



**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Presentado para acceder al título de

**Licenciatura en Diseño e Innovación en Moda**

**Título: “Conexión Emocional”**

**Autor:**

**Alexandra Mercedes Altamirano Crispin – N° DNI 77066356**

**Director/a:**

**Lic.Cristian Propezzi**

**Lugar:**

**Rosario**

**Fecha de presentación**

**03/09/2024**



## **INTRODUCCION**

La era moderna se ha convertido en un frenesí tecnológico, donde la dependencia de dispositivos electrónicos se ha vuelto casi omnipresente en la vida cotidiana. Pero, ¿qué sucede cuando esta dependencia alcanza un punto crítico? ¿Cuándo perdemos la conexión con nuestros sentidos, nuestras relaciones interpersonales y, en última instancia, con nosotros mismos? Este es el punto de partida de nuestra infografía de investigación y propuesta de moda, donde exploraremos la necesidad urgente de una "desconexión sana" de la tecnología y cómo la moda puede ser una vía para lograrlo.

En un mundo donde la ansiedad y el estrés son moneda corriente, es esencial encontrar formas de reconectar con lo esencial, con lo humano, con la autenticidad. Nuestra investigación se adentra en el impacto negativo de la dependencia de dispositivos tecnológicos en la salud mental y emocional, y cómo esto afecta nuestras relaciones y la percepción de nosotros mismos. Pero no nos limitamos a señalar los problemas, sino que buscamos soluciones, y la moda se convierte en una herramienta poderosa en este proceso.

Nuestra propuesta de moda no es simplemente una declaración de estilo, es una declaración de intención. Diseñada para fomentar la reconexión emocional, nuestra visión incorpora prendas oversize que permiten la comodidad y la libertad de movimiento, la psicología del color para influir en el estado de ánimo y la aromaterapia que envuelve al individuo en un abrazo olfativo sanador.

A través de infografía, exploraremos no solo la problemática de la dependencia tecnológica, sino también cómo la moda puede desempeñar un papel crucial en la búsqueda de la reconexión con nuestros sentidos y nuestras emociones. En última instancia, nuestra visión es contribuir a un futuro en el que la moda no solo sea una expresión de estilo, sino un camino hacia la sanación y la reconexión con nuestra esencia humana, a través de varias herramientas que nos han permitido desarrollar conceptos en prendas nunca antes vistos como es la inteligencia artificial IA y CHAT GPT que nos permiten abrir campos más inmersos para satisfacer las necesidades del público objetivo.

## **PROBLEMÁTICA**

En los últimos años la globalización ha traído un paradigma tecnológico y próspero para las nuevas generaciones, sin embargo, la dependencia tecnológica se ha presentado como el lado oscuro de esta nueva realidad, creando en el consumidor una desconexión con los sentidos naturales del ser humano afectando las relaciones propias e interpersonales de individuos con esta dependencia.

## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar y desarrollar un concepto de moda que promueva la desconexión sana de la dependencia de objetos tecnológicos que fomente la reconexión con los sentidos del ser humano, fortalezca las relaciones interpersonales y contribuya a la lucha contra la ansiedad, a través de prendas oversize, la psicología del color, la aromaterapia y otras medidas, con el propósito de facilitar la reconexión emocional a través de la prendas de vestir.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Investigar y analizar la relación entre el uso excesivo de objetos tecnológicos y sus efectos en la salud mental y emocional de las personas.
2. Explorar las tendencias y enfoques actuales en la moda relacionados con la reconexión emocional y la promoción de la desconexión tecnológica.
3. Investigar y desarrollar estrategias de diseño de prendas oversize que sean estéticamente atractivas y cómodas para fomentar la reconexión emocional y la reducción de la ansiedad.
4. Estudiar la psicología del color y su influencia en el estado emocional de las personas, y aplicar estos conocimientos en la elección de colores para las prendas de moda propuestas.
5. Investigar y diseñar prendas de moda que incorporen elementos de aromaterapia, como tejidos con fragancias relajantes, para promover la calma y la relajación.
6. Realizar estudios de mercado y encuestas para comprender las necesidades y preferencias de los consumidores en relación con la moda que promueva la desconexión tecnológica y la reconexión emocional.
7. Desarrollar un concepto de moda que integre las investigaciones realizadas y que ofrezca una propuesta atractiva y efectiva para lograr los objetivos planteados.

8. Crear una estrategia de marketing y promoción para difundir y comercializar la moda diseñada, destacando sus beneficios para la salud emocional y las relaciones interpersonales.
9. Evaluar la efectividad del concepto de moda en la promoción de la reconexión emocional y la reducción de la ansiedad a través de encuestas y análisis de retroalimentación de los consumidores.
10. Presentar el concepto de moda finalizado como una propuesta innovadora que contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas al fomentar la desconexión tecnológica y la reconexión con sus sentidos y emociones.

## **JUSTIFICACION**

La globalización, impulsada por avances tecnológicos y la expansión de las comunicaciones digitales, ha traído consigo un cambio significativo en la forma en que las personas se relacionan con el mundo y entre sí. Esto ha llevado a un paradigma tecnológico en el que las nuevas generaciones están inmersas en un entorno altamente conectado y digital. Si bien esto ha traído ventajas significativas, como un acceso más amplio a la información, oportunidades económicas y una mayor eficiencia en diversas esferas de la vida, también ha dado lugar a una dependencia tecnológica preocupante.

La dependencia tecnológica se manifiesta en la forma en que las personas utilizan constantemente dispositivos electrónicos, como teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras, para comunicarse, entretenerse y realizar tareas cotidianas. Esta dependencia puede llevar a una desconexión con los sentidos naturales del ser humano, ya que las personas pasan cada vez más tiempo frente a pantallas y menos tiempo involucradas en actividades físicas y experiencias del mundo real.

Este problema afecta las relaciones propias e interpersonales de los individuos de varias maneras como:

**Aislamiento social:** El uso excesivo de dispositivos electrónicos puede llevar a la disminución de la interacción cara a cara con familiares, amigos y colegas, lo que a su vez puede dar lugar a un sentimiento de aislamiento y soledad.

**Problemas de salud mental:** La dependencia tecnológica puede contribuir al estrés, la ansiedad y la adicción, ya que las personas se ven atrapadas en el mundo digital y pueden sentirse abrumadas por las demandas de la tecnología.

**Reducción de la actividad física y la conexión con la naturaleza:** Pasar demasiado tiempo frente a las pantallas puede resultar en una disminución de la actividad física y una desconexión con la naturaleza, lo que tiene implicaciones para la salud física y mental.

En resumen, la dependencia tecnológica, que ha surgido como un resultado de la globalización y la rápida evolución de la tecnología, está teniendo un impacto significativo en la calidad de vida y las relaciones interpersonales de las personas. Esta justificación resalta la necesidad de abordar este problema y encontrar un equilibrio saludable entre la tecnología y la experiencia humana.

## **MARCO TEORICO**

Moda se refiere a un conjunto estructurado de conceptos, principios e ideas que guían el estudio, análisis y comprensión de diversos aspectos de la industria de la moda y su influencia en la sociedad. La teoría de la moda abarca una amplia gama de perspectivas, que incluyen sociología, psicología, economía, historia y estudios culturales, entre otras.

la psicología de la moda se centra en la relación del individuo con la moda. Examina cómo la elección de ropa puede afectar la autoestima, la imagen corporal y la expresión personal. Además, explora el impacto psicológico del color, el estilo y las tendencias en las personas.

La moda juega un papel importante en la construcción de la identidad de género y la expresión de identidades diversas. Este marco examina cómo la moda puede reforzar o desafiar las normas de género y explora cuestiones relacionadas con el género y la sexualidad en la moda.

Para James la emoción se produce por la repercusión en la conciencia de los trastornos periféricos provocados al percibir un objeto (estamos tristes porque lloramos).

La teoría de James-Lange sugiere que las emociones tienen una base física en el cuerpo. Cuando vemos algo emocional, ocurren cambios en el cuerpo, y estos cambios conforman nuestra experiencia emocional. William James y Carl George Lange (1834-1900)

James (1884) explicó la teoría en su libro "Los principios de la psicología": escribe que "sentimos pena porque lloramos, enojados porque golpeamos, asustados porque temblamos, y no lloramos, golpeamos o temblamos, porque lo sentimos, enojado, o temeroso, según sea el caso ". En otras palabras, nuestras reacciones emocionales consisten en nuestras respuestas físicas a eventos potencialmente emocionales en el entorno. James sugiere que estas reacciones físicas son clave para nuestras emociones y que, sin ellas, nuestras experiencias serían "pálidas, incoloras y desprovistas de calidez emocional" es por eso que se investigó en este proyecto sobre la perspectiva psicológica, marco ambiental, género e identidad, autoidentidad y autoexpresión, donde la perspectiva psicológica es la psicología de la moda que explora cómo las elecciones de ropa y estilo afectan la autoestima, la autoexpresión y el bienestar de un individuo. También profundiza en el comportamiento del consumidor y los aspectos emocionales de la compra.

La perspectiva psicológica de la moda se centra en comprender la relación entre la ropa y la psicología individual, incluida cómo la elección de ropa influye en la autoestima, la autoexpresión y el bienestar. También examina el comportamiento del consumidor, los aspectos emocionales de las compras y el impacto psicológico de las tendencias de la moda por otro lado en los estudios de género e identidad exploran cómo la moda se cruza con el género y la identidad. Examina cómo se utilizan la ropa y el estilo para expresar y desafiar las normas tradicionales de género y cómo la moda puede empoderar o limitar a los individuos en términos de su identidad y autopercepción entrelazando a estos conceptos macros con la sostenibilidad y ambiente que ha llevado a una creciente preocupación por el impacto ambiental de la industria de la moda, este marco analiza la sostenibilidad y las prácticas éticas de la moda. Evalúa las consecuencias ambientales y sociales de la producción y el consumo de moda.

Es de esta manera trabaja en 3 subtemas específicos:

Integración tecnológica

Marca Olfativa

Androginia liberadora

## DESARROLLO

El mundo actual se encuentra en constante evolución, y dentro de esta dinámica, se destacan tres subtemas de gran relevancia que han ganado un lugar destacado en la sociedad y en los negocios. La integración de la tecnología ha transformado nuestra forma de vida y ha revolucionado la manera en que interactuamos con el mundo que nos rodea. Por otro lado, la creación de una marca olfativa ha emergido como una estrategia innovadora en el ámbito del marketing y la identidad de marca, explorando nuevos sentidos para conectar con los consumidores. Finalmente, la androginia liberadora, un concepto que desafía las nociones tradicionales de género, ha cobrado fuerza como un movimiento cultural que promueve la igualdad y la diversidad. En este contexto, exploraremos a fondo cada uno de estos subtemas, analizando su impacto y relevancia en la sociedad contemporánea.

- Interacción tecnológica “**Marjorie Montenegro**”

La incorporación de tecnologías de vanguardia, como textiles inteligentes o impresión 3D, puede diferenciar una marca y contribuir a una percepción positiva del consumidor.

Disciplina Colaborativa: TECHWEAR

Techwear se refiere a prendas confeccionadas con tejidos técnicos como GORE-TEX, nailon Primaloft y forro polar Polartec, diseñadas para permitir resistencia al agua, transpirabilidad, resistencia al viento y comodidad.

Techwear también puede describir una estética específica inspirada en la cultura ciberpunk y la moda urbana.

Promts: Se caracteriza por prendas confeccionadas con tejidos especiales de tecnología muy avanzada y cortes adaptados para permitirte moverte libremente durante todo el día.

### Sugerencias para imágenes en AI



Generado por Leonardo. AI



Generado por Leonardo. AI





**Generado por Leonardo. AI**

**Marca olfativa: “Liliana Chugchilan”**

- **Experiencia sensorial:** El uso de aromas para establecer una identidad de marca única, conocido como branding olfativo, puede enriquecer la experiencia del consumidor y dejar una impresión duradera. Un aroma agradable y distintivo asociado a una marca puede mejorar la experiencia general del consumidor, y en este contexto con las señales de cambio, la aplicación de microcápsulas con aromas en prendas de vestir se ha convertido en una atractiva estrategia para atraer a futuros clientes. Un ejemplo destacado de esta práctica es la marca Bubble Gummers, que ha empleado branding olfativo durante más de una década. Se hizo famosa por su fragancia a chicle patentada, impregnada en sus zapatos, lo que ha demostrado ser una estrategia efectiva. Además, se incorpora un elemento fundamental, el slow fashion. Este enfoque no es solo una tendencia pasajera, sino un cambio de paradigma en la moda que implica una producción consciente, ética y respetuosa con el medio ambiente, los trabajadores y los consumidores. Comprender su importancia y trascendencia como un modelo de producción es esencial para el futuro de la moda sostenible.

El concepto de moda lenta surgió como una respuesta al fast fashion, adoptando una filosofía opuesta al modelo de producción masiva que a menudo ignora el impacto social y ambiental de sus acciones. Aquí, el tiempo, los recursos, los insumos y la fuerza laboral adquieren una mayor relevancia a través de la desaceleración, haciendo de la moda lenta una práctica más empática y

consciente con su entorno. El cambio propuesto por el slow fashion no solo involucra a diseñadores y marcas que buscan un futuro más sostenible, sino que también involucra a los consumidores. En este contexto, una colaboración efectiva podría ser con la empresa Iberchem, especializada en marketing olfativo y comprometida con la sostenibilidad. Iberchem crea microcápsulas con una amplia gama de materias primas que inspiran una variedad de cautivadoras fragancias. Su modelo de negocio se basa en la excelencia de la producción y un profundo respeto por el mundo natural.

Esta colaboración permitiría desarrollar prendas cómodas y únicas que emanan una fragancia agradable, transmitiendo una sensación de paz. Todo ello, sin comprometer el cuidado del medio ambiente y la sostenibilidad.

**Promts de imágenes en IA:** Prendas unisex con aromaterapia representadas en 3d y que transmitan tranquilidad con un fondo agradable y elementos favorables para la salud

#### **Sugerencias para imágenes en AI**









- **Androginia liberadora “Alexandra Altamirano”**

- **Moda de género neutro:** Las marcas que adoptan la moda andrógina o de género neutro atraen a los consumidores que buscan inclusión y autoexpresión sin las limitaciones tradicionales de género.

**Disciplina colaborativa: Ronald L Banks**

Influencer de un estilo de vida y de vestir, cómodo, minimalista y consciente.

Antecedentes del Influencer: Banks, un famoso youtuber, tiene un canal con 130 mil fans. Transmite desde su departamento en Wisconsin, el cual se encuentra immaculado. Su mobiliario consta de un sillón, una televisión, una mesa de madera y cuatro sillas, algunas plantas de interior y pinturas. Solo tiene lo necesario para vivir. Elige vivir con tan poco, explica, porque “el minimalismo es vivir con más de lo que importa al elegir querer menos de lo que no importa“, explica en un video.

Es parte de un grupo de jóvenes que no solo evitan el exceso de artículos materiales, sino también las relaciones sin propósito y el exceso de “desorden emocional”.

Vivir con propósito, comenta, va más allá de los bienes materiales, sino que se extiende a los amigos que incluye en su vida, las decisiones financieras que toma y los valores a los que se adhiere. En un video sobre el minimalismo financiero, describe que utiliza un cálculo de “costo por uso” para guiar sus decisiones de compra.

“Mentalmente, evalúo el artículo en relación con mis hábitos y estilo de vida, y trato de comprender si usaré este artículo lo suficiente como para justificar lo que gastaré en él”, explicó, refiriéndose a sus dispositivos electrónicos y su equipo de cámara.

Bajo el estudio de procesos y un sistema de moldería genderless, con la búsqueda de unificar y sistematizar siluetas atemporales, sin género y funcionales. La cuál tiene como objetivo un sentir psicológicos y emocional de bienestar a través de la comodidad de la silueta.

Se realizará una colección cápsula con las características del genderless y la atribución del Influencer que fomenta el confort, practicidad y minimalismo

#### CONCLUSIÓN:

Resultaría provechoso la colaboración con el influencer presentado debido al estilo y pensamiento que fomenta

**Pomts:** Ropa con sensación cómoda, confortable y fluida. Indumentaria sin género unisex, con silueta oversize y casual.

#### **Sugerencias para imágenes en AI**



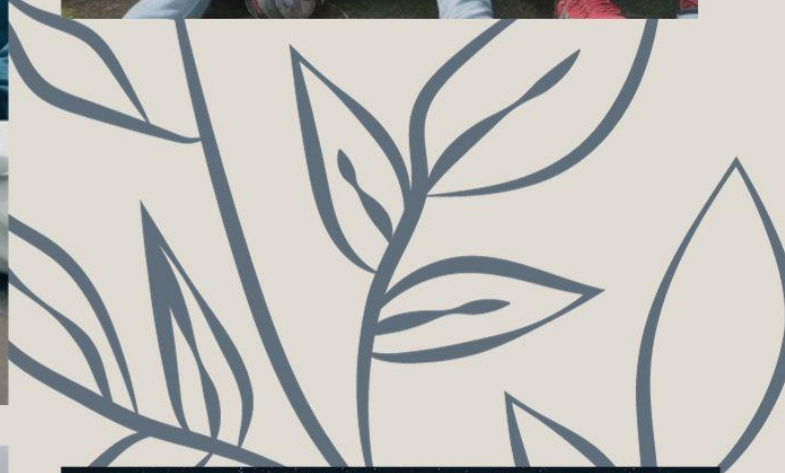
**Reflexión:**

Es importante reflexionar sobre el papel de la moda en nuestra sociedad verlo como un significado más profundo con el cual podemos consumir moda de forma responsable para poder comunicarnos con los demás y expresar nuestra individualidad así también podemos elegir prendas que reflejen nuestro estilo, nuestros intereses o nuestra personalidad.

Es fundamental que se desarrolle de manera responsable, teniendo en cuenta los posibles riesgos para la salud y el medio ambiente trabajando de la mano con tecnologías que avanzan para crear prendas olfativas más seguras, duraderas y personalizadas.



# Woodboard





<https://patents.google.com/patent/ES2250407T3/es>

<https://www.vogue.mx/moda/articulo/slow-fashion-que-es-definicion>