

Todo comunica. Es tan importante qué se quiere transmitir como la presencia de marca

Conclusiones de las 8^o Jornadas Universitarias de Diseño Textil e Indumentaria. Abril 2006



La primera exposición, a cargo del Consultor **Jesús Fabeiro** de FBS Business Strategies, contó con información muy útil a la hora de pensar en el desarrollo y en la estrategia de un negocio en el sector Textil e Indumentaria. Fabeiro habló de variables exógenas y endógenas, de la necesidad de detectar en que punto se es fuerte cómo empresa y elegir a partir de esto un plan de acción para focalizar la estrategia de la empresa. También desarrolló temas tales como el abordaje creativo sobre la técnica de negocio, Start up, nueva unidad de negocio, diagnóstico, incubadora y cómo pasar de una idea a un plan de negocio. Otro tema que resaltó fue la necesaria armonía entre intuición y razón, entre deseo y factibilidad.

Al finalizar, llegó el momento de ver la moda desde el enfoque del negocio y a partir de una mirada sociológica. Se presentó la socióloga **Susana Saulquín**, profesional de reconocida y brillante trayectoria, quien hizo un recorrido muy atractivo sobre el impacto de lo cultural (códigos, símbolos, etnias, tribus, etc.) en el negocio de la moda. Hubo mucha participación del público con preguntas muy puntuales. Algunas respuestas apuntaban al talento y creatividad de los diseñadores locales, muchos de ellos reconocidos internacionalmente. También nos recordó el poco apoyo que tienen los diseñadores que aún así están abriéndose paso. Fue muy optimista en cuanto al futuro de los diseñadores argentinos.

Luego el Equipo de Tendencia del INTI, compuesto por un grupo de jóvenes **Julieta Puhl** y **Natalia Nupieri**, Diseñadoras de Indumentaria, **Laureano Mont**, Político y **Araceli Beregebus**, Diseñadora Gráfica; complementados por su formación, hablaron de su trabajo a partir de la conformación de un equipo multidisciplinario cuya convergencia da cómo resultado un trabajo impecable. Mostraron parte del trabajo que producen a partir de viajes, fotos, y una mirada atenta a lo que pasa en países que van marcando ten-

dencia. A partir de eso generan material que sirven de guía y consulta para quienes trabajan en Diseño Textil. También ofrecen cursos, seminarios que apuntan a desarrollar diversas temáticas relacionadas con el sector.

La tarde comenzó con muchas imágenes que daban cuenta del anticipo de temporada de un invierno pronto a presentarse. La voz que acompañaba estas imágenes era la de la Diseñadora **Geraldine Lurá**, Directora de Infotendencia, recién llegada de una extensa gira por Europa. Compartió todo el material que trajo, habló sobre lo que se viene, colores, texturas y diseño. Entre los temas importantes expuestos podemos destacar las corrientes en que se basa la Tendencia: Los Soñadores, viven la realidad como un sueño poético, se tiñe de emoción, sentimiento e historia de diseño. Los Aventureros, se rige por la atracción de las tierras, viajeros, desafíos, piratas y safaris. Los expresivos, autenticidad, juego, imaginación, roles con la parte lúdica. El público se mostró muy motivado y entre las preguntas surgió el tema de cómo se gesta lo que llamamos tendencia y de dónde parten los dictámenes de la "Moda", entre otros.

Más tarde **Marcela Molinari**, consultora de Marketing y Finanzas de Moda presentó a los panelistas invitados que formaron parte de la mesa sobre "El Backstage de una marca", entre ellos **Ramiro López Serrot** de Cora Groppo y **Noel Romero** y **Angie Chevallier** de A.Y not dead.

Se mostraron abiertos a compartir toda la información que los presentes les solicitaban, se creó un clima de participación, cooperación y mucho know how para aquellos interesados en ingresar en el sector. Hablaron desde la importancia del lugar al abrir un local, el capital necesario, los trabajos que tercerizan, los proveedores y sus tiempos, las distintas formas de hacer publicidad, en este punto fue tema A.Y not dead y su elección de cómo comunicar sin publicidad en gráfica y los por qué de esa elección. También cada invitado comentó cómo le ponían un precio a sus prendas y en

qué momento debían modificarlos. En algunos puntos coincidieron en que hay mucho de intuición y de tener claro que quieren de su marca, a partir de eso es más fácil tomar decisiones y asumir que siempre se corren riesgos, a veces es un tema de estrategia a seguir. Estuvo muy atractiva la dinámica que se generó en la mesa y muy dispuestos los disertantes a mostrar "las puertas adentro de sus marcas" y que las alimenta y las hace reconocidas frente a tantas propuestas.

La última mesa de la tarde estuvo coordinada por Jesús Fabeiro y compuesta por un atractivo mix de profesionales que opinaron sobre Imagen, Producto y Comunicación. Los invitados **Vero Alfie**, Diseñadora que, además de tener su marca propia, desarrolla creaciones para otras firmas y cuenta con una larga trayectoria en el mundo de la moda, **Ana Walsh**, Asesora en Imagen y Comunicación y **Patricia Melgarejo**, Editora de la Revista Tendencia. Ellas también expusieron su experiencia, conocimiento y visión acerca de lo que cada una ve desde su trabajo y lo que creen que conviene hacer frente a determinadas problemáticas. Surgió, entre otros temas, el punto de difícil decisión que a veces les toca a las marcas en cuanto a dónde estar presentes, dónde pautar, si hacen publicidad gráfica y si la realizan; tomar la decisión de si elegir un modelo que los represente o no, las ventajas y desventajas de cada decisión. El punto de vista de un medio, lo que pasa según la mirada de un asesor cuando elegís mal el lugar dónde estar y ó la publicidad. Cuando invierten fortuna en una publicidad que no les suma nada y las posibles razones de ese resultado.

Vero Alfie, también habló de sus aciertos y de las veces que se equivocó y pudo corregir y ganar un espacio en el sector. Además instó a los futuros diseñadores a no dirigirse sólo a un grupo ABC1, su sugerencia es abrirse a otros públicos quizás más masivos y muy atractivos también.

En relación a la comunicación se mencionaron los elementos que hoy están cobrando valor a la hora de diferenciarse y crear recordación.

El jueves 6 de abril la Facultad de Diseño y Comunicación organizó las 8^o Jornadas Universitarias de Diseño Textil e Indumentaria. La temática central fue Creatividad y Negocios en el Mundo de la Moda.



De izq. a der. Laureano Mont, Natalia Nupieri, Araceli Beregebus y Julieta Puhl, Equipo de Tendencia del INTI



Noel Romero (der.) y Angie Chevallier, A.Y not dead

Desde los colores en las vidrieras de los locales hasta las esencias seleccionadas para los espacios dónde se muestran las prendas. Todo comunica, por eso es tan importante pensar lo que se quiere transmitir y de qué manera deseo estar presente cómo marca. Cómo creo recordación en el otro, un poco la estrategia de crear deseo y sensaciones.

Así culminó la Jornada, con los invitados muy motivados y con ganas de compartir su experiencia con el público protagonista a la hora de realizar preguntas. Una actividad con mucho para aprender, que dejó la sensación de que lo mejor está por gestarse. Tenemos talento, creatividad, profesionales y muchas ganas de descollar. El diseño argentino está vislumbrando un futuro muy prometedor.

Más información sobre los eventos contactarse con el Depto. de Eventos y Comunicación: Mario Bravo 1050, 4^o piso. Mail: eventosdc@palermo.edu Teléfono: 5199 4500 int. 1521, 1529, 1103



Vero Alfie, Diseñadora



Ana Walsh, Asesora



Jesús Fabeiro, FBS Business Strategies



Geraldine Lurá, Infotendencia



Susana Saulquín, Socióloga



Marcela Molinari, Consultora



Ramiro López Serrot, Cora Groppo



Patricia Melgarejo, Revista Tendencia