

**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO,
ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**ESTILOS DE ILUSTRACIÓN DE MODA COMO
HERRAMIENTA PARA LA COMUNICACIÓN Y
DIFUSIÓN DE MARCAS DE INDUMENTARIA**
Diseño independiente de la ciudad de Cuenca

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:

DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:

Renata Valentina Samaniego Cedillo

DIRECTORA:

Dis. María Elisa Guillen, Mgt.

**CUENCA-ECUADOR
2021**



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**DISEÑO
ARQUITECTURA Y ARTE
FACULTAD**

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**ESTILOS DE ILUSTRACIÓN DE MODA COMO HERRAMIENTA PARA LA
COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE MARCAS DE INDUMENTARIA**

Diseño independiente de la ciudad de Cuenca

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
DISEÑADORA DE TEXTIL Y MODA

AUTORA:

Renata Valentina Samaniego Cedillo

DIRECTORA:

Dis. María Elisa Guillen, Mgt.

CUENCA-ECUADOR

2021

Dedicatoria

A todas aquellas personas a las que les apasiona lo que hacen...

A Dios por regalarme este don, a mis padres por ser mi apoyo incondicional y mi más grande inspiración, a mis hermanas por alentarme a dar lo mejor de mí siempre. A mis amigas, por haber hecho de mi paso por la universidad, una aventura llena de risas, experiencias y aprendizaje. A mi tutora Eli, por su paciencia, apoyo y aporte a todo este proyecto. A mis docentes por sus enseñanzas, en especial al docente Manuel Guzmán, por despertar en mí la curiosidad de aprender más acerca de la ilustración de moda.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	4
Agradecimientos	5
Índice de contenidos	6
Resumen	14
Abstract	15
Introducción	17

Capítulo **01**

1.- CONTEXTUALIZACIÓN	21
1.1.- Ilustración	21
1.1.1.- Ilustración de moda	22
1.1.2.- Historia de la ilustración de moda	23
1.1.3.- Importancia de la ilustración de moda en la actualidad	29
1.1.4.- Estilos de Ilustración de Moda	30
1.1.4.1.- Técnicas de ilustración de Moda	32
1.1.5.- Ilustración publicitaria	38
1.1.6.- Ilustración editorial	39
1.1.7.- Estilos de ilustración para campañas gráficas y editoriales	40
1.2.- Comunicación de Moda	44
1.2.1.- Promoción de una marca de diseño de indumentaria	45
1.2.2.- Difusión de una marca de diseño de indumentaria	48
Conclusiones	49

Capítulo 02

2.- ESTADO ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN DE MODA COMO MEDIO PUBLICITARIO Y EDITORIAL	53
2.1.- Análisis Internacional	53
2.1.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda	53
2.1.1.1.- David Downton	53
2.1.1.2.- Megan Hess	57
2.1.2.- Estudio de caso: revistas de ilustración de moda	59
2.1.2.1.- Revista iF	59
2.2.- Análisis Nacional	61
2.2.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda	61
2.2.1.1.- Monsieur Saturday	61
2.2.1.2.- Carla Lucin	63
2.2.2.- Estudio de caso: revistas de moda	65
2.2.2.1.- BG Magazine	65
Conclusiones	67

Capítulo 03

3.- ANÁLISIS DE MARCAS DE INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE CUENCA EN SUS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	71
3.1.- Metodología y definición de unidad de análisis	71
3.1.1.- Emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.	72
3.1.2.- Análisis de los aspectos de promoción y difusión de emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.	74
3.1.2.1.- Ilustración de moda en la promoción y difusión	74
3.1.2.2.- Investigación acerca de promoción y difusión en marcas establecidas de diseño de indumentaria	75
3.1.2.3.- Investigación acerca de promoción y difusión en emprendimientos de diseño de indumentaria	80
3.1.2.4.- Datos generales	88
Conclusiones	89

Capítulo 04

4.- APLICACIÓN DE ESTILOS Y TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN DE MODA A MARCAS DE DISEÑO DE INDUMENTARIA LOCAL	93
4.1.- Ilustraciones de los diseños de las marcas emergentes o emprendimientos	94
4.2.- Ilustraciones de los diseños de las marcas establecidas	118
Conclusiones	151

Capítulo 05

5.- EDICIÓN Y LANZAMIENTO DE LA REVISTA ILUSTRADA	155
5.1.- Diseño editorial	156
5.1.1.- La revista	156
5.1.2.- Brief de la revista	156
5.1.2.1.- Brief creativo de ilustración	156
5.1.2.2.- Elementos del briefing	157
5.1.2.3.- Desarrollo del brief	157
5.1.2.4.- Elementos de la revista	158
5.1.2.5.- Secciones de la revista	160
5.1.2.6.- Elementos de publicación	162
5.1.2.7.- Revista electrónica o digital	163
5.2.- Diseño interactivo	163
5.2.1.- Formatos interactivos	163
5.3.- Lanzamiento de la revista	165
Conclusiones	167

Capítulo 06

6.- VALIDACIÓN	171
6.1.- Instagram	172
6.1.1.- Sistema de medición y métricas	172
6.2.- Facebook	173
6.2.1.- Sistema de medición y métricas	173
6.3.- Sitio Web	174
6.4.- Exposición/Showroom	174
Conclusiones	177
Conclusiones y recomendaciones	178

Referencias R

Bibliografía	182
Bibliografía de figuras	184
Anexo 1: Modelo de encuesta/ entrevista # 1 ilustración de moda	192
Anexo 2: Tabla de resultados modelo de encuesta /entrevista ilustración de moda de marcas/ emprendimientos nuevos de los diseñadores graduados desde los años 2015 al 2019	193
Anexo 3: Lista de marcas establecidas	194
Anexo4: Modelo de encuesta #2 para la investigación acerca de la promoción y difusión en marcas de diseño de indumentaria establecidas y emprendimientos emergentes.	195
Anexo 5: Abstract	197

Índice de figuras

Figura 1. Ilustración de Karina Yashagina	21
Figura 2. Ilustración de Hayden Williams	22
Figura 3. Ilustración de Charles Dana Gibson	23
Figura 4. Ilustración de Gerda Wegener	24
Figura 5. Ilustración de René Magritte	24
Figura 6. Ilustración de Gerd Hartung	25
Figura 7. Ilustración de J. Howard Miller	25
Figura 8. Ilustración de Alvin Pimsler	26
Figura 9. Ilustración de Antonio López	26
Figura 10. Ilustración de George Stavrinos	27
Figura 11. Ilustración de Sharon Watts	27
Figura 12. Ilustración de Amy Davis	28
Figura 13. Ilustración de Richard Haines	28
Figura 14. Ilustración de moda	29
Figura 15. Ilustración de Samanta Fernandes	30
Figura 16. Ilustración de Veronika Akhmatova	30
Figura 17. Ilustración de Marianna Bellini	31
Figura 18. Ilustración de Svetlana Golub	31
Figura 19. Ilustración de Rebecca Lico	31
Figura 20. Ilustración de Ximena Sifuentes	31
Figura 21. Ilustración de Julija Lubgane	32
Figura 22. Ilustración de Ellie Rahim	32
Figura 23. Ilustración de Victoria Jenkins	33
Figura 24. Ilustración de Fiona	33
Figura 25. Ilustración de Wijdan Alharbi	33
Figura 26. Ilustración de Alena Zakhvatkina	34
Figura 27. Ilustración de Olga Créé	34
Figura 28. Ilustración de Holly Nichols	35
Figura 29. Ilustración de Sveta Leyfman	35
Figura 30. Ilustración de Yuko	36
Figura 31. Ilustración de Eduardo Fossa	36
Figura 32. Ilustración de Ramona Chantaf	37
Figura 33. Ilustración de Carla Lucin	37
Figura 34. Ilustración de Uğur Kiral	37
Figura 35. Ilustración por Holly Nichols	38
Figura 36. Ilustración de Ksenia Onegina	38
Figura 37. Ilustración de Reebok Colombia	38
Figura 38. Ilustración de Esperanza Castro	39
Figura 39. Ilustración de Laura Wächter	39
Figura 40. Ilustración de Laura Wächter	40
Figura 41. Ilustración de Arturo Elena	41
Figura 42. Ilustración de Ana Hard	41
Figura 43. Ilustración de Shepard Fairey	41
Figura 44. Ilustración a lápiz	41
Figura 45. Ilustración de Amy Davis	42
Figura 46. Ilustración de Michael Sibley	42
Figura 47. Ilustración de najuco	42
Figura 48. Ilustración de Efímera	42
Figura 49. Ilustración de Seiko Ohmori	43
Figura 50. Ilustración de Claire Ann Baker	43
Figura 51. Fotografía comunicación de moda	44
Figura 52. Fotografía Promoción de Moda	45
Figura 53. Difusión de moda	48
Figura 54. Ilustrador David Downton	53
Figura 55. Ilustración de David Downton	54
Figura 56. Ilustración por David Downton	54
Figura 57. Ilustración por David Downton	55

Figura 58. Ilustración por David Downton	55
Figura 59. Ilustración por David Downton	56
Figura 60. Ilustración por David Downton	56
Figura 61. Ilustradora Megan Hess	57
Figura 62. Ilustración de Megan Hess	57
Figura 63. Libro Claris the chicest mouse in Paris	58
Figura 64. Ilustración por Megan Hess	58
Figura 65. Ilustración de el libro Claris the Mouse	58
Figura 66. Portada de la Revista iF	59
Figura 67. Página de contenidos de la Revista iF	59
Figura 68. Página de la Revista iF	60
Figura 69. Página de la Revista iF	60
Figura 70. Ilustrador Octavio Platón	61
Figura 71. Ilustración de Monsieur Saturday	61
Figura 72. Ilustración de Monsieur Saturday	62
Figura 73. Ilustración de Monsieur Saturday	62
Figura 74. Fotografía de Carla Lucin	63
Figura 75. Ilustración de Carla Lucin	63
Figura 76. Ilustración de Carla Lucin	64
Figura 77. Ilustración de Carla Lucin	64
Figura 78. Portada de la BG Magazine	65
Figura 79. Página de contenidos de la BG Magazine	65
Figura 80. Página de la BG Magazine	66
Figura 81. Página de la BG Magazine	66
Figura 82. Porcentaje de graduados con un emprendimiento activo	72
Figura 83. Porcentajes con relación al tiempo que llevan activas las marcas /emprendimientos en el mercado.	72
Figura 84. Porcentajes de marcas/emprendimientos que tienen un plan de comunicación	73
Figura 85. Porcentajes de cómo se ve a la ilustración de moda	74
Figura 86. Porcentajes de marcas que han utilizado la ilustración de moda para promocionar o difundir sus diseños	74
Figura 87. Porcentajes de plataformas digitales utilizadas para promocionar por marcas establecidas	75
Figura 88. Porcentajes de medios impresos utilizados por marcas establecidas para promocionar y difundir	75
Figura 89. Porcentajes de herramientas utilizadas por marcas establecidas para promocionar	76
Figura 90. Ficha de información de la marca DP Diego Peña	76
Figura 91. Ficha de información de la marca Silvia Zeas	77
Figura 92. Ficha de información de la marca Yolima Carrasco	77
Figura 93. Ficha de información de la marca Maku Artesanía	78
Figura 94. Ficha de información de la marca Barreto	78
Figura 95. Ficha de información de la marca Carolina Meneses	79
Figura 96. Ficha de información de la marca Jhordan Franco	79
Figura 97. Porcentajes de plataformas digitales utilizadas para promocionar por emprendimientos	80
Figura 98. Porcentajes de medios impresos utilizados por emprendimientos para promocionar y difundir	80
Figura 99. Porcentajes de herramientas utilizadas por emprendimientos para promocionar	81
Figura 100. Ficha de información de la marca emergente Plezier	81
Figura 101. Ficha de información de la marca emergente OlaRosa Swimwear	82
Figura 102. Ficha de información de la marca emergente Suyana Moda	82
Figura 103. Ficha de información de la marca emergente Közy	83
Figura 104. Ficha de información de la marca emergente Relevé Pirouette	83
Figura 105. Ficha de información de la marca emergente Marial	84
Figura 106. Ficha de información de la marca emergente Adriano	84
Figura 107. Ficha de información de la marca emergente Mongui	85
Figura 108. Ficha de información de la marca emergente Canelle	85

Figura 109. Ficha de información de la marca emergente Palu	86
Figura 110. Ficha de información de la marca emergente Kamberry Denim Wear	86
Figura 111. Ficha de información de la marca emergente Original IKAT	87
Figura 112. Ficha de información de la marca emergente Matusha	87
Figura 113. Ficha de ilustración de la marca Suyana Moda	94
Figura 114. Ficha de ilustración #1 de la marca Suyana Moda	95
Figura 115. Ficha de ilustración #2 de la marca Suyana Moda	96
Figura 116. Ficha de ilustración #3 de la marca Suyana Moda	97
Figura 117. Ficha de ilustración de la marca Kōzy	98
Figura 118. Ficha de ilustración #1 de la marca Kōzy	99
Figura 119. Ficha de ilustración #2 de la marca Kōzy	100
Figura 120. Ficha de ilustración #3 de la marca Kōzy	101
Figura 121. Ficha de ilustración de la marca Relevé Pirouette	102
Figura 122. Ficha de ilustración #1 de la marca Relevé Pirouette	103
Figura 123. Ficha de ilustración #2 de la marca Relevé Pirouette	104
Figura 124. Ficha de ilustración #3 de la marca Relevé Pirouette	105
Figura 125. Ficha de ilustración de la marca Marial	106
Figura 126. Ficha de ilustración #1 de la marca Marial	107
Figura 127. Ficha de ilustración #2 de la marca Marial	108
Figura 128. Ficha de ilustración #3 de la marca Marial	109
Figura 129. Ficha de ilustración de la marca Mongui	110
Figura 130. Ficha de ilustración #1 de la marca Mongui	111
Figura 131. Ficha de ilustración #2 de la marca Mongui	112
Figura 132. Ficha de ilustración #3 de la marca Mongui	113
Figura 133. Ficha de ilustración de la marca Jhordan Franco Fashion Designer	114
Figura 134. Ficha de ilustración #1 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer	115
Figura 135. Ficha de ilustración #2 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer	116
Figura 136. Ficha de ilustración #3 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer	117
Figura 137. Ficha de ilustración de la marca Kamberry Denim Wear	118
Figura 138. Ficha de ilustración #1 de la marca Kamberry Denim Wear	119
Figura 139. Ficha de ilustración #2 de la marca Kamberry Denim Wear	120
Figura 140. Ficha de ilustración #3 de la marca Kamberry Denim Wear	121
Figura 141. Ficha de ilustración de la marca Barreto	122
Figura 142. Ficha de ilustración #1 de la marca Barreto	123
Figura 143. Ficha de ilustración #2 de la marca Barreto	124
Figura 144. Ficha de ilustración #3 de la marca Barreto	125
Figura 145. Ficha de ilustración de la marca Yolima Carrasco	126
Figura 146. Ficha de ilustración #1 de la marca Yolima Carrasco	127
Figura 147. Ficha de ilustración #2 de la marca Yolima Carrasco	128
Figura 148. Ficha de ilustración de la marca Matusha	129
Figura 149. Ficha de ilustración #1 de la marca Matusha	130
Figura 150. Ficha de ilustración #2 de la marca Matusha	131
Figura 151. Ficha de ilustración #3 de la marca Matusha	132
Figura 152. Ficha de ilustración de la marca Carolina Meneses	133
Figura 153. Ficha de ilustración #1 de la marca Carolina Meneses	134
Figura 154. Ficha de ilustración #2 de la marca Carolina Meneses	135
Figura 155. Ficha de ilustración #3 de la marca Carolina Meneses	136
Figura 156. Ficha de ilustración de la marca Maku Artesanía	137
Figura 157. Ficha de ilustración #1 de la marca Maku Artesanía	138
Figura 158. Ficha de ilustración #2 de la marca Maku Artesanía	139
Figura 159. Ficha de ilustración #3 de la marca Maku Artesanía	140
Figura 160. Ficha de ilustración de la marca Original Ikat	141
Figura 161. Ficha de ilustración #1 de la marca Original Ikat	142
Figura 162. Ficha de ilustración #2 de la marca Original Ikat	143
Figura 163. Ficha de ilustración #3 de la marca Original Ikat	144
Figura 164. Ficha de ilustración #4 de la marca Original Ikat	145
Figura 165. Ficha de ilustración de la marca Plezier	146
Figura 166. Ficha de ilustración #1 de la marca Plezier	147
Figura 167. Ficha de ilustración #2 de la marca Plezier	148

Figura 168. Ficha de ilustración #3 de la marca Plezier	149
Figura 169. Portada de la revista Punta Pincel	158
Figura 170. Portada Punta Pincel y sus elementos	159
Figura 171. Sumario de Punta Pincel	160
Figura 172. Página de directorio de Punta Pincel	160
Figura 173. Página de editorial de Punta Pincel	161
Figura 174. Ejemplo de una página con un artículo de Punta Pincel	161
Figura 175. Ejemplo de elementos de una publicación en Punta Pincel	162
Figura 176. Interfaz de la página web con elementos	164
Figura 177. Interfaz de la página web con elementos	164
Figura 178. Interfaz de la página web con elementos	164
Figura 179. Interfaz de la página de instagram de Punta Pincel	165
Figura 180. Interfaz de la página web de Facebook de Punta Pincel	165
Figura 181. Publicación de difusión en cuenta personal de Instagram	165
Figura 182. Publicación de difusión en cuenta personal de Facebook	165
Figura 183. Publicación de lanzamiento en cuenta personal de Instagram	166
Figura 184. Publicación de lanzamiento en cuenta personal de Instagram	166
Figura 185. Métricas de Instagram en los últimos 7 días	172
Figura 186. Métricas de Instagram en los últimos 30 días	172
Figura 187. Métricas de Facebook en los últimos 7 días	173
Figura 188. Métricas de Facebook en los últimos 30 días	173
Figura 189. Foto de la sala de exposición	174
Figura 190. Foto de la sala de exposición	175
Figura 191. Foto de la sala de exposición	175
Figura 192. Foto de ilustraciones colgadas en la exposición	176
Figura 193. Código del sitio web y la revista	179

En la ciudad de Cuenca existe un desaprovechamiento de la ilustración de moda como herramienta de difusión y promoción de marcas de diseño de indumentaria. Por tal motivo, en la presente investigación se realiza un estudio bibliográfico de la ilustración de moda, la ilustración editorial y publicitaria, así como un análisis de diversas marcas locales de indumentaria para transmitir su identidad y esencia a través de distintos estilos y técnicas de ilustración. Como resultado del proyecto se presenta una revista interactiva con alrededor de 30 ilustraciones correspondientes a estas marcas de diseño independiente; cuyo impacto comunicativo y de difusión ha sido analizado y registrado.

Palabras clave: ilustración publicitaria, ilustración editorial, promoción de moda, técnicas de ilustración, moda local, revista.

SUMMARY

In the city of Cuenca there is a waste of fashion illustration as a tool for disseminating and promoting clothing design brands. For this reason, in this research, a bibliographic study of fashion illustration, editorial and advertising illustration was carried out. At the same time an analysis of various local clothing brands to transmit their identity and essence through different styles and illustration techniques was done. As a result of the project, an interactive magazine with around 30 illustrations corresponding to these independent design brands was presented. Its communication and dissemination impact has been analyzed and recorded.

Keywords: Advertising illustration, editorial illustration, fashion promotion, illustration techniques, local fashion, magazine.

Ver Anexo N° 5



Introducción

Desde siempre, la ilustración ha sido un medio para poder comunicar o expresar ideas. Según Male (2018), la ilustración consiste en comunicar un mensaje contextualizado a un público en concreto. Esto se puede lograr a través de dibujos, pinturas, bocetos, entre otros, que tengan relación con la moda. La ilustración de moda nació siglos atrás, desde que alguien relacionó la moda con el poder de la comunicación y expresión.

También se ha observado a la ilustración como medio de expresión y comunicación ante diversos problemas sociales de la actualidad, sin embargo, existe un desaprovechamiento de la ilustración de moda como herramienta de difusión y promoción de marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca. Por medio de una investigación previa se pudo constatar que la mayoría de ilustradores de moda incursiona de una manera independiente potenciando su estilo en dibujo de figurines y moda, además de lograr retratar a ciertos personajes de la fama y de la música.

Para la solución de esta problemática, este proyecto de graduación plantea la vinculación de la ilustración de moda, la ilustración publicitaria y la ilustración editorial a través de la creación de una revista interactiva ilustrada que promocióne y difunda marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca. Para cumplir con este objetivo se partió de la contextualización. Se abordaron términos como el de la ilustración de moda, la ilustración editorial y la ilustración publicitaria y su aplicación a partir de diferentes estilos, buscando aquellos criterios que expresen de mejor manera la identidad de cada marca.

Para cumplir con el segundo objetivo de este proyecto de graduación se realizó un análisis de marcas establecidas, así como emprendimientos emergentes de indumentaria a nivel local. Esto se logró a través de encuestas realizadas los diseñadores de estas marcas. El tercer objetivo se logró a través de ilustrar los diseños de las marcas escogidas para así editar y lanzar la revista.

Finalmente se validó el impacto de la revista en cuanto a aspectos de difusión y promoción para las marcas de diseño de indumentaria a partir de un plan de comunicación previamente analizado y se determinó el impacto y eficacia visual en la comunicación y difusión de las marcas de diseñadores independientes a través de la ilustración de moda.





01 | Capítulo



Contenidos

1.- CONTEXTUALIZACIÓN	21
1.1.- Ilustración	21
1.1.1.- Ilustración de moda	22
1.1.2.- Historia de la ilustración de moda	23
1.1.3.- Importancia de la ilustración de moda en la actualidad	29
1.1.4.- Estilos de Ilustración de Moda	30
1.1.4.1.- Técnicas de ilustración de Moda	32
1.1.5.- Ilustración publicitaria	38
1.1.6.- Ilustración editorial	39
1.1.7.- Estilos de ilustración para campañas gráficas y editoriales	40
1.2.- Comunicación de Moda	44
1.2.1.- Promoción de una marca de diseño de indumentaria	45
1.2.2.- Difusión de una marca de diseño de indumentaria	48
Conclusiones	49

1.- CONTEXTUALIZACIÓN

1.1.- Ilustración

Según la RAE, la ilustración es una “estampa, grabado o dibujo que adorna o documenta un libro”. Se puede decir que es un dibujo que comunica o que expresa una idea a un público de forma visual en un determinado contexto. Para Male (2018), la ilustración es “arte en acción” (p.5).

La ilustración ha existido desde hace siglos, sin embargo, no es hasta 1901 que fue reconocida como disciplina gracias a la *Society of Illustrators* que se creó el mismo año. Como medio y lenguaje visual se la ha descrito de diversas formas, de acuerdo con Male (2018), se podría decir que es un medio para comunicar un mensaje que nace de una necesidad creada por el ilustrador o por un cliente con el fin de cumplir una tarea en específico.

Figura 1. Ilustración de Karina Yashagina



Nota. Tomada de Visual Atelier 8 [ilustración], Yashagina, 2018, www.visualatelier8.com.

Capítulo 01

La ilustración también es utilizada para la documentación, como referencia y enseñanzas; como comentario; en una narración; para persuadir y para dar identidad. Una ilustración puede aplicar a cualquier cosa ya que no obedece a tendencias por esto su público son todas las personas.

La ilustración también combina la expresión personal del ilustrador con la representación pictórica para comunicar ideas; conlleva un compromiso intelectual, personalidad, talento, toma de decisiones y comunicación visual. Actualmente, la disciplina engloba la adquisición de habilidades o destrezas a través de la experiencia y del *multitasking*.

Dentro de la ilustración podemos encontrar diferentes tipos de ilustración, sin embargo, a continuación, se mencionarán aquellos que serán utilizados en este proyecto.

1.1.1.- Ilustración de moda

La ilustración y la moda están indiscutiblemente enlazadas e incluso con el tiempo esta relación se ha ido fortaleciendo.

La ilustración de moda es una forma de representar moda en la que los artistas tienen la habilidad de transmitir un mensaje a través de la utilización de diversas técnicas y materiales que hacen de una ilustración, una representación pictórica creativa que tiene relación con la moda (figurines, modelos, ropa, accesorios, etc.).

Por otro lado, los diseñadores utilizan la ilustración de moda como medio para representar las prendas de una colección y su progreso, es decir, desde que parten de una idea o inspiración, pasando por las pruebas y el montaje hasta llegar a la producción y el marketing.

A lo largo de la historia, la ilustración de moda ha sido utilizada de diferentes formas; desde la expresión de ideas para una colección hasta la publicidad y portadas de revistas. A continuación, se hará una breve revisión de la ilustración a lo largo de la historia.

Figura 2. Ilustración de Hayden Williams



Nota. Tomada de Hayden Williams X Missguided [ilustración], Williams, 2019, www.missguided.co.uk.

1.1.2.- Historia de la ilustración de moda

Existen variables a considerar que han influido al momento de ilustrar moda como son: la demografía que determina etnia, edad y modela los estándares de belleza utilizados en los figurines; y la tecnología que ha proporcionado nuevos medios para la reproducción gráfica.

Una breve mirada al pasado demuestra que la composición de una ilustración, figurines o materiales utilizados responden a los cambios aplicados de igual manera al diseño de prendas.

Para este proyecto se ha tomado como referencia una breve mirada al pasado, al siglo XX con exactitud, que realizó Michele Wesen. Esta breve historia de la ilustración de moda a través de los años explicará, según Wesen (2012), “cómo y por qué evoluciona la ilustración de moda con el fin de que podamos desarrollar un estilo personal que evoque nuestra propia época... y el futuro”.

La Belle Époque (1890 – 1914)

A principios del siglo XX, los periódicos ilustrados que circulaban diaria y semanalmente eran la principal fuente de noticias y no solo documentaban moda, sino que también la dictaban.

En las ilustraciones de esta época se podía ver la abundancia de sombras que resaltaban las dimensiones de la figura en forma de ánfora. Unos figurines inertes y la técnica de dibujo rígida reflejaban la estructura social eduardina de aquella época.

El orientalismo invadió la moda, generando un impacto en la ilustración. Se pueden ver poses menos estáticas y el uso de un estilo más sensual dando prioridad a motivos decorativos, el color y los textiles exóticos con drapeados.

La moda se reivindicó como un arte en las primeras revistas de moda de lujo como *La Gazette du Bon Ton* y el *Journal* que incluían el trabajo de artistas como Eduardo García, Gerda Wegener, Georges Barbier, entre otros. Los colores brillantes y los motivos decorativos reflejaban la inspiración en el orientalismo.

Figura 3. Ilustración de Charles Dana Gibson



Nota. Tomada de *Picture of Charles Dana Gibson* [ilustración], Gibson, s.f., www.listal.com.

Primera guerra mundial (1914 - 1918)

La eliminación de códigos de vestir sociales y la aparición de gabardinas y demás modas militares, reflejaban la austeridad de la época. El alcance de la ilustración de moda de este tiempo era limitado y reflejaba influencias orientales y del nuevo cine mudo. Se podían ver íconos de la moda emergentes como “El jeque”, Rodolfo Valentino y “La vampiresa”, la erótica Theda Bara.

Figura 4. Ilustración de Gerda Wegener

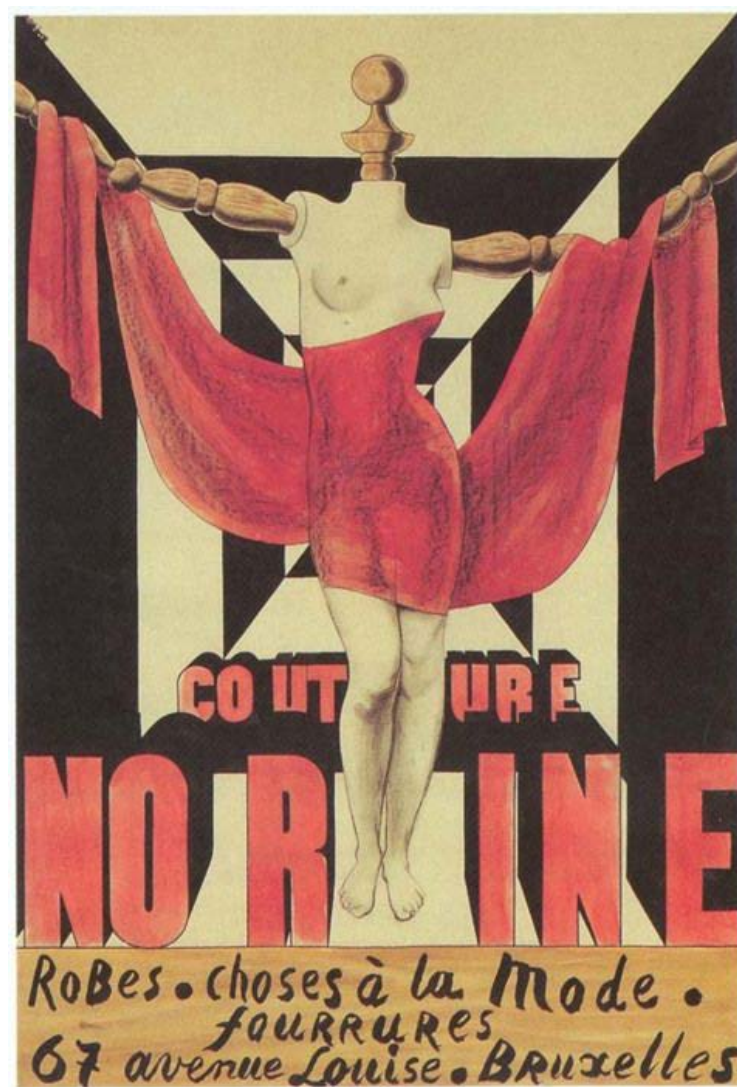


Nota. Tomada de Gerda Wegener Fashion Mode Jupe Art Deco Gravure Costume Parisien 1914 [ilustración], Wegener, s.f., www.pinterest.com.mx.

Los felices años veinte

Un estilo de vida mecanizado y la moda en serie fue lo característico reflejado en la ilustración de moda de esta época. La alegría de vivir o *joie de vivre* de la juventud que vivía en la ciudad moderna se vio reflejada en figuras juveniles y activas. Se pueden ver formas cilíndricas en los figurines de moda debido al orientalismo, así como también, debido a los sombreros en boga, el tamaño de la cabeza se redujo en concordancia con el pelo corto.

Figura 5. Ilustración de René Magritte



Nota. Tomada de Art Deco [ilustración], Magritte, s.f., www.pinterest.com.

La década de 1930

La ilustración de moda de la década muestra proporciones de la figura alargadas e ilustraciones pictóricas relacionadas con una moda muy femenina. Se refleja la importancia del uso de luces y sombras, con un ligero cambio hacia un estilo de dibujo menos preciso y más impresionista.

Figura 6. Ilustración de Gerd Hartung



Nota. Tomada de [ilustración], Hartung, 1932, www.meisterdrucke.es.

Segunda guerra mundial (1939 - 1945)

La moda continuó siendo plasmada por la ilustración de moda con imágenes icónicas como “Rosie la remachadora” que se utilizaron con el fin de reclutar mujeres para trabajar en las fábricas. Publicadas por primera vez en la revista Esquire en 1933, las *pinups* aero-grafiadas “Petty Girls” de George Petty, levantaron la moral de los soldados y en algunas ocasiones se interpretaron como decoración artística en los aeroplanos (Wesen, 2012).

Las proporciones estilizadas utilizadas en los figurines para dibujar hombres, mujeres y niños, reflejaban la silueta en “V” invertida que buscaba resaltar la potencia física.

Figura 7. Ilustración de J. Howard Miller



Nota. Ilustración nombrada en un inicio como “We Can Do It” y luego conocida como Rosie The Riveter. Tomada de Rosie the Riveter [ilustración], Miller, 1940, www.britannica.com.

La posguerra (1945 - 1959)

La ilustración de moda de esta época reflejaba la influencia del expresionismo abstracto donde se podía ver una imprecisa descripción de las características de las prendas y de la superficie. La movilidad social y el tiempo de libertad de la época se veían reflejados en los fondos y las poses.

A principios de la década, se podía ver un figurín de moda más voluptuoso ligado a la prosperidad de la posguerra más, a finales de la década, los figurines se volvieron más esbeltos anticipándose al culto a la juventud de la década de 1960.

Figura 8. Ilustración de Alvin Pimsler



Nota. Tomada de Fashion Illustration by Alvin Pimsler [ilustración], Pimsler, s.f., www.flickr.com.

La década de 1960

En la ilustración de moda de esta década se podían ver figurines femeninos andróginos que tenían poco pecho, miembros alargados y cinturas naturales. Los rostros llevan ojos muy abiertos. En cuanto a la moda masculina, los figurines eran alargados, con cabello largo y llevaban bolsas o carteras que reflejaban la difuminación de los roles de género.

Se utilizaban procesos de reproducción comercial como el *pop art* en las líneas de pantalla de forma decorativa, así como puntos *benday* (técnica de impresión).

Figura 9. Ilustración de Antonio López

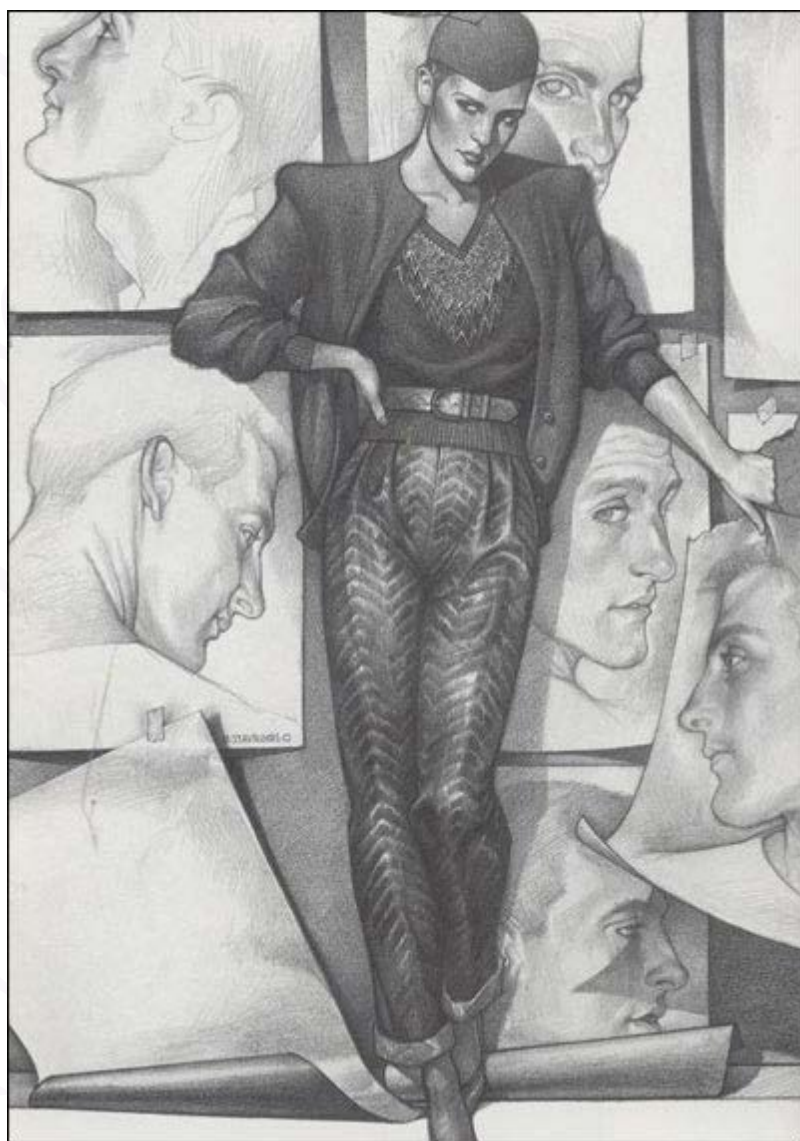


Nota. Tomada de [ilustración], López, s.f., www.ipinimg.com.

La década de 1970

En la ilustración de moda de esta época se puede ver que los estilos de ilustración pasaron de lo naif¹ a estilos glamurosos y sofisticados. A mediados de la década, la cruda realidad de las pinturas de retratos poco prometedoras de Lucian Freud, Francis Bacon y R.B. Kitaj proporcionó a los artistas de la moda un nuevo género subversivo al que tomar como referencia para representar la “antimoda”, ropa deconstruida fetichista y gótica (Wesen, 2012). Con la anticipación de la era digital, la ilustración de moda se volvió mas controlada.

Figura 10. Ilustración de George Stavrinou



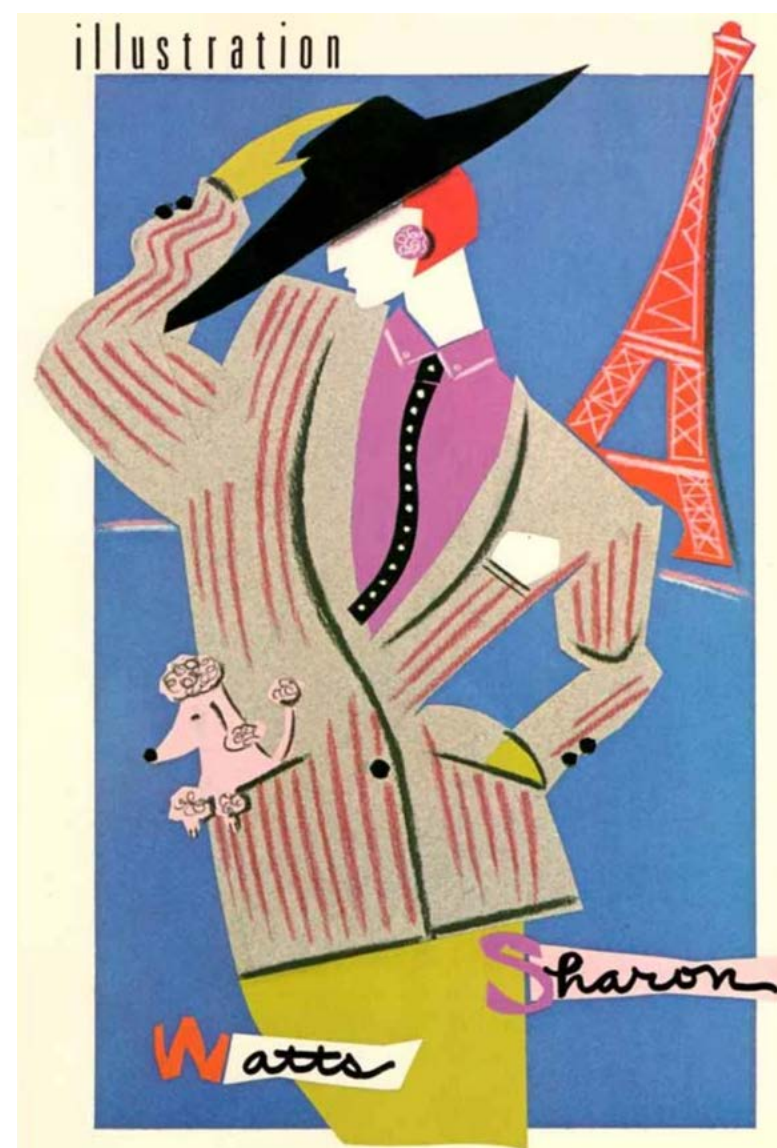
Nota. Tomada de [ilustración], Stavrinou, s.f., www.coilhouse.net.

La década de 1980

Debido a los cambios en la tecnología, la sociedad y la política, en la ilustración de moda de esta época, los detalles faciales en los bocetos se eliminaron ya que de esta manera se buscaba atraer a una clientela más amplia con perfiles más diversos como estrategia de marca para moda corporativa.

Por otro lado, surgió la nueva tendencia de vender un estilo de vida con su entorno ilustrado a detalle, como, por ejemplo, la cultura callejera.

Figura 11. Ilustración de Sharon Watts



Nota. Tomada de [ilustración], Watts, s.f., www.dirndlskirt.com.

¹ "Dicho del arte o de una obra artística: Que se caracteriza por reflejar la realidad con deliberada ingenuidad, aparentemente infantil, y con poesía y simplicidad" (Real Academia Española, 2020)

La década de 1990

En esta década el cambio a una nueva sociedad de información trajo consigo diversos e importantes cambios en el mundo de la moda que se vieron reflejados en una amplia variedad de estilos de ilustración, tanto digitales como manuales. Los ordenadores se utilizaban para simular materiales artísticos naturistas y para ilustrar ficción fotográfica.

Una moda minimalista permitió que la ilustración se volviera más liviana en cuanto a proporciones y materiales utilizados para plasmar la fluidez de los nuevos textiles. El manga y el anime influyeron en los estilos que se utilizaron para describir antimoda en las subculturas *underground* (Wesen, 2012).

Figura 12. Ilustración de Amy Davis



Nota. Tomada de Paper [ilustración], Davis, 1999, www.amydavis.com.

El siglo XXI y después

En el siglo XXI, la ilustración de moda es utilizada para informes en vivo de las pasarelas, animaciones interactivas y como registro de las observaciones en la calle. A medida que las actividades cotidianas tienen lugar cada vez más en entornos virtuales, los figurines de moda reflejan una fusión entre la fotografía y la ilustración. Hoy en día enfrentamos a la realidad de una globalización y para preservar la diversidad cultural se puede ver una mezcla de técnicas tradicionales y tecnología.

Al hacer este recorrido a través de la historia de la ilustración de moda se puede apreciar como los ilustradores se fueron adaptando a diversos cambios en su entorno y en la vida cotidiana que se vieron reflejadas en sus ilustraciones. Se aprecian también las técnicas y estilos que lograron posicionarlos en la mira de diferentes marcas para posteriores colaboraciones; pero, sobre todo, se aprecia una gran cantidad de ilustradores que se dedicaban a la disciplina y que lograron mantenerse, a través de los años, en la mira del público.

Si bien la ilustración de moda ha tenido un gran recorrido a lo largo de la historia desde, un medio para que los diseñadores presentaran sus diseños, hasta portadas de revistas, periódicos y publicidad. A pesar de haber sido desplazada por la fotografía por un tiempo, la ilustración, hoy en día, vuelve a tener auge en la industria de la moda.

Figura 13. Ilustración de Richard Haines



Nota. Four guys walking. Tomada de Richard Haines [ilustración], Haines, 2017, www.shop.fashionillustrationgallery.com.

1.1.3.- Importancia de la ilustración de moda en la actualidad

Mientras la tecnología y los ordenadores simplificaban el diario vivir; y el arte digital se extendía, el dibujo a mano comenzó a desaparecer. Si bien la ilustración tuvo gran presencia en medios publicitarios y editoriales a través de la historia, llegó un punto en el que fue desplazada por la fotografía y sus avances. Sin embargo, la ilustración de moda ha tenido un resurgimiento en los últimos años. Según Kiper (2011), “hasta las instantáneas más cautivadoras eran incapaces de replicar la magia de la mano del artista y esa relación única entre éste, la obra y el espectador”.

Por otro lado, Tallon (2013) afirma que: “la ilustración de moda ha recobrado, recientemente, impulso e interés por parte de ilustradores, editores, lectores y empresas del mundo de la moda. Este nuevo vigor está firmemente ligado al trabajo editorial, y la creatividad pura del antiguo figurismo ha quedado supeditada a la potencia y la eficacia de los rápidos sistemas de producción”.

Un dibujo hecho a mano es una conexión directa del artista que le permite expresar su estilo, energía y creatividad individual (Kiper, 2011). Por esto el dibujo es relevante para la industria de la moda. Se puede apreciar como diseñadores reconocidos como Karl Lagerfeld, Christian Lacroix, Yves Saint Laurent, expresan o presentan sus

ideas y diseños a través de ilustraciones sobre papel, previos a la elaboración su colección.

Los ilustradores, en la actualidad, trabajan bajo ideas conceptuales y literales. Se ven influenciados por la prenda en cuestión y la clientela potencial. Los estilos y medios utilizados son muy variados y van desde lo gráfico a lo vanguardista y digital, con más estilos intermedios. La utilización de medios digitales y la manipulación de imágenes a través de Adobe Photoshop e Illustrator, así como la aparición de nuevas plataformas, permiten a un creador experimentar y gracias a esto se ha renovado el interés en la ilustración de moda.

Los consumidores conocedores de tendencias de moda, así como los directores de arte más audaces, han conseguido volver a dotar de energía la escena de la ilustración de moda (Tallon, 2013). La demanda de contenido visual ha crecido. En conclusión, el ilustrador, en general, tiene que desarrollar un lenguaje visual personal, comprender la industria y dominar los materiales para tener éxito, además de información de referentes que ya lo hayan hecho.

Figura 14. *Ilustración de moda*



Nota. Tomada de Fashion illustrators [ilustración], s.f., www.fashion-history-lovetoknow.com.

1.1.4.- Estilos de Ilustración de Moda

El estilo es la expresión propia del ilustrador que le permite ser creativo y le empuja a buscar nuevas técnicas para expresar sus ideas. La manera en la que decida ilustrar puede estar determinada por tendencias actuales en la ilustración que se pudieran encontrar en la obra de otros ilustradores como posible inspiración más evitando copiar su estilo; también, el aspecto de la colección influirá al momento de ilustrar y, por último, lo que el ilustrador considere atractivo y que pueda aportar a su trabajo.

Según Wesen (2012), los artistas de la moda responden en consecuencia a las características de las prendas, el color y las tallas que se adaptan a mercados cada vez más específicos a través de estilos de ilustración que evidencian experiencias personales y la mezcla de diferentes culturas del mundo.

Los principales recursos para hallar un estilo propio, estarán determinados por experiencias personales, experimentación, curiosidad y el desarrollo de nuevas habilidades por parte del ilustrador. Para esto se sugiere al ilustrador, una vez aprendidas las técnicas tradicionales y las técnicas nuevas que se han ido implementado con los avances tecnológicos; comience a experimentar con las mismas para así forjarse una perspectiva personal y única, así como, desarrollar nuevos estilos que resalten su trabajo. El estilo depende de cada ilustrador y pueden ser analizados en base a los elementos que lo componen tales como los materiales, las técnicas, la línea y la forma, la cromática, la figura, etc.

A continuación se mencionan algunos de los estilos definidos por Fernández y Martín (2008) y (Arteneo, 2015), alegando que no es necesario mantenerse fiel a un único estilo y que el ilustrador o diseñador debe transmitir su estilo a través de los figurines, que, en efecto, deberían ser versátiles y mutables para así adaptarse a las necesidades de un determinado cliente.

Estilo realista o figurativo

Las ilustraciones que se incluyen en este estilo poseen una línea que mantiene una representación realista o académica. El grado de deformación de los figurines es poco perceptible y ponderado; y las figuras guardan una relación de proporciones coherente.

Figura 15. Ilustración de Samanta Fernandes



Nota. Fashion Illustration Circus. Tomada de SX Fashion Illustrations [ilustración], Fernandes, 2020, www.facebook.com

Figura 16. Ilustración de Veronika Akhmatova



Nota. Tomada de AhVero studio's work. Tomada de Ah Vero [ilustración], Akhmatova, 2021, www.facebook.com

Estilo decorativo

Este estilo de ilustración persigue fines netamente estéticos, todo el estilismo se halla subordinado a producir un efecto visual de gran valor decorativo. Puede incluirse la ilustración publicitaria, con un contenido estético, donde resalta la originalidad y genialidad del dibujo en contraste con la representación explícita del vestido.

Figura 17. Ilustración de Marianna Bellini



Nota. Tomada de Maryb.fashion [ilustración], Bellini, 2021, www.facebook.com.

Figura 18. Ilustración de Svetlana Golub



Nota. Tomada de lanagolub_art [ilustración], Golub, 2021, www.instagram.com.

Estilo Psicológico

La estilización del figurín llega a sus cotas más altas, produciéndose un alejamiento de los cánones realistas en favor de las síntesis, la abstracción, e incluso la caricaturización. Se trata de figurines muy ingeniosos y creativos.

Figura 19. Ilustración de Rebecca Lico



Nota. Tomada de Rebecca Lico [ilustración], Lico, 2020, www.facebook.com.

Figura 20. Ilustración de Ximena Sifuentes

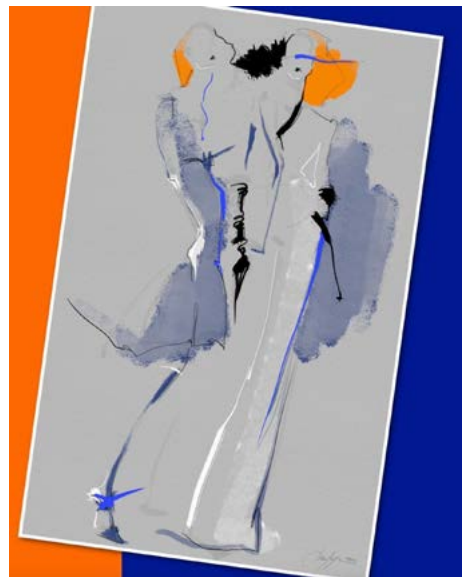


Nota. Tomada de artt.illustration [ilustración], Fuentes, 2020, www.instagram.com.

Estilo Sintético

El figurín en este estilo queda reducido a su mínima expresión para resaltar el vestido. La cabeza en los figurines apenas aparece y se representa con un óvalo, las extremidades superiores e inferiores se representan con una simple pincelada o trazo delgado. Este tipo de ilustración se aleja de las formas silueteadas, de volúmenes y demás detalles anatómicos.

Figura 21. Ilustración de Julija Lubgane



Nota. Tomada de julija_lubgane_art [ilustración], Lubgane, 2020, www.instagram.com.

Figura 22. Ilustración de Ellie Rahim



Nota. Tomada de ellierahim [ilustración], Rahim, 2014, www.instagram.com.

En conclusión, se ha tomado esta idea de Donovan (2010): “El mundo de la ilustración y el arte es orgánico y evoluciona constantemente para reflejar las tendencias y los cambios en el mercado. Para satisfacer las necesidades de ese mercado, un ilustrador necesita no solo encontrar su propio estilo, sino también sentirse cómodo cambiando y reinventando ese estilo”. Como se dijo anteriormente, el que un ilustrador encuentre su propio estilo, dependerá de la experimentación con diferentes técnicas y materiales. A continuación se mencionarán algunas técnicas que contribuirán a la posterior elaboración de las ilustraciones para la revista.

1.1.4.1.- Técnicas de ilustración de Moda

Las diferentes técnicas de ilustración de moda se encasillan en dos grandes grupos: la ilustración analógica y la ilustración digital.

“La única constante en la ilustración de moda es la reinención en la forma de crear las cosas” (Nunnelly, 2010). Para lograr una ilustración profesional se necesita comprender el propósito de cada ilustración y utilizar las técnicas favoritas y con las que el ilustrador se sienta cómodo además de que sean oportunas para el trabajo que se quiera realizar. A continuación se nombran algunas técnicas resaltadas por Nunnelly (2010):

Ilustración Analógica

La ilustración analógica o ilustración tradicional es el tipo de ilustración que engloba las técnicas clásicas en las que se dibuja y pinta a mano.

Monocromo

Esta técnica incluye las herramientas utilizadas más a menudo por el diseñador o ilustrador que son los lápices de grafito, el carboncillo y los lápices de carbón.

- **Lápiz de grafito:** se utiliza para realizar tanto esbozos como piezas terminadas, se lo puede encontrar en una amplia gama que va desde un lápiz duro hasta el más blando. Algunas de las ventajas de esta herramienta es que es barato y fácil de conseguir, también se la puede utilizar en todo tipo de papel, por último, es fácil de transportar.

- **Carboncillo y lápiz de carbón:** esta herramienta se utiliza para dibujar pliegues, formas y dar un efecto de luz y sombra en diferentes tonalidades. A través de este también se pueden conseguir el dibujo de líneas y formas, texturas difuminadas, y dibujo y collage. Existen diversos grados de dureza, siendo los más duros los que generan tonalidades claras y los más blandos los que generan tonalidades oscuras. Una de sus ventajas es que se puede variar el grosor de la línea creando la ilusión de forma y volumen. Se sugiere trabajar en un formato grande para mejores resultados.

Figura 23. Ilustración de Victoria Jenkins



Nota. Tomada de miss_victoria25 [ilustración], Jenkins, 2021, www.instagram.com.

Lápices de colores

Esta técnica se puede aplicar sola o en combinación con otras técnicas. Se la utiliza tanto en contornos, como en detalles y texturas (de la tela). Se los puede conseguir en gran variedad de colores y gramaaje. Las líneas realizadas con lápices de colores resaltan los detalles y los contornos quedan precisos. Se los combina con rotuladores o acuarelas en la base y lápices de color para los detalles, creando nuevas técnicas.

Figura 24. Ilustración de Fiona



Nota. Tomada de fiona_aarts [ilustración], Fiona, 2020, www.instagram.com.

Figura 25. Ilustración de Wijdan Alharbi



Nota. Tomada de wijdan.alharbi.art. [ilustración], Alharbi, 2021, www.instagram.com.

Pintura

Dentro de esta técnica se encuentran herramientas como la acuarela y la témpera.

- **Acuarela:** se utilizan, en combinación con agua limpia, para representar telas, salpicaduras de pintura, generar efectos de luz y sombra, entre otros. En cuanto al papel, es preferible el uso de un papel blanco para así aprovechar la luminosidad de la pintura; así como también se recomienda del uso de un papel de acuarela grueso como la cartulina Canson, ya que el más fino tiende a arrugarse con el agua. Una de las grandes ventajas es que permite crear superficies de aspecto vibrante y luminoso, así como estilos de ilustración desenfadados.

Al utilizar técnicas como el húmedo sobre húmedo y la del pincel seco, se pueden obtener texturas y colores característicos que son el atractivo de la acuarela.

- **Témpera:** permite crear efectos de representación de color ya sea, oscuro sobre claro, claro sobre oscuro o mediante capas. También se pueden generar detalles, estampados, representación de accesorios y de papel de color. Con obtener colores básicos, se pueden generar los tonos necesarios para trabajar. Se puede aplicar sobre diferentes tipos de papel. Una de sus ventajas es que producen una imagen colorida, con una superficie aterciopelada y atractiva al secarse la pintura.

Tinta

- **Tinta negra:** se utiliza para dar detalles, para líneas fluidas y de grosor variado, para realizar dibujo al natural y en combinación con acuarelas y pasteles. Funciona bien en cualquier papel, sin embargo, se sugiere un papel grueso para evitar que este se arrugue. Es ideal para detalles tanto complejos como delicados, así como para generar líneas largas, sencillas o fluidas (utilizada con un pincel se pueden crear variedad y calidad de líneas).
- **Efectos mezclados:** al mezclar tintas y utilizar el método húmedo sobre húmedo, se crean resultados interesantes. Los efectos de las tintas mezcladas resultan abstractos además de ser efectivos para representar telas brillantes. Es un medio excelente para ilustrar accesorios o para crear texturas.

Figura 26. Ilustración de Alena Zakhvatkina



Nota. Tomada de az_fashion_artist [ilustración], Zakhvatkina, 2021, www.instagram.com

Figura 27. Ilustración de Olga Créé



Nota. Tomada de olgacree [ilustración], Créé, 2021, www.instagram.com

Rotuladores

Esta herramienta se puede superponer y combinar con lápices para obtener mayor intensidad en los colores y generar texturas. Se puede combinar con bolígrafos de gel y otras técnicas. Es una de las técnicas más utilizadas; se emplea para representar telas, rostros, el cuerpo y en ilustraciones de formato pequeño. Cualquier gramaje de papel blanco sirve muy bien. A pesar de ser considerados una técnica húmeda, se secan muy rápido.

Figura 28. Ilustración de Holly Nichols



Nota. Ilustración de Billy Porter en un vestido del diseñador Christian Siriano, ilustrado con marcadores COPIIC. Tomada de hnicholsillustration [ilustración], Nichols, 2020, www.instagram.com.

Figura 29. Ilustración de Sveta Leyfman



Nota. Diseñado por Sveta Leyfman. Tomada de svetaleyfman [ilustración], Leyfman, 2021, www.instagram.com.

Bolígrafos de Gel

Se utilizan mucho dentro de la ilustración de moda para generar detalles, representar estampados, caras, reflejos, lentejuelas y en especial la representación de brillos. Se los combina con rotuladores o acuarelas. Se sugieren los colores metalizados y el color blanco. También se los utiliza para resaltar la joyería y accesorios.

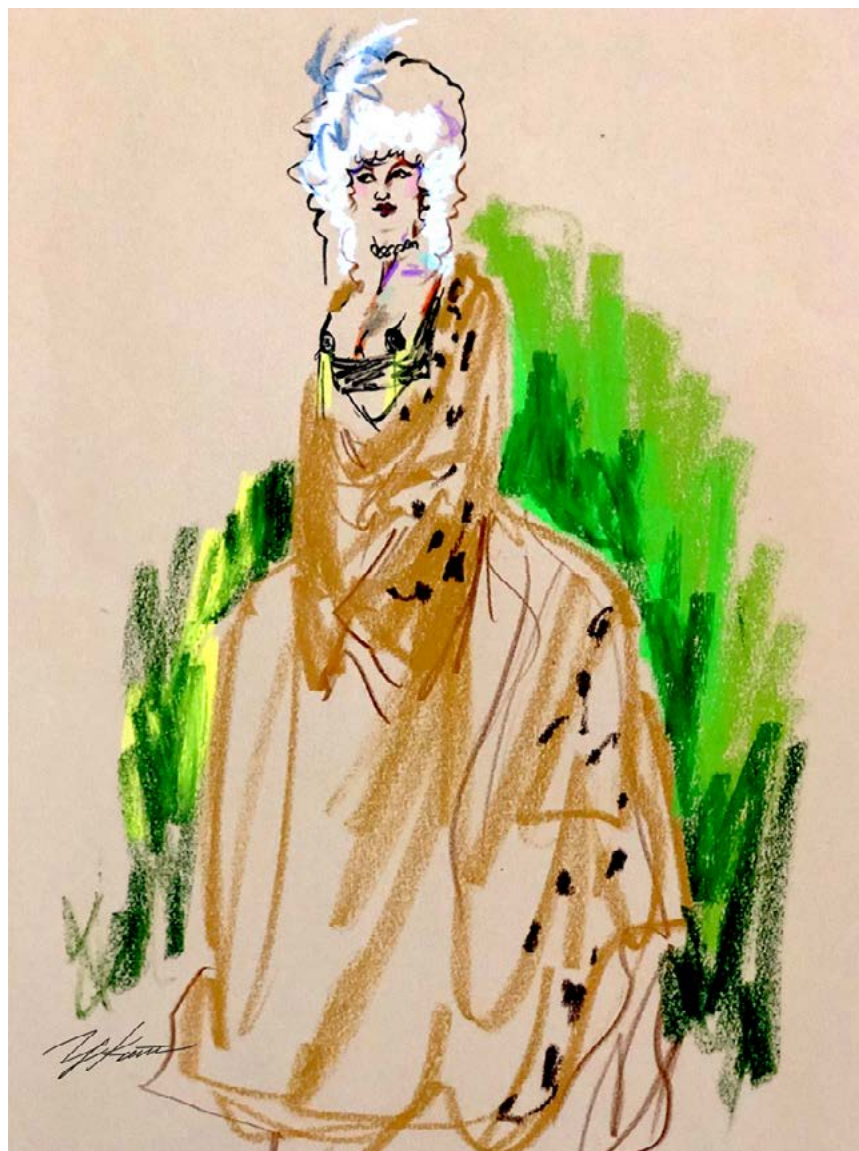
Pasteles

Dentro de los pasteles podemos encontrar aquellos oleosos o encerrados o los pasteles blandos.

- **Pasteles al óleo:** este tipo de pastel se usa para ilustraciones pictóricas, siluetas rellenas o líneas gruesas; también se utiliza para estampados y collages. Se recomienda el uso de un papel de gran formato, grueso y resistente; puede ser blanco o de color. Una de las grandes ventajas es que con los pasteles se pueden crear líneas muy intensas que comunican muy bien. Con este tipo de pasteles se pueden obtener los siguientes efectos:

- Líneas gráficas: este tipo de pasteles es ideal para dibujar con líneas y también para la elaboración de bocetos rápidos ya que, a pesar de no rellenar las siluetas, se puede apreciar un dibujo completo.

Figura 30. Ilustración de Yuko

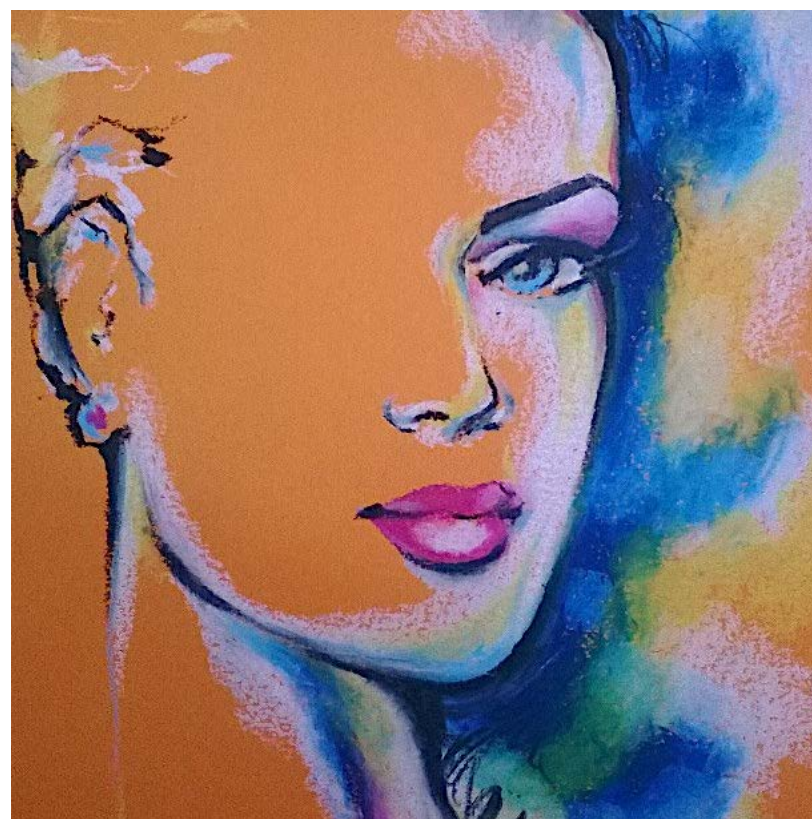


Nota. Tomada de Art Studio Yuko [ilustración], Yuko, s.f., www.artstudionyuko.com.

- Efecto pictórico: con los pasteles al óleo, con una aplicación de pigmento considerable, se pueden obtener una ilustración de efecto pictórico y llena de texturas. Esto se puede obtener a través de la superposición de colores y de capas.

Pasteles

Figura 31. Ilustración de Eduardo Fossa



Nota. Tomada de eduardofossa [ilustración], Fossa, 2014, www.instagram.com

Dentro de los pasteles podemos encontrar aquellos oleosos o encebados o los pasteles blandos.

- Pasteles blandos: esta técnica permite crear texturas difuminadas y dibujar pliegues, además de dar efectos de luz y de sombra. También permiten obtener colores intensos y crear la sensación de forma usando luces y sombras. Son ideales para cualquier tipo de papel, ya sea blanco o papel de color; y si el papel tiene textura, mucho mejor.

Técnicas mixtas

Figura 32. Ilustración de Ramona Chantaf

Nota. Tomada de atelierchantaf [ilustración], Chantaf, 2020, www.instagram.com

- **Collage:** es una técnica que permite comprender mejor las formas, puede llevarse a cabo de manera cuidadosa con el papel bien cortado y planeado; o puede ser con más libertad. Es una técnica perfecta para reciclar todo tipo de fragmentos de materiales.
- **Pintura en relieve y purpurina:** esta técnica se suele utilizar sobre prendas y permite experimentar con el material al crear ilustraciones. Produce un dibujo sencillo. Estas técnicas son idóneas para la portada de una carpeta de trabajo o cualquier otra presentación gráfica, así como para utilizarlas en un cuaderno de bocetos o en dibujos al natural. Existen también bolígrafos con purpurina. Finalmente, esta técnica es ideal para representar joyería y accesorios debido a la naturaleza tridimensional y brillante de la técnica.
- **Maquillaje:** esta técnica no requiere mucha imaginación, se trata de ilustración experimental que fusiona la belleza y la moda. Se puede experimentar con cualquier formato y cualquier tipo de papel, en especial papel de calco, de dibujo, para acuarela, Bristol y de color.

Ilustración Digital

Figura 33. Ilustración de Carla Lucin

Nota. Tomada de carlalucin_ [ilustración], Lucin, 2020, www.instagram.com.

Figura 34. Ilustración de Uğur Kiral

Nota. Tomada de ugurkiral [ilustración], Kiral, 2020, www.instagram.com.

Hoy en día, con los avances tecnológicos, los computadores se ha vuelto una herramienta esencial para triunfar en el mercado de la ilustración. Este mercado se ve, cada vez más configurado en torno al internet, así como a los programas digitales disponibles para el ilustrador. Algunos de los principales programas para ilustradores son Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Autodesk Sketchbook, Procreate, entre otros. El uso de estos programas permite crear diversas composiciones de trabajo.

Figura 35. Ilustración por Holly Nichols



Nota. Tomada de hnicholsillustration [ilustración], Nichols, 2019, www.instagram.com.

Figura 36. Ilustración de Ksenia Onegina



Nota. Tomada de ksenia_onegina [ilustración], Onegina, 2021, www.instagram.com.

1.1.5.- Ilustración publicitaria

Una ilustración publicitaria es aquella imagen que tiene como objetivo llamar la atención acerca de un producto, anunciar su existencia y resaltar sus características.

Su objetivo principal es vender y promocionar ya sean productos, ideas, servicios o entretenimiento, existe una gran diversidad de lenguaje visual y una exposición exponencial en varios medios tales como estaciones de tren o metro, postes de autobuses; audiovisuales como la televisión, el cine y la publicidad en línea; finalmente, los periódicos y revistas. Según García (2014), la ilustración publicitaria constituye una parte vital de la transmisión de información en ambos sentidos: entre el productor, creativo e ilustrador y el consumidor.

Una mirada al pasado en esta rama de la ilustración resalta que la primera ilustración estaba compuesta por dibujos a blanco y negro presentados en los periódicos que mostraban, de forma atractiva, productos y efectos domésticos, artículos de aseo y moda (Male, 2018).

Una ilustración publicitaria busca transmitir un mensaje claro a través de un estilo particular. El papel del ilustrador dentro del mercado de la publicidad es crear una ilustración que sea atractiva para el público y que refleje un estilo de vida particular.

Figura 37. Ilustración de Reebok Colombia



Nota. Ilustración que promociona su línea de zapatos NanoX [ilustración], Reebok Colombia, 2020, www.instagram.com.

Uso de la ilustración en publicidad

La ilustración es un medio para comunicarse a través de diferentes recursos entre los que destacan las imágenes. Constantemente, se está sujeto a imágenes que se basan en nociones poco realistas, es decir que consisten en llamar la atención por medio de la incongruencia ya que los elementos de estas imágenes causan sorpresa, entretenimiento y despiertan la imaginación (García, 2014).

El mundo de la publicidad es el más asociado con el consumismo. Se puede considerar un campo laboral en el que existe una inhibición creativa ya que las agencias publicitarias suelen diseñar los conceptos de las campañas.

Figura 38. Ilustración de Esperanza Castro



Nota. Ilustración publicitando un producto de la marca de productos de belleza Garnier España. Tomada de esperanza.castro.illustration [ilustración], Castro, 2021, www.instagram.com.

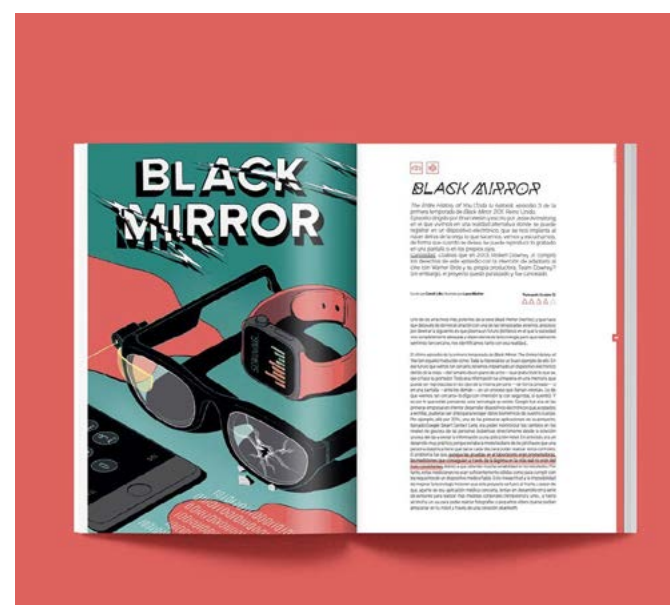
En la actualidad, el uso de ilustraciones dentro de una campaña publicitaria busca contribuir al reconocimiento de una marca y permanecer en el subconsciente de la sociedad. Se puede constatar que su poder es tal que en algunas ocasiones no solo ha ayudado a identificar el producto o incitar su compra, sino que también ha contribuido con un cambio cultural masivo. Por otro lado, el proceso de la ilustración, con respecto a las costosas imágenes obtenidas por medio de la fotografía, lo convierten en un medio idóneo para la publicidad.

1.1.6.- Ilustración editorial

La ilustración editorial es el comentario visual que está ligado al periodismo plasmado en las páginas de los periódicos y revistas (Male, 2018).

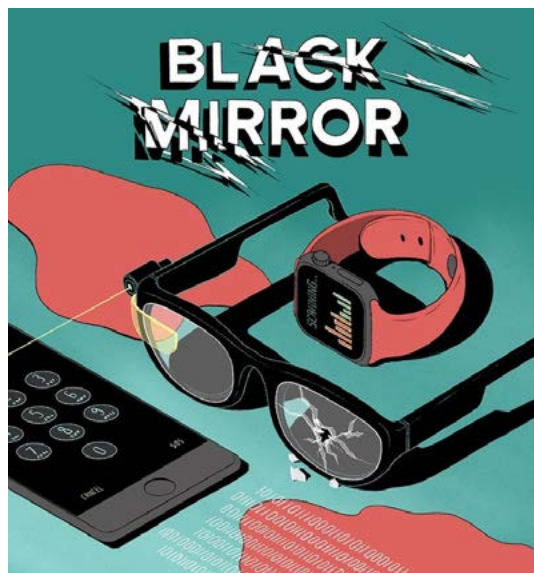
Dentro del ámbito editorial, la fotografía se utiliza para presentar una imagen como un hecho, mientras que la ilustración puede presentar un punto de vista ya sea personal o una idea. Este contraste entre ilustración y fotografía es lo que permite obtener buenos re-

Figura 39. Ilustración de Laura Wächter



Nota. Ilustración para la revista Principia acompañada del texto respectivo. Tomada de laura_waechter [ilustración], Wächter, 2021, www.instagram.com.

Figura 40. Ilustración de Laura Wächter



Nota. Ilustración para la revista Principia. Tomada de *laura_waechter [ilustración]*, Wächter, 2021, www.instagram.com.

sultados en proyectos editoriales hasta el punto que no es común encontrar ilustración que no se utilice de este modo dentro del contexto editorial (Zeegen & Crush, 2009).

La ilustración editorial se define como el dibujo o imagen que adorna o documenta el texto de un libro o dicho de otra forma al componente gráfico que complementa o realza un texto (Ponce, n.d.). Se producen ilustraciones que llevan un mensaje ya que son imágenes asociadas con palabras en específico. Es un movimiento relativamente moderno que en un inicio tuvo mucho que ver con la pintura, la decoración arquitectónica y con dibujos realizados para revistas ilustradas.

El uso más frecuente de la ilustración ha sido en el ámbito de la publicidad y la editorial. Dentro de una organización editorial, el director de arte es aquel que se encarga de guiar al equipo de diseño y coordinarse con el director de edición, así como de buscar al ilustrador que mejor se acople al proyecto.

La ilustración editorial es conceptualizar el tema que se publicará en una revista, periódico o libro, en donde los niveles de representación varían, ya que puede ser una ilustración con tendencia a la abstracción hasta una muy realista. Su función principal es la combinación del periodismo plasmado en las páginas de periódicos y revistas. Sus aplicaciones y usos son muchos y cubren temas como publicaciones diarias, semanales, mensuales y periódicas (Ponce, n.d.).

1.1.7.- Estilos de ilustración para campañas gráficas y editoriales

Los estilos y técnicas empleadas en la ilustración de moda son muy variados, pueden ir de lo gráfico a lo vanguardista y a lo digital, con diversos estilos de por medio.

Al momento de crear una representación gráfica de una marca o ya sea un personaje que encarne su personalidad, se requiere de un proceso de diseño que puede ser complejo. Los diseñadores también utilizan la ilustración de moda para presentar la evolución de una prenda; en un determinado momento del proceso de diseño, la mayoría de diseñadores muestran sus ideas en un formato gráfico (Moore, 2013).

La ilustración y el diseño gráfico han estado estrechamente ligados, fusionados con la ilustración de moda y representados en diversos estilos y técnicas contemporáneas que pueden ser utilizadas para plasmar la identidad, las prendas o las ideas de una marca. A continuación se mencionan algunos estilos y sus características definidos por Moore (2013).

Estilo Gamine

Caracterizado por el alargamiento de las extremidades.

Figura 41. Ilustración de Arturo Elena



Nota. Ilustración de HFC Paris-Wear Love Everywhere. Tomada de Galería [ilustración], Elena, 2016, www.arturoelena.com

Estilo digital

Caracterizado por contornos sólidos y líneas concisas, así como bloques de colores sólidos.

Figura 42. Ilustración de Ana Hard

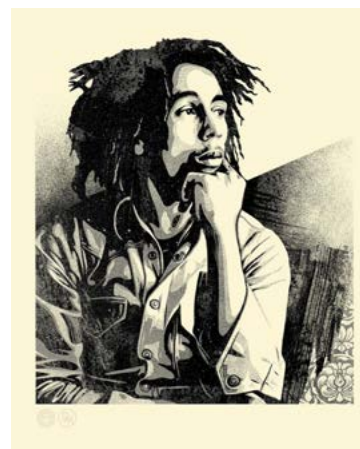


Nota. Tomada de Plataforma de Arte Contemporáneo [ilustración], Hard, 2020, www.plataforma-deartecontemporaneo.com.

Estilo gráfico urbano

Se caracteriza por la postura y expresión de los personajes que llevan a una actitud y narración potentes. Presenta una cromática en tonos apagados.

Figura 43. Ilustración de Shepard Fairey



Nota. Tomada de obeygiant [ilustración], Fairey, 2021, www.instagram.com.

Estilo fluido

Se caracteriza por el uso de técnicas tradicionales como el lápiz y el grafito; así como por la utilización de líneas fluidas y pinceladas.

Figura 44. Ilustración a lápiz



Nota. Tomada de Tumblr [ilustración], Fashion Illustration, s.f., www.fashion-illustrations.tumblr.com.

Estilo Infantil

Se caracteriza por personajes estilizados con un toque infantil y el notorio acortamiento de extremidades.

Figura 45. Ilustración de Amy Davis



Nota. *THE PUNK AND THE PREP*, ilustración para *Paper Magazine*. Tomada de Amy Davis [ilustración], Davis, 2015, www.amydavis.com.

Estilo fotográfico

Emplea representaciones realistas o combinaciones de varios métodos como la ilustración y la fotografía.

Figura 46. Ilustración de Michael Sibley



Nota. Tomada de Michael Sibley [ilustración], Sibley, s.f., www.msibley.com.

Estilo manga

Es una representación artística japonesa que ha sido adoptada por los ilustradores de moda que presenta colores fuertes e imágenes fantasiosas.

Figura 47. Ilustración de najuco



Nota. Ilustración de la portada de un libro japonés de ilustración de moda llamada *Fashion Illustrations: Outfit of the Day*. Tomada de PIE International [ilustración], najuco, 2019, www.pie.co.jp.

Estilo sobrenatural

Incorpora imágenes que sugieren una narrativa efímera en la que el fondo y la figura son igual de importantes.

Figura 48. Ilustración de Efímera



Nota. Tomada de Wix [ilustración], Efímera, 2019, www.efimeraeme.wixsite.com.

Estilo tridimensional esculpido

Caracterizado por el uso de materiales manipulables como la espuma y la arcilla que se fotografían.

Figura 49. Ilustración de Seiko Ohmori



Nota. Tomada de Pinterest [ilustración], Ohmori, s.f., www.pinterest.at

Estilo collage

Se caracteriza por la utilización de una variedad de medios que se manipulan para crear imágenes únicas.

Figura 50. Ilustración de Claire Ann Baker

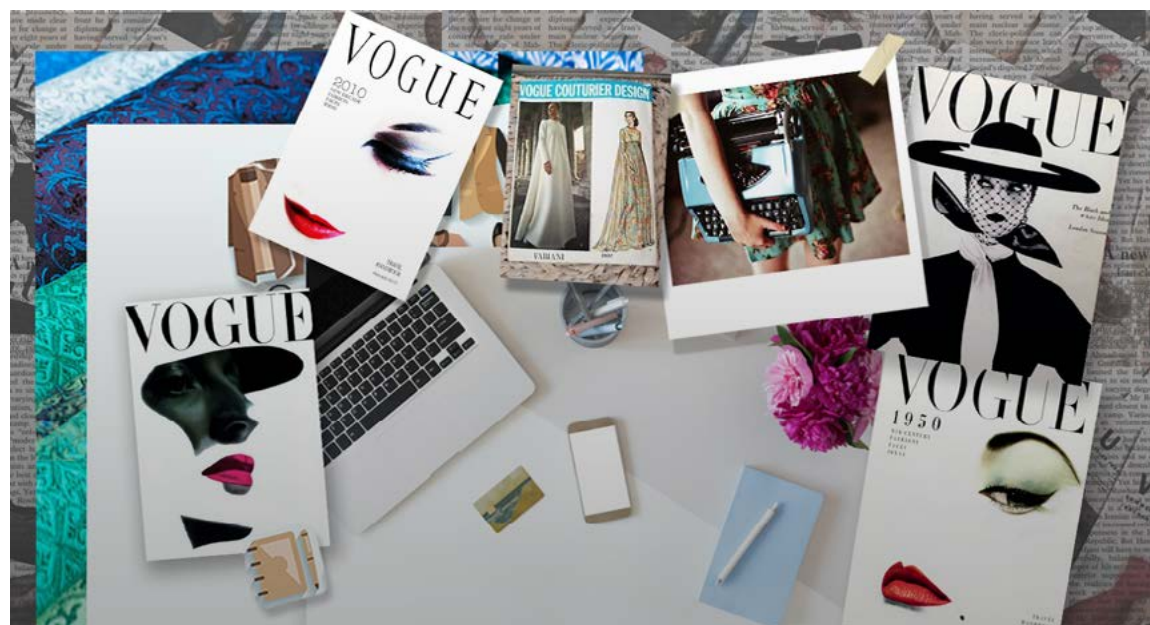


Nota. Tomada de Pinterest [ilustración], Baker, s.f., www.pinterest.es.

Para comunicar ideas, un ilustrador desarrolla un estilo y perfecciona una técnica que marcará quién es como ilustrador, pero también que ayudará a dar identidad a una marca. A lo largo de este capítulo se ha presentado una clasificación de estilos en base a diferentes autores como Fernández y Martín (2008), Arteneo (2015) y Moore (2013). Cada autor define ciertos estilos utilizados al momento de ilustrar moda. Ha sido importante contrastar los estilos utilizados solamente en ilustración de moda, así como los estilos utilizados para campañas gráficas y editoriales ya que este proyecto busca fusionar la ilustración de moda, editorial y publicitaria.

1.2.- Comunicación de Moda

Figura 51. Fotografía comunicación de moda



Nota. Tomada de EAMODA Argentina [fotografía], EAMODA Argentina, s.f., www.eamoda.com.ar

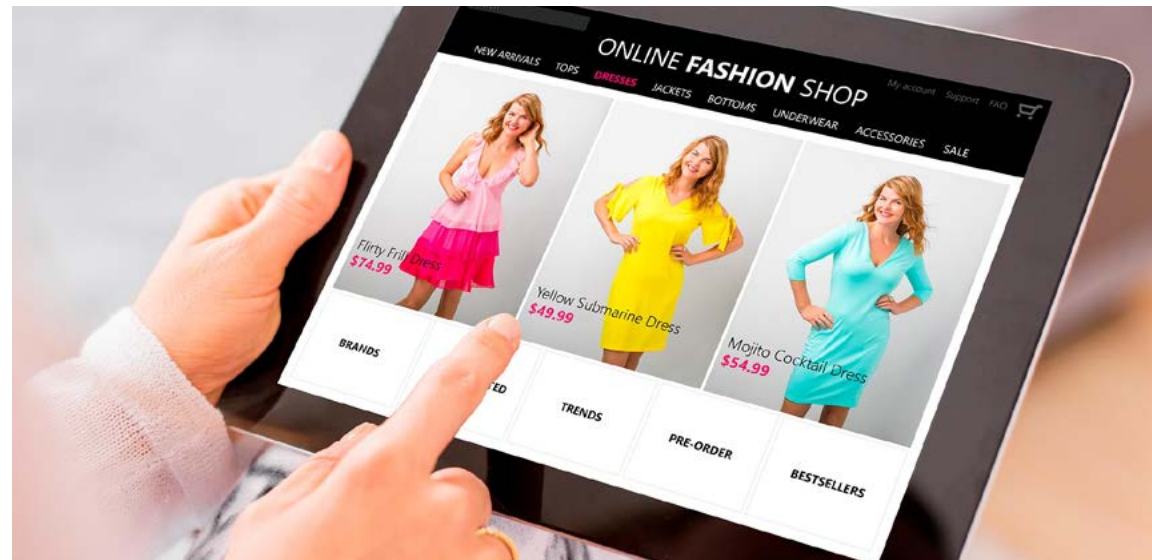
El lenguaje de la moda, tomando el producto como protagonista en la imagen, representa una comunicación de gran impacto a través de modelos y celebridades; coherente entre imagen y estilo; universal ya que se dirige a un público masivo; y simple ya que utiliza un lenguaje comprensible para todos, el de las imágenes (Saviolo & Testa, 2007).

La moda siempre se ha comunicado a través de instrumentos visuales que conceptualizan y sintetizan un mensaje basado en la imagen. Para que esta imagen no se convierta en un fin en sí misma, se debe encontrar una coherencia entre el mundo representado y la marca, caso contrario será una búsqueda estética sin contenido. Debido a esto, no es lo mismo promocionar la moda que promocionar cualquier otro bien de gran consumo; “no toda acción de comunicación tiene los mismos objetivos” (Díaz, 2014, p.87, párr.2).

A continuación, se abordarán los conceptos de promoción y difusión dentro de la comunicación de moda y todo lo que estos abarcan para lograr una efectiva comunicación de acuerdo las necesidades de la marca.

1.2.1.- Promoción de una marca de diseño de indumentaria

Figura 52. Fotografía Promoción de Moda



Nota. Tomada de *posizionate* [fotografía], Barreiro, 2016, www.blog.posizionate.com.

La promoción de moda busca dar a conocer los productos o servicios que ofrece la marca a través de la creación de un universo determinado que logra que la marca ocupe cierta posición en la mente de los consumidores y sea una de sus opciones de compra. El primer paso en el proceso de la promoción, antes de realizar un plan de comunicación, es la revisión del plan de marketing, es decir, hay que conocer lo que la empresa o la marca son, su público objetivo y sus características, cual ha sido su posicionamiento actual en el mercado y sus objetivos finales al realizar el plan.

Para muchas marcas las estrategias de promoción dentro de la comunicación son una parte integral de la estrategia de *marketing*; para otras son totalmente independientes. En cualquier caso, para la planificación de estrategias comunicativas se debe tomar en cuenta el lugar que ocupan las mismas dentro del plan general de marketing de la marca. Se debe tener en cuenta que los objetivos de marketing son cuantificables en términos de ventas mientras que los de comunicación se evalúan en términos de notoriedad, prestigio o posicionamiento e imagen de la marca (Díaz, 2014).

Hoy en día, existe una línea muy delgada entre la comunicación, la promoción y el marketing debido al internet. Los jóvenes descubren las novedades de la industria de la moda gracias a redes sociales, blogs y el entorno *influencer*, además de la publicidad (Comunicare,

n.d.). A continuación se mencionan las herramientas que, según la autora Díaz (2014), ayudan a formar la imagen de una marca haciéndola memorable entre su audiencia.

Herramientas de promoción

Las relaciones públicas

Esta forma de comunicación persigue crear un clima favorable entre todos los públicos interesados en la empresa, sobre todo periodistas y otros comunicadores. Para ello se sirve de herramientas que facilitan una relación directa y personal, ya que en este caso los públicos a diferencia de la publicidad convencional, son reducidos e identificados.

Evento especial

La presencia mediática es algo importante y una marca no debe dejar pasar mucho tiempo en el calendario sin la necesidad de ella ya que son menos escogidas en el punto de venta.

Un recurso fundamental para lograr la visibilidad es el evento especial, que consiste en una convocatoria privada a la que se invita a periodistas y personas relevantes o a clientes especiales de la marca.

Su motivo puede ser apertura de una nueva tienda, la presentación de un nuevo producto o colección, la celebración de un aniversario o un acontecimiento importante para la empresa (Díaz, 2014).

La pasarela

Los desfiles de pasarela siguen siendo el principal escaparate visual de las marcas de moda de todo el mundo. Este consiste en presentar las prendas sobre personas reales en un entorno altamente escenográfico (Moore, 2013).

Showroom

El *showroom* es el lugar en el que se exhibe la colección para que los periodistas y estilistas de moda tengan acceso a ella. En el caso de las marcas nacionales con menor experiencia, es mejor contratar a una agencia especializada ya que centralizan el *showroom* de muchas marcas y realizan el trabajo de presentación frente a periodistas.

Celebrities

El invitar o contratar a personas relevantes al igual que informar a los periodistas acerca de su asistencia permite atraer la atención de los medios.

Comunicación corporativa e institucional

Este tipo de comunicación es aquella que utilizan las instituciones y empresas para lograr establecer relaciones con sus públicos internos y con otras empresas. El objetivo es transmitir la buena reputación de la empresa y reforzar entre los accionistas y empleados el sentido de pertenencia a un equipo.

Patrocinio y mecenazgo

El mecenazgo es una forma de patrocinio que consiste en financiar un evento o acontecimiento de carácter cultural. No es utilizado con frecuencia en el mundo de la moda y es por este mismo motivo que puede llegar a ser interesante ya que diferenciará a la marca. Es utilizado por marcas de lujo que buscan apoyar el trabajo de un creador o impulsar una exposición de arte.

Vincular la marca al mundo de la creación artística es siempre positivo porque la eleva al ámbito de lo inmaterial. Además supone una dignificación del producto de la marca que, de esta manera, es también considerado una obra de arte (Díaz, 2014). Aunque los resultados de esta herramienta comunicativa se pueden ver a largo plazo, puede decirse que en términos de imagen y reputación, es una de las mejores herramientas para crear territorio de marca.

Marketing viral, buzz marketing y branded content

El marketing viral se da ya que la marca busca extender una campaña a través de los consumidores. Los consumidores se convierten en consumidores promotores invitando amigos y conocidos a probar la marca. Por lo general premian a estos consumidores promotores con regalos y descuentos.

El *buzz marketing* por su lado, se enfoca en que la marca esté de forma espontánea en la boca del consumidor por algo que ha llamado su atención. Finalmente el *branded content* consiste en crear contenido audiovisual por parte de la marca, puede ser un documental, una miniserie o un corto; usualmente su difusión se hace a través de redes sociales y plataformas como Youtube o Vimeo.

Punto de venta

La decoración, el mobiliario, los elementos decorativos, la organización del producto y los detalles como los probadores conforman lo que es el *visual merchandising*. Son el conjunto de acciones que se realizan tanto en el escaparate como al interior de la tienda que comunican sobre el posicionamiento de la marca.

Servicios postventa

Se trata de crear relaciones con los clientes, mantener el vínculo con ellos y reforzar el sentido de pertenencia a una comunidad, es decir, hacerles sentir que forman parte de la marca y que de alguna forma esta les pertenece; así se logra la fidelización del cliente.

Publicity

El *publicity* hace referencia a la presencia editorial de la marca sin necesidad de haber pagado una tarifa comercial (Díaz, 2014). Cabe recalcar que no es gratuita, ya que supone costes en el departamento de comunicación de la marca o empresa.

El analizar estas herramientas de promoción ha permitido tener una idea general de a través de qué canales se puede promocionar una marca. El producto final, resultado de este proyecto de investigación, vendría a ser una herramienta de promoción dentro del patrocinio y mecenazgo, el marketing viral y el publicity. En cuanto al mecenazgo, se vincula la marca al mundo de la creación artística, es decir a la ilustración. En cuanto al marketing viral, al ser una idea nueva en la ciudad, se busca que los consumidores compartan con sus allegados y así se extienda el proyecto. Finalmente, en cuanto al publicity, el proyecto propone ser un producto editorial, en sus inicios gratuito, en la que las marcas tendrán presencia con un objetivo publicitario para promocionar sus prendas a través de la ilustración.

1.2.2.- Difusión de una marca de diseño de indumentaria

Figura 53. *Difusión de moda*



Nota. Tomada de Papaya Digital [fotografía], Gonzalez, 2018, www.papayadigital.com.

Para la difusión de una marca en el ámbito de la moda, es importante la creación de contenidos tales como artículos, comunicados de prensa, alertas de noticias y detalles del producto. La difusión a través de estos contenidos constituye una gran cantidad de actividades relacionadas con las relaciones públicas para esto se ha tomado de referencia a Moore (2013) y la descripción que hace ella en su libro acerca de los contenidos para la difusión.

Contenidos para la difusión

Comunicados de prensa

Los comunicados o notas de prensa son el método de comunicación más empleado por los diseñadores y agencias de relaciones públicas. Un comunicado de prensa proporciona al periodista o redactor información concisa y actualizada de interés para los lectores.

La biografía y el perfil

Los periodistas se interesan en quienes se hallan tras las marcas. Es importante redactar una biografía profesional que cubra esos tópicos y estimule la conexión entre la marca y los clientes, pues estos

buscan cada vez más el elemento humano en aquello que compran.

Los artículos y otros formatos

La contribución en revistas, periódicos y canales de difusión comprende igualmente artículos y otros formatos más extensos, lo que representa la oportunidad de obtener más centímetros por columna en las publicaciones objetivo. Estas contribuciones varían desde una entrevista a algún diseñador a un artículo sobre algún tema de la industria.

El mantenimiento del perfil

Una vez que se haya establecido un contacto consistente con los medios de comunicación, lo siguiente es mantener informados a esos contactos de manera regular, acerca de las novedades y acontecimientos relacionados con la marca y las colecciones. El objetivo es hacer que los medios permanezcan interesados por la marca y para ello sostener una comunicación continua y ofrecerles información exclusiva.

Conclusiones

En este capítulo se ha realizado una mirada al pasado que muestra los inicios de la ilustración de moda como una disciplina y una herramienta para expresar ideas. También se hizo un recorrido a sus inicios como una herramienta para difundir moda y establecer tendencias en aquella época; se pudo ver que fue un canal poderoso para comunicar, que hoy en día no ha sido tan explotado, en especial por las marcas de moda.

También se abordaron temas dentro de la comunicación de moda evidenciando así que, para poder promocionar, difundir y comunicar una marca de moda a través del proyecto planteado se necesitarán herramientas de promoción, así como la creación de contenidos para la difusión, todo esto logrará que el proyecto y las marcas lleguen al consumidor y se posicionen a un nivel más alto en el mercado local.

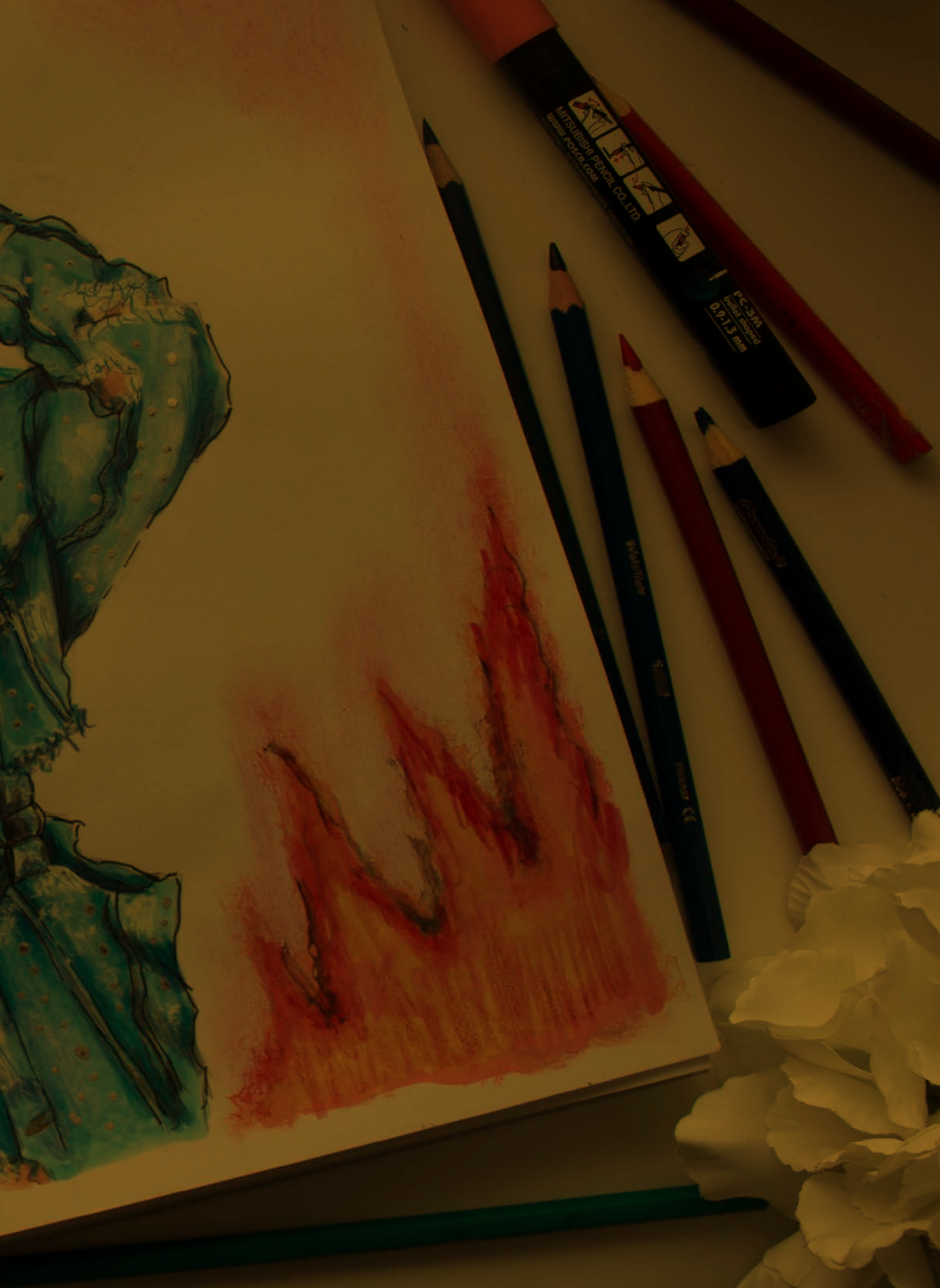
Finalmente, con el análisis de los diferentes estilos y técnicas que se utilizan para la ilustración de moda, es importante saber qué estilos, técnicas y herramientas lograrán dar identidad a las marcas y transmitir lo que éstas buscan comunicar a través de la ilustración.

En el siguiente capítulo se analizan algunos casos en los que la ilustración ha sido utilizada como medio publicitario o editorial; así como las técnicas y estilos de cada ilustrador para así tener una noción del estado actual de la ilustración de moda como medio publicitario y editorial. Este permitirá determinar un punto de partida para esta investigación.



J. S. Miller 1660.C. 2021





02 | Capítulo



Contenidos

2.- ESTADO ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN DE MODA COMO MEDIO PUBLICITARIO Y EDITORIAL	53
2.1.- Análisis Internacional	53
2.1.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda	53
2.1.1.1.- David Downton	53
2.1.1.2.- Megan Hess	57
2.1.2.- Estudio de caso: revistas de ilustración de moda	59
2.1.2.1.- Revista iF	59
2.2.- Análisis Nacional	61
2.2.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda	61
2.2.1.1.- Monsieur Saturday	61
2.2.1.2.- Carla Lucin	63
2.2.2.- Estudio de caso: revistas de moda	65
2.2.2.1.- BG Magazine	65
Conclusiones	67

2.- ESTADO ACTUAL DE LA ILUSTRACIÓN DE MODA COMO MEDIO PUBLICITARIO Y EDITORIAL

Capítulo 02

En este capítulo se analizarán algunos homólogos internacionales y nacionales en cuanto a la ilustración de moda vinculada con la ilustración editorial y con la ilustración publicitaria. Para escoger estos homólogos se ha determinado que tengan gran relevancia o impacto en el mundo de la moda a través de menciones en plataformas reconocidas, influencia en redes sociales o colaboraciones con diferentes marcas o artistas.

Cada homólogo ha sido analizado considerando variables como el estilo y técnicas que maneja el ilustrador en general y en la obra seleccionada, así como variables en cuanto a la difusión y comunicación de la ilustración. Para las variables se han seleccionado los medios o plataformas de exposición y el alcance en las mismas, así como el alcance de la publicación o ilustración.

2.1.- Análisis Internacional

2.1.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda

2.1.1.1.- David Downton

David Downton es un reconocido ilustrador de moda británico. Sus ilustraciones clásicamente elegantes, pero a la vez contemporáneas, han sido un factor clave en el resurgimiento del interés por la tradición de la ilustración de moda (daviddownton.com, 2021).

Dentro de su amplia lista de clientes podemos encontrar a marcas como Chanel, Dior, Tiffany & Co., entre otras. También ha producido retratos de algunas mujeres como Cate Blanchett, Erin O'Connor, Rachel Weisz, Paloma Picasso, entre otras. Debido a su trabajo y gran trayectoria ha sido galardonado con Doctorados Honoris Causa por instituciones como el *London College of Fashion*, la *Academy of Art University San Francisco* y la *University of Woverhampton* (daviddownton.com, 2021).

Uno de sus más destacados trabajos editoriales es la edición de la revista "*Pourquoi Pas?*". Esta es una revista de ilustración de moda y en sus inicios era la única revista en el mundo dedicada a la ilustración de moda. Además de lo antes mencionado, David tiene algunos trabajos editoriales y menciones artísticas, lo que lo convierte en uno de los ilustradores más importantes del mundo.

Figura 54. Ilustrador David Downton



Nota. Tomada de David Downton [fotografía], David Downton, s.f., www.daviddownton.com

Estilo y técnicas de ilustración

El estilo de ilustración de David Downton es un estilo psicológico para presentar las prendas ya que sus ilustraciones no son perfectamente delineadas e incluso algunas llegan al punto de la abstracción, pero a su vez emplea un estilo realista y figurativo ya que los rostros y figurines son de proporciones apegadas a la realidad. Según Diana Muñoz (2014) para el ilustrador es de vital importancia dibujar a partir de una modelo real. En cuanto a sus técnicas, David utiliza la ilustración analógica y en sus obras se puede ver el uso de acuarelas, óleos, gouche y acrílicos.

En cuanto a cromática, utiliza en su mayoría colores neutros con el negro pero acompañados de detalles y pinceladas de colores vivos. Sus dibujos y siluetas presentan un trazo simple, modulado, que termina por perderse, acompañado de pinceladas espontáneas.

Figura 55. Ilustración de David Downton



Nota: ilustración de un vestido de Valentino Couture. Tomada de David Downton [ilustración], Downton, 2005, www.daviddownton.com.

Figura 56. Ilustración por David Downton

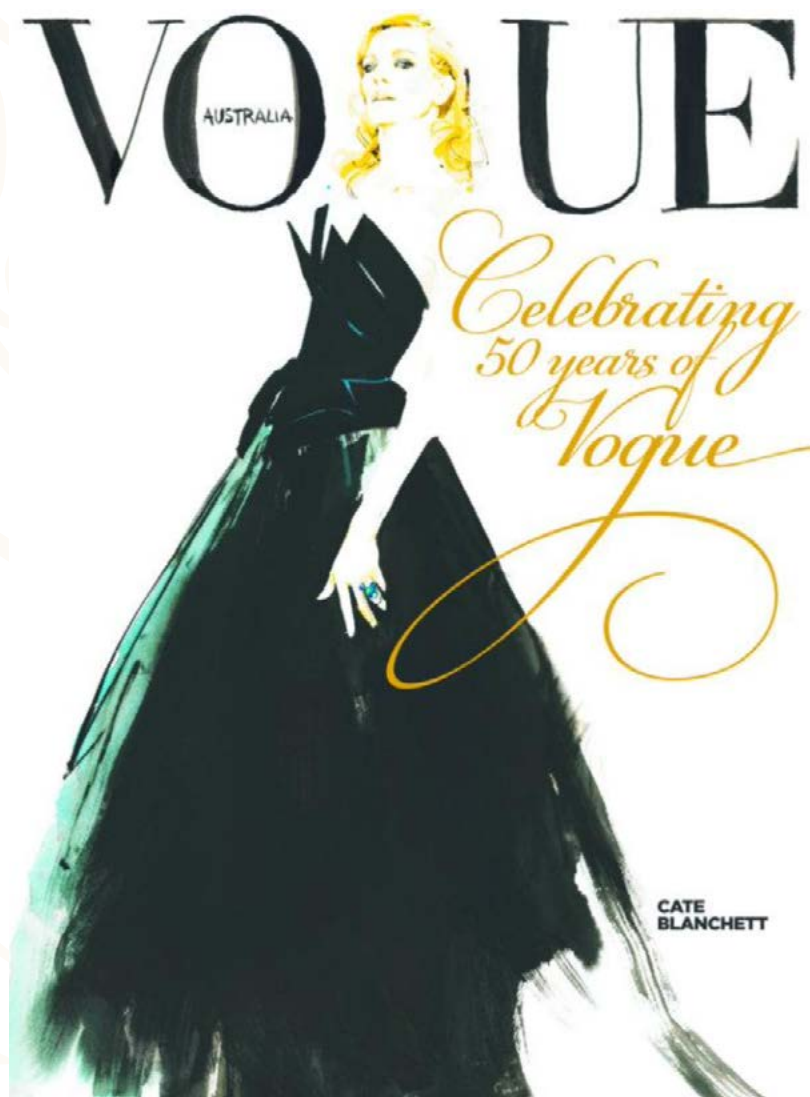


Nota: Ilustración de Erin O'Connor en un vestido Nicholas Oakwerl. Tomada de David Downton [ilustración], Downton, 2015, www.daviddownton.com.

Ilustraciones de David Downton en la revista Vogue Australia, edición septiembre 2009

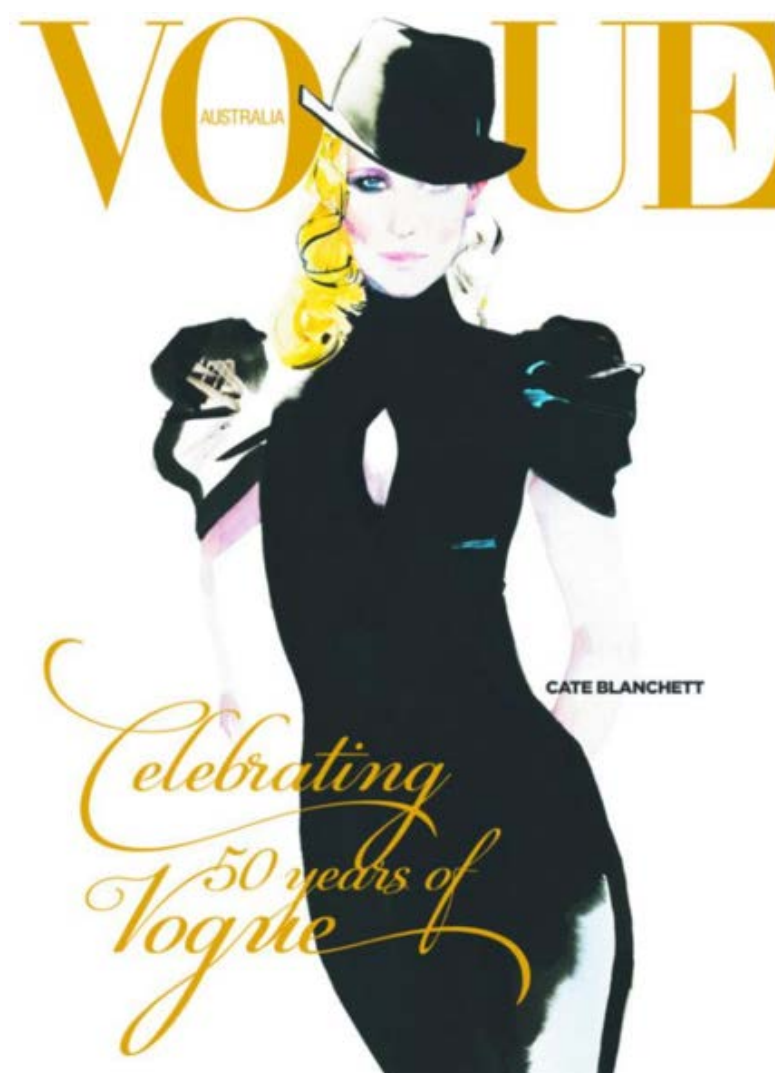
En 2009, la revista Vogue Australia vinculó la ilustración de moda y el trabajo editorial con diferentes portadas ilustradas por David Downton. La revista celebraba cincuenta años de aniversario y para esto sacó cuatro portadas con retratos de la modelo Cate Blanchett en lugar de fotografías. La revista buscaba reflejar a través de esta edición, el recorrido de los cincuenta años de estilo de la misma. David Downton logró plasmar esta idea a través de su estilo, un estilo que se asemeja al estilo de ilustración de moda característico de los años cincuenta.

Figura 57. Ilustración por David Downton



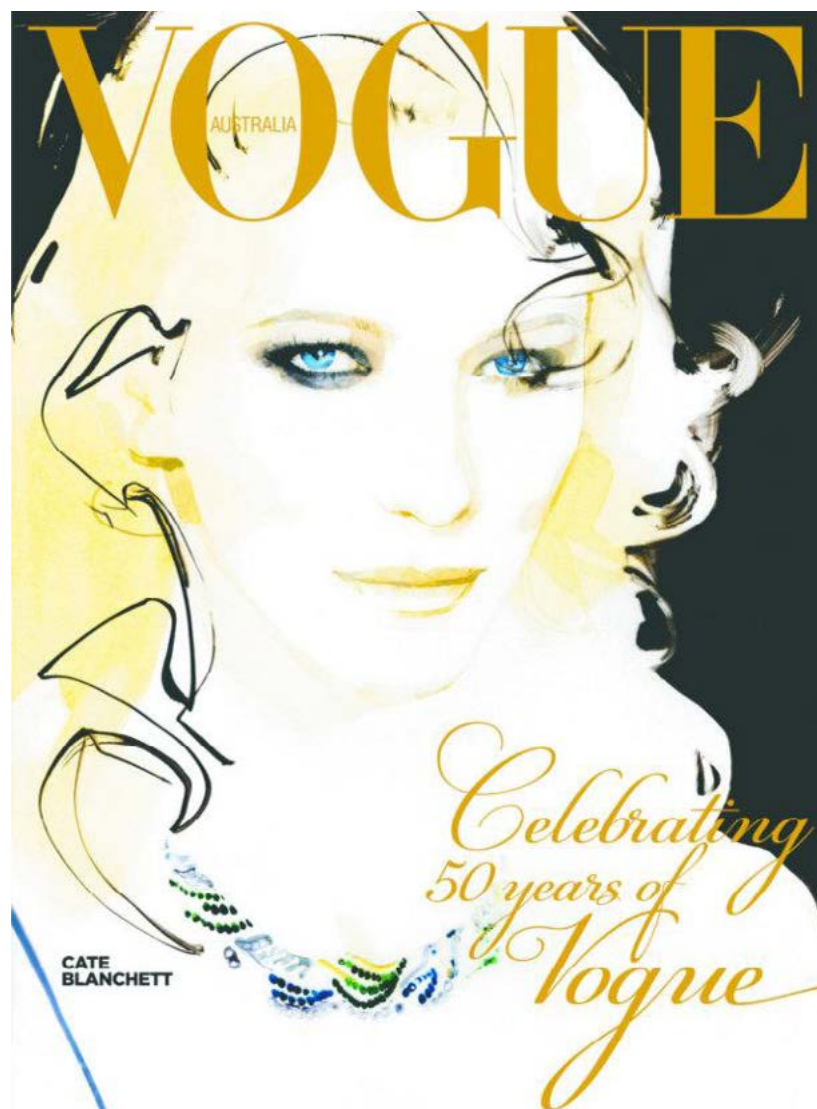
Nota. Portada ilustrada para celebrar el aniversario número cincuenta de la revista Vogue Australia. Tomadas de VOGUE Australia [fotografías], Downton, 2009, www.vogue.com.au.

Figura 58. Ilustración por David Downton



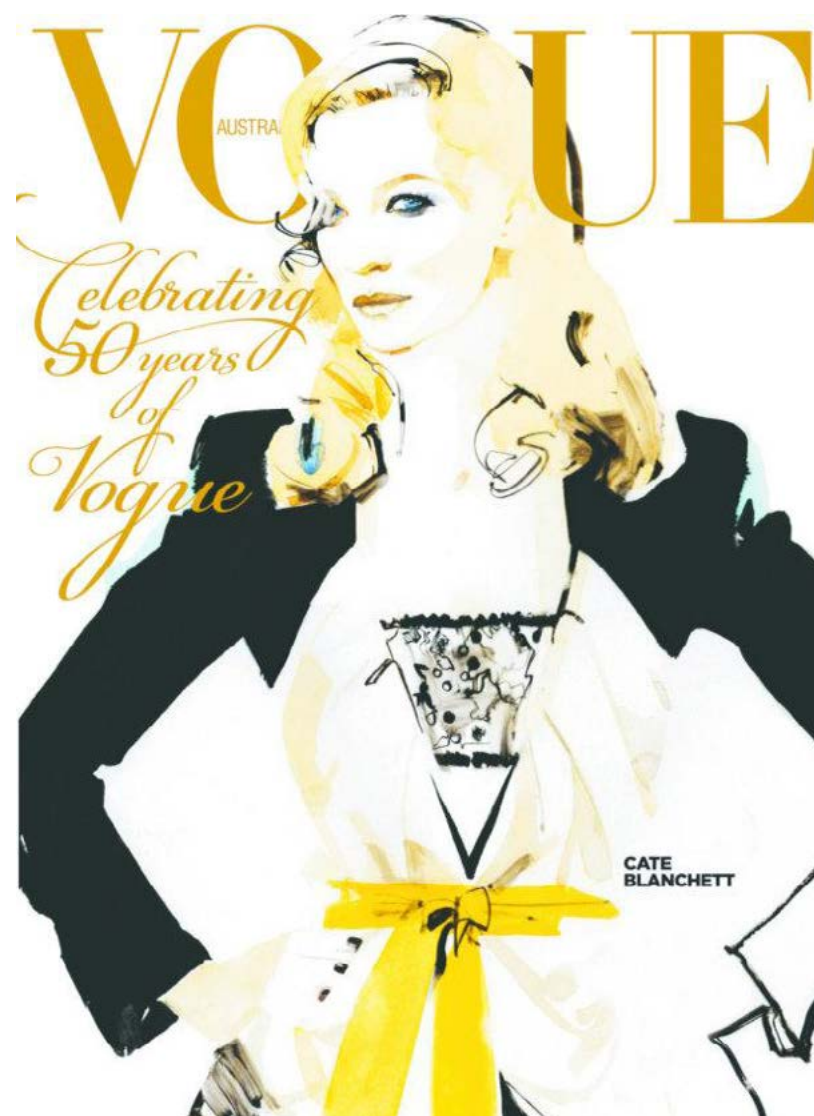
Nota. Portada ilustrada para celebrar el aniversario número cincuenta de la revista Vogue Australia. Tomadas de VOGUE Australia [fotografías], Downton, 2009, www.vogue.com.au.

Figura 59. Ilustración por David Downton



Nota. Portada ilustrada para celebrar el aniversario número cincuenta de la revista Vogue Australia. Tomadas de VOGUE Australia [fotografías], Downton, 2009, www.vogue.com.au.

Figura 60. Ilustración por David Downton



Nota. Portada ilustrada para celebrar el aniversario número cincuenta de la revista Vogue Australia. Tomadas de VOGUE Australia [fotografías], Downton, 2009, www.vogue.com.au.

Estilo y técnicas de ilustración de moda

Para estas portadas David utilizó su estilo propio a través del estilo realista o figurativo ya que son retratos de la modelo con sus proporciones lo más apegadas a la realidad. También se puede ver la técnica de la acuarela reflejada en las pinceladas del rostro y prendas de la modelo; así como el manejo de líneas moduladas para dar movimiento, pero manteniendo un grado de abstracción en la silueta de la modelo (en algunas portadas más que en otras). En cuanto a cromática, se mantiene el contraste entre colores neutros como el blanco y el negro y las pinceladas de colores vivos como, en este caso, el amarillo que es una constante en las cuatro portadas.

2.1.1.2.- Megan Hess

Megan Hess es una ilustradora australiana que ha colaborado con algunas marcas, periódicos, revistas y diseñadores reconocidos. Es diseñadora gráfica especializada en Dirección de Arte.

Su trayectoria por el mundo de la publicidad y la editorial ha estado llena de trabajos ilustrados como el libro “*Sex and the City*” para el *New York Times* en 2006, un periódico estadounidense; retratos para la revista *TIME*, *Italian Vogue* y *Vanity Fair Magazine*.

Su estilo característico ha sido utilizado también en campañas para marcas reconocidas como FENDI, Prada, Cartier, Dior y Salvatore Ferragamo. Ha ilustrado en vivo para desfiles de moda de la semana de la moda. Ha escrito e ilustrado 8 libros más vendidos, entre ellos: *Fashion House*, *The Dress* y *Coco Chanel*, *New York, Paris*, *Claris: The Chicest Mouse in Paris* e *Iconic*. Hoy en día es una de las ilustradoras de moda más solicitada por marcas como Louis Vuitton, Prada, Dior, Givenchy, *Vanity Fair*, entre otras (Hess, n.d.).

Estilo y técnicas de ilustración

En cuanto al estilo de ilustración, Megan utiliza la ilustración decorativa para dar vida y ambientar la mayoría de sus ilustraciones. Su estilo engloba el uso y manejo de diferentes técnicas para comunicar y personalizar cada ilustración.

La ilustradora utiliza la ilustración digital así como la ilustración analógica. En cuanto a la ilustración analógica maneja técnicas como la acuarela y utiliza un bolígrafo Montblanc. Se puede ver que utiliza un figurín estilizado. En cuanto a la cromática, sus ilustraciones se caracterizan por el contraste, ya que en su mayoría se observa al figurín a blanco y negro mientras que las prendas y accesorios llevan colores. Algo característico en sus ilustraciones es la línea modulada que utiliza para delinear el figurín y las prendas, de esta manera logra dar la impresión de movimiento.

Figura 61. Ilustradora Megan Hess



Nota. Tomada de *Claris the chicest mouse in Paris* [fotografía], *Claris*, 2021, www.claristhemouse.com

Figura 62. Ilustración de Megan Hess



Nota. Tomada de *meganhess_oficial* [ilustración], Hess, 2021, www.instagram.com.

Ilustraciones de Megan Hess en el libro Claris the Mouse

En este caso la ilustradora vincula la ilustración de moda y la ilustración editorial para crear *Claris the Mouse*. Este es un cuento de rimas creado e ilustrado por Megan Hess y publicado por Hardie Grant Egmont, está dirigido a niños, jóvenes y adultos. Claris es una pequeña ratona elegante con grandes sueños que navega por el mundo que le rodea. La historia de Claris trata de perseguir sueños y ser lo suficientemente valiente como para transformar el mundo. Hasta la fecha se han publicado alrededor de siete libros y se los puede comprar a través de su página oficial o en la plataforma Amazon (Hess, 2021).

Figura 63. Libro *Claris the chicest mouse in Paris*



Nota. Megan Hess sosteniendo el primer libro de la colección de *Claris the Mouse*. Tomada de *meganhess_official* [fotografía], Hess, 2018, www.instagram.com.

Estilo y técnicas de ilustración

En estas obras la ilustradora utiliza el estilo de ilustración decorativo para ambientar las aventuras de Claris en París, sin embargo se podría considerar que utiliza un estilo de ilustración psicológico ya que el figurín no es un figurín humano sino que viene a ser una personificación representada en una ratoncita.

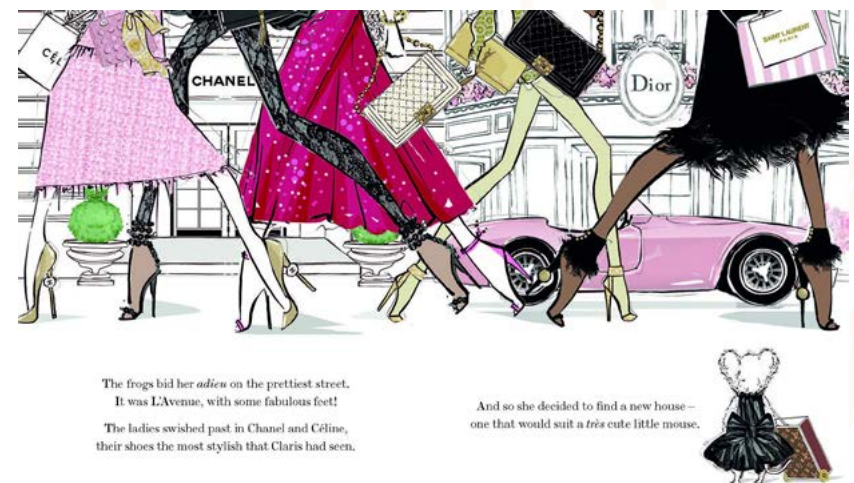
En cuanto a las técnicas, son ilustraciones digitales. La ilustradora maneja las mismas técnicas y modulación de líneas y trazos. En cuanto a la cromática se puede ver que se mantiene el contraste entre el color de los personajes y sus prendas.

Figura 64. Ilustración por Megan Hess



Nota: ilustración de una de las páginas del libro número uno titulado "*Claris the chicest mouse in Paris*". Tomada de *Claris the chicest mouse in Paris* [ilustración], Hess, 2021, www.claristhemouse.com.

Figura 65. Ilustración de el libro *Claris the Mouse*



Nota. Ilustración de una de las páginas del libro número uno titulado *Claris the chicest mouse in Paris*. Tomada de *Claris: The Chicest Mouse in Paris* [ilustración], Hess, 2018, www.amazon.com.

2.1.2.- Estudio de caso: revistas de ilustración de moda

2.1.2.1.- Revista iF

Figura 66. Portada de la Revista iF



Nota. Portada de la edición del mes de abril del año 2018. Tomada de ifmagazine_, iF Magazine, 2018, www.instagram.com.

iF Magazine es una de las primeras revistas digitales dedicada a la ilustración de moda en Chile. Es una revista gratuita que busca difundir el trabajo de diversos ilustradores chilenos y latinoamericanos que trabajan en la industria de la moda. Su primer número se lanzó en enero del 2015. Es una revista diseñada por Alicia y Guillermo Bonilla, quienes son diseñadores en comunicación visual y están detrás de Mr William Studio, un estudio de ilustración de moda en Chile (Viste la calle, 2015).

En cuanto a la selección de ilustradores para la revista, el estudio de ilustración contacta a ilustradores nacionales, y la idea es basarse en un tema en específico, pero respetando la propuesta y el estilo de cada ilustrador; mientras que al contactar a ilustradores de renombre a nivel internacional, se busca que aporten con una de sus reconocidas obras y que lleven un mensaje de inspiración para aquellos quienes están recién comenzando.

En cuanto al diseño y gráfica, la revista busca destacar los trabajos a través de una plataforma amigable e intuitiva. En cada página se puede apreciar la ilustración, el nombre del autor y sus respectivas redes sociales permitiendo que esta revista sea una vitrina y una oportunidad de generar conexiones para los ilustradores. La revista se difunde a través de la plataforma *issuu* y *Tumblr*, así como a través de redes sociales como *Instagram* y *Facebook*.

Figura 67. Página de contenidos de la Revista iF



Nota. Captura de pantalla del índice de contenidos de la edición de abril de 2018. Tomada de iF Magazine [fotografía], iF Magazine, 2018, www.issuu.com.

Estilos y técnicas de ilustración de moda

En las páginas de esta revista se pueden encontrar diferentes estilos y técnicas de ilustración de moda ya que recopila el trabajo de diferentes ilustradores. Se pueden ver estilos realistas o figurativos, así como ilustraciones con ciertos grados de abstracción. Se pueden apreciar también algunas ilustraciones con estilo decorativo ya que son una composición entre el figurín, las prendas y los diferentes detalles que ambientan la ilustración. Hay ilustraciones que acompañan reseñas o temas de moda y otras que se llevan el protagonismo destacando la ilustración de moda como disciplina.

Figura 68. Página de la Revista iF



Nota. Captura de pantalla del índice de contenidos de la edición de abril de 2018. Tomada de iF Magazine [fotografía], iF Magazine, 2018, www.issuu.com.

Figura 69. Página de la Revista iF



Nota. Captura de pantalla del índice de contenidos de la edición de abril de 2018. Tomada de iF Magazine [fotografía], iF Magazine, 2018, www.issuu.com.

2.2.- Análisis Nacional

2.2.1.- Estudio de caso: ilustradores de moda

2.2.1.1.- Monsieur Saturday

Monsieur Saturday es un perfil de la red social Instagram. Este es el nombre con el que se le conoce al ilustrador ecuatoriano Octavio Platón. Platón creó la cuenta en el año 2016 y la llamó así ya que el día favorito del autor es el sábado. El ilustrador inició la cuenta con el objetivo de crear un personaje amante de la moda a través de sus ilustraciones; sin embargo, en 2017 cambió el rumbo de este proyecto. Comenzó ilustrando solo zapatos y esto logró llamar la atención de marcas y revistas internacionales de moda a través de etiquetarlas en publicaciones; lo que también le permitió hacer colaboraciones con firmas reconocidas, una de ellas fue una tienda departamental neoyorquina llamada Barneys (El Comercio, 2017).

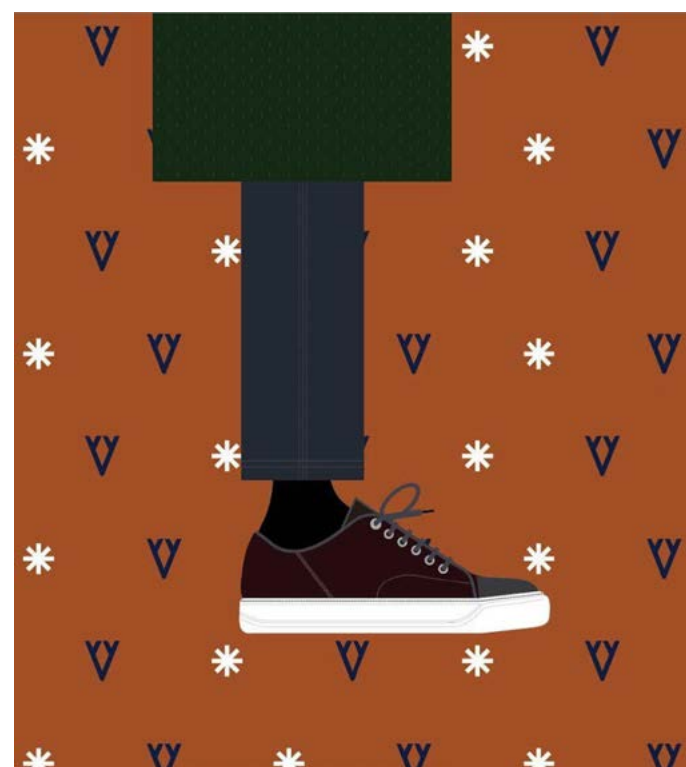
En su perfil se pueden observar ilustraciones de zapatos que reflejan diferentes personalidades. Su forma de trabajar es principalmente a través de la web. Es decir, hace una especie de análisis de tendencias a través de internet, también busca gente en redes sociales que tenga un estilo memorable; una vez que las encuentra, se pone en contacto y hace una ilustración del *outfit* que sugiera el sujeto de inspiración. Para realizar las ilustraciones el realiza una entrevista vía mensajería instantánea ya que esta le permite obtener detalles sobre el modelo; como marcas favoritas, accesorios y cambios de ropa recurrentes.

Figura 70. Ilustrador Octavio Platón



Nota. Tomada de El Comercio [fotografía], Chic, 2017, www.elcomercio.com

Figura 71. Ilustración de Monsieur Saturday



Nota. Tomada de monsieuraturday [ilustración], Platón, 2017, www.instagram.com

Estilos y técnicas de ilustración de moda

En cuanto al estilo de ilustración, Platón utiliza la ilustración decorativa para dar vida y ambientar la mayoría de sus ilustraciones. Su estilo es un estilo digital ya que se caracteriza por contornos sólidos y líneas concisas, así como bloques de colores sólidos para representar sus ideas.

El ilustrador utiliza la ilustración digital. Algo característico en sus ilustraciones es la representación, es decir, no se representan los diseños o ideas en un figurín completo, sino que son ilustraciones en primer plano que se enfocan en el calzado.

Figura 72. Ilustración de Monsieur Saturday



Nota. Tomada de monsieuraturday [ilustración], Platón, 2019, www.instagram.com

Figura 73. Ilustración de Monsieur Saturday



Nota. Tomada de monsieuraturday [ilustración], Platón, 2020, www.instagram.com

2.2.1.2.- Carla Lucin

Carla Lucin es una diseñadora de moda ecuatoriana que se dedica a la ilustración de moda. Carla dibuja prendas de vestir que algunos diseñadores han llegado a confeccionar y otros han utilizado como estampados en camisetas u otras ilustraciones se han convertido en vestidos elegantes y costosos.

La ilustradora ha ganado concursos internacionales como el Concurso de Ilustración de moda en México en 2018. Su trabajo también ha sido publicado en la página del reconocido diseñador mexicano, Benito Santos. En un inicio tardaba alrededor de una hora hasta poder terminar una ilustración, sin embargo, actualmente le toma alrededor de unos segundos en realizar una ilustración sencilla (El Diario. ec, 2019).

Figura 74. Fotografía de Carla Lucin



Nota. Tomada de carlalucin_ [fotografía], Lucin, 2018, www.instagram.com

Figura 75. Ilustración de Carla Lucin



Nota. Ilustración de la colección del diseñador mexicano Benito Santos. Tomada de carlalucin_ [ilustración], Lucin, 2018, www.instagram.com

Estilos y técnicas de ilustración de moda

Figura 76. Ilustración de Carla Lucin



Nota. Tomada de carlalucin_ [ilustración], Lucin, 2020, www.instagram.com

Figura 77. Ilustración de Carla Lucin



Nota. Tomada de carlalucin_ [ilustración], Lucin, 2019, www.instagram.com

En cuanto al estilo de ilustración, Carla utiliza principalmente el estilo de ilustración psicológico para representar sus ideas. Este estilo produce un alejamiento de los cánones realistas a favor de la abstracción. Algo característico en sus ilustraciones es la línea modulada que utiliza para representar las prendas y simular una silueta, de esta manera logra dar la impresión de movimiento.

La ilustradora utiliza la ilustración digital así como la ilustración analógica. En cuanto a la ilustración analógica maneja técnicas como la del collage, mezclado la fotografía y fragmentos de diferentes materiales.

2.2.2.- Estudio de caso: revistas de moda

2.2.2.1.- BG Magazine

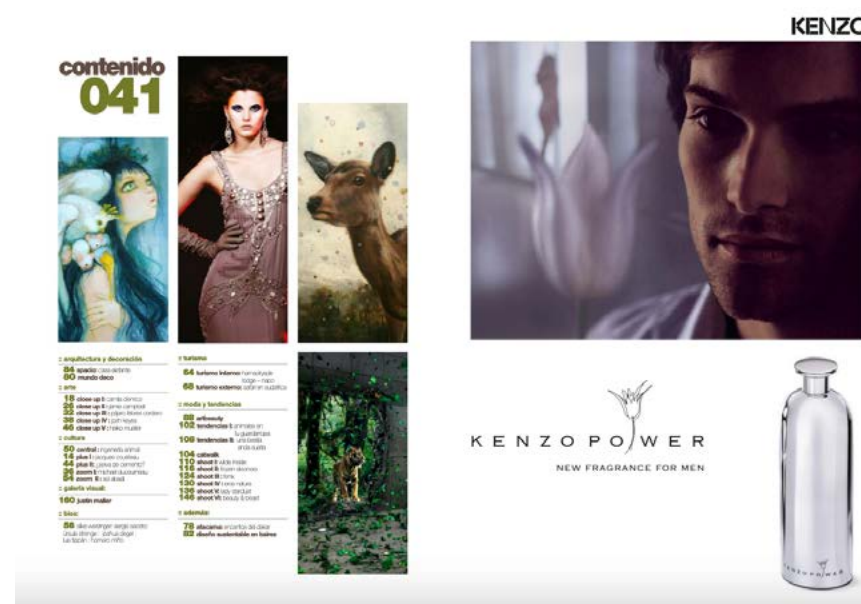
Figura 78. Portada de la BG Magazine



Nota. Portada de la edición del mes de septiembre del año 2014 realizada por Meri Santos Fuentes. Tomada de BG Magazine [fotografía], Santos, 2014, www.issuu.com.

BG Magazine es una revista conceptual que nació en 2002. Está dirigida a quienes disfrutan de temas como la moda, el diseño, la cultura, el arte y la música; y para aquellos quienes quieren estar al tanto en tendencias en el mundo contemporáneo. Su contenido gira en torno a tres ejes principales que son la Cultura Urbana, el Diseño y el Estilo de vida. Es una revista que siempre busca talentos nuevos en los ámbitos antes mencionados (BG Magazine, n.d.). Gracias a su propuesta creativa y calidad de impresión, así como a su contenido que apuesta por lo diferente y ofrece al lector lo mejor en cuanto a productos y a conocimientos; esta se ha convertido en un objeto coleccionable (bid_18, n.d.).

Figura 79. Página de contenidos de la BG Magazine



Nota. Página de contenidos de la edición del mes de septiembre del año 2014. Tomada de BG Magazine [fotografía], BG Magazine, 2014, www.issuu.com.

Estilos y técnicas de ilustración de moda

En cuanto al tema de arte e ilustración, en las páginas de esta revista se pueden encontrar diferentes estilos y técnicas de ilustración de moda ya que recopila el trabajo de diferentes ilustradores. Se pueden ver estilos realistas o figurativos, así como ilustraciones con ciertos grados de abstracción. Se pueden apreciar también algunas ilustraciones con estilo digital, manga, sobrenatural, entre otros, que son estilos muy utilizados para la publicidad y el ámbito editorial. Una técnica muy utilizada que se ve en algunas ediciones es la técnica del collage.

Hay ilustraciones que acompañan reseñas o temas de moda y otras que se llevan el protagonismo destacando la ilustración de moda como disciplina y el trabajo de ilustradores nacionales e internacionales.

Figura 80. Página de la BG Magazine



Nota. Captura de pantalla de una página de contenidos de la edición del mes de septiembre del año 2014. Ilustraciones por Camila D'errico. Tomada de BG Magazine [fotografía], D'errico, 2014, www.issuu.com.

Figura 81. Página de la BG Magazine



Nota. Captura de pantalla de una página de contenidos de la edición del mes de septiembre del año 2014. Tomada de BG Magazine [fotografía], BG Magazine, 2014, www.issuu.com.

Conclusiones

En este capítulo se ha realizado un análisis de homólogos tanto nacionales, así como internacionales que ha brindado una idea de cómo se está desarrollando la disciplina de la ilustración de moda en diversos ámbitos y para diversos fines además del de presentar los diseños de una colección.

Gracias a este análisis se ha podido constatar que los ilustradores si bien podrían iniciar con un estilo o técnica específica, en el transcurso de su carrera y con la experiencia tienden a desarrollarla o a su vez cambiarlas. Por otro lado, se pudo observar que existen ilustradores que manejan diversas técnicas a la vez sin embargo se pueden ver rasgos característicos constantes en el uso de cada una de estas técnicas, lo que hace inconfundible la obra del ilustrador.

Para lograr cumplir con el requerimiento de un cliente en el mundo editorial o publicitario, el ilustrador debe buscar un equilibrio entre cumplir con los requerimientos del cliente y su estilo al momento de ilustrar y así lograr transmitir un mensaje de una manera eficaz y creativa.

Finalmente, el análisis de los diferentes estilos y técnicas utilizados por los ilustradores para cada caso, ya sean publicitarios o editoriales; ha permitido tener una idea de cómo han trabajado para lograr representar el deseo de un cliente en particular, también el tener en cuenta que cada elemento dentro de la ilustración tiene una razón. A través de determinar cada elemento, técnica y estilo a utilizarse en cada composición lograron dar identidad a las marcas y transmitir lo que éstas buscaban comunicar a través de la ilustración.

En el siguiente capítulo se analizan marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca. Se han obtenido datos a través de encuestas y entrevistas para determinar algunos aspectos en el ámbito de la promoción y difusión de estas marcas. También se han recopilado datos de cómo estas marcas ven a la ilustración de moda como disciplina. Todo este análisis será el primer paso para poder trabajar en las ilustraciones que representarán los diseños de las marcas seleccionadas.

023580

001

001

001



R. SAMANIEGO C. / 2011



03 | Capítulo



Contenidos

3.- ANÁLISIS DE MARCAS DE INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE CUENCA EN SUS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	71
3.1.- Metodología y definición de unidad de análisis	71
3.1.1.- Emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.	72
3.1.2.- Análisis de los aspectos de promoción y difusión de emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.	74
3.1.2.1.- Ilustración de moda en la promoción y difusión	74
3.1.2.2.- Investigación acerca de promoción y difusión en marcas establecidas de diseño de indumentaria	75
3.1.2.3.- Investigación acerca de promoción y difusión en emprendimientos de diseño de indumentaria	80
3.1.2.4.- Datos generales	88
Conclusiones	89

3.- ANÁLISIS DE MARCAS DE INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE CUENCA EN SUS ASPECTOS DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Capítulo 03

3.1.- Metodología y definición de unidad de análisis

Para esta investigación se tomaron dos muestras para este análisis: una muestra de los graduados de la Universidad del Azuay y otra de marcas locales establecidas que no necesariamente son de graduados de la academia.

Se decidió tomar como una de las muestras de análisis los estudiantes graduados de la Universidad del Azuay y sus emprendimientos. Esto se decidió ya que la academia ha permitido que la carrera vaya adquiriendo legitimidad y según Zeas (2019) el ofertar la carrera a nivel universitario; así como la trayectoria de los diseñadores graduados con sus emprendimientos, han fortalecido esta legitimidad en la sociedad.

Por otro lado, también se han tomado marcas establecidas en la ciudad como muestra de análisis; estas no necesariamente han sido de diseñadores graduados de la academia. Se tomaron estas marcas por su recorrido y relevancia dentro del medio así como considerando que serían un impulso para la revista, resultado final de esta investigación.

A nivel nacional, existe un total de 308 diseñadores textiles graduados de la Universidad del Azuay, registrados desde los años 2000 hasta el año 2020. Las unidades de análisis para esta investigación son los emprendimientos emergentes más representativos de aquellos graduados desde el año 2015 hasta el año 2019.

La primera encuesta se ha aplicado a la totalidad de esta primera muestra con el fin de determinar los emprendimientos o marcas de indumentaria activas de los diseñadores y analizar sus aspectos de promoción y difusión. Por otro lado se determinó la muestra de marcas establecidas utilizando el método netnográfico tomando como referencia el número de seguidores de estas marcas en redes sociales como Instagram y Facebook. Aquellas marcas con un número mayor a 1000 seguidores fueron tomadas para la muestra. (véase Anexo #3)

Se aplicó un método de investigación cuanti-cualitativo, los instrumentos empleados fueron dos encuestas y se recurrió también al análisis netnográfico o etnografía virtual para indagar aún más en ciertos aspectos de las marcas en estudio. La netnografía es un método que permite al investigador indagar sobre lo que sucede en las comunicaciones virtuales. Este método permite eliminar el error derivado de la encuesta directa (Turpo, 2008). Para este análisis de datos se utilizaron herramientas como la obtención de datos y el análisis de resultados propios del método netnográfico.

Estas encuestas se realizaron para posteriormente elegir a las marcas locales más representativas con el propósito de lanzar una revista ilustrada en la que se promocionen las marcas por medio de diferentes estilos de ilustración de moda.

3.1.1.- Emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.

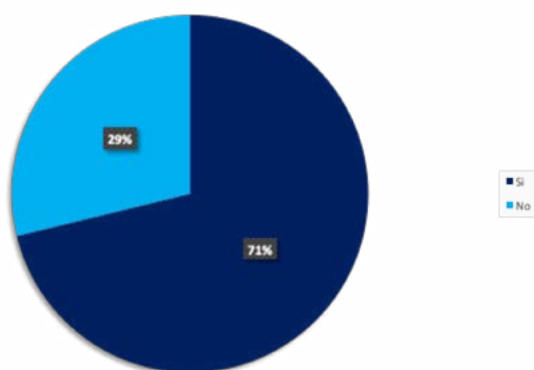
Como se menciona anteriormente, para la obtención de datos de esta investigación se realizaron dos encuestas a los diseñadores graduados de la carrera de Diseño Textil y Moda de la Universidad del Azuay en el período del 2015 al 2019 (Anexo # 1). La primera encuesta se realizó con el objetivo de indagar acerca de si los diseñadores graduados, dentro de la muestra delimitada mencionada anteriormente, tienen marcas o emprendimientos activos y si éstos cuentan con un plan de comunicación.

Para la primera encuesta se enviaron 140 formularios, de los cuales, 73 personas respondieron. A continuación se mostrarán los resultados y el análisis de datos de esta primera encuesta.

Marcas locales activas

Se determinó que más de un 70% de los diseñadores cuentan con un emprendimiento o marca activa.

Figura 82. Porcentaje de graduados con un emprendimiento activo



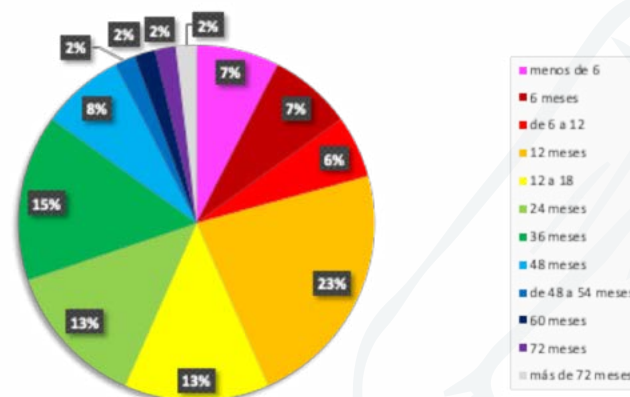
Nota. Elaboración propia

En conclusión, la mayor parte de encuestados cuentan con un emprendimiento o marca propia activa, lo cual resulta positivo para el desarrollo de esta investigación.

Tiempo de actividad del emprendimiento en el mercado

Se recopilaron 54 nombres de marcas o emprendimientos activos que se encuentran registrados junto con una descripción de sus negocios en el anexo#2. A continuación se determinó el tiempo que llevan activos los mismos dentro del mercado, estos resultados se muestran a continuación calculados en meses.

Figura 83. Porcentajes con relación al tiempo que llevan activas las marcas/emprendimientos en el mercado.



Nota. Elaboración propia.

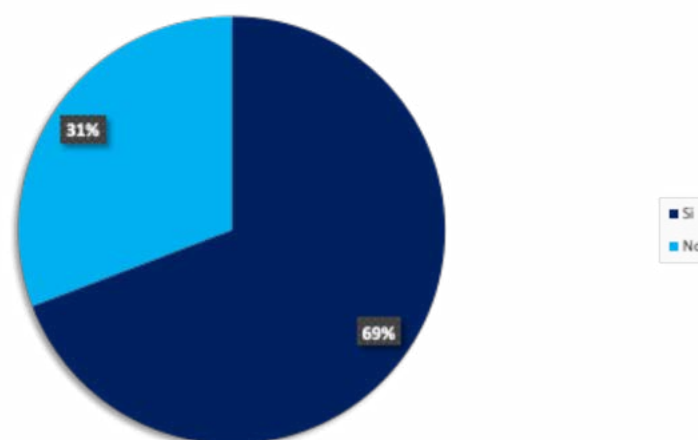
En conclusión, se puede observar que más del 20% lleva activo en el mercado alrededor de 1 año, que un 15% están dentro de los 3 años en el mercado y que solo un emprendimiento lleva 5 años activo. Se puede observar que la mayoría se encuentra por debajo de los 3 años dentro del mercado, así que se podría concluir que la mayoría de emprendimientos son emergentes (77%) frente a una minoría que vendrían a ser marcas ya posicionados (23%); siendo una única marca con alrededor de 40 años en el mercado, más con 6 años bajo la actual gerencia. La marca en cuestión se trata de un emprendimiento familiar dedicado a la artesanía, que se potencia como emprendimiento de diseño a partir del año 2015.

Al notar que existen 2 categorías de emprendimientos: emergentes y establecidos, se dividirá la revista en esas dos secciones con relación a la categoría emprendimientos para establecer una diferenciación de los mismos.

Implementación de un plan de comunicación y difusión en los emprendimientos y apertura de los emprendimientos para trabajar en el proyecto.

A continuación se pueden ver los datos de las marcas o emprendimientos que utilizan un plan de comunicación para promocionar y difundir su emprendimiento. De un total de 54 marcas, solo 36 (69,2%) de ellas utilizan un plan de comunicación.

Figura 84. *Porcentajes de marcas/emprendimientos que tienen un plan de comunicación*



Nota. Elaboración propia

Solo a aquellas marcas o emprendimientos que utilizan un plan de comunicación (36 marcas) se les permitió continuar con el formulario para así, finalmente, obtener que el 97,2% (35) de los encuestados estuvo dispuesto a proporcionar información acerca de su marca/última colección/diseño para hacerlo parte de una revista ilustrada en la que se difundan y promocionen marcas de indumentaria del medio local que sería resultado de este proyecto de graduación.

A los 35 emprendimientos que han sido preseleccionados, así como a una segunda muestra de marcas de diseño de indumentaria establecidas en el medio local, se les aplicó una nueva encuesta para conocer más a profundidad cuáles son estos aspectos de comunicación y difusión que manejan para sus negocios (véase anexo #4) con la finalidad de obtener información de utilidad para poder seleccionar definitivamente con qué marcas se trabajará en la revista ilustrada.

3.1.2.- Análisis de los aspectos de promoción y difusión de emprendimientos y marcas de diseño de indumentaria en la ciudad de Cuenca.

Como se menciona anteriormente, a las 35 marcas y emprendimientos seleccionados se les aplicó una nueva encuesta enfocada en sus aspectos de promoción y difusión. Fueron dos diferentes formularios, un formulario para las marcas establecidas y otro para los emprendimientos. De los 35 formularios enviados en total, se obtuvieron respuestas de 9 marcas establecidas y 14 emprendimientos, un total de 23 respuestas.

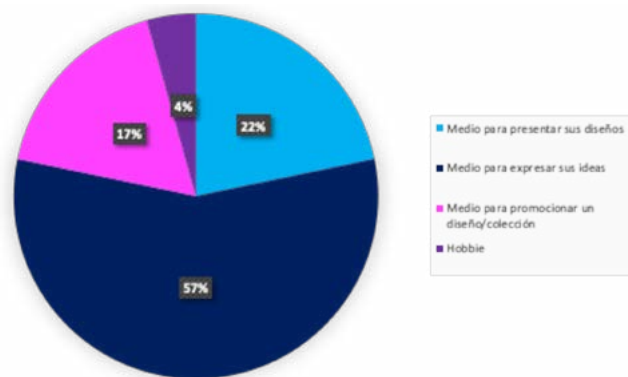
La encuesta aplicada (véase anexo # 4) tenía dos partes, la primera acerca de la ilustración de moda y la segunda enfocada netamente en aspectos de promoción y difusión. A continuación se muestran los resultados.

3.1.2.1.- Ilustración de moda en la promoción y difusión

Para percibir como ven a la ilustración de moda los y las diseñadoras de moda en Cuenca, se les preguntó qué es para ellos la ilustración de moda, además también se les preguntó si han utilizado la ilustración para promocionar o difundir los diseños de sus marcas o emprendimientos. A continuación se muestran los resultados.

¿Qué es para usted la ilustración de moda?

Figura 85. Porcentajes de cómo se ve a la ilustración de moda

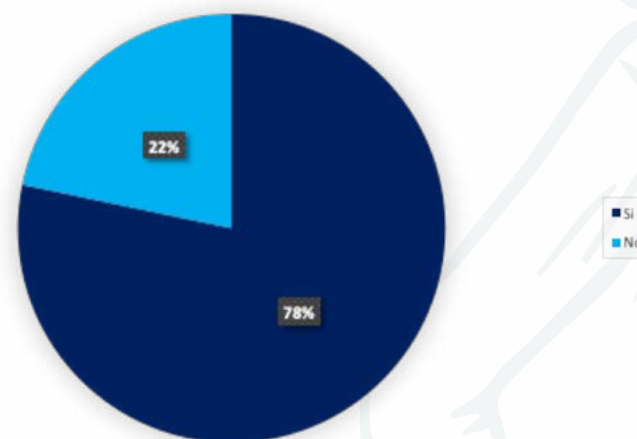


Nota. Elaboración propia

La mayoría de diseñadores (13 diseñadores, un 57%) la considera como un medio para expresar sus ideas y el 17%, es decir, cuatro diseñadores la ven como un medio para promocionar un diseño o colección. Se puede concluir que en su mayoría, los ilustradores utilizan la ilustración de moda como una herramienta para expresar sus ideas y presentar sus diseños, evidenciando un desaprovechamiento de la disciplina como herramienta de promoción y difusión, lo que resulta favorable para este proyecto de graduación.

¿Ha utilizado usted la ilustración de moda para promocionar o difundir los diseños de su emprendimiento/marca?

Figura 86. Porcentajes de marcas que han utilizado la ilustración de moda para promocionar o difundir sus diseños



Nota. Elaboración propia

Se puede observar que de las 23 marcas y emprendimientos a los que se les preguntó; el 78%, es decir, 18 marcas ya han utilizado la ilustración de moda para promocionar o difundir sus diseños. Este resultado resulta favorable para esta investigación ya que se puede constatar que la ilustración si es utilizada como una herramienta para promocionar y difundir.

Los datos de estas dos preguntas resultan relevantes para esta investigación ya que se busca que a través del resultado final de este proyecto, la ilustración de moda sea considerada, por más diseñadores, como un medio para promocionar un diseño o colección.

Dentro de la encuesta realizada otra de las preguntas claves, para segregar aún más las marcas y emprendimientos para trabajar en este proyecto, fue que si estarían interesadas en promocionar y difundir su marca y emprendimiento en una revista ilustrada en la que se difundan y promocionen marcas de diseño de indumentaria del medio local. De esta manera se obtuvo una respuesta positiva de 7 marcas establecidas y 14 emprendimientos que les interesaría participar. A continuación se muestran los resultados considerando esta segregación.

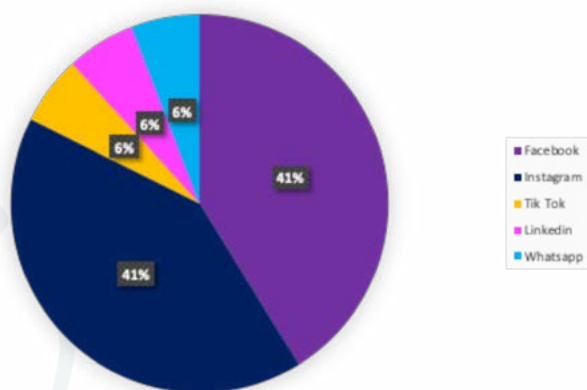
3.1.2.2.- Investigación acerca de promoción y difusión en marcas establecidas de diseño de indumentaria

Para poder analizar la promoción y difusión en marcas establecidas se consideraron algunos aspectos que estarán detallados posteriormente en fichas informativas por marca. Sin embargo, a continuación se presentan los datos que han permitido analizar el plan de comunicación de las marcas en general para promocionar y difundir sus diseños.

Plataformas digitales para la promoción y difusión

De las 7 marcas establecidas se obtuvo que el 100% de ellas utiliza plataformas digitales para la promoción y difusión.

Figura 87. Porcentajes de plataformas digitales utilizadas para promocionar por marcas establecidas

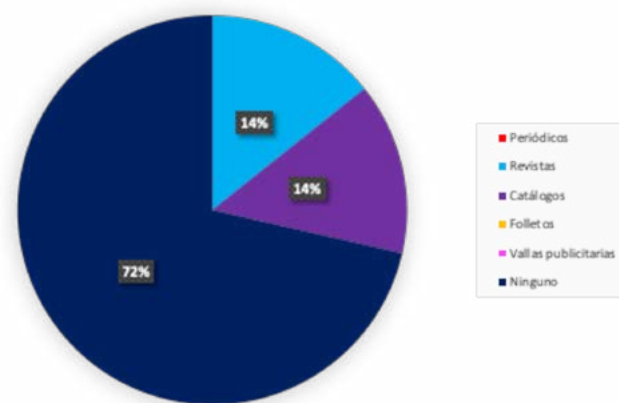


Nota. Elaboración propia

Se pudo observar que dentro de las plataformas más utilizadas por estas marcas están Facebook e Instagram con un resultado del 41%. Sin embargo las menos utilizadas fueron Google Ads y Twitter con un resultado del 0%. En conclusión, las plataformas Facebook e Instagram resultan favorables para la promoción y difusión del resultado de este proyecto de graduación.

Medios impresos para promocionar y difundir

Figura 88. Porcentajes de medios impresos utilizados por marcas establecidas para promocionar y difundir

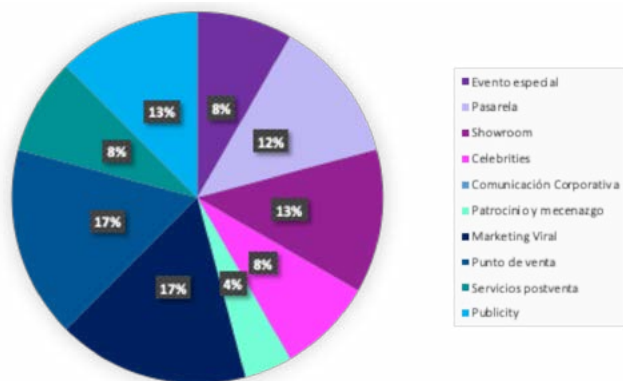


Nota. Elaboración propia

Se pudo obtener que la mayoría de marcas, un 72% (5 marcas), no utilizan ningún tipo de medio impreso para promocionar o difundir sus diseños. Sin embargo, se obtuvo que una marca si utiliza revistas mientras que otra, catálogos. Estos datos son relevantes ya que han permitido determinar que no es positivo difundir el proyecto a través de medios impresos.

Herramientas para promocionar

Figura 89. Porcentajes de herramientas utilizadas por marcas establecidas para promocionar



Nota. Elaboración propia

Se pudo observar que dentro de las herramientas más utilizadas por estas marcas están el marketing viral y el punto de venta con un resultado del 17% respectivamente. A estos datos le siguen herramientas como el showroom y el publicity, en tercer lugar está la pasarela; en quinto lugar, las celebrities, el evento especial y los servicios postventa; y finalmente, patrocinio y mecenazgo. Sin embargo la herramienta menos utilizada es la comunicación corporativa con datos del 0%.

En conclusión, la revista resultado de este proyecto se va a promocionar a través de marketing viral por medio de redes sociales y la creación de la página web; así como también a través del publicity por medio de periódicos locales, entrevistas y contenido mediático en plataformas de moda. También un punto clave para promocionar la revista serán las celebrities, invitando a los diseñadores de las marcas, periodistas, bloggers, diseñadores de moda y docentes de la academia a una exposición de las ilustraciones de las marcas.

Fichas informativas de promoción y difusión

Para hacer un análisis a profundidad de cada marca establecida se consideraron algunos aspectos generales de la marca como tipo de producto que realizan, universo del vestir, misión, visión, entre otros. Los resultados de estos aspectos así como los aspectos de promoción y difusión se encuentran detallados a continuación en fichas de cada marca establecida.

Figura 90. Ficha de información de la marca DP Diego Peña

MARCA/EMPREDIMIENTO:

DP Diego Peña

Diseñador/a:
Diego Fernando León Peña

[@diegopenatailoredsuits](#) [DP Designers Store](#)

<p>Tiempo en el mercado 15 años</p> <p>Target Target medio-alto Alto</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Universo del vestir Formal</p> <p>Contexto en el que se comercializa Local, nacional e internacional</p> <p>Misión Completar proceso productivo para complacer la necesidad del cliente</p> <p>Visión Mostrar piezas conceptuales exclusivas con el plus diferenciador, teniendo rasgos locales y detalles artesanales que destaquen en el producto final</p> <p>Mensaje que quiere transmitir La exclusividad y el detalle expresado de manera moderna y artesanal con un concepto que destaque ante lo común</p> <p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección 10 - 20 outfits</p>	<p>Plan de comunicación</p> <p>Producciones Audiovisuales que vayan con el concepto de la colección o línea a lanzarse, photoShoots y producciones editoriales a nivel local y nacional, top trending con influencers y manejo de marca</p> <p>Objetivo Llegar a nuevos potenciales clientes, que se escuche y vea el nombre y logo, que destaque en reportajes y que los clientes regresen</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;"> <p>Plataformas digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Tik Tok LinkedIn Whatsapp <p>Medios Impresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Revistas </td> <td style="width: 50%;"> <p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> Evento especial Pasarela Showrooms Celebrities Patrocinio y mecenazgo Marketing viral Punto de venta Publicity </td> </tr> </table> <p>Alcances y resultados</p> <p>Portadas de revistas, reportajes en periódicos locales, nacionales e Internacionales, publireportajes a nivel nacional e internacional, publicaciones en revistas y libros, eventos, premios en eventos nacionales e internacionales, fashionweeks invitacionales, jurado, auspiciante, patrocinador, reinados de belleza, celebrities, influencers famosos, etc</p>	<p>Plataformas digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Tik Tok LinkedIn Whatsapp <p>Medios Impresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Revistas 	<p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> Evento especial Pasarela Showrooms Celebrities Patrocinio y mecenazgo Marketing viral Punto de venta Publicity
<p>Plataformas digitales</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook Instagram Tik Tok LinkedIn Whatsapp <p>Medios Impresos</p> <ul style="list-style-type: none"> Revistas 	<p>Herramientas</p> <ul style="list-style-type: none"> Evento especial Pasarela Showrooms Celebrities Patrocinio y mecenazgo Marketing viral Punto de venta Publicity 		

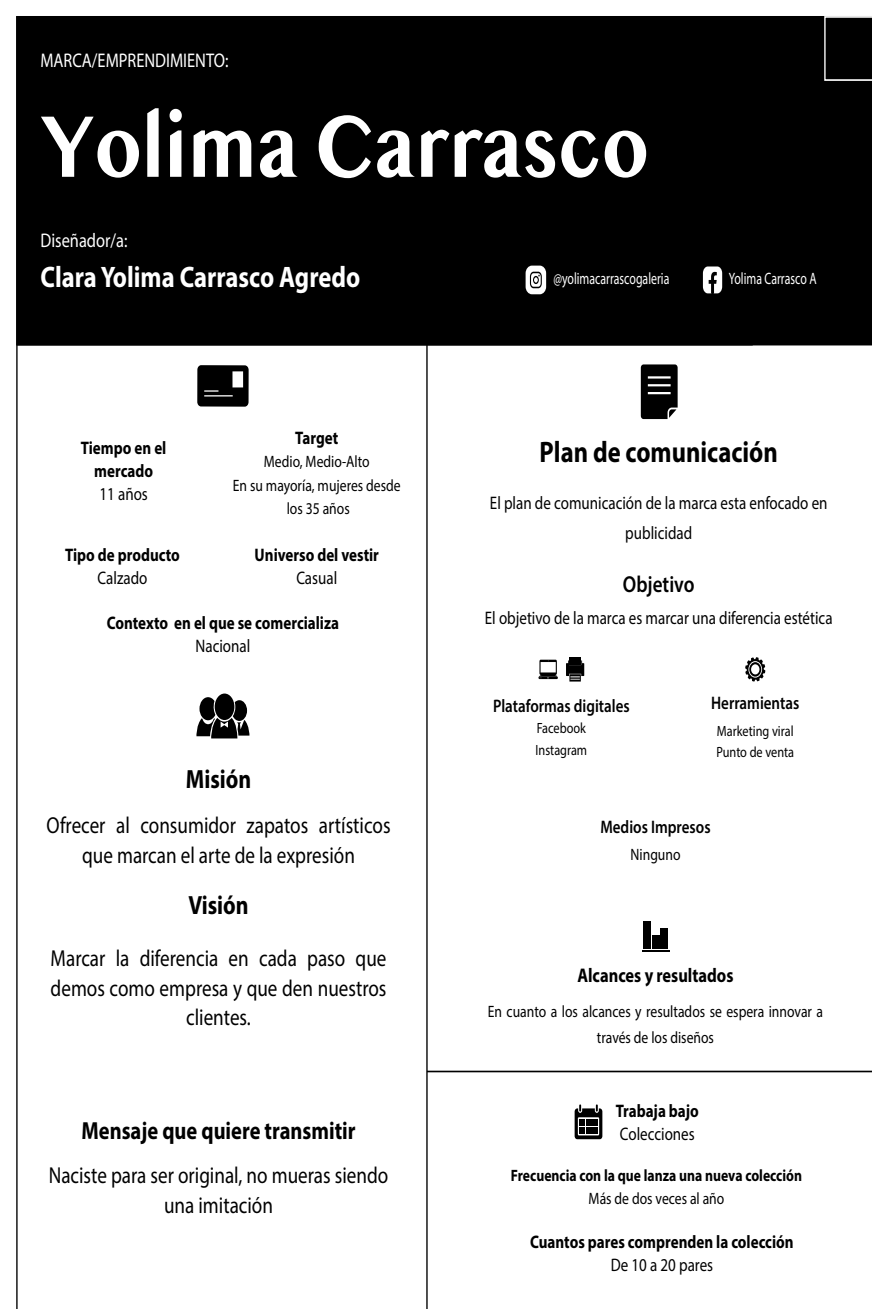
Nota. Elaboración Propia.

Figura 91. Ficha de información de la marca Silvia Zeas



Nota. Elaboración propia.

Figura 92. Ficha de información de la marca Yolima Carrasco



Nota. Elaboración propia.

Figura 93. Ficha de información de la marca Maku Artesanía

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:

Maku Artesanía

Diseñador/a:
Valeria Melissa Farfán Cárdenas

@makuartesania Maku Artesanía

<p>Tiempo en el mercado 40 años en el mercado 6 años bajo la gerencia actual</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa Nacional</p> <p>Misión Somos una empresa dedicada a la artesanía del bordado a mano, conservando así la tradición de década en década sin perder el arte.</p> <p>Visión Ser una empresa que brinda arte, cultura en sus prendas de vestir, con una gran variedad de diseño. Llegando así a internacionalizar la artesanía de nuestro país.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir La Artesanía, el arte y el diseño en nuestro país es de excelente calidad que somos capaces de llegar muy lejos y dejar muy en alto nuestro país.</p>	<p>Target Mujeres desde los 20 años</p> <p>Universe del vestir Artesanal - bordado a mano</p> <h2 style="text-align: center;">Plan de comunicación</h2> <p>Redes sociales para promocionar la marca, en especial Facebook e Instagram.</p> <p>Objetivo Que adquieran mi prenda y que valoren más una Artesanía, no por ser hecho a mano, tiene que ser menospreciado.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram</p> <p>Herramientas Punto de venta Servicios Postventa</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Satisfactorios, no en su totalidad pero sobre un 100%, un 70% satisfactorio.</p>	<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección 10 - 20 outfits</p>
---	--	---

Nota. Elaboración propia.

Figura 94. Ficha de información de la marca Barreto

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:

Barreto

Diseñador/a:
Barreto Juan & Becerra Carolina

@barretoatelier Barreto

<p>Tiempo en el mercado 2 años en el mercado ecuatoriano, 6 años como marca</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa Internacional</p> <p>Misión Barreto ofrece a su mercado calidad y concepto urbano en cada una de sus colecciones así como la libertad de poder convertir sus prendas en una idea versátil de uso</p> <p>Visión Ser un referente internacional del streetwear, a través del cumplimiento de nuestros valores para llegar a ser líderes en el mercado actual.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Barreto es un medio de expresión urbana, subjetivizan el lujo y el estilo con colecciones que disruptan en la moda.</p>	<p>Target Hombres y mujeres 16-26 años (B+)</p> <p>Universe del vestir Sportswear</p> <h2 style="text-align: center;">Plan de comunicación</h2> <p>El negocio es 100% online por lo que utilizan 100% redes sociales como medio de comunicación.</p> <p>Objetivo Poder tener un público internacional más directo, confiando en que a través de la venta online se puede lograr.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram Tik Tok</p> <p>Herramientas Celebrities Marketing viral Publicity</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Barreto ha logrado posicionarse en un mercado ecuatoriano en muy poco tiempo y han logrado alcanzar un mercado internacional que en su mayoría son artistas de renombre.</p>	<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección Más de 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección 10 - 20 outfits</p>
---	--	--

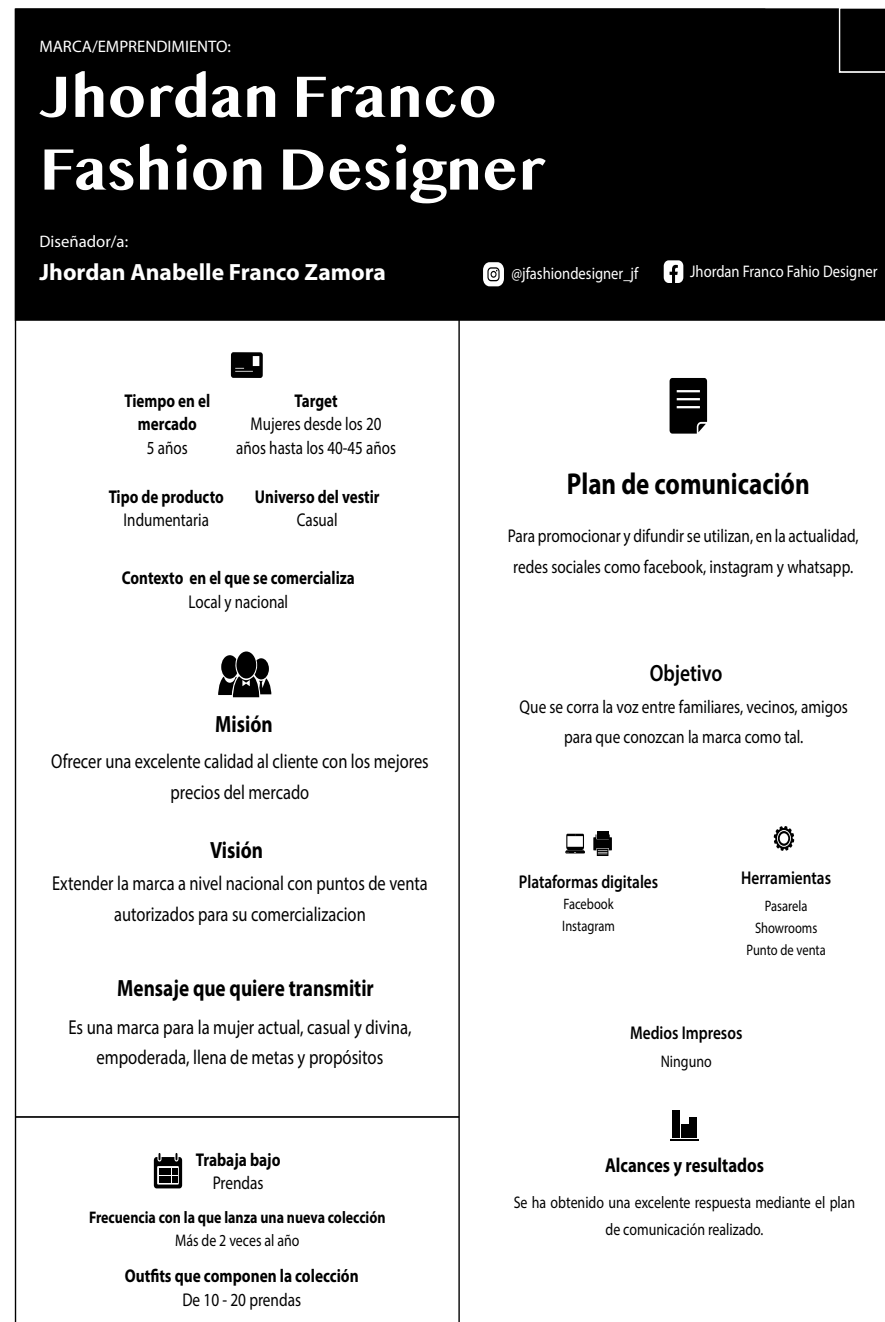
Nota. Elaboración propia.

Figura 95. Ficha de información de la marca Carolina Meneses



Nota. Elaboración propia.

Figura 96. Ficha de información de la marca Jhordan Franco



Nota. Elaboración propia.

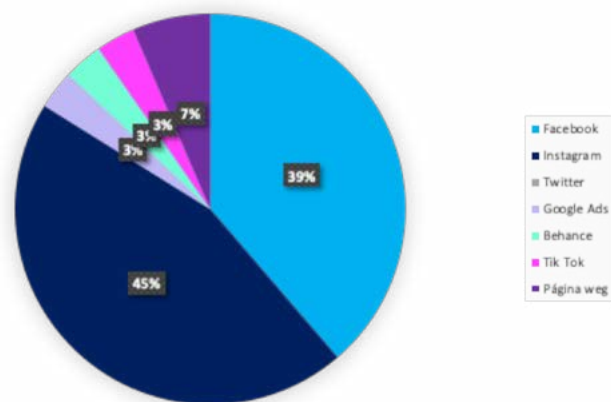
3.1.2.3.- Investigación acerca de promoción y difusión en emprendimientos de diseño de indumentaria

Para poder analizar la promoción y difusión en emprendimientos se consideraron algunos aspectos que estarán detallados posteriormente en fichas informativas por marca. Sin embargo, a continuación se presentan los datos que han permitido analizar el plan de comunicación de los emprendimientos para promocionar y difundir sus diseños.

Plataformas digitales para la promoción y difusión

De los 14 emprendimientos se obtuvo que el 100% de ellas utiliza plataformas digitales para la promoción y difusión.

Figura 97. Porcentajes de plataformas digitales utilizadas para promocionar por emprendimientos

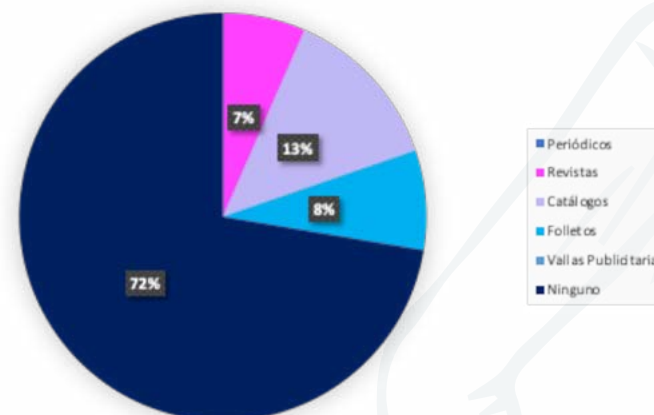


Nota. Elaboración propia.

Se pudo observar que dentro de la plataforma más utilizada es Instagram con un 45% seguida por Facebook con un 39%. Un dato importante recopilado es que dos de las marcas cuentan con su propia página web. Sin embargo las menos utilizada es Twitter con un resultado del 0%. En conclusión, las plataformas Facebook e Instagram resultan favorables (al igual que las en las marcas establecidas) para la promoción y difusión del resultado de este proyecto de graduación.

Medios impresos para promocionar y difundir

Figura 98. Porcentajes de medios impresos utilizados por emprendimientos para promocionar y difundir

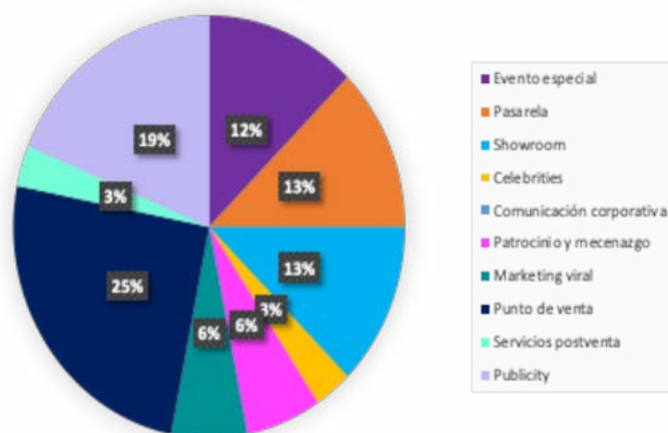


Nota. Elaboración propia.

Se pudo obtener que la mayoría de emprendimientos, un 72% (11 emprendimientos), no utilizan ningún tipo de medio impreso para promocionar o difundir sus diseños. Este dato se considera relevante para esta investigación ya que ha permitido decidir que la revista, resultado de esta investigación, será a nivel digital. Sin embargo, se obtuvo que una marca si utiliza revistas mientras que otras dos, catálogos.

Herramientas para promocionar

Figura 99. Porcentajes de herramientas utilizadas por emprendimientos para promocionar



Nota. Elaboración propia

Se pudo observar que dentro de las herramientas más utilizadas por estas marcas están el evento especial y el Publicity con un resultado del 25% y el 19% respectivamente. A estos datos le siguen herramientas como el showroom y la pasarela, en tercer lugar está el evento especial; en quinto lugar, el Patrocinio y mecenazgo así como el marketing viral; y finalmente, las celebrities y los servicios postventa. Sin embargo, la herramienta menos utilizada es la comunicación Corporativa con datos del 0%. En conclusión, la revista resultado de este proyecto se va a promocionar a través de marketing viral por medio de redes sociales y la creación de la página web; así como también a través del publicity por medio de periódicos locales, entrevistas y contenido mediático en plataformas de moda. También un punto clave para promocionar la revista serán las celebrities, invitando a los diseñadores de las marcas, periodistas, bloggers, diseñadores de moda y docentes de la academia a una exposición de las ilustraciones de las marcas

Fichas informativas de promoción y difusión

Para hacer un análisis a profundidad de cada emprendimiento se consideraron algunos aspectos generales del emprendimiento como tipo de producto que realizan, universo del vestir, misión, visión, entre otros. Los resultados de estos aspectos así como los aspectos de promoción y difusión se encuentran detallados a continuación en fichas de cada emprendimiento.

Figura 100. Ficha de información de la marca emergente Plezier

MARCA/EMPRESA: **Plezier**

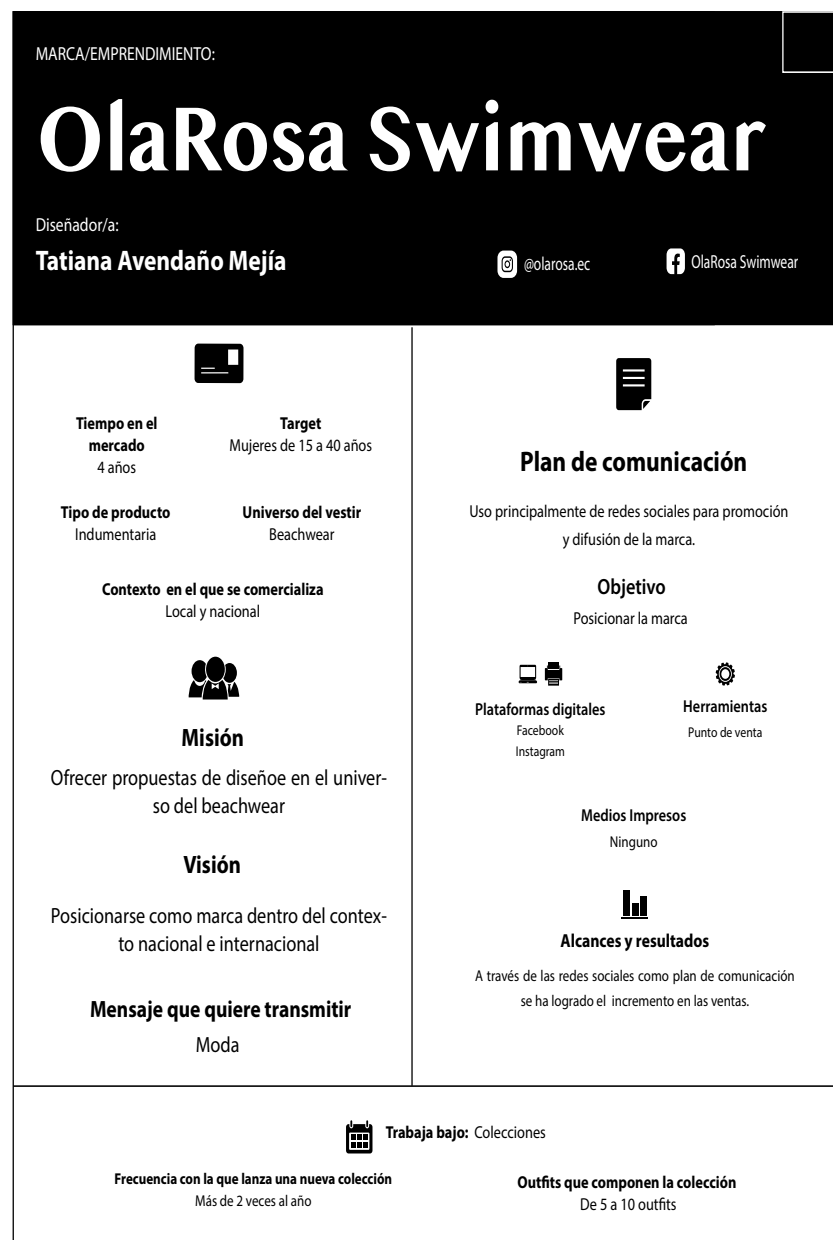
Diseñador/a: **Eyleen Astrid Ordóñez Jiménez**

@plezier_ec Plezier

<p>Tiempo en el mercado 3 años</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa Nacional</p> <p>Misión Brindar calidad y estilo</p> <p>Visión Ser una empresa reconocida a nivel nacional</p> <p>Mensaje que quiere transmitir El placer de verse y sentirse bien</p>	<p>Target Jóvenes Desde los 18 a 28 años</p> <p>Universo del vestir Casual</p> <p>Plan de comunicación Promoción y difusión de la marca a través de redes sociales</p> <p>Objetivo Dar a conocer el producto</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram</p> <p>Herramientas Evento especial Pasarela Publicity</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Buenos, ya que por redes sociales se ha podido llegar a más clientes.</p>
<p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección Más de 2 veces al año</p>	<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Outfits que componen la colección De 5 a 10 outfits</p>

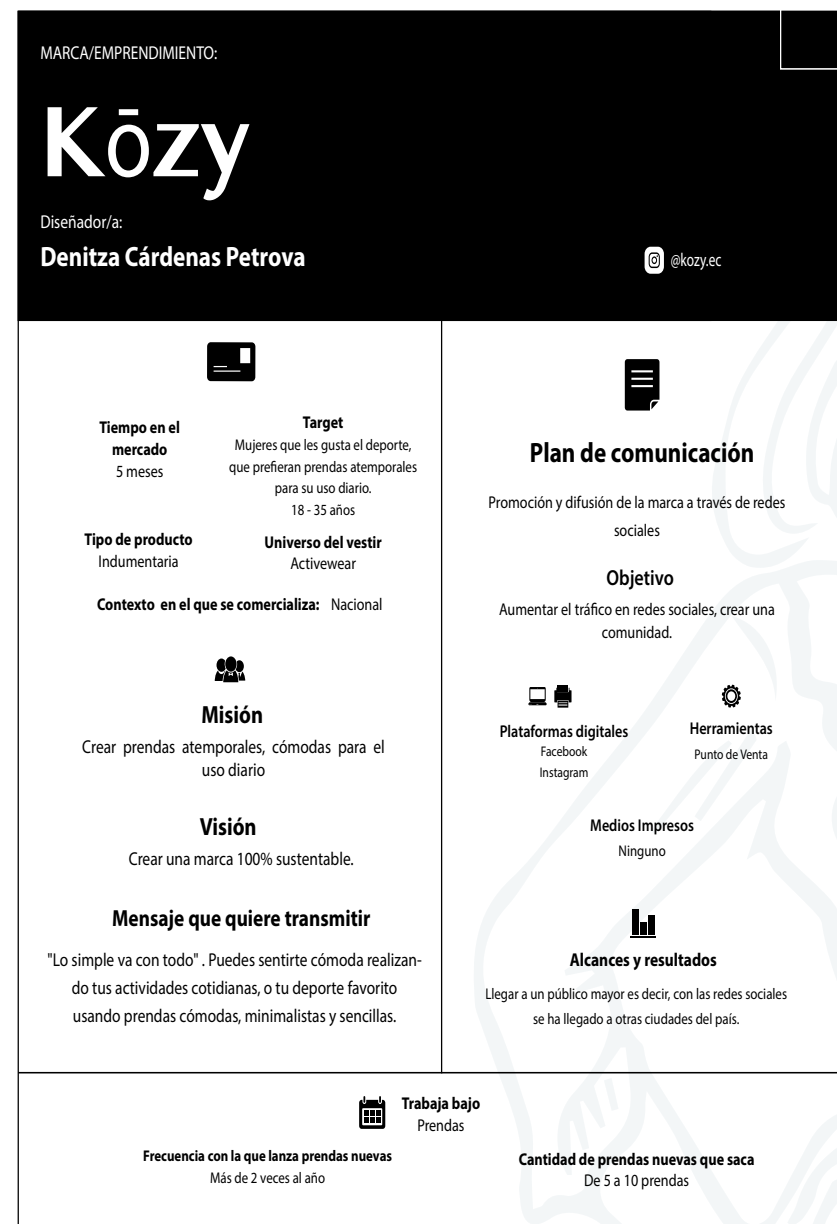
Nota. Elaboración propia.

Figura 101. Ficha de información de la marca emergente OlaRosa Swimwear



Nota. Elaboración propia.

Figura 102. Ficha de información de la marca emergente Suyana Moda



Nota. Elaboración propia.

Figura 103. Ficha de información de la marca emergente Kōzy

MARCA/EMPREDIMIENTO:

Suyana Moda

Diseñador/a:
Paola Andrea Pesántez Calle

suyanamoda Suyana MODA

<p>Tiempo en el mercado 4 años y seis meses</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa: Local</p> <p>Misión Crear diseños con identidad ecuatoriana a través de la reinterpretación de gráficas, formas, texturas y colores de la indumentaria y tejidos indígenas de la Sierra, aplicando criterios de sostenibilidad.</p> <p>Visión Un diseño sostenible, y responsable, sin que exista apropiación cultural de tejidos indígenas, cada diseño es una reinterpretación aplicando técnicas modernas y ancestrales.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir La identidad cultural y la sostenibilidad pueden ser usados en la vestimenta del día a día sin tener que ser monótono.</p>	<p>Plan de comunicación Publicaciones en redes sociales, promociones e intercambio de publicidad.</p> <p>Objetivo Expandir el mercado y generar conciencia acerca del diseño ecuatoriano.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram Behance</p> <p>Herramientas Pasarela Showroom Punto de venta</p> <p>Medios Impresos Catálogos</p> <p>Alcances y resultados Los alcances y resultados del plan de comunicación empleado han sido positivos.</p>	<p>Target Mujeres que toman riesgos al vestir con colores, estampados llamativos y detalles hechos a mano. 20 - 30 años</p> <p>Universo del vestir Casual</p>
<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección 10 - 20 outfits</p>		

Nota. Elaboración propia.

Figura 104. Ficha de información de la marca emergente Relevé Pirouette

MARCA/EMPREDIMIENTO:

Relevé Pirouette

Diseñador/a:
María Belén Vintimilla Rovalino

@relevepirouette Relevé Pirouette

<p>Tiempo en el mercado: 1 año</p> <p>Target Niños desde los 3 años, jóvenes y adultos que realicen movimientos y actividades artísticas con su cuerpo como: danza contemporánea, ballet clásico, yoga, patinaje artístico, Hip-hop, etc.</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Universo del vestir Sportswear</p> <p>Contexto en el que se comercializa: Local y nacional</p> <p>Misión Ser una empresa comercial dedicada al diseño, producción y venta de accesorios e indumentaria deportiva para niños, jóvenes y adultos, satisfacer el gusto de la clientela y a la vez proveer trabajo a otros diseñadores y creadores de cada prenda.</p> <p>Visión Nos proyectamos para ser una empresa reconocida a nivel nacional, manteniendo siempre nuestra calidad y precio justo y recíproco tanto para nuestra clientela como para nosotros.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Confort, confianza, amor propio</p>	<p>Plan de comunicación Redes sociales para promocionar la marca</p> <p>Objetivo Obtener mayor clientela y personas interesadas en mis productos. Darse a conocer en el medio como una marca que ofrece prendas únicas.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram</p> <p>Herramientas Evento especial Marketing viral Punto de venta</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Hemos hecho envíos a nivel nacional, y estamos importando diferentes productos de marcas reconocidas a nivel mundial, (zapatillas de ballet), que los bailarines pueden necesitar y antes no se conseguía en nuestra ciudad.</p>	
<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección Más de 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección De 10 a 20 outfits</p>		

Nota. Elaboración propia.

Figura 105. Ficha de información de la marca emergente Marial

MARCA/EMPRESA:

Marial

Diseñador/a:
María Paz Altamirano

@marial_estudiodemoda

<p>Tiempo en el mercado 1 año</p> <p>Target Mujeres</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Universo del vestir Casual</p> <p>Contexto en el que se comercializa A nivel local y nacional</p> <p>Misión Satisfacer la necesidad del cliente con nuestros diseños y asesoramiento</p> <p>Visión Llegar ha ser una marca conocida en el medio nacional e internacional que pueda cubrir la necesidad de cada uno de sus clientes con un trabajo de excelente calidad</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Feminidad, originalidad, exclusividad y un lugar donde encuentras lo que necesitas</p>	<p>Plan de comunicación La promoción y difusión a través de redes sociales.</p> <p>Objetivo El objetivo de la marca es obtener un mejor alcance para la marca</p> <p>Plataformas digitales Facebook e Instagram</p> <p>Herramientas Evento especial Pasarela Punto de venta</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados A través del plan de comunicación se han logrado altos resultados</p>
<p>Trabaja bajo: Prendas</p> <p>Frecuencia con la que saca nuevas prendas Más de dos veces al año</p> <p>Cantidad de prendas nuevas que saca De 10 a 20 prendas</p>	

Nota. Elaboración propia.

Figura 106. Ficha de información de la marca emergente Adriano

MARCA/EMPRESA:

Adriano

Diseñador/a:
Erick Adrián Guzmán Peralta

@adriano_ag Adriano/AG

<p>Tiempo en el mercado: 3 años</p> <p>Target Adriano esta dirigido a Mujeres un porcentaje del 30% y hombres el 70% entre edades desde los 18-50 años. a nivel Nacional</p> <p>Tipo de producto Calzado</p> <p>Universo del vestir Casual</p> <p>Contexto en el que se comercializa: Nacional</p> <p>Misión y Visión Adriano tiene con un claro compromiso de mejorar cada vez más nuestros productos y procesos con el objetivo de brindar a nuestros clientes moda, confort y exclusividad.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Exclusividad a precios justos</p>	<p>Plan de comunicación Promoción y difusión de la marca a través de pantallas led alrededor de la ciudad de Cuenca, redes sociales y tienda virtuales.</p> <p>Objetivo Primero atraer al cliente, luego que la venta sea rápida y eficiente.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram Google Ads Sitio Web</p> <p>Herramientas Showroom Punto de venta Publicity</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Los alcances y resultados con post pagados en redes sociales han sido de 56.000 personas como alcance y 8 compras confirmadas.</p>
<p>Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección Más de 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección Más de 30 pares</p>	



Nota. Elaboración propia.






Figura 107. Ficha de información de la marca emergente Mongui

MARCA/EMPRESA:

MONGUI

Diseñador/a:
Claudia Natalia Moncayo Guijarro

 @mongui_ec  Mongui

<p> Tiempo en el mercado: 2 años</p> <p>Target Mujeres de 25 - 35 años</p> <p>Tipo de producto Universo del vestir Indumentaria Casual</p> <p>Contexto en el que se comercializa: Local y nacional</p> <p> Misión Somos una marca cuencana que en nuestro corto tiempo hemos logrado tener presencia en diferentes puntos de venta en ciudades diferentes del país y venta y asesoría de imagen a domicilio. Queremos incentivar a comprar local, somos una ciudad trabajadora y llena de talento.</p> <p>Visión Posicionarse como empresa a nivel local y nacional con sus diseños y productos en el ámbito textil y moda, apoyando a talleres locales que reflejan la calidad nacional que se encuentra en el medio. De manera que Mongui llegue a pertenecer al día a día de cada uno, expandiendo su mercado y teniendo diferentes líneas de trabajo.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir No importa en la situación en la que estés, siéntete segura de ti misma y de todo el éxito que puedes llegar a tener, empoderate de tu vida. No necesitas tener un traje para ello, día a día lo haces y tu ropa te acompaña a cada momento, queremos ser parte de ti y juntas lograrlo. Somos mujeres diseñando y confeccionando prendas de vestir para otras mujeres con espíritu de empoderamiento y que no tienen miedo a mostrar su estilo.</p>	<p> Plan de comunicación Difusión del stock disponible en el taller y en los diferentes puntos de venta mediante redes sociales, especialmente Instagram.</p> <p>Objetivo Dar a conocer la marca y sus productos para concretar ventas.</p> <p> Plataformas digitales  Herramientas Facebook Punto de venta Instagram Publicity</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p> Alcances y resultados Los alcances y resultados han sido muy buenos</p> <p> Trabaja bajo Prendas</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección Más de 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección De 5 a 10 prendas</p>
--	--

Nota. Elaboración propia.

Figura 108. Ficha de información de la marca emergente Cannelle

MARCA/EMPRESA:

Cannelle

Diseñador/a:
Claudia Marina Iñiguez Dávila

 @cannelle_ec  Cannelle

<p> Tiempo en el mercado: 2 meses</p> <p>Target Mujeres</p> <p>Tipo de producto Universo del vestir Indumentaria Underwear</p> <p>Contexto en el que se comercializa: Local y nacional</p> <p> Misión Queremos que con nuestra marca la mujer se sienta segura de sí misma. Nuestras piezas son creadas y pensadas para que las acompañen en su día a día, al ofrecer prendas auténticas y funcionales.</p> <p>Visión Queremos que la marca sea reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad de productos que diseñamos y fabricamos.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Que la mujer vista para expresarse a través de nuestras prendas, pero sobretodo se sienta segura de sí misma, que acepte y ame su cuerpo.</p> <p> Trabaja bajo Colecciones</p> <p>Frecuencia con la que lanza una nueva colección 2 veces al año</p> <p>Outfits que componen la colección De 10 a 20 outfits</p>	<p> Plan de comunicación El plan de comunicación se basa en contenido visual en redes sociales</p> <p>Objetivo Lograr un impacto en más gente, y así más personas conozcan la marca</p> <p> Plataformas digitales  Herramientas Facebook Showroom Instagram</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p> Alcances y resultados Se ha logrado que la marca sea conocida en diferentes partes del país.</p>
---	---

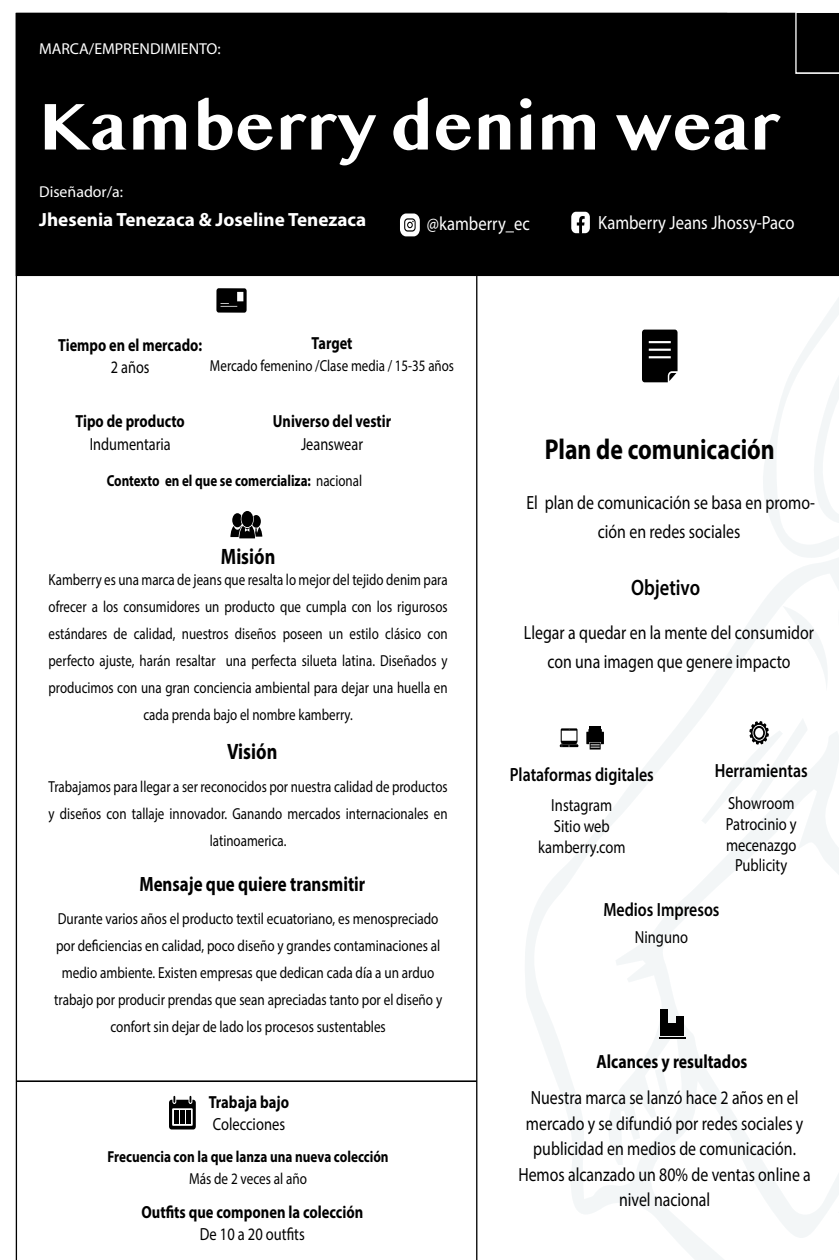
Nota. Elaboración propia.

Figura 109. Ficha de información de la marca emergente Palu



Nota. Elaboración propia.

Figura 110. Ficha de información de la marca emergente Kamberry Denim Wear



Nota. Elaboración propia.

Figura 111. Ficha de información de la marca emergente Original IKAT

MARCA/EMPRENDIMIENTO:

Original IKAT

Diseñador/a:
Ismael Jiménez

@original_ikat Original IKAT

<p>Tiempo en el mercado 4 años</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa Local, nacional e internacional</p> <p>Misión Rescatar la técnica IKAT por medio de prendas streetwear, dar a conocer la artesanía elaborada a mano.</p> <p>Visión Generar fuentes de trabajo a nuestros artesanos para no perder la cultura y la técnica del IKAT fomentando a los jóvenes a que aprendan.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir El valor del tejido a mano</p>	<p>Plan de comunicación El plan de comunicación del emprendimiento se enfoca en las redes Sociales</p> <p>Objetivo El objetivo de es dar a conocer más nuestro producto a más ciudades</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram</p> <p>Herramientas Pasarela Celebrities Servicios postventa</p> <p>Medios Impresos Revistas</p> <p>Alcances y resultados Los alcances y resultados obtenidos han sido buenos.</p> <p>Trabaja bajo Prendas</p> <p>Frecuencia con la que lanza nuevas prendas Más de dos veces al año</p> <p>Cuántas prendas nuevas saca 5 a 10 prendas</p>
---	--

Nota. Elaboración propia.

Figura 112. Ficha de información de la marca emergente Matusha

MARCA/EMPRENDIMIENTO:

Matusha

Diseñador/a:
Mónica Melissa Morales Crespo

@matusha.ec MATUSHA Diseño de modas

<p>Tiempo en el mercado 2 años</p> <p>Tipo de producto Indumentaria</p> <p>Contexto en el que se comercializa Local</p> <p>Misión Crear prendas de excelente calidad y duraderas. Vender al Ecuador y fuera del país.</p> <p>Visión Que los clientes prefieran mi producto antes que el extranjero.</p> <p>Mensaje que quiere transmitir Que hombres y mujeres trabajen por salud mental, emocional y física. Lo que eres en tu interior se refleja en el exterior.</p> <p>Frecuencia con la que lanza nuevas prendas Cada 2 meses aproximadamente</p>	<p>Target Hombres y mujeres deportistas que cuidan su cuerpo y apariencia</p> <p>Universo del vestir Activewear</p> <p>Plan de comunicación Mostrar un cuerpo saludable que luce mis prendas. ¡Un cuerpo trabajando siempre se verá bien! Uno trabaja por su salud, el buen físico viene por añadidura y te hace sentir mucho mejor.</p> <p>Objetivo Mostrar mujeres bellas (siendo bellas: sanas, fuertes, determinadas, enfocadas en cuidar su cuerpo) para que las mujeres se motiven y usen las prendas que usan dichas mujeres.</p> <p>Plataformas digitales Facebook Instagram</p> <p>Herramientas Punto de venta Publicity</p> <p>Medios Impresos Ninguno</p> <p>Alcances y resultados Bajos, no dedico mucho tiempo a la promocion. Soy conciente de la importancia pero actualmente me dedico 80% a la produccion 20% a publicidad.</p>	<p>Trabaja bajo: Prendas</p> <p>Cuántas prendas nuevas saca 5 a 10 prendas</p>
---	--	--

Nota. Elaboración propia.

3.1.2.4.- Datos generales

Se pudo determinar también que la mayoría de marcas establecidas distribuyen sus productos a nivel nacional y local siendo estas un 77,8% y un 55,6% respectivamente. Por otro lado, en cuanto a los emprendimientos, se puede ver de la misma manera que la mayoría se distribuyen a nivel nacional y a nivel local siendo un 71,4% y un 57,1% respectivamente. Estos datos resultan relevantes para este proyecto de graduación ya que brindan información acerca del target al que debería dirigirse la revista, que tendría un alcance local y nacional.

Con esta encuesta también se pudo determinar cuántas marcas y emprendimientos trabajan bajo prendas y colecciones; y cada cuánto sacan prendas o colecciones al mercado. Se determinó que de las 7 marcas establecidas, las 4 trabajan bajo prendas y 3 de ellas trabajan bajo colecciones. De aquellas que trabajan bajo colecciones se determinó que un 50% saca una colección dos veces al año y el otro 50% más de dos veces al año. Se obtuvo que de estas colecciones todas están compuestas por 10-20 outfits.

Por otro lado, de aquellas marcas establecidas que trabajan bajo prendas se determinó que un 66,7% saca prendas nuevas más de dos veces al año, mientras que un 33,3% saca prendas nuevas tres veces al mes. En cuanto a estos datos, un 66,7% de las marcas sacan entre 5 a 10 prendas nuevas; mientras que un 33,3% de las marcas sacan entre 10 a 20 prendas nuevas.

Estos datos son relevantes para este proyecto ya que permitieron que por marca se realizarían de 2 a 3 ilustraciones para la revista ya que tanto el número de outfits como el número de prendas por marca es un número elevado.

Se determinó que de las 14 marcas emergentes, las 5 trabajan bajo prendas y 9 de ellas trabajan bajo colecciones. De aquellas que trabajan bajo colecciones se determinó que un 77,8% saca una colección más de dos veces al año y el 22,2% dos veces al año. Se obtuvo que de estas colecciones un 44,4% están compuestas de 10 a 20 outfits; un 33,3% de 5 a 10 outfits; un 11,1% de 20 a 30 outfits; y finalmente, un 11,1% con más de 30 outfits.

Por otro lado, de aquellas marcas emergentes que trabajan bajo prendas se determinó que un 80% saca prendas nuevas más de dos veces al año, mientras que un 20% saca prendas nuevas cada dos meses aproximadamente. En cuanto a estos datos, un 80% de las marcas sacan entre 5 a 10 prendas nuevas; mientras que un 20% de las marcas sacan entre 10 a 20 prendas nuevas.

Estos datos resultan relevantes para este proyecto de graduación ya que analizando la periodicidad con la que las marcas o emprendimientos sacan colecciones o prendas también se podría definir la periodicidad de la revista (resultado de este proyecto de graduación); así se lograría conectar con el público meta de estos emprendimientos o marcas de una manera más efectiva.

La información antes mencionada permitió decidir la periodicidad de las ediciones de la revista, basada en estos datos así como en factores como costos, tiempo de producción y tiempo de elaboración; sería una edición anual, considerando así también a la revista como un objeto coleccionable.

Conclusiones

Con base en este análisis, se concluye que existe un alto índice de estudiantes graduados en los años desde el 2015 al 2019 que cuentan con una marca o emprendimiento activo. Se puede decir que la mayoría de estas marcas establecidas o emergentes cuentan y manejan un plan de comunicación para posicionar, promocionar y difundir su trabajo.

Se pudo determinar que en su mayoría el plan de comunicación se basa en la promoción y difusión a través de redes sociales y plataformas digitales. Esto resulta un dato relevante para este proyecto de graduación ya que ha permitido determinar cuál es el medio más efectivo para llegar al público meta de las marcas establecidas y emergentes con las que se va a trabajar.

Un dato importante que se pudo determinar ha sido el si es conveniente el uso de medios impresos o solo digitales para este proyecto de graduación así como la utilización de las diversas herramientas de promoción o difusión determinando que la revista sera solamente a nivel digital así como que se promocionará y difundirá a través de marketing viral por medio de redes sociales y la creación de la página web; así como también a través del publicity por medio de periódicos locales, entrevistas y contenido mediático en plataformas de moda. También un punto clave para promocionar la revista serán las celebrities, invitando a personas reconocidas en el ámbito de la moda así como periodistas.

Se pudo evidenciar un desaprovechamiento de la ilustración de moda como herramienta para promocionar o difundir diseño; así como también el desaprovechamiento de herramientas de comunicación por parte de las marcas. El que las marcas establecidas o emergentes tengan bien definidos aspectos tales como: público meta, misión, visión y sobre todo un plan de comunicación; lograrán un mejor posicionamiento de las mismas así como una comunicación efectiva ya sea a nivel físico o digital.

A continuación, tomando en cuenta los resultados de este análisis, se aplicarán estilos y técnicas de ilustración de moda para promocionar y difundir los diseños de las marcas seleccionadas tanto establecidas como emergentes.



K. SAMANIEGO.C. / 2021

COPIE sketcher 601 WATERBASE MARKER
111338-005190

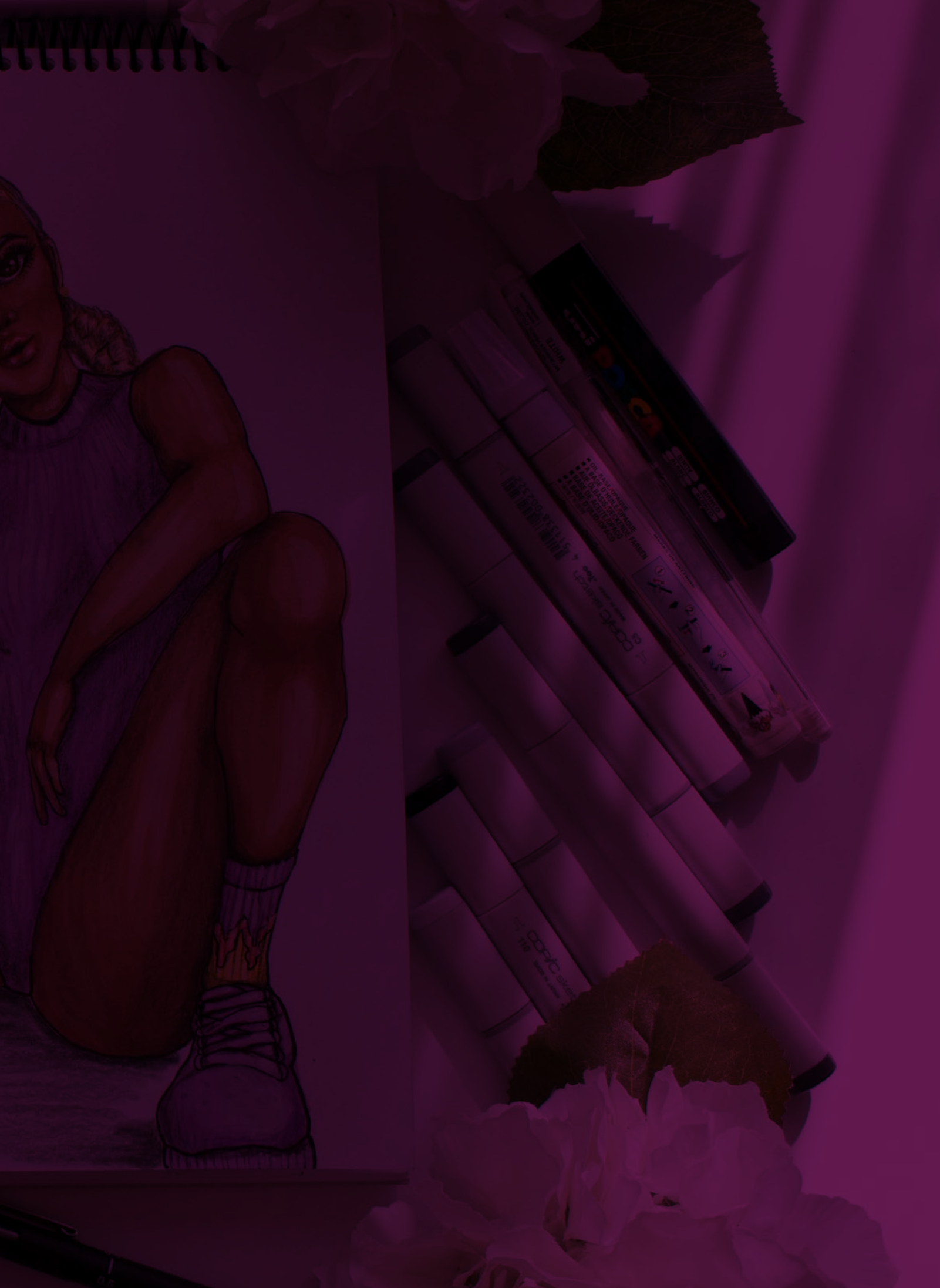
COPIE sketcher 601 WATERBASE MARKER
111338-005200

COPIE sketcher 601 WATERBASE MARKER
111338-005190

uni
PO-CQ
uni

uni
PO-CQ
uni

uni
PO-CQ
uni



04 | Capítulo



Contenidos

4.- APLICACIÓN DE ESTILOS Y TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN DE MODA A MARCAS DE DISEÑO DE INDUMENTARIA LOCAL	93
4.1.- Ilustraciones de los diseños de las marcas emergentes o emprendimientos	94
4.2.- Ilustraciones de los diseños de las marcas establecidas	118
Conclusiones	151

4.- APLICACIÓN DE ESTILOS Y TÉCNICAS DE ILUSTRACIÓN DE MODA A MARCAS DE DISEÑO DE INDUMENTARIA LOCAL

Capítulo 04

Para este capítulo se contactó a un total de 20 marcas, 7 establecidas y 13 emergentes, dejando aparte a la marca Unapazreal debido a que no cumplía con el hecho de ser una marca de diseño de indumentaria sino un empendimiento de servicio tipo asesoría de imagen. Del contacto con estas 20 marcas se estableció una conexión con 14 de ellas para comenzar a trabajar en esta etapa de este proyecto de graduación.

Para las ilustraciones presentadas a continuación se optó por realizar entrevistas cortas a los diseñadores de cada marca para complementar la información brindada en las encuestas realizadas anteriormente.





Los datos de las entrevistas fueron recopilados y representados a través de fichas, las mismas que han servido como base para realizar las ilustraciones. Cada marca cuenta con aproximadamente de cinco a seis palabras claves las cuales están representadas a través del uso de determinados recursos gráficos, poses, cánones y en especial estilos de ilustración.

A continuación se muestra la ficha de cada marca y las respectivas ilustraciones. En la primera ficha de cada marca se encuentran de 5 a 6 palabras claves generales; sin embargo, en las fichas de cada diseño se encuentran palabras claves de esos diseños. Para realizar cada ilustración se han tomado en cuenta todas estas palabras clave.

Cada ilustración estará acompañada de una breve justificación de los estilos y técnicas escogidas para representar a la marca o empendimiento así como cada palabra clave. Cabe recalcar que todas las ilustraciones han sido realizadas por la misma autora tratando de aplicar diferentes estilos para comunicar, promocionar y difundir los diseños de las marcas seleccionadas.

4.1.- Ilustraciones de los diseños de las marcas emergentes o emprendimientos

Figura 113. Ficha de ilustración de la marca Suyana Moda

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Suyana Moda</h1> <p>Diseñador/a: Paola Andrea Pesántez Calle</p> <p style="text-align: right;">  @suyanamoda  Suyana MODA </p>	
📖 Palabras clave	📖 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Identidad - Comodidad - Técnicas - Materiales - Delicadeza 	<p>Diseño 1</p> 
📊 Estilos y técnicas de ilustración	<p>Diseño 2</p> 
<p>Estilos</p> <p>- Estilo psicológico: este estilo permite representar la palabra clave identidad a través del juego de proporciones del figurín.</p> <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <p>- Pasteles: a través del uso de pinceles de la aplicación se ha podido simular esta técnica.</p> <p>También se ha utilizado Adobe Illustrator para representar los materiales y diversas técnicas que maneja la marca en cada prenda de una manera más realista.</p>	<p>Diseño 3</p> 
👥 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>Se busca transmitir que las prendas son únicas y hechas a mano, así como que la identidad cultural es parte de lo que se es.</p>	


Nota. Elaboración propia

Figura 114. Ficha de ilustración #1 de la marca Suyana Moda

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
Suyana Moda		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Aya Sisa Prendas: chaqueta con flecos Palabras clave: tiras Inspiración: bordados de los tapices de Otavalo Cromática: colores vibrantes Materiales: lentejuelas, tiras Técnicas: tejido a crochet, bordado a mano</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, en especial la relación de la cabeza con el cuello; además se ha prestado mucha atención a las facciones del figurín. Esto permite representar la palabra clave identidad. Las palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín. La pose del figurín y la ilusión de movimiento han permitido representar la palabra clave tiras.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como la creación de pinceles que previamente fueron realizados con el programa Adobe Illustrator para generar texturas y representar los materiales de la manera más real posible. Para simular la técnica de pasteles que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza, se han utilizado las diferentes herramientas de la aplicación de sketchbook; también se utilizaron estas herramientas para dar luces y sombras suaves al figurín tratando de representar la palabra clave. Para esta ilustración se ha escogido un fondo neutro sin muchos detalles en el fondo ya que se busca que resalten los detalles de las prendas.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 115. Ficha de ilustración #2 de la marca Suyana Moda

MARCA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Suyana Moda</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: saco Palabras clave: colorido, fluido, romántico, texturas. Inspiración: Mama danza de Pujilí Cromática: colores vivos Materiales: lentejuelas Técnicas: upcycling, pintado a mano, bordado.</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, en especial la relación de la cabeza con el cuello; además se ha prestado mucha atención a las facciones del figurín. Esto permite representar la palabra clave identidad. Las palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín. La pose del figurín y la ilusión de movimiento en el cabello han permitido representar la palabra clave fluido.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como la creación de pinceles que previamente fueron realizados con el programa Adobe Illustrator para generar texturas y representar los materiales de la manera más real posible. Esto también ha permitido representar palabras clave como colorido.</p> <p>Para simular la técnica de pasteles que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza, se han utilizado las diferentes herramientas de la aplicación de sketchbook; también se utilizaron estas herramientas para dar luces y sombras suaves al figurín tratando de representar la palabra clave. Para esta ilustración se ha escogido un fondo neutro sin muchos detalles en el fondo ya que se busca que resalten los detalles de las prendas. Toda esta composición busca reflejar la palabra clave romántico.</p>		









Nota. Elaboración propia

Figura 116. Ficha de ilustración #3 de la marca Suyana Moda

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Suyana Moda</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: chaqueta con flecos Palabras clave: brillante Inspiración: mayores del pase del niño Cromática: morado, lila, tonos neutros Materiales: lentejuelas Técnicas: tejido, bordado a mano</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, en especial la relación de la cabeza con el cuello; además se ha prestado mucha atención a las facciones del figurín. Esto permite representar la palabra clave identidad. Las palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín. El manejo de luces y sombras, en especial en las texturas y el bordado han permitido representar la palabra clave brillante.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como la creación de pinceles que previamente fueron realizados con el programa Adobe Illustrator para generar texturas y representar los materiales de la manera más real posible. Para simular la técnica de pasteles que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza, se han utilizado las diferentes herramientas de la aplicación de sketchbook; también se utilizaron estas herramientas para dar luces y sombras suaves al figurín tratando de representar la palabra clave. Para esta ilustración se ha escogido un fondo neutro sin muchos detalles en el fondo ya que se busca que resalten los detalles de las prendas.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 117. Ficha de ilustración de la marca Kōzy

<p>MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:</p> <h1>Kōzy</h1> <p>Diseñador/a: Denitza Cárdenas Petrova</p> <p> @kozy.ec</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sencillo - Ejercicio - Versatilidad - Actitud - Empoderar 	<p> Diseños a ilustrar</p>
<p>Diseño 1</p> 	
<p>Diseño 2</p> 	
<p>Diseño 3</p> 	
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo digital: este estilo permite representar lo sencillo a través de contornos sólidos y líneas concisas, así como bloques de colores sólidos. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado softwares como Ilustrador y Sketchbook Pro. Se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en Sketchbook Pro para dar efectos de luz y sombra.</p>	
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>“Make it simple but significant”</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 118. Ficha de ilustración #1 de la marca Kōzy

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
Kōzy		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Primera Prendas: biker shorts y top Palabras clave: mujer empoderada, elegante, sencillo, actitud. Inspiración: N/A Cromática: tonos neutros, negro Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo digital que se ve representado en los figurines que llevan colores sólidos base. La simplificación de rasgos de este estilo de ilustración así como el estilo sintético permiten representar la palabra clave sencillo. La palabra clave ejercicio se ve representada a través del manejo de luces y sombras que da un efecto visual y resalta los músculos de los figurines.</p> <p>Las palabras clave empoderar, mujer empoderada y actitud se ven representadas a través de las poses de los figurines.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con los programas sketchbook e ilustrador. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para dar color, luces y sombras.</p> <p>Toda la composición en esta ilustración busca representar un conjunto de la marca utilizado de diferentes maneras y para diferentes ocasiones lo que representa una de las palabras claves: versatilidad. También el uso de un color sólido en el fondo permite resaltar los diseños y figurines representando la esencia de la marca: simple pero significativo.</p>		



Nota. Elaboración propia

Figura 119. Ficha de ilustración #2 de la marca Kōzy

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Kōzy</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: jogger, hoodie, top Palabras clave: simple, significativo, versátil Inspiración: N/A Cromática: tonos tierra Materiales: tela jaspeada Técnicas: N/A</p>		
<h3>Estilos y técnicas de ilustración de moda</h3>		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo digital que se ve representado en los figurines que llevan colores sólidos base. La simplificación de rasgos de este estilo de ilustración así como el estilo sintético permiten representar la palabra clave sencillo. La palabra clave ejercicio se ve representada a través del manejo de luces y sombras que da un efecto visual y resalta los músculos de los figurines.</p> <p>Las palabras clave empoderar y actitud se ven representadas a través de las poses de los figurines.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con los programas sketchbook e ilustrador. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para dar color, luces y sombras. Los rostros de los figurines llevan una simplificación de rasgos sin hacer tanto énfasis en ciertos detalles buscando representar lo simple.</p> <p>Toda la composición en esta ilustración busca representar un conjunto de la marca utilizado de diferentes maneras y para diferentes ocasiones lo que representa una de las palabras claves: versatilidad.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 120. Ficha de ilustración #3 de la marca Kōzy

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 3
Kōzy		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: pantalón y top Palabras clave: flojo, cómodo, soltura. Inspiración: pandemia, trabajo desde casa Cromática: tonos tierra y pasteles Materiales: alpaca viscosa Técnicas: tejido de punto</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo digital que se ve representado en los figurines que llevan colores sólidos base. La simplificación de rasgos de este estilo de ilustración así como el estilo sintético permiten representar la palabra clave sencillo. La palabra clave ejercicio se ve representada a través del manejo de luces y sombras que da un efecto visual y resalta los músculos de los figurines.</p> <p>Las palabras clave empoderar y actitud se ven representadas a través de la pose del figurín. El rostro y la pose del figurín buscan representar la palabra clave cómodo. El uso de luces y sombras en las prendas buscan evidenciar lo flojo y la soltura así como el movimiento. Esta es una ilustración realizada de manera digital con los programas sketchbook e ilustrador. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para dar color, luces y sombras.</p> <p>Toda la composición en esta ilustración busca representar un conjunto de la marca utilizado de diferentes maneras y para diferentes ocasiones lo que representa una de las palabras claves: versatilidad. También el uso de un color sólido en el fondo permite resaltar los diseños y figurines representando la esencia de la marca: simple pero significativo.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 121. Ficha de ilustración de la marca Relevé Pirouette

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Relevé Pirouette</h1>	
Diseñador/a: María Belén Vintimilla Roalino	
 @relevepirouette  Relevé Pirouette	
 Palabras clave	 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Artístico - Creatividad - Comodidad - Delicadeza - Baile 	Diseño 1 
 Estilos y técnicas de ilustración	Diseño 2 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo permite representar lo que busca el diseñador que es el romper con los estereotipos y cánones establecidos dentro de la disciplina del ballet. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo lo artístico y divertido. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acuarela: permite representar las prendas con un toque de delicadeza. - Lápiz de acuarela: permite delinear los dibujos dando la oportunidad a obtener una línea modulada difusa que marca levemente las siluetas de los figurines. 	Diseño 3 
 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>El diseño es un factor importante y distintivo de la marca, así como los movimientos que permiten sus prendas. Que se expresen a través de las ilustraciones la fusión entre el diseño, el arte y la moda.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 122. Ficha de ilustración #1 de la marca Relevé Pirouette

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
<h1>Relevé Pirouette</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Pastel Prendas: conjunto y leotardo Palabras clave: comfort, comodidad, movilidad, versatilidad Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. Las palabras clave comfort y comodidad se ven representadas a través de la expresión del rostro del figurín. La palabra versatilidad ha sido representada a través de los zapatos del figurín que simbolizan el que este conjunto se puede utilizar para ensayos como para la vida cotidiana. La pose del figurín es una pose y movimiento del ballet lo que representa la palabra clave baile.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada las palabras clave artístico y creatividad.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza. La ambientación con pinceles que simulan la salpicadura de pintura representan las palabras clave artístico y creatividad.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 123. Ficha de ilustración #2 de la marca Relevé Pirouette

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 2
<h1>Relevé Pirouette</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Alegre Prendas: leotardos Palabras clave: pegado al cuerpo, ajustado, divertido. Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: estampado</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. Las palabras clave pegado al cuerpo y ajustado se ven representadas a través de las poses de los figurines que resaltan la silueta. La pose del figurín es una pose y movimiento del ballet lo que representa la palabra clave baile.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada las palabras clave artístico y creatividad.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza. La ambientación con pinceles que simulan, en esta ilustración, varias salpicaduras de pintura, representan las palabras clave artístico, creatividad y divertido.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 124. Ficha de ilustración #3 de la marca Relevé Pirouette

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Relevé Pirouette</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Pastel Prendas: mamelucos y leotardos Palabras clave: flojo, cómodo, movimiento, elongación. Inspiración: no aplica Cromática: tonos pasteles Materiales: tela gruesa Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. La palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ven reflejadas las palabras clave artístico y creatividad.</p> <p>La pose del figurín es un movimiento del ballet lo que representa la palabra clave baile. Esta pose también permite representar las palabras claves flojo, movimiento y elongación que resaltan con el manejo de luces y sombras en las prendas y la línea modulada para delinear las mismas.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela que se ha seleccionado para representar la palabra clave delicadeza. La ambientación con pinceles que simulan la salpicadura de pintura representan las palabras clave artístico y creatividad.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 125. Ficha de ilustración de la marca Marial

<p>MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:</p> <h1>Marial</h1> <p>Diseñador/a: María Paz Altamirano</p> <p> @marial_estudiodemoda</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Delicadeza - Armonía - Confort - Feminidad - Estilo 	<p> Diseños a ilustrar</p>
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p><u>Estilos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo se ve reflejado en las proporciones de los figurines que no se alejan en su totalidad de los cánones reales. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo estilo y armonía. <p><u>Técnicas</u></p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lápiz de grafito: se ha utilizado esta herramienta de la aplicación para generar texturas y dar un elemento diferenciador a la marca. - Técnica de la acuarela: se han utilizado las herramientas de la aplicación para generar texturas y dar un elemento diferenciador a la marca simulando la técnica de la acuarela. 	
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>Es una marca que trabaja bajo tendencias y sus diseños son entallados, buscan reflejar delicadeza y resaltar la feminidad.</p>	
	<p>Diseño 1</p> 
	<p>Diseño 2</p> 
	<p>Diseño 3</p> 

Nota. Elaboración propia

Figura 126. Ficha de ilustración #1 de la marca Marial

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
<h1>Marial</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: top y pantalón Palabras clave: entallado, a la medida. Inspiración: prendas para un evento coctel. Cromática: blanco y negro. Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve reflejado en las proporciones de los figurines que no se alejan en su totalidad de los cánones reales. El uso del estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo estilo y armonía.</p> <p>La relación de las prendas y el ajuste con el figurín busca reflejar las palabras clave como lo entallado y a la medida.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela y el grafito que se han seleccionado para representar las palabra clave delicadeza y feminidad. La ambientación con pinceles que simulan las diversas técnicas, la mezcla de los tonos utilizados para dar color a la piel y las texturas en el fondo representan las palabras clave armonía y delicadeza.</p>		



Nota. Elaboración propia

Figura 127. Ficha de ilustración #2 de la marca Marial

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Marial</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: terno Palabras clave: casual, formal, imponente Inspiración: prendas para un evento coctel. Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve reflejado en las proporciones de los figurines que no se alejan en su totalidad de los cánones reales. El uso del estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo estilo y armonía. La pose del figurín busca reflejar las palabras clave como lo imponente así como lo casual y al mismo tiempo formal al combinarlo con el peinado de la modelo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela y el grafito que se han seleccionado para representar las palabra clave delicadeza y feminidad. La ambientación con pinceles que simulan las diversas técnicas, la mezcla de los tonos utilizados para dar color a la piel y las texturas en el fondo representan las palabras clave armonía y delicadeza.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 128. Ficha de ilustración #3 de la marca Marial

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Marial</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Alajita Prendas: buzo y jogger Palabras clave: comfy, delicado, a la moda, en casa. Inspiración: prendas para estar en casa. Cromática: N/A Materiales: N/A Técnicas: tejido de punto</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve reflejado en las proporciones de los figurines que no se alejan en su totalidad de los cánones reales. El uso del estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo estilo y armonía. La pose del figurín simulando estar sentado y sacándose una selfie busca reflejar las palabras clave como lo a la moda y comfy.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela y el grafito que se han seleccionado para representar las palabras clave delicadeza y feminidad. La ambientación con pinceles que simulan las diversas técnicas, la mezcla de los tonos utilizados para dar color a la piel y las texturas en el fondo representan las palabras clave armonía y delicadeza.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 129. Ficha de ilustración de la marca Mongui

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Mongui</h1> <p>Diseñador/a: Claudia Natalia Moncayo Gujarro</p> <p> @mongui_ec  Mongui</p>	
 Palabras clave	 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Comodidad - Empoderamiento - Mujer - Mujer real - Delicado 	<p>Diseño 1</p> 
 Estilos y técnicas de ilustración	<p>Diseño 2</p> 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo permite representar lo que busca el diseñador que es el romper con los estereotipos y apegarse en lo posible a la mujer real. - Estilo decorativo: este estilo permite dar más valor artístico a la ilustración. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasteles y lápices: permite representar la ilustración simulando la ilustración analógica tratando de apegarse a la realidad. 	<p>Diseño 3</p> 
 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>La mujer se puede sentir empoderada y segura de sí misma todos los días usando prendas para la cotidianidad.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 130. Ficha de ilustración #1 de la marca Mongui

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
<h1>Mongui</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: buso Palabras clave: cómodo, delicado. Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales; esto permite reflejar la palabra clave como mujer real. Las palabras clave empoderamiento y cómodo se ven representadas a través de la expresión del rostro del figurín así como el peinado del figurín representa la palabra clave delicado.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabras clave delicado ya que no se utilizan muchos elementos para generar este valor estético.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas. La creación de pinceles en forma de hoja se han creado para ambientar y representar la palabra clave delicadeza.</p>		



Nota. Elaboración propia

Figura 131. Ficha de ilustración #2 de la marca Mongui

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Mongui</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: Blusa Palabras clave: atrevido, cómodo, sensual Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales; esto permite reflejar la palabra clave como mujer real. Las palabras clave empoderamiento y cómodo se ven representadas a través de la expresión del rostro del figurín así como el peinado del figurín representa la palabra clave delicado. Las palabras clave atrevido y sensual se ven representadas a través de la pose del figurín que permite ver la abertura posterior de la blusa.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabras clave delicado ya que no se utilizan muchos elementos para generar este valor estético.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas. La creación de pinceles en forma de hoja se han creado para ambientar y representar la palabra clave delicadeza.</p>		






Nota. Elaboración propia

Figura 132. Ficha de ilustración #3 de la marca Mongui

MARCA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Mongui</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: Blusa con escote cuadrado Palabras clave: clavículas Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales; esto permite reflejar la palabra clave como mujer real. Las palabras clave empoderamiento, comfort y comodidad se ven representadas a través de la expresión del rostro del figurín.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabras clave delicado ya que no se utilizan muchos elementos para generar este valor estético.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas. El manejo de luces y sombras permiten representar las clavículas. La creación de pinceles en forma de hoja se han creado para ambientar y representar la palabra clave delicadeza.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 133. Ficha de ilustración de la marca Jhordan Franco Fashion Designer

MARCA/EMPRESA:		Diseños a ilustrar	
<h1>Jhordan Franco Fashion Designer</h1> <p>Diseñador/a: Jhordan Anabelle Franco Zamora</p> <p> @jfashiondesigner_jf  Jhordan Franco Fashion Designer</p>			
📖 Palabras clave		Diseño 1	
<ul style="list-style-type: none"> - Elegante - Sobriedad - Llamar la atención - Completo 			
📊 Estilos y técnicas de ilustración		Diseño 2	
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo psicológico: este estilo permite representar palabras clave como elegante y llamar la atención. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo llamar la atención. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lápiz de grafito: permite delinear los dibujos así como dar sombras leves. 			
👤 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas		Diseño 3	
<p>Los diseños son elegantes y originales.</p>			

Nota. Elaboración propia

Figura 134. Ficha de ilustración #1 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
<h1>Jhordan Franco Fashion Designer</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p> Colección: N/A Prendas: Saco vestido Palabras clave: empoderada, look. Inspiración: cenas Cromática: N/A Materiales: N/A Técnicas: N/A </p>		
<h3>Estilos y técnicas de ilustración de moda</h3>		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que permite representar palabras clave como elegante y llamar la atención. Esto se ha logrado a través de la exageración de proporciones como la cabeza y el alargamiento de las extremidades, así como la relación del tamaño de la cabeza con el cuerpo. También se optó por el estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo estético como por ejemplo llamar la atención.</p> <p>La expresión del figurín busca representar la sobriedad, la elegancia y lo empoderada. La palabra clave completo se ve representada en el hecho de que la diseñadora muestra a sus clientes el diseño de las prendas con un look completo es decir, de cómo podrían usarlo y acompañarlo con accesorios y calzado. Esto se ha tratado de reflejar en la ilustración manteniendo en su mayoría, la propuesta original del boceto de la diseñadora de la marca.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del lápiz de grafito que se ha seleccionado para dar leves sombras. La ambientación con el mismo figurín en una baja opacidad y en mayor proporción buscan llamar la atención y dar estilo a la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 135. Ficha de ilustración #2 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer

MARCA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Jhordan Franco Fashion Designer</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p> Colección: N/A Prendas: Vestido Palabras clave: corte sirena, silueta, elegante, sobrio, ajustado. Inspiración: N/A Cromática: Tonos grises y verdosos. Materiales: Tela brocada, tull Técnicas: Brocado </p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que permite representar palabras clave como elegante y llamar la atención. Esto se ha logrado a través de la exageración de proporciones como la cabeza y el alargamiento de las extremidades, así como la relación del tamaño de la cabeza con el cuerpo. También se optó por el estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo estético como por ejemplo llamar la atención.</p> <p>La expresión del figurín busca representar la sobriedad, la elegancia y lo empoderada. La pose del figurín también permite representar el corte sirena del vestido y resalta la silueta, así como la posición de la mano resalta lo ajustado. La palabra clave completo se ve representada en el hecho de que la diseñadora muestra a sus clientes el diseño de las prendas con un look completo es decir, de cómo podrían usarlo y acompañarlo con accesorios y calzado. Esto se ha tratado de reflejar en la ilustración manteniendo en su mayoría, la propuesta original del boceto de la diseñadora de la marca.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del lápiz de grafito que se ha seleccionado para dar leves sombras. La ambientación con el mismo figurín en una baja opacidad y en mayor proporción buscan llamar la atención y dar estilo a la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia










Figura 136. Ficha de ilustración #3 de la marca Jhordan Franco Fashion Designer

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Jhordan Franco Fashion Designer</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p> Colección: N/A Prendas: Saco Palabras clave: elegante Inspiración: Lunch outfit Cromática: Negro Materiales: N/A Técnicas: N/A </p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que permite representar palabras clave como elegante y llamar la atención. Esto se ha logrado a través de la exageración de proporciones como la cabeza y el alargamiento de las extremidades, así como la relación del tamaño de la cabeza con el cuerpo. También se optó por el estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo estético como por ejemplo llamar la atención.</p> <p>La expresión del figurín busca representar la sobriedad, la elegancia y lo empoderada. La palabra clave completo se ve representada en el hecho de que la diseñadora muestra a sus clientes el diseño de las prendas con un look completo es decir, de cómo podrían usarlo y acompañarlo con accesorios y calzado. Esto se ha tratado de reflejar en la ilustración manteniendo en su mayoría, la propuesta original del boceto de la diseñadora de la marca.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del lápiz de grafito que se ha seleccionado para dar leves sombras. La ambientación con el mismo figurín en una baja opacidad y en mayor proporción buscan llamar la atención y dar estilo a la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia

4.2.- Ilustraciones de los diseños de las marcas establecidas

Figura 137. Ficha de ilustración de la marca Kamberry Denim Wear

<p>MARCA/EMPREDIMIENTO:</p> <h1>Kamberry Denim Wear</h1> <p>Diseñador/a: Jhesenia Tenezaca & Joseline Tenezaca  @kamberry_ec  Kamberry Jeans Jhossy- Paco</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Silueta femenina - Latina - Denim - Impacto - Armado 	<p> Diseños a ilustrar</p> <p>Diseño 1</p>  <p>Diseño 2</p>  <p>Diseño 3</p> 
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo permite representar lo que busca el diseñador que es la mujer latina y una silueta femenina. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo la palabra impacto. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular texturas y representar el denim. Además permite ambientar la ilustración utilizando las herramientas para lograr efectos visuales como el zoom de la ilustración, la superposición de la misma y los efectos de fondo.</p>	
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>A través de las prendas escogidas busca transmitir que las mismas se ajustan al cuerpo resaltando la silueta femenina y las curvas de la mujer latina.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 138. Ficha de ilustración #1 de la marca Kamberry Denim Wear

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 1
<h1>Kamberry Denim Wear</h1>		
<p>Diseño a ilustrar</p>  <p>Colección: N/A Prendas: pantalón palazzo jean Palabras clave: stretch Inspiración: pantalones jeans de los 70's y 90's. Cromática: azul Materiales: denim Técnicas: N/A</p>	<p>Ilustración</p> 	
<p>Estilos y técnicas de ilustración de moda</p> <p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en las proporciones de los figurines que buscan no llegar a la estilización máxima; un figurín voluminoso y con curvas para representar las palabras clave como silueta femenina y latina. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada la palabra clave impacto a través de acercamientos de la misma ilustración así como su repetición en el fondo tratando de dar protagonismo a ciertos detalles.</p> <p>Las poses y rostros de los figurines representan la palabra clave latina.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas para representar la palabra clave denim a través de la simulación de la textura de este material.</p> <p>Toda la composición de la ilustración, es decir, la ambientación, la simulación de texturas, poses, rostros de los figurines y en especial el manejo de luz y sombra buscan representar la palabra clave impacto que es la sensación que se busca generar a través de todo lo antes mencionado.</p>		



Nota. Elaboración propia

Figura 139. Ficha de ilustración #2 de la marca Kamberry Denim Wear

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Kamberry Denim Wear</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: pantalón mom jean corte slim fit (ajustado) Palabras clave: pegado al cuerpo, stretch Inspiración: N/A Cromática: azul Materiales: denim Técnicas: N/A</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en las proporciones de los figurines que buscan no llegar a la estilización máxima; un figurín voluminoso y con curvas para representar las palabras clave como silueta femenina y latina. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada la palabra clave impacto a través de acercamientos de la misma ilustración así como su repetición en el fondo tratando de dar protagonismo a ciertos detalles.</p> <p>Las poses y rostros de los figurines representan la palabra clave latina. En esa ilustración, la pose del figurín con la mano entre la cintura y la cadera busca destacar la silueta y la palabra clave pegado al cuerpo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas para representar la palabra clave denim a través de la simulación de la textura de este material.</p> <p>Toda la composición de la ilustración, es decir, la ambientación, la simulación de texturas, poses, rostros de los figurines y en especial el manejo de luz y sombra buscan representar la palabra clave impacto que es la sensación que se busca generar crear a través de todo lo antes mencionado.</p>		


Nota. Elaboración propia

Figura 140. Ficha de ilustración #3 de la marca Kamberry Denim Wear

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Kamberry Denim Wear</h1>		
📄 Diseño a ilustrar	📄 Ilustración	
		
<p>Colección: N/A Prendas: chaqueta jean Palabras clave: innovador Inspiración: N/A Cromática: azul Materiales: denim Técnicas: N/A</p>		
📄 Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en las proporciones de los figurines que buscan no llegar a la estilización máxima; un figurín voluminoso y con curvas para representar las palabras clave como silueta femenina y latina. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada la palabra clave impacto a través de acercamientos de la misma ilustración así como su repetición en el fondo tratando de dar protagonismo a ciertos detalles. Las poses y el rostro del figurín representan la palabra clave latina.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas para representar la palabra clave denim a través de la simulación de la textura de este material. También para la generación de la textura particular de la chaqueta, que es el plus de la marca en esta prenda, se han utilizado pinceles de sketchbook para representar la palabra clave innovador a través de la textura generada.</p> <p>Toda la composición de la ilustración, es decir, la ambientación, la simulación de texturas, poses, rostros de los figurines y en especial el manejo de luz y sombra buscan representar la palabra clave impacto que es la sensación que se busca crear a través de todo lo antes mencionado.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 141. Ficha de ilustración de la marca Barreto

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Barreto Atelier</h1> <p>Diseñador/a: Juan Barreto & Carolina Becerra</p> <p style="text-align: right;">  @barretoatelier  Barreto </p>	
 Palabras clave	 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Streetwear - Urbano - Juvenil - Digital - Atrevida 	<p>Diseño 1</p> 
 Estilos y técnicas de ilustración	<p>Diseño 2</p> 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo psicológico: este estilo permite representar lo atrevido, juvenil y el streetwear como palabras clave de la marca. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo lo urbano <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital Esta técnica permite representar texturas y estampados propios de la marca a través de la creación de pinceles y la utilización de pinceles ya existentes en el software de Sketchbook para la ambientación de la ilustración.</p>	<p>Diseño 3</p> 
 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>Las prendas escogidas representan diferentes etapas de la marca, algunas fueron diseñadas para un contexto internacional y otras para el contexto nacional. Estas prendas reflejan lo atrevida que es la marca apostando por colores fuertes y estampados en toda la prenda. La marca busca transmitir calidad y el que cada prenda es exclusiva. Con los detalles en cada prenda seleccionada se busca que el consumidor se concientice con respecto a la relación entre la prenda y su precio; ya que son prendas de calidad y detrás de cada una hay una historia y un proceso.</p> <p>Todo lo anteriormente mencionado busca que las nuevas generaciones de diseñadores se percaten de que son quienes pueden hacer crecer este tipo de industria; que pueden ser el cambio que muchas marcas necesitan hoy en día, dando el primer paso.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 142. Ficha de ilustración #1 de la marca Barreto

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 1
<h1>Barreto Atelier</h1>		
<p>Diseño a ilustrar</p>  <p>Colección: Spring/Summer 2019 México Prendas: conjuntos Palabras clave: sentimental, con historia, urbano, actitud. Inspiración: ranas venenosas y la textura militar de su piel, hip hop de los 80, siluetas de los 80, calles de México Cromática: neón, blanco y negro. Materiales: telas con estampados propios de la marca. Técnicas: estampado, bordado</p>	<p>Ilustración</p> 	
<p>Estilos y técnicas de ilustración de moda</p> <p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en la exageración de las proporciones de la cabeza en comparación con el cuerpo, llevándolos a la caricaturización para representar la palabra clave juvenil. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabra clave streetwear. Las poses y rostros de los figurines representan la palabra clave actitud.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y también se optó por la ambientación con unos graderíos para representar la palabra clave urbano.</p> <p>Toda la composición de la ilustración, es decir, los tres figurines utilizando conjuntos completos de la colección; la creación de pinceles con los logos para simular los estampados de la marca y lograr que las ilustraciones sean lo más fieles a las prendas originales; fueron pensadas cuidadosamente ya que buscan representar las palabras clave con historia y sentimental que son la esencia de esta colección.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 143. Ficha de ilustración #2 de la marca Barreto

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Barreto Atelier</h1>		
 Diseño a ilustrar	 Ilustración	
 <p>Colección: The Toys Prendas: chaleco, hoodie, short, medias Palabras clave: historia, sentimental Inspiración: niñez del diseñador Juan Barreto Cromática: Negro, tonos saturados Materiales: telas estampadas con las mascotas de la marca (ilustraciones), con bordados y con estampados de los logos. Técnicas: Estampado, bordado</p>		
■ Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en la exageración de las proporciones de la cabeza en comparación con el cuerpo, llevándolo a los figurines a la caricaturización para representar la palabra clave juvenil. También se optó por el estilo psicológico para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabra clave streetwear. La pose del figurín refleja la palabra clave, actitud.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y también se optó por la ambientación de la ilustración con el manejo de luces y sombras y un tono saturado en el fondo para representar la palabra clave urbano.</p> <p>Se crearon pinceles para los estampados de los diseños para representar las palabras clave como historia y sentimental a través de los estampados de las mascotas de la marca; así como logos.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 144. Ficha de ilustración #3 de la marca Barreto

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Barreto Atelier</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: In bees we trust Prendas: jacket, camiseta, short, medias. Palabras clave: seriedad Inspiración: lo que está sucediendo en el mundo: sin las abejas el mundo se acaba. Cromática: tonos neutros Materiales: tela impermeable, telas con estampados propios de la marca. Técnicas: estampado, bordado</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en la exageración de las proporciones de la cabeza en comparación con el cuerpo, llevándolo a los figurines a la caricaturización para representar la palabra clave juvenil. También se optó por el estilo psicológico para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada la palabra clave streetwear.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y también se optó por la ambientación de la ilustración con el manejo de luces y sombras y un tono saturado en el fondo. Se crearon pinceles para los estampados de los diseños así como logos de la marca.</p> <p>Toda la composición de la ilustración, es decir, la pose del figurín, el color del fondo y los tonos el diseño en sí, representan la palabra clave seriedad. Para la marca, la palabra seriedad hacía referencia a que en sus anteriores colecciones se han presentado diseños llenos de estampados y colores muy saturados. Sin embargo, en esta colección los tonos de los diseños han sido más neutros y los diseños presentan muy pocos estampados, eso se refleja en la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 145. Ficha de ilustración de la marca Yolima Carrasco

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Yolima Carrasco</h1> <p>Diseñador/a: Clara Yolima Carrasco Agredo</p> <p style="text-align: right;">  @yolimacarrascogaleria  Yolima Carrasco A </p>	
📖 Palabras clave	📄 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Conceptual - Creatividad - Historia - Empoderamiento - Extravagante 	<p>Diseño 1</p> 
🏠 Estilos y técnicas de ilustración	<p>Diseño 2</p> 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo psicológico: este estilo permite representar lo creativo, extravagante y el marcar la diferencia. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo lo conceptual <p>Técnicas</p> <p>Ilustración analógica</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rotuladores: permiten representar el calzado de manera que se fusionen con las demás técnicas para crear texturas. - Acuarelas: la técnica del pincel seco permitirá generar texturas. <p>Ilustración digital</p> <p>Esta técnica permite retocar la ilustración y dar realce a luces y sombras además de la ilusión del material que es el cuero. Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas.</p>	
👥 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>“Naciste siendo original, no mueras siendo una imitación”.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 146. Ficha de ilustración #1 de la marca Yolima Carrasco

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 1
Yolima Carrasco		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: Bota Palabras clave: detalles, historia, conceptual, ajustado, elegancia. Inspiración: afrancesamiento de Cuenca, balcones de las casas de la calle Bolívar. Cromática: negro, plateado Materiales: aluminio, cuero</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones y la relación de éstas con respecto a la ambientación de la ilustración. El estilo decorativo se ha expresado a través de diversos recursos gráfico que han permitido ambientar esta ilustración para representar palabras clave como historia, extravagante, conceptual y creatividad. Esta ilustración refleja lo conceptual y la historia a través del edificio ilustrado en el fondo que representa la infraestructura y detalles de los balcones de la calle Bolívar en Cuenca.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital y analógica. De manera digital se ilustró con el programa sketchbook; se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del rotulador. Lo ajustado y la elegancia se han logrado a través de las técnicas mencionadas y de la silueta generada. El manejo de luces y sombras han permitido simular el cuero.</p> <p>La composición de toda la ilustración representa las palabras clave empoderamiento y extravagante así como la creatividad. También todos los detalles de los balcones, los colores escogidos para ambientar la ilustración y la idea en general engloban la palabra clave detalles, a través de los cuales se busca generar un impacto al momento de ver la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 147. Ficha de ilustración #2 de la marca Yolima Carrasco

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Yolima Carrasco</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: zapato de tacón Palabras clave: llamativo, sensual, alto, castigo. Inspiración: gorgona griega Medusa Cromática: negro, plateado Materiales: aluminio, cuero, materiales reciclados</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones y la relación de éstas con respecto a la ambientación de la ilustración. El estilo decorativo se ha expresado a través de diversos recursos gráfico que han permitido ambientar esta ilustración para representar palabras clave como historia, extravagante, conceptual y creatividad. Esta ilustración refleja lo conceptual y la historia a través de la base en la que está colocado el diseño simbolizando a la gorgona griega Medusa.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital y analógica. De manera analógica se utilizó la técnica de la acuarela y el manejo del pincel seco conjuntamente, sobre una tela malla colocada sobre el pedestal de la ilustración para generar esa textura de piel de serpiente por Medusa. De manera digital se ilustró con el programa sketchbook; se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del rotulador y las texturas y brillos en el zapato. Lo llamativo, sensual y la elegancia se han logrado a través de las técnicas mencionadas y de la silueta generada. El manejo de luces y sombras han permitido simular el cuero y resaltar lo metálico de las piezas del diseño.</p> <p>La composición de toda la ilustración representa las palabras clave empoderamiento y extravagante así como la creatividad. También todos los detalles de la base simulando un pedestal, los colores escogidos para ambientar la ilustración y la idea en general engloban la palabra clave detalles, a través de los cuales se busca generar un impacto al momento de ver la ilustración.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 148. Ficha de ilustración de la marca Matusha

<p>MARCA/EMPREDIMIENTO:</p> <h1>Matusha</h1> <p>Diseñador/a: Mónica Melissa Morales Crespo</p> <p> @matusha_diseñodemodas  MATUSHA Diseño de modas</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Casual - Deportivo - Detalles - Mezcla - Comodidad 	<p> Diseños a ilustrar</p> <p>Diseño 1</p>  <p>Diseño 2</p>  <p>Diseño 3</p> 
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo permite representar lo que busca el diseñador, personas que se cuidan tanto física como internamente. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo detalles y mezcla. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas, así como crear estampados. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <p>Monocromo</p> <p>Esta técnica de ilustración analógica se ha utilizado para dar contraste entre el figurín y los diseños permitiendo que estos resalten para así representar la palabra clave mezcla. Para esto se han utilizado las siguientes herramientas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasteles y Lápiz de grafito: permiten dar color al figurín simulando estas técnicas, haciéndose más notorio en los detalles como luces y sombras. 	
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>Son prendas para quienes les gusta resaltar, llamar la atención entre las demás personas.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 149. Ficha de ilustración #1 de la marca Matusha

MARCA/EMPRENDIMIENTO:		Ilustración # 1
<h1>Matusha</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: casaca Palabras clave: espontánea, experimental Inspiración: N/A Cromática: tonos cálidos y fríos Materiales: cintas matusha Técnicas: cintas sublimadas, print textil</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines y los detalles de las facciones, ya que no se alejan en un gran porcentaje a los cánones reales. La palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ven reflejadas las palabras clave espontáneo, detalles y experimental.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de monocromo a través del grafito y los pasteles, que se ha seleccionado para representar la palabra clave mezcla. La ambientación con pinceles que simulan la salpicadura de pintura representan las palabras clave espontáneo, experimental así como mezcla ya que en el fondo se combinan la salpicadura de pintura y un degradado.</p> <p>Toda la composición busca reflejar palabras claves como mezcla, detalles, casual y deportivo. Esto se ha logrado a través de contrastar el figurín en un tono monocromático y las prendas en colores vivos o tonos saturados.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 150. Ficha de ilustración #2 de la marca Matusha

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 2
<h1>Matusha</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: rompevientos Palabras clave: extravagante, arriesgado. Inspiración: N/A Cromática: colores vivos Materiales: tela impermeable, vinil, apliques de calavera. Técnicas: estampado.</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines y los detalles de las facciones, ya que no se alejan en un gran porcentaje a los cánones reales. La palabra clave comodidad se ve representada a través de la expresión del rostro del figurín.</p> <p>También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ven reflejadas las palabras clave detalles y mezcla. La ambientación con pinceles que simulan la salpicadura de pintura que en el fondo se combina con un degradado. Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de monocromo a través del grafito y los pasteles, que se ha seleccionado para representar la palabra clave mezcla.</p> <p>Toda la composición busca reflejar palabras claves como mezcla, detalles, casual y deportivo. Esto se ha logrado a través de contrastar el figurín en un tono monocromático y las prendas en colores vivos o tonos saturados reflejando así, en este dibujo palabras claves como extravagante y arriesgado.</p>		










Nota. Elaboración propia

Figura 151. Ficha de ilustración #3 de la marca Matusha

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Matusha</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: rompevientos Palabras clave: infantil. Inspiración: N/A Cromática: colores vivos Materiales: tela impermeable, vinil, apliques de calavera. Técnicas: estampado.</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines y los detalles de las facciones, ya que no se alejan en un gran porcentaje a los cánones reales. También a través del figurín, su expresión y su pose se ve reflejada la palabra clave infantil. La palabra clave comodidad se ven representada a través de la expresión del rostro del figurín. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor estético en el que se ve reflejada las palabras clave mezcla y detalles.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de monocromo a través del grafito y los pasteles, que se ha seleccionado para representar la palabra clave mezcla. La ambientación con pinceles que simulan la salpicadura de pintura representan las palabras clave espontáneo, experimental así como mezcla ya que en el fondo se combinan la salpicadura de pintura y un degradado.</p> <p>Toda la composición busca reflejar palabras claves como mezcla, detalles, casual y deportivo. Esto se ha logrado a través de contrastar el figurín en un tono monocromático y las prendas en colores vivos o tonos saturados.</p>		

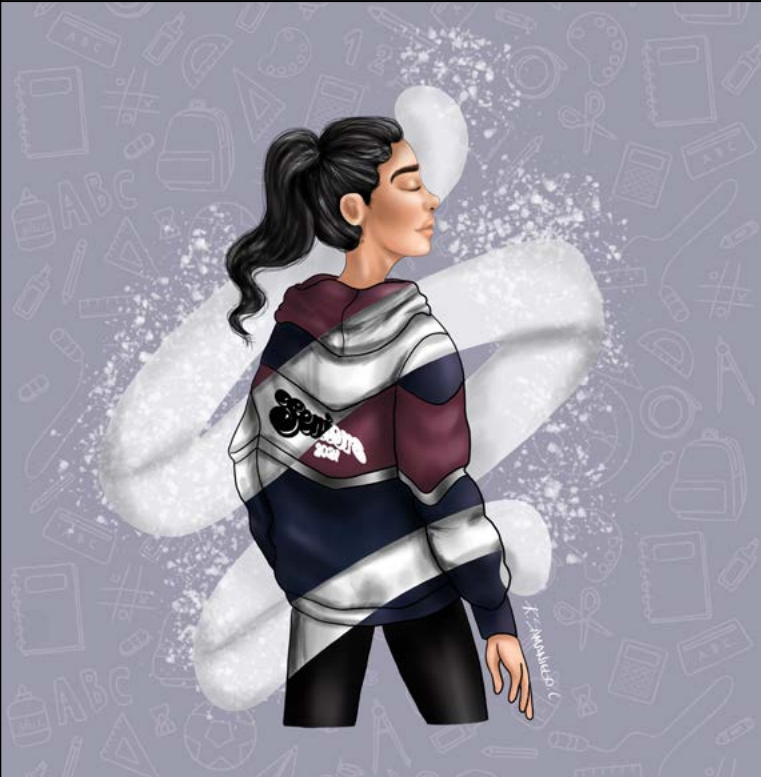
Nota. Elaboración propia

Figura 152. Ficha de ilustración de la marca Carolina Meneses

MARCA/EMPRENDIMIENTO:	
<h1>Carolina Meneses</h1>	
Diseñador/a: Ana Carolina Meneses Barsallo	
 @caromeneses62  Diseñadora Carolina Meneses	
 Palabras clave	 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Comercial - Institucional - En serie - Delicadeza 	Diseño 1 
 Estilos y técnicas de ilustración	Diseño 2 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo: este estilo se ve reflejado en que los figurines se alejan en un mínimo a los cánones reales. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo institucional, comercial, en serie y pasión. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas.</p> <p>También se ha utilizado Adobe Illustrator para representar los estampados en las prendas y crear pinceles en sketchbook.</p>	Diseño 3 
 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>Son diseños únicos y especiales que llevan consigo un recuerdo.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 153. Ficha de ilustración #1 de la marca Carolina Meneses

MARCA/EMPRENDIMIENTO:		Ilustración # 1
<h1>Carolina Meneses</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Capuchas de años de promoción Prendas: capucha Palabras clave: recuerdo, nostalgia, sentirse bien, historias. Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: estampados</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. El estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo institucional, comercial y en serie.</p> <p>Lo institucional se ve reflejado en el fondo con los útiles escolares. Lo comercial así como la palabra clave en serie se ven reflejadas en el hecho de que las tres ilustraciones llevan como constantes los detalles para ambientar y dar un gran valor estético. A través de la expresión del figurín reflejan el sentirse bien así como la expresión al recordar un momento; esto es lo que busca la diseñadora a través de estas capuchas: brindarles a los estudiantes una prenda de recuerdo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas así como se utilizó Adobe Illustrator para crear los estampados que posteriormente se convirtieron en pinceles en sketchbook. La mancha simulando pintura blanca que al pasar por el figurín simula colorearlo de blanco y negro, busca representar el recuerdo, la nostalgia y la historia. El uso de recursos gráficos como pinceles para simular esa salpicadura de pintura buscan representar un recuerdo desvaneciéndose.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 154. Ficha de ilustración #2 de la marca Carolina Meneses

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 2
<h1>Carolina Meneses</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: Capuchas de años de promoción Prendas: capucha Palabras clave: recuerdo, nostalgia, sentirse bien, mensajes, historias. Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: estampados</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. El estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo institucional, comercial y en serie.</p> <p>Lo institucional se ve reflejado en el fondo con los útiles escolares. Lo comercial así como la palabra clave en serie se ven reflejadas en el hecho de que las tres ilustraciones llevan como constantes los detalles para ambientar y dar un gran valor estético. A través de la expresión del figurín reflejan el sentirse bien así como la expresión al recordar un momento; esto es lo que busca la diseñadora a través de estas capuchas: brindarles a los estudiantes una prenda de recuerdo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas así como se utilizó Adobe Illustrator para crear los estampados que posteriormente se convirtieron en pinceles en sketchbook. La mancha simulando pintura blanca que al pasar por el figurín simula colorearlo de blanco y negro, busca representar el recuerdo, la nostalgia y la historia. El uso de recursos gráficos como pinceles para simular esa salpicadura de pintura buscan representar un recuerdo desvaneciéndose.</p>		










Nota. Elaboración propia

Figura 155. Ficha de ilustración #3 de la marca Carolina Meneses

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 3
<h1>Carolina Meneses</h1>		
☰ Diseño a ilustrar	☰ Ilustración	
 <p>Colección: Capuchas de años de promoción</p> <p>Prendas: capucha</p> <p>Palabras clave: recuerdo, nostalgia, sentirse bien, mensajes, historias.</p> <p>Inspiración: N/A</p> <p>Cromática: tonos pasteles</p> <p>Materiales: N/A</p> <p>Técnicas: estampados</p>		
▣ Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo realista o figurativo que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que no se alejan en un mínimo a los cánones reales. El estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave como por ejemplo institucional, comercial y en serie.</p> <p>Lo institucional se ve reflejado en el fondo con los útiles escolares. Lo comercial así como la palabra clave en serie se ven reflejadas en el hecho de que las tres ilustraciones llevan como constantes los detalles para ambientar y dar un gran valor estético. A través de la expresión del figurín reflejan el sentirse bien así como la expresión al recordar un momento; esto es lo que busca la diseñadora a través de estas capuchas: brindarles a los estudiantes una prenda de recuerdo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas así como se utilizó Adobe Illustrator para crear los estampados que posteriormente se convirtieron en pinceles en sketchbook. La mancha simulando pintura blanca que al pasar por el figurín simula colorearlo de blanco y negro, busca representar el recuerdo, la nostalgia y la historia. El uso de recursos gráficos como pinceles para simular esa salpicadura de pintura buscan representar un recuerdo desvaneciéndose.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 156. Ficha de ilustración de la marca Maku Artesanía

<p>MARCA/EMPREDIMIENTO:</p> <h1>Maku Artesanía</h1> <p>Diseñador/a: Valeria Melissa Farfán Cárdenas</p> <p> @maku_arterania  Maku Artesanía</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vida - Pasión - Cultura - Tradición - Artesanal 	<p> Diseños a ilustrar</p> <p>Diseño 1</p> 
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo psicológico: este estilo permite representar de una manera creativa la marca. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo cultural, tradición, vida y artesanal. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas.</p>	<p>Diseño 2</p> 
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>Rescatar la cultura y la tradición en la ciudad de Cuenca a través del diseño.</p>	<p>Diseño 3</p> 

Nota. Elaboración propia

Figura 157. Ficha de ilustración #1 de la marca Maku Artesanía

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 1
<h1>Maku Artesanía</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: poncho con capucha Palabras clave: colorido, tradicional. Inspiración: expresión gráfica de la cultura Jama Coaque Cromática: colores vivos Materiales: paño Técnicas: bordado a mano con punto relleno</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que se alejan en un mínimo a los cánones reales como por ejemplo el tamaño de las extremidades en relación con la cabeza; el tamaño de los ojos, nariz, boca y orejas con relación a toda la cara. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada las palabras clave cultural, tradición, vida y artesanal a través de los detalles de los patrones y colores presentes en el fondo de la ilustración.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y crear pinceles para generar los estampados en las prendas. El uso de los pinceles tipo estampados permitieron representar la palabra clave tradicional y los colores de los mismos permitieron representar la palabra clave colorido.</p> <p>Toda esta composición representa la palabra clave pasión al prestar atención a cada detalle del diseño, por los colores, su valor decorativo y los detalles de luces y sombras.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 158. Ficha de ilustración #2 de la marca Maku Artesanía

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Maku Artesanía</h1>		
☰ Diseño a ilustrar	☰ Ilustración	
		
<p>Colección: N/A Prendas: poncho Palabras clave: elegante, flores. Inspiración: naturaleza Cromática: rojo Materiales: acrílico Técnicas: bordado a mano.</p>		
📐 Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que se alejan en un mínimo a los cánones reales como por ejemplo el tamaño de las extremidades en relación con la cabeza; el tamaño de los ojos, nariz, boca y orejas con relación a toda la cara. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada las palabras clave cultural, tradición, vida y artesanal a través de los detalles de los patrones y colores presentes en el fondo de la ilustración.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y crear pinceles para generar los estampados en las prendas. La elección de colores neutros y detalles para el fondo, así como la pose y rostro del figurín, buscan reflejar la palabra clave elegancia.</p> <p>Toda esta composición representa la palabra clave pasión al prestar atención a cada detalle del diseño, por los colores, su valor decorativo y los detalles de luces y sombras.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 159. Ficha de ilustración #3 de la marca Maku Artesanía

Ilustración # 3	
MARCA/EMPRESA: Maku Artesanía	
Diseño a ilustrar	Ilustración
 <p>Colección: N/A Prendas: chaleco Palabras clave: actual, juvenil, fresco, atrevido, multicolor, llamativo. Inspiración: expresión gráfica de la cultura Jama Coaque Cromática: colores vivos Materiales: jean Técnicas: bordado a mano</p>	
Estilos y técnicas de ilustración de moda	
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado en el manejo de las proporciones de los figurines, ya que se alejan en un mínimo a los cánones reales como por ejemplo el tamaño de las extremidades en relación con la cabeza; el tamaño de los ojos, nariz, boca y orejas con relación a toda la cara. También se optó por el estilo decorativo para producir un efecto visual de gran valor decorativo en el que se ve reflejada las palabras clave cultural, tradición, vida y artesanal a través de los detalles de los patrones y colores presentes en el fondo de la ilustración.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y crear pinceles para generar los estampados en las prendas. El uso de los pinceles tipo estampados permitieron representar la palabra clave tradicional y los colores de los mismos permitieron representar la palabra clave colorido. El manejo de colores neutros en el fondo permite crear un contraste y que resalten los detalles del bordado, lo que representa palabras clave como multicolor, llamativo. El peinado y detalles del cabello así como el outfit completo representan palabras clave como actual, atrevido, juvenil.</p> <p>Toda esta composición representa la palabra clave pasión al prestar atención a cada detalle del diseño, por los colores, su valor decorativo y los detalles de luces y sombras. También con la pose de la modelo, su rostro, expresión y la combinación de los detalles del fondo se reflejan palabras clave como llamativo y fresco.</p>	

Nota. Elaboración propia

Figura 160. Ficha de ilustración de la marca Original Ikat

<p>MARCA/EMPRENDIMIENTO:</p> <h1>Original IKAT</h1> <p>Diseñador/a: Ismael Jiménez</p> <p> @original_ikat  Original IKAT</p>	
<p> Palabras clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Juvenil - Identidad - Cultura - Makana - Artesanía 	<p> Diseños a ilustrar</p> <p>Diseño 1</p> 
<p> Estilos y técnicas de ilustración</p> <p><u>Estilos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo realista o figurativo y estilo psicológico: esta mezcla de estilos permite representar las palabras clave como identidad, cultura y makana; ya que se juega con las proporciones en los figurines y la relación de los mismos con los patrones del fondo. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo identidad, cultura, Makana y artesanía a través de los patrones en representación a los tejidos característicos de los diseños de esta marca. <p><u>Técnicas</u></p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <p>También se ha utilizado Adobe Illustrator para representar los tejidos y diversas técnicas que maneja la marca en cada prenda de una manera más realista.</p>	<p>Diseño 2</p> 
<p> Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas</p> <p>A través de los diseños de la marca se busca rescatar la artesanía. Se busca transmitir que sus diseños se pueden utilizar tanto en el día a día como en ocasiones especiales.</p>	<p>Diseño 3</p> 
	<p>Diseño 4</p> 



Nota. Elaboración propia

Figura 161. Ficha de ilustración #1 de la marca Original Ikat

MARCA/EMPREDIMIENTO:		Ilustración # 1
<h1>Original IKAT</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: zapatos Palabras clave: elegante, streetwear, no común. Inspiración: N/A Cromática: negro Materiales: mallas para mochila, vinil textil, cuero, cierre snapback para gorra, makana. Técnicas: ikat</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para esta ilustración se ha utilizado un estilo realista o figurativo y un estilo psicológico, esta mezcla de estilos permite representar las palabras clave como identidad, cultura y makana; ya que se juega con las proporciones en los figurines y la relación de los mismos con los patrones del fondo. En esta ilustración la proporción de los zapatos en relación con el figurín es más notoria ya que se busca que resalte el diseño que es el calzado. Por otro lado, el estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo identidad, cultura, Makana y artesanía a través de los patrones en simulando los tejidos característicos de los diseños de esta marca; dando un gran valor estético a la ilustración.</p> <p>Las palabras elegante y streetwear han sido representadas a través de la combinación del outfit: un saco por lo elegante pero la combinación del mismo con los zapatos representado lo streetwear. La pose del figurín es una pose busca representar la palabra clave juvenil.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del Ikat. Toda la composición, es decir, el contraste del figurín con el fondo, la pose y el juego de proporciones buscan principalmente representar la palabra clave no común.</p>		


Nota. Elaboración propia

Figura 162. Ficha de ilustración #2 de la marca Original Ikat

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Original IKAT</h1>		
☰ Diseño a ilustrar	☰ Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: chompa y jogger Palabras clave: formal, informal Inspiración: ternos deportivos de la época de los 80's y 90's Cromática: tonos de la época Materiales: tela para pantalones formales, Técnicas: Ikat</p>		
📐 Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para esta ilustración se ha utilizado un estilo realista o figurativo y un estilo psicológico, esta mezcla de estilos permite representar las palabras clave como identidad, cultura y makana; ya que se juega con las proporciones en los figurines y la relación de los mismos con los patrones del fondo. En esta ilustración la proporción de los zapatos en relación con el figurín es más notoria ya que se busca que resalte el diseño que es el calzado. Por otro lado, el estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo identidad, cultura, Makana y artesanía a través de los patrones en simulando los tejidos característicos de los diseños de esta marca; dando un gran valor estético a la ilustración.</p> <p>El peinado del figurín así como la pose están inspirados en el estilo de la época tomada por el diseñador como referencia. Las palabras formal e informal han sido representadas a través de la combinación del outfit con el peinado. La pose del figurín es una pose también busca representar la palabra clave juvenil.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del Ikat.</p>		



Nota. Elaboración propia

Figura 163. Ficha de ilustración #3 de la marca Original Ikat

MARCA/EMPRESA:		Ilustración # 3
<h1>Original IKAT</h1>		
📄 Diseño a ilustrar	📄 Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: casaca Palabras clave: streetwear, brillo Inspiración: época de los 80's y 90's Cromática: tonos de la época Materiales: tela semi impermeable Técnicas: Ikat</p>		
📄 Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para esta ilustración se ha utilizado un estilo realista o figurativo y un estilo psicológico, esta mezcla de estilos permite representar las palabras clave como identidad, cultura y makana; ya que se juega con las proporciones en los figurines y la relación de los mismos con los patrones del fondo. En esta ilustración la proporción de los zapatos en relación con el figurín es más notoria ya que se busca que resalte el diseño que es el calzado. Por otro lado, el estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo identidad, cultura, Makana y artesanía a través de los patrones en simulando los tejidos característicos de los diseños de esta marca; dando un gran valor estético a la ilustración.</p> <p>El peinado del figurín está inspirado en las épocas tomadas de referencia por el diseñador como inspiración para este diseño. Las palabras streetwear han sido representadas a través de la combinación del outfit con el peinado y la pose. La pose del figurín es una pose que busca representar la palabra clave juvenil.</p> <p>El manejo de luces y sombras en la casaca buscan representar la palabra clave brillo. Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del Ikat.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 164. Ficha de ilustración #4 de la marca Original Ikat

MARCA/EMPRESA/EMPRESARIO:		Ilustración # 4
<h1>Original IKAT</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: pantalón y camisa tipo guayabera Palabras clave: tejidos Inspiración: casimires y fiestas formales Cromática: tonos de tintes naturales Materiales: casimir, makana Técnicas: Ikat</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para esta ilustración se ha utilizado un estilo realista o figurativo y un estilo psicológico, esta mezcla de estilos permite representar las palabras clave como identidad, cultura y makana; ya que se juega con las proporciones en los figurines y la relación de los mismos con los patrones del fondo. Por otro lado, el estilo decorativo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo identidad, cultura, Makana y artesanía a través de los patrones en simulando los tejidos característicos de los diseños de esta marca; dando un gran valor estético a la ilustración.</p> <p>La pose del figurín es una pose busca representar la palabra clave juvenil. Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica del Ikat. Toda la composición, es decir, el contraste del figurín con el fondo, las texturas representadas en el fondo representan la palabra clave tejidos.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 165. Ficha de ilustración de la marca Plezier

MARCA/EMPRESA:	
<h1>Plezier</h1> <p>Diseñador/a: Eyleen Astrid Ordoñez Jiménez</p> <p> @plezier_ec  Plezier</p>	
 Palabras clave	 Diseños a ilustrar
<ul style="list-style-type: none"> - Representación - Naturaleza - Sentirse bien - Estilo - Tierra 	<p>Diseño 1</p> 
 Estilos y técnicas de ilustración	<p>Diseño 2</p> 
<p>Estilos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estilo psicológico: este estilo se ve representado a través del alargamiento de las extremidades que se alejan de los cánones reales. - Estilo decorativo: este estilo permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo naturaleza. <p>Técnicas</p> <p>Ilustración digital</p> <p>Dentro de esta técnica se han utilizado diferentes recursos gráficos como pinceles ya existentes en sketchbook pro para poder simular otras técnicas y representar texturas. A continuación se detallan las técnicas simuladas y herramientas utilizadas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Collage: permite representar palabras como estilo, naturaleza y tierra; al utilizarse recursos gráficos para crear una composición. 	<p>Diseño 3</p> 
 Mensaje que quiere transmitir con las prendas escogidas	
<p>El placer de verse y sentirse bien</p>	


Nota. Elaboración propia

Figura 166. Ficha de ilustración #1 de la marca Plezier

MARCA/EMPREDIMIENTO:		Ilustración # 1
<h1>Plezier</h1>		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p> Colección: N/A Prendas: Vestido Palabras clave: Estampado, floral Inspiración: Naturaleza Cromática: N/A Materiales: N/A Técnicas: Estampado </p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado a través del alargamiento de las extremidades que se alejan de los cánones reales.</p> <p>También se optó por un estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo naturaleza lo que permite producir un efecto visual de gran valor estético.</p> <p>Las palabras clave estampado y floral se ven representadas a través de la decoración del fondo y el estampado del vestido. La pose del figurín y la sensación de movimiento busca dar un aspecto de frescura y comodidad lo que representa la palabra clave sentirse bien.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela. Además de utilizar la técnica del collage, tomando fragmentos de la foto original y convirtiéndolos en el estampado de la ilustración. Esta técnica también se aplicó con los recursos gráficos del fondo. Todo esto permite dar estilo y se convierte en una representación.</p>		

Nota. Elaboración propia

Figura 167. Ficha de ilustración #2 de la marca Plezier

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 2
<h1>Plezier</h1>		
☰ Diseño a ilustrar	☰ Ilustración	
 <p> Colección: N/A Prendas: Conjuntos Palabras clave: Estampado, pareja Inspiración: Naturaleza Cromática: N/A Materiales: N/A Técnicas: estampado </p>		
📌 Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado a través del alargamiento de las extremidades que se alejan de los cánones reales.</p> <p>También se optó por un estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo naturaleza lo que permite producir un efecto visual de gran valor estético.</p> <p>Las palabras clave tierra y naturaleza se ven representadas a través de la decoración del fondo. La pose del figurín y la sensación de movimiento busca dar un aspecto de frescura y comodidad lo que representa la palabra clave sentirse bien. También los figurines representan la palabra clave pareja.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela. Además de utilizar la técnica del collage, tomando fragmentos de la foto original y convirtiéndolos en el estampado de la ilustración. Esta técnica también se aplicó con los recursos gráficos del fondo. Todo esto permite dar estilo y se convierte en una representación.</p>		

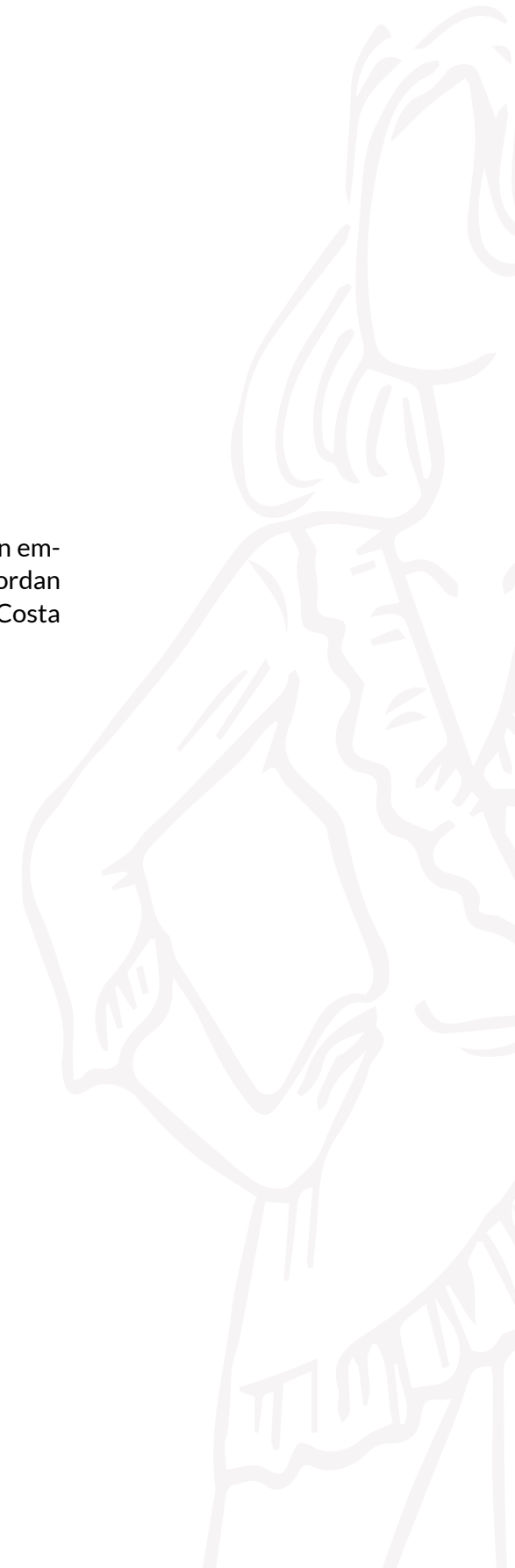
Nota. Elaboración propia

Figura 168. Ficha de ilustración #3 de la marca Plezier

MARCA/EMPRESA/EMPRESA:		Ilustración # 3
Plezier		
Diseño a ilustrar	Ilustración	
 <p>Colección: N/A Prendas: Falda, camiseta con cuello Palabras clave: estampado, sencillo Inspiración: N/A Cromática: tonos pasteles Materiales: N/A Técnicas: Estampados</p>		
Estilos y técnicas de ilustración de moda		
<p>Para realizar esta ilustración se utilizó el estilo psicológico que se ve representado a través del alargamiento de las extremidades que se alejan de los cánones reales.</p> <p>También se optó por un estilo decorativo que permite representar ciertas palabras clave a través de lo decorativo como por ejemplo naturaleza lo que permite producir un efecto visual de gran valor estético.</p> <p>La palabra clave estampado se ve representada a través de la decoración del fondo y el estampado de la falda. La pose del figurín y la sensación de movimiento busca dar un aspecto de frescura y comodidad lo que representa la palabra clave sentirse bien. La combinación del outfit representa la palabra clave sencillo.</p> <p>Esta es una ilustración realizada de manera digital con el programa sketchbook. Se utilizaron recursos gráficos como pinceles propios de la aplicación para generar texturas y para simular la técnica de la acuarela. Además de utilizar la técnica del collage, tomando fragmentos de la foto original y convirtiéndolos en el estampado de la ilustración. Esta técnica también se aplicó con los recursos gráficos del fondo. Todo esto permite dar estilo y se convierte en una representación.</p>		

Nota. Elaboración propia

Se presentaron 40 primeras ilustraciones como se puede evidenciar en estas fichas, sin embargo se tomaron solamente 36 para la revista. Se omitieron dos marcas: Plezier y Jhordan Franco Fashion Designer; todo esto debido a que se encuentran en el Oriente y la Costa respectivamente y su distribución se centra en esa zona.



CONCLUSIONES

Se pudo evidenciar el interés de las marcas en una manera ingeniosa y creativa para promocionar y difundir sus diseños utilizando la ilustración de moda. Durante el proceso se constató que la mayoría de marcas tienen un target bien definido basándose en rangos de edad. Este dato resulta relevante para este proyecto ya que ha permitido definir el target de la revista basándose en la mayoría de los rangos de edad de las marcas: de 18 a 25 años.

Previamente, para comenzar a ilustrar para una marca, es conveniente registrar la información requerida. De esta forma se facilita el trabajo y se tiene un registro más organizado de los parámetros a cumplir y a tomar como referencia para una ilustración.

Con base en las ilustraciones que se presentaron así como sus respectivas fichas se puede apreciar que la vinculación entre ilustración publicitaria e ilustración de moda es posible a través de diseños escogidos por las marcas y la imaginación de la ilustradora..

Se pudo determinar que el uso de diversos recursos gráficos permiten expresar de mejor manera diferentes detalles y puntos específicos que las marcas buscan representar. El manejo de diferentes estilos permite dar personalidad a una marca y lograr crear rasgos característicos que hacen únicas las ilustraciones para la misma. El manejo de diferentes aplicaciones como Sketchbook, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop le dan al ilustrador/a un abanico de opciones mucho más amplia para poder hacer su trabajo.

Para la ilustradora ha sido un reto puesto que se tiene que fusionar el estilo propio así como combinar diferentes estilos para cada marca. Esto se ve claramente reflejado en las ilustraciones ya que si bien son diferentes estilos, hay una constante en todo el trabajo. Otro dato importante a tomar en consideración es el tiempo como factor para futuros trabajos y tener un estimado para poder ofrecer este servicio a más diseñadores y marcas del medio. En este caso cada ilustración ha tomado de 2 a 4 días para su realización.

Finalmente, el trabajo ha sido satisfactorio y las ilustraciones fueron enviadas a cada marca con una respuesta positiva ante el trabajo. En el siguiente capítulo se podrán observar las ilustraciones como parte de la revista, producto final de esta investigación.





05 | Capítulo



Contenidos

CIÓN	171
ram	172
istema de medición y métricas	172
ook	173
istema de medición y métricas	173
Web	174
ición/Showroom	174
es	177
es y recomendaciones	178
a	182
a de figuras	184
odelo de encuesta/ # 1 ilustración de moda	192
tabla de resultados modelo de encuesta a ilustración de moda- de marcas/ nientos nuevos de los diseñadores desde los años 2015 al 2019	193
ista de marcas establecidas	194
odelo de encuesta #2 para la investigación la promoción y difusión en marcas de indumentaria establecidas limientos emergentes.	195
bstract	197

5.- EDICIÓN Y LANZAMIENTO DE LA REVISTA ILUSTRADA	155
5.1.- Diseño editorial	156
5.1.1.- La revista	156
5.1.2.- Brief de la revista	156
5.1.2.1.- Brief creativo de ilustración	156
5.1.2.2.- Elementos del briefing	157
5.1.2.3.- Desarrollo del brief	157
5.1.2.4.- Elementos de la revista	158
5.1.2.5.- Secciones de la revista	160
5.1.2.6.- Elementos de publicación	162
5.1.2.7.- Revista electrónica o digital	163
5.2.- Diseño interactivo	163
5.2.1.- Formatos interactivos	163
5.3.- Lanzamiento de la revista	165
Conclusiones	167

5.- EDICIÓN Y LANZAMIENTO DE LA REVISTA ILUSTRADA

Este capítulo comienza analizando algunos conceptos básicos para comprender el formato que debe tener una revista y de este modo planificar la edición y el lanzamiento de la revista, producto de este proyecto de graduación que pretende difundir y promocionar marcas locales de diseño de indumentaria de una manera interactiva y aplicando diversos estilos de ilustración, con el fin de aprovechar la disciplina de la ilustración de moda en la ciudad de Cuenca.

Cabe recalcar que la edición de la revista y el diseño de la misma para este proyecto de graduación ha sido un trabajo interdisciplinario, un trabajo en conjunto con un diseñador gráfico. Esto ha permitido mejores resultados en cuanto a ámbitos gráficos para la representación de la revista, conocimientos aportados por el diseñador gráfico.

Capítulo 05

Para poder iniciar el diseño de esta revista se partió de una lluvia de ideas para definir el nombre de misma. Después de hacer un testeo del mismo a través de preguntas casuales de preferencia a través de whatsapp. Se consultó con colegas y profesores qué les parecían dos ideas finales y así se decidió que se llamaría PUNTA PINCEL.

PUNTA PINCEL parte de dos conceptos representativos. Estos conceptos parten del proceso que se realiza para hacer una prenda, diseño o indumentaria: como por ejemplo, el bocetaje, el patronaje, corte y la confección.

PUNTA: representa las puntas utilizadas para realizar una prenda, diseño o indumentaria. Por un lado se encuentran los alfileres, las tijeras y las agujas. Por otro lado se encuentran las puntas al momento de bocetar como por ejemplo el lápiz, las pinturas, los rotuladores, etc.

PINCEL: representa la herramienta más asociada al arte así como un tipo de punta de los rotuladores que se utilizan para bocetar e ilustrar moda.

Juntos forman el título de esta revista, PUNTA PINCEL. La frase que define esta revista ha sido “Nuestra indumentaria nace aquí” haciendo referencia a que la indumentaria parte de lo antes mencionado.

5.1.- DISEÑO EDITORIAL

5.1.1.- LA REVISTA

Según Marín y Merlo (2003) las revistas están compuestas de elementos únicos y característicos propios de la publicación, esto permite diferenciarlos fácilmente del libro mediante su estética y diseño, no todos los elementos son iguales, y en caso de serlo funcionan de manera diferente, su uso depende en gran medida del público objetivo.

5.1.2.- BRIEF DE LA REVISTA

5.1.2.1.- Brief creativo de ilustración

Según Male (2018), en un proyecto de ilustración, un briefing debería contener tres directrices:

- **Razón de ser:** Es el por qué se realiza este proyecto. En esta parte del brief se define la necesidad de comunicación visual en base un tema o a una base de conocimientos. Se define como se ha establecido la elección y el por qué de la misma. La razón de ser debe transmitir lo que se conoce acerca del tema y debe permitir definir claramente el contexto del proyecto.
- **Propósito:** Qué se va a hacer. En esta etapa deben establecerse la naturaleza y la magnitud del proyecto, indicar claramente cuál será el resultado y una conclusión; es decir, la cantidad de trabajo a desarrollarse, medios, presentaciones visuales, modelos y obras e imágenes terminadas.
- **Objetivos:** Cómo se va a proceder, es decir, tener clara la metodología que se va a emplear. Además de lo antes mencionado, se tiene que establecer un programa claro. En esta etapa se deben identificar, a través de los objetivos, los resultados de los nuevos conocimientos y de qué forma el proyecto favorecerá al desarrollo tanto profesional como al académico.

Por otro lado según (Mahon et al., 2007), un brief creativo proporciona al equipo creativo información previa sobre el cliente, marca o producto o servicio; el mercado objetivo y el público meta. Una vez obtenidos estos datos, se profundiza en los propósitos y objetivos de la campaña publicitaria e identifica los puntos clave, haciendo énfasis en el mensaje que se quiere transmitir. Finalmente, recoge objetivos específicos que facilitarán el entendimiento entre la agencia publicitaria y el cliente. Un brief creativo debería cumplir con algunos requisitos clave, a continuación se detallan únicamente los que se aplican a la revista ilustrada, producto de esta investigación:

- Un diálogo inicial en el que se inicia la fase creativa generando un diálogo y debate del equipo creativo en una búsqueda de vías de comunicación alternativas. Esto se realizó

con el diseñador gráfico a partir de una reunión de zoom para hacer una lluvia de ideas con respecto al formato de la revista y detalles.

- Un punto central en la que se busca responder al qué se quiere decir y a quién; permitiendo así enfocar las ideas del equipo creativo sin limitar la creatividad, más bien brindando una dirección. Esto se logró a través de un moodboard entregado al diseñador como base para la cromática y estética de la revista.
- Finalmente, el brief debe permitir que el equipo creativo haga fluir su imaginación y descubra cosas de la marca que se hayan pasado por alto en el informe. El brief debe contener un equilibrio entre la información recopilada para dirigir al equipo y no ser tendencioso. Esto se logró a través del intercambio de ideas entre la autora y el diseñador gráfico así como constantes reuniones para revisar avances del diseño: sin limitar el trabajo del diseñador gráfico.

5.1.2.2.- Elementos del briefing

- Objetivos
- Público objetivo
- Proposición de venta emocional: consiste en encontrar un aspecto distintivo que transmitir sobre una marca que se comercializa en un mercado competitivo. El éxito de la campaña se basa en saber expresar esta realidad de forma única y sorprendente.
- Obligaciones: elementos que deben incluirse en el anuncio.

Para esta revista ilustrada se han fusionado el brief creativo y el brief de ilustración y a continuación se detalla como se han aplicado los elementos y puntos clave en un solo brief.

5.1.2.3.- Desarrollo del brief

Razón de ser

- **¿Cómo favorecerá este proyecto?**
Este proyecto dará a conocer a marcas de diseño de indumentaria a través de una forma creativa aplicando diversos esti-

los y técnicas de la ilustración de moda; además difundirá la ilustración de moda a nivel local como medio editorial y publicitario.

Propósito

- **¿Qué se quiere lograr con este proyecto?**
Se busca promocionar y difundir marcas de diseño de indumentaria a partir de la aplicación de estilos de ilustración de moda en la ciudad de Cuenca.

Objetivos

- Promocionar y difundir diseños de marcas de indumentaria local de una forma creativa.
- Dar a conocer la ilustración de moda como disciplina en la ciudad de Cuenca.
- Dar a conocer la ilustración de moda como medio editorial y publicitario para marcas de diseño de indumentaria.

Público objetivo

- **¿A quién se dirige?**
Este proyecto va dirigido a diseñadores del medio local y a aquellos que consumen moda y disfrutan del arte.

Proposición de venta emocional

- **Mensaje que se quiere transmitir**
Somos creadores. La ilustración de moda permite crear y representar ideas de una manera creativa; pero también es una poderosa herramienta para comunicar un mensaje y persuadir.

Plan de Comunicación

Se plantea el posicionamiento de la revista a través del uso de diversos medios:

- Marketing viral, buzz marketing, branded content, publicity
Esto se realizará a través de un sitio web y redes sociales como facebook e instagram (en especial por instagram y el propio sitio web).

- **Celebrities**
Se plantea la idea de una exposición a la que serán invitados los diseñadores de la marca, periodistas y algunos bloggers de moda.
- **Medios**
Se logrará a partir de una revista digital interactiva. Dentro de la revista debe existir un medio, método que permita el análisis de datos de alcance de la misma ya sea un medio de suscripción de la revista, una manera de saber cuántos lectores y cuántas visitas. Para lograr esto se han creado una página web principal donde se encuentra la revista digital así como redes sociales como Instagram y Facebook.

Obligaciones

- **Alcances y Resultados**

Se presentarán 36 ilustraciones finales con diversas técnicas de ilustración de moda así como estilos. Serán alrededor de 2 a 3 ilustraciones por marca.

Con este proyecto se espera contribuir para una comunicación eficiente y diferenciadora de marcas de diseño de indumentaria local, así como generar interacciones con los seguidores para que así puedan llegar a las marcas así como que visiten la revista.

Después de haber planteado un brief para la realización de esta revista, se procedió a cumplir con elementos de la revista descritos por Martín & Merlo (2003). A continuación se detallan únicamente los elementos aplicados a la revista de este proyecto de investigación que varían en algunos puntos ya que es una revista digital.

5.1.2.4.- ELEMENTOS DE LA REVISTA

Portada: Es la cara principal (primera página de la revista) suele estar representada por un elemento esencial que es la imagen más representativa, es lo que permite al lector decidir en comprarla o no, siempre que esta le llame la atención y sea de su agrado.

Para la portada de la revista, resultado de este proyecto de investigación, se optó por una ilustración de la autora. Esta ilustración representa la llegada de la revista a la ciudad de Cuenca. Como fondo, se encuentra una representación lineal de la calle Bolívar de la ciudad de Cuenca. En el centro podemos ver un figurín con un vestido (diseño de la autora) que lleva manchas de pintura representando el arte; y finalmente como ambientación se colocaron diferentes elementos utilizados al momento de diseñar como una pila de sketch-books, unos pinceles y un maniquí.

Figura 169. Portada de la revista Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Punta Pincel [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.puntapincelecuador.com

Cabecera: Es el elemento identificativo sobre lo que se diferencia una revista de otra, puesto que va el nombre de la revista, donde resalta de forma identificativa para conocer sobre el tipo de revista a tratar, a su vez se lo relaciona con el logo, este es un elemento clave que suele ocupar un 1/8 de página, depende del diseño del mismo. Es un factor decisivo en los consumidores, si es atractiva, ellos pueden hacerse la idea sobre el contenido que tratará, además de los elementos que la apoyen, lo cual podrá o no ser muy entretenida, sin leerla.

En este caso la cabecera vendría a ser el título en grande de la revista ubicado en la parte central superior.

Número de edición por año: muestra la cantidad de veces que salen al año, entre estas pueden ser mensual, trimestral, cuatrimestral o semestral, que de acuerdo a la cantidad de veces que salgan se agrega el número. No se encuentra especificado en la portada de Punta Pincel, sin embargo, se decidió que la revista sacaría una edición anual.

Fecha: Indica el tiempo a la que pertenece la información que posee la revista, siendo en algunos casos este espacio para especificar de qué mes a que mes es la edición. En el caso de Punta Pincel, la edición pertenece al mes de agosto del año 2021

Titular o cabezal: Es el título de el tema más relevante dentro de la revista, siendo el de mayor interés que genere hacia al lector. Algunas revistas tienen la potestad de ubicarlo donde sea conveniente de acuerdo a la diagramación empleada. Se usa una tipografía mucho más grande que la de los demás titulares secundarios.

En el caso de Punta Pincel el titular es el slogan de la revista “Nuestra indumentaria nace aquí”. En esta edición tampoco se encuentran titulares secundarios ya que se busca dar protagonismo a la ilustración y no cargar de muchos elementos la portada.

Contraportada: Es lo opuesto a la portada, aunque es la ubicación perfecta en la revista como medio de publicidad, siempre está destinada por una empresa que desea invertir por este espacio. La contraportada junto a la portada son las primeras páginas que tiene contacto el lector, antes de tratar su contenido, siendo esta primera fundamental para los negocios, que tratan de vender los mejores espacios de publicidad, siendo la más cara de toda la revista.

Figura 170. Portada Punta Pincel y sus elementos



Nota. Elaboración propia

Los costes de la publicidad los suele escoger la misma editora o persona que está encargada de la revista, por lo que no existe una tarifa propia o estándar, solo las grandes cadenas de revistas que lideran el mercado las tienen establecidas.

En el caso de la primera edición de Punta Pincel no se ha utilizado la contraportada de esta manera. En este caso la contraportada vendría a ser el índice el sumario.

5.1.2.5.- SECCIONES DE LA REVISTA

Siguiendo con la clasificación según los autores Martín & Merlo (2003), a continuación se detallan las secciones de la revista.

Sumario: Es similar al índice con la diferencia que está clasificada por secciones, mas no por temas, solo muestra las páginas por temáticas, algunos suelen extraer información de los artículos y editarlas como frases permitiendo ser más llamativos para captar la atención al lector.

En el caso de Punta Pincel, el sumario se dividió en Marcas emergentes y Marcas establecidas. Cada marca contiene subtemas como una descripción de la marca y una descripción de cada ilustración. En este caso se ha omitido el índice que es aquel que detalla estos temas.

Figura 171. Sumario de Punta Pincel

		<h1>Contenidos</h1>	
MARCAS EMERGENTES		MARCAS ESTABLECIDAS	
6		32	
12		50	
16		38	
20		54	
24		42	
28		46	

Nota. Captura de pantalla. Tomada de Punta Pincel [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.puntapincelecuador.com

Directorio: Es la información de quienes colaboraron con la creación, edición y publicación de la revista. Además, otros elementos que suelen integrar este espacio son el nombre de la revista, una vista previa de la portada y los datos de referencia.

Incluye a los organizadores de la revista, Presidente, Vicepresidente, los directivos del consejo editorial entre ellos los editores, Fotógrafos, reporteros, diseñadores, dirección de la Institución o La Empresa (La revista), Impresión y lugar.

Figura 172. Página de directorio de Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Punta Pincel [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.puntapincelecuador.com

Editorial: Es el espacio que ofrece un texto de forma libre, siendo una opinión o reflexión acerca de un determinado tema a tratar, donde el contexto que se muestra es subjetivo, dando su punto de vista.

En el caso de Punta Pincel se ha aprovechado esta sección para describir en qué consiste la revista y el proyecto así como brindar detalles de contacto de la revista.

Figura 173. Página de editorial de Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Punta Pincel [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.puntapincelecuador.com

Artículos: Es un comentario o análisis que se realiza de una determinada información, donde el autor expresa su postura que de manera indirecta trata de influir en los lectores. Existen profesionales expertos en el tema a tratar que se encargan de redactar los artículos, depende de ellos la manera para editar y mostrar un artículo más relevante, además la información de los artículos suele ser actualizada.

En el caso de Punta Pincel, los artículos han sido escritos por la autora con base en información actualizada recopilada a través de entrevistas realizadas por la misma a los diseñadores de las marcas; éstos han sido posteriormente revisados por un corrector de estilo para su publicación.

Figura 174. Ejemplo de una página con un artículo de Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Punta Pincel [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.puntapincelecuador.com

5.1.2.6.- ELEMENTOS DE PUBLICACIÓN

Estos elementos son lo que forman una composición de forma visual y objetiva, siendo la distribución de los elementos de cada página que además quedan establecidas para formar una diagramación armónica. En el caso de Punta Pincel algunos elementos varían de acuerdo a la marca y la ubicación de otros varía de acuerdo a la diagramación.

Títular o Encabezado: Está representado con una tipografía que destaque en la página, con un tamaño visible al lector, además de ser el título de apertura de un determinado artículo, ésta representa la idea principal a tratar. En el caso de Punta Pincel viene a ser el nombre de cada una de las marcas.

Párrafos: Son estilos de textos que, agrupados deben constar de alienación o justificación, dependiendo del autor el estilo de párrafo que utilice para expresar el contenido. En Punta Pincel se han utilizado estos textos para describir brevemente cada una de las marcas.

Pie de ilustración o foto: Da brevemente una descripción de la foto, en muchos casos nos permiten dar un mensaje directo, cuando la imagen puede representarse en un contexto diferente o tener diferentes interpretaciones. En el caso de Punta Pincel este elemento se encuentra describiendo a cada ilustración.

Destacados: Son los datos más relevantes del contenido, se puede hacer énfasis a una determinada información. Siempre destaca del contenido en la revista. En el caso de Punta Pincel este elemento sería el eslogan de la marca, no todas las marcas poseen este elemento ya que no todas cuentan con un eslogan.

Fotografías: Comunica un mensaje mediante imágenes, por ello es recomendable usar ilustraciones que refuercen el contenido, así atraeremos al lector a que se interese más por el tema, aunque sea una información desconocida, haciéndolo interesante. Punta Pincel es una revista ilustrada que aplica estilos de ilustración de moda, por este motivo en la revista se encuentran pocas imágenes que acompañan las marcas, centrándose en la ilustración. En la revista se encuentran 36 ilustraciones de autoría propia con los diseños de cada marca.

Figura 175. Ejemplo de elementos de una publicación en Punta Pincel



Nota. Elaboración Propia

5.1.2.7.- REVISTA ELECTRÓNICA O DIGITAL

Según Owen (1991), una revista electrónica es aquella diseñada en el ordenador y transmitida a través del mismo, es decir, la revista se ve en pantalla.

Gracias a la combinación de tecnologías se puede jugar con los efectos en pantalla ya sea de los títulos y los textos, así como, de las imágenes; lo que no brindan los medios físicos.

En el caso de Punta Pincel se decidió que para este proyecto de investigación se presentaría la revista a nivel digital por motivos de pandemia y debido a que las encuestas arrojaron que sería lo más conveniente; sin embargo, en un futuro se espera que pueda salir a nivel impreso. Debido a esto se ha creado la revista en una plataforma digital que simula el paso físico de las hojas. La revista se encuentra dentro del sitio web www.puntapincelecuador.com

5.2.- DISEÑO INTERACTIVO

Para este proyecto de investigación se planteó una revista ilustrada digital pero además se planteó que esta revista sea interactiva. Debido a esto se ha considerado pertinente el abordar este tema dentro de la investigación.

La revolución digital ha tenido un gran impacto, tanto en la forma de vivir como en la forma de trabajo y entretenimiento. En el diseño, este impacto ha transformado las prácticas existentes creando nuevas oportunidades y renovando procesos como la impresión y el modelismo. Por otro lado, estas nuevas oportunidades han generado nuevas disciplinas, como el diseño en red y la animación. De la misma manera, han surgido nuevos desafíos que deben resolverse, como el diseño de interfaces, *smartphones* o el uso de los medios sociales para la promoción de una marca.

El diseño interactivo ha cambiado en conjunto con el desarrollo tecnológico. Según Steane (2016), se puede definir al diseño interactivo como la “creación de servicios y productos digitales”, aunque el autor afirma que va más allá de esta definición abarcando sistemas y entornos complejos e inmersivos. En el diseño interactivo se combinan los procesos lógicos y el afán creativo, es decir, una estructura híbrida.

El diseño interactivo es un campo creativo que se desarrolla conjun-

tamente con la innovación tecnológica que está en constante evolución. Debido a esto, cuando se explican las modalidades de diseño digital o interactivo, se ofrece una imagen de la tecnología más avanzada en un determinado momento.

Para la revista Punta Pincel se ha buscado cumplir con el parámetro del diseño interactivo a través de la generación de códigos QR que redirigen a los usuarios a las páginas de cada marca. De esta manera se promocionan y difunden de otra manera las marcas y se establece una conexión usuario-marca a través de las ilustraciones en la revista. También se ha generado un código QR para la revista. Además de lo antes mencionado se creó una página web interactiva bajo el nombre de Punta Pincel en el que se encuentra la revista, en la que se puede saber más acerca del proyecto y contactar con la editora y gestora de la revista que en este caso es la autora de este proyecto de investigación.

5.2.1.- Formatos interactivos

Como se mencionó previamente, el diseño de la revista fue un trabajo interdisciplinario en conjunto con un diseñador gráfico, el mismo que diseñó el interfaz de la página web de la revista. A continuación se describen los formatos interactivos según Steane (2016) y se muestran como se han aplicado a la interfaz de la página web de la revista.

Edición en red: en el diseño de sitios web, lo principal, suelen ser con frecuencia, distintas versiones de logos, botones, imágenes, banners, etc. Los diseñadores son los responsables del diseño de plantillas y herramientas gráficas que se utilizan en ellas.

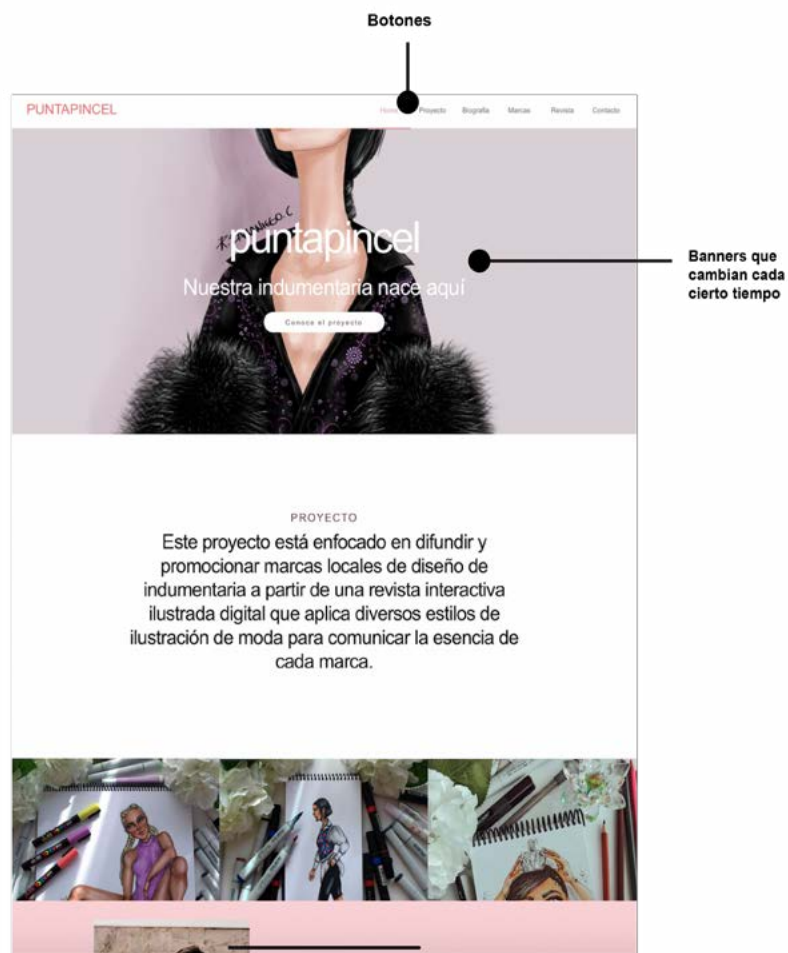
Experiencia web mejorada: a través de medios como HTML5, CSS3 y las fuentes de red se ha facilitado la búsqueda para los usuarios de una manera estéticamente más agradable y experiencias nuevas como el video animado y una interacción divertida.

Publicidad online y formatos de banners: existen ciertas directrices relativas en cuanto a las dimensiones de los anuncios y los tamaños de los archivos. El tamaño, la colocación y el contexto del anuncio son críticos; los anuncios que son colocados junto a contenidos apropiados generan una “llamada a la acción” y atraen la atención.

Móviles y tablets: Los teléfonos móviles son considerados como “el

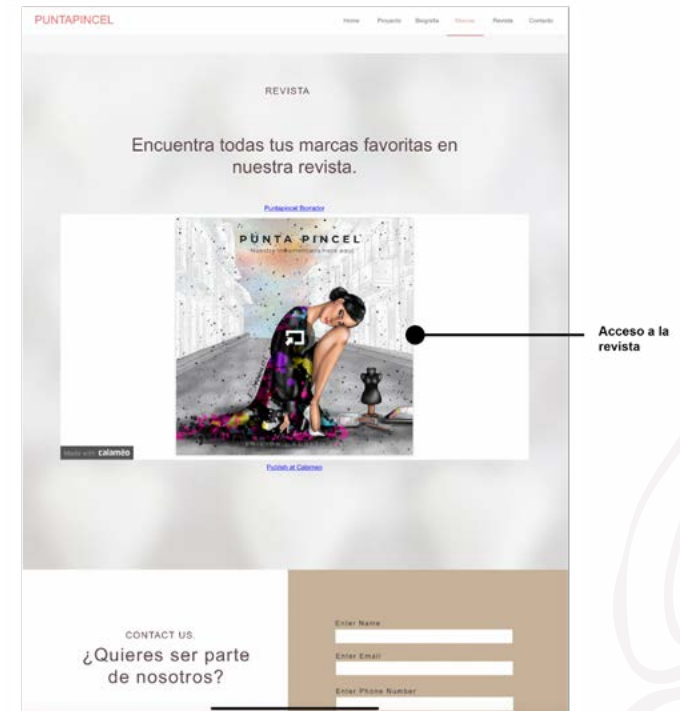
séptimo medio de comunicación” por Tomi Ahonen ya que son objetos personales que están al alcance del usuario, con sistemas de pago integrados. Debido a esto el diseño de contenido en dispositivos móviles se considera de vital importancia en el crecimiento del diseño interactivo, sin embargo, es imprescindible conocer a los usuarios al momento de crear apps o sitios web móviles.

Figura 176. Interfaz de la página web con elementos



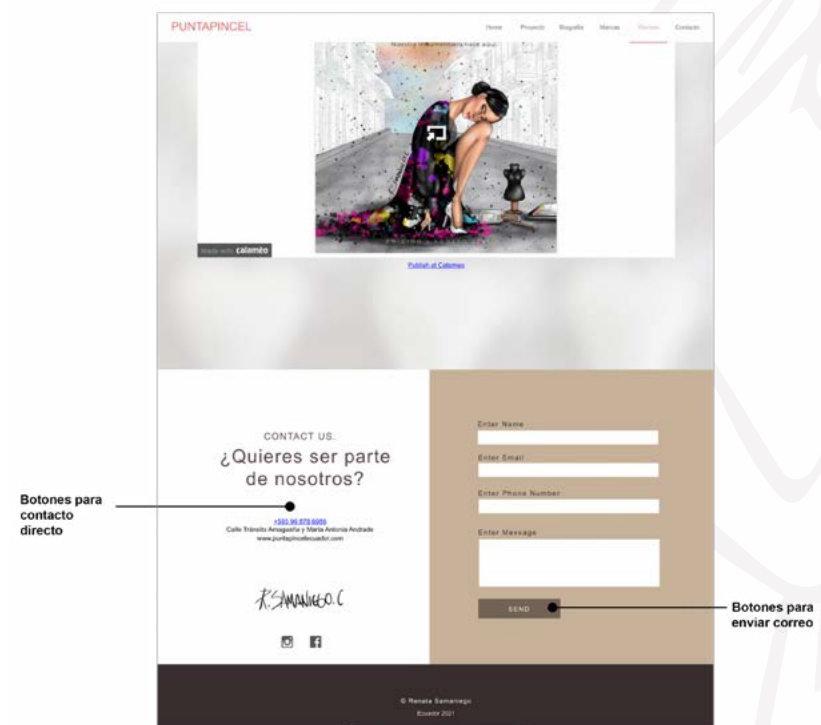
Nota. Elaboración propia

Figura 177. Interfaz de la página web con elementos



Nota. Elaboración propia

Figura 178. Interfaz de la página web con elementos



Nota. Elaboración propia

5.3.- Lanzamiento de la revista

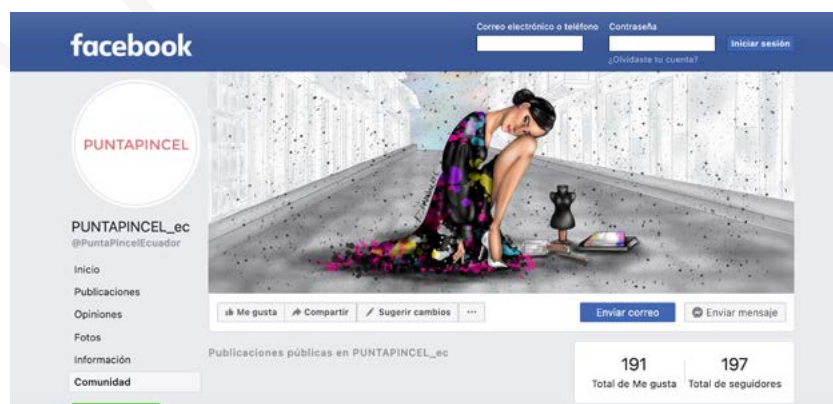
Como parte del plan de comunicación de la revista se crearon cuentas en instagram como en facebook. Estas cuentas se crearon el 11 de agosto de 2021 y se comenzó a compartir información y fotografías de las ilustraciones para lograr que la gente comience a seguir estas páginas. En ninguna se había publicado todavía el enlace del sitio web oficial. En instagram se realizó un video tipo reel que invitaba a la gente a conocer más sobre el proyecto. Además se compartió desde las cuentas de instagram y facebook de la autora el enlace de las páginas para que los usuarios interactuaran con las mismas.

Figura 179. Interfaz de la página de instagram de Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de puntapincel_ec [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.instagram.com

Figura 180. Interfaz de la página web de Facebook de Punta Pincel



Nota. Captura de pantalla. Tomada de PUNTAPINCEL_ec [fotografía], Punta Pincel, 2021, www.facebook.com

Figura 181. Publicación de difusión en cuenta personal de Instagram



Nota. Captura de pantalla. Tomada de rena_samaniego [fotografía], Samaniego, 2021, www.instagram.com

Figura 182. Publicación de difusión en cuenta personal de Facebook



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Renata Samaniego [fotografía], Samaniego, 2021, www.facebook.com

Para el lanzamiento de la revista digital se realizó una publicación en las cuentas de Instagram y de Facebook de la autora. Esto debido a que en estas cuentas ya se ha tenido un recorrido y un número de seguidores considerable así como un número de visitas e interacciones. Se presentó a la revista como un proyecto de la autora. Además se compartió el enlace en cada publicación, a través de Instagram, Facebook y WhatsApp para que las personas puedan acceder a la página web y poder leer la revista.

Figura 183. Publicación de lanzamiento en cuenta personal de Instagram



Nota. Captura de pantalla. Tomada de rena_samaniego [fotografía], Samaniego, 2021, www.instagram.com

Figura 184. Publicación de lanzamiento en cuenta personal de Instagram



Nota. Captura de pantalla. Tomada de Renata Samaniego [fotografía], Samaniego, 2021, www.facebook.com

CONCLUSIONES

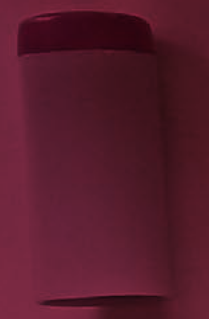
Existen conceptos y temas que no se conocen y que es mejor pedir ayuda o trabajar conjuntamente con gente relacionada con el medio. El trabajo interdisciplinario permite intercambiar conocimientos de las disciplinas. En el caso de este proyecto de investigación y en esta parte especialmente, ha sido enriquecedor intercambiar ideas y perspectivas respecto a la edición de una revista.

La edición de la revista ha sido un proceso que lleva tiempo, lleno de cambios o ajustes para llegar al diseño deseado. El trabajo por parte de la dirección de arte, la gestión con las marcas y la edición y redacción de textos es un arduo trabajo para una sola persona. Después de la experiencia se ha decidido, en un futuro, buscar un equipo de trabajo para continuar con la revista.

El diseño interactivo permite hacer participe al usuario y que éste interactúe con la interfaz diseñada. Los códigos Qr han sido una gran oportunidad para conectar a los consumidores con las marcas a través de las ilustraciones, además de que resultan atractivos al momento de leer la revista.

El difundir la revista a través de las cuentas personales de la autora de esta investigación se consideró como una estrategia de posicionamiento que mejoró el tráfico e interacciones en las redes sociales de la revista lo que también ayudó a la visita de la página web, por ende, a la revista.

En siguiente capítulo se podrá conocer más a fondo el plan de comunicación que se ha planteado para la revista así como la metodología utilizada para promocionar y difundir la misma. Se describirá cómo se ha logrado validar la revista ilustrada como un medio de promoción y difusión de marcas de indumentaria



PUNTA PINO

Nuestra indumentaria nace

EDICIÓN | AGOSTO 20



06 | Capítulo



Contenidos



6.- VALIDACIÓN	171
6.1.- Instagram	172
6.1.1.- Sistema de medición y métricas	172
6.2.- Facebook	173
6.2.1.- Sistema de medición y métricas	173
6.3.- Sitio Web	174
6.4.- Exposición/Showroom	174
Conclusiones	177
Conclusiones y recomendaciones	178

Capítulo 06

6.- VALIDACIÓN

Para esta parte del proyecto de graduación se ha optado por medir el alcance y validar la efectividad de la revista a través del análisis de las métricas de las páginas oficiales de la revista, es decir, sus redes sociales con *Instagram* y *Facebook*, así como la página web que es la principal métrica a tomarse en cuenta para esta validación ya que en ella se encuentra el enlace de acceso a la revista.

Para esta validación se abordan ciertos términos para entender cómo funcionan las métricas. A continuación, se describirán algunos términos según Martí (2018):

- **Alcance:** número de cuentas en Instagram que han visto una publicación.
- **Impresiones:** número total de veces que se ha visto una publicación.
- **Interacciones:** cualquier acción que un usuario realiza en una publicación.
- **Visitas al perfil:** número de veces que una cuenta da click en tu nombre de usuario.

6.1.- Instagram

La cuenta de Instagram de la revista se encuentra bajo el nombre de @puntapincel_ec. Para analizar estos datos se dividieron en 2 períodos. El primer período es de los últimos 7 días y el segundo es de los últimos 28 días. Hasta la fecha se tienen 144 seguidores con 26 publicaciones.

6.1.1.- Sistema de medición y métricas

Figura 185. Métricas de Instagram en los últimos 7 días

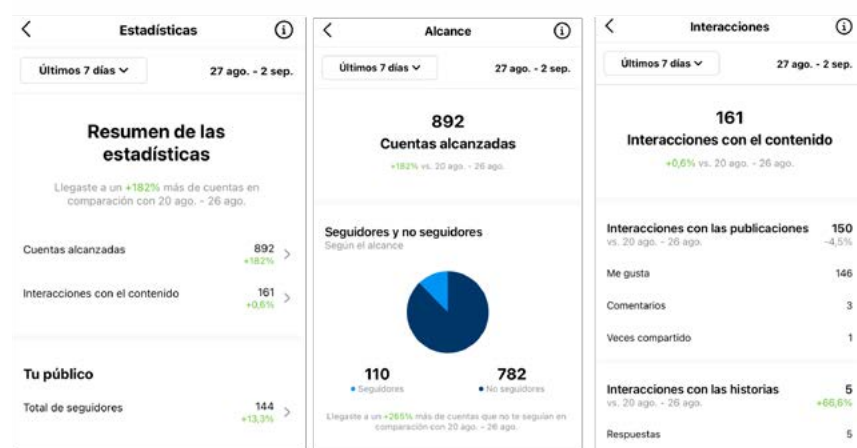
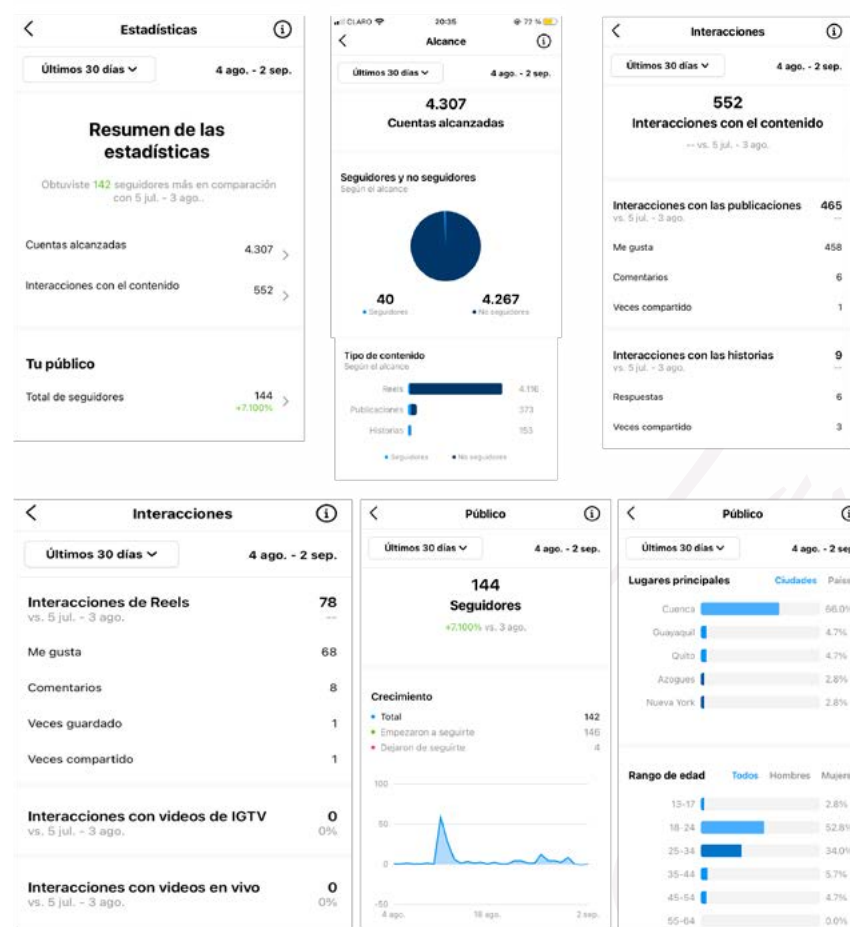


Figura 186. Métricas de Instagram en los últimos 30 días



Nota. Elaboración propia

Nota. Elaboración propia

Se puede observar como hasta la fecha se ha tenido una mejoría en las métricas, así como las interacciones. Se puede ver que la mayoría del público es cuencano, lo que resulta favorable. También se puede ver que en su mayoría el público esta en el rango de edad para el que se dirige la revista, siendo este otro punto favorable.

6.2.- Facebook

La cuenta de Instagram de la revista se encuentra bajo el nombre de PUNTAPINCEL_ec. Para analizar estos datos se dividieron en 2 períodos. El primer período es de los últimos 7 días y el segundo es de los últimos 28 días. Hasta la fecha se tienen 191 me gustas y 197 seguimientos.

6.2.1.- Sistema de medición y métricas

Figura 187. Métricas de Facebook en los últimos 7 días



Nota. Elaboración propia

Figura 188. Métricas de Facebook en los últimos 30 días



Nota. Elaboración propia

Se puede observar como hasta la fecha se ha tenido una mejoría en las métricas, así como las interacciones lo que resulta favorable para la página.

6.3.- Sitio Web

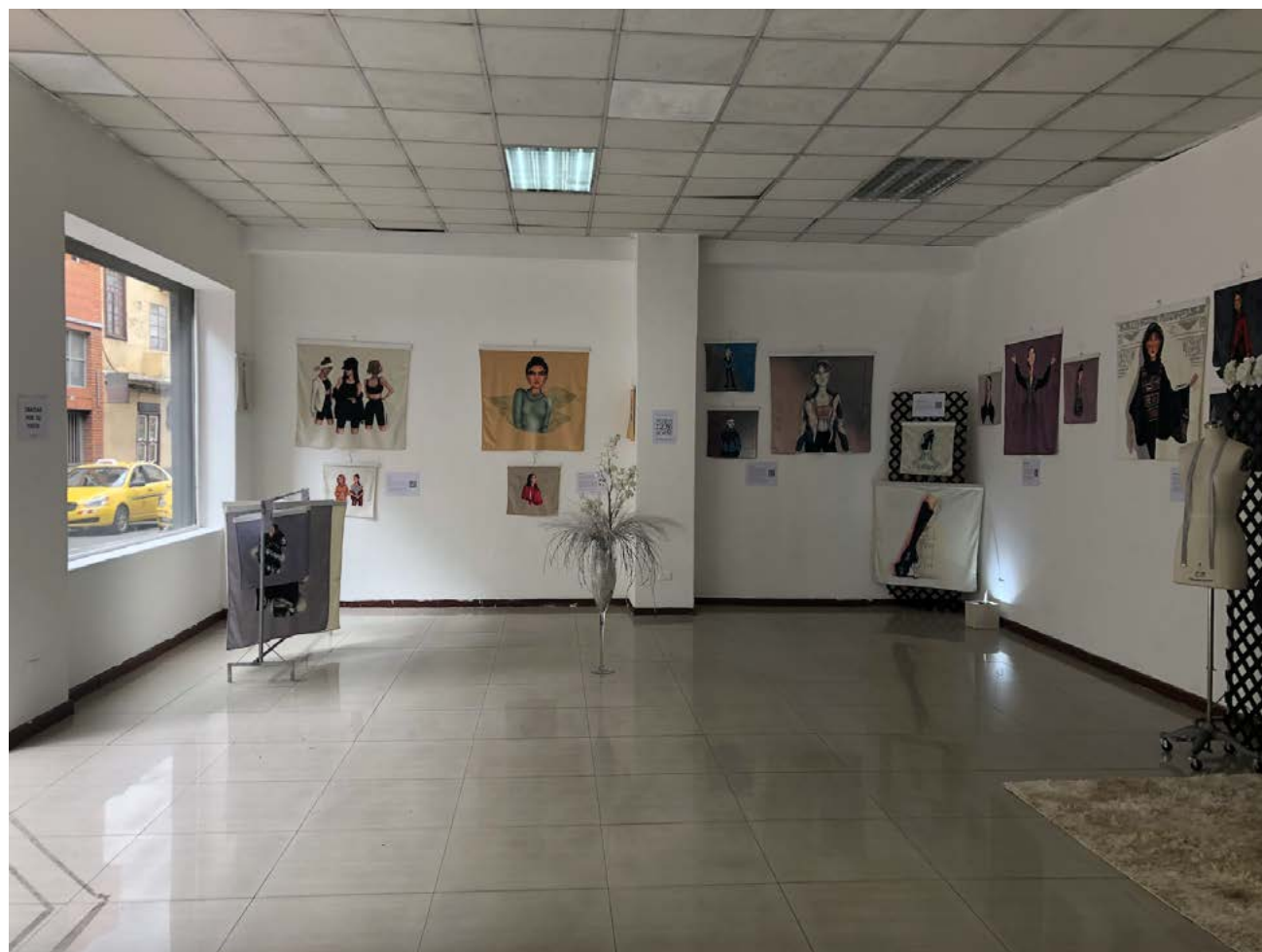
El dominio de la página de la revista se encuentra bajo el nombre de www.puntapincelecuador.com. Para analizar estos datos se obtuvo el resultado de EdamHost mediante un informe en el que se constata que el sitio ha tenido 676 visitas.

6.4.- Exposición/Showroom

Para lograr llegar a más consumidores y posicionar de una mejor manera la revista se optó por una de las herramientas de comunicación: el showroom. Se hizo una exposición de las ilustraciones de la revista, la misma que pretendía simular un showroom; es decir, todo en la exposición se pensó para generar un valor estético y dar la sensación de que cada ilustración tipo cuadro es una prenda colgada. Esto se pensó basado en el eslogan de la revista “Nuestra Indumentaria nace aquí”. Cada marca estaba acompañada por un tipo cédula que contenía una breve descripción de la misma, así como el código QR que dirigía a los espectadores a las páginas de cada una de ellas.

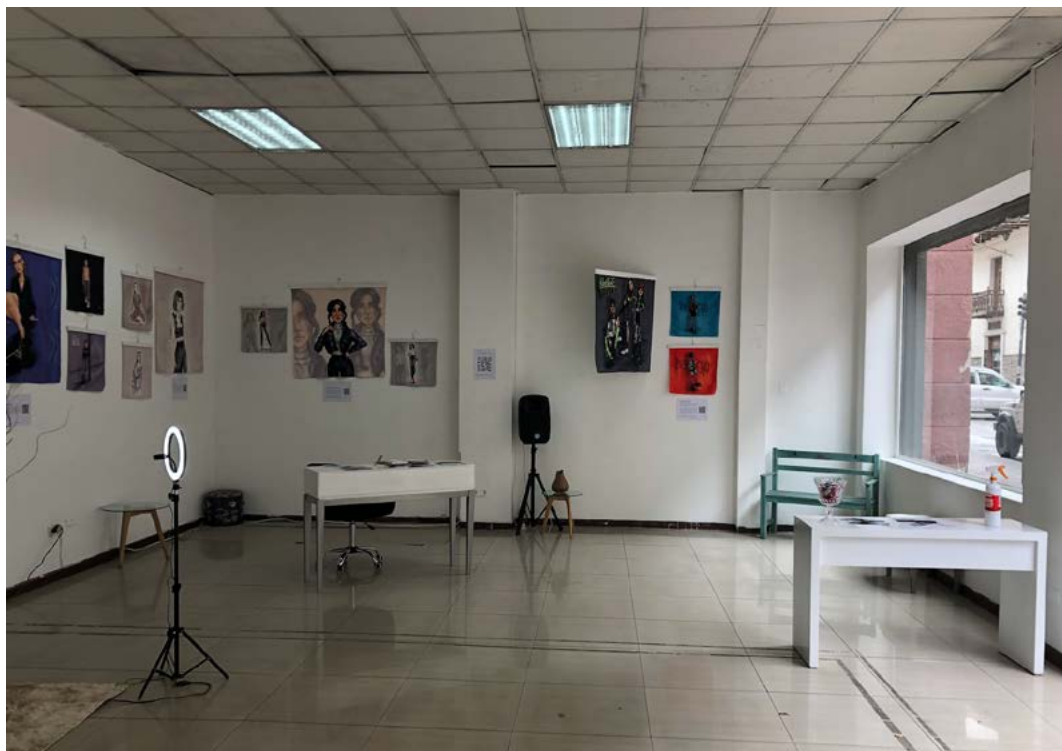
La exposición se realizó en la Sala Vitrina de la Casa de la Cultura ubicada en la Presidente Córdova y Luis Cordero. Para esto se realizó un flyer de invitación al público, así como invitaciones. La exposición se quedó 3 días y medio. Las ilustraciones fueron impresas en tela a través de la técnica del print textil y colgadas en un marco superior en forma de armador, una manera ingeniosa y creativa de exponer.

Figura 189. Foto de la sala de exposición



Nota. Elaboración propia

Figura 190. Foto de la sala de exposición



Nota. Elaboración propia

Figura 191. Foto de la sala de exposición



Nota. Elaboración propia

Figura 192. Foto de ilustraciones colgadas en la exposición



Nota. Elaboración propia

Se llevó la cuenta de las personas que visitaron la sala y se anotaron 118 personas en el período de los 3 días y medio que estuvo abierta la sala. Para la exposición se repartieron pequeños flyers que explicaban el proyecto, así como el código QR y redes sociales de la revista; se repartían estos entre los asistentes. Se pudo observar que asistían más personas los días viernes y sábado. Esto se podría tener en consideración para un futuro evento como parte de promoción y difusión de la revista.

Se observó que muchas personas escaneaban el código QR de la página de la revista así como los códigos QR de las marcas. Muchas personas preguntaban por las prendas de las marcas y se les redirigía a las páginas o tiendas de diseño en Cuenca, lo que es satisfactorio puesto que se cumple el que las ilustraciones sirvan como un medio publicitario en combinación con la editorial y la moda. También muchas personas preguntaban las técnicas y estilos aplicados en las ilustraciones, de esta manera se constata un interés por la disciplina de la ilustración lo que poco a poco se difunde en la ciudad.

Conclusiones

Se pudo observar que resulta complicado organizar y programar publicaciones en redes sociales basadas en las estadísticas del perfil o usuario durante los primeros días ya que el usuario comienza a tener un acercamiento reciente y las métricas no se muestran hasta dentro de unos días. Sin embargo el organizarse con publicaciones diarias permite ser constante lo que es un dato clave en el manejo de las redes sociales; más aún cuando se está iniciando.

A pesar de ser un período corto de tiempo para prestar atención a las métricas, se ha obtenido un resultado favorable y la revista ha llegado a alrededor de 672 personas en un período corto de tiempo de una semana desde que se realizó el lanzamiento oficial del sitio web.

El realizar un evento especial o showroom puede permitir llegar a un mayor número de personas y permiten un diálogo entre el diseñador, expositor o ilustrador y conocer más detalle acerca de un proyecto, diseño, colección o en sí cualquier trabajo. El hacerlo también permite llegar a nuevas personas y más aún si se sitúa en un lugar estratégico.

Conclusiones y recomendaciones

El vincular la disciplina de la ilustración de moda junto con la ilustración editorial y la publicitaria han dado resultados positivos como un medio de promoción y difusión para las marcas de diseño de indumentaria local.

Siempre existirán retos a medida que se avanza o se desarrolla una técnica. El combinar estilos de ilustración de moda y representar la esencia de cada marca a través de estos ha sido un arduo trabajo que ha requerido la adquisición de nuevas habilidades por parte de la ilustradora.

Se recomienda tomar en consideración el tiempo que se requiere para elaborar una ilustración y partir desde ahí para valorar el trabajo y conocimientos de muchos ilustradores. Se considera que este sería un punto clave para el reconocimiento de la disciplina dentro del campo profesional en la ciudad de Cuenca.

Finalmente, el trabajo interdisciplinario ha sido la mejor parte de este proyecto con disciplinas como el diseño de moda, diseño gráfico, ilustración de moda, ilustración publicitaria y editorial; puesto que se han adquirido nuevos conocimientos y se han obtenido resultados muy interesantes. La colaboración de las marcas y la confianza en el trabajo de la ilustradora han permitido generar grandiosos resultados de los cuales ambas partes se sienten satisfechas.



Figura 193. Código del sitio web y la revista

Para ver la revista completa visita
www.puntapincelecuador.com



 PUNTAPINCEL_ec  puntapincel_ec

Nota. Elaboración propia





Referencias

BIBLIOGRAFÍA

- Ángel, F., & Martín, G. (2008). *Dibujo para diseñadores de moda*. Parramón.
- Arteneo. (2015). *Definición de ilustración y tipos de ilustraciones*. <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>
- BG Magazine. (n.d.). *BG Magazine*. <https://ec.linkedin.com/in/bgmagazine>
- bid_18. (n.d.). *BG Magazine*. <http://galerias.bid-dimad.org/bid12/2014/03/24/bg-magazine/>
- Comunicare. (n.d.). *Marketing y comunicación de moda*. <https://www.comunicare.es/marketing-y-comunicacion-de-moda/>
- Díaz, P. (2014). *Comunicación y gestión de marcas de moda* (Edición ca). Gustavo Gili.
- Donovan, B. (2010). *Advance Fashion Illustration. Lifestyle illustration*. Laurence King Publishing.
- El Comercio. (2017). *Monsieur Saturday se abre paso en el circuito internacional de la moda*. <https://www.elcomercio.com/chic/monsieur-saturday-moda-diseno-instagram.html>
- El Diario.ec. (2019). *Carla dibuja la moda*. *El Diario.Ec*. <https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/502460-carla-dibuja-la-moda/>
- García, H. (2014). *ILUSTRANDO: ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA*. <http://ilustrandoenlaescueladearte.blogspot.com/2014/10/ilustracion-publicitaria.html>
- Hess, M. (n.d.). *About Megan Hess*. <https://meganhess.com/about/>
- Hess, M. (2021). *Who is Claris?* <https://www.claristhemouse.com/about/>
- Kiper, A. (2011). *Ilustración de figurines de moda: técnicas y medios* (Primera ed). Parramón.
- Male, A. (2018). *Ilustración: Contexto, procesos creativos y proyección profesional* (Primera ed). Gustavo Gili.
- Moore, G. (2013). *Promoción de Moda* (Edición Ca). Gustavo Gili.
- Nunnelly, C. (2010). *Enciclopedia de técnicas de ilustración de moda* (Edición en). Acanto.

Ponce, I. (n.d.). *Tipos de ilustración*.

Saviolo, S., & Testa, S. (2007). *La gestión de las empresas de moda* (Primera ed). Gustavo Gili.

Tallon, K. (2013). *Ilustración digital de moda con Illustrator y Photoshop* (Segunda ed). Parramón Paidotribo.

Turpo, O. (2008). *La netnografía: un método de investigación en internet*. Universidad autónoma de Barcelona.

Viste la calle. (2015). *iF magazine por Mr William Draw Studio*. <https://vistelacalle.com/129341/if-magazine-por-mr-william-draw-studio-primera-revista-de-ilustracion-de-moda-hecha-en-chile/>

Wesen, M. (2012). *Dibujo de moda, técnicas de ilustración para diseñadores de moda* (Primera ed). Art Blume.

Zeas, S. (2019). *Un breve recorrido del campo profesional de diseño de textil e indumentaria en Cuenca Ecuador*. <http://revistas.uazuay.edu.ec/index.php/daya/article/view/245/340>

Zeegen, L., & Crush. (2009). *Principios de la ilustración* (Primera). Gustavo Gili.

Mahon, N., Burtenshaw, K., & Barfoot, C. (2007). *Principios de publicidad* (Edición en). Gustavo Gili.

Martí, T. (2018). *Estadísticas de Instagram: guía para principia*. <https://www.socialchef.es/blog/estadisticas-de-instagram-guia-para-principiantes/>

Martín, J., & Merlo, J. (2003). *Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso*.

Steane, J. (2016). *Fundamentos del diseño interactivo* (Primera ed). Promopress.

BIBLIOGRAFÍA DE FIGURAS

- Figura 1.** Yashagina, K. (28 de Noviembre de 2018). *The Poetic Illustrations Of Karina Yashagina*. Obtenido de Visual Atelier 8: <https://www.visualatelier8.com/art/the-poetic-illustrations-of-karina-yashagina>
- Figura 2.** Williams, H. (12 de Noviembre de 2019). *Hayden Williams X Missguided*. Obtenido de Babezine: <https://www.missguided.co.uk/babazine/fashion/hayden-williams-x-missguided>
- Figura 3.** Gibson, C. D. (28 de Agosto de 2011). *Picture of Charles Dana Gibson*. Obtenido de listal: <https://www.listal.com/viewimage/2498698h>
- Figura 4.** Wegener, G. (s.f.). *Gerda Wegener Fashion Mode Jupe Art Deco Gravure Costume Parisien 1914*. Obtenido de Pinterest: <https://www.pinterest.com.mx/pin/698198748459383416/>
- Figura 5.** Magritte, R. (s.f.). *Art Deco*. Obtenido de Pinterest: <https://www.pinterest.com/pin/430938258065078456/>
- Figura 6.** Hartung, G. (1932). Obtenido de https://www.meisterdrucke.es/kunstwerke/500px/Gerd_Hartung_-_Damenmode_1932_Automaentel_Gerd_Hartung_-_%28MeisterDrucke-686664%29.jpg
- Figura 7.** Miller, J. H. (1940). *Rosie the Riveter*. Obtenido de Britannica: <https://www.britannica.com/topic/Rosie-the-Riveter>
- Figura 8.** Pimsler, A. (s.f.). *Fashion Illustration by Alvin Pimsler*. Obtenido de flickr: <https://www.flickr.com/photos/fitspecialcollections/4777563467/c>
- Figura 9.** López, A. (s.f.). Obtenido de <https://i.pinimg.com/originals/24/05/f8/2405f85baf66fa7ec2163185ff0662df.jpg>
- Figura 10.** Stavrinou, G. (s.f.). Obtenido de <http://coilhouse.net/wp-content/uploads/2011/09/stavrinou03.jpg>
- Figura 11.** Watts, S. (s.f.). *Before SoHo Became SoHo-hum*. Obtenido de Dirndl Skirt Gatherings: <https://dirndlskirt.com/tag/fashion-illustration/>
- Figura 12.** Davis, A. (Julio de 1999). *Paper*. Obtenido de Amy Davis: <https://www.amydavis.com/paper/sf2.php?number=13>
- Figura 13.** Haines, R. (2017). *Richard Haines*. Obtenido de Fashion Illustration Gallery: <https://shop.fashionillustrationgallery.com/products/richard-haines-four-guys-walking>
- Figura 14.** *Fashion Illustrators*. (s.f.). Obtenido de Love to know: <https://fashion-history.lovetoknow.com/alphabetical-index-fashion-clothing-history/fashion-illustrators>
- Figura 15.** Fernandes, S. (2020). *SX Fashion Illustrations*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/SxFashionIllustrations/photos/1169956023174573>
- Figura 16.** Akhmatova, V. (Enero de 2021). *Ah Vero*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/ahvero.official/photos/1851967271644960>

- Figura 17.** Bellini, M. (Enero de 2021). *Maryb.fashion*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/Bellini.Marianna/photos/256313049216449>
- Figura 18.** Golub, S. (25 de Diciembre de 2019). *lanagolub_art*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/B6fQs-wgcne/>
- Figura 19.** Lico, R. (23 de Mayo de 2020). *Rebecca Lico*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=367294680897827&set=pb.100028518941015.-2207520000.&type=3>
- Figura 20.** Sifuentes, X. (28 de Diciembre de 2020). *artt.illustration*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/CJWX6_GjFdA/
- Figura 21.** Lubgane, J. (4 de Junio de 2020). *julija_lubgane_art*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CBBVhq8MSA0/>
- Figura 22.** Rahim, E. (11 de Octubre de 2014). *ellierahim*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/uBWGoOTArB/>
- Figura 23.** Jenkins, V. (4 de Enero de 2021). *miss_victoria25*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CJn2iA-sUw8/>
- Figura 24.** Fiona. (25 de Marzo de 2020). *fiona_aarts*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/B-M6LLciiBV/>
- Figura 25.** Alharbi, W. (18 de Abril de 2021). *wijdan.alharbi.art*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CN0-hCzDcZS/>
- Figura 26.** Zakhvatkina, A. (8 de Mayo de 2021). *az_fashion_artist*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/COm9b_LhNof/
- Figura 27.** Créé, O. (28 de Enero de 2021). *olgacree*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/CKmF_Kch7ea/
- Figura 28.** Nichols, H. (12 de Junio de 2020). *hnicholsillustration*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CBVWOoslxk-/>
- Figura 29.** Leyfman, S. (10 de Abril de 2021). *svetaleyfman*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CNe0GgwhFAn/>
- Figura 30.** Yuko. (s.f.). *Oil Pastel*. Obtenido de Art Studio Yuko: <https://www.artstudioyuko.com/oil-pastel>
- Figura 31.** Fossa, E. (12 de Diciembre de 2014). *eduardofossa*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/whDVcallhl/>
- Figura 32.** Chantaf, R. (23 de Mayo de 2020). *atelierchantaf*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CAiRyPpqbSq/>
- Figura 33.** Lucin, C. (10 de Agosto de 2020). *carlalucin_*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CDu4y53nuk8/>
- Figura 34.** Kıral, U. (12 de Mayo de 2020). *ugurkiral*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CAGHyk0FTjO/>
- Figura 35.** Nichols, H. (27 de Septiembre de 2019). *hnicholsillustration*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/B266tOAlboN/>

- Figura 36.** Onegina, K. (7 de Mayo de 2021). *kseniya_onegina*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/COK_EWCDCN2/
- Figura 37.** Reebok Colombia. (10 de Junio de 2020). *reebokcolombia*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CBRAI8GJULW/>
- Figura 38.** Castro, E. (Junio de 2021). *esperanza.castro.illustration*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/CQf_ru1n7H9/
- Figura 39.** Wächter, L. (Junio de 2021). *laura_waechter*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CQijPv3DQLL/>
- Figura 40.** Wächter, L. (Junio de 2021). *laura_waechten*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CQijLGkDXGc/>
- Figura 41.** Elena, A. (2016). *Galería*. Obtenido de Arturo Elena: <https://www.arturoelena.com/coleccion/galeria/>
- Figura 42.** Hard, A. (2020). *Ilustración digital*. Obtenido de Plataforma de Arte Contemporáneo: <https://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/ilustracion-digital-ana-hard/>
- Figura 43.** Fairey, S. (11 de Mayo de 2021). *obeygiant*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/COvXvR_hMEh/
- Figura 44.** Fashion Illustration. (s.f.). *Fashion Illustration*. Obtenido de Tumblr: <https://fashion-illustrations.tumblr.com/post/32586875849/cadamatre-fashion-sketches-pencil-sketch>
- Figura 45.** Davis, A. (2015). Obtenido de Amy Davis: <https://www.amydavis.com>
- Figura 46.** Sibley, M. (s.f.). *Portraits*. Obtenido de Michael Sibley: <https://www.msibley.com/portraits>
- Figura 47.** najuco. (Junio de 2019). *Fashion Illustration: Outfit of the day*. Obtenido de PIE International: <https://pie.co.jp/book/i/5306/?lang=europe>
- Figura 48.** Efímera. (2019). *Efímera*. Obtenido de Wix: <https://efimeraeme.wix-site.com/efimeraweb?pgid=j9zl8qi9-6b835879-399e-4594-a2bf-8ceb-751c9bd5>
- Figura 49.** Ohmori, S. (s.f.). Obtenido de Pinterest: <https://www.pinterest.at/pin/278941770642530880/>
- Figura 50.** Baker, C. A. (s.f.). Obtenido de Pinterest: <https://www.pinterest.es/pin/316729786271206997/>
- Figura 51.** EAMODA Argentina. (s.f.). *Periodismo y comunación de moda*. Obtenido de EAMODA Argentina: <https://eamoda.com.ar/estudia/periodismo-y-comunicacion-de-moda/>
- Figura 52.** Barreiro, L. (2016). *5 tendencia de marketing digital en el sector moda*. Obtenido de posizionate: <https://blog.posizionate.com/5-tendencias-de-marketing-digital-en-el-sector-moda>

- Figura 53.** Gonzalez, A. (13 de Mayo de 2018). *Relación entre comunicación y moda*. Obtenido de Papaya Digital: <https://papayadigital.com/relacion-entre-comunicacion-y-moda/>
- Figura 54.** David Downton. (s.f.). *About David Downton*. Obtenido de David Downton: <https://www.daviddownton.com/about-david-downton/>
- Figura 55.**
Downton, D. (2005). *Couture*. Obtenido de David Downton: <https://www.daviddownton.com/couture/>
- Figura 56.** Downton, D. (2015). *Couture*. Obtenido de David Downton: <https://www.daviddownton.com/couture/>
- Figura 57.** Downton, D. (Septiembre de 2009). *Cover archive*. Obtenido de VOGUE Australia: <https://www.vogue.com.au/vogue-magazine/cover-archive/2009/image-gallery/8d36b718dde515065033c3e27898dd00>
- Figura 58.** Downton, D. (Septiembre de 2009). *Cover archive*. Obtenido de VOGUE Australia: <https://www.vogue.com.au/vogue-magazine/cover-archive/2009/image-gallery/8d36b718dde515065033c3e27898dd00>
- Figura 59.** Downton, D. (Septiembre de 2009). *Cover archive*. Obtenido de VOGUE Australia: <https://www.vogue.com.au/vogue-magazine/cover-archive/2009/image-gallery/8d36b718dde515065033c3e27898dd00>
- Figura 60.** Downton, D. (Septiembre de 2009). *Cover archive*. Obtenido de VOGUE Australia: <https://www.vogue.com.au/vogue-magazine/cover-archive/2009/image-gallery/8d36b718dde515065033c3e27898dd00>
- Figura 61.** Claris. (2021). *The Author*. Obtenido de Claris the chicest mouse in paris: <https://www.claristhemouse.com/about/the-author/>
- Figura 62.** Hess, M. (17 de Marzo de 2021). *meganhess_official*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CMgk1MBpiJx/>
- Figura 63.** Hess, M. (30 de Abril de 2018). *meganhess_official*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/BiMIqPOBpP6/>
- Figura 64.** Hess, M. (2021). *Books*. Obtenido de Claris the chicest mouse in Paris: <https://www.claristhemouse.com/books/>
- Figura 65.** Hess, M. (7 de Agosto de 2018). *Claris: The Chicest Mouse in Paris*. Obtenido de Amazon: https://www.amazon.com/Claris-Chicest-Mouse-Megan-Hess/dp/1760502596/ref=sr_1_1?crd=2Z4612S2DYQ4L&dchild=1&keywords=claris+chicest+mouse+in+paris&qid=1599021041&srefix=claris+chicest%2Caps%2C645&sr=8-1&tag=smarturl-20
- Figura 66.** If Magazine. (27 de Abril de 2018). *ifmagazine_*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/BiEg8ZxFFve/>

- Figura 67.** iF Magazine. (18 de Abril de 2018). *iF Magazine*. Obtenido de issuu: https://issuu.com/ifmagazine_/docs/ifmagazine_5
- Figura 68.** iF Magazine. (18 de Abril de 2018). *iF Magazine*. Obtenido de issuu: https://issuu.com/ifmagazine_/docs/ifmagazine_5
- Figura 69.** iF Magazine. (18 de Abril de 2018). *iF Magazine*. Obtenido de issuu: https://issuu.com/ifmagazine_/docs/ifmagazine_5
- Figura 70.** El Comercio. (23 de Noviembre de 2017). *Chic*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/chic/monsieur-saturday-moda-diseno-instagram.html>
- Figura 71.** Octavio Platón. (28 de Diciembre de 2017). *monsieuraturday* . Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/BdRD-8qFfYR/>
- Figura 72.** Octavio Platón. (16 de Enero de 2019). *monsieursaturday* . Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/BstJ35gFai4/>
- Figura 73.** Octavio Platón. (13 de Septiembre de 2020). *monsieursaturday*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/CFE6uHrDujl/>
- Figura 74.** Lucin, C. (4 de Julio de 2018). *carlalucin_*. Obtenido de Instagram: Figura 74. Obtenido de: <https://www.instagram.com/p/Bo9zhF4nWG-/>
- Figura 75.** Lucin, C. (15 de Octubre de 2018). *carlalucin_*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/Bo9zhF4nWG-/>
- Figura 76.** Lucin, C. (10 de Agosto de 2020). *carlalucin_*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/p/CDu3_3XHTxD/
- Figura 77.** Lucin, C. (26 de Febrero de 2019). *carlalucin_*. Obtenido de Instagram: <https://www.instagram.com/p/BuWKAaLHope/>
- Figura 78.** Santos, M. (24 de Septiembre de 2014). *BG Magazine*. Obtenido de Issuu: https://issuu.com/adminbg/docs/041_animal
- Figura 79.** BG Magazine. (24 de Septiembre de 2014). *BG Magazine*. Obtenido de Issuu: https://issuu.com/adminbg/docs/041_animal
- Figura 80.** D'errico, C. (24 de Septiembre de 2014). *BG Magazine*. Obtenido de Issuu: https://issuu.com/adminbg/docs/041_animal
- Figura 81.** BG Magazine. (24 de Septiembre de 2014). *BG Magazine*. Obtenido de Issuu: https://issuu.com/adminbg/docs/041_animal
- Figura 82.** Elaboración propia
- Figura 83.** Elaboración propia
- Figura 84.** Elaboración propia
- Figura 85.** Elaboración propia
- Figura 86.** Elaboración propia
- Figura 87.** Elaboración propia
- Figura 88.** Elaboración propia
- Figura 89.** Elaboración propia




Figura 90. Elaboración propia
Figura 91. Elaboración propia
Figura 92. Elaboración propia
Figura 93. Elaboración propia
Figura 94. Elaboración propia
Figura 95. Elaboración propia
Figura 96. Elaboración propia
Figura 97. Elaboración propia
Figura 98. Elaboración propia
Figura 99. Elaboración propia
Figura 100. Elaboración propia
Figura 101. Elaboración propia
Figura 102. Elaboración propia
Figura 103. Elaboración propia
Figura 104. Elaboración propia
Figura 105. Elaboración propia
Figura 106. Elaboración propia
Figura 107. Elaboración propia
Figura 108. Elaboración propia
Figura 109. Elaboración propia
Figura 110. Elaboración propia
Figura 111. Elaboración propia
Figura 112. Elaboración propia
Figura 113. Elaboración propia
Figura 114. Elaboración propia
Figura 115. Elaboración propia
Figura 116. Elaboración propia
Figura 117. Elaboración propia
Figura 118. Elaboración propia
Figura 119. Elaboración propia
Figura 120. Elaboración propia
Figura 121. Elaboración propia
Figura 122. Elaboración propia
Figura 123. Elaboración propia
Figura 124. Elaboración propia
Figura 125. Elaboración propia
Figura 126. Elaboración propia
Figura 127. Elaboración propia
Figura 128. Elaboración propia
Figura 129. Elaboración propia
Figura 130. Elaboración propia

- Figura 131.** Elaboración propia
- Figura 132.** Elaboración propia
- Figura 133.** Elaboración propia
- Figura 134.** Elaboración propia
- Figura 135.** Elaboración propia
- Figura 136.** Elaboración propia
- Figura 137.** Elaboración propia
- Figura 138.** Elaboración propia
- Figura 139.** Elaboración propia
- Figura 140.** Elaboración propia
- Figura 141.** Elaboración propia
- Figura 142.** Elaboración propia
- Figura 143.** Elaboración propia
- Figura 144.** Elaboración propia
- Figura 145.** Elaboración propia
- Figura 146.** Elaboración propia
- Figura 147.** Elaboración propia
- Figura 148.** Elaboración propia
- Figura 149.** Elaboración propia
- Figura 150.** Elaboración propia
- Figura 151.** Elaboración propia
- Figura 152.** Elaboración propia
- Figura 153.** Elaboración propia
- Figura 154.** Elaboración propia
- Figura 155.** Elaboración propia
- Figura 156.** Elaboración propia
- Figura 157.** Elaboración propia
- Figura 158.** Elaboración propia
- Figura 159.** Elaboración propia
- Figura 160.** Elaboración propia
- Figura 161.** Elaboración propia
- Figura 162.** Elaboración propia
- Figura 163.** Elaboración propia
- Figura 164.** Elaboración propia
- Figura 165.** Elaboración propia
- Figura 166.** Elaboración propia
- Figura 167.** Elaboración propia
- Figura 168.** Elaboración propia
- Figura 169.** Punta Pincel. (2021). *Punta Pincel*. Obtenido de [puntapincelecuador.com](http://www.puntapincelecuador.com):
<http://www.puntapincelecuador.com>
- Figura 170.** Elaboración propia



- Figura 171.** Punta Pincel. (2021). *Punta Pincel*. Obtenido de [puntapincecuador.com](http://www.puntapincecuador.com): <http://www.puntapincecuador.com>
- Figura 172.** Punta Pincel. (2021). *Punta Pincel*. Obtenido de [puntapincecuador.com](http://www.puntapincecuador.com): <http://www.puntapincecuador.com>
- Figura 173.** Punta Pincel. (2021). *Punta Pincel*. Obtenido de [puntapincecuador.com](http://www.puntapincecuador.com): <http://www.puntapincecuador.com>
- Figura 174.** Punta Pincel. (2021). *Punta Pincel*. Obtenido de [puntapincecuador.com](http://www.puntapincecuador.com): <http://www.puntapincecuador.com>
- Figura 175.** Elaboración propia
- Figura 176.** Elaboración propia
- Figura 177.** Elaboración propia
- Figura 178.** Elaboración propia
- Figura 179.** Punta Pincel. (Agosto de 2021). *puntapincel_ec*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/puntapincel_ec/
- Figura 180.** Punta Pincel. (Agosto de 2021). *PUNTAPINCEL_ec*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/PuntaPincelEcuador>
- Figura 181.** Samaniego, R. (agosto de 2021). *rena_samaniego*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/rena_samaniego/
- Figura 182.** Samaniego, R. (agosto de 2021). *Renata Samaniego*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/renisamaniego>
- Figura 183.** Samaniego, R. (agosto de 2021). *rena_samaniego*. Obtenido de Instagram: https://www.instagram.com/rena_samaniego/
- Figura 184.** Samaniego, R. (agosto de 2021). *Renata Samaniego*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/renisamaniego>
- Figura 185.** Elaboración propia
- Figura 186.** Elaboración propia
- Figura 187.** Elaboración propia
- Figura 188.** Elaboración propia
- Figura 189.** Elaboración propia
- Figura 190.** Elaboración propia
- Figura 191.** Elaboración propia
- Figura 192.** Elaboración propia
- Figura 193.** Elaboración propia

ANEXO 1: MODELO DE ENCUESTA/ENTREVISTA # 1 ILUSTRACIÓN DE MODA

Encuesta/entrevista ILUSTRACIÓN DE MODA

El objetivo de esta encuesta es obtener información para en lo posterior difundir y promocionar marcas locales de diseño de indumentaria, a partir de la creación de una revista interactiva ilustrada impresa y digital que aplique diversos estilos de ilustración como parte de un proyecto de graduación de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay.

***Obligatorio**

1. Nombre del diseñador/a: *

Tu respuesta _____

2. ¿Cuenta usted con un emprendimiento/ marca activa? *

Si

No

[Siguiente](#)

Encuesta/entrevista ILUSTRACIÓN DE MODA

***Obligatorio**

Marca/emprendimiento de moda

3. ¿Cómo se llama su emprendimiento/marca? *

Tu respuesta _____

4. ¿Cuánto tiempo lleva activo en el mercado? *

Tu respuesta _____

5. ¿Utiliza usted un plan de comunicación para promocionar y difundir su emprendimiento? *

Si

No

[Atrás](#) [Siguiente](#)

Encuesta/entrevista ILUSTRACIÓN DE MODA

***Obligatorio**

Ilustración de moda y comunicación

6. ¿Estaría usted interesado/a en proporcionar información acerca de su marca/ última colección/diseño para hacerlo parte de una revista ilustrada en la que se difundan y promocionen marcas de indumentaria del medio local que sería resultado de este proyecto de graduación? *

Si

No

7. Explique el por qué de la pregunta anterior. *

Tu respuesta _____

[Atrás](#) [Enviar](#)

ANEXO 2: TABLA DE RESULTADOS MODELO DE ENCUESTA/ENTREVISTA ILUSTRACIÓN DE MODA DE MARCAS/EMPRESARIOS NUEVOS DE LOS DISEÑADORES GRADUADOS DESDE LOS AÑOS 2015 AL 2019

	Estudiante	Año de promoción	Nombre del emprendimiento	Descripción	Instagram	Facebook	Tiempo en el mercado	Plan de comunicación	Dispuesta a dar información	Justificación
1	FARFAN CARDENAS VALERIA MELISSA	2015	Maku Artesanía	Ropa bordada a mano	makuartesania	Maku Artesanía	40 años en el mercado 6 años bajo su dirección	Si	Si	Sería interesante ser participe en una revista que este dedicada a la moda y más espectacular sería que sea moda local y nacional, en la cual la gente conozca y se eduque que en Cuenca y Ecuador existen profesionales textiles de excelencia.
2	SAMANIEGO REGALADO MARIA FERNANDA	2015	Nua	Estudio de diseño, vestidos	nuaestudiodeseno	nua Estudio de Diseñ	5 años	Si	Si	Es importante poder buscar nuevos espacios en donde mostrar la marca y poder llegar a más personas
3	ANDRADE GUILLERMO GABRIELA TATIANA	2016	Kimu	Teñido orgánico, moda sostenible	kimu_gm	Kimu	2 años	Si	Si	Para poder tener más posicionamiento en el mercado, tener más ingresos.
4	AVENDAÑO MEJIA TATIANA	2016	OlaRosa Swimwear	Swimwear, bikinis	olarosa_ec	OlaRosa Swimwear	4 años	Si	Si	Podría generar contenido importante para la marca así como también puede ser un medio de promoción.
5	CARRIÓN TROYA CLAUDIA DANIELA	2016	Surnal	Tienda de diseño	surnalstore.ec	Surnal	1 año	No		
6	HIDALGO ORMAZA ANDREA KATHERINE	2016	Hidalgo	Estudio de moda (vestidos)	hidalgo_ec	Hidalgo Estudio de Moda	3 años	No		
7	JARAMA HERRERA CHRISTIAN ALEJANDRO	2016	Meee				1 año	Si	Si	Sería interesante en participar en nuevas alternativas de publicidad
8	ORDÓÑEZ JIMÉNEZ EYLEEN ASTRID	2016	Plezier	Ropa ecuatoriana, casual	plezier_ec	Plezier	3 años	Si	Si	Podría ayudar en lo que este a mi alcance
9	PESÁNTEZ CALLE PAOLA ANDREA	2016	SuyanaModa	Identidad, colorido y diseños únicos	suyanamoda	Suyana MODA	4 años y 6 meses	Si	Si	La industria de la moda local y nacional depende de la colaboración y apoyo entre colegas diseñadores, crear en conjunto para que nuestra país pueda ser reconocido internacionalmente por su talento y diversidad en el diseño.
10	RAMÍREZ PIEDRA SONIA JULEYSI	2016	Woment	Ropa para mujeres	woment.ec	woment.ec	3 años	Si	Si	Creo que debemos unimos para impulsar el consumo local
11	SUQUITANA CALLE ENEIDA DE LA NUBE	2016	Ney				6 meses	No		
12	TENEZACA PAREDES JHESENA KATHERINE	2016	Kamberry denim wear	Jeans hechos con conciencia ambiental	kamberry_ec	Kamberry Jeans Jossy - Paco	2 años	Si	Si	Debido a la gran competencia que tenemos en nuestro mercado, siempre se debe tratar de sobresalir entre las demás marcas, ser parte de una revista ilustrada, es una manera muy innovadora de darnos a conocer y abrimos a otros mercados.
13	VINTIMILLA ROVALINO MARIA BELÉN	2016	Relevé Prouette	Tienda online de ropa y accesorios para bebés, diseños únicos	releveprouette	Relevé Prouette	1 año	Si	Si	Interesante propuesta
14	LLANGARI PINCHO LIGIA ELENA	2016	Garpi fashion desing	Diseño y confección de indumentaria, ropa deportiva, lanzamientos de colecciones de moda.		garpi.fashion.design	4 años	Si	Si	Me interesa
15	ARIAS CERÓN GALA INDIRA	2017	Mashi Mashi store	Diseño local, decoración, segunda mano, variedades.		mashimashi_store	1 año y 6 meses	Si	Si	Me parece excelente contar con una nueva forma de promoción creativa y artística para la marca
16	CABRERA ORELLANA GABRIELA LIZBETH	2017	Gabriela Cabrera diseño de moda	Diseño de trajes de alta costura, y confección de trajes de baile deportivo.		gabrieladesign27	3 años	Si	Si	Porque ayudaría más a promocionar y promover el consumo local de las marcas como diseñadores
17	CAMACHO PAUTA MARIA ALICIA	2017	Maris	No aplica			2 años	Si	Si	Si estoy de acuerdo ya que es necesario un medio de difusión para dar a conocer el emprendimiento de cada persona.
18	ALVAREZ MOGROVEJO ANA CRISTINA	2017	ALMO Estudio de Moda	Estudio de diseño de moda - IG: @almo418	almo418	ALMO Estudio de moda	6 años	Si	Si	Forma de publicidad
19	CARRIÓN CHIMBO JESSICA XIMENA	2017	BY_MENNA	Vestidos de gala, lencería, tejidos, accesorios - IG: @by_menna		by_menna	1 año	No		
20	TOLEDO GARZÓN JUAN ANDRÉS	2017	Doucher	Diseños exclusivos en telas y prendas, realizados mediante sublimación - IG: @doucher.ec		doucher.ec	1 año y 6 meses	Si	Si	Siempre es útil una plataforma novedosa para poder expandir todo tipo de emprendimiento
21	VELE CAYMAYO MARITZA ANGÉLICA	2017	Marbelex				2 años	No		
22	GALARZA CASTRO DAYRA MAGALY	2017	Sul	Diseño Textil y Moda	sul_dg		3 años	Si	Si	Promocionar la marca te ayuda a posicionarte en el mercado por ende te ayudará a crecer
23	ALTAMIRANO TENE MARIA PAZ	2017	Marial	Estudio de moda	marial_estudiodemoda		1 año	Si	Si	Me parece muy interesante ya que es algo novedoso en el medio y a la vez es una manera de apoyarnos entre colegas.
24	MOSCOSO OCHOA MARIA PAZ	2017	Unapazreal	Crear tu propia línea de indumentaria, moda	unapazreal		3 años	Si	Si	Con gusto puedo colaborar en lo que necesiten.
25	GUZMÁN PERALTA ERICK ADRIÁN	2018	Adriano	Marca de zapatos ecuatorianos	adriano_ag	Adriano/AG	3 años	Si	Si	Si por supuesto como ADRIANO estamos abiertos a ser participe de esta iniciativa con inf de colecciones etc, me parece un proyecto muy bueno, debemos resaltar más nuestra identidad y de esta manera generar una moda interna sostenible.
26	LEÓN HERAS KAREN MARLUXI	2018	Luhtha	te ropa/ tienda de diseño online/ hoodies/ c	luhtha117	Luhtha	3 años	Si	Si	Porque es una gran oportunidad para poder ofrecer mi trabajo a más personas.
27	VARGAS SILVA SOFÍA ISABELA	2018	Larga vida	Prendas de segunda mano	largavida_ec		5 meses	Si	Si	Pienso que es necesario tener más revistas de moda, para crear un movimiento más fuerte y local.
28	ANDRADE GARCÍA MARIA CECILIA	2018	Maria Cecilia Andrade Design	Alta costura & Print & porler	mariceciandrade.design		4 años	Si	Si	Me parece interesante mostrar el trabajo del diseño local
29	BARROS CÁRDENAS CLAUDIA CRISTINA	2018	Clodette	Indumentaria femenina	clodette_ec		2 años	No		
30	CABRERA CAPELO TATIANA MONSERRATH	2018	Ti Lamons				1 año	Si	Si	Porq es importante dar a conocer la marca no solo para que se vaya grabando en la mente del consumidor sino para que pueda crecer tu carta de clientes a la vez que vas dando cabida al desarrollo del diseño local
31	CARANGUI LEMA RUTH DANIELA	2018	D.C	Vestidos de gala, novia, 15 años, diario para damas, ternos, ropa deportiva para rabaleros		D.C Diseño de moda	2 años	Si	Si	Para que conozcan más la marca
32	GUERRERO SINCHI JENNY PATRICIA	2018	Shanto				6 meses	No		
33	RÍGUEZ DÁVILA CLAUDIA MARINA	2018	Cannelle	Lingerie & sleepwear	cannelle_ec		2 meses	Si	Si	Para apoyar a marcas y de la misma manera que conozcan la mía.
34	MONCAYO GUJARRO CLAUDIA NATALIA	2018	Mongui	Marca ecuatoriana	mongui_ec		2 años	Si	Si	Sería bueno tener un medio de comunicación local que hable realmente la moda cuencana.
35	ABRIL ABRIL XIMENA BELÉN	2019	Cereza&Kiwi / Babril	Atelier / active wear, smart clothes, sport wear, street style, haute couture	cerezakiwi / babridesign		1 año y 3 meses / 11 meses	No		
36	BRITO CORRAL SAMANTHA PAOLA	2019	Samanta Brito Design	Marca de ropa femenina	samantabritoec.design		1 año	Si	Si	Una revista local puede ayudar al movimiento de los emprendimientos locales y lleva a un consumo y conocimiento mayor de los productos.
37	CÁRDENAS PETROVA DENITZA	2019	Kozy	Activewear	kozy_ec		5 meses	Si	Si	Es una idea nueva para el mercado, sería interesante que la gente conozca tu marca y tus trabajos a través de una revista, son medios que te ayudan a crecer como marca y llegar a un mayor público.
38	ESPINOZA VILLA MICHELLE PAOLA	2019	Raffaga Espinoza Jeans	Fábrica de jeans	raffagaespinozajeans		1 año	Si	Si	Porque quiero dar a conocer quienes estamos detrás de las prendas que utilizan nuestros clientes, como lo realizamos, hacia quienes nos dirigimos, cuáles son nuestros objetivos como marca local y nacional, etc.
39	GALARZA FIGUEROA SILVIA PAOLA	2019	Musas	Accesorios para el cabello	musas.diseño.ec		1 año y 6 meses	No		
40	GORDILLO FAJARDO KIRSTIE PAOLA	2019	KIP				9 meses	No		
41	MENDIETA ASTUDILLO PAOLA NATHALY	2019	PALU	Mascarillas personalizadas	palu_textilmoda		7 meses	Si	Si	Porque sería una excelente y novedosa alternativa publicitaria, a demás así podría fomentarse aún más el valor y conocimiento de emprendimientos locales.
42	SALINAS GUZMÁN MÓNICA ESTEFANIA	2019	C.A.				1 año	No		
43	SANMARTÍN MOYANO DOMÉNICA DEL CARMEN	2019	Cereza&Kiwi	Atelier	cerezakiwi		1 año y 3 meses	No		
44	JILLOA PEÑA LODA ELIZABETH	2019	Loy	Marca personal	loy_ec		1 año	Si	Si	Porque es importante que empecemos a darle oportunidad al consumo local para poder aportar a la economía de nuestro país e incluso llegar a ser marcas locales generadoras de empleos dignos y justos.
45	CHÁVEZ REINOSO DORA ANDREA	2019	DimeRuto	Textile toys	dimehub.toys		1 año	Si	No	MI emprendimiento trata de juguetes textiles para niños. La pregunta se enfoca a marcas de ropa. Lo bueno sería ilustración infantil que ayudaría mucho a mi marca.
46	PINEDA MATUTE KATHERINE VANESSA	2019	Collective Rose EC	Estudio de diseño / Home wear	collective.rose1		1 año y 3 meses	No		
47	RODAS LITUMA MARIA CAMILA	2019	Atelier Camila / CR Camila Rodas	Craña, lazos, diademas - venta al por menor de telas e insumos textiles /	atelier_camila_		4 años / 2 años	Si	Si	Para promocionar la marca y darse a conocer
48	ZALAMEA ORELLANA ANDREA ALEJANDRA	2019	Lutezza	de diseño, prendas femeninas, temporadas	lutezza_ec	lutezza	1 año	Si	Si	Es de gran importancia formar parte de nuevas plataformas continuamente a fin de lograr expandirse.
49	ZARATE PESÁNTEZ MARIA EMILIA	2019	La Tekné	Galería multimarcas de diseño	laketne.ec		11 meses	Si	Si	Por que es una manera diferente y positiva de darse a conocer, en mi caso, como una galería multimarcas. Nos estaríamos dando la mano entre emprendedores.
50	CABRERA DELEG ANDREA MARIBEL	2019	Good Size	Atelier de diseño	good_size_ec		6 meses	No		
51	NEIRA GUZMÁN MARIA EMILIA	2019	Emilia Neira Diseño Textil y Moda	diseño textil y moda / diseño de estampados	emi_neira_diseño		5 meses	No		
52	ABAD CEVALLOS ANDREA VERÓNICA	2019	AMALI	diseño de blipinas, diseño de indumentaria masculina y femenina: semiformal, casual y ropa deportiva	amali_ec		6 meses	No		

ANEXO 3: LISTA DE MARCAS ESTABLECIDAS

	Nombre del diseñador/a	Nombre del emprendimiento / marca	Descripción	Instagram	Facebook	Seguidores en Instagram	Seguidores en Facebook
1	BARRETO JUAN & BECERRA CAROLINA	Barreto	Streetwear / ropa urbana	barretoatelier	Barreto	34,3 mil	2501
2	GUILLEN SERRANO MARÍA ELISA	Retroindustries	Camisetas	retroindustries	Retro Industries	2343	3227
3	CORTES SILVA DIANA CAROLINA	Mangostina	Pijameta y pareos	mangostina.ec	Mangostina	92	118
4	CRESCO AYORA KARINA FERNANDA	Cresspo	Tienda de diseño	cresspotiendaa	Cresspo	1097	3941
5	DONOSO LOYOLA ALEXANDRA PATRICIA	Alexandra Donoso	Vestidos y ropa para mujer	alexdonosol	Alexandra Donoso	3050	3179
6	ENDERICA CORONEL ANDREA PAULINA	Runas	Accesorios e indumentaria canina	amores_runas	RUNAS	9164	7723
7	ESTRELLA GUAMÁN MARÍA ELENA	Trapitos	Uniformes	trapitosuniformes	Trapitos uniformes	219	1196
8	FAREZ ANCHUNDIA ROMELEFRÉN	Farezzaty	Calzado de cuero para damas y caballeros	farezzaty	Farezzaty	96	2770
9	HERRERA LUZURIAGA MARÍA PAULA	Paula María	Marca ecuatoriana de textil y moda / vestido de gala	paulamariaec	PAULA MARIA	262	350
10	LISSO LEÓN YESSÉNIA BELÉN	Bela Brand	Personalización de prendas	bela_brand		173	
11	MACHADO SEGARRA PAOLA ANDREA	Gemelys	Tienda de ropa para mujeres, diseños exclusivos para toda ocasión, especializados en ropa materna	gemelysec	Gemely's	2411	3518
12	MANCHENO MOSCOSO JASMINA PATRICIA	Mina Mancheno	Accesorios de vestir	mina_mancheno	Mina Mancheno	1044	1009
13	MARTINEZ PALACIOS MARÍA DE LOURDES	Lula Martínez	Ropa femenina de diseñadora	lulamartinezmoda	Lula Martínez	9334	6273
14	NIETO TRELLES DANIELA CRISTINA	Lugus	Jeanwear para hombres, mujeres y niños		LUGUS		534
15	OCHOA ARIZAGA JESSIE CAROLINA	Polkadot	Underwear & swimwear	polkadotecuador	Polka Dot	2207	1873
16	PEÑA LEÓN DIEGO FERNANDO	Diego Peña	Trajes exclusivos hechos a medida	diegopeñatailoredsuits	Dp Designers Store	3946	5336
17	POLO RINCÓN MARÍA ALEXANDRA	Alex Polo	Ropa y accesorios femenina - Ready to wear	alexpolomodas	Alex Polo	5361	1731
18	ARÉVALO MALDONADO ERICKA ROCÍO	Rocío Armal	Zapatería	rocioarmal	Rocío Armal	152	473
19	ARIAS LAZO MARÍA DEL CARMEN	Mara	Accesorios, indumentaria y bisutería	mara_diseno_urbano	MARA diseño urbano	143	654
20	BAXTER MOSCOSO EMILY JANE	Emily Baxter Moscoso	Vestidos de novia y ceremonia	emilybaxtermoscoso		710	
21	GARRASCO AGREDO CLARA YOLIMA	Yolima Carrasco	Calzado	yolimacarrascogaleria	Yolima Carrasco A	1376	9935
22	CASTRO CAJAMARCA ANDREA LILIANA	Atelier Andrea Castro	Diseño, asesoría y confección en Alta Costura	atelier_andrea_castro	Atelier Andrea Castro	1801	988
23	CEDILLO VERA MARCELA IRLANDA	Marcela	Diseño en Alta Costura	marcela_ec	Marcela	335	665
24	CORDERO COBOS MARÍA BELÉN	Beco diseño & customizing	Productos pintados a mano	beco_diseno.customizing	BECO diseño & customizing	789	2500
25	CÓRDOVA SOLIS MARÍA CRISTINA	Cristina Córdova	Alta Costura, alta costura en uniformes	clara_ec	Claraec	2718	349
26	FRANCO ZAMORA JHORDÁN ANABELLE	Jhordan Baby	Ropa infantil	jhordanbaby	Jhordan Baby	1169	1343
27	GALINDO ZEAS MAGDALENA RUTH	Fit Estudio de Moda	Ropa exclusiva para damas	fit_estudio_de_moda	Fit Estudio de Moda	317	165
28	GONZÁLEZ CABRERA GABRIELA PAOLA	Demitex	Diseño empresarial, corporativa	demitex_uniformes	Demitex Uniformes	274	
29	GUAPISACA CAVINAGUA DIEGO FERNANDO	Diego Guapisaca	Vestidos de gala	diego_fgcb9	Diego Guapisaca	180	
30	MENESES BARSALLO ANA CAROLINA	Diseñadora Carolina Meneses	Camisetas, sudaderas y uniformes	caromenezes62	Diseñadora Carolina Meneses	2382	1966
31	MOLINA PERALTA MARÍA VERÓNICA	Garasa	Diseño e ilustración textil	garasa.diseño	Garasa ilustración textil	2457	8980
32	MONSALVE CORONEL MARÍA GABRIELA	Love it	Tienda de ropa para mujeres	loveittec	Love it	987	3614
33	MORALES CRESCO MÓNICA MELISSA	Matusha		matusha_disenodemodas	MATUSHA Diseño de Modas	2712	583
34	MORENO SARMIENTO MARÍA BERNARDA	Marrone	Diseño de capuchas, joggers, camisetas y vestidos	marrone.bernimoreno	Marrone Bernarda Moreno	1738	4
35	QUEZADA CANTOS SEBASTIÁN ALEJANDRO	Bolson	Bolsos y accesorios	bolson_experimental	Bolson bolsos y accesorios	377	1727
36	RAMÓN CALLE PAOLA GABRIELA	Gabriela Ramón	Prendas diseñadas bajo el concepto versátil	gabysramonc	Gabriela Ramón C: diseño de modas	2909	2438
37	ROJAS ZAPATA MARITZA FERNANDA	Lo-f's Closet	Moda empresarial	lofscloset	Lo-f's closet	487	4129
38	SALDAÑA GALINDO JOHANNA SIMONE	Simone	Tienda de ropa femenina	simoneboutique.ec	SIMONE	426	835
39	ZEAS CARRILLO SILVIA GABRIELA	Silvia Zeas	Tejido de punto	silviazeasdisenadora	Silvia Zeas Diseñadora	2857	1974
40	JIMÉNEZ ISMAEL	Original IKAT	Técnica ancestral cañari IKAT	original_ikat	Original IKAT	1503	1068

ANEXO4: MODELO DE ENCUESTA #2 PARA LA INVESTIGACIÓN ACERCA DE LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN EN MARCAS DE DISEÑO DE INDUMENTARIA ESTABLECIDAS Y EMPRENDIMIENTOS EMERGENTES.

Investigación acerca de promoción y difusión en marcas de diseño de indumentaria

El objetivo de esta encuesta es obtener información para en lo posterior difundir y promocionar marcas locales de diseño de indumentaria, a partir de la creación de una revista interactiva ilustrada impresa y digital que aplique diversos estilos de ilustración como parte de un proyecto de graduación de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay.

*Obligatorio

Nombre de la Marca o emprendimiento *

Tu respuesta

Contexto en el que se comercializa su marca (Se puede marcar más de una respuesta) *

A nivel local

A nivel nacional

A nivel internacional

¿Qué es para usted la ilustración de moda? *

Medio para presentar sus diseños

Medio para expresar sus ideas

Medio para promocionar un diseño/colección

Hobbie

Otro:

¿Ha utilizado usted la ilustración de moda para promocionar o difundir los diseños de su emprendimiento/marca? *

Sí

No

¿Estaría usted interesado/a en promocionar y difundir su marca/emprendimiento en una revista ilustrada en la que se difundan y promocionen marcas de indumentaria del medio local que sería resultado de este proyecto de graduación? *

Sí

No

[Siguiente](#)

Investigación acerca de promoción y difusión en marcas de diseño de indumentaria

El objetivo de esta encuesta es obtener información para en lo posterior difundir y promocionar marcas locales de diseño de indumentaria, a partir de la creación de una revista interactiva ilustrada impresa y digital que aplique diversos estilos de ilustración como parte de un proyecto de graduación de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay.

*Obligatorio

Datos de la marca/emprendimiento

¿Qué tipo de producto elabora usted en su marca/emprendimiento? *

Calzado

Accesorios

Juguetería

Indumentaria

¿En qué tipo de universo del vestir esta enfocada su marca/emprendimiento? *

Casual

Formal

Jeanswear

Sportswear

Activewear

Sleepwear

Underwear

Beachwear

Otro:

¿Cuál es la misión de la marca/emprendimiento? *

Tu respuesta

¿Cuál es la visión de la marca/emprendimiento? *

Tu respuesta

¿A qué público meta está dirigido su marca/emprendimiento? *

Tu respuesta

¿Qué mensaje quiere transmitir con su marca/emprendimiento? *

Tu respuesta

¿Cuál es el plan de comunicación que utiliza usted para promocionar y difundir su marca? *

Tu respuesta

¿Cuál es su objetivo en cuanto al plan de comunicación para promocionar y difundir su marca? *

Tu respuesta

¿Utiliza usted plataformas digitales para promocionar emprendimiento? *

Si
 No

¿Cuál de las siguientes plataformas digitales utiliza usted para promocionar su emprendimiento (se puede seleccionar 2 opciones) *

Facebook
 Instagram
 Twitter
 Google Ads
 Otro: _____

¿Utiliza usted medios impresos para promocionar y difundir su emprendimiento? *

Periódicos
 Revistas
 Catálogos
 Folletos
 Vallas publicitarias
 Ninguno

¿Cuál de estas herramientas utiliza para promocionar su marca/emprendimiento? (Se pueden seleccionar hasta 3 opciones) *

Evento especial
 Pasarela
 Showroom
 Celebrities
 Comunicación corporativa
 Patrocinio y mecenazgo
 Marketing viral
 Punto de venta
 Servicios postventa
 Publicity

¿Cuáles han sido los alcances y resultados en los aspectos de promoción y difusión de la marca/emprendimiento? *

Tu respuesta _____

Usted trabaja bajo: *

Colecciones
 Prendas

[Atrás](#) [Siguiete](#)

Prendas

¿Con qué frecuencia saca usted prendas nuevas? *

1 vez al año
 2 veces al año
 Más de dos veces al año
 Otro: _____

¿Cuántas prendas nuevas saca usualmente según la respuesta de la pregunta anterior? *

Menos de 5
 5-10
 10-20
 Más de 20

[Atrás](#) [Enviar](#)

Colecciones

¿Con qué frecuencia lanza usted una colección de moda? *

1 vez al año
 2 veces al año
 Mas de dos veces al año
 Otro: _____

¿Cuántos outfits componen la colección? *

5-10
 10-20
 20-30
 Más de 30

[Atrás](#) [Enviar](#)

ANEXO 5: ABSTRACT

Abstract of the project

Title of the project Fashion illustration styles as a tool for communication and dissemination of clothing brands

Project subtitle Independent design of the city of Cuenca

Summary:

In the city of Cuenca there is a waste of fashion illustration as a tool for disseminating and promoting clothing design brands. For this reason, in this research, a bibliographic study of fashion illustration, editorial and advertising illustration was carried out. At the same time an analysis of various local clothing brands to transmit their identity and essence through different styles and illustration techniques was done. As a result of the project, an interactive magazine with around 35 illustrations corresponding to these independent design brands was presented. Its communication and dissemination impact has been analyzed and recorded.

Keywords Advertising illustration, editorial illustration, fashion promotion, illustration techniques, local fashion, magazine.

Student Samaniego Cedillo Renata (Oyente)

ID 0105534325 **Code** 78011

Director Dis. María Elisa Guillén Serrano, Mgt.

Co-director:

Para uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:



Karina Durán Andrade

Nº. Cédula Identidad 010260367-7