

MODA CON FINES TERAPEÚTICOS COLECCIÓN KAI-KIA

Guisselle Johanna Rubio Ladino
Estudiante Diseño de Modas, Sección Bogotá



Desde tiempos históricos el uso de terapias alternativas ha tenido diferentes aplicaciones, y su comprobación milenaria las posiciona como técnicas eficaces en todo momento, entre otras porque tratan de manera integral y desde diferentes ángulos las enfermedades.

En el caso particular del proyecto de grado denominado COLECCIÓN KAI KIA, se tomaron en primer lugar conceptos de erotismo inspirados

en el kamasutra, los cuales fueron plasmados en camisetas por medio de la técnica del grafismo, con un estilo insinuante por la implementación de mallas que dejan ver parte de la piel, siendo las formas curvas de los cuerpos una inspiración para los cortes arqueados que presenta la colección de forma sensual y no figurativa.

En segundo lugar se tomaron los principios de las terapias alternativas, cuyo fin es el de restablecer el equili-

brio de los organismos de diferentes maneras: en la cromoterapia los colores ofrecen la posibilidad de sanar en los planos físico y espiritual, para lo cual en el proyecto se utilizaron los colores amarillo, rojo y naranja, además de sus complementarios, pues inspiran vitalidad, fuerza y energía a nivel psicológico y biológico, ya que combinados tienen mayor poder curativo. Estos colores actualmente en el ámbito de la moda están en auge por las sensibilidades étnicas manejadas para la temporada; en este caso hindú.

En la aromaterapia se proporciona un mejor estado de salud con el uso y aplicación correcta de aceites esenciales obtenidos de plantas aromáticas. En la colección KAI KIA las prendas han sido aromatizadas con esencias curativas como el jazmín, el sándalo,

lo, la lavanda y gotas de amor, con el fin de complementar el efecto terapéutico, así como de agudizar los sentidos para reafirmar la sensualidad natural del ser humano con un toque de frescura.

En la magnetoterapia mediante la energía de los magnetos se proporciona alivio al sistema circulatorio, nervioso y articular entre otros. Para esta colección se han tomado tres puntos específicos de acupuntura que han sido trabajados con la energía de los magnetos que se localizan dentro de un bolsillo al interior de los bóxer, tanto femeninos como masculinos, magnetos que pueden ser removidos.

El grupo objetivo de la colección son hombres y mujeres de 20 a 70 años. La amplitud en este rango de edad se





debe, en primer lugar al cubrimiento de población joven que busca moda cotidiana con estilo de vanguardia, a quienes la propuesta de colores, aro-

mas y silueta les es atractiva; el rango se amplía a edades más avanzadas que buscan acudir a las terapias por beneficios de salud.





La línea de la colección de ropa KAI KIA es 'sport wear', porque son prendas con un diseño deportivo y tiene bifuncionalidad en el uso: interior y exterior.

El proyecto muestra claramente

cómo el diseño de modas se puede integrar con otras disciplinas en la búsqueda de una mejor calidad de vida; además incursiona en nuevos campos para el desarrollo de tendencias y sensibilidades de moda.