diseño Consciente llega impulsado por la creciente demanda de productos, experiencias y sistemas más inteligentes, sencillos y sostenibles, pues las instituciones y la población exploran cómo construir un mundo más equitativo. Además, defiende los diseños democráticos e inclusivos más prácticos, duraderos y polivalentes, e insta a los creadores a pensar no solo en el uso de un producto en el presente, sino también en el futuro (Paget, 2023, p. 2)

Al trabajar con artesanías, se puede hacer un producto con más valor cultural, como lo destaca Laura Cadavid “[...] sean prendas que la gente las perciban como más un tesoro y que de verdad son un tesoro.” (Cadavid, 2023). Actualmente, un producto artesanal no solo se enfoca en la autenticidad de las piezas, sino que, cuando se produce éticamente, respalda a comunidades, que en el contexto colombiano y en muchos otros lugares, a menudo enfrentan vulnerabilidad. Además, estos productos son más sostenibles, ya que minimizan los desperdicios, mantienen una cadena productiva más limpia y presentan una calidad superior. Con un buen cuidado, estos productos pueden durar mucho más en comparación con productos *fast fashion*.

De este modo, al analizar los productos de las marcas estudiadas, observamos que cada una de ellas podría estar en sintonía con una de las microtendencias presentadas por WGSN para la primavera-verano de este año. Por ejemplo, *Zelma* se alinea con la microtendencia *Artesanía Sanadora*, que sugiere que las prendas artesanales pueden funcionar como elementos terapéuticos, llevando consigo un significado más profundo (Maggioni, 2023)

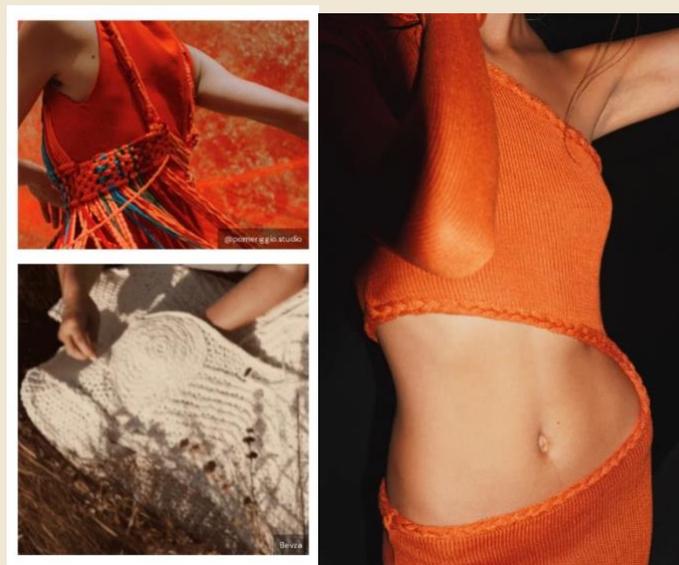


Figura 11 y 12. Collage tendencias en tejidos artesanales, vestido de *Zelma*. Fuente: Zelma (2023) Ocaso Drees [Fotografía] <https://miniurl.cl/d3wjzi>

Al igual que *Zelma* se alinea con esta microtendencia, evidenciado en las figuras 11 y 12, podemos encasillar a cada una de las colecciones y productos recientes de las marcas estudiadas en microtendencias actuales. Esto no solo se refleja en los productos finales que ofrecen, sino que engloba todos los aspectos de la marca, incluyendo su imagen gráfica. Cuando hablamos de tendencias, no nos limitamos únicamente a la moda, sino que abarcamos muchos otros elementos que influyen en la construcción de la marca.

Las tendencias ya no se limitan solo a la ropa, sino que se extienden mucho más allá. “Esta multiplicación de las tendencias comerciales resulta innegable. Determinados principios que rigen la moda del vestido actúan ya en otros ámbitos” (Erner, 2010, p. 14). Es por esto por lo que también podemos hacer un análisis de tendencias actuales en las marcas según su imagen de marca, *Cardolán* parece ser la única marca que tiene claro este aspecto, cuando se le

preguntó por la investigación e integración de tendencias en sus creaciones respondieron: “La tendencia que sí podemos incorporar está más relacionada con la imagen creativa, qué tipos de fotos tomamos y el branding” (Pizano & Ospina, 2023), otras marcas, aunque también se puede ver su influencia por las tendencias, lo hacen inconscientemente.

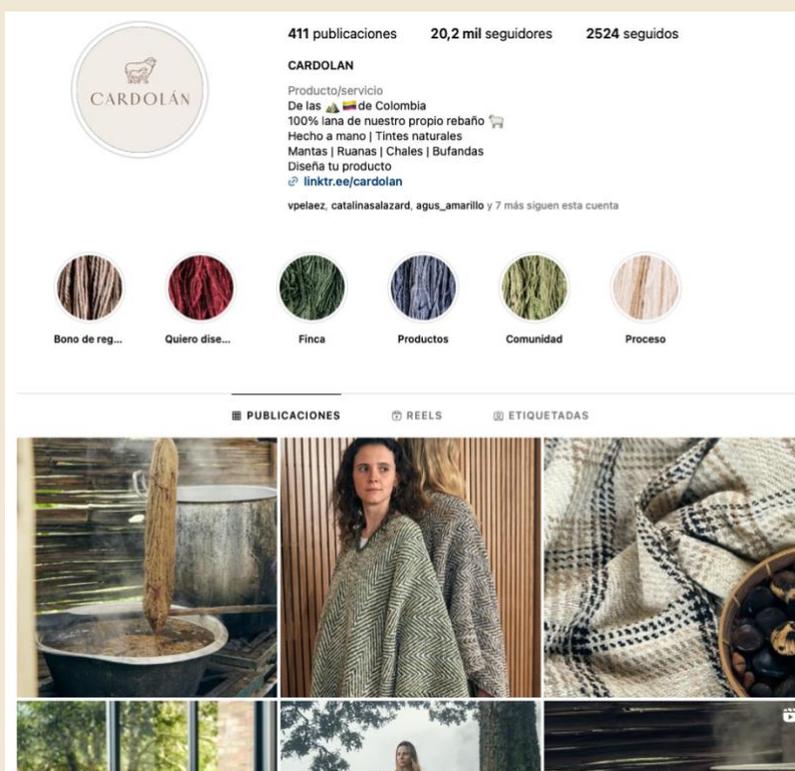


Figura 13: Perfil de Instagram de Cardolán. Fuente: Cardolán (2023) Feed de instagram [Fotografía]

<https://miniurl.cl/abbwcv>

3.3. Hallazgo 3. Co-creación con el usuario

En el momento de concebir un producto, existen diversas vías para emprender procesos creativos en la búsqueda de un diseño único. En ocasiones, estos procesos son exclusivos de los diseñadores principales de la empresa, quienes en muchos casos son los mismos propietarios. Sin embargo, hay momentos en los que diferentes individuos participan en el proceso de diseño. En esta ocasión, pudimos observar un proceso creativo entrelazado con la retroalimentación del cliente, resultando en un producto altamente personalizado. Un

ejemplo claro de este enfoque es la marca *Cardolan*, donde durante nuestra entrevista se destacó cómo llevan a cabo una co-creación con el usuario:

El cliente es una parte esencial del proceso. Escoge el tejido que quiere de una selección que le proporcionamos, aproximadamente de diez tejidos. Luego elige los colores y decide si quiere flecos, trenzados, amarrados o simplemente sueltos. Con esa información, comenzamos a hacer su prenda y le mostramos la lana tinturada para que decida si quiere cambiar algo. También le mostramos la lana ya tejida en el telar y se pueden hacer cambios en el diseño si así lo desean. Por lo tanto, el cliente está muy involucrado en el proceso de diseño, y esto es parte de nuestra propuesta de valor (Ospina,2023)

Este proceso creativo suele favorecer a que el producto llegue a más usuarios porque como dice Vanegas (2022) citando a Klauck & Pereire-Pinheiro (2017) en su trabajo de grado mencionan que “Es fundamental, por tanto, que la marca tenga una relación con los usuarios para que la co-creación desencadene un resultado favorable y se presente en el mercado de una más interactivo” (citando a Klauck & Pereire-Pinheiro, 2017, p. 14). Según lo anterior el tema de co-creación con el usuario favorece para crear una mayor interacción con el usuario y así poder generar que nuevos usuarios conozcan la marca para lograr una mejor rentabilidad.

3.4. Hallazgo 4. Co-creación con la comunidad

En los procesos creativos de las marcas, es común observar variaciones; sin embargo, la mayoría de las marcas entrevistadas tienen establecido un proceso creativo definido. Para ellas, este proceso está intrínsecamente vinculado a la co-creación con las artesanas de un lugar clave donde las técnicas de tejeduría manual son parte integral de sus raíces, acorde a su ideología y al tipo de producto que elaboran. Por lo tanto, la opinión y participación de las artesanas es de vital importancia durante este proceso de creación.

Durante la entrevista, se indagó a las marcas acerca del enfoque creativo que aplican en sus productos. Por ejemplo, *Zelma* compartió que en su marca nos contó cómo “el tejido en sí es una co-creación con las artesanas. O sea, yo les muestro los moldes y les digo: ‘Bueno, niñas, ¿cómo hacemos este tejido?’ Y ellas me dicen, ‘Esta puntada puede ser muy linda, pero



entendemos otra” (Cadavid, 2023); por otro lado, *Tigre de salón* tiene un proceso más elaborado porque nos cuentan que

El proceso típico de diseño de tigre de salón empieza por crear un concepto, saber que se está necesitando y a partir de esta necesidad hacer una maquetación 1/8 donde se vea una idea más formal del producto y se valide que se necesita, para así crear un boceto 1/1 y llevarlo donde los artesanos los cuales comienzan a hacer cambios sean dibujando o mostrando en físico para así romper barreras de lenguaje. Cuando ya se tiene el boceto 1/1 aprobado por la comunidad (Osorio, 2023)

De aquí sale el término *co-diseño* que es “definido por el hecho de que la creatividad de los diseñadores se une a la de personas que tienen otros perfiles y trabajan juntas en el proceso de elaboración del diseño” (Huerta, 2014, p. 1)

Con base en lo expuesto, es evidente que los procesos adoptados por *Tigre de salón* y *Zelma* están estrechamente vinculados a un enfoque de diseño basado en la co-creación. Esta estrategia amalgama los conocimientos provenientes tanto de expertos en la industria del vestuario como de individuos versados en las diversas técnicas arraigadas en sus culturas. De esta fusión surge un producto genuinamente singular y auténtico, resultado de la sinergia entre estos dos mundos de saberes.

3.5. Hallazgo 5. Diseño colaborativo

El diseño colaborativo se basa en que “un diseñador debe preocuparse no solo por lo que diseña, sino también por el entorno y el sistema en el que trabaja” (Vanegas, 2022, p.15). A la luz de lo expuesto anteriormente, cabe destacar la notable relevancia del diseño colaborativo en las marcas que interactúan estrechamente con diversas comunidades, especialmente aquellas arraigadas en el ámbito artesanal. Estas marcas adquieren una responsabilidad crucial: garantizar condiciones laborales óptimas para sus colaboradores y una remuneración verdaderamente justa en proporción al valor que estas comunidades artesanales aportan al producto. En realidad, estas comunidades artesanales confieren un valor completamente distinto al producto, haciendo imperativo que las marcas reconozcan y compensen adecuadamente esta contribución.

En esta ocasión la marca entrevistada *Priah* nos habló acerca de la importancia que ellos les daban a las condiciones en las que trabajaban sus artesanas por esto ellos nos comunican que

el ambiente laboral sea lo más sano posible, donde haya una conversación constante entre las artesanas y la diseñadora para que todo se haga con transparencia y así acordar como las artesanas quieren que se refieran a ellas, que sean reconocidas por su talento (García, 2023)

Para finalizar este hallazgo hay que tener en cuenta que uno de los pasos más importantes al trabajar con comunidad artesanas es este factor porque como dice Vanegas (2022) mencionando a Darras (2017) en su trabajo de grado donde dice que

Para que este diseño funcione, primero es importante crear un ambiente cooperativo propicio para el surgimiento del genio colectivo. Reuniendo todos los recursos e información necesaria para que todos los interesados participen y puedan contribuir, comunicar y apropiarse del proyecto (citando en Vanegas, 2022, p.16)

3.6. Hallazgo 6. Apropiación cultural

Durante el desarrollo de nuestra investigación, se puso de manifiesto la facilidad con la que se puede caer en la apropiación cultural, especialmente cuando una marca está estrechamente ligada a las tendencias de moda. Estas tendencias, por su naturaleza efímera, pueden conducir a una apropiación cultural sin una comprensión profunda y respetuosa de las tradiciones.

Cuando una marca especializada en tejidos artesanales prioriza a clientes que, en muchas ocasiones, carecen de comprensión sobre el significado de cada uno de los distintos tipos de tejidos y se ven influenciados principalmente por la moda del momento, los tejidos ancestrales que llevan siglos de historia dejan de tener el mismo significado. En nuestras entrevistas, pudimos constatar cómo una marca nos menciona que

Los tejidos básicos que usamos no los hemos adaptado de ninguna parte, sino que son tejidos tradicionales que hemos tenido como seres humanos desde hace muchos años. Entonces tenemos el ojo de perdiz, la espina de pescado, el tejido canal, las rayas y la diagonal. Lo que hemos adaptado un poco son los colores que escogen nuestros clientes, y al usar diferentes colores, estos tejidos se ven realmente destacados. Generalmente, el cliente puede escoger dos colores: un color base, que es crudo o gris, y le agregamos un color vivo (Ospina, 2023)



Podríamos decir en esta ocasión que los significados originales se perdieron porque se respaldan con que son tejidos tradicionales, pero según el texto *Diseño y comunidades étnicas* nos dicen que apropiación cultural “Es cuando se adoptan costumbres o producciones de una cultura diferente a la persona que la toma. Esto conlleva a que se desconozca su autoría original. Llegando, a despojar el sentido y el valor original de la costumbre” (Atencia, 2022, p. 5), y teniendo en cuenta esto se podría considerar que esa acción podría influir en ser una marca con apropiación cultural.

3.7. Hallazgo 7. Moda étnica en las marcas colombianas

Cada una de las marcas que analizamos aborda el tejido artesanal de diversas maneras, y, sin lugar a duda, la moda étnica está presente en todas ellas, aunque en mayor o menor medida según la marca y sus prácticas. Es importante definir qué entendemos por moda étnica y cómo la interpretamos al analizar estas marcas.

Un gran número de grupos indígenas tejen a mano y atribuyen significados a cada patrón o figura plasmada en sus tejidos. Las marcas, al colaborar con estas comunidades y vender sus productos con los diseños y simbolismo, a veces se pierde la comunicación del significado ancestral detrás de estas piezas. Siendo así la única forma de preservar la integridad de estos tejidos en el tiempo es a través de esta práctica. “Despojados de sus connotaciones religiosas, los diseños inspirados en la artesanía textil indígena configuran esa propuesta neoétnica que se integra de forma natural en los movimientos de moda responsable” (Parra, 200, p. 130)

De las marcas estudiadas, dos de ellas trabajan con comunidades indígenas, *Zelma* y *Tigre de salón*. Entre ellas, se puede diferenciar las diferentes formas de tratar y comunicar las tradiciones indígenas. Para tigre de salón no se ha perdido la tradición de ver la simbología como algo “sagrado”.

En el año 2018 empezamos a trabajar con la comunidad indígena Iku en La Sierra Nevada de Santa Marta (Sudamérica- Colombia), lo hicimos movidos por un gran interés en conocer nuestras raíces, con el compromiso de ser un puente entre las culturas indígenas y artesanales de nuestro territorio y el resto del mundo (Franco, 2023)

Para estas comunidades, es fundamental transmitir el origen de sus tejidos, pero en ocasiones se pasa por alto un detalle crucial: el significado detrás de cada figura plasmada en sus bolsos. Aunque en ciertas ocasiones han intentado abordar este aspecto, lo han hecho principalmente en las descripciones de fotos publicadas en Instagram. Esto, a menudo, se convierte en una herramienta de marketing o en un medio para llenar un espacio con información valiosa, pero que, en última instancia, no muchas personas leerán.

Esto significa que muchas personas no llegarán a conocer la historia étnica que se encuentra detrás de cada simbología. Al comprar un producto de *Tigre de Salón* a través de su página web, se proporciona información sobre la comunidad que lo crea, pero la información sobre el significado es limitada.



Imagen 14: Publicación de Instagram de *Tigre de salón* con producto y su descripción. Fuente: Tigre de salon (2023) Post de Instagram [Fotografía] <https://goo.su/PkYnrz>

Por otro lado, *Zelma*, a pesar de colaborar con la comunidad indígena Wayuu, aborda la comunicación de sus tejidos de manera significativamente diferente. Los productos diseñados por Laura Cadavid se desvían por completo de las tradiciones de la comunidad Wayuu y se orientan más hacia los gustos personales de la diseñadora. Como ella menciona, “Mi proceso creativo va muy ligado a mi gusto personal y me ha funcionado” (Cadavid, 2023). Aunque existe un trabajo colaborativo con las comunidades y se valora su labor de manera digna, *Zelma* no se centra en comunicar las tradiciones de dicha comunidad. En

cambio, encuentra su inspiración en la naturaleza, lo que conduce a la transformación de muchas de las simbologías Wayuu para adaptarlas a los productos que diseña y vende la marca.

Por último, *Priah* y *Cardolán* optaron por no trabajar con comunidades indígenas, sino con artesanas, en su mayoría personas de la tercera edad, quienes han tejido desde su niñez y han aprendido de sus madres y abuelas, de la misma manera que ellas aprendieron. Por esta razón, desconocemos por completo si las puntadas y figuras que tejen tienen algún significado para alguna comunidad. Ellos no se han tomado la molestia de investigar el origen de esos símbolos que se utilizan en las prendas que venden. Como lo mencionan, “Los tejidos básicos que usamos no los hemos adaptado de ninguna parte, sino que son tejidos tradicionales que hemos tenido como seres humanos desde hace muchos años” (Pizano & Ospina, 2023). Y mucho menos pueden comunicar en sus páginas web y redes sociales algún significado de los diseños que plasman en sus piezas.

Al analizar estas cuatro marcas, podemos observar un proceso natural al que se enfrentan los tejidos, y que en cierta medida es inevitable. *Tigre de Salón* se esfuerza por seguir comunicando los significados ancestrales de los símbolos que utiliza, pero reconoce que es difícil vender un producto a nivel internacional sin perder parte de su significado. Luego, *A Tigre de Salón* colabora con comunidades étnicas, pero prescinde del significado detrás de los tejidos tradicionales de la comunidad para tener un producto más comercial.

Finalmente, *Priah* y *Cardolán* parecen haber superado la etapa que podríamos denominar como *moda étnica*, y replican patrones cuyo significado es desconocido para muchas personas en la actualidad



CONCLUSIONES



Conclusiones

Estas conclusiones se han construido con temática de la investigación *Apropiación cultural versus la co-creación y diseño responsable en las marcas de moda nacionales centradas en el tejido artesanal*. Al examinar con detenimiento este enfoque, se ha puesto especial énfasis en cómo se ha abordado el objetivo general del estudio y en qué medida se ha logrado su cumplimiento. Además, hemos dedicado atención individualizada a cada uno de los objetivos específicos trazados al inicio de la investigación. Estas metas particulares se han explorado y evaluado en relación con trabajo de campo que se llevó a cabo.

Cada paso y faceta de la investigación ha sido considerado con detalle, permitiéndonos extraer conclusiones sobre la interacción entre las marcas de moda nacionales, la apropiación cultural, la co-creación y el diseño responsable en el contexto del tejido artesanal.

Partiendo del objetivo general, el cual plantea que se busca *Entender cómo las marcas nacionales incorporan las tendencias que promueven la inclusión de tejidos artesanales en sus colecciones, examinando el proceso de transformación de estas tendencias en productos*, se puede concluir que se logró destacar cómo estas marcas incorporan estas tendencias, incluso si lo hacen de manera inconsciente.

Esta conclusión se basa en el análisis exhaustivo realizado a las prendas de las marcas entrevistadas. Es crucial tener presente que gran parte de la consideración de las tendencias actuales en los productos de estas marcas se vincula con la influencia significativa de una tendencia emergente: la conexión integral con el tejido artesanal y los detalles confeccionados a mano. Este aspecto resalta no solo la resonancia de las tendencias en el ámbito de la moda sino también la relevancia creciente de la artesanía y la autenticidad en la percepción contemporánea de la moda.

Teniendo en cuenta el primer objetivo específico, que era *indagar cómo las marcas estudiadas asumen la tendencia de moda que promueven los tejidos artesanales*; durante el proyecto se indagó sobre las tendencias de moda frente a los productos artesanales y hemos observado cómo las marcas de productos con tejidos artesanales colombianos incorporan de manera inconsciente las tendencias actuales en sus productos. Sin embargo, es importante destacar que estas marcas pueden no estar plenamente conscientes de esta incorporación



debido a la estrecha relación entre las tendencias actuales y su tipo de producto. A medida que las tendencias cambien por completo en el futuro, estas marcas podrían no estar tan vinculadas a ellas, ya que el proceso de producción de cada producto es bastante largo. En consecuencia, existe la posibilidad de que un producto basado en una tendencia pierda su valor cuando se lance al mercado.

Por otro lado, teniendo en cuenta el segundo objetivo específico era *analizar el proceso creativo de como las marcas estudiadas incluyen el tejido artesanal en sus productos*, se logro analizar los productos de las marcas entrevistadas y se conoció el proceso de creación de productos con tejido artesanal, como crochet, dos agujas y telares. Estos productos son 100% hechos a mano, lo que significa que cada prenda lleva varios días en completarse.

La producción es mínima en comparación con marcas que producen en grandes cantidades. Las prendas se basan en siluetas básicas, colores tranquilos y se inspiran en diferentes culturas y ocasionalmente en la naturaleza circundante.

También se tuvo en cuenta el tercer objetivo específico, *Examinar cómo las marcas de moda estudiadas adoptan y adaptan los diseños tradicionales de los tejidos artesanales en sus colecciones*; donde a través del análisis de las prendas y las entrevistas, se pudo observar cómo cada marca adopta los tejidos artesanales de manera única. Algunas marcas mantienen los diseños tradicionales, pero varían en colores, mientras que otras han perdido el valor del diseño original en los tejidos. Sin embargo, lo destacable es cómo las mujeres artesanas involucradas en el proceso creativo logran rescatar el significado y la esencia tradicional, llevándolos a productos modernos.

Para finalizar en el cuarto objetivo específico, *Evaluar la autenticidad, el respeto a las comunidades y las motivaciones detrás de la co-creación y apropiación cultural en la comercialización de productos con tejidos artesanales por parte de marcas estudiadas*, se pudo notar que algunas marcas no son conscientes del tipo de vínculo que tienen con los artesanos cuando se trata de diseño. Algunas creen que simplemente darles la oportunidad de trabajar con tejidos artesanales y brindarles empleo las convierte en una marca con título artesanal. Sin embargo, las marcas que trabajan con productos artesanales deben ser más conscientes de las diferencias entre los conceptos de co-creación, diseño responsable y, lo

más importante, las características que definen la apropiación cultural. Por otro lado, también se pudo apreciar cómo otras marcas van más allá



Bibliografía:

- Andrea, V. (2019). Instituto Paraguayo de artesanías. Obtenido de Instituto Paraguayo de artesanías: <https://artesaniam.gov.py/index.php/tramites/artesania#:~:text=Se%20denomina%20a%20artesan%C3%ADa%20tanto%20a%20al,%20o%20meramente%20art%C3%ADsticos%20o%20creativos.>
- Arbesser, A. (2023). Fashion week 2023 [Fotografía]. <https://miniurl.cl/auwlnx>
- Atencia, D. (2022). Diseño y comunidades étnicas. Medellín.
- Barrera, T. (2021). Techfashionista.
- Bethany Williams (2022). Colección The Hands that Heal [Fotografía]. <https://bit.ly/41Oao0D>
- Bode (2023). Camisa sin mangas en crochet [Fotografía]. <https://bit.ly/42OuCe5>
- Cadavid, L. (15 de Septiembre de 2023). Zelma. (S. Jiménez, & M. I. Jaramillo Cuervo, Entrevistadores).
- Cardolán (2023). Feed de Instagram [Fotografía]. <https://miniurl.cl/abbwcv>
- Colombia. Ministerio de Comercio, I. y. (2014). Tendencias de moda. Manizales: Artesanías de Colombia.
- Erner, G. (2010). Sociología de las tendencias. Barcelona: Gustavo Gili.
- Escvdo (2023). Vestido Midi Qantu femenino [Fotografía]. <https://bit.ly/3IoaANq>
- Fashionrevolution. (2022). Fashion Transparency Index. Reino Unido: Fashionrevolution.
- Franco, V. (octubre de 2023). Tigre de salón. Obtenido de Un tigre de Salón: <https://untigredesalon.com/es/nuestra-esencia/>
- Garcia, J. (14 de Agosto de 2023). Piah Heritage. (M. I. Jaramillo Cuervo, & S. Jiménez Mejía, Entrevistadores).
- Huerta, E. (2014). Google Académico. Obtenido de <http://www.cruzagr3.com/proyectos/mh/files/2014/pde3/co-diseno.pdf>
- Isa Boulder (2022). Vestido largo de punto con aberturas de First Argyle [Fotografía]. <https://bit.ly/439HaKI>

- Maria, G. A. (11 de Diciembre de 2022). Artesanías de Colombia. Obtenido de Artesanías de Colombia: http://www.artesantiasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/la-artesania-y-su-clasificacion_82
- Paget, N. (2023). Pronóstico de ropa de hombre P/V 23: Diseño consciente. WGSN.
- Parra Vorobiova, R. (2001). Moda étnica: Códigos ancestrales y propuestas contemporáneas. Universidad De Rosario Argentina, 123-132.
- Pizano, I., & Ospina, N. (2023). Cardolán. (M. I. Jaramillo Cuervo, & S. Jiménez Mejía, Entrevistadores).
- Richard, S. (2008). El artesano. Barcelona: Anagrama.
- Sanmiguel-Arregui, P., & Sábada-Garraza, T. (2018). Análisis de los primeros estudios sobre el liderazgo personal y la difusión de tendencias de moda (1950-2000). Revista Internacional de Historia de la Comunicación, 100. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2018.i10.06>
- Tigre de salón (2023). Post de Instagram [Fotografía]. <https://goo.su/PkYnrz>
- Tostado, F. J. (2020). Sobre el dilema de la apropiación cultural: arte, diseño y sociedad. Estudios sobre arte actual, 311-320.
- Vanegas, D. (2022). Colaboraciones en el diseño: Una estrategia para resultados innovadores y satisfactorios. Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Wales Bonner (2023). Legacy Tank [Fotografía]. <https://bit.ly/3VT2y4B>
- WGSN. (2023). Pronóstico de ropa de hombre P/V 23. Ascential.
- WGSN. (2023). Pronóstico de ropa de mujer P/V 23. Ascential.
- Zelma (2023). Ocaso Dress [Fotografía]. <https://miniurl.cl/d3wjzj>