

Diseño de accesorios masculinos formales

Por: Cielo Andrea Lizarazo Linares

Introducción

Es momento de dejar de lado los prejuicios y paradigmas alrededor de la moda y el arreglo masculino; este mercado está buscando arriesgarse por medio de la innovación saliendo de los colores y estéticas clásicas.

El cambio de consumo de moda masculina en Colombia es cada vez más notorio, como lo menciona Clara Henríquez, directora de plataformas estratégicas de Inexmoda, los hombres ahora buscan nuevas estéticas para comunicar por medio de las prendas, yendo más allá de las clásicas y básicas como la camisa y el jean.

En Colombia el mercado de moda masculina está buscando nuevas propuestas que se relacionen con sus gustos, estilos de vida, una mayor diferenciación y oferta; ejemplo de ello es Arturo Calle quien comenzó con trajes formales para el trabajo e incluso el matrimonio, y hoy en día, entendiendo las necesidades del mercado; ha diversificado sus líneas para atender cada momento en la vida de su consumidor.

El auge de nuevas marcas independientes como Bermelio, Cubel, Whithman; diseñadores como Lina Cantillo, Juan Pablo Socarrás; algunas de accesorios como Argento & Bourbon, Corbata Stylo, entre otras; apuntan a diversificar el concepto de lo que se había establecido en el mercado local como moda masculina, muchas de ellas en el campo formal. El acceso a Internet a plataformas como

Pinterest han llevado al consumidor a estar enterado de las tendencias globales que aún deben ser adaptadas al contexto local, porque a pesar de que en el mundo las grandes casas de investigación de tendencias, marcas y diseñadores hablen de nuevas estéticas, de la ausencia de género en el color; Colombia sigue siendo un contexto con marcados prejuicios sexistas y tradicionalistas, lo que conduce a una lenta adopción de las tendencias y por consiguiente una desaceleración de la diversificación de la industria de moda local, presentando una oferta de diseño cada vez más limitada y uniforme coartando la creatividad del diseñador.

Método

En la asignatura de Diseño Avanzado II (enfocada a sastreía masculina) de Diseño de Modas de la Fundación del Área Andina, se identificaron estas oportunidades del mercado y relacionando el ejercicio que realizan los Clúster en Colombia específicamente en Bogotá bajo la Cámara de Comercio; se plantea un ejercicio de diseño de accesorios formales que incluyan un corbatín o corbata, una billetera y un pañuelo como complemento de un atuendo formal; pensando en el empaque de los mismos, para entregar un Kit para un perfil de consumidor específico definido por el estudiante.

Este ejercicio pretender llevar al estudiante a explorar otro tipo de productos que vinculen los clústers que pertenecen a su sector, para tener una oferta más completa y variada en el universo formal de la moda masculina.





Imágenes archivo del programa. Diseño de Accesorios femeninos. Areandina – Diseño de modas – Diseño IV – 2019-1

Procedimiento

Durante el proceso los estudiantes seleccionaron un perfil, que analizaron desde su estilo de vida. A partir de información valiosa de comportamiento del consumidor y de las tendencias PV 2020 de WGSN, definieron elementos diferenciadores en la colección de productos y la utilización de nuevos materiales y técnicas

Resultados

Dentro de los proyectos presentados, algunos utilizaron la impresión 3D como recurso para agregar valor a los productos terminados, la madera como nuevo material; tuvieron un acercamiento a los procesos productivos de la marroquinería y algunos de los materiales que en esta intervienen como el cuero.

En conclusión, dentro del ejercicio se pudo evidenciar la importancia de una correcta selección de procesos, materiales y la realización de prototipos previos al producto final; el papel fundamental del empaque como elemento portador del valor, el cómo este puede comunicar un status y calidad del producto que lleva en su interior.

Por otra parte, comprender el mercado masculino desde una mirada internacional y local, lleva al estudiante a realizar procesos críticos de reinterpretación y proposición frente a oportunidades y necesidades del mismo.

Por otra parte, comprender el mercado masculino desde una mirada internacional y local, lleva al estudiante a realizar procesos críticos de reinterpretación y proposición frente a oportunidades y necesidades del mismo.

Bibliografía

Lau, J. (2013). *Diseño de accesorios*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>

Ilustración
Christian Ramirez