

tf g

**memoria**

**bellas artes**

2017-2018



**MENCIÓN:** Artes Visuales y Diseño

**TÍTULO:** Arrópaté

**ESTUDIANTE:** Sempere Úbeda, Arantxa

**DIRECTOR/A:** Merce Cervello, Silvia Rosa



**PALABRAS CLAVE:** Textil, descontextualizar, sello, social, diseño

**RESUMEN:** La propuesta de este TFG trata de ahondar en la utilización y descontextualización de objetos cotidianos, para darles un nuevo enfoque más cercano a la realidad socio cultural actual, intentando acercar el producto al mundo de la creatividad desde un enfoque más artístico.

Para ello trabajaremos sobre el diseño de un elemento de uso diario como es el edredón y acotaremos nuestro proyecto, realizando una serie de cinco edredones exclusivos.

## Índice

pág/s.

1. Propuesta y Objetivos

4 - 4

2. Referentes

5 - 7

3. Justificación de la propuesta

8 - 9

4. Proceso de Producción

10 - 12

5. Resultados

13 - 23

6. Bibliografía

24 - 24

## 1. PROPUESTA Y OBJETIVOS

### 1.1 Propuesta

“Descontextualizar un objeto significa sacarlo de contexto”.

Este proyecto de investigación trata de descontextualizar un objeto cotidiano, como puede ser el “edredón”, intentando darle un nuevo enfoque a su utilización en la vida cotidiana.

Según la artista Ruth Zaragoza, *la descontextualización en el arte* significa transformar los objetos que tienen una utilidad predeterminada en valores artísticos, a través de la técnica y la estética (El País, 2012). Esta visión creativa, unida a nuestro interés por el aspecto social y sostenible del diseño, que como bien apunta el diseñador Curro Claret en su concepción de lo que ha de ser la filosofía de producto hoy en día, hace que nuestra mirada del mundo del diseño sirva como herramienta que apueste por una transformación de concepto y base.

Así pues, este proyecto reúne todas estas características a la hora de llevar a cabo un proceso de creación y producción de un edredón diferente, con otra imagen y significado más personalizado y adaptado a un nuevo contexto social. La propuesta de elaboración de los diseños es muy diferente, pues todos ellos tienen un sello propio y marcado con una producción específica. Hay diversas temáticas, entre las que encontramos una selección de los diferentes aspectos que enumeramos a continuación:

Un edredón que hace alusión a la crítica social, otro autobiográfico, algún otro que evoca a los inicios del descanso, también hay un edredón que representa sello propio de la marca y un último edredón que pretende remover la consciencia social.

La creación de cada edredón tiene una historia propia y está creado de una forma única. Además, todos siguen una estética marcada por nuestro interés en convertir un objeto cotidiano y de uso diario en una pieza que se aproxime a una visión artística.

### 1.2. Objetivos

- Descontextualizar un objeto de uso cotidiano.
- Añadir una nueva visión del objeto.
- Crear un sello propio.
- Utilizar el diseño como herramienta de transformación

## 2. REFERENTES

A continuación citaremos algunos de los referentes más relevantes que han influido en nuestro proyecto tanto a nivel conceptual como a nivel experimental.

En primer lugar y como referente más importante citaremos a Curro Claret; nacido en Barcelona en el año 1968 y licenciado por la Escuela Elisava en diseño industrial. Su filosofía de trabajo se podría resumir en las siguientes palabras: “Donde otros reciclan, el diseñador industrial Curro Claret busca formas de transformar espacios que repensar” (Reimagina el trabajo, 2015). Con esta afirmación, podemos observar que su trabajo se basa principalmente en el diseño social.

El diseño social es el reconocimiento de éste como herramienta de transformación y cambio a partir de hacer un repaso de la forma en la que vivimos. Claret comenta que cada día tiene más claro que en donde hay riesgo de exclusión social, el diseño tiene que tener lugar. Además, el diseñador afirma que el diseño rompe muchos muros invisibles de desigualdad; para él, el diseño es una oportunidad y un canal de expresión, una excusa para cuestionar y sugerir otros puntos de vista. (Escales, 2016)

El reconocimiento de este creativo le viene dado fundamentalmente por haber realizado campañas con marcas importantes, tales como *Camper* y por “la pieza” T300 (pieza capaz de conectar diferentes materiales consiguiendo estabilidad en objeto cotidiano como una mesa o un taburete). Curro Claret ha influido en este trabajo por una razón principal: nuestro interés por el componente social. Pensamos que es muy necesario que el diseño transmita sensaciones y valores, y que a partir de un objeto cotidiano, se pueda llegar a crear una pieza que se aproxime a una visión artística.



Fig.1 Curro Claret, *Pieza T300*,(2000)



Fig.2

En segundo lugar vamos a citar a la artista Ruth Zaragoza, doctorada en Bellas Artes por la UPV en el año 2007. Esta creativa ha sido un referente a la hora de crear nuestros diseños porque descontextualiza objetos cotidianos dándoles una nueva función y visión más artística; el mismo enfoque plástico que queremos darle a nuestros edredones.

Ruth afirma que descontextualiza elementos y les proporciona un sentido de elogio ya que los convierte en una obra de arte. (Huerta, 2012)



Fig.3 Ruth Zaragoza, *Collares*,(2002)

En tercer lugar nos encontramos ante Gilberto Legrand, ilustrador y escultor francés. En la línea de Ruth Zaragoza, este artista también parte de objetos cotidianos para realizar sus esculturas y nos descubre en sus figuras personajes simpáticos que llenan de vida la pieza. (Duque, 2014)



Fig.4 Gilberto Legrand, *La volaille des fonds de tiroirs*

No podemos cerrar este apartado sin citar el catálogo *Fashion Art* que nos habla de la obra de Manuel Fernández, proyecto donde la moda y el arte se unen en un mismo fragmento de tela para intercambiar información y para crear un nuevo lenguaje. Este libro ha tenido gran importancia en la creación de los diseños de cada edredón porque gracias a sus trajes lienzo podemos ver que se puede realizar una pieza artística sobre un soporte descontextualizado . (Fernández, 2003)



Fig.5 Manuel Fernandez, *Catalogo Fashion Art*

Para concluir este apartado y como agradecimiento, vamos hacer especial mención a mis padres. Desde bien pequeña he vivido la tradición textil en mi propio hogar y en mi entorno, hecho que ha desembocado en que mi entusiasmo y ganas de innovación con la ropa de cama sean casi intrínsecos.

### 3. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La elección del tema ha tenido un proceso largo y de desarrollo a partir de la idea principal. En un primer momento queríamos hacer edredones de materiales que no fueran los habituales pero progresivamente y a medida que íbamos buscando materiales nuevos y gracias a los referentes citados en el punto anterior, nos dimos cuenta de que darle un sentido social y de interés personal al trabajo de fin de grado, sería mucho más útil y necesario.

Además, vimos que nuestro interés por los edredones ha sido desde siempre prácticamente intrínseco; mi entorno siempre ha tenido relación con el mundo textil y era de esperar, que mis pasiones e inquietudes se inclinasen hacia ese sector. Hemos decidido que algunos edredones tengan temática social porque consideramos que es necesario adaptar el sentido a sus nuevas posibilidades de utilidad. El feminismo como movimiento de transformación y la inmigración, tenían que verse representados de alguna forma en objetos cotidianos para recordarnos la importancia de éstos y, qué mejor forma de plasmarlo que aplicarlo en un objeto... “que te arropa”.

El resto de ropa de cama diseñada, contiene temas más relacionados con la implicación directa de la investigadora. Hemos querido crear un sello propio y pensamos que la mejor forma de iniciar esta nueva andadura, sería comenzando una serie de edredones con el sello de la creativa.

Cada diseñador con su propuesta, ha aportado una visión nueva al mundo del diseño, quedando sintetizadas en nuestro trabajo aquellas que más han aportado a nuestra investigación.

Curro Claret como apasionado del diseño social, nos ha ofrecido una visión social de los objetos. Ruth Zaragoza y Gilberto Legrand nos han proporcionado el concepto “descontextualización”.

Para justificar el proceso de creación de los edredones y los recursos utilizados acudiremos a la cita del autor Louis Althusser que dice así:

Todos tenemos amigos que, cuando llaman a nuestra puerta y preguntamos a través de ella <<¿Quién es?>> contestan (ya que es obvio) <<soy yo>>. Y nosotros reconocemos que es <<él o ella>>.



Hemos mencionado esta cita porque está relacionada con el objetivo del trabajo, que ha sido la creación de un sello propio a través de la ropa de cama. Durante todo el proceso de creación, quisimos que la gente pudiese identificar la autoría de los edredones con tan sólo una mirada.

En cuanto a los recursos formales, vamos a hacer alusión a la elemento unificador que está presente en esta serie de edredones: nuestro sello. En cada una de las piezas de ropa de cama diseñada tiene cabida la marca, que tiene como objetivo identificar a la autora con la pieza elaborada.



#### 4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción de cada pieza tiene una elaboración particular.

Cada edredón pasa por una serie de procesos que finalmente desembocan en una de las propuestas finales.

Un edredón exclusivo con una temática concreta y personal. A continuación, vamos a describir el desarrollo por el que pasa cada edredón hasta llegar a su destino final.

El edredón feminista empieza por la compra de los periódicos el día 8 de marzo y la selección de las páginas que remarcaban el feminismo y ensalzaba la labor de las mujeres.

Posteriormente, se juntaron las páginas con una máquina de coser con hilo violeta (si juntamos los colores azul y rosa, resulta el violeta: el color de la igualdad) y se cosieron los periódicos a la tela. Finalmente se acolchó el edredón en una máquina tapa-tapa y se marcó el edredón con el sello.



Fig.6

El edredón que representa la inmigración se hizo primeramente cosiendo la tela de arpillera a la manta térmica, después se acolchó dicho edredón en una máquina tapa-tapa y finalmente, se ensució la tela de arpillera con un spray efecto piedra y se marcó el edredón con el sello.



Fig.7

El edredón con el logotipo tuvo un proceso mucho más sencillo. Cogimos la imagen con el logotipo a acolchar y mediante un programa y la maquina tapa-tapa se acolchó el logotipo a la polipiel. Finalmente, se marcó el edredón final con el sello.

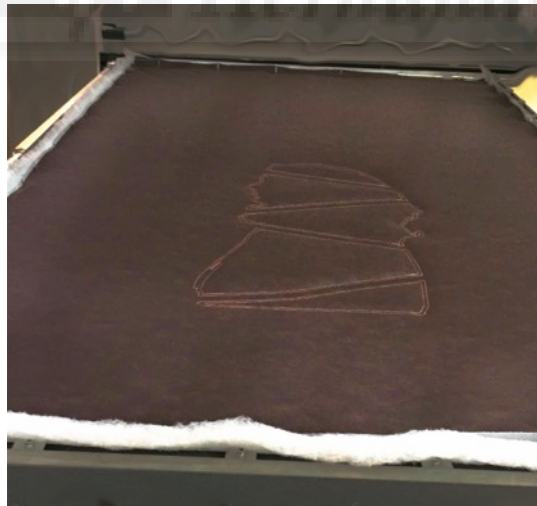


Fig.8

El edredón autobiográfico se hizo cortando un pijama y cosiéndolo a la tela de borreguillo. A continuación, se acolchó el edredón en una máquina tapa-tapa y finalmente, se marcó el edredón con el sello.



Fig.9

El edredón que evoca a los inicios del descanso está hecho en primer lugar adaptando la imagen de la paja al tamaño del edredón, después se hizo una impresión digital sobre tela y se acolchó el edredón con la máquina tapa-tapa y finalmente, se marcó con el sello.



Fig.10

## 5. RESULTADOS

Desde un primer momento hemos querido plasmar y tratar temas sociales en los edredones diseñados. Era una gran tarea, intentar que dichos temas, se vieran reflejados en un objeto cotidiano y sin mucho valor, pero, poco a poco, nos hemos ido acercando a conseguir nuestro propósito.

Como resultado, detrás de cada pieza hay una investigación que subyace para que fuera coherente la propuesta conceptual, con la propuesta experimental.

Hemos trabajado principalmente el diseño con empatía, que se centra en potenciar una relación empática y duradera entre el usuario y el producto, conduciendo a que dicho usuario cuide y valore mucho más la prenda hasta el final de su vida.

Es necesario entender, qué atractivo emocional tiene una prenda, para poder llevar ese conocimiento al proceso de diseño. Diseñar con empatía exige escuchar a la gente y utilizar un enfoque creativo que se centre en las personas y sus necesidades.

La temática de cada edredón tiene un propósito y un objetivo concreto y está hecha de forma que pueda atender a varias necesidades y gustos del usuario. En este caso, hemos trabajado el diseño con empatía porque entre muchas otras razones, algunos de los edredones tienen temática social y por ello podemos provocar un gran atractivo emocional. (Gwilt, 2014) Al crear diferentes modelos de edredones (impresión digital, acolchado en polipiel,..) le estamos ofreciendo al usuario la posibilidad futura de crear un edredón personalizado atendiendo a sus necesidades.

Los resultados obtenidos han sido muy satisfactorios porque hemos conseguido plasmar lo que se pretendía con cada propuesta de diseño de edredón. Entre ellos son muy diferentes, tienen una temática bastante dispar y además, cada uno está hecho con materiales innovadores y distintos, manteniendo siempre el sello del creativo.

Si queremos hablar del proceso técnico, podemos añadir, que no ha habido ninguna complicación grave a la hora de ejecutarlos, puesto que antes de realizar los prototipos se analizaban los problemas y se buscaban las soluciones. Dependiendo de cada material la ejecución ha sido más o menos laboriosa. El edredón feminista tuvo un proceso más largo y por tanto un resultado más detallado y por ejemplo, el edredón hecho con impresión digital, tuvo menos laboriosidad, pero un hecho no desmerece al otro, cada material ha estado adaptado a cada temática y los resultados finales han sido positivos y satisfactorios.

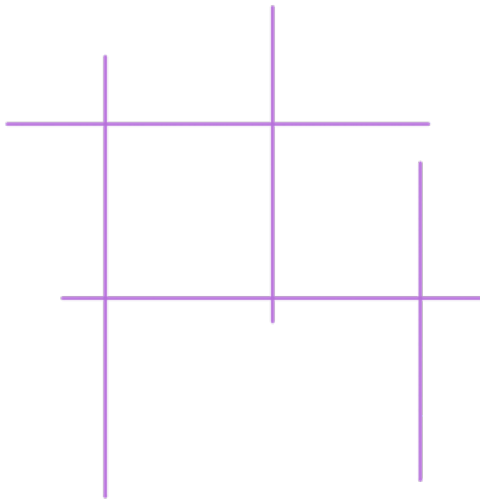


Fig.11

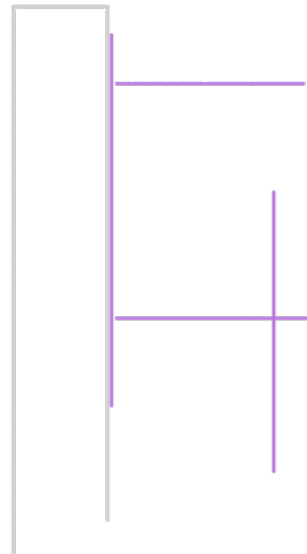


Fig.12

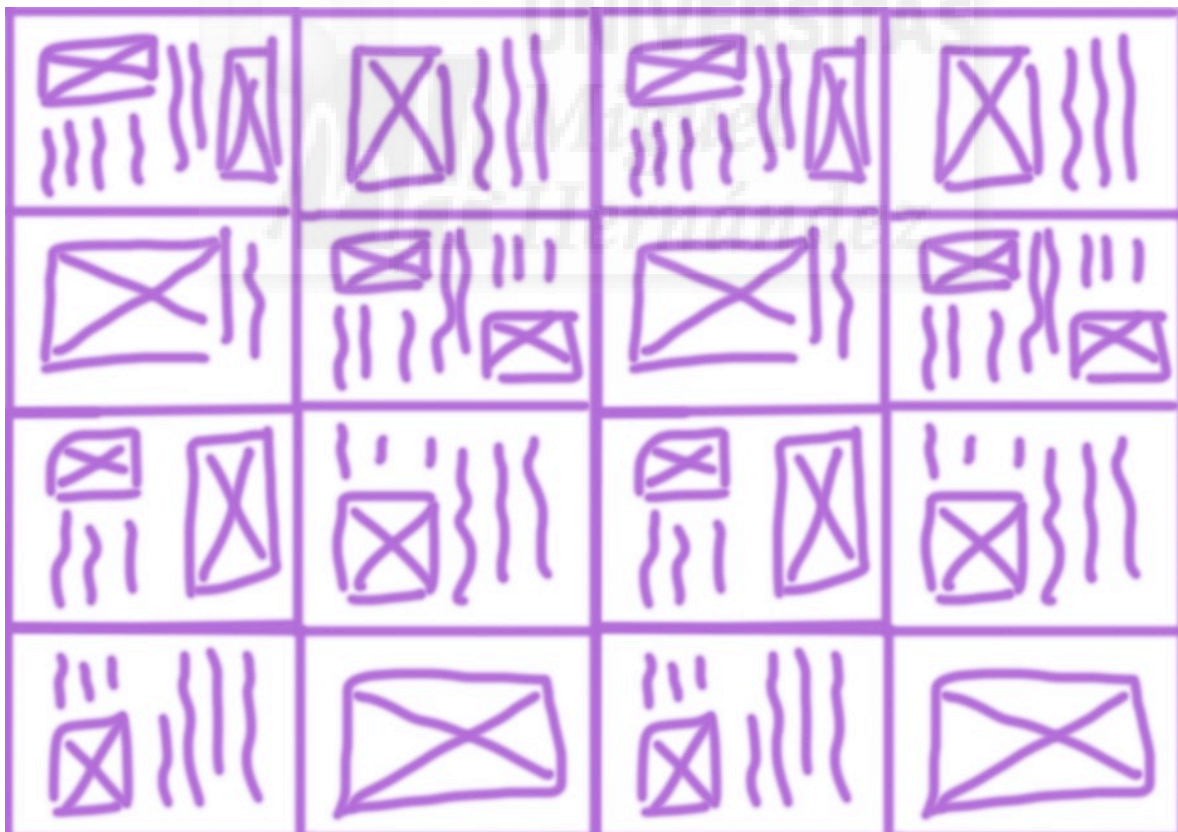


Fig.13 Bocetos Edredón feminista(2018)



Fig.14 Arantxa Sempere Úbeda: *Edredón feminista* (2018), edredón acolchado con periódico y tela, 130x210cm



Fig.15



Fig.16



Fig.17



Fig.18



Fig.19

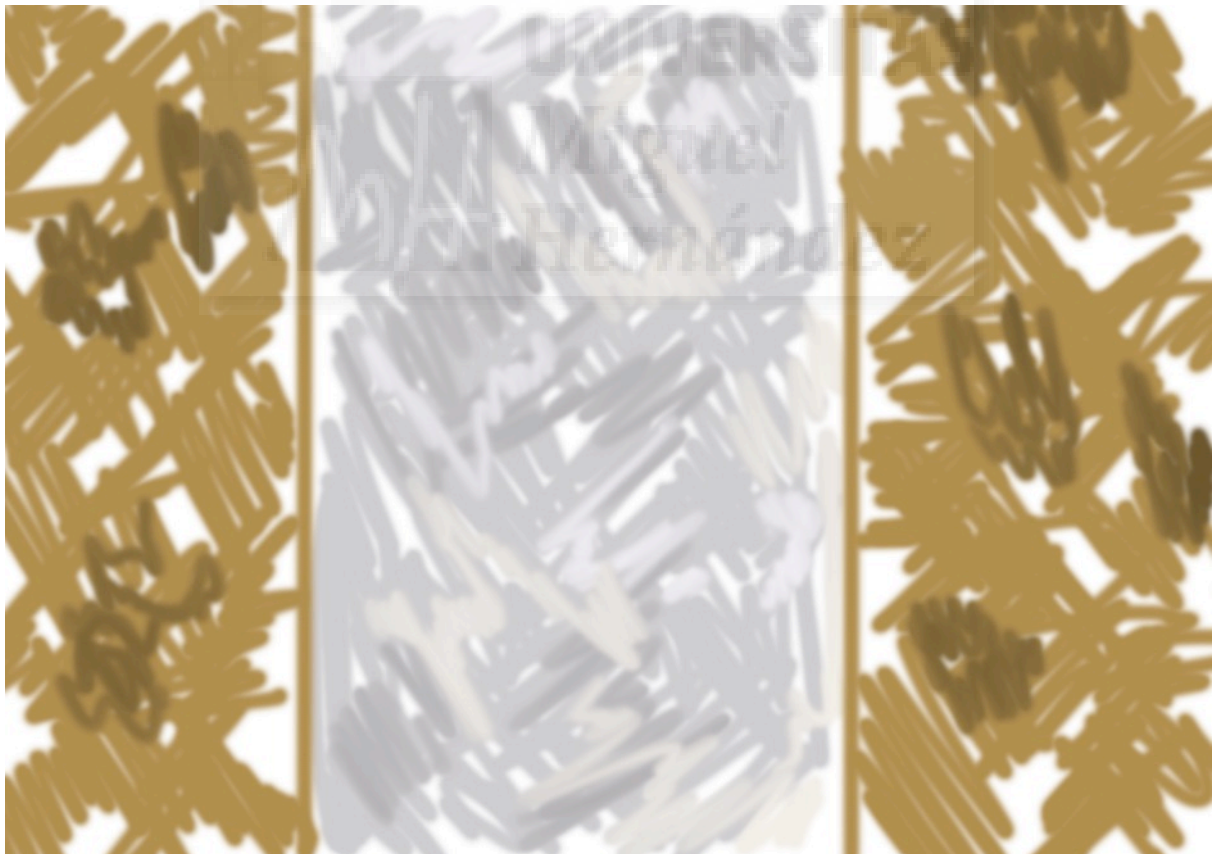


Fig.20 Bocetos Edredón Inmigración(2018)



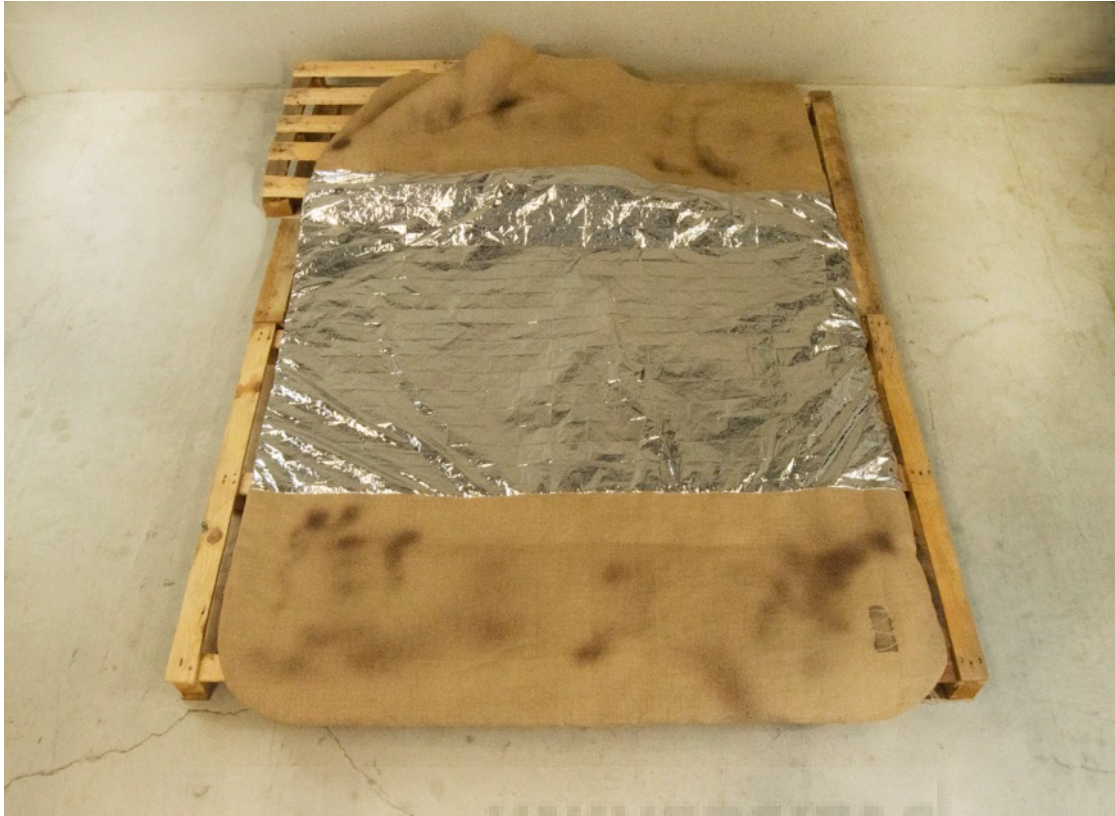


Fig.21 Arantxa Sempere Úbeda: *Edredón Inmigración*(2018), edredón acolchado con arpillera, manta térmica, spray, 230x280cm

Miguel  
Hernández



Fig.22



Fig. 23



Fig.24



Fig.25

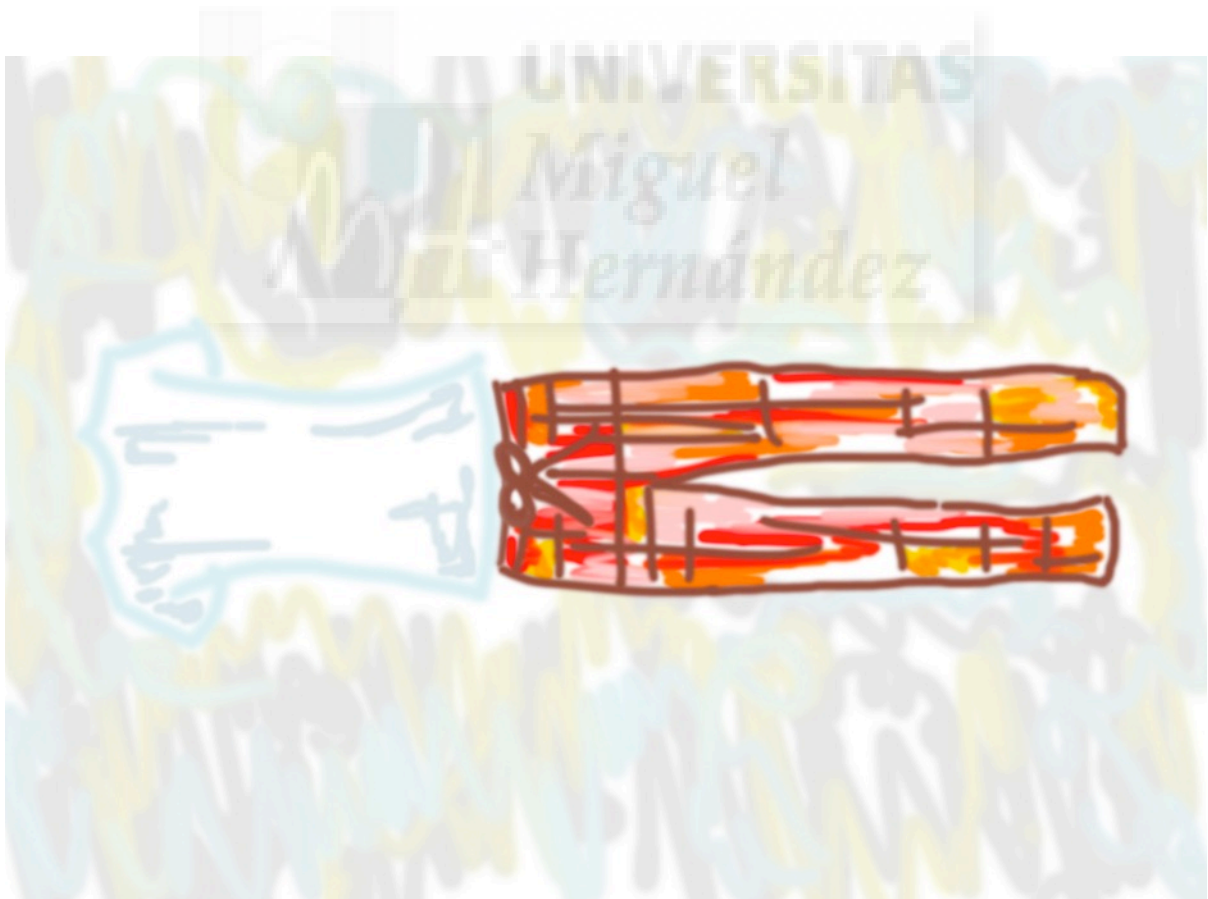


Fig.26 Bocetos Edredón autobiográfico(2018)



Fig.27 Arantxa Sempere Úbeda: *Edredón autobiográfico*(2018), edredón acolchado con borreguillo, camiseta y pantalón, 230x280cm

Miguel  
Hernández



Fig.28



Fig.29



Fig.30



Fig.31



Fig.32



Fig.33 Bocetos Edredón Logotipo(2018)



Fig.34 Arantxa Sempere Úbeda: *Edredón logotipo*(2018), edredón acolchado con poilpiel, 100x180cm

Miguel  
Hernández



Fig.35



Fig.36

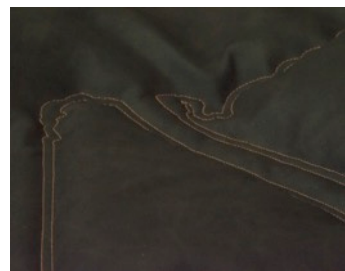


Fig.37

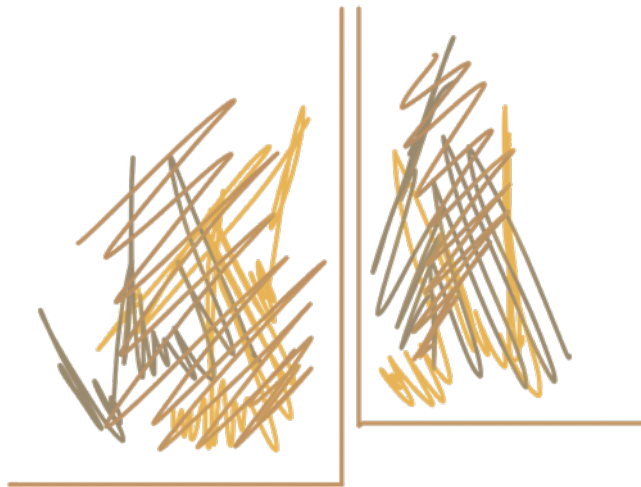


Fig.38



Fig.Fig.39 Bocetos Edredón *Inicios del descanso*(2018)



Fig.40 Arantxa Sempere Úbeda: *Edredón Inicios del descanso*(2018), edredón con impresión digital acolchado, 230x280cm

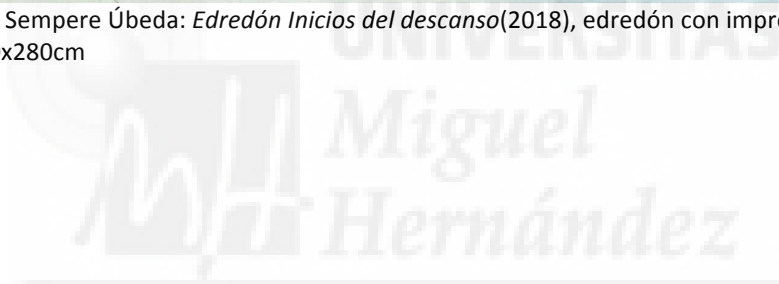


Fig.41



Fig.42

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Duque, Olga (2014) “Gilbert Legrand” [en línea],URL:  
<http://www.eoi.es/blogs/craftdesigners/2014/09/22/gilbert-legrand/>  
[última consulta: 25/5/2018]
  
- Escales, Carme (2016) “Curro Claret: << El diseño rompe muros invisibles de desigualdad>>  
<https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20160127/curro-claret-el-diseno-rompe-muros-invisibles-de-desigualdad-4851609>  
[última consulta: 30/5/2018]
  
- Fernández, Manuel (2003) *Fashion Art*. Valencia: Generalitat Valenciana.
  
- Gwilt, Alison (2014) *Moda Sostenible*. Gustavo Gil. Editorial Gustavo Gil, Barcelona
  
- Huerta, Rocío (2012) “El arte de descontextualizar objetos” [en línea],URL:  
[https://elpais.com/cultura/2012/07/30/actualidad/1343640044\\_527071.html](https://elpais.com/cultura/2012/07/30/actualidad/1343640044_527071.html)  
[última consulta: 2/6/2018]
  
- Real Academia Española (2001) *Diccionario de la lengua española*. Madrid, España.
  
- Reimagina el trabajo (2015) “Tiene que haber otra manera de mirar y entender el funcionamiento del mundo” [en línea],URL:  
<https://www.reimaginaeltrabajo.com/entrevista.aspx?Num=76>  
[última consulta: 30/5/2018]



