

PAST PRINTS



CRÍTICA Y ANÁLISIS DE
TENDENCIAS

RAQUEL PELTA RESANO

EJERCICIO 1

**Miriam de la Gama
Jiménez**

NIUB: 16840670

**Núria Morató
Pascual**

NIUB: 16850046

**Maria Nolla
Sendra**

NIUB: 16829182



Índice

1. Introducción	5
2. ¿Que es una tendencia?	7
2.1. Manifestación de una tendencia	8
3. Una visión al pasado	11
4. Casos de estudio	13
4.1. Animal print	15
4.2. Rayas	17
4.3. Cuadros	19
4.4. Flores	21
4.5. Patchwork	23
4.6. “Tie dye”	25
4.7. Motivos gráficos	27
5. Evolución del estampado de flores	29
5.1. Epoca Victoriana	31
5.2. William Morris	33
6. Público de la tendencia	37
6.1. Creadores de la tendencia	37
6.2. Seguidores de la tendencia	39
7. Conclusiones	40
8. Propuesta de diseño	41
9. Bibliografía	42

1. Introducción

Past Prints es un libro de tendencia que resume y agrupa las tendencias actuales que encontramos en pasarela para este otoño / invierno y para la primavera / verano del año que viene.

A partir de esto, se analiza mediante una investigación bibliográfica en profundidad la historia y la evolución del estampado de flores, desde su origen hasta los famosos estampados de William Morris, ya que es uno de los prints que predominan en las pasarelas.

Por último se propone un proyecto de diseño en relación con la investigación realizada.



2. ¿Qué es una tendencia?

“Una tendencia no es algo que sucede sino, más bien, algo que va a ocurrir..”

Henrik Vejlgaard

Una tendencia es el reflejo de una sociedad, mediante un pensamiento o comportamiento que sigue un determinado ciclo. La tendencia es el proceso que da pie a una moda, pero para que se consolide como tal, debe ser aceptada por un gran número de personas. Una tendencia puede darse en diferentes casos, ya sea de manera emocional, espiritual, intelectual, entre otras. Se puede definir como un rareza fuera de la normalidad, es decir, como algo extraño a lo habitual, que se da en un tiempo y en un lugar concreto, ya sea de manera tangible o intangible.

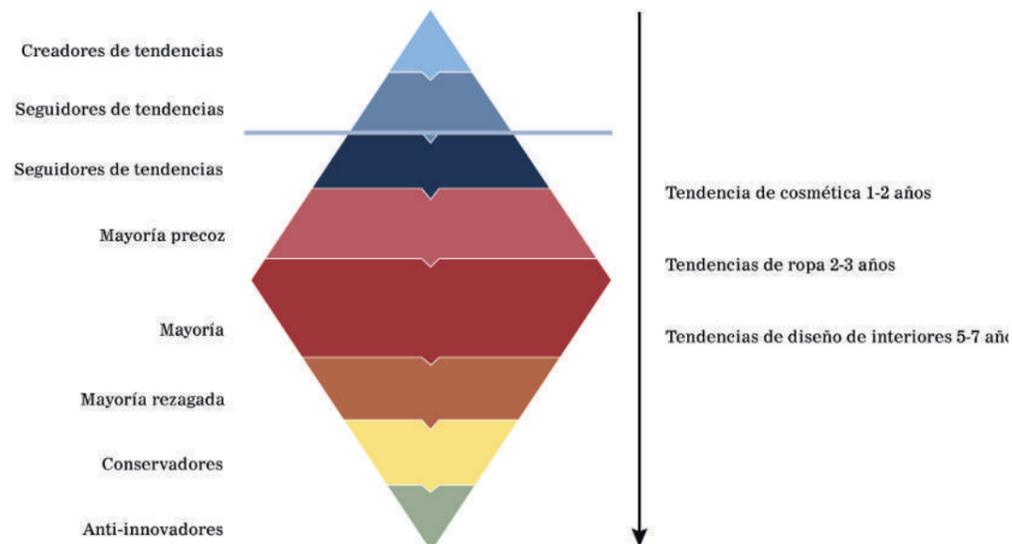
Una tendencia se puede manifestar como una idea, pensamiento o producto que se expande entre la sociedad y cada vez se le van sumando más personas. El inicio de una tendencia se suele dar a partir de que un sujeto, que tiene capacidad de influenciar a otros, lo haga sirviendo de referente a través de aquello que se manifiesta.

Es un fenómeno que se debe tener en cuenta con el objetivo de saber que es lo que va a ocurrir en una sociedad, teniendo un efecto ahí donde ocurre, es decir, produciendo un cambio social en relación a un determinado comportamiento.

2.1. Manifestación de una tendencia

La parte fundamental para que se manifieste una tendencia, son aquellos que se conocen como **trendsetters**, que son un grupo de personas que aceptan y aprueban una nueva conducta en un ámbito concreto, ellos son los encargados de propagarlas entre los demás. Los dos factores principales para que se de una tendencia es que sea innovadora y que se difunda.

Uno de los modelos de tendencia, es el denominado modelo de diamante, propuesto por **Henrik Vejlgaard**, que es un pionero en la psicología de las tendencias. El siguiente gráfico representa la vida de una tendencia en forma de diamante, que va des de los creadores de tendencias y sus seguidores, a la mayoría precoz, la mayoría, la mayoría rezagada, los conservadores y los anti-innovadores.



Como se puede ver en el gráfico, la vida de una tendencia es corta, puede durar entre 1 y 7 años dependiendo del campo en el que se encuentre.

- **Los creadores de tendencias**, no son aquellos que crean una tendencia, sino que siendo ellos mismos tienden a influenciar y inspirar a otros. Son personas curiosas interesadas por aquello que es nuevo.
- **Los seguidores de tendencias** son los primeros en seguir y marcar una tendencia, son personas abiertas que les gusta apostar por lo innovador, tienen estilo y les gusta ir a la última.
- **La mayoría precoz**, son aquel grupo considerable de personas que empiezan a seguir la tendencia, antes que la gran mayoría que es donde la tendencia esta en auge. La mayoría rezagada es aquella que tarda un tiempo en seguir la tendencia.
- **Los conservadores** son los que no siguen esa tendencia porque prefieren seguir con los estilos o gustos del pasado.
- **Los anti-innovadores** son los que no siguen ningún tipo de tendencia porque van en contra de lo nuevo.

3. Una visión al pasado

Se ha detectado que, en estos últimos años la sociedad ha retornado al pasado, es decir, a lo de antes. Este retorno se ha dado en diferentes ámbitos, tanto en la moda, como en la fotografía, en el diseño de interiores, en la alimentación y el estilo de vida en general.

En una nueva era tan acelerada, con un avance en tecnología tan grande, parece que la sociedad quiere contrarrestar esta situación retomando aquello que ya existía en el pasado. Un claro ejemplo, es el de la alimentación, donde hoy en día muchos de los productos que consume la sociedad a diario, llevan sustancias perjudiciales para la salud, sin embargo, muchas personas son conscientes de ello y prefieren consumir productos frescos o preparar comida artesanal. En este caso, la investigación se basa en una tendencia actual en la moda de retornar al pasado mediante estampados, en un momento donde hay una clara diversidad en este sector, un recurso es retomar a la estampados de antes. Como se ha nombrado con anterioridad, el hecho de vivir en unos tiempos de tanta aceleración, hace que las industrias donde hay tanta sobre producción y tanta competencia, se vuelvan a usar las ideas que ya tenían un sentido por aquel entonces.

Hoy en día, ni que muchos de los productos sean efímeros, ya no se vive en un sociedad donde las cosas que ya se han usado ya no sirven, al contrario, es una sociedad donde hay una clara concienciación de reciclar, es por eso que es permisible el hecho de estar innovando constantemente, pero teniendo en cuenta que se puede llegar reutilizar.





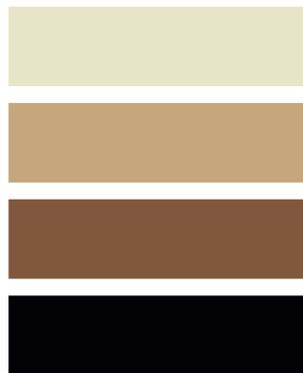
4. Casos de estudio

Como se ha comentado anteriormente, la vista al pasado mediante la moda actualmente está en auge, y es en las fashion week donde se comprueba y se refuerza.

En este apartado se muestran siete tipos de estampados, todos ellos con historia, y con múltiples re-interpretaciones



4.1. Animal print



Se usa el termino animal print para hacer referencia a un estampado que es propio de la piel de un animal, ya sea de leopardo, serpiente, cocodrilo, tigre, jirafa...

Este estilo lleva presente desde siempre. Los primeros hombres ya cubrían su cuerpo con pieles de animales. Tiempo después, los emperadores y reyes usaban este tipo de estampados como símbolos de poder y desde ese momento, han adquirido ese significado: El poder y la majestuosidad.

En los años 40, las mujeres empezaron a lucir abrigos de pieles que representaban su grandeza y riqueza, y en los años 50 se utilizaba para que una mujer se sintiera respetada y con glamour.

Grandes firmas como Dior diseñó vestidos con este estampado. Ya entrados los años 70 el animal print se normalizó y se hizo popular entre los hippies, el rock y el punk, quitándole la connotación elitista que había tenido anteriormente.

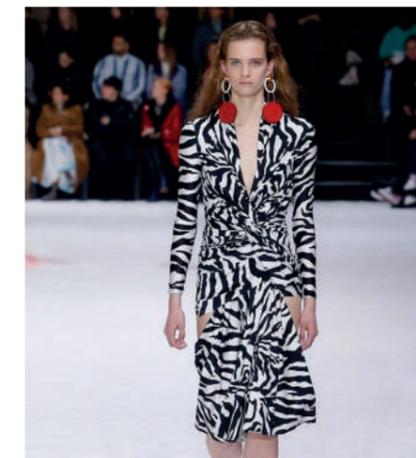
Actualmente los estampados que más se utilizan son los de leopardo y serpiente, que podemos verlos aplicados a cualquier prenda o accesorio.



**Desfile de Alexander McQueen
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Dolce Gabbana
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Balenciaga
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Moschino
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Gucci
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Versace
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**

4.2. Rayas



El estampado de rayas, tiene distintas variables, aunque siempre ha sido asociado al estilo Navy, tiene origen en 1837, durante la época Victoriana, ya que el uniforme de los marineros oficiales era una chaqueta de sarga azul combinada con blanco y botones metálicos. Pero los marineros de menos rango lucían camisetas de rallas horizontales azules y blancas.

Años más tarde, Coco Chanel popularizó esta prenda y la incorporó al vestuario femenino, que ella misma lucía. Desde entonces hasta ahora ha sido un estampado de éxito.

Otro tipo de estampado de rayas es el de **Raya diplomática**, un estampado clásico que siempre ha sido asociado a la moda masculina. Se caracteriza por tener unas rayas verticales muy finas que cuanto mas juntas estén más formal es. Es originario de Londres, cuando los empleados de los bancos de la city llevaban trajes con este estampado, que se convirtieron en unos uniformes refinados y distintivos, pero su popularidad llegó de la mano del duque de Windsor. Este estampado se incorporó al vestuario femenino gracias a Jean Paul Gaultier, y perdura hasta nuestros días.

Actualmente se han reinventado los estampados clásicos. Encontramos rayas verticales, horizontales o diagonales. con colores muy llamativos y diseños atrevidos.



**Desfile de Alexander McQueen
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Gucci
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Loewe
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Carolina Herrera
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Valentino
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Moschino
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



Cuando nos referimos a un estampado de cuadros, existen numerosos tipos que se engoban bajo el mismo nombre.

En primer lugar nos encontramos con los cuadros **escoceses o Tartan**, conocido tradicionalmente por un tejido de lana originario de Escocia en el siglo XVIII. Posteriormente, se hizo mundialmente famoso el estampado en rojo y negro popularizado por el punk. Actualmente se lucen en múltiples combinaciones de color y sobre cualquier prenda.

Una evolución del tartán es el cuadro **príncipe de gales** que en los años 30 el príncipe de gales Eduardo VIII popularizó. Se trata de un estampado en blanco y negro, que en algunas ocasiones presenta un tercer color. Actualmente lo encontramos popularizado sobre todo en trajes, faldas o pantalones.

Y otro tipo de tartán es el estampado **pata de gallo**, originario de las tierras bajas escocesas, que consiste en la repetición de un aspa o cuadro en color blanco y negro. Para la moda femenina el primero en utilizarlo fue Dior en los años 40. Al igual que el resto, actualmente se encuentra plasmado en innumerables prendas.

El cuadro Harris, distinto a los anteriores es originario del río tweed, en escocia. Se empleaba originalmente en la ropa de caballeros o para practicar caza, ya que los colores que se usaban se confundían con la naturaleza. Coco Chanel empezará a popularizarlo en los años 20, usandolo en moda femenina aportando nuevos colores y tejidos. Actualmente es muy común verlo utilizado en pantalones y abrigos.

Por último encontramos el **cuadro ventana**, el estampado más sencillo de cuadros basado en un tartán pero con líneas más finas y cuadros más abiertos. Originariamente pertenecía a moda masculina, poco a poco la moda femenina se apropió de el para diseñar abrigos y trajes.

4.3. Cuadros



**Desfile de Balenciaga
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Chanel
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Chanel
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Michael Kors
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**

4.4. Florales



A lo largo de la historia de la moda el estampado floral ha evolucionado y ha acompañado a la moda femenina en todas sus expresiones. Aquellos estampados que eran típicos en interiores y tapices han triunfado innumerables veces en el mundo de la moda.

Originariamente se vestía en prendas para dormir, y posteriormente ganó una connotación de estatus y elite. En los años 80, la princesa Diana de Gales lucía a menudo estampados florales.

Actualmente se reproducen estos estampados más clásicos, inspirados en la botánica, y con un estilo de los clásicos jardines ingleses, y podemos encontrarlos en todo tipo de prendas y accesorios.

En los desfiles de Otoño / Invierno 18/19 Valentino apostó por estampados inspirados en los tapices que poco a poco se han hecho más comunes en las tiendas low cost.



**Desfile de Balenciaga
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Dolce Gabbana
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Dolce Gabbana
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Michael Kors
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Valentino
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Michael Kors
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**

4.5. Patchwork



Originariamente este tipo de “estampado” no era más que un hobby, una técnica que consistía en ensamblar retales de telas, con diferentes estampados y texturas, que tenían como resultado composiciones únicas. Nace en Estados Unidos de la mano de las mujeres durante la época de la Gran Depresión, ya que por falta de dinero reutilizaban retales y los remendaban para darles un segundo uso en forma de mantas, colchas fundas para cojines, etc.

Estos estampados han saltado a las pasarelas de la mano de Dior en los desfiles de Otoño / Invierno 18/19, que apostó por innovar y lanzarlo en una de sus colecciones, y los diseñadores de las marcas low cost las han adaptado a sus prendas y colecciones.



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Loewe
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**

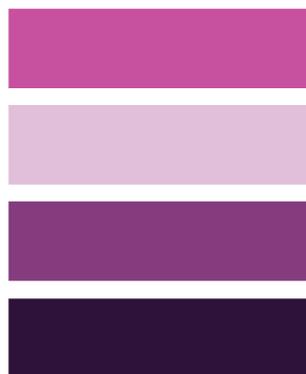


**Desfile de Versace
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Versace
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**

4.6. Tie Dye



Un estampado que nunca se ha visto bien dentro de la moda, asociado al movimiento hippie, a la psicodelia de los años 70 y a las técnicas DIY. Pero actualmente, parece ser que el estampado **tie dye** empieza a ser bien visto por las firmas de alta costura, que incorporan a sus colecciones versiones del clasico estampado hippie.



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Christian Dior
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Stella McCartney
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Stella McCartney
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**

4. Motivos gráficos



Los motivos gráficos son numerosos y de muchas tipologías.

En este sentido, se busca que el cuerpo sea un lienzo en blanco, y se viste con motivos gráficos de todo tipo, ya sean ilustraciones, logotipos, topos, formas geométricas, figuras humanas, entre muchos otros.

Actualmente encontramos estampados retro étnicos, dentro de esta tipología se recuperan estampados típicos de los años 60, especialmente los colores, y se combinan con geometrías tribales y retro típicas de los papeles para las paredes de la década de los 60.

Otro estampado gráfico que está en auge se basa en emplear los estampados de el Art Deco, modificado y adecuado a la actualidad pero respetando las formas originales.



**Desfile de Alexander McQueen
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Dolce Gabbana
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Dolce Gabbana
Fashion Week de Paris.
Colección A/W 18/19.**



**Desfile de Louis Vuitton
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Moschino
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**



**Desfile de Paco Rabanne
Fashion Week de Paris.
Colección S/S 19.**

5. Evolución del estampado floral

El estampado con motivos vegetales y/o florales lleva siendo parte de la moda a lo largo de la historia y es innegable la fascinación que tienen algunos diseñadores por este tipo de prints. Actualmente es un estampado que está en auge; lo vemos en bolsos, vestidos, zapatos, y también en el diseño de interiores. Aunque hoy en día es tendencia, no es un estampado nuevo sino que ha ido evolucionando hasta nuestros días y reinventándose década tras década.

5.1. El chintz

La moda y el estampado floral mantienen una larga y sólida relación a lo largo de toda la historia. Aunque es muy difícil determinar el origen del estampado floral, podemos considerar el chintz como el print del que se toma referencia en otras culturas.

El chintz fue en su origen un tejido de algodón y lino, procedente de la India, caracterizado por ser una tela estampada de alta resistencia y brillo. Era muy utilizado para los textiles del hogar como las colchas o las cortinas. Normalmente se estampaba con flores, frutas y/o pájaros sobre fondo liso generalmente en tonos claros.

En el año 1600 unos comerciantes portugueses e irlandeses importaron muestras de chintz hasta Europa. Estas primeras muestras eran muy escasas pero, a mediados del siglo XVII, el chintz se popularizó y llegó a todo el continente Europeo. Más tarde, viendo la gran demanda de chintz, los europeos empezaron a fabricarlo hasta que fueron capaces de confeccionarlo con la misma calidad que el original.

A finales del siglo XVII el chintz pasó de utilizarse únicamente como textil del hogar a servir como tejido para prendas de vestir.



5.2. Epoca Victoriana

La Época Victoriana fue un período de esplendor en el Imperio Británico durante la segunda mitad del siglo XIX. Este período coincide con el reinado de Victoria I, que reinó desde los 18 años, en junio de 1837, hasta su muerte, en 1901, a los 63 años de edad.

Los estampados victorianos, utilizados sobretodo en textiles del hogar, toman como referencia directa el chintz.

Se recuerda como una de las épocas más prosperas para Gran Bretaña ya que se convirtió en la primera potencia mundial gracias a la prosperidad en todos los aspectos, los económicos, sociales, culturales y políticos, y a la extensión e importancia de su Imperio Colonial.

El reinado de Victoria I, dejó una Gran Bretaña industrializada. Su sistema colonial le proporcionaba las materias primas necesarias para el éxito de la Revolución Industrial, con una floreciente industria del carbón, el hierro el acero y el textil.

La industria textil en la Gran Bretaña Victoriana era notable, junto a la industria de la confección, daba empleo a casi el 40% de la mano de obra industrial en 1880. Gracias a la nueva maquinaria textil se facilitó el incremento de la producción.

Aunque la confección a medida y la costura en los hogares todavía era significativa, ya un elevado porcentaje de las ropas eran confeccionadas en fábricas y comercializadas por grandes tiendas. Además la producción masiva de máquinas de coser en 1850 simplificó al confección tanto en los hogares como en los negocios permitiendo crear prendas con multitud de detalles que, hechas a mano, habrían sido muy costosas. Así pues, al ropa se podía hacer rápidamente y con un coste inferior.

Además, la aparición de tintes sintéticos permitió experimentar con colores llamativos y brillantes y proporcionó más opciones y libertad de elección.

La mecanización, los materiales que proporcionaban las colonias y los nuevos métodos de distribución modificaron la vestimenta y los tejidos creando un estilo de propio de la época. Este estilo se expandió más allá de Gran Bretaña, llegando a toda Europa.

Durante este período, los estampados florales eran muy utilizados sobretodo en el diseño de interiores. Muchos de estos estampados surgían de la influencia de la naturaleza y de las cruzadas de la Edad Media que extendieron los bordados. También eran influenciados de forma directa por el chintz, originario de la India.

La reina Victoria era Emperatriz de la India y eso favoreció el abastecimiento de materias primas del país, importando también tejidos típicos como el chintz. Así, llegando al reinado de Victoria, el chintz evolucionó y se reinventó al estilo victoriano, con muchos matices dorados y tonos que eran más apagados que los que utilizaban los indios. Así, surgieron nuevos estampados que vestían el interior de las casas victorianas con un estilo muy recargado.

5.3. William Morris

“El pasado no está muerto, vive en nosotros y estará vivo en el futuro que estamos ayudando a hacer.”

William Morris

William Morris fue un personaje polifacético que vivió durante la Era Victoriana. Aunque han pasado casi dos siglos desde su muerte, ha dejado una huella profunda aún vigente y sus diseños y pensamientos siguen presentes en nuestra sociedad.

Morris fue uno de los diseñadores más influyentes durante la segunda mitad de la Época Victoriana. Se dedicó a la arquitectura, al interiorismo, al diseño gráfico y textil y también fue pintor, poeta, novelista, conferenciante y agitador político de izquierdas. También es conocido por ser el máximo ideólogo del movimiento Arts and Crafts desarrollado entre 1860 a 1900, ligado al diseño y a las artes decorativas, que se caracterizaba por su oposición a la industrialización del momento.

Aunque nació durante un período de Revolución Industrial que se imponía en todos los ámbitos sociales, Morris era contrario a la mecanización y a la explotación del sector industrial en las artes decorativas y defendía el retorno a la artesanía tradicional, a una vida más simple y a una mejora en el diseño de objetos domésticos ordinarios.

En el arte textil, Morris fue uno de los principales promotores de la recuperación de métodos de producción artesanales y en 1861, Morris fundó una empresa para producir y comercializar sus diseños primero asociado con amigos con el nombre de Morris, Marshall, Faulkner & Company, y a partir de 1875, en solitario, como Morris & Company.

Aunque diseñó muebles, azulejos o vidrieras, lo más destacado de Morris son sus estampados para papeles pintados y textiles.

Para crear sus estampados, Morris se inspiró en tapices medievales y en la artesanía gótica rural inglesa. Muchos de los diseños de estampados de Morris se basaron en formas vegetales que estudió de primera mano. Algunos fueron inspirados por las plantas de sus jardines, otros por flores silvestres y árboles que había visto en salidas, y algunos otros sacados de libros que describían las plantas y sus diferentes usos en la medicina y la cocina.

Willow Bough es uno de sus diseños icónicos, creado en Inglaterra en 1887. Para diseñarlo Morris se inspiró en las flores salvajes y en los sauces que había visto en sus paseos por el campo. El diseño presenta tallos entrelazados y hojas de sauce en tonos verdes y marrones sobre fondo blanco. En un principio fue diseñado para usarse en papeles pintados pero más tarde, en 1895, lo adaptó y lo estampó sobre tela.





1. Estampado “Willow Bough”, 1887



2. Estampado “Strawberry Thief”, 1883



3. Estampado “Acanthus”, 1875



4. Estampado “Pimpernel”, 1876.

El sauce es uno de los motivos favoritos de Morris y lo usó en varios de sus diseños para papel pintado y textil. ‘Lily’ (1873) / ‘polvo’ (1874) / ‘sauce’

Strawberry Thief ‘Ladrón de fresa’ en castellano, estampado diseñado por William Morris para textiles. El estampado tiene como motivo principal los túrdidos, más conocidos como zorzales o mirlos, son una familia de aves que comprende más de 300 especies. Morris, a menudo encontraba a estas aves comiendo fruta de su jardín. En el diseño destaca la estructura geométrica de cuadrícula, en la que se van insertando

los distintos motivos vegetales y los pájaros. Fue la primera vez que añadió los colores rojo y amarillo sobre fondo azul y blanco.

El Acanthus, diseñado por Morris en 1874, fue el primer diseño de una serie de papeles pintados a gran escala basado en formas naturales. Para la impresión de este diseño se necesitaron 30 bloques de madera y se usaron 15 tonos por este motivo Morris lo calificó como un diseño de lujo asequible solamente para los más ricos.

El diseño Pimpernel, diseñado por Morris en 1876 como papel pintado. La composición del estampado tiene una simetría efecto espejo y muestra un follaje verde entrelazado y unas flores Pimpernel que dan el nombre al diseño.

En la actualidad los estampados de William Morris siguen siendo tendencia. Sus diseños se siguen vendiendo, en las pasarelas vemos estampados inspirados en los de Morris e incluso marcas que están lanzando colecciones cápsulas inspiradas en su figura.

En definitiva, el estampado floral es un clásico que viene desde siglos atrás lo interesante esta siendo la descontextualización del uso tradicional de estos prints y la adaptación a la diversidad de los públicos de hoy en día.





6. Público de la tendencia

Para esta parte se ha empleado el método del diamante, explicado en el apartado 2.1. Manifestaciones de una tendencia, propuesto por el autor Henrik Vejlgard. Gracias a esto se estructura quien es son los creadores de la tendencia y sus seguidores, en relación a los estampados inspirados en William Morris.

6.1. Creadores de la tendencia



En numerosos casos, son las marcas de alta costura las que inician y crean las tendencias en moda. En este caso la marca pionera fue Loewe, la prestigiosa firma española de marroquinería creada de la mano de Heinrich Loewe Rössberg en el año 1846. Actualmente comercializa prendas de ropa, accesorios y artículos de piel.

En las navidades de 2017, Loewe estrena su colección cápsula homenajeando a Morris, reinterpretando sus diseños y aplicandolo sobre sus artículos.

El director creativo de Loewe, Jonathan Anderson, seleccionó cuatro estampados de los archivos de Morris & Co, fechados entre 1874 y 1883.

6.2. Seguidores de la tendencia

Los seguidores de la tendencia son aquellas que siempre van a la última buscando innovación y con gusto. En este caso son personas jóvenes con alto nivel adquisitivo debido al precio de las prendas de la colección. En muchos casos esta mayoría precoz está formada por los llamados “influencers”, que siempre son los primeros en lucir tendencias y compartirlas en sus redes sociales.

A partir de aquí, cuando empieza a normalizarse el echo de lucir este tipo de estampados, aparece una segunda colección cápsula, pero en este caso de la mano del gigante de la moda sueco “low cost”, H&M.

Esta segunda colección unisex cuenta con todo tipo de prendas y accesorios con estampados originales de Morris.

En este momento, la tendencia ya se encuentra entre la mayoría, ya que es más accesible a todas personas con menos nivel adquisitivo y que aún así quieran seguir la tendencia.

En este publico se encuentran todas aquellas personas jóvenes que quieren seguirla, ya sea por influencia o porque les guste adaptarse a la actualidad.

En este punto, a la tendencia le queda una duración máxima de un año, después de este periodo dejará de ser tendencia y será adaptada por los demás públicos.

Es aquí cuando la mayoría rezagada empezará a adquirirla en periodos de rebajas, cuando la colección cápsula deje de estar en auge.



7. Conclusiones

Una vez realizada toda la investigación respecto a la tendencia actual presentada, se puede ver una clara intención de volver a los estampados del pasado.

En primer lugar, esta tendencia se puede relacionar con el estilo de vida de la sociedad en la que vivimos. Nos encontramos en un momento de constante aceleración, con grandes avances tecnológicos que provocan un cambio en el estilo de vida, incapaz de procesar por el ser humano. Es por eso que se ve una clara intención de volver al pasado, no solo en el ámbito de la moda, sino en muchos otros aspectos de la vida.

En cuanto a los estampados, la industria textil cada vez es más amplia, hay tanta sobreproducción y tantos estilos explotados, que un recurso útil es coger diseños del pasado, descontextualizándolos y aplicándolos a nuevos formatos. En el caso presentado, William Morris creador de estampados para textiles del hogar, ha sido un referente para muchas empresas textiles, que han cogido o se han inspirado en sus estampados con la finalidad de aplicarlos a prendas de vestir y complementos, creando así una nueva tendencia.

Esta nueva tendencia ya está aceptada por la sociedad, empresas como H&M, de bajo coste, han sacado colecciones en base a estos estampados, asequibles y al alcance de todos los públicos. La vida de esta tendencia no durará más de un año, debido a que ya está aceptada socialmente, además en la industria de la moda las tendencias no suelen durar más de tres años.

8. Propuesta de diseño

A partir de la investigación y del informe realizado, planteamos como propuesta de diseño la creación de un nuevo estampado reinventando los de Morris.

Los tonos del nuevo estampado se encuentran en la línea de los colores naturales, como ocre, marrones, verdes y azules, entre otros.

Las formas responden a elementos propios de la naturaleza, tales como plantas, flores o animales, con la singularidad de representarlos sintetizados.

El estampado seguiría un patrón de repetición de elementos aleatorios.

Este estampado se plasmaría en prendas y complementos, aunque también puede ser aplicado en mobiliario o diseño de interiores, ya que el estampado se reproducirá de forma digital, en papel y en tela.



9. Bibliografía

9.1. Libros

- Jones, O. (1986). *The grammar of ornament*. Londres: Studio Editions.
- Clarke, S. (2011). *Diseño textil*. Barcelona: Blume
- Van Zandt, E. (1995). *The life and works of William Morris*. Bristol: Parragon Book Service Limited.
- Coote, S. (1990). *William Morris his life and work*. Londres: Garamond Publishers Ltd.
- Clark, F. (1977). *William Morris, Wallpapers and chintzes*. Gran Bretaña, Academy Editions.
- Fontán Del Junco, M., Zozaya Álvarez, M., Fondevila, M., & Quílez i Corella, F. (2017). *William Morris i companyia: El moviment Arts and Crafts a Gran Bretanya*. Barcelona: Museu Nacional d'Art de Catalunya.

9.1. Webs

- Collado, N. (2017). La última colección de Loewe rinde tributo a William Morris. Recuperado de <https://smoda.elpais.com/moda/actualidad/loewe-william-morris/>
- Desfiles, pasarelas y diseñadores. (2018). Recuperado de: <https://www.vogue.es/pasarelas>
- Estampados y Gráficos de la moda rápida FW18-19. (2018). Recuperado de <https://fashionunited.cl/noticias/moda/estampados-y-graficos-de-la-moda-rapida-fw18-19/2018032724039>
- Indumentaria y tejidos de la época victoriana. (2018). Recuperado de: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/indumentaria-y-tejidos-de-la-epoca-victoriana/>
- Margalejo, I. (2018). ICONO AD: William Morris. Recuperado de: <https://www.revistaad.es/decoracion/iconos/articulos/william-morris-icono-ad-bio/20733>
- Mastropasqua, P. (2018). Época victoriana. Recuperado de: <http://historiadelaindumentariaylostextiles.blogspot.com/2016/09/epoca-victoriana.html>
- Moda Victoriana. (2018). Recuperado de: <https://lacasavictoriana.com/category/moda-victoriana/>
- Moda victoriana. Recuperado de: <https://hisour.com/es/victorian-fashion-32796/>
- Odriozola, A. (2017). Guía de estilo: el estampado de rayas como nunca lo habías visto. Recuperado de <https://www.glamour.es/moda/tendencias/galerias/estampado-rayas-estilo/13029/image/1031562>
- Rousaud, A. (2018). Colección de ropa con estampados William Morris para H&M. diariodesign.com. Recuperado de <http://diariodesign.com/2018/09/coleccion-ropa-william-morris-para-hm/>
- Tendencias de estampados y gráficos para PV19. (2018). Recuperado de <https://fashionunited.cl/noticias/moda/tendencias-de-estampados-y-graficos-para-pv19/2018012423552>
- Ruíz, G. (2017). La Era Victoriana. Recuperado de: <https://sobrehistoria.com/la-era-victoriana/>