



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL Y MODA

**FACULTAD
DISEÑO
ARQUITECTURA
Y ARTE**

**DISEÑO DE UNA GUÍA PARA
PRODUCCIÓN DE PASARELAS DE
MODA, A PARTIR DEL ANÁLISIS DE
DESFILES PÚBLICOS LOCALES
ENTRE EL 2010 AL 2022**

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

AUTORA:

Heidy Fiorella Pesantez

DIRECTORA:

Dis. Silvia Zeas Carrillo, Mgt.

**CUENCA
ECUADOR
2023**





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

**DISEÑO DE UNA GUÍA PARA PRODUCCIÓN DE PASARELAS
DE MODA, A PARTIR DEL ANÁLISIS DE DESFILES
PÚBLICOS LOCALES ENTRE EL 2010 AL 2022**

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

AUTORA:

Heidy Fiorella Pesantez

DIRECTORA:

Dis. Silvia Zeas Carrillo, Mgt.

CUENCA-ECUADOR

2023



Dedicatoria

El presente proyecto de graduación está dedicado a mi mami que ha sido un gran apoyo incondicional y mi pilar fundamental durante toda mi vida pero sobre todo ha sido mi mayor inspiración y fuerza para poder concluir con la carrera de Diseño textil e indumentaria ya que nunca ha soltado mi mano y siempre estuvo en mis tropiezos sin regañarme si no más bien dando ánimos para seguir luchando por mis sueños. Así que gracias a ella hoy en día he podido cumplir una meta más a su lado ya que este no es solo un logro mío sino suyo también.

Agradecimientos

Agradezco a Diosito por saber guiarme y darme las herramientas necesarias para encaminarme y construir un futuro mejor para mí y sobre todo por darme la fuerza necesaria para no botar la toalla.

Le doy gracias a mi mamá por la paciencia y los consejos que me hicieron una mujer más fuerte y dieron cabida a que el día de hoy cumpla uno de mis sueños y sobre todo por su amor incondicional para saber guiarme en el transcurso de mi vida.

Agradezco a mi tutora Silvia Zeas ya que ella me incursionó en el mundo de los desfiles de moda antes de realizar mi tema de tesis el cual me motivó para desarrollar mi proyecto de titulación referente a la organización de los mismos además de saber guiarme paso a paso para poder obtener resultados gratificantes.

Doy gracias a mis queridos abuelos Elva y Milton que en el transcurso de estos años supieron apoyarme y motivarme con sus palabras de aliento para seguir adelante y cumplir mis sueños.

También agradezco a mi mejor amigo Ricardo por su apoyo incondicional cuando ya no podía más, por nunca soltar mi mano y creer en mí.

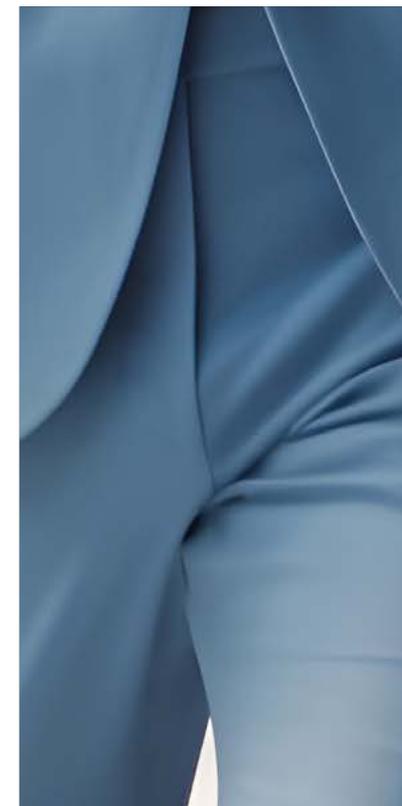


ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTOS	5
ÍNDICE DE CONTENIDOS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
ÍNDICE DE TABLAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	13

CAPÍTULO 1

1.- Conceptualización	17
1.1.- ¿Qué es moda?	17
1.2.- ¿Qué es una producción de moda?	18
1.2.1.- Tipos de producción de moda	19
1.3.- Fases para la producción de un desfile de moda	24
1.3.1.- Tipos de desfiles de moda	30
1.4.- ¿Qué es un diseñador de moda?	35
1.5.- Diseñadores de moda más influyentes del mundo	36
1.5.1.- Análisis de homólogos de desfiles de moda realizados por los diseñadores de moda más influyentes del mundo	41
1.6.- ¿Qué son las tendencias de moda ?	42
1.6.1.- ¿ Cómo aparecen las tendencias de moda?	43
1.6.2.- ¿ Cómo llegar a una tendencia?	43
1.7.- Homólogos de los desfiles públicos realizados en la ciudad de Cuenca entre los años 2010 al 2022	44





CAPÍTULO 2

2.- Planificación	57
2.1.- Definición de unidad de análisis	57
2.1.1.- Elaboración de la encuesta	57
2.1.2.- Definición de usuario	68
2.1.3.- Variables geográficas	68
2.1.4.- Variables demográficas	68
2.1.5.- Variables psicográficas	68
2.1.6.- Perfil de usuario del diseñador	69
2.1.7.- Perfil de usuario del productor de moda:	70
2.2.- Definición del brief	71
2.2.1.- Descripción del proyecto	71
2.2.2.- Antecedentes:	71
2.2.3.- Mensaje:	71
2.2.4.- Objetivos de la guía de producción de desfiles	72

CAPÍTULO 3

3.- Ideación	77
3.1.- Concepto	77
3.2.- Diseño de la guía	78
3.2.1.- Moodboards de inspiración	79
3.3.- Generación de índice de contenidos para la guía	84
3.4.- Ejemplos provisionarios de diseño de la guía para la producción de desfiles de moda	85
3.5.- Análisis de desfiles 2021 - 2022 para la creación de la guía	91

REFERENCIAS

Anexo 1	100
Anexo 2	103
Anexo 3	104
Bibliografía	105
Bibliografía de Figuras	108

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ejemplo lookbook (Imagen tomada de Pinterest, 2023).	19
Figura 2. Ejemplo video lookbook (Dior,2022).	20
Figura 3. Ejemplo catálogo(Imagen tomada de Pinterest, 2023).	20
Figura 4. Ejemplo publicidad gráfica digital(Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).	21
Figura 5. Ejemplo book para modelos o particulares (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).	21
Figura 6. Ejemplo medios de comunicación gráficos(Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).	22
Figura 7. Ejemplo desfile de moda (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).	23
Figura 8. representación de cómo se organiza la locación para un desfile de moda. (González, 2016).	26
Figura 9. Ejemplo de desfile de alta costura.(Mexico Forbes,2022).	30
Figura 10. Ejemplo de desfile de catálogo.(Catálogo moda mujer,2021).	31
Figura 11. Ejemplo desfile masivo de Zara.(Hoy magazine,2019).	31
Figura 12. Ejemplo desfile de accesorios Versace.(Versace,2023).	32
Figura 13. Ejemplo desfile de maquillaje y peinado.(hola,2013).	32
Figura 14. Ejemplo desfile de moda - arte.(talietam,2019).	33
Figura 15. Ejemplo desfile conceptual John Galliano.(dress México,2018).	33
Figura 16. Ejemplo desfile moda show de Victoria secret.(el universo,2023).	34
Figura 17. Ejemplo desfile de concurso de diseño.(Ecuatextil,2023).	34
Figura 18. Ejemplo desfile de universidades y escuelas de diseño.(Universidad del Azuay,2019).	35
Figura 19. Coco Chanel (Vogue México 2022)	36
Figura 20. Christian Dior (Vogue México, 2020)	37
Figura 21. Carolina Herrera (Vogue México 2020)	37
Figura 22. Domenico Dolce y Stefano Gabbana (Italian ´s Excellence 2018)	38
Figura 23. Gianni Versace (Vogue México 2020)	38
Figura 24. Giorgio Armani (Chic Magazine, 2019)	39
Figura 25. Karl Lagerfeld (GQ España, 2019)	39
Figura 26. A Tribute To Oscar de la Renta (Vogue México, 2014)	40
Figura 27. Jean Paul Gaultier (GQ 2021)	40
Figura 28. Introducción a las preguntas (autoría propia)	58
Figura 29. Pregunta 1 (autoría propia)	58
Figura 30. Pregunta 2 (autoría propia)	58
Figura 31. Pregunta 3 (autoría propia)	58
Figura 32. Pregunta 4 (autoría propia)	58
Figura 33. Pregunta 5 (autoría propia)	59
Figura 34. Pregunta 6 (autoría propia)	59
Figura 35. Pregunta 7 (autoría propia)	59
Figura 36. Pregunta 8 (autoría propia)	59
Figura 37. Pregunta 9 (autoría propia)	59
Figura 38. Pregunta 10 (autoría propia)	59
Figura 39. Pregunta 11 (autoría propia)	60
Figura 40. Pregunta 12 (autoría propia)	60
Figura 41. Pregunta 13 (autoría propia)	60
Figura 42. Pregunta 14 (autoría propia)	60
Figura 43. Pregunta 15 (autoría propia)	60
Figura 44. Pregunta 16 (autoría propia)	60
Figura 45. Pregunta 17 (autoría propia)	61
Figura 46. Pregunta 18 (autoría propia)	61
Figura 47. Pregunta 19 (autoría propia)	61
Figura 48. Pregunta 20 (autoría propia)	61
Figura 49. Porcentaje de cuánto tiempo ejercen su profesión (autoría propia)	62
Figura 50. Porcentaje de cuántos colecciones diseñan por año (autoría propia)	62

Figura 51. Porcentaje de cuánto tiempo les lleva crear una colección (autoría propia)	62
Figura 52. Porcentaje del aproximado de cuánto se invierte en realizar una colección (autoría propia)	63
Figura 53. Porcentaje de cuántas paradas incluye en cada colección (autoría propia)	63
Figura 54. Porcentaje de en cuántos desfiles de moda han participado en la ciudad de Cuenca (autoría propia)	63
Figura 55. Porcentaje de personas que han desarrollado o participado en desfiles colectivos (autoría propia)	63
Figura 56. Porcentaje de quien realiza la producción de sus desfiles (autoría propia)	64
Figura 57. Porcentaje de cómo contrataría a las modelos (autoría propia)	64
Figura 58. Porcentaje del número de personas que deberían participar en un desfile (autoría propia)	64
Figura 59. Porcentaje de cómo se gestiona la búsqueda de los maquillador (autoría propia)	65
Figura 60. Porcentaje correspondiente al backstage (autoría propia)	65
Figura 61. Porcentaje que corresponde a cómo se maneja la ambientación (autoría propia)	65
Figura 62. Porcentaje que corresponde a qué tipos de luces se utiliza más (autoría propia)	66
Figura 63. Porcentaje correspondiente a que tipo de música se utiliza más (autoría propia)	66
Figura 64. Porcentaje correspondiente a cómo se organiza el orden de salida de los diseñadores en los desfiles (autoría propia)	66
Figura 65. Porcentaje correspondiente a la organización de circuitos (autoría propia)	66
Figura 66. Porcentaje correspondiente a cómo se realiza la difusión (autoría propia)	67
Figura 67. Porcentaje correspondiente al costo de producción de un desfile de moda local (autoría propia)	67
Figura 68. Porcentaje correspondiente a las personas que desean la guía (autoría propia)	67
Figura 69. Ejemplo 1. Perfil de usuario (tomado de amppuero_pablo,2023)	69
Figura 70. Ejemplo 2. Perfil de usuario (tomado de Fundora.ec,2023)	69
Figura 71. Ejemplo 3 Perfil de usuario (tomado de Danny Arias,2023)	70
Figura 72. Ejemplo 4. Perfil de usuario (tomado de SilviaZeasdesing,2023)	70
Figura 73. Búsqueda de información, Autoría propia (imágenes tomadas del buscador de Google, 2023)	79
Figura 74. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)	80
Figura 75. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)	81
Figura 76. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)	82
Figura 77. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)	83
Figura 78. Ejemplo provisorio de diseño de guía (autoría propia, 2023)	90
Figura 79. Flyer promocional (Universidad del Azuay, 2022)	93
Figura 80. Flyer publicitario digital (edec, 2021)	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ejemplo de programación de tiempos o timing (González, 2016).	24
Tabla 2. Plantilla para organizar las pasadas de las modelos en pasarela (González, 2016).	28
Tabla 3. Análisis de los desfiles de diseñadores famosos.(autoría propia)	42
Tabla 4. Análisis de los desfiles de moda públicos de Cuenca del año 2010 al 2022.(autoría propia).	51
Tabla 5. Análisis de números de desfiles realizados por año.(autoría propia).	52
Tabla 6. Análisis de diseñadores que han participado por año.(autoría propia).	52
Tabla 7. Análisis de instituciones públicas que han organizado desfiles por año.(autoría propia).	53
Tabla 8. Lluvia de ideas (autoría propia,2023).	78



RESUMEN

La producción de pasarelas de moda tiene como objetivo destacar el trabajo de los diseñadores de moda. Sin embargo, en la ciudad de Cuenca, la cantidad de eventos que promueven estos espacios de difusión para los diseñadores es limitada. Este proyecto se enfoca en analizar fuentes hemerográficas, información sobre desfiles de moda organizados por instituciones públicas y la participación de diseñadores locales en dichos eventos. El objetivo principal es comprender el proceso de organización de un desfile, con el propósito de crear una guía detallada de producción que pueda servir como referencia para la producción de futuros desfiles de moda.

Palabras clave: Diseño local, diseño de moda, producción de moda, desfiles de moda, eventos de moda, emprendimientos de moda.



ABSTRACT

The production of fashion catwalks aims to highlight the work of fashion designers. However, in the city of Cuenca, the number of events that promote these dissemination spaces for designers is limited. This project focuses on analyzing newspaper sources, information on fashion parades organized by public institutions and the participation of local designers in these events. The main objective is to understand the process of organization of a parade and to create a detailed production guide that can serve as a reference for the production of future fashion parades.

Keywords: Local design, fashion design, fashion production, fashion parades, fashion events, fashion ventures.





Introducción

El presente proyecto de titulación aborda el proceso para la producción de desfiles de moda a nivel local. Este proceso se basa en el concepto de qué es la moda, brindando al lector un breve contexto y una mejor comprensión de los temas que se desarrollan y explican a lo largo del presente documento. En primer lugar, se habla de todo lo que implica una producción de moda, los factores que intervienen y los procesos que se deben seguir de manera concreta. A continuación, se explora el propósito de los desfiles de moda, las fases necesarias para su producción, los diferentes tipos de desfiles y el papel que desempeña el diseñador en ellos. Se mencionan también los diseñadores de moda más influyentes del mundo y se presentan de manera concisa algunos de los desfiles que han desarrollado a lo largo de los años. Se examinan las tendencias de moda, su surgimiento y cómo se convierten en tendencia. Además, se analizan algunos desfiles de moda públicos realizados en la ciudad de Cuenca desde el año 2010 hasta 2022, como parte del proceso de producción de desfiles. Posteriormente, se realizó una descripción de cómo fueron desarrollados ciertos desfiles del año 2021 y 2022. Finalmente, una vez que se han abordado todos los puntos relevantes en cuanto a la contextualización, se desarrolla una guía para la producción de desfiles de moda que sirve como material de apoyo para todas aquellas personas que deseen generar una pasarela de moda.





Capítulo **JUNO**
Contextualización



Capítulo 1

CAPÍTULO 1

1.- Conceptualización	17
1.1.- ¿Qué es moda?	17
1.2.- ¿Qué es una producción de moda?	18
1.2.1.- Tipos de producción de moda	19
1.3.- Fases para la producción de un desfile de moda	24
1.3.1.- Tipos de desfiles de moda	30
1.4.- ¿Qué es un diseñador de moda?	35
1.5.- Diseñadores de moda más influyentes del mundo	36
1.5.1.- Análisis de homólogos de desfiles de moda realizados por los diseñadores de moda más influyentes del mundo	41
1.6.- ¿Qué son las tendencias de moda ?	42
1.6.1.- ¿ Cómo aparecen las tendencias de moda?	43
1.6.2.- ¿ Cómo llegar a una tendencia?	43
1.7.- Homólogos de los desfiles públicos realizados en la ciudad de Cuenca entre los años 2010 al 2022	44



1.- Conceptualización

1.1.- ¿Qué es moda?

Cuando nos referimos al significado de la palabra “moda”, podemos apreciar diferentes interpretaciones. Por un lado, la moda se relaciona con la industria de la indumentaria que conlleva la moda de consumo donde las personas, grupos y clases sociales buscan definir su identidad a través de la ropa y accesorios (Godart, 2012). Por otro lado, la moda se considera un fenómeno de cambio social, variando a lo largo del tiempo en respuesta a los acontecimientos que surgen. Según Godart (2012), la moda no es acumulativa, sino que reemplaza los elementos de cambios pasados. Esto indica que la moda es cíclica, ya que, a pesar de verse influenciada por sucesos globales, retoma ciertos aspectos para volver a utilizarlos sin importar la época a la que pertenezcan. Por ejemplo, en las décadas de los sesenta y setenta, los pantalones acampanados fueron populares, pero en la actualidad se han vuelto a utilizar con nuevas formas de fabricación y estilo.

La moda ha estado presente desde la época moderna y continúa evolucionando hasta el día de hoy. Se considera una de las formas más antiguas de expresión, arraigada desde la antigüedad. La moda abarca un conjunto de tendencias que reflejan la identidad e imagen de personas, grupos sociales y culturas. Se manifiesta a través de la elección de la vestimenta, el peinado, los accesorios y todo lo relacionado con la apariencia física. En la sociedad, la moda es un tema que genera mucha discusión y opiniones divergentes. Mientras algunos consideran que los estilos de moda son superficiales, otros la ven como una expresión artística que refleja la cultura contemporánea.

Sarah Mower (2018) afirma que la moda es un lenguaje que expresa nuestra identidad, cultura, opiniones y emociones. Por otra parte, el Dr. Susan Kaiser (2019), experto en moda y cultura, sostiene que la moda es una forma de expresión artística que nos permite transmitir nuestra identidad y nuestra visión del mundo. Estas citas destacan el uso de la moda como medio de comunicación de ideales desde tiempos remotos.

Robert Langford (2020), escritor de moda, destaca que la moda es una forma de expresión artística y una herramienta para proyectar la identidad personal. Además, Zanna Roberts Rassi (2021), también escritor de moda, afirma que la moda refleja la cultura contemporánea. Estas afirmaciones resaltan cómo la moda ha evolucionado como una forma de expresión artística a lo largo del tiempo.

La moda es una forma de expresión humana que ha existido desde la antigüedad. Esta expresión artística se ha convertido en una herramienta para proyectar la identidad y establecer la pertenencia a un grupo social. La moda es un tipo de lenguaje que se ha utilizado para comunicar ideales a lo largo de los años. Dentro de la industria de la moda, los desfiles de moda son un recurso importante para plasmar y dar a conocer conceptos e ideas de diseñadores, marcas de ropa y productores de moda, ya que sirven como plataforma para conectar con el espectador o consumidor. Sin embargo, para llevar a cabo un desfile exitoso, es necesario comprender el trasfondo de las producciones de moda, que abarcan los procesos previos, durante y después del evento. Es fundamental adquirir un conocimiento profundo sobre las producciones de moda para llevar a cabo un desfile de manera efectiva.

En conclusión, se puede decir que la moda puede tener diversas connotaciones pero cada una de ellas coinciden en que puede ser una forma de expresión o una fuente de inspiración dependiendo del contexto en el que se encuentre. Sin duda posee la particularidad de transmitir ideas y emociones a cualquier tipo de persona.

1.2.- ¿Qué es una producción de moda?

Según González (2016), una producción de moda es un trabajo realizado por un productor para representar diversos contenidos relacionados con la moda. Este término abarca no solo el material fotográfico destinado a su exposición y publicación en revistas, sino también la organización de desfiles y producciones para campañas de marcas. Además, implica la presentación de ideas de diseñadores, lo que requiere considerar diferentes factores tanto humanos como técnicos.

Los **factores humanos** se refieren al personal de logística involucrado en una producción de moda. Esto incluye al productor de moda y su asistente en primer lugar, seguidos de diseñadores, modelos, maquilladores, peluqueros, coreógrafos, personal técnico, fotógrafos, músicos, iluminadores, periodistas, editores y bloggers. La participación de estos individuos depende de la creatividad del productor, su equipo de trabajo y el presupuesto establecido.

Por otro lado, los **factores técnicos** se refieren al material de apoyo utilizado en la pasarela, como luces y música que sean acordes a la presentación, así como las prendas y accesorios presentados por el diseñador. Se busca utilizar utilería y recursos necesarios para hacer realidad las ideas del productor.

Es importante tener en cuenta que las producciones de moda constan de tres fases fundamentales, según el estudio realizado por González (2016). Estas fases son esenciales y su formalidad determina la calidad del evento. Las fases son las siguientes:

1. Preproducción: En esta etapa se definen las fases de desarrollo de la producción. Se discuten y detallan las ideas a realizar, los plazos de entrega y los requisitos técnicos y creativos que deben estar presentes durante el espectáculo. Una vez completada esta etapa, se pasa a la fase de producción.

2. Producción: Esta fase se lleva a cabo el día del evento, siguiendo todas las pautas y normativas establecidas en la preproducción. Se distribuye el equipo, se asignan tareas a cada uno de los participantes, se respeta la puntualidad, se organizan las prendas y accesorios a exponer, y se coordina la salida de los modelos con cada prenda. También se realiza el registro fotográfico de la colección presentada en el desfile. Durante esta fase, el productor debe estar atento a posibles inconvenientes, como prendas que no se ajusten correctamente, posean defectos o se vean desalineadas. Al finalizar el evento, tanto el productor como el fotógrafo revisan el material gráfico obtenido durante la prueba de vestuario y, una vez obtenidos los resultados deseados, dan la orden de concluir la presentación, agradeciendo a los asistentes y al equipo de trabajo.

3. Postproducción: En esta última etapa se realizan dos fases. La primera es responsabilidad del productor y su equipo, quienes se encargan de devolver las prendas a las marcas o diseñadores presentes en el desfile. Antes de la devolución, se verifica que las prendas estén en óptimas condiciones. La segunda fase

involucra al productor y al fotógrafo, quienes trabajan juntos para seleccionar las fotos relevantes para su publicación y realizar cualquier retoque necesario. Una vez obtenidas las fotografías finales, el fotógrafo envía el material a la editorial, mientras que el productor proporciona un informe complementario con información adicional sobre las fotos.

Además de estas fases, es importante tener en cuenta que existen diversos tipos de producción de moda, que se centran en diferentes enfoques del trabajo del productor de moda. A continuación, se detallarán los diferentes tipos de producción de moda basados en el trabajo de González (2016).

1.2.1.- Tipos de producción de moda

Los tipos de producción de moda son diversas modalidades en las que se puede enfocar el trabajo de un productor de moda. Cada tipo de producción tiene características particulares y se adapta a diferentes objetivos y necesidades dentro de la industria de la moda. Estos tipos de producción abarcan desde producciones editoriales para revistas, producciones de pasarela y desfiles, hasta producciones comerciales para campañas de marcas y producciones audiovisuales. Cada uno de estos enfoques implica distintas dinámicas, requerimientos y procesos creativos que permiten materializar las ideas y conceptos en el mundo de la moda. A través de estos diferentes tipos de producción, se logra transmitir y comunicar mensajes estéticos, conceptuales y comerciales que contribuyen al desarrollo y difusión de la moda en sus diversas manifestaciones, las cuales son:

Lookbook: es un documento fotográfico a manera de libro en el cual se exponen a través de fotografías el estilo del diseñador o la marca. En este se incluyen los elementos más representativos de una manera concreta para que el espectador o cliente pueda tener una idea clara de cuál es la identidad del diseñador o la marca.

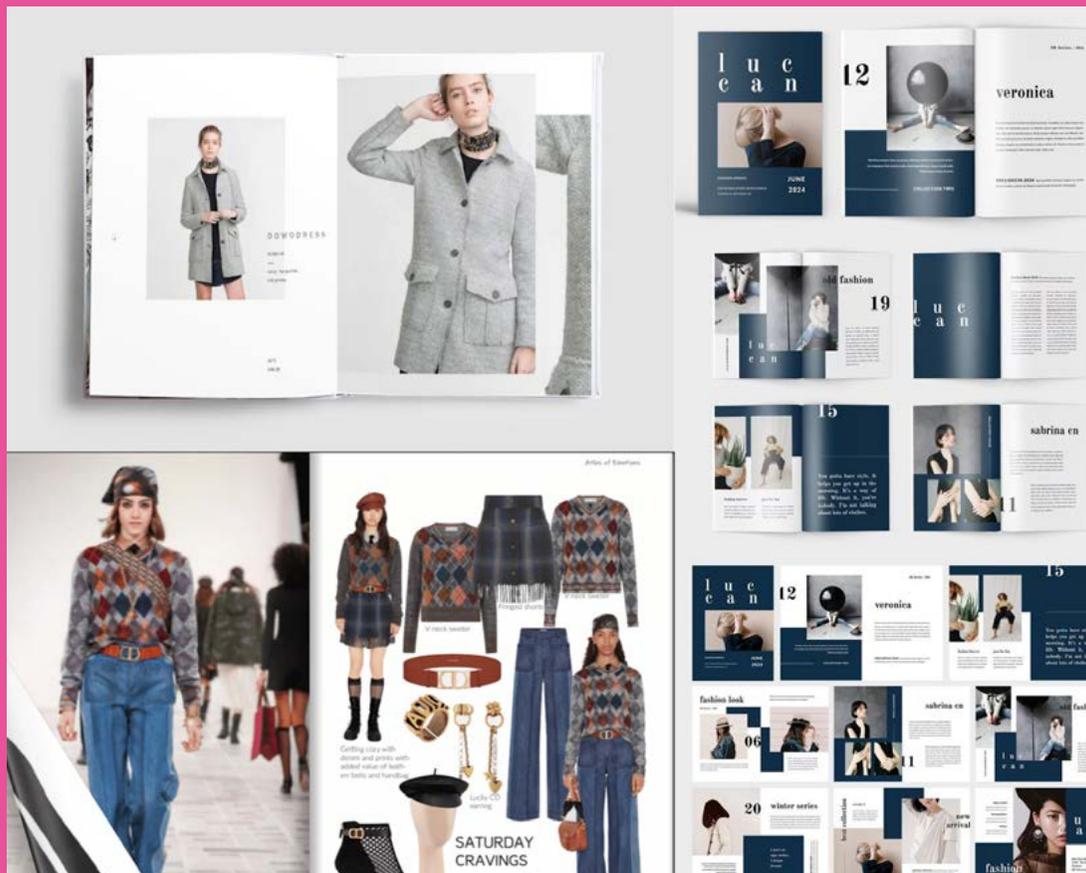
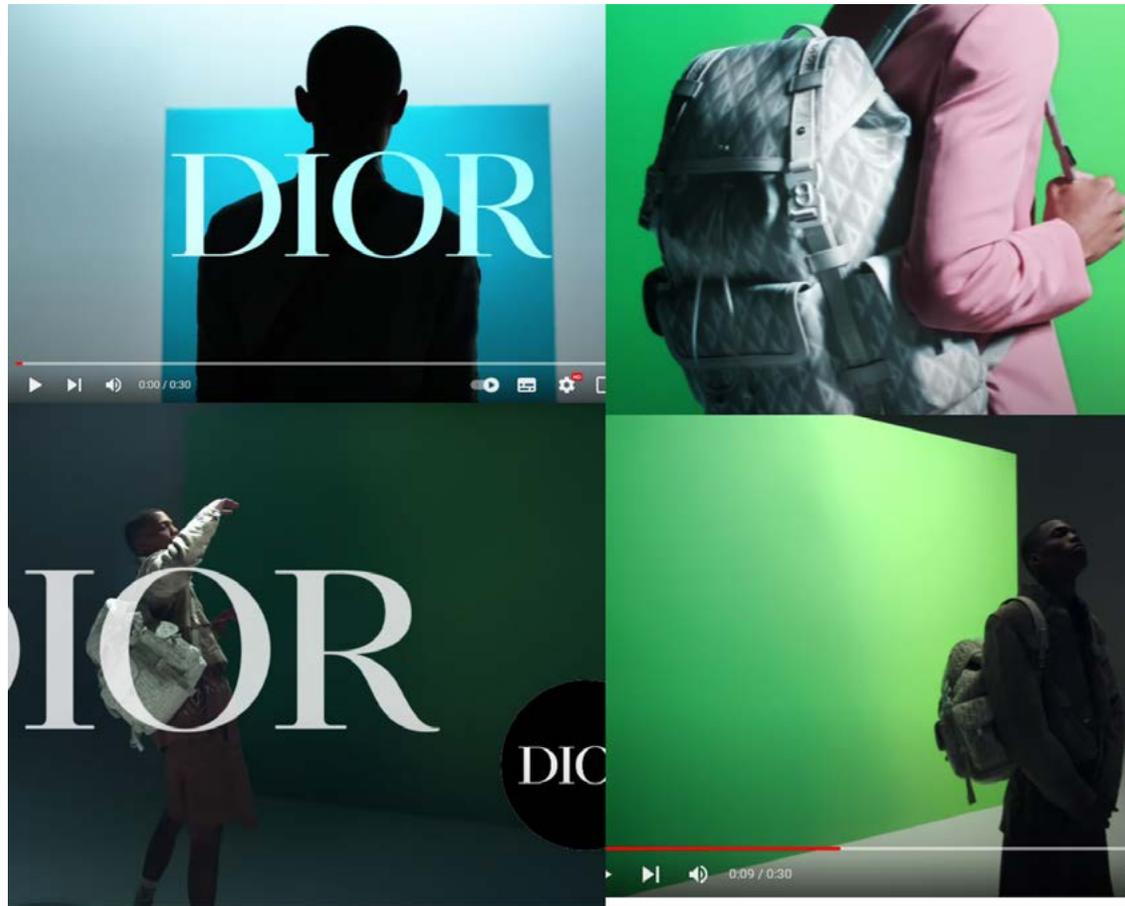


Figura 1. Ejemplo lookbook (Imagen tomada de Pinterest, 2023).

El siguiente collage corresponde a varios ejemplos de lookbooks, donde se muestran diversas prendas, accesorios y conceptos que ayudan al lector a comprender de mejor forma de qué trata el documento.

Figura 2. Ejemplo video lookbook (Dior, 2022).



Video lookbook: es una versión del lookbook pero en un formato de video en el cual se expone cuál es el estilo de la marca o el diseñador. Cabe mencionar que es un video corto en movimiento donde se exponen las prendas o artículos acompañados de música de fondo además, es importante mencionar que el objetivo es impactar al espectador en un lapso corto de tiempo pero a su vez pueda entender el contexto del mismo.

El siguiente ejemplo es una recopilación de imágenes concerniente a un video lookbook de Dior, el cual presenta en diversas perspectivas prendas y artículos de la marca haciendo uso del contraste con luces pero dándole protagonismo a la colección que se está presentando.

Catálogo: es un tipo de documento que puede ser digital o impreso en el cual se exponen todas las prendas de una colección pero en una secuencia ordenada. Es decir se muestra prenda por prenda desde distintas perspectivas ya sean de frente, espalda, costado y algún detalle en específico haciendo un zoom. Esto se realiza para que los potenciales compradores puedan tener una idea clara de cómo es la prenda. Cabe mencionar que en el catálogo también se suele exponer la curva de color y el tallaje de la prenda.

El siguiente ejemplo es un conjunto de imágenes referentes a distintos catálogos de ropa que presentan sus productos acompañados de sus respectivas características.

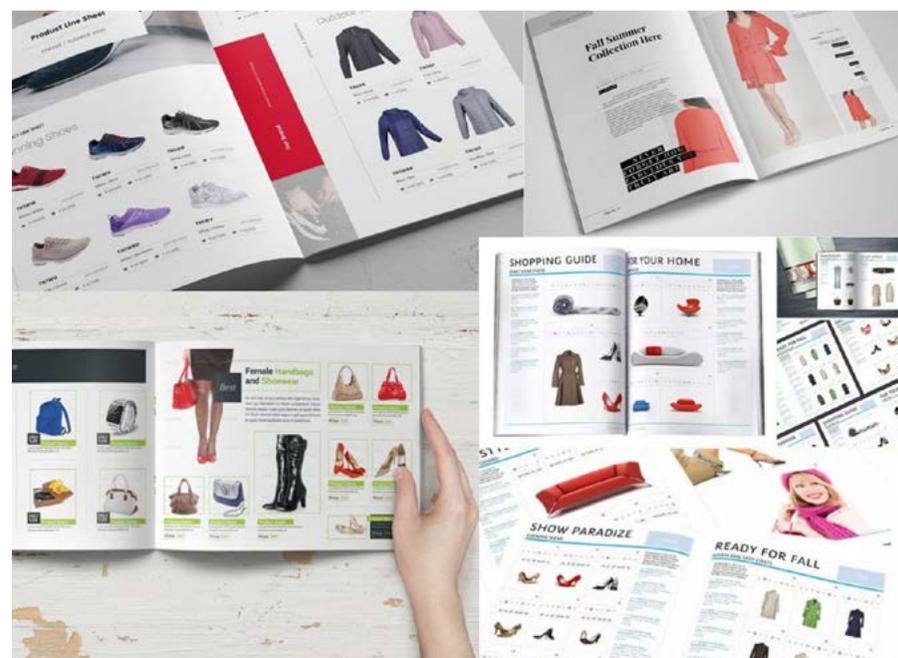


Figura 3. Ejemplo catálogo (Imagen tomada de Pinterest, 2023).

Publicidad gráfica digital: este tipo de producción es destinada a ser expuesta en vías públicas, diarios, revistas o páginas web, todo esto depende del criterio de la marca o el diseñador. Además, en dicha producción se exponen los elementos más representativos o la prenda más destacada de la colección con el fin de mostrar la identidad del diseñador o la marca. Es importante mencionar que la selección del modelo es importante en este tipo de producción ya que al utilizar un rostro conocido genera mayor atracción hacia los espectadores y a su vez incrementa las ventas.

Como se puede observar a continuación el siguiente ejemplo muestra distintos soportes en los que se puede realizar la publicidad gráfica digital.

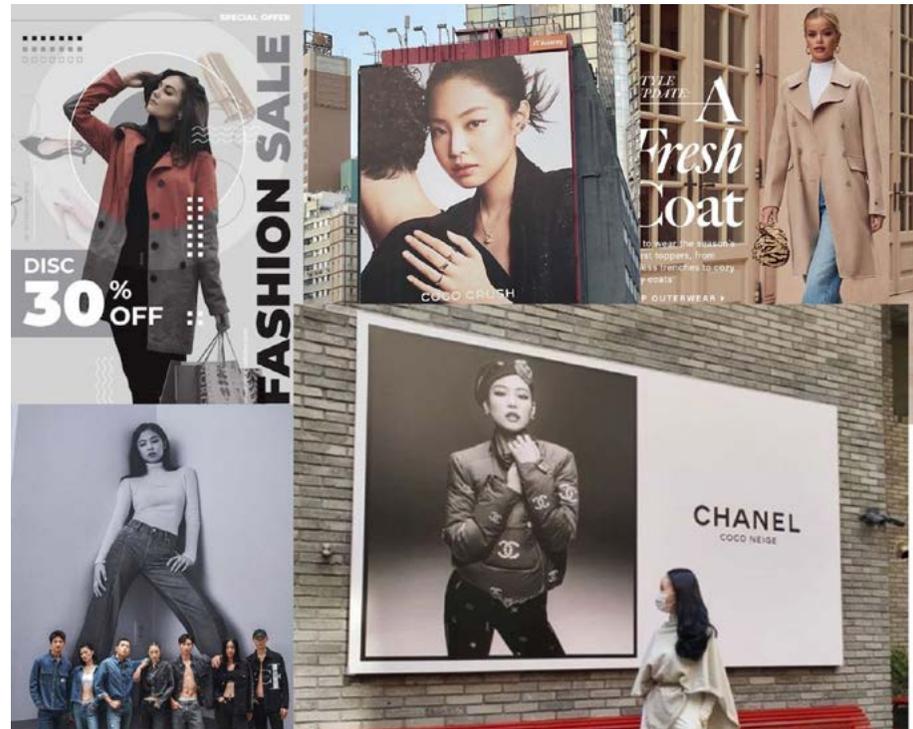


Figura 4. Ejemplo publicidad gráfica digital (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).

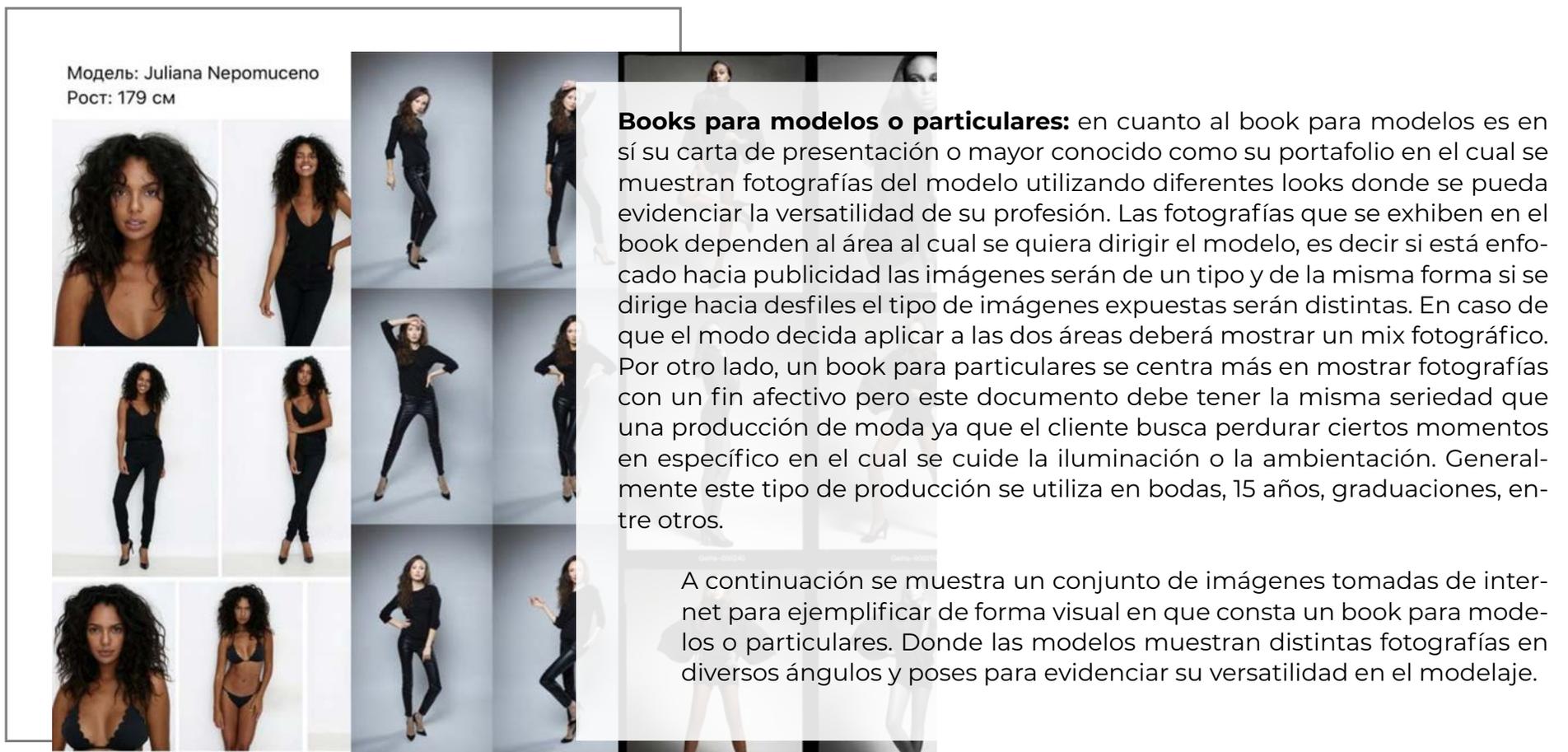


Figura 5. Ejemplo book para modelos o particulares (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).

Figura 6. Ejemplo medios de comunicación gráficos (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).



El siguiente collage da a conocer algunos ejemplos de medios de comunicación gráficos, donde se muestran artículos con información de distintas marcas dependiendo del contexto. En este caso se muestra una nota de la colección de Chanel haciendo alusión a la vestimenta asiática.

Figura 7. Ejemplo desfile de moda (Imágenes tomadas de Pinterest, 2023).

Desfiles de moda: Es uno de los recursos que el o los diseñadores plantean para difundir sus ideas, mostrar sus creaciones y generar ventas. Tiene que ser un momento especial y único en el cual los profesionales en esta rama no solo están mostrando prendas si no también están dando a conocer su visión del mundo hacia el público esperando tener una buena acogida. En casi todos los desfiles existe un momento clave para impactar al espectador, donde los invitados, prensa, público y medios de comunicación esperan que el diseñador los sorprenda con nuevas ideas, colores, formas, texturas acompañadas de la escenografía que consta de elementos como luces, música y efectos especiales.



Como se ha mencionado anteriormente hay distintos tipos de producción de moda. Sin embargo, para dar continuidad al presente proyecto de titulación acerca de la producción de desfiles de moda. Se describe cuáles son los procesos que se deben realizar para poder efectuar o desarrollar de forma eficaz un desfile. Dichos procesos los denominaremos con el nombre de “fases para la producción de un desfile de moda”.

1.3.- Fases para la producción de un desfile de moda

Es importante tener en cuenta que para una producción de un desfile de moda el diseñador y el productor deben tener una buena comunicación ya que el productor debe cumplir las expectativas o requerimientos planteados por el diseñador porque lo que se busca es plasmar la visión del diseñador hacia el público. Además, cabe mencionar que en base a el estudio realizado por Gonzales (2016) se irá dando a conocer cada una de estas fases y cómo se relacionan entre sí.

En primera instancia se deben tener en cuenta los **factores técnicos** que se mencionaron anteriormente ya que uno de dichos factores es uno de los puntos claves que se debe tener presente para desarrollar un desfile de moda correctamente, el cual es definir correctamente la programación de los tiempos o timing en los que se detalla la duración que deben tener determinadas actividades.

1.- Programación de los tiempos o timing

Para poder generar una correcta programación de un desfile es importante realizar un cuadro que especifique la actividad y el plazo que se tendrá para ejecutar determinada acción. Cabe mencionar que hay actividades que se deben realizar antes, durante y otras después del evento. Por lo cual especificar correctamente las actividades y tiempos ayuda a prever inconvenientes o resultados no esperados. A continuación se expone un ejemplo de cómo se realiza un cuadro de programación de tiempos o timing:

Tabla 1. Ejemplo de programación de tiempos o timing (González, 2016).

Tiempo estimado	Actividad - Trabajo a realizar	Responsables
3 a 6 meses previo al desfile	Reunión inicial. Brainstorming para generar ideas para el desfile. Actualización de las últimas tendencias en desfiles. Se toman decisiones técnicas y estilísticas.	Diseñador, productor de moda y director de arte o productor general.
3 a 6 meses previo al desfile	Reserva espacio desfile y encargó materiales para diseño de pasarela. Contratación del catering para backstage y fiesta post desfile.	Productor general o director de arte
3 a 6 meses previo al desfile	Contratación de transportes para trasladar el vestuario y accesorios para el día del desfile y para su devolución luego del mismo.	Productor encargado de vestuario
1 mes antes	Se convoca a casting de modelos y se coordina con las prendas de la colección.	Productor encargado de castings y diseñador
1 mes antes	Elección y prueba de accesorios. Diseño y construcción de accesorios especiales.	Productor de moda, diseñador de la firma y diseñadores de accesorios
1 semana antes	Realización de fitting o ajustes a las modelos adjudicando el equipo ideal para cada una. Se toman fotos que irán a los armados de percheros luego de diseñar las pasadas del desfile. Organización planillas pasadas.	Productor de casting, diseñador
1 semana antes	Diseño y pruebas de maquillaje y peinado sobre las modelos elegidas.	Productor de moda, maquilladores, peinadores.

Tiempo estimado	Actividad - Trabajo a realizar	Responsables
1 semana antes	Cursar invitaciones, preparar acetillas y presentes para invitados.	Equipo de prensa
Días antes del desfile	Preparación del espacio dependiendo de su complejidad.	Escenógrafos y técnicos
Día del desfile	Armado final del espacio, sillas, luces, música. Armado técnico del backstage.	Escenógrafos y técnicos, iluminadores, musicalizadores, asistentes
Día del desfile	Armado del backstage - Disposición espacio percheros según pasadas, maquilladores, peinadores y modelos. Catering.	Productor encargado del armado de perchero, meritorias, vestuaristas, planchadoras
8 horas antes aprox	Comienza el trabajo de maquillaje y peinado.	Maquilladores, peinadores, modelos
4 horas antes aprox	Prueba técnica junto a ensayo coreográfico de modelos.	Equipo técnico, productor general
1 o ½ hora antes aprox	Vestir a las modelos con maquillaje y peinado listo. Alistarse en orden para salir.	Asistentes vestuaristas, productor del desfile
Momento desfile	Empujar a las modelos para que salgan de manera ordenada según la planificación.	Productor general, productor responsable casting
Post desfile	Orden posterior.	Todo el equipo involucrado
Post desfile	Fiesta junto a invitados	Productor general, diseñador, equipo de prensa

Luego de haber definido y establecido los tiempos que se deben tomar en cuenta para poder desarrollar determinadas actividades con respecto al desarrollo de los desfiles de moda, otro punto que se le debe dar igual importancia es la búsqueda de locación ya que es el espacio donde se va a efectuar el desfile.

2.- Búsqueda de locación

La locación es uno de los puntos más relevantes para la producción de un desfile de moda ya que es el lugar en donde se va ejecutar el evento y por ello se debe buscar con anterioridad porque dependiendo el espacio que se escoja va a tener mayor o menor complejidad de solicitar su uso. Esto se debe a que dichos espacios suelen ser utilizados para diferentes tipos de eventos permanentes, eventuales y ambulantes.

Un punto que se debe tomar en cuenta con tiempo a la hora de ver una locación son las normativas o requisitos que poseen, los costos y la seguridad ya que al saber estos requisitos se podrá resolver cualquier asunto que se presente. Además, se debe mencionar que con respecto al contexto local haciendo referencia a la ciudad de Cuenca existen varias instituciones públicas a las cuales se les puede solicitar espacios para desarrollar desfiles de moda. Estas instituciones son: EDEC, CIDAP, GAD, EMAC, entre otros.

Por consiguiente, se dará a conocer algunos espacios en los cuales los productores de moda y diseñadores pueden recurrir para realizar sus eventos, dichos espacios son:

- Atelier del diseñador

Haciendo referencia a los pioneros de la industria como Madame Chanel, Worth, entre otros. Utilizar el atelier del diseñador es una alternativa más rentable ya que se evita gastar en la renta o alquiler de una locación. Otro beneficio es que se puede realizar un evento más íntimo, el cual podría ser un plus ya que brinda un ambiente de exclusividad.

- Centros culturales

En la actualidad se ha vuelto común el utilizar centros culturales para realizar desfiles de moda. Estos espacios se suelen preparar acorde a la temática del desfile, además este tipo de eventos pueden ser públicos o privados.

- Centros de eventos

Son locaciones adecuadas para realizar cualquier tipo de eventos.

- Embajadas

En ciertas ocasiones una manera de generar lazos comerciales entre países y de reforzar sus relaciones, es el uso de desfiles de moda donde intervienen diseñadores de moda que usualmente son de alta costura. Estos desfiles son organizados por autoridades culturales.

Otro factor técnico que se debe considerar es el de sonido y luces ya que es un recurso necesario que complementa a la ambientación del desfile que se va a realizar.

3.- Sonido y luces

Teniendo un espacio físico en el que tiene lugar la presentación, las ideas conceptuales pueden comenzar a formarse. De esta forma, podrá solicitar el diseño de escenarios, proyecciones u otros requerimientos conceptuales y realizados por técnicos de iluminación especializados. Todos estos requerimientos deberán ser resueltos por el equipo general y el técnico juntos, un tiempo antes del desfile. Se pueden realizar solicitudes como efectos especiales al técnico de luces; por lo que el espectáculo puede tener burbujas, efectos de humo, aire perfumado, hologramas, proyecciones de video y cualquier cosa que el diseñador pueda necesitar. La música no necesita ser grabada, por lo que se puede usar música en vivo, ya sea de bandas o grupos instrumentales.

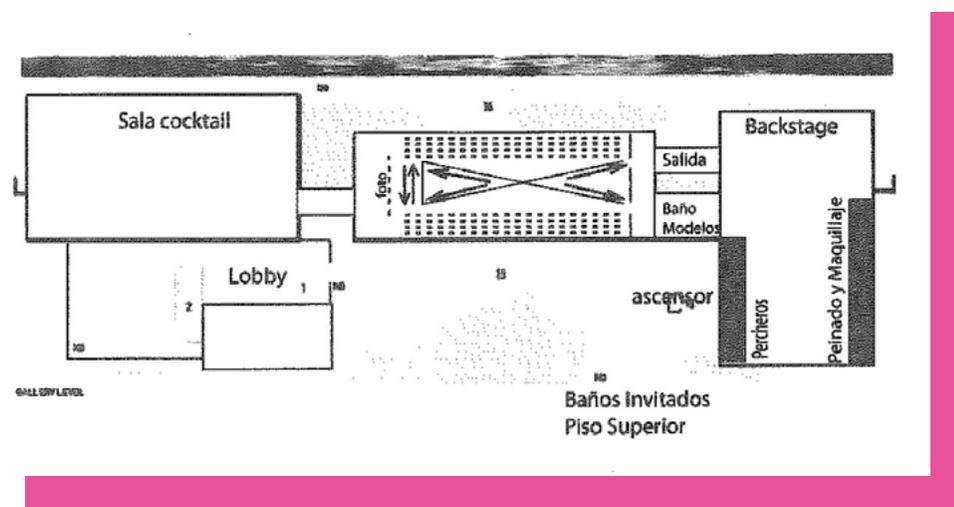
Otro punto que se encuentra dentro de las fases para la producción de desfiles de moda es el factor técnico denominado como “diseño de pasarela”, el cual consiste en la estructura del espacio en donde se efectúa la producción y desarrollo del desfile.

4.- Diseño de pasarela

Si bien la pasarela es el espacio por donde pasan las modelos, es importante tener en cuenta la locación en donde se realizará el evento ya que esto determinará el tipo de pasarela que se puede realizar. Se pueden realizar distintos tipos de pasarelas como: para un desfile clásico se puede colocar una alfombra al ras del piso o dejar un espacio libre e iluminarlo para señalar el recorrido por el cual pasarán las modelos. Se puede utilizar el mismo espacio de la locación para utilizarlo como pasarela, como por ejemplo las escalinatas. Otro formato podrá ser la construcción de una pasarela ya sea en forma circular, rectangular o dependiendo de los requerimientos que el diseñador tenga en mente.

Como dato adicional con respecto al diseño de pasarela vamos a tomar en cuenta las palabras dichas por Vilaseca (2010), que nos habla acerca de una cuestión que se debe tener presente y es que “...el documento en el que se recogen las directrices del diseñador y, en definitiva, la herramienta de trabajo para el productor o el director de arte es el briefing. Es primordial que la lectura de lo que se quiere decir y transmitir sea clara, pues la mala incorporación de un referente en un desfile puede repercutir negativamente en la recepción de la colección por parte de la prensa...”. Es decir que la idea o el concepto en el cual nos basaremos para desarrollar el desfile debe ser completamente claro para que se pueda comprender y entender de mejor manera para que el espectador obtenga el mensaje que se le desea transmitir de forma adecuada.

Figura 8. representación de cómo se organiza la locación para un desfile de moda. (González, 2016).



A continuación se presenta una imagen de cómo es estructurada la organización de cada pasarela y lo que se debe tener en cuenta.

Una forma de complementar y reforzar el desarrollo de un desfile de moda es utilizando el factor técnico que lleva por nombre “ambientación y utilería”, ya que aporta al entendimiento del concepto o idea que se desea transmitir.

5.- Ambientación o utilería

La ambientación o utilería son todos aquellos elementos externos que aportan al concepto y diseño del evento que se va a realizar. Dichos elementos se pueden utilizar dentro de la pasarela o se los puede colocar de manera homogénea con el ambiente. Cabe mencionar que para poder determinar dichos elementos se debe tener primero la locación ya que eso ayudará a poder gestionar de mejor manera los espacios en donde se desee colocar elementos. Toda la ambientación o utilería dependerá de la imaginación y creatividad del diseñador para poder hacerlos realidad.

En la mayoría de desfiles de moda se suele presentar diseño de accesorios o complementos (factor técnico), con el fin de proporcionar un aporte visual al conjunto o pieza que se va a presentar.

6.- Diseño de accesorios o complementos

Este punto se refiere a calzado, carteras, sombreros y joyas o bijouterie o cualquier tipo de elemento que no ingrese dentro de esas categorías pero que sean netamente accesorios a las prendas de vestir. El objetivo de utilizar estos elementos es que complementen a la colección con el fin de potenciar la imagen de las mismas. En algunas ocasiones los diseñadores poseen una línea de accesorios que complementa a la colección que van a presentar. En caso de no tenerla suelen solicitar dichos accesorios a alguna firma siguiendo su concepto previamente definido para que los elementos vayan acorde a la temática que están yendo a presentar. Normalmente cuando se realiza la prueba de calce en la reunión con las modelos se suele definir qué tipos de accesorios van a complementar a los atuendos en el desfile. En el caso de pedir prestado accesorios se lo debe realizar con tiempo debido a que se debe contemplar la disponibilidad de los mismos.

Una forma de que el diseñador o el productor de moda puedan mimetizar y presentar sus diseños es empleando un armado de pasadas (factor técnico), ya que genera una coherencia con el ambiente.

7.- Armado de pasadas

La pasada consiste en la caminata empleada por la modelo para mostrar su atuendo durante el desfile. Previamente el diseñador y el productor hayan realizado la prueba de calce de las prendas deben tener fotografías para saber que atuendo le corresponde a cada modelo. Teniendo estas fotos se deben organizarlas de tal modo para determinar el orden de pasada de cada modelo y definir qué conjunto abre el desfile, cual le sigue y así sucesivamente hasta determinar con cuál conjunto se termina la colección. Una manera de presentación que se suele utilizar generalmente es mostrar la colección en tres momentos: Primero: en la apertura se enseña un conjunto que da una noción de la idea en la cual consiste la colección. Segundo: en esta etapa se van mostrando los conjuntos acorde al criterio e idea del diseñador y productor. Tercero: finalmente en el cierre del evento se muestra un conjunto que impacte al público y que deje en su memoria un momento agradable. La cantidad de pasadas es determinada por el número de trajes que se van a presentar. Las pasadas pueden ser individuales o en grupo dependiendo del criterio que se desee seguir. Adicionalmente se debe mencionar que las pasadas deben ser dinámicas y en un lapso corto de tiempo para poder captar la atención del público.

Si bien el armado de pasadas genera una coherencia con el ambiente, se debe describir una plantilla donde se establezca la organización de pasadas (factor técnico).

8.- Plantillas para la organización de pasadas

Se debe realizar una planilla de especificaciones de pasadas en la cual conste con información acerca del orden de los modelos, que es lo que van a utilizar, su equipo y accesorios. Esto se realiza para poder ejecutar el desfile de una manera organizada y para que los productores conozcan la fila de las modelos y les puedan indicar cuándo deben salir a la pasarela. El cronograma puede ser organizado dependiendo el criterio del productor pero generalmente se suele seguir el esquema expuesto a continuación:

Pasada número	Nombre modelo	Descripción equipo	Foto
1	María González	Vestido de seda evasé estampado con flores. Vincha con flores de seda, maxipulseras.	
2	Luciana Pérez	Strapless floreado de seda con enagua de tul. Cinturon de cuero. Paragüas colorado.	

Tabla 2. Plantilla para organizar las pasadas de las modelos en pasarela (González, 2016).

Como último factor técnico, un recurso implementado para la difusión del evento es el uso del RRPP o comúnmente conocido como agencia de prensa y comunicación.

9.- Agencia de prensa y comunicación:

En el caso de poder contar con el presupuesto, tener un gabinete de prensa es de gran utilidad para un diseñador ya que el equipo de prensa y comunicación se encarga de cubrir y a su vez de difundir todo acerca del evento. En caso de recién estar empezando es pertinente contratar este tipo de servicio para ciertas ocasiones en específico. Cuando se contrata a este tipo de profesionales y una vez que se les especifica al target al cual se desea dirigir, ellos empiezan a generar contactos con la prensa que tenga un interés por publicar material post desfile, también se encargan de realizar y enviar invitaciones a invitados exclusivos, preparará un presente para los invitados, organizan un after party para poder realizar fotografías del diseñador con ellos, además contratan un fotógrafo profesional para que tome

fotografías del desfile que posteriormente entregará a los medios de prensa, organizaron entrevistas con el diseñador y medios de prensa. Todo esto lo realizan con el fin de impulsar la carrera del diseñador.

Con respecto a la etapa de preproducción el equipo de prensa solicita al diseñador un resumen corto de su colección para después ser entregada a manera de brief, gaceti-lla o dossier de prensa. Hay que mencionar que dentro de ese brief debe constar la temporada, la colección, el nombre o el título designado por el diseñador, de manera concisa una pequeña descripción de en qué consiste la misma, color y textura así como a quien está dirigida. El objetivo de realizar esto es de poder enviar esta información a medios o fotógrafos con el fin de difundir de mejor manera el evento.

Por otra parte se encuentran otros puntos que también pertenecen a las fases de la producción de moda. Estos puntos se los llama factores humanos, los cuales consisten en:

10.- Diseño de maquillaje y peinado

El diseño de maquillaje y peinado es uno de los factores clave para la presentación de un desfile ya que en ocasiones se los suele utilizar para dar una idea de cuál es la inspiración. Además, es utilizado como eje estético para que las modelos posean un aspecto visual unificado. Se debe tener en cuenta que para este tipo de situaciones se deben realizar pruebas con anticipación para determinar cuánto tiempo se emplea para su realización y también para definir cuánta gente se requiere para poder ejecutarlo. En el caso de requerir accesorios complementarios al maquillaje y peinado se lo debe ver con antelación ya que se debe tomar en cuenta su practicidad técnica para realizarlos o solicitarlos.

11.- Casting o búsqueda de modelos

Posteriormente de que se tenga resuelta toda la parte técnica del evento se procede a realizar un casting para el desfile utilizando una agencia de modelos. Dicho casting es efectuado por el diseñador y un productor de moda, donde el diseñador define la estética y medidas que deben poseer las modelos para que pertenezcan a su desfile. Luego el productor procede a ir en busca de las mismas con dichas

especificaciones. Generalmente se suelen utilizar modelos que sean similares para que exista una homogeneidad en el desfile o se pueden utilizar modelos con distintos rasgos, eso dependerá del concepto y requerimientos que tenga el diseñador. Un punto importante que se debe mencionar que una vez seleccionadas las modelos se debe conocer su talla de medidas para poder realizar los ajustes correspondientes a las prendas para así evitar cualquier error en el desfile. Un dato que dependerá netamente del diseñador es el número de modelos que estarán presentes en su desfile. En un desfile clásico de 24 minutos se suelen utilizar 14 modelos para que exista el tiempo necesario para el cambio de vestuario. Adicionalmente, una vez que las modelos ya sean seleccionadas se realiza una reunión con ellas para que se puedan probar los vestuarios y a su vez el diseñador pueda designar qué atuendo en específico va más acorde a la modelo.

12.- Animación

En este punto en específico dependerá netamente de la idea que se desee transmitir ya que se pueden utilizar dos recursos como: En el primero se puede contratar a un actor que vaya acorde a la temática del evento para dar así un preámbulo de lo que se va a tratar. En el segundo y el cual ya no es muy común de utilizarse en la actualidad es el uso de presentadores o locutores que narren lo que está ocurriendo. Por lo general el uso de estos narradores se suele utilizar en eventos más tradicionales donde se requiere ir nombrando a modelos o celebridades. Hay que tener en cuenta que este tipo de narradores o locutores pertenecen a alguna agencia por lo cual se los debe contratar con anticipación. Además, los organizadores del evento deberán realizar el texto que el narrador deberá decir en el evento. Cabe mencionar que ya sea cualquiera de los dos casos se deberá realizar un ensayo para evitar cualquier error.

13.- Coreografía

Consiste en el tipo de caminata y el tipo de recorrido que realizan las modelos sobre la pasarela. Este trabajo puede ser ejecutado por un coach de modelos que usualmente suelen ser ex mannequin que posee experiencia por lo cual se le contrata específicamente para realizar ese tipo de trabajo. Hay que tomar en cuenta que el tipo de caminata y coreografía dependerá del tipo de prenda que se va a mostrar y de la música que acompañe. En la actualidad el tipo de caminata que se suele emplear es con un gesto neutro y con un tiempo de recorrido corto en el cual las modelos no se demoran al ser fotografiadas, es una simulación como si estuvieran caminando las modelos por la calle. Cabe mencionar que el diseñador es el que escoge a la modelo que abre el desfile y a quien cierra el mismo, generalmente son las mannequin mencionadas anteriormente. Es importante que en un momento del desfile se les brinde a los fotógrafos un espacio para que realicen sus fotografías, las cuales serán expuestas posteriormente en revistas y publicaciones. Una vez definido el tipo de caminata y recorrido se debe coordinar con los técnicos de luces y sonido para que puedan acompañar a las modelos de una manera adecuada. Previamente se debe realizar un ensayo de cómo se debe efectuar el evento y además se debe realizar un diagrama sobre el plano de la pasarela, donde se especifiquen los tiempos de pasada, la manera y el recorrido que deben realizar las modelos. (Revisar tabla 1 y 2).

Luego de haber descrito las fases para la producción de desfiles de moda, se debe dar a conocer los diferentes tipos de desfiles de moda que se pueden realizar. Para ello se tomará como referente a Gonzales (2016).

1.3.1.- Tipos de desfiles de moda

Desfiles de alta costura

En los desfiles de alta costura se busca evidenciar lo que las marcas o el diseñador pueden realizar en cuanto a lujo se refiere. Si bien el realizar prendas de alta costura tiene un alto costo de producción esto provoca que no se obtenga un alto margen de ganancia ya que su nicho de mercado será muy reducido, sin embargo esto es compensando debido a que los desfiles de presentación de dichas prendas son utilizados generalmente para captar la atención del público en general ya que este tipo de eventos insta a la fascinación del consumidor por el producto, por lo cual se genera interés por los productos más accesibles de la marca como accesorios complementarios. Un dato adicional de las prendas de alta costura es que las marcas de lujo trabajan en conjunto con estilistas de moda para poder presentar determinadas prendas en eventos determinados, usualmente estas prendas o artículos son utilizados por artistas o famosos. Cabe mencionar que el artista o famoso realiza una solicitud a través del estilista a la marca o diseñador para poder utilizar sus prendas o artículos y ellos poseen la completa libertad de prestar o no lo que se les ha solicitado.

Figura 9. Ejemplo de desfile de alta costura.(Mexico Forbes,2022).



Desfiles de catálogo

Son desfiles que se realizan en las casas de moda para un público reducido, la mayoría de estos son compradores o franquiciados tanto extranjeros como nacionales, muy pocas veces es invitada la prensa ya que depende del diseñador con el que se trate. Como se menciona anteriormente es muy exclusivo por lo que se le hace a puertas cerradas, la mayoría de veces en el showroom del diseñador con la finalidad de que su público pueda ver toda la colección y anotar qué le llamó la atención para después poder comprarlo. En estos desfiles se muestran casi todos los productos con el mínimo detalle desde sus colores, texturas hasta el último detalle con el fin de que los compradores tengan una amplia visión sobre lo que se quiere vender.

Figura 10. Ejemplo de desfile de catálogo.(Catálogo moda mujer,2021).



Figura 11. Ejemplo desfile masivo de Zara.(Hoy magazine,2019).

Desfiles de marcas masivas

Estos desfiles son las que más impulsan y mueven el área de la economía en la industria textil ya que como dice su título producen en masa el cual hace más económico los ítems planteados para la temporada, también son conocidas como fast fashion ya que no se mantiene ahí, por lo que tiene una gran velocidad para cambiar y presentar nuevos modelos. Hace algunos años se creía que estos desfiles no podrían ser realizados ya que no se consideraba que algunas de estas marcas lograran marcar tendencia. En la actualidad un claro ejemplo es el crecimiento de la marca H&M que ha empezado a mostrar sus colecciones mediante pasarelas llegando a ser creadores de tendencia.

Desfiles de accesorios

Estos desfiles son realizados con accesorios de marcas de zapatos, de carteras, relojes, cinturones, etc. A estos desfiles se les tiene que tomar con la misma importancia que un desfile de colecciones completas ya que los accesorios son más accesibles que la ropa de las marcas de lujo además de llevar el logo de la firma del diseño, incluso cuando se realiza el showroom de estos accesorios deben estar agotados antes de salir a la venta por el cual la mayoría de clientes saben quedar en lista de espera.



Figura 12. Ejemplo desfile de accesorios Versace. (Versace, 2023).

Desfiles de peinados y maquillaje

Como se sabe el peinado y el maquillaje son muy importantes en los desfiles ya que tienen que ir de acorde de manera complementaria con el vestuario en el ámbito textil por lo que también tiene que estar actualizado y en tendencia, aquí se mostraran colores del maquillaje en labios ojos al igual que pestaña brillos o accesorios que se deseen usar tanto en cabello como en cara, al igual que se presentará cortes y colores a usar en esa temporada. La última técnica presentada en un desfile fue el body painting que consiste en mostrar una técnica innovadora durante el show.



Figura 13. Ejemplo desfile de maquillaje y peinado. (hola, 2013).

Desfiles de moda - arte

El objetivo de este tipo de desfiles no posee un fin comercial sino más bien es un hecho artístico. Sin embargo posee las mismas variables para poder realizar cualquier tipo de presentación de desfiles. La colección presentada en un desfile Moda - Arte puede ser realizada o diseñada bien sea por un diseñador o un artista plástico y no es necesario que se utilicen textiles como material de confección. Adicionalmente, los modelos que participan en este tipo de desfiles no necesariamente deben regirse por las normativas estéticas que siguen los modelos de alta costura. Es importante que en este tipo de eventos se muestre un concepto y la idea del diseñador. Al tratarse de un desfile vanguardista es necesario ser claros con el concepto y tener en cuenta que las prendas no son pensadas para un público en masa pero existe la posibilidad de que dichas prendas si se lleguen a utilizar en la vida cotidiana.



Figura 14. Ejemplo desfile de moda - arte.(talietam,2019).

Figura 15. Ejemplo desfile conceptual John Galliano.(dress México,2018).



Desfiles conceptuales

Los desfiles conceptuales son una variación de los desfiles Moda - Arte, inclusive en este tipo de desfiles el concepto es el de mayor peso aún más que las prendas que se exhiben en la pasarela. Por lo general en este tipo de desfiles los diseñadores buscan no solo centrarse en la moda sino en su público ya que su intención es que puedan captar sus ideas primero y al último presentar las prendas.

Desfiles moda show

Los desfiles moda show poseen la particularidad de ser más un evento de entretenimiento ya que se centran más en sus asistentes como las celebridades invitadas o los mismos modelos que desfilan. Las colecciones que se presentan vienen a quedar en un segundo plano. Se suele utilizar este tipo de eventos para promocionar lugares, generalmente las fechas en las que se efectúan son en épocas estivales o vacacionales. Cabe mencionar que una manera de promoción es la presencia de prensa, modelos y celebridades que al ser invitados se encargan de difundir la misma. Este tipo de eventos se realizan fuera de algún rubro en específico y también no es parte de alguna semana de la moda. Si bien el objetivo de este tipo de presentación es ser más dinámico, se lo debe realizar con la misma seriedad que una pasarela de moda. Un recurso implementado en este tipo de eventos intercalar la presentación de algún tipo de espectáculo musical.



Figura 16. Ejemplo desfile moda show de Victoria secret.(el universo,2023).

Desfiles concurso de diseño

Últimamente este tipo de eventos se realizan con el objetivo de dar una oportunidad a los nuevos prospectos ya que en el futuro pueden llegar a ser los diseñadores del mañana. Por lo general en este tipo de desfiles hay un jurado reconocido encargado de calificar los diseños que se van a presentar. Puede haber un ganador o varios y pueden ser compensados con dinero o con algún tipo de capacitación. Este tipo de eventos se suele realizar en locaciones exclusivas o pueden formar parte de alguna semana de la moda. Además, cabe mencionar que es también una plataforma para vender tanto a nivel nacional como internacional.



Figura 17. Ejemplo desfile de concurso de diseño.(Ecuatextil,2023).

Desfiles de universidades y escuelas de diseño

Habitualmente las universidades o escuelas de diseño realizan desfiles de moda con la finalidad de presentar los trabajos realizados por sus estudiantes. Aunque no poseen un gran presupuesto para realizar sus eventos, se rigen con las mismas normativas con las que se realizan los desfiles de moda. La locación en la que por lo general realizan estos eventos es en sus propias instalaciones o en algún otro lugar que vaya acorde a la temática del evento. Al realizar este tipo de eventos permite al público asistente conocer las capacidades que posee tanto la institución como sus estudiantes.



Figura 18. Ejemplo desfile de universidades y escuelas de diseño.(Universidad del Azuay,2019).

Una vez que se ha descrito los tipos de desfiles de moda que hay, se debe dar a conocer al encargado de imaginar, conceptualizar, diseñar y materializar los diversos artículos o prendas expuestas en los desfiles. El encargado o responsable es el “diseñador de moda”, por ello es importante saber un breve contexto de este determinado individuo.

1.4.- ¿Qué es un diseñador de moda?

Un diseñador de moda es un profesional altamente capacitado que se dedica a la creación de prendas de vestir y accesorios complementarios. Su principal responsabilidad radica en estar al tanto de las últimas tendencias en el ámbito de la moda. Además, se destaca por su capacidad innovadora al presentar ideas y su creatividad en el proceso de diseño. No se limita únicamente a diseñar según sus propios gustos, sino que también debe considerar las demandas y requerimientos externos. Por lo tanto, un diseñador de moda debe tener la habilidad de crear a partir de cualquier tema, incorporando siempre su estilo distintivo, ya que esto constituye su identidad como profesional. Contrariamente a la percepción común, ser diseñador de moda es un trabajo complejo que demanda una sólida preparación y conocimiento del campo (EsDesign, 2019).

La labor de un diseñador de moda implica un proceso creativo que va más allá de la mera confección de prendas. Requiere un profundo conocimiento de los materiales, técnicas de costura, patronaje y diseño de moda. Además, es esencial estar al tanto de las últimas tendencias en términos de colores, tejidos y estilos, así como comprender los gustos y preferencias del público objetivo. Para lograrlo, se requiere estar constantemente actualizado mediante la consulta de revistas de moda, asistencia a desfiles, seguimiento de blogs especializados y participación en ferias internacionales. Además de estas habilidades técnicas y conocimientos, los diseñadores de moda deben poseer habilidades de comunicación y negociación, ya que colaboran con otros profesionales de la industria, como modelistas, costureras, estilistas y fotógrafos, para llevar a cabo sus diseños de manera efectiva. En resumen, ser diseñador de moda exige un compromiso y dedicación constantes para mantenerse a la vanguardia de la industria y ofrecer diseños innovadores y de alta calidad (EsDesign, 2019).

Teniendo claro el significado de que es un diseñador de moda y al enfocarnos en específico en este proyecto de titulación en los desfiles de moda, se deberá tomar como referente a los diseñadores más influyentes en la industria de la moda para describir brevemente sus desfiles de moda con el fin de proporcionar información relevante que sirva posteriormente en la generación de la guía para la producción de desfiles de moda.

1.5.- Diseñadores de moda más influyentes del mundo

Según Arts (2019) nos dice que “descubrir a los diseñadores de moda de reconocimiento mundial nos permite abrirnos hacia la cultura y la historia. Han sabido representar cada época con un estilo determinado. Si bien algunos de los diseñadores más influyentes ya han fallecido, sus estilos han perdurado a través del tiempo. Tanto así que en la actualidad las grandes marcas donde dichos diseñadores jugaron un papel importante, continúan evolucionando pero sin perder esa esencia característica”. Posteriormente se irán mencionando algunos de los nombres más importantes e influyentes de la moda y se analizarán algunos detalles de los desfiles que han desarrollado.

Coco Chanel

Según Vogue México (2022), el nombre Gabrielle 'Coco' Chanel representa mucho más que una casa de moda, es el significado de renacimiento para una sociedad que buscaba comprender la vida pública tras las secuelas de la guerra. Ya que fue la primera mujer aliada con la moda en liberar estereotipos como los típicos vestidos rígidos para mujer a pesar de esto siempre mantuvo su concepto de elegancia y feminidad.



Figura 19. Coco Chanel (Vogue México 2022)

Christian Dior

Christian Dior fue un diseñador francés que primero había fundado una galería de arte financiada por su familia pero con el tiempo esta fue a la quiebra, después de esto Dior empezó a trabajar como ilustrador de periódicos pero con el tiempo logró conseguir trabajo igual como ilustrador pero en el estudio de Lucien Lelong. Después de esto decidió partir para formar parte del ejército pero después de un tiempo decidió volver a París en 1942 donde empezó a trabajar en la alta costura y finalmente en 1946 decidió abrir su marca que hoy en día es considerada una de las marcas más poderosas de la moda. En la actualidad la casa de Dior se encuentra a cargo de Maria Grazia Chiuri y Kim Jones. (Vogue México, 2020)



Figura 20. Christian Dior (Vogue México, 2020)

Figura 21. Carolina Herrera (Vogue México 2020)



Carolina Herrera

Esta diseñadora venezolana forjó su marca bajo la femineidad buscando una manera de presentar la elegancia de una manera renovada para la mujer de hoy. Ella creció bajo el mundo del espectáculo siempre asistiendo y viendo los desfiles de Cristobal Balenciaga, para Carolina no era más que un pasatiempo esto de la moda ya que de pequeña realizaba ropa a sus muñecas y con la adolescencia pasó a realizar los vestidos de sus amistades, pero con el tiempo realmente se dio cuenta que era algo que la apasionaba y terminó sacando su propia marca a la edad de 42 años con el apoyo de su esposo. Según Vogue México (2020) ‘ ‘La marca de Carolina Herrera hoy ocupa uno de los puestos más relevantes de la moda americana, siendo una casa presente en más de 140 países. Su diseño ha vestido a importantes mujeres a lo largo de su carrera, ha atravesado con éxito las décadas más fervientes que son hoy inspiración para la moda, y su personaje ‘ ‘

Dolce & Gabbana

Dolce & Gabbana es una marca de lujo italiana conocida por sus innovadores diseños de moda y calzado. Fundada en 1985 por los diseñadores Domenico Dolce y Stefano Gabbana, la firma se ha convertido en una de las marcas de lujo más famosas y exitosas del mundo (Tortora, 2018). La pareja comenzó con un pequeño taller en Milán, donde diseñaron y produjeron sus primeros trajes. En 1989 presentaron su primera colección en Milán, lo que resultó en el éxito inmediato de la marca. Desde entonces, han seguido diseñando moda de lujo única y atractiva para hombres y mujeres.

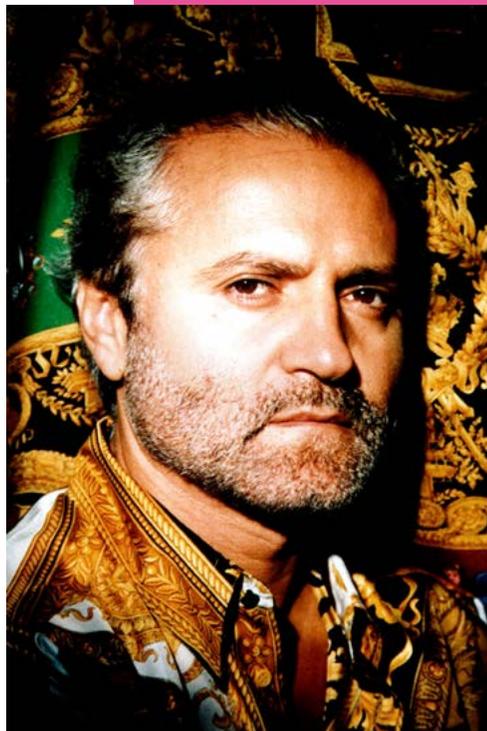
Dolce & Gabbana se ha convertido en una de las firmas de lujo más reconocidas y respetadas del mundo (Lam, 2015). Los diseñadores han recibido numerosos premios y elogios de la industria, incluyendo el premio al Mejor Diseñador de Moda de los Premios de la Moda de Milán en 1987, el premio a la Moda de los Premios de la Moda de Italia en 1989, y el premio Internazionale della Moda Italiana en 1990 (Lam, 2015). La marca también ha sido elogiada por su compro-

Figura 22. Domenico Dolce y Stefano Gabbana (Italian 's Excellence 2018)



miso con la innovación y el diseño a la vanguardia, lo que ha permitido que la marca se mantenga relevante y exitosa a lo largo de los años.

Figura 23. Gianni Versace (Vogue México 2020)



Versace

Si hablamos de Versace nos tenemos que referir en primera instancia a Gianni Versace diseñador nativo de Calabria quien además de crear a la moda como un evento mediático logró destacar a las supermodelos en la década de los 70 y 90. Fue el primero en conquistar Italia con su estilo grecoromano que fue lo que logró destacar a la marca de Versace ya que retaba a la feminidad de la mujer con cada una de sus creaciones e inspiraciones, jugaba con cada una de ellas para que la mujer fuera la protagonista en sus pasarelas con la sensualidad y el exceso mediante la posesión del vestido. Como dice Vogue México (2020) : ‘ Fue un visionario de los estampados, el maestro de los cortes audaces y pionero de los textiles, Versace logró lo que buscaba cualquier firma del momento, convertirse en además de una casa de moda, en un estilo de vida. El diseño de Gianni Versace fue una oda al cuerpo de la mujer, símbolo de un nuevo movimiento de liberación en la moda, valores que se mantienen latentes incluso años después de su partida.’

Figura 24. Giorgio Armani (Chic Magazine, 2019)



Giorgio Armani

Diseñador italiano que primero se dedicó a la medicina pero dejó sus estudios para dedicarse al diseño de moda y crear figuras, comenzó trabajando en Nino Cerruti y Hugo Boss durante 10 años para después en 1975 crear su propia marca con el apoyo de su pareja. Los expertos afirman que Armani aporta feminidad a la sastrería masculina y su estilo se hizo tan popular entre las mujeres, que comenzó a crear diseños para moda femenina. Chic Magazine (2019). En la actualidad Armani cuenta con más de 350 tiendas en todo el mundo que va desde la alta costura la cual denominó como Armani Privé hasta Armani jeans que es más económico, además de contar con complementos como lencería, perfumes, cosméticos, decoración para el hogar entre algunos más.

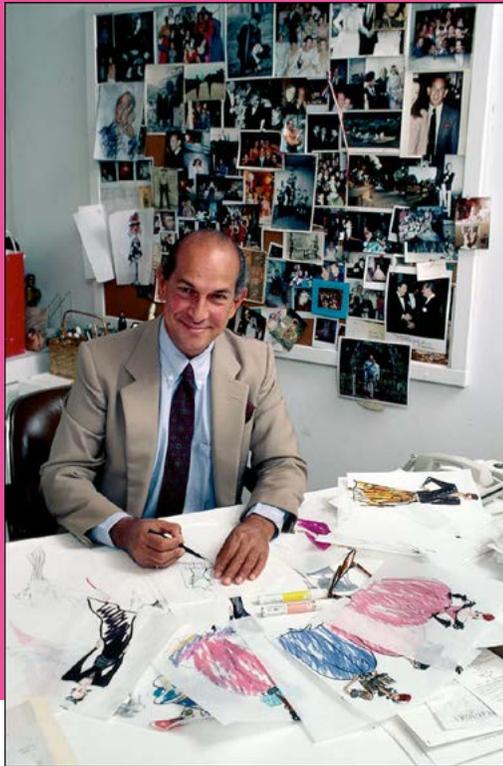
Karl Lagerfeld

Diseñador alemán que ganó importancia en el mundo de la moda gracias a su participación en la marca francesa Chanel al igual que su participación en la casa de moda Fendi, después decidió elaborar sus propios diseños y abrir su marca, además de destacar por rodearse de diferentes personajes importantes en el espectáculo de la moda como celebridades y modelos ya que además de dedicarse al mundo del diseño también habría sido fotógrafo. Además como dice GQ España (2019) Se consideraba “un ninfómano de la moda que nunca tiene un orgasmo” y por esta razón ha permanecido al pie del cañón en su firma homónima, en Fendi y en Chanel hasta el último de sus días.



Figura 25. Karl Lagerfeld (GQ España, 2019)

Figura 26. A Tribute To Oscar de la Renta (Vogue México, 2014)



Óscar de la Renta

Diseñador dominicano, Pupilo de Cristobal Balenciaga que se dio a la fama por haber vestido a Jacqueline Kennedy en el año 1960. Luego de esto no desperdició la oportunidad de diseñar para grandes famosos como Madonna, Penelope Cruz entre otras. Además de trabajar para Lavin y Balmain. Después de esto logró tener su propia casa de moda que llegó a todas partes del mundo.

Jean Paul Gaultier

Diseñador francés que comenzó su carrera por casualidad ya que enviaba sus bocetos a famosos y en 1971 logró entrar como asistente de Pierre Cardin. con el tiempo su carrera fue creciendo y logro lanzar su primera colección en 1976 logrando ser creador de tendencias culturales. Jean con el tiempo llegó a ser llamado el niño terrible de la moda francesa ya que sus colecciones se basaban en moda callejera además de utilizar modelos poco convencionales para sus desfiles como personas de tercera edad, hombres obesos y mujeres con muchos tatuajes y perforaciones por todo el cuerpo, a pesar de todo esto logró llamar la atención de las editoriales de moda más importantes. Como dato adicional fue jefe de diseño en la casa de Hermes y también fue director creativo de Diet Coke. (Eurochannel.S,f)



Figura 27. Jean Paul Gaultier (GQ 2021)

1.5.1.- Análisis de homólogos de desfiles de moda realizados por los diseñadores de moda más influyentes del mundo

A continuación se detalla mediante el siguiente cuadro las descripciones técnicas de algunos de los desfiles de moda desarrollados por ellos. Para ello se tomó como referente material audiovisual de internet de fuentes verificadas, es decir de las cuentas y páginas oficiales de sus respectivas marcas.

Nombre del diseñador	Año en el que realizó el desfile	Colección	Descripciones técnicas del desfile
Coco Chanel	2021	Spring - Summer 2021 Haute Couture	<p>Concepto: Homenaje al cine clásico de los 60.</p> <p>Locación: París Fashion Show, Grand Palais</p> <p>Ambientación: Uso de utilería acorde a la época del concepto de inspiración de los 60, además del uso de filtros de video debido a que en el 2021 fue época de pandemia</p> <p>Música: creaciones propias</p> <p>Luces: se utilizó luz natural ya que fue de día, además de ser acompañada de un camino de luz cálida y fría.</p> <p>Pasada de modelos: la salida fue organizada y sencilla ya que salía</p> <p>Diseño de pasarela: se realizó una combinación entre una pasarela recta y circular utilizando como recurso la utilería que guiaba el camino del propio espacio natural.</p> <p>(Chanel, 2021).</p>
Christian Dior	2012	Spring/Summer	<p>Concepto: Plasmar la artesanía de los talleres de Dior.</p> <p>Locación: París en la Avenue Montaigne.</p> <p>Ambientación: se resaltó del espacio de la locación con material gráfico luminoso.</p> <p>Música: Daft Punk, elementos de música house con funk, disco, rock y pop. Además utilizar también la música de Lana de Rey</p> <p>Luces: se utilizó un juego de luces frías que consisten en marcar el camino de la pasarela.</p> <p>Pasada de modelos: pasadas recta una a una.</p> <p>Diseño de pasarela: se utilizó una estructura de pasarela lineal.</p> <p>(Dior, 2012).</p>
Carolina Herrera	2018	Spring	<p>Concepto: Instar a la alegría mediante el concepto del color.</p> <p>Locación: New York , ubicado en el Museo de Arte Moderno.</p> <p>Ambientación: realizado en la noche, acompañado de vegetación sutil y sencilla, repartida por el espacio a los largo de la pasarela.</p> <p>Música: creaciones propias</p> <p>Luces: se utilizó un juego de luces frías, ubicadas en la parte superior que guía el camino que las modelos debían seguir en dicha pasarela.</p> <p>Pasada de modelos: sencilla y elegante, salida general de una modelo tras otra.</p> <p>Diseño de pasarela: se utilizó pasarela recta y en forma de T en donde se puede observar que la salida de las modelos era por el lado izquierdo.</p> <p>(Carolina Herrera, 2018).</p>

Nombre del diseñador	Año en el que realizó el desfile	Colección	Descripciones técnicas del desfile
Dolce & Gabbana	2022	Alta Moda Fashion Show	<p>Concepto: es una representación de las tradiciones y gente de Sicilia.</p> <p>Locación: Italia, en la Piazza del Duomo, afuera de las instalaciones.</p> <p>Ambientación: se utilizó mobiliario acorde al lugar del evento.</p> <p>Música: se utilizó una mezcla de música clásica.</p> <p>Luces: luz de escenario enfocada en la parte donde desfilan las modelos además de acompañar con péqueñas iluminación de luz cálida.</p> <p>Pasada de modelos: se llevó una secuencia recta donde iba se presentaba una por una.</p> <p>Diseño de pasarela: se utilizó como base la estructura principal de las escalinatas.</p> <p>(Dolce & Gabbana, 2022).</p>

Tabla 3. Análisis de los desfiles de diseñadores famosos.(autoría propia)

Si bien es importante conocer cómo ejecutan o llevan a cabo los desfiles de moda los diseñadores más influyentes. También se debe tener presente las tendencias de moda ya que saber acerca de ellas ayuda a potenciar o incluso a romper paradigmas que se estén efectuando en el contexto global o local. Además, se debe mencionar que una de las razones por la cual se estudió a algunos de los diseñadores de moda más influyentes del mundo es porque presentan y establecen las tendencias al momento de presentar sus colecciones en los desfiles, por lo cual es necesario saber qué son y cómo aparecen.

1.6.- ¿Qué son las tendencias de moda ?

Las tendencias de moda son elementos clave en la industria y reflejan las preferencias y gustos cambiantes de la sociedad en relación a la indumentaria y el estilo. Según Smith (2018), “las tendencias de moda son patrones de comportamiento y elecciones estéticas que emergen en un momento determinado y se difunden en la sociedad” (p. 27). Estas tendencias pueden ser influenciadas por diversos factores, como la cultura, la economía, los medios de comunicación y los movimientos sociales.

En el contexto de la moda, las tendencias no solo se limitan a la ropa y los accesorios, sino que también abarcan aspectos como el maquillaje, el peinado y el estilo de vida. Según Davis (2019), “las tendencias de moda son manifestaciones visuales y simbólicas que trascienden la vestimenta, ya que influyen en la forma en que las personas se presentan y se perciben a sí mismas” (p. 62). Estas tendencias se convierten en una forma de comunicación y expresión personal, reflejando la identidad y los valores de quienes las adoptan.

Es importante destacar que las tendencias de moda son efímeras y están sujetas a un ciclo de vida corto. Según Thompson (2017), “las tendencias de moda son fugaces y cambiantes, evolucionando constantemente para mantener el interés y la novedad en la industria” (p. 105). Esto implica que las tendencias pueden surgir, alcanzar su punto máximo de popularidad y luego disminuir en relevancia en un corto período de tiempo. Por lo tanto, los profesionales de la moda deben estar atentos a las tendencias emergentes y adaptarse rápidamente a los cambios para mantenerse relevantes en el mercado.

No basta solo conocer que es una tendencia de moda, sino también es necesario entender cómo aparecen para así poder llegar a un número mayor de personas al momento de efectuar un desfile de moda.

1.6.1.- ¿Cómo aparecen las tendencias de moda?

Para poder entender cómo surgen las tendencias es importante tener en cuenta que estas pasan por determinados procesos en específico, siguen una secuencia evolutiva y de transmisión. Cabe mencionar que en base a un estudio realizado por Graham y Anbututi (2018), nos dicen que una vez que la tendencia culmina todos los procesos que se expondrán a continuación, dicha tendencia será reemplazada por otra.

1. Trendsetter

Es la primera persona encargada de vestir la tendencia.

2. Early adaptors

Es un grupo reducido de personas, pero más amplio que el anterior y busca adaptar esta tendencia establecida.

3. La Masa

Es justo el momento en el que el Trendsetter deshecha y elimina dicha tendencia porque la considera masificada.

Además, se debe conocer las etapas por las que pasa un fenómeno para que se pueda convertir en una tendencia porque al conocer estas determinadas etapas es más eficaz plantear a qué grupo o segmento de personas nos queremos dirigir al momento de desarrollar un desfile.

1.6.2.- ¿Cómo llegar a una tendencia?

Según Graham y Anbuti (2018), la tendencia llega a pasar por cinco etapas evolutivas. Estas etapas incluyen la búsqueda de grupos sociales con las siguientes características:

1.- Innovadores

Es el 2.5% de cualquier grupo dado, si bien no inventan ni descubren un estilo o producto nuevo. Buscan introducir una idea, la cual es tomada como referente por el resto de la gente.

2.- Usuarios pioneros

Este grupo es un porcentaje mayor al anterior ya que son el 13,5%, se encuentran más relacionados con los denominados innovadores. Además, son los que se encargan de difundir la idea y que esta obtenga mayor aceptación.

3.- Mayoría primera

Este es uno de los dos grupos que posee el mayor porcentaje, el cual es de 34%. Una de sus particularidades es que antes de lanzarse a algo en específico, primero analizan la aceptación que tuvieron los pioneros, corren la voz y a partir de ahí secundan la idea de los pioneros.

4.- Mayoría rezagado

Son el segundo grupo que posee un gran porcentaje de 34%. Previo a tomar una decisión requieren de un modelo u ejemplo aceptable. Además, consultan a la mayoría pionera para poder conocer acerca de los beneficios que obtuvieron.

5.- Por ultimados rezagados

El último grupo representa un 10% ya que receptan las tendencias al final. Como su nombre lo indica son rezagados ya que no están sujetos a receptar el cambio.

1.7.- Homólogos de los desfiles públicos realizados en la ciudad de Cuenca entre los años 2010 al 2022

Después de describir todo lo referente a los desfiles de moda, en qué consisten, qué factores intervienen y qué aspectos se deben tomar en cuenta. Para dar continuidad al presente proyecto de titulación se ha realizado una investigación de campo para relevar información con la finalidad de conocer algunos homólogos de desfiles público que se hayan efectuado en la ciudad de Cuenca desde el año 2010 al 2022, para tener conocimiento acerca de los diseñadores, productores e instituciones públicas que han participado o realizado estos eventos en los años anteriormente mencionados. Para así posteriormente tener datos pertinentes para el desarrollo de la guía.

Metodología aplicada:

Para la obtención de información acerca de los desfiles públicos realizados en la ciudad de Cuenca entre los años 2010 al 2022 se utilizó diferentes recursos y medios de investigación como:

1.- Fuentes hemerográficas: Dicha información se obtuvo mediante la investigación de campo realizada en la biblioteca central de la ciudad de Cuenca. Donde se revisaron diferentes periódicos como: El Comercio, El Universo y El Mercurio. De los cuales se optó por revisar las publicaciones de los meses en los que la ciudad de Cuenca posee fechas festivas, es decir Abril y Noviembre. En total se revisaron 2160 periódicos desde el año 2010 al 2022. Además, se tomaron datos de folletos digitales de instituciones públicas como: CIDAP, EDEC, Gobernación del Azuay, Universidad del Azuay. (ver anexo 1)

2.- Fuentes no académicas: Se indagó en internet para recopilar información de diferentes páginas como: Youtube, blogs, redes sociales.

Después de haber realizado la investigación en las fuentes anteriormente mencionadas se generó un listado año por año de los desfiles realizados. Se encontró un total de 62 desfiles efectuados durante esos años y estos son:

2010

Desfile de Carrozas y Traje Típico, Reina de Cuenca 2009 – 2010
 Colecciones 2010, Noviembre 2010, Cuenca Silvia Zeas
 Desfile “ Pasarela Cuenca, Todo un Mundo de Moda y Tradición”,
 Cuenca
 Desfile “Ternura de Mamá”, Abril 2010, Cuenca
 Desfile de CN modelos 2010 milenium Plaza.
 Ramos de Novia en Escena primera edición octubre del 2010.
 Desfile Colecciones y Arte 2010
 Magia Ayuda Desfile de Modas Virreina 2010.

2011

Campaña Sol y Sombrero, Marzo 2011, Cuenca
 Desfile “Esquina de las Artes” y Feria, Abril 2011, Cuenca
 Elección Reina de San Vicente 2011, Marzo 2010, Azuay – Ecuador
 Elección Reina de Baños 2012, Agosto 2011, Cuenca - Ecuador
 Elección Reina de San Vicente 2012, Marzo 2011, Azuay – Ecuador
 Reina de Cuenca Gala Final, Candidata Cristina Vasquez, Octubre
 2011, Cuenca
 Inspirato corpo noviembre 2011 cuenca
 Elección de la reina de cuenca 2011.

2012

Elección Reina de San Vicente 2013, Marzo
 2012, Azuay – Ecuador.
 Verano fashion 2012 mall del río

2013

Elección Reina de Baños 2014, Agosto 2013,
 Cuenca - Ecuador
 Desfile “Entre Tocados y Sombreros”, Orga-
 nizado por: Museo del Sombrero, Abril 2013,
 Cuenca
 Cuenca Moda 2013, Organizado por: Minis-
 terio de Productividad y Camara de la Pe-
 queña Industria
 Desfile Cromia primera edición.
 Showroom Evolution junio.

2014

Cuenca Moda 2014, Organizado por: Ministerio de Productividad y Asociación de Diseñadores Textil y Moda.
CUENCA FASHION 2014 - BY SUSANA VÁS-
CONEZ
Cuenca Moda 2014 II Edición.

2015

Cuenca Moda 2015, Organizado por: Ministerio de Productividad y Asociación de Diseñadores Textil y Moda, Silvia Zeas.
Desfile Angelical 2015 una noche de diseño arte y moda', que realizó la Dirección del Museo Catedral Vieja, diseñadores Alexandra Donoso, Tatiana Pesántez y David Gutiérrez.
CUENCA MODA 2015 En el Centro de Alto Rendimiento (CEAR).
Show Room Cuenca 2015.

2016

Desfile de candidatas a reinas de cuenca 2016 mall del río
Designer book Cuenca, décima edición,
Fashion Show Moda 6 Cultura Cuenca 2016.
El Showroom Nuevas Tendencias Cuenca 2016 organizado por la Asociación del Comercio de Cuenca y CEOE CEPYME.

2017

Corona de Esperanza 2017 desfile de modas en Cuenca.

2018

Desfile Ardis 2018, Cidap.
CUENCA FASHION TRACK 2018.
“Belleza Permanente” Estudiantes de la UDA, Mayo 2018
Mujeres Cuenca Colección 2018 Mansión Vizcaya.
Desfile estudiantes de la Universidad del Azuay Hotel
Four Points 3 julio 2018.

2019

Desfile-fiesta TextGala 2019.
Desfile Noche de Reinas en la pasarela del Mall.
Afro Fashion 2019 Seminario San Luis.
La noche mágica de las compras en Cuenca.
Fashion show “Terrible Enfants” UDA.

2020

Cuenca Activa e Inclusiva / Desfile de Modas
Feria Cuenca Moda 2020
Moda con identidad de Pupila presentado en la Casa Muni-
cipal Márquez por la Dirección Municipal de Cultura.
ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ARTESANÍA Y DISEÑO
ARDIS – CROMÍA 2020
Edición Textil.

2021

Desfile Ardis 2021 “Recorridos Textiles”, Cidap
Desfile de modas Tejiendo Identidad 2021 Portal Artesanal
Edec

2022

Ecuador Fashion Week 2022 por Cn modelos
 Encuentro de industrias culturales y creativas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.
 Cuenca Fashion Track 2022.
 Fashion Models para 2022 convenciones mall del río CN modelos.
 Turi Fashion Show, el desfile de modas de las mujeres de Turi.

- Análisis de desfiles públicos realizados en Cuenca:

Previo a la etapa de planificación se analizará algunos de los desfiles de moda públicos efectuados en Cuenca entre los años 2010 al 2022, utilizando la información proporcionada por fuentes hemerográficas como revisión de información en internet, base de datos del EDEC y periódicos.

El siguiente cuadro de análisis tiene como objetivo levantar información complementaria para el desarrollo de la guía de producción para desfiles de moda.

AÑO	Nombres de Desfiles	Diseñadores participantes	Organización e instituciones públicas
2010	Desfile Colecciones y Arte 2010 Desfile "Ternura de Mamá", Abril 2010 Pasarela cuenca, moda y tradición. Desfile de CN modelos 2010 Colecciones 2010 Desfile de Carrozas y Traje Típico, Reina de Cuenca. Desfile " Pasarela Cuenca, Todo un Mundo de Moda y Tradición" Magia Ayuda Desfile de Modas Virreina 2010	Silvia Zeas Diego Peña Silvia Peña, Andres Manzano Milu Espinoza Homero Ortega Ruth Galindo	La Municipalidad de Cuenca. Fundación de proyectos sociales. Bienal de Cuenca
#	8 desfiles públicos	7 diseñadores	3 instituciones

AÑO	Nombres de Desfiles	Diseñadores participantes	Organización e instituciones públicas
2011	Campaña Sol y Sombrero, Marzo 2011 Desfile "Esquina de las Artes" y Feria, Abril 2011 Reina de Cuenca Gala Final Inspirato corpo noviembre 2011 Elección de la reina de cuenca 2011	Gustavo Moscoso, Olga Doumet. Jessica Carrera David Santillán Miguel Betancourt	La Bienal de Cuenca en la Casa del Coco.
#	5 desfiles públicos	5 diseñadores	1 institución
2012	Elección Reina de San Vicente 2013, Marzo 2012, Azuay Verano fashion 2012 mall del río.	Silvia Zeas	
#	2 desfiles públicos	1 diseñador	no determinada
2013	Desfile "Entre Tocados y Fuciones" Elección Reina de Baños 2014, Agosto 2013. Cuenca Cuenca Moda 2013 Desfile Cromia primera edición Showroom Evolution junio.	Silvia Zeas Danny Arias	Museo del Sombrero Ministerio de Productividad Camara de la Pequeña Industria
#	5 desfiles públicos	2 diseñadores	3 instituciones
2014	Cuenca Moda 2014 CUENCA FASHION 2014 Cuenca Moda 2014 II Edición.	Silvia Zeas Karen Paredes Hugo Pesantez	Ministerio de Productividad y Asociación de Diseñadores Textil y Moda. Susana Vazconez
#	3 desfiles públicos	3 diseñadores	2 instituciones
2015	Cuenca Moda 2015 Desfile Angelical 2015 una noche de diseño, arte y moda. Show Room Cuenca 2015. CUENCA MODA 2015	Alexandra Donoso, Tatiana Pesántez, Silvia Zeas David Gutiérrez.	Ministerio de Productividad y Asociación de Diseñadores Textil y Moda. Centro de Alto Rendimiento (CEAR). Dirección del Museo Catedral
#	4 desfiles públicos	4 diseñadores	3 instituciones
2016	Desfile de candidatas a reina de cuenca 2016 mall del río. Designer book Cuenca, décima edición, Fashion Show Moda El Showroom Nuevas Tendencias Cuenca 2016	Silvia Zeas Danny Arias Artesanos de la ciudad de cuenca	Prefectura del Azuay Asociación del Comercio de Cuenca CEOE CEPYME. Municipalidad de Cuenca
#	3 desfiles públicos	3 diseñadores	4 instituciones

AÑO	Nombres de Desfiles	Diseñadores participantes	Organización e instituciones públicas
2017	Corona de Esperanza 2017 desfile de modas en Cuenca. Tejiendo moda	Gabriela Ramón Alex Polo Francisco Vanegas Vatex junior	Fundación reinas de cuenca 2017
#	2 desfiles públicos	3 diseñadores	1 institución
2018	Desfile Ardis 2018 CUENCA FASHION TRACK 2018. "Belleza Permanente" Estudiantes de la UDA, Mayo 2018 Mujeres Cuenca Colección 2018 Mansión Vizcaya. Desfile estudiantes de la Universidad del Azuay Hotel Four Points	Jose Safra Tamara Galindo Fernando Torres Estudiantes de la Universidad del Azuay	Edec Ian González Municipalidad de Cuenca
#	5 desfiles públicos	4 diseñadores	3 instituciones
2019	Desfile-fiesta Textgala Desfile Noche de Reinas en la pasarela del Mall. Afro Fashion 2019 Seminario San Luis. La noche mágica de las compras en Cuenca. Fashion show "Terrible Enfants" UDA.	Nathalie Vazquez Nila de Aguilar Estudiantes de la Universidad del Azuay Tatiana Guillen Jessica Tenezaca	ruth Galindo Universidad del Azuay Manos de seda y movimiento afro libre del Azuay
#	5 desfiles públicos	5 diseñadores	3 instituciones
2020	Cuenca Activa e Inclusiva / Desfile de modas Feria Cuenca Moda 2020 ENCUENTRO INTERNACIONAL DE ARTESANÍA Y DISEÑO ARDIS – CROMÍA 2020 Edición Textil.	Dayana Lligüisaca Lia Cevallos Andres Manzano	Emov Cidap Ardis
#	5 desfiles públicos	3 diseñadores	3 instituciones
2021	Desfile Ardis 2021 "Recorridos Textiles" Desfile de modas Tejiendo Identidad 2021 Portal Artesanal Edec Moda con identidad de Pupila presentado en la Casa Municipal Márquez	Silvia Zeas Estudiantes de la Universidad del Azuay Diego Peña Gabriela Padrón entre otros	Edec Cidap Dirección Municipal de Cultura.
#	3 desfiles públicos	6 diseñadores	3 instituciones

AÑO	Nombres de Desfiles	Diseñadores participantes	Organización e instituciones públicas
2022	<p>Ecuador Fashion Week 2022 por Cn modelos</p> <p>Encuentro de industrias culturales y creativas en el Museo y Parque Arqueológico Pumapungo.</p> <p>Cuenca Fashion Track 2022.</p> <p>Fashion Models parade 2022. convenciones mall del río CN modelos.</p> <p>Turi Fashion Show, el desfile de modas de las mujeres de Turi.</p>	<p>Universidad del Azuay</p> <p>Ismael Jimenez</p> <p>Silvia Zeas</p> <p>Ariana Saquisili</p> <p>Cristian Jará</p> <p>artesanas de turi</p>	<p>Museo y Parque Arqueológico Pumapungo</p> <p>Universidad del Azuay</p> <p>Ruth Galindo</p> <p>Ministerio de cultura y patrimonio.</p>
#	5 desfiles públicos	6 diseñadores	4 instituciones

Tabla 4. Análisis de los desfiles de moda públicos de Cuenca del año 2010 al 2022.(autoría propia).

- La siguiente tabla estadística indica de manera gradual el número de desfiles que se han ido realizando desde el año 2010 al 2022. En la cual se puede observar que en años anteriores se realizaban 8 desfiles públicos al año, a diferencia de los años más recientes no se han efectuado más de 5. Por lo cual se puede decir que existe una disminución en la producción de estos.

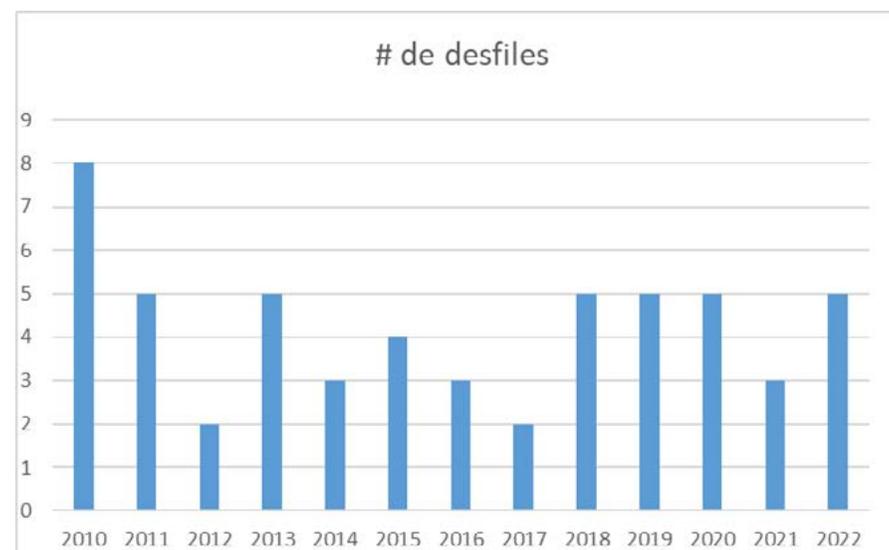


Tabla 5. Análisis de números de desfiles realizados por año.(autoría propia).

- La siguiente tabla estadística indica de manera gradual el número de diseñadores que han participado en desfiles de moda públicos en la ciudad de Cuenca. Donde se puede observar que en los últimos años han participado más de 6 diseñadores, teniendo en cuenta que año tras año hay diseñadores constantes como: Silvia Zeas, Pablo Ampuero, Daniel Arias, Diego Peña, entre otros. Sin embargo, en años recientes se pudo notar que se ha contado con la

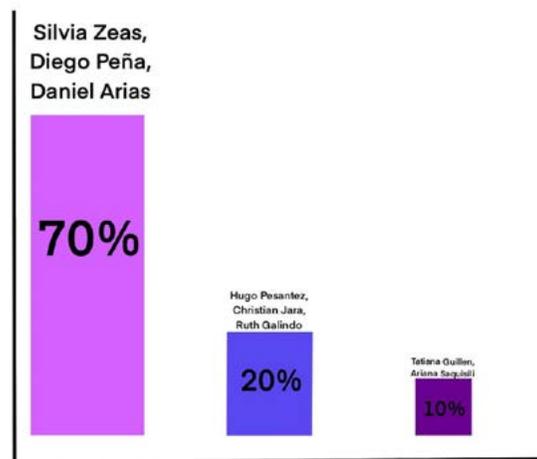


Tabla 6. Análisis de diseñadores que han participado por año.(autoría propia).

participación de nuevos diseñadores como: Ismael Jimenez, Camila Coronado, Arianna Saquisili, entre otros.

- La siguiente tabla estadística indica de manera gradual el número de instituciones públicas que han desarrollado y apoyado la ejecución de desfiles de moda públicos en la ciudad de Cuenca a lo largo de estos años. Donde se pudo notar que la empresa que más apoyo y ha organizado más eventos ha sido la Municipalidad de Cuenca, contando con el aporte del EDEC y el CIDAP.

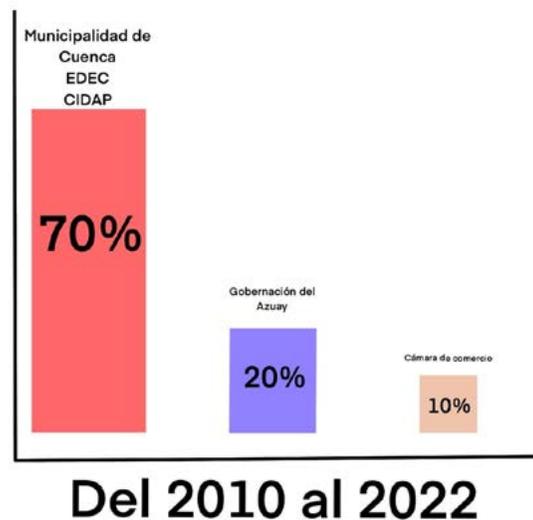


Tabla 7. Análisis de instituciones públicas que han organizado desfiles por año.(autoría propia).

Conclusiones Capítulo 1

Después de haber descrito cada punto referente a que es moda, los tipos de producción de moda, qué agentes intervienen en el desarrollo de un desfile de moda, el concepto de que es un diseñador de moda, como funcionan las tendencias de moda y el análisis de los desfiles de moda públicos realizados en la ciudad de Cuenca del año 2010 al 2022. Se pudo determinar que si bien hay un continuo desarrollo de desfiles de moda en la ciudad de Cuenca, los diseñadores que participan año con año han sido prácticamente los mismos. Por lo cual se puede decir que la problemática planteada es viable ya que evidentemente existe una ausencia de participación en desfiles de moda por parte de nuevos diseñadores y proporcionar una herramienta como la guía para la producción de desfiles de moda aportaría al incremento de participación de diseñadores y a la realización de un número mayor de eventos de moda.





Capítulo **DDOS**

Planificación



SOA

CAPÍTULO 2

2.- Planificación	57
2.1.- Definición de unidad de análisis	57
2.1.1.- Elaboración de la encuesta	57
2.1.2.- Definición de usuario	68
2.1.3.- Variables geográficas	68
2.1.4.- Variables demográficas	68
2.1.5.- Variables psicográficas	68
2.1.6.- Perfil de usuario del diseñador	69
2.1.7.- Perfil de usuario del productor de moda:	70
2.2.- Definición del brief	71
2.2.1.- Descripción del proyecto	71
2.2.2.- Antecedentes:	71
2.2.3.- Mensaje:	71
2.2.4.- Objetivos de la guía de producción de desfiles	72



2.- Planificación

En esta etapa se realizó una encuesta a diseñadores y productores de moda que hayan participado en desfiles de moda públicos con el fin de analizar los datos obtenidos y así generar la guía para la producción de desfiles de moda. Para ello se deberá definir previamente la unidad de análisis correspondiente para poder efectuar las encuestas de forma correcta.

2.1.- Definición de unidad de análisis

1.- Para la definición de la unidad de análisis se tomó como punto de partida las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Qué diseñadores han participado en desfiles de moda públicos realizados en la ciudad de Cuenca?
- ¿Qué productores de moda o instituciones públicas han realizado desfiles de moda públicos en la ciudad de Cuenca?

2.- Para responder las interrogantes anteriormente mencionadas se determinó que se debía generar encuestas, entrevistas y revisión de datos obtenidos en la investigación de campo realizada en la primera etapa del presente proyecto de titulación.

3.- Una vez planteado que se necesita para la obtención de datos, se determinó que para definir la unidad de análisis se toma como referencia al análisis de datos realizado por la Diseñadora Tatiana Guillen en su trabajo de titulación, donde se utiliza la información de 150 emprendimientos vigentes de diseñadores graduados entre el año 2005 al 2020. Adicionalmente se tomó en cuenta a los 50 graduados entre el año 2021 y 2022. Así como profesionales en el ámbito como Ian Lombardi, Daniel Arias, Carolina Menesez, entre otros.

4.- En total se tomó a 210 profesionales para la obtención de datos relevantes a través de la encuesta para el desarrollo de la guía de producción de desfiles de moda. (ver anexo 1)

2.1.1.- Elaboración de la encuesta

Para la elaboración de las preguntas se tomó en cuenta la información obtenida en la etapa de contextualización, es decir temas que se encuentren relacionados con la producción de desfiles. Debido a que se busca levantar datos que complementen a la información recopilada de fuentes hemerográficas. Además, se busca testear la necesidad de obtener una guía de ayuda para la producción de desfiles de moda.

Las siguientes imágenes corresponden al formulario creado para realizar las encuestas a los diseñadores y productores de moda locales:

La siguiente imagen da a conocer una breve introducción acerca de la encuesta que se realizó, donde detalla información del proyecto y que se desea obtener:

Encuesta

Mi nombre es Fiorella Pesantez, soy estudiante de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria de la Universidad del Azuay, tengo 24 años y estoy realizando mi Proyecto Final de Titulación, el cual tiene como objetivo analizar y levantar información de los desfiles de moda realizados en Cuenca entre los años 2010 al 2023.

Esta encuesta se dirige hacia diseñadores y productores que tengan experiencia con la producción y participación en desfiles de moda, con la finalidad de compilar información que permita generar una guía actualizada para la producción de desfiles de moda a nivel local.

Figura 28. Introducción a las preguntas (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la primera pregunta de la encuesta, donde se busca identificar cuánto tiempo se encuentran ejerciendo para poder testear el nivel de experiencia que existe en los encuestados:

¿Desde hace cuánto tiempo ejerce la profesión?

- 2 años
- 4 años
- 10 años
- Más de 10 años

Figura 29. Pregunta 1 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la segunda pregunta de la encuesta, donde se busca saber el número de colecciones que realizan por año para poder tener un aproximado de cuánto tiempo llevan de preparación:

¿Cuántas colecciones diseña por año? *

- 1 a 2 colecciones
- 2 a 4 colecciones
- Más de 4 colecciones
- Otro: _____

Figura 30. Pregunta 2 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la tercera pregunta de la encuesta, la cual busca obtener información acerca del tiempo que se tardan en realizar las colecciones para posteriormente tener en cuenta ese tiempo en la planificación de desfiles de moda:

¿Cuánto tiempo le lleva crear una colección? *

- 2 a 4 semanas
- 4 a 6 semanas
- Más de 6 semanas
- Otro: _____

Figura 31. Pregunta 3 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la cuarta pregunta de la encuesta, donde se busca identificar cuál es el presupuesto que están dispuestos a invertir en el desarrollo de sus colecciones, esta información nos servirá para identificar quienes son candidatos potenciales en la organización de un desfile:

¿Cuál es el aproximado que usted invierte en realizar una colección? *

- Entre \$500 a \$1000
- Entre \$1000 a \$2000
- Más de \$2000
- Otro: _____

Figura 32. Pregunta 4 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la quinta pregunta de la encuesta, la cual consiste en conocer cuántas paradas realizan en cada colección para posteriormente tomar en cuenta dicha información en la organización de pasadas:

¿Cuántas paradas incluye en cada colección? *

- Entre 4 a 6 paradas
- Entre 6 a 8 paradas
- Entre 8 a 10 paradas
- Más de 10 paradas

Figura 33. Pregunta 5 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la sexta pregunta de la encuesta, donde se busca conocer el número de desfiles de moda en los que han participado y poder hacer una comparativa con la información obtenida de los desfiles de moda públicos del 2010 al 2022:

¿En cuántos desfiles de moda, organizados por instituciones públicas ha participado en la ciudad de Cuenca, entre los años 2010 al 2022? *

Tu respuesta

Figura 34. Pregunta 6 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la octava pregunta de la encuesta, donde se busca conocer quién es el encargado de realizar la producción de desfiles de moda a nivel local:

¿Quién realiza la producción de sus desfiles? *

- Mi persona
- Contrato un productor de moda
- Los organizadores
- Otro: _____

Figura 35. Pregunta 7 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la séptima pregunta de la encuesta, que busca identificar el número desfiles en los que han participado o desarrollado los encuestados:

¿Ha desarrollado desfiles propios o ha participado en desfiles colectivos? *

- Sí
- No

Figura 36. Pregunta 8 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la novena pregunta de la encuesta, la cual busca levantar información referente a la contratación de modelos para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿De ser el un desfile propio, como contrataría usted a los modelos? *

- Agencia de modelos
- Búsqueda particular de modelos
- Búsqueda en redes
- Otro: _____

Figura 37. Pregunta 9 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la décima pregunta de la encuesta, que consiste en obtener información referente al número de diseñadores que deben participar en un desfile de moda, para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cuál es el número de diseñadores que considera usted que deben participar en un desfile de moda? *

Tu respuesta

Figura 38. Pregunta 10 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número once de la encuesta, la cual busca levantar información referente a la contratación de maquilladores y estilistas para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cómo gestiona o gestionaría la búsqueda de los maquilladores y estilistas? *

- Contratación de profesionales
- Búsqueda de auspiciantes
- Ambas
- Otro: _____

Figura 39. Pregunta 11 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número doce de la encuesta, la cual busca levantar información referente como se gestiona la búsqueda del backstage para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

En cuanto al backstage, usted buscaría: *

- Asistentes contratados
- Personal de apoyo voluntario

Figura 40. Pregunta 12 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número trece de la encuesta, la cual busca levantar información referente como se gestiona la ambientación de desfiles de moda para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cómo maneja o manejaría usted la ambientación de sus desfile? *

- Lo realizaría yo mismo
- Contrataría una agencia especializada de diseño de interiores
- Me adaptaría al ambientación realizada por los organizadores del evento (de ser el caso)
- Otro: _____

Figura 41. Pregunta 13 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número catorce de la encuesta, la cual busca obtener información en cuanto al tipo de luces que se utiliza en un desfile de moda para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

- Luces directas: luz que ilumina el trayecto de las modelos en la pasarela
- Luces de sala: luz que ilumina tanto a la pasarela como el espacio del evento
- Luces de pasillo: luz que se coloca en el suelo para indicar el trayecto de la pasarela
- El trabajo de luces se encarga un luminotécnico
- Otros
- Otro: _____

Figura 42. Pregunta 14 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número quince de la encuesta, la cual busca obtener información referente a que tipo de música se utiliza en un desfile de moda para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Qué tipo de música utiliza o utilizaría en su desfile? *

- Música clásica como: barroca, de cámara, coral, ópera, entre otros.
- Música techno como: hardcore techno, hardtechno, tech house, entre otros.
- Música electrónica como: trance, drum and bass, dance, house, entre otros.
- Producciones de música propias
- Otro: _____

Figura 43. Pregunta 15 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número dieciséis de la encuesta, la cual busca levantar información referente como se realiza el orden de salida de diseñadores en los desfiles de moda locales para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cómo organiza el orden de salida de los desfiles? *

- El orden lo escogen los diseñadores
- El orden lo determinan los organizadores
- El orden se define en base a los conceptos de las colecciones
- Otro: _____

Figura 44. Pregunta 16 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número diecisiete de la encuesta, la cual busca levantar información referente a cómo se realiza la organización de circuitos de modelos en desfiles de moda para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cómo organiza el circuito de modelos para el desfile? *

- Orden lineal (una a una)
- Orden secuencia (varía entre una, dos o tres modelos)
- No lo realizo
- Otro: _____

Figura 45. Pregunta 17 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número diecinueve de la encuesta, la cual busca dar a conocer un aproximado de cuánto se invierte en la producción de desfiles de moda a nivel local, para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cuánto calcula usted que puede costar la producción de un desfile de moda local?

- Entre \$1000 a \$2000
- Entre \$2000 a \$3000
- Más de \$3000
- Otro: _____

Figura 47. Pregunta 19 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número dieciocho de la encuesta, la cual busca conocer cómo se desarrolla la difusión de un desfile de moda para posteriormente utilizar los datos obtenidos en el desarrollo de la guía:

¿Cómo desarrolla la difusión de su participación? *

- Mediante redes sociales personales
- Contratación de community manager
- Contratación de una agencia de publicidad
- Otro: _____

Figura 46. Pregunta 18 (autoría propia)

La siguiente imagen corresponde a la pregunta número veinte de la encuesta, la cual busca obtener un número estimado de personas interesadas en adquirir la guía para la producción de desfiles de moda:

Agradecemos su tiempo y participación en esta encuesta. ¿Desea usted recibir la guía para la producción de moda que se va a desarrollar como resultado de este trabajo? *

- Sí
- No

Figura 48. Pregunta 20 (autoría propia)

Análisis de resultados obtenidos

Mediante la plataforma de google forms se envió un total de 210 encuestas, de las cuales se obtuvieron 91 respuestas de diseñadores y productores de moda locales. A partir de ahí se analizaron los siguientes datos obtenidos:

La primera pregunta corresponde al tiempo que han estado ejerciendo la profesión tanto diseñadores como productores de moda. Donde podemos ver que el mayor porcentaje de profesionales correspondientes al 48,4% que llevan ejerciendo un tiempo aproximado de 4 años, seguidos de un 31,9% que llevan 2 años, luego se encuentra un 15,4% que lleva 10 años y finalmente un 4,3% que llevan más de 10 años ejerciendo.

¿Desde hace cuánto tiempo ejerce la profesión?
91 respuestas

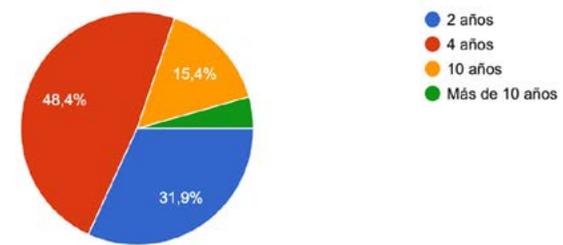


Figura 49. Porcentaje de cuánto tiempo ejercen su profesión (autoría propia)

La segunda pregunta corresponde al número de colecciones que realiza por año. Donde podemos ver que el 48,4% realiza un aproximado de 2 a 4 colecciones por año.

¿Cuántas colecciones diseña por año?
91 respuestas

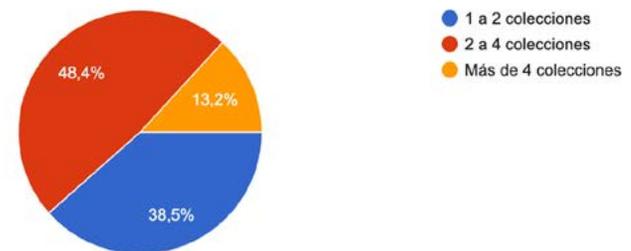


Figura 50. Porcentaje de cuántos colecciones diseñan por año (autoría propia)

La tercera pregunta corresponde al tiempo que conlleva crear una colección. Donde podemos ver que 56% de los encuestados nos dice que les toma alrededor de 4 a 6 semanas desarrollar una colección.

¿Cuánto tiempo le lleva crear una colección?
91 respuestas

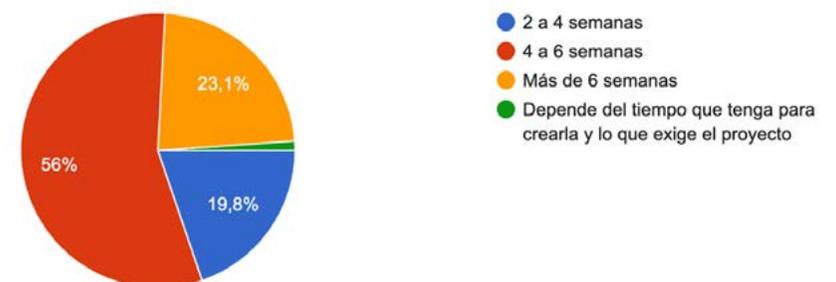


Figura 51. Porcentaje de cuánto tiempo les lleva crear una colección (autoría propia)

La cuarta pregunta corresponde al valor monetario que se debe invertir para poder desarrollar una colección. Donde podemos ver que el 47,3% nos dice que para poder realizar una colección se debe invertir un aproximado de \$1000 a \$2000.

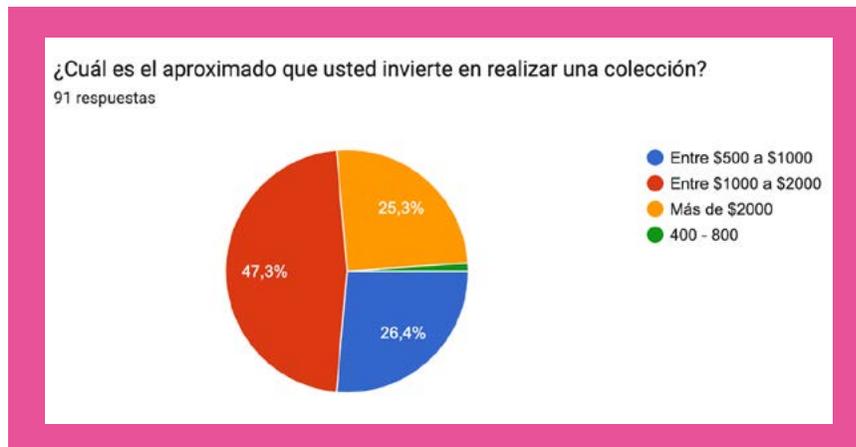


Figura 52. Porcentaje del aproximado de cuánto se invierte en realizar una colección (autoría propia)

La quinta pregunta corresponde al número de paradas que se deben incluir en una colección. Donde podemos ver que el 53,8% realiza un aproximado de 4 a 6 paradas por cada colección que realizan.

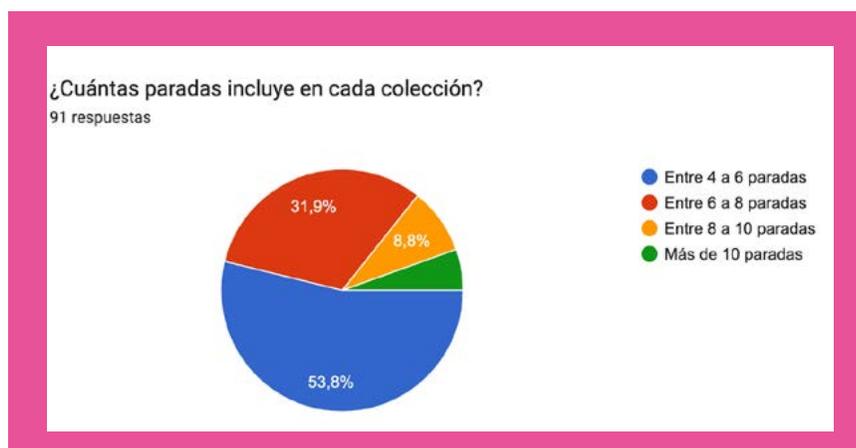


Figura 53. Porcentaje de cuántas paradas incluye en cada colección (autoría propia)

La sexta pregunta corresponde al número de personas que han participado como diseñadores o productores de moda en desfiles públicos realizados en la ciudad de Cuenca entre los años 2010 al 2022. Donde el 27,5% ha participado en al menos 2 desfiles.

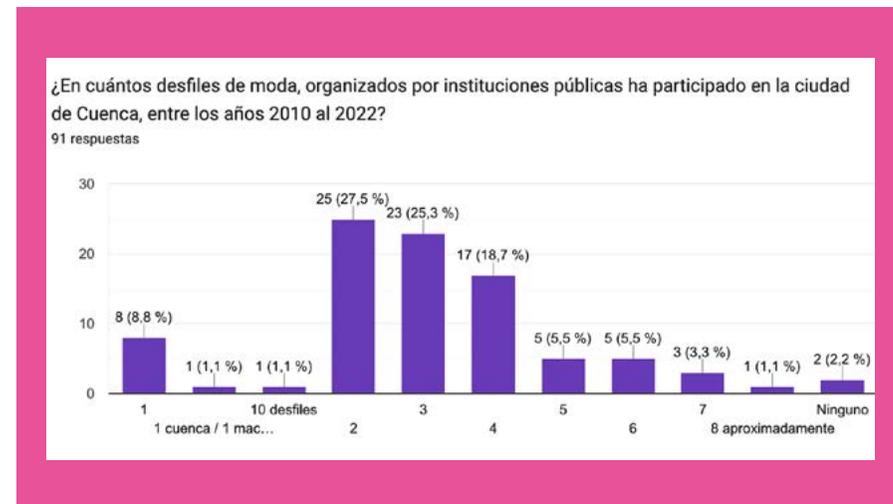


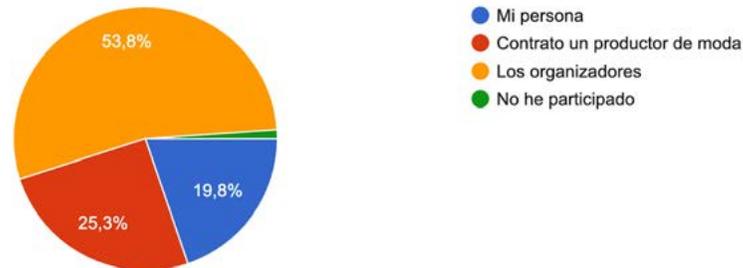
Figura 54. Porcentaje de en cuántos desfiles de moda han participado en la ciudad de Cuenca (autoría propia)

La séptima pregunta corresponde a los diseñadores o productores de moda que han desarrollado o participado en desfiles colectivos. Donde el 97,8% nos dice que efectivamente sí ha desarrollado o participado en un desfile de moda colectivo.



Figura 55. Porcentaje de personas que han desarrollado o participado en desfiles colectivos (autoría propia)

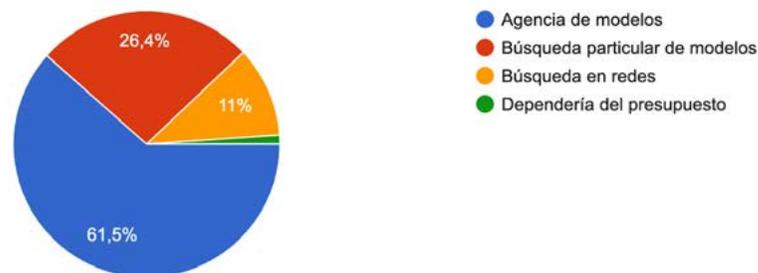
¿Quién realiza la producción de sus desfiles?
91 respuestas



La octava pregunta hace alusión a las personas encargadas de realizar o desarrollar la producción de los desfiles. Donde podemos notar que el 53,8% de los desfiles de moda locales han sido desarrollados por organizadores.

Figura 56. Porcentaje de quien realiza la producción de sus desfiles (autoría propia)

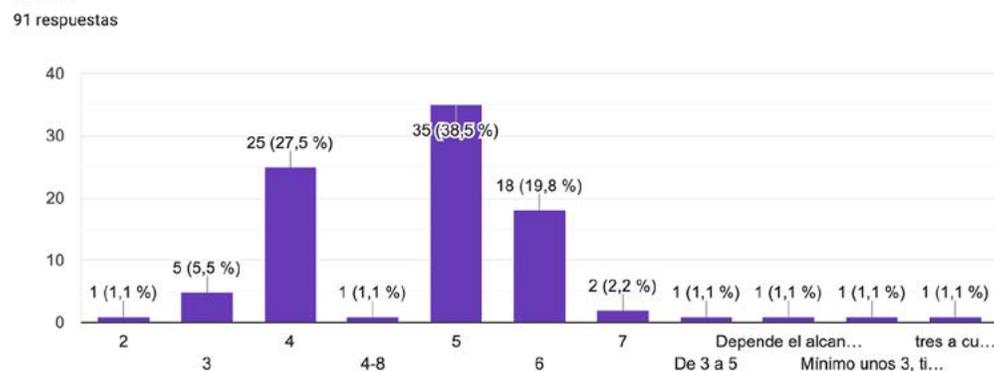
¿De ser el un desfile propio, como contrataría usted a los modelos?
91 respuestas



La novena pregunta consiste en determinar el cómo contratan los diseñadores y productores de moda. Donde el 61,5% de las personas encuestadas nos dice que para la contratación de modelos se inclinan más por hacerlo a través de una agencia de modelos.

Figura 57. Porcentaje de cómo contrataría a las modelos (autoría propia)

¿Cuál es el número de diseñadores que considera usted que deben participar en un desfile de moda?
91 respuestas



La décima pregunta consiste en determinar el número de diseñadores que deben participar en un desfile de moda. Donde el 38,5% nos dice que 5 es el número indicado de diseñadores que deben estar presentes cuando se realiza un desfile.

Figura 58. Porcentaje del número de personas que deberían participar en un desfile (autoría propia)

¿Cómo gestiona o gestionaría la búsqueda de los maquilladores y estilistas?

91 respuestas

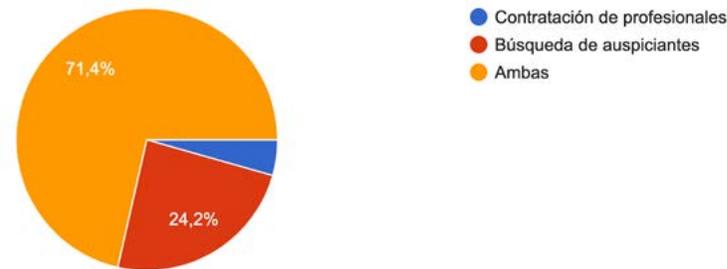


Figura 59. Porcentaje de cómo se gestiona la búsqueda de los maquillador (autoría propia)

La onceava pregunta corresponde a la gestión de maquilladores y estilistas. Donde el 71,4% nos dice que hay que considerar dos opciones: la de contratar profesionales o conseguir auspiciantes.

En cuanto al backstage, usted buscaría:

91 respuestas

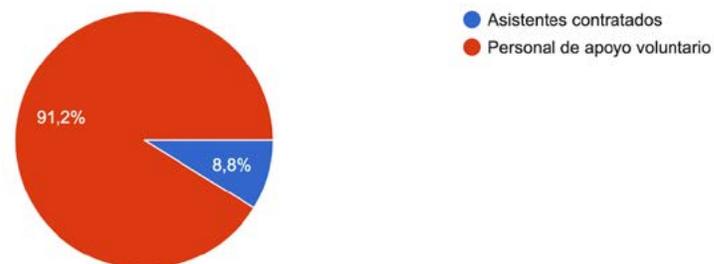


Figura 60. Porcentaje correspondiente al backstage (autoría propia)

La doceava pregunta consiste en determinar la mejor opción para el apoyo en backstage. Donde el 91,2% nos dice que el personal de apoyo voluntario es la mejor opción.

¿Cómo maneja o manejaría usted la ambientación de sus desfile?

91 respuestas



Figura 61. Porcentaje que corresponde a cómo se maneja la ambientación (autoría propia)

La pregunta número trece consiste en determinar cuál sería la mejor ambientación para un desfile de moda. Donde el 48,4% nos dice que la mejor opción es realizarlo por medios propios.

La pregunta número catorce consiste en determinar cuál es el mejor tipo de luces que se debería utilizar en un desfile de moda. Donde el 42,9% nos dice que las luces directas son la mejor opción porque iluminan el trayecto de las modelos en la pasarela.

¿Qué tipo de luces prefiere utilizar o utilizaría en un desfile?

91 respuestas



Figura 62. Porcentaje que corresponde a qué tipos de luces se utiliza más (autoría propia)

La pregunta número dieciséis consiste en determinar qué orden de salida de modelos se utiliza más. Donde podemos ver que el 42,9% nos dice que la orden de salida se determina o define en base a los conceptos de las colecciones.

¿Cómo organiza el orden de salida de los desfiles?

91 respuestas

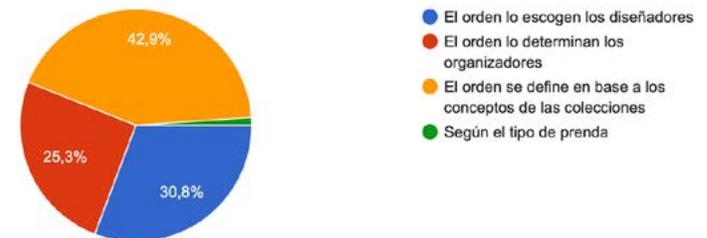


Figura 64. Porcentaje correspondiente a cómo se organiza el orden de salida de los diseñadores en los desfiles (autoría propia)

La pregunta número quince consiste en determinar el tipo de música que se utiliza más en un desfile de moda. Donde el 64,8% nos dice que la producción de músicas propias es la mejor opción para ser utilizada en un desfile.

¿Qué tipo música utiliza o utilizaría en su desfile?

91 respuestas

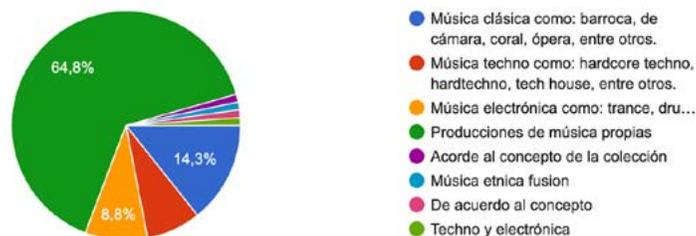


Figura 63. Porcentaje correspondiente a que tipo de música se utiliza más (autoría propia)

La pregunta número diecisiete consiste en determinar qué tipo de circuito de modelos se utiliza más en un desfile de moda. Donde el 58,2% nos dice que el circuito que posee un orden lineal es el más implementado.

¿Cómo organiza el circuito de modelos para el desfile?

91 respuestas



Figura 65. Porcentaje correspondiente a la organización de circuitos (autoría propia)

La pregunta número dieciocho consiste en determinar cómo desarrollan la difusión de desfiles de moda. Donde el 53,8% nos dice que utilizan sus redes sociales personales para dar a conocer los desfiles de moda que van a realizar.

¿Cómo desarrolla la difusión de su participación?

91 respuestas

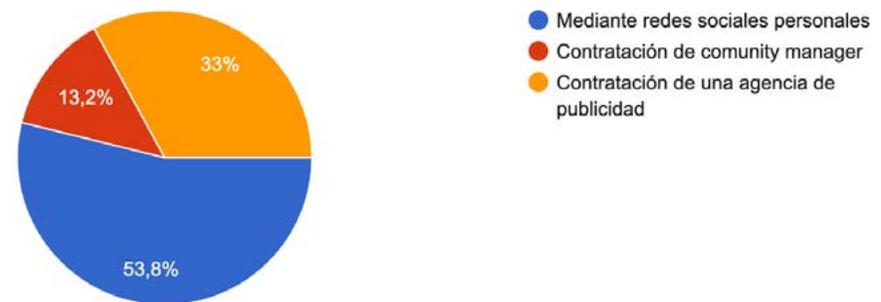


Figura 66. Porcentaje correspondiente a cómo se realiza la difusión (autoría propia)

La pregunta número diecinueve consiste en determinar cuál es el costo de producción que debe tener un desfile de moda local para llevarse a cabo. Donde el 63,7% nos dice que se debe invertir aproximadamente entre \$2000 a \$3000 para desarrollar un desfile.

¿Cuánto calcula usted que puede costar la producción de un desfile de moda local?

91 respuestas

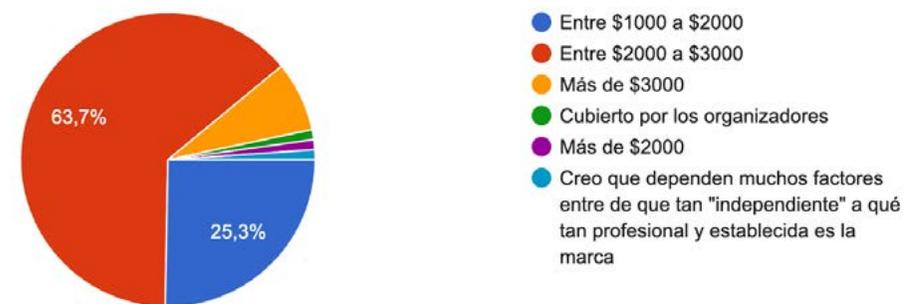


Figura 67. Porcentaje correspondiente al costo de producción de un desfile de moda local (autoría propia)

Finalmente la pregunta número veinte nos permite determinar la pertinencia de la guía para la producción de desfiles de moda ya que el 95,6% nos dice que se encuentran interesados en su obtención.

Agradecemos su tiempo y participación en esta encuesta. ¿Desea usted recibir la guía para la producción de moda que se va a desarrollar como resultado de este trabajo?

91 respuestas

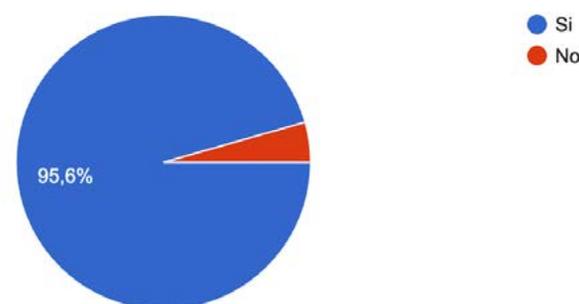


Figura 68. Porcentaje correspondiente a las personas que desean la guía (autoría propia)

Luego de haber culminado con el análisis de las encuestas es necesario plantear y definir un perfil de usuario ya que se deberá especificar para quien o quienes estará destinada la guía.

2.1.2.- Definición de usuario

Según Posner (2011), para poder definir el perfil de usuario es necesario describir algunas variables. Las cuales son :

2.1.3.- Variables geográficas

Región: Sierra

Clima: Cálido, Templado y frío

Tamaño de la ciudad: pequeño

Zona: Urbana y Rural.

2.1.4.- Variables demográficas

Sexo: Femenino, Masculino y otros

Edad: indefinida

Generación: indeterminada

Educación: indefinida

Ocupación: Diseñadores, Productores de moda, estudiantes de diseño entre otros.

Poder adquisitivo: medio, medio alto y alto.

2.1.5.- Variables psicográficas

Personalidad: creativ@, extrovertid@, Comunicativ@

Estilo de vida: Dinámic@

Teniendo en cuenta las variables anteriormente mencionadas es pertinente generar un fragmento de texto donde se describen los rasgos distintivos de los perfiles de usuario.

2.1.6.- Perfil de usuario del diseñador

Santiago Cabrera es un diseñador de moda que reside en la ciudad de Cuenca que lleva ejerciendo su carrera aproximadamente dos años desde que se graduó de la universidad

Habitualmente empezó a realizar colecciones dos veces al año, las cuales son lanzadas en los meses de abril - mayo y agosto - septiembre. A Santiago le gusta tomar como referente las tendencias de moda actuales por lo cual esto influye en sus diseños provocando que su estilo sea variado. Además, busca innovar implementando recursos locales como el trabajo realizado por los artesanos. Generalmente Santiago cuando participa en desfiles de moda intenta presentar sus colecciones al inicio o al final de la pasarela, esto lo realiza con el objetivo de generar mayor impacto en los espectadores del evento. El siempre intenta darle un plus a sus presentaciones preparando y llevando a sus propios modelos, ya que al contar con su propio circuito busca mimetizar las pasadas de las modelos con la música del ambiente. El crea sus propias pistas musicales para poder generar mayor atracción con el espectador. En la mayoría de sus presentaciones invita a posibles inversionistas y consumidores para que conozcan su trabajo, así mismo intenta brindarles una experiencia personalizada contratando personal que se encargue de recibirlos para que se sientan agusto en sus eventos. El objetivo de Santiago de brindar este tipo de experiencia es que el espectador se sienta parte del desfile más no un agente externo de él.

A continuación se dará a conocer un par de ejemplos reales del perfil de usuario del diseñador:

Figura 69. Ejemplo 1. Perfil de usuario (tomado de amppuero_pablo,2023) Figura 70. Ejemplo 2. Perfil de usuario (tomado de Fundora.ec,2023)



2.1.7.- Perfil de usuario del productor de moda:

Angela Palacios es una diseñadora y productora de moda de la ciudad de Cuenca que lleva una trayectoria de 7 años en el ámbito de la moda. Organiza desfiles de moda con el fin de presentar sus colecciones y a su vez brinda la posibilidad de que otros diseñadores puedan participar y presentar sus colecciones en conjunto con ella. Generalmente Angela en sus producciones busca ser imparcial con los diseñadores sin embargo permite generar material audiovisual y didáctico que vaya acorde al estilo de cada diseñador. Además, en la mayoría de los desfiles de moda que ella organiza busca el apoyo de instituciones públicas con el fin de apoyar a un número mayor de diseñadores. Con respecto a la logística de sus eventos suele conseguir colaboraciones con maquillistas, peinadores, modelos, personal de apoyo, entre otros para destinar una mayor parte del presupuesto que consigue a la ambientación y publicidad.

Normalmente contrata agencias de publicidad que se encarguen de difundir el evento mediante redes sociales y la prensa para así llegar a un número mayor de personas. En cuanto a las fotografías ella contrata un fotógrafo que se encargue de registrar cada una de las pasadas de las modelos portando las prendas de los diseñadores y posteriormente se encarga de hacer llegar cada una de dichas fotografías a cada uno de los participantes. Angela lleva a cabo todo este proceso dos veces al año con el único objetivo de que participen cada vez más diseñadores y que más espectadores conozcan el trabajo que se realiza.

Figura 71. Ejemplo 3 Perfil de usuario (tomado de Danny Arias,2023)

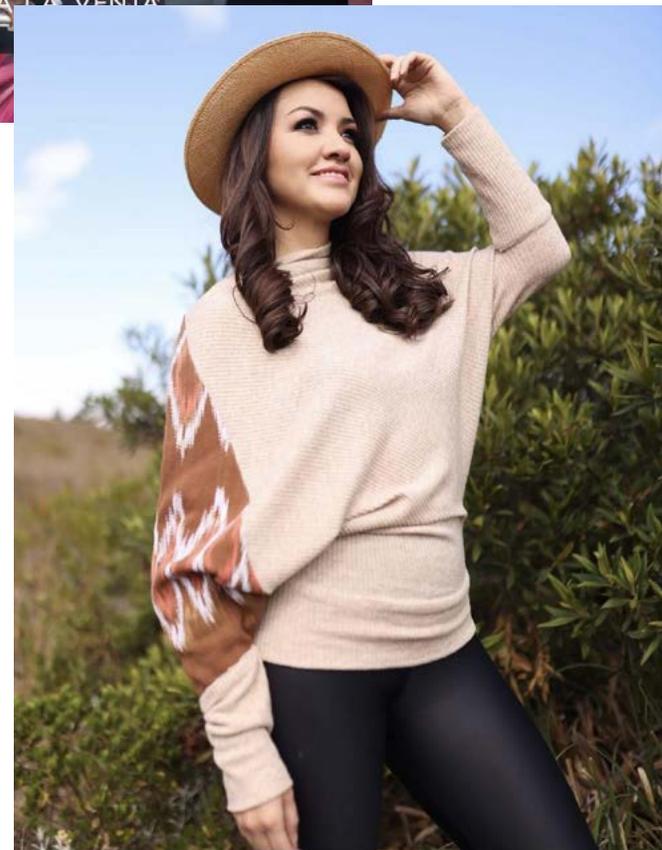


Figura 72. Ejemplo 4. Perfil de usuario (tomado de SilviaZeasdesing,2023)

A continuación se dará a conocer un par de ejemplos reales del perfil de usuario del productor de moda:

2.2.- Definición del brief

2.2.1.- Descripción del proyecto :

Generar una guía para la producción de desfiles de moda en el ciudad de Cuenca utilizando información recopilada de los desfiles efectuados del 2010 al 2023, además de tomar como referencia las encuestas generadas tanto a diseñador como productores locales que hayan participado en desfiles de moda públicos. Con el fin de enunciar cada paso que se debe seguir para poder realizar un desfile de moda.

2.2.2.- Antecedentes:

Los desfiles de moda son una plataforma utilizada por los diseñadores y productores para presentar sus ideas, su visión con respecto hacia el mundo de la moda y su vez invitar al público consumidor. Teniendo en cuenta las posibilidades que brinda este tipo de producciones y el análisis de las encuestas realizadas previamente es pertinente generar una guía para la producción de desfiles de moda con el fin de brindar un apoyo tanto a diseñadores y productores y además de intentar motivar a que se retome la organización que se llevaba a cabo en años pasados como cuando estaba vigente la asociación de diseñadores, así mismo como recuperar el apoyo por parte de empresas públicas para la organización de dichos eventos.

2.2.3.- Mensaje:

Incrementar los desfiles de moda en la ciudad de Cuenca brindándoles información tanto a diseñadores como productores de moda mediante la creación de una guía que sirva como apoyo, que facilite y mejore el desarrollo de dichas producciones.

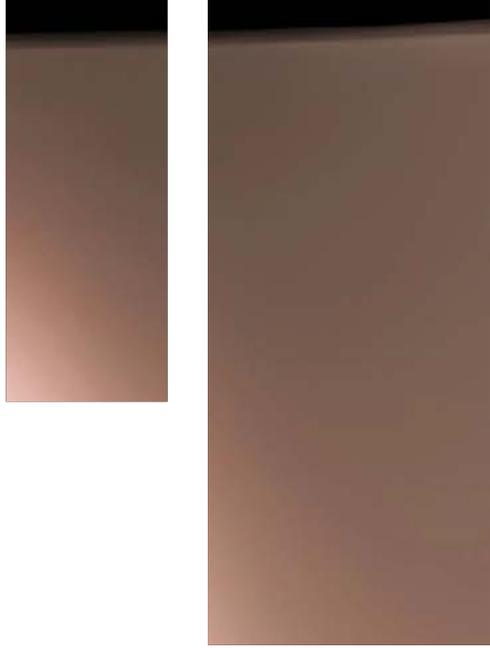
2.2.4.- Objetivos de la guía de producción de desfiles

- Organización del desfile de moda
- Detallar el presupuesto con el que se contará para desarrollar el desfile de moda.
- Especificar cuales son los permisos que se requieren para la aprobación de funcionamiento de un desfile de moda en un espacio público y dar a conocer cuales son las solicitudes que se requieren para realizar un desfile de moda.
- Dúsqueda de locación y gestión de solicitud para el uso del espacio público.
- Realizar la búsqueda y selección de productores y diseñadores de moda que participarán en el desfile.
- Búsqueda y selección de estilista, maquilladores, peinadores, fotógrafos y personal encargado de back stage.
- Gestión de luces, música, ambientación y animación para el desfile.
- Gestión de la estructura para la pasarela.
- Especificar cómo gestionar la búsqueda de modelos
- Realizar el casting de las modelos para cada uno de los diseñadores con su respectiva prueba de vestuario.
- Creación de un cronograma para la planificación del desfile donde se detallen los tiempos o timing.
- Creación de cronograma donde se especifique el presupuesto destinado para cada área que contribuye para la ejecución del desfile
- Especificar el desarrollo de la producción del desfile.
- Plantear recomendaciones en caso de que existan contratiempos en la producción del desfile de modas.
- Especificar cuales son los pasos que se deben seguir para ejecutar la post producción de un desfile.

Conclusiones Capítulo 2

Una vez que se ha concluido la investigación de campo y se ha definido para quien está dirigida la guía para la producción de desfiles de moda. Se pudo determinar que existe un gran número de personas interesadas en obtener un recurso para el desarrollo de desfiles de moda. Además, se notó que toda la información obtenida en esta segunda etapa complementa a los datos de la primera etapa y aporta a levantar datos relevantes que sirven en la ejecución de la guía.







Capitula **TRES**

Diseño

DESFILES

Capítulo

CAPÍTULO 3

3.- Ideación	77
3.1.- Concepto	77
3.2.- Diseño de la guía	78
3.2.1.- Moodboards de inspiración	79
3.3.- Generación de índice de contenidos para la guía	84
3.4.- Ejemplos provisionarios de diseño de la guía para la producción de desfiles de moda	85
3.5.- Análisis de desfiles 2021 - 2022 para la creación de la guía	91



Capítulo 3

Esta etapa corresponde a la ideación, donde el proceso creativo se convierte en un elemento clave para la conceptualización de la guía de producción de desfiles de moda. La ideación implica la generación de ideas innovadoras y la exploración de enfoques creativos que reflejen la identidad del diseñador y conecten con el público objetivo. Es en esta fase donde se establecen las bases conceptuales y se definen los elementos clave del desfile, como los temas, la narrativa, el estilo, la paleta de colores y la selección de tipografías. La guía propuesta en esta tesis proporcionará herramientas y metodologías que ayudarán a los diseñadores a desarrollar un evento sólido y coherente, fomentando la originalidad y la relevancia en la propuesta de desfiles de moda.

Además de la creatividad, la eficiencia y la organización son aspectos fundamentales en la producción de desfiles de moda. La guía abordará también la planificación estratégica, la coordinación de equipos, la gestión de tiempos y recursos, así como la logística necesaria para asegurar que el desfile se lleve a cabo de manera fluida y exitosa. Previamente al desarrollo de la guía se analizan casos de estudio y se comparten experiencias reales de profesionales en el ámbito de la moda, aportando así una visión integral y práctica que permita a los diseñadores y profesionales de la industria desarrollar sus propios desfiles con confianza y eficacia.

3.- Ideación

Previo al desarrollo de la guía para la producción de desfiles de moda es necesario plantear un concepto base que describa brevemente el enfoque que tendrá. Además, se expondrán varios moodboards de inspiración que sirvan en cuanto al planteamiento del diseño y organización de la guía, así como desarrollo del índice de contenidos y sus respectivos ejemplos de cómo se verá realizada.

3.1.- Concepto

Antes de realizar el concepto se ha generado una lluvia de ideas que contiene puntos clave relacionadas con el tema principal del proyecto de titulación que es realizar una guía para la producción de desfiles de moda.

• **Lluvia de ideas:**

tiene que se un instructivo	tener en cuenta la pre producción	tener en cuenta la producción	se debe aclarar de donde se tomó la información	comprender de qué se trata la guía
se debe tomar en cuenta a diseñadores	se debe tomar en cuenta a productores	tener en cuenta la post producción	se debe especificar si la guía es solo para la ciudad de Cuenca o si se puede utilizar en otros lugares	especificar qué metodología se utilizó para la obtención de información
se debe detallar cuáles son los pasos a seguir	se debe tomar en cuenta a las personas interesadas en realizar un desfile	tiene que ser un concepto claro	que se busca con la guía	para que se realiza la guía

Tabla 8. Lluvia de ideas (autoría propia,2023).

Posteriormente a la lluvia de ideas, se ha tomado en cuenta todos los puntos anteriormente mencionados y se ha realizado un concepto que sirva como base o idea central para el desarrollo de la guía. El cual consiste en:

- La siguiente guía, es un pequeño instructivo que servirá para diseñadores, productores y personal interesado en el ámbito de la moda que buscan incursionar en la organización de desfiles de moda. Esta pequeña guía cuenta con los pasos que se debe realizar en una producción de moda de este tipo, además de especificar que es y cómo se debe realizar la pre producción, producción y postproducción. Toda la información obtenida fue realizada en base a encuestas y entrevistas a profesionales en el ámbito como diseñadores y productores de moda que cuentan con varios años de trayectoria y han logrado producir grandes desfiles en la ciudad de Cuenca. Sin embargo, este manual se puede aplicar para otro tipo de ciudades.
- La producción de esta guía tiene como finalidad, incentivar a que exista mayor producción de desfiles, y que los diseñadores puedan presentar sus colecciones y su visión a través de la pasarela, logrando que la producción de estos sea más efectiva y más productiva al momento de realizarlos.

3.2.- Diseño de la guía

En este punto se han realizado diferentes moodboards de inspiración que sirvan como referencia para el diseño de la guía para la producción de desfiles de moda. Es decir que se evidencia paso a paso el cómo se verá visualmente. Además de detallar qué temas se han tomado en cuenta para realizar el índice de contenidos y el porqué de ellos.

3.2.1.- Moodboards de inspiración

1.- Para realizar los moodboards de inspiración para el diseño de la guía. Primero se ha escogido una referencia de cómo se quiere el resultado del documento. En este caso se determina utilizar la estructura y diseño de revistas de moda.

2.- En este punto se realiza una investigación en internet referente a las revistas de moda. Como se observa a continuación:

En primera instancia se busca que son las revistas de moda.

Luego se buscó cuales son las revistas de moda más importantes del mundo. Según



Figura 73. Búsqueda de información, Autoría propia (imágenes tomadas del buscador de Google, 2023)

la página oficial de Audaces (2023), las revistas de moda más famosas son: Vogue, Elle, Harper's Bazar, L'Officiel, V Magazine, Manequim, W Magazine, Grazia, Marie Claire y Glamour.

Finalmente se realizó una búsqueda de imágenes que se relacionen con las revistas anteriormente mencionadas para tomar elementos como: portada, tipografía, paleta de colores, estilo, estructura, entre otros. A partir de esa búsqueda se generó diversos collage o moodboards de inspiración, los cuales se presentan a continuación:



Figura 74. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)



Figura 75. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)



Figura 76. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)



Figura 77. Collage de autoría propia (imágenes tomadas de Pinterest, 2023)

3.3.- Generación de índice de contenidos para la guía:

Tomando como referente el libro de Lissi Gonzales (Manual de producción de moda, 2016). Se generó el siguiente índice de contenidos, el cual se organizó en tres etapas:

- La primera consiste en la pre producción, la cual trata de todos los procesos previos a la producción del desfile como: Conceptualización del desfile, búsqueda de locación, selección de modelos, selección de diseñadores, entre otros.
- En la segunda etapa se especifica cómo se desarrolla la producción del desfile, el personal encargado, pruebas y ensayos, entre otros.
- Finalmente en la tercera etapa se realiza la postproducción del desfile, el cual consiste en pocos pasos pero importantes ya que es ahí donde se evalúa el alcance y resultados obtenidos del desfile.

Índice

- 1.- Preproducción
 - 1.1.- Objetivos y visión del desfile
 - 1.2.- Búsqueda de locación
 - 1.3.- Selección de diseñadores y modelos
 - 1.4.- Búsqueda de backstage, maquilladores y peinadores
 - 1.5.- Diseño de pasarela
 - 1.6.- Ambientación
 - 1.7.- Diseño del desfile
 - 1.8.- Programación de los tiempos o timing
 - 1.9.- Publicidad del evento
- 2.- Producción
 - 2.1.- Coordinación con diseñadores y equipos técnicos
 - 2.2.- Montaje de pasarela
 - 2.3.- Maquillaje, peinado de modelos y prueba vestuario
 - 2.4.- Ensayos y ajustes
 - 2.5.- Puesta en escena
- 3.- Postproducción
 - 3.1.- Devolución de prendas
 - 3.2.- Selección de fotografías finales
 - 3.3.- Remuneración al personal involucrado con el desarrollo del desfile
 - 3.4.- Evaluación y resultados del evento

3.4.- Ejemplos provisionarios de diseño de la guía para la producción de desfiles de moda

A continuación se mostraran algunos ejemplos de cómo se verá desarrollada la guía tomando en cuenta los moodboards de inspiración y el concepto que se expuso anteriormente.



Agencia de modelos:

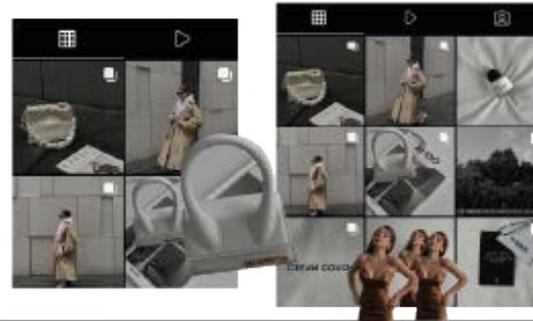
Para gestionar la contratación de modelos en la ciudad de Cuenca se puede realizar a través de las agencias de modelos que se enuncian a continuación:

CN Modelos
MJO Modelos
Modelar EC
Agencia de modelaje Teen Vogue



Búsqueda en redes sociales:

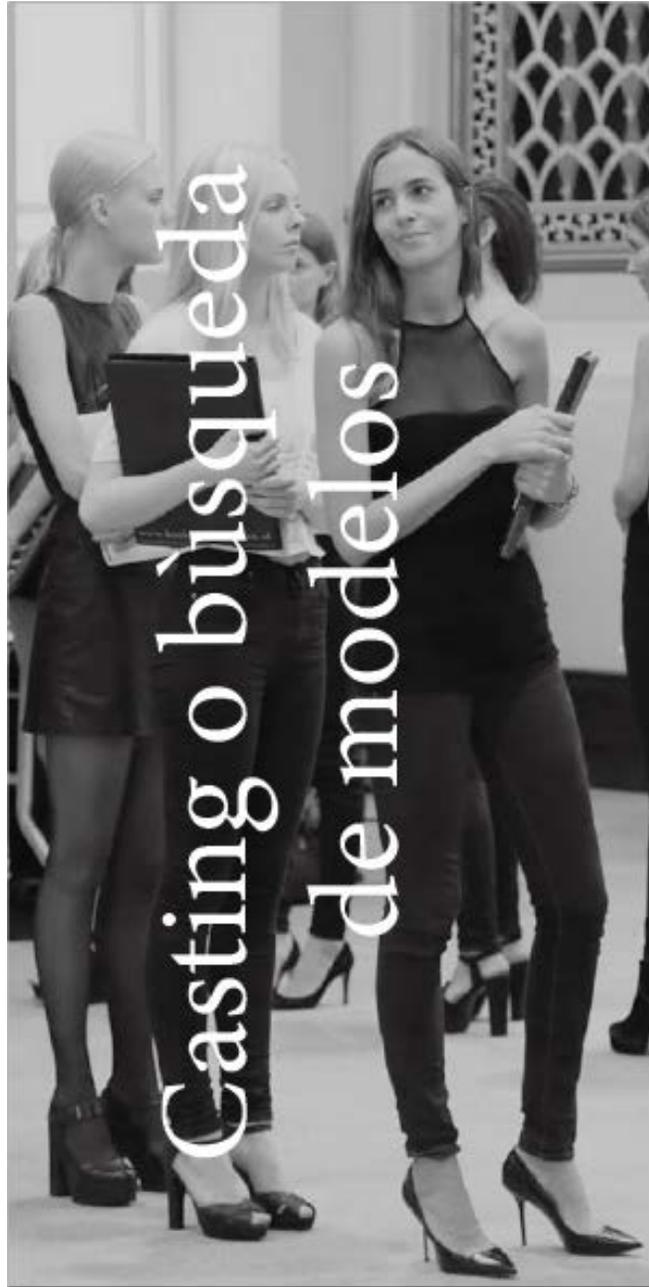
Se puede realizar mediante una búsqueda en las diversas redes sociales como: Instagram, facebook, Tiktok, Twitter, Snapchat, entre otros.



Búsqueda particular:

Generalmente se realiza contratando o solicitando el apoyo de conocidos, amistades o personas.





Para el casting o búsqueda de modelos se puede realizar de diferentes maneras dependiendo de diferentes factores. Los cuales pueden variar según la persona, ya sea el diseñador como el productor de moda. Dichos factores pueden ser: presupuesto, según su estilo o gusto, concepto que se desee transmitir, disponibilidad de modelos, entre otros.

En cuanto al contexto local para el casting o búsqueda de modelos se lo puede realizar de tres maneras diferentes:

Agencia de modelos
Búsqueda en redes sociales
Búsqueda particular



Música en vivo:

Con respecto a la música en vivo se puede contratar grupos musicales, cantantes, bandas u orquestas. Sin embargo, se debe tener en cuenta que al tratarse de una contratación se la debe realizar con antelación ya que es necesario prever la disponibilidad del servicio que se requiere contratar.

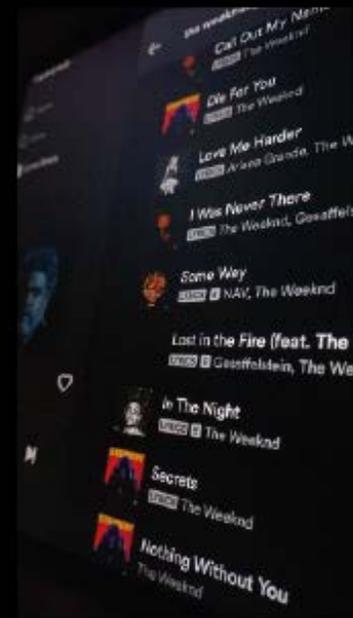
Música grabada:

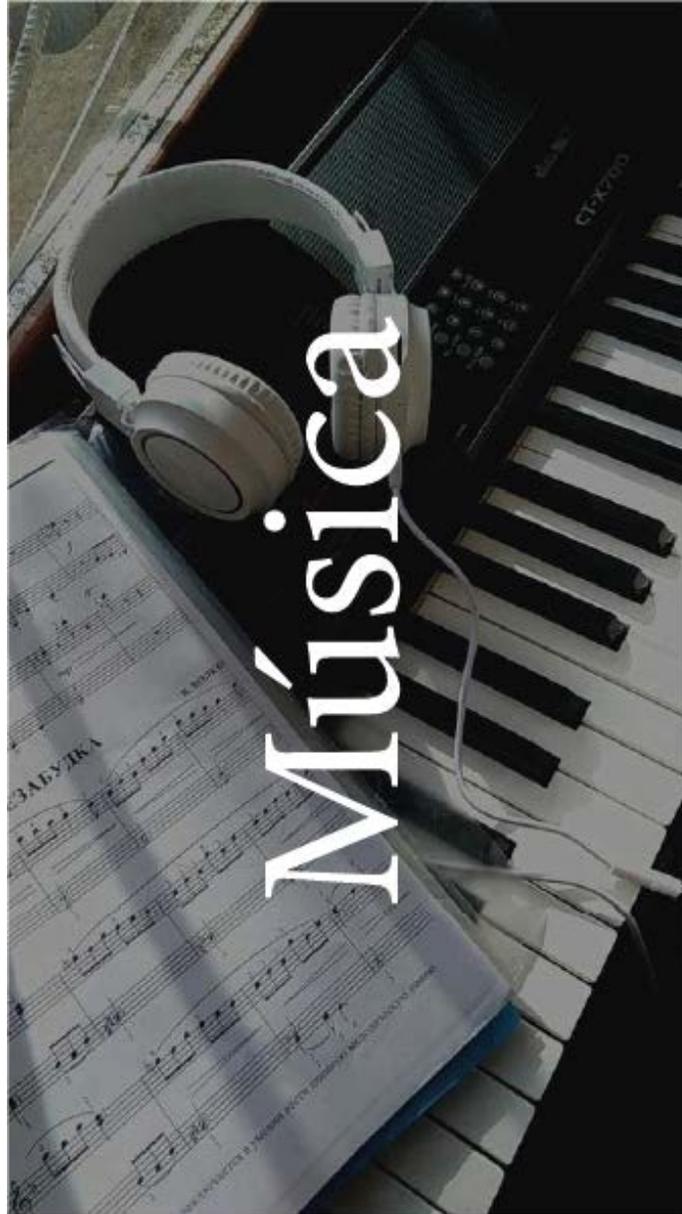
Para este punto se debe tener en cuenta que se debe contratar un especialista en sonido, es decir un DJ ya que será el encargado de proporcionar la música que se reproducirá en el desfile. Además, puede constar de dos opciones:

La primera sería utilizar música de cualquier género que vaya acorde al concepto o ideas ya sean del diseñador como del productor de moda.

La segunda opción sería solicitar al DJ que genere una compilación musical, es decir que realice una mezcla utilizando diferentes pistas para así obtener un archivo de audio único que complemente mejor a la temática del desfile de moda a presentar.

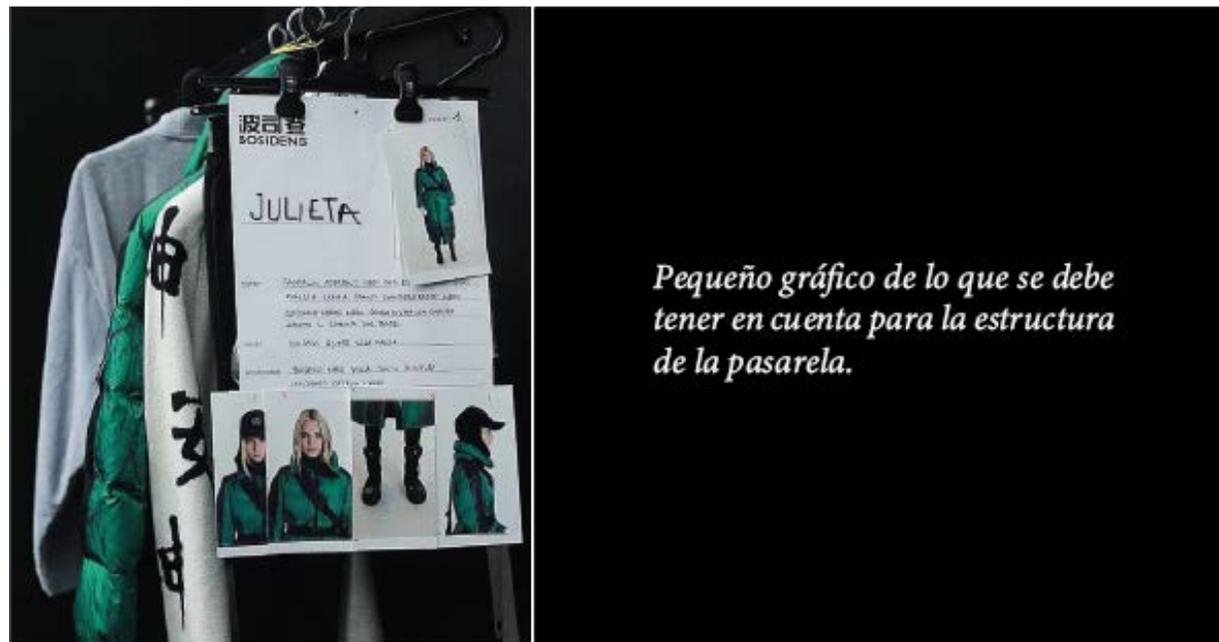
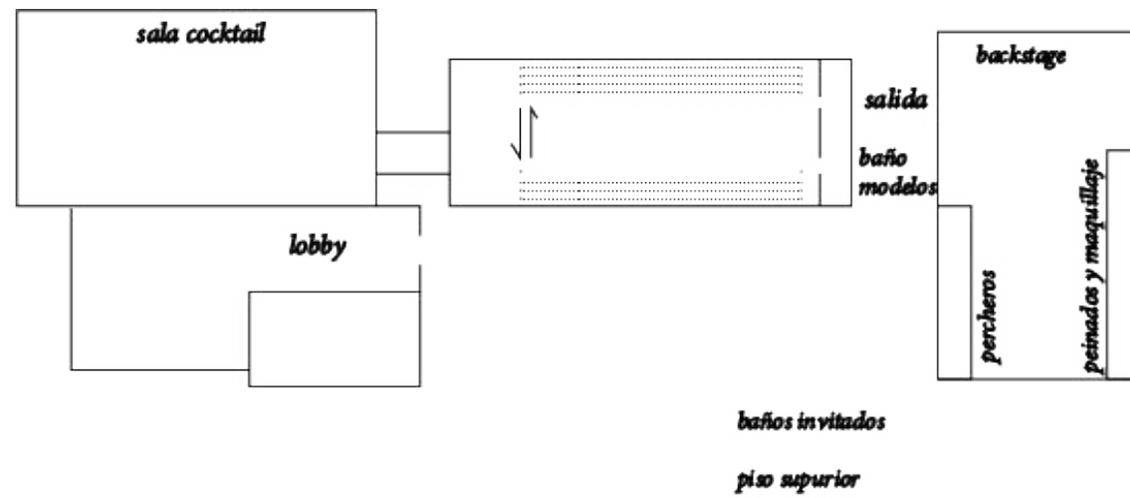
Cabe mencionar que al igual que la música en vivo, se debe ver con anticipación en caso de que se requiera contratar un DJ ya que se debe prever su disponibilidad.





La música que se suele utilizar en un desfile de modas puede variar dependiendo del concepto o mensaje que se desea transmitir debido a que es un recurso que complementa a la idea del diseñador o productor de moda. Se pueden utilizar dos soportes musicales como:

Música en vivo
Música grabada





Si bien la pasarela es el espacio por donde pasan los modelos, es importante tener en cuenta la locación en donde se realizará el evento ya que esto determinará el tipo de pasarela que se puede realizar.

Se pueden realizar distintos tipos de pasarelas como: para un desfile clásico se puede colocar una alfombra al ras del piso o dejar un espacio libre e iluminarlo para señalar el recorrido por el cual pasarán los modelos. Se puede utilizar el mismo espacio de la locación para utilizarlo como pasarela, como por ejemplo las escalinatas. Otro formato podrá ser la construcción de una pasarela ya sea en forma circular, rectangular o dependiendo de los requerimientos que el diseñador tenga en mente.

Figura 78. Ejemplo provisorio de diseño de guía (autoría propia, 2023)

3.5.- Análisis de desfiles 2021 - 2022 para la creación de la guía

Se analizaron dos desfiles de moda correspondientes a los años 2021 y 2022 para registrar la producción de desfiles públicos en la ciudad de Cuenca. Para el desarrollo de la guía de producción de desfiles de moda. Los cuales se describen a continuación:

Título del desfile: Textiles del Ecuador - Memoria y presente del tejido

Organizado por: CIDAP, Universidad del Azuay, Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador

Fecha: 31 de Octubre del 2022

Resumen general del evento:

La pasarela de moda constó de tres partes, cada una presentó diferentes diseñadores y colecciones. A continuación, se realizó un análisis detallado de cada pasarela:

Pasarela 1: Diseñadores en formación

Esta pasarela presenta las propuestas de los estudiantes de quinto ciclo de la carrera de Diseño Textil e Indumentaria. Los diseños se basaron en el proyecto de investigación "Patrimonio Textil del Ecuador", donde se seleccionaron bienes de las reservas etnográficas para su estudio y posterior reinterpretación. Se destacó la reutilización de prendas existentes y la adaptación de los diseños a las tendencias globales, con un enfoque en la sostenibilidad ambiental.

Pasarela 2: Diseñadores con trayectoria

En esta pasarela, se presentaron tres diseñadores reconocidos. Silvia Zeas combinó la tradicional macana tejida con la técnica de ikat en prendas contemporáneas que se adaptan a las siluetas femeninas. Cristian Jarama buscó rescatar la esencia de los conocimientos ancestrales en sus prendas, experimentando con técnicas y textiles andinos. Paola Pesántez fusionó el pasado y lo moderno, la técnica ancestral y la tecnología, resaltando la esencia femenina a través de siluetas entalladas, colores vivos y telas fluidas. Además, se complementó la pasarela con los accesorios de carteras de Sin Mapa por Francisco Orquera, quien también es el productor de los videos mostrados en pantalla, registrando las técnicas textiles artesanales del país.

Pasarela 3: Diseñadores emergentes

En esta última pasarela se presentaron diseñadores emergentes. Ángela Peña destacó con una prenda de alta costura realizada mediante la técnica de macramé inspirada en la Catedral de la Inmaculada Concepción. Camila Coronado mostró diseños creados con la técnica tradicional de croché en una gama de

colores cálidos. Gianinna Peralta presentó una colección inspirada en el traje típico de la chola cuencana, resaltando los detalles, texturas y colores que representan la belleza y la fuerza femenina. Finalmente, Arianna Saquisilí presentó la colección II SIGNATURE de su marca Fundora, destacando los colores vibrantes, volúmenes y texturas de los textiles y técnicas tradicionales ecuatorianas.

En conclusión, la pasarela mostró una variedad de diseñadores y colecciones que combinaron elementos tradicionales y contemporáneos, rescatando la cultura y los conocimientos ancestrales del Ecuador. También se enfatizó la sostenibilidad y el impacto positivo en el medio ambiente.

Estudiantes de la carrera de diseño de moda que participaron:

- Fueron estudiantes de cuarto ciclo de la Universidad del Azuay

Diseñadores que participaron:

- Christian Jarama
- Paola Pesantez
- Francisco Orquera
- Angela Peña
- Silvia Zeas
- Camila Coronado
- Gianinna Peralta
- Arianna Saquisilí

Tipo de desfile:

Teniendo en cuenta la información tomada del libro Manual de producciones de Lissi Gonzales (2016), se puede decir que Textiles del Ecuador - Memoria y presente del tejido fue un conjunto de desfiles ya que consto con:

- Desfile de universidades y escuelas de diseño
- Desfile de moda arte

Organización de pasadas:

De igual forma haciendo referencia al libro Manual de pro-

ducciones de Lissi Gonzales (2016) y a la investigación de campo realizada previamente, se pudo notar que en este desfile el orden de salida de las modelos fue una a una. Es decir que cada modelo salía consecutivamente una después de la otra pero tomando su respectiva distancia.

Tipo de música:

Teniendo presente la información de las encuestas realizadas previamente en el presente proyecto de titulación, se pudo notar que los tipos de música implementados en el desfile fueron:

- Una producción propia, es decir que era una mezcla de géneros y ritmos para obtener un audio diferente.
- Presentación en vivo por parte de una banda de música.

Tipo de iluminación:

Se utilizó en el desfile la luz del auditorio. Sin embargo, también se hizo uso de la pantalla de proyección para obtener mayor luz en el desfile.

Ambientación:

- Se contó con un presentador para narrar los conceptos de las colecciones y la secuencia del evento.
- No se utilizó ningún tipo de decoración, solo la pantalla de proyección del auditorio.

Estructura de pasarela:

No se utilizó ninguna estructura.

Publicidad del evento:

- Se realizó en diferentes medios de comunicación y plataformas digitales.
- Hubo presencia de fotógrafos.

Locación:

El desfile se llevó a cabo en el auditorio del Museo Pumapungo.

Nota: El espacio fue un ambiente cerrado

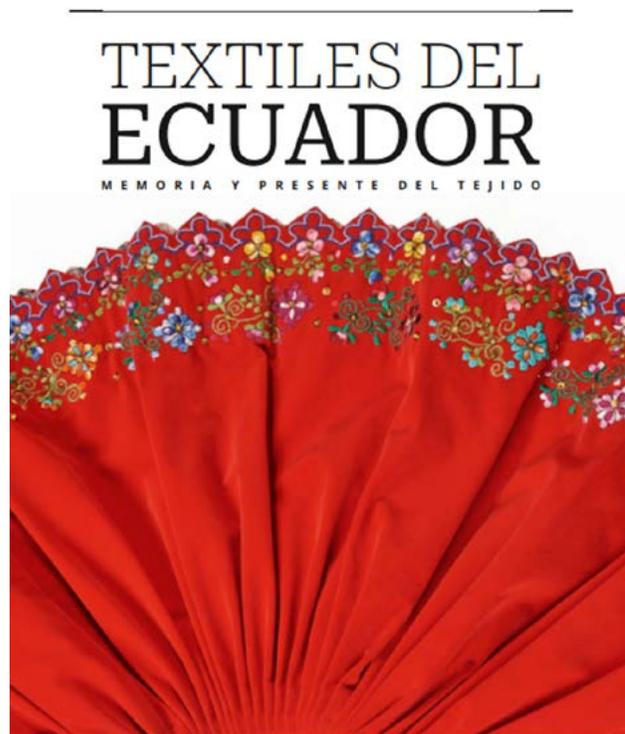


Figura 79. Flyer promocional (Universidad del Azuay, 2022)

Título del desfile: Tejiendo identidad

Organizado por: Alcaldía de Cuenca y la Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC EP)

Fecha: 17 de Noviembre del 2021

El evento del pasado 17 de Noviembre del 2021 fue realizado en reconocimiento a los artesanos de la ciudad de Cuenca, para ello se desarrolló un desfile de modas que lleva por nombre “Tejiendo Identidad”. Es un evento organizado por la Alcaldía de Cuenca y su Empresa Pública Municipal de Desarrollo Económico (EDEC EP). El análisis que se presenta a continuación proporciona una descripción detallada de lo que fue la producción del evento, teniendo en cuenta su estructura y contenido.

Resumen general del desfile:

El programa comenzó con la bienvenida de un presentador hacia el público y agradeció a las autoridades y personalidades que estuvieron presentes. Además, mencionó que el

evento es un reconocimiento a los artesanos de Cuenca ya que se conmemora un año de la declaratoria de la ciudad como Ciudad Mundial de la Artesanía.

A continuación, el Econ. Eduardo Dumas, Gerente de la EDEC EP, toma la palabra y realiza una intervención para realizar un agradecimiento.

Después de la intervención de Eduardo Dumas, se entregaron acuerdos de reconocimiento a los artesanos destacados de diferentes ramas artesanales. Se mencionaron los nombres de los artesanos y las ramas a las que pertenecen. El texto del acuerdo de reconocimiento destacó la trayectoria y calidad del trabajo de cada artesano, así como su contribución a la cultura, tradición e historia de la ciudad de Cuenca.

El alcalde de Cuenca, Ing. Pedro Palacios Ullauri, y el Econ. Eduardo Dumas, Gerente de la EDEC EP, realizaron la entrega de los reconocimientos a los artesanos. Cada vez que se entregaba un reconocimiento, el presentador mencionaba el nombre del artesano y la rama artesanal a la que pertenecía.

Después de la entrega de los reconocimientos individuales, se realizó un reconocimiento especial al Centro Municipal Artesanal y a la fundadora del centro, la Señora Mercedes del Rosario Cantos Guayara.

Posteriormente, se proyectó un video en el que Bárbara Velasco, presidenta del Consejo Mundial de Artesanías, envió un saludo a Cuenca por su conmemoración.

Luego, el alcalde de Cuenca, Ing. Pedro Palacios Ullauri, tomó la palabra y realizó una intervención.

Luego de la intervención del alcalde, se anunció el inicio del desfile de modas en honor a Cuenca como Ciudad Mundial de la Artesanía y a los artesanos. Se mencionaron los nombres de los diseñadores y marcas que participarán en el desfile.

El desfile de modas se dividió en varias pasarelas, cada una con un enfoque diferente. Se presentaron trajes conceptua-

les de alumnos y ex alumnos de la Universidad del Azuay, trajes inspirados en la chola cuencana, moda streetwear, moda masculina y moda casual. Se agradeció la participación de los diseñadores y se mencionaron algunas marcas y colaboraciones específicas.

Estudiantes de la carrera de diseño de moda que participaron:

- Arlet Marquez
- Domenica Mosquera
- Fernada Moscoso
- Samanta Pauta
- Rafaela Garate
- Michella Carrillo
- Lisseth Gonzalez
- Cecibel Contento

Diseñadores que participaron:

- Domenica San Martín
- Paola Pesantez
- Pablo Ampuero
- Marcela Cedillo
- Diego Peña
- Silvia Zeas
- Andrea Segarra
- Monica Villegas
- Christian Jarama
- Caridad Carrión

Artesanos que participaron:

- Ismael Jimenez
- Marta Cornejo
- Narcisa Landi
- Mirian Arias
- Eulalia Cárdenas
- Doris Samaniego
- Carmen Cuji
- Juan Carlos Freire

Tipo de desfile:

Teniendo en cuenta la información tomada del libro Manual de producciones de Lissi Gonzales (2016), se puede decir que Tejiendo identidad fue un conjunto de desfiles ya

que consto con:

- Desfile de universidades y escuelas de diseño
- Desfile de accesorios
- Desfile de moda arte

Organización de pasadas:

De igual forma haciendo referencia al libro Manual de producciones de Lissi Gonzales (2016) y a la investigación de campo realizada previamente, se pudo notar que en este desfile el orden de salida de las modelos fue una a una. Es decir que cada modelo salía consecutivamente una después de la otra pero tomando su respectiva distancia.

Tipo de música:

Teniendo presente la información de las encuestas realizadas previamente en el presente proyecto de titulación, se pudo notar que los tipos de música implementados en el desfile fueron:

- Una producción propia, es decir que era una mezcla de géneros y ritmos para obtener un audio diferente.
- Presentación en vivo por parte del artista Javier Neira.

Tipo de iluminación:

Gracias a las entrevistas y encuestas realizadas, se puede decir que se utilizó en el desfile solo luz de ambiente que iluminaba tanto a la pasarela como a todo el evento. Sin embargo, se complementó con el uso de pantallas led para obtener mayor proyección de luz en el desfile.

Ambientación:

- Se implementó una carpa con estructura metálica que cubría en su gran mayoría el espacio de la locación del evento.
- Se contrató dos presentadores para narrar los conceptos de las colecciones y la secuencia del evento.
- Se utilizó una decoración neutral para solo hacer énfasis en los diseños que se presentaron.
- Se implementaron elementos decorativos artesanales en repisas para hacer alusión a las 10 áreas artesanales de la ciudad.

- Se utilizó como recurso del evento a señoras artesanas especialistas en el tejido de paja toquilla para mostrar cómo se realiza su trabajo mientras se ejecutaba el desfile.

Estructura de pasarela:

Se colocó una estructura sobre el suelo en forma de U de 50 cm de alto por 1.50 cm de ancho aproximadamente.

Publicidad del evento:

- Se pudo notar que se contrató a una agencia de publicidad ya que su promoción se realizó en diferentes medios de comunicación y plataformas digitales.
- Se contó con la presencia de prensa en la parte frontal de la pasarela.
- En cuanto a los fotógrafos se posicionaron en cada esquina de la pasarela.

Locación:

El desfile se llevó a cabo en las instalaciones públicas del Portal Artesanal del EDEC.

Nota: El espacio fue un ambiente abierto



Figura 80. Flyer publicitario digital (edec, 2021)

Conclusiones capítulo 3

Si bien este capítulo corresponde al diseño de la guía, gracias al estudio realizado en el capítulo 1 y 2. Se pudo realizar un análisis de cómo se realizaron los desfiles del año 2021 y 2022, detallando punto por punto la organización de los mismos y de qué aspectos intervienen en su preproducción, producción y post producción.

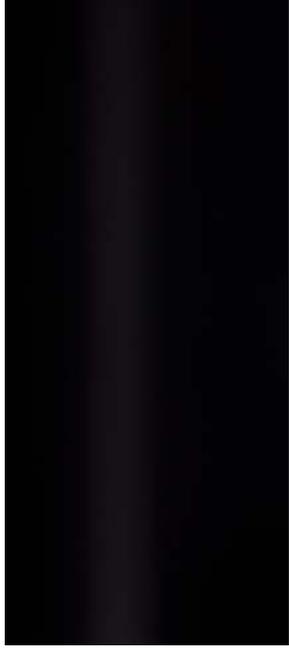
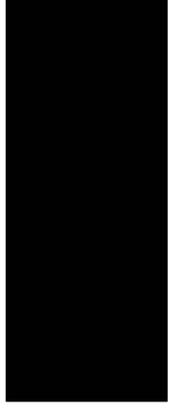
Conclusiones finales

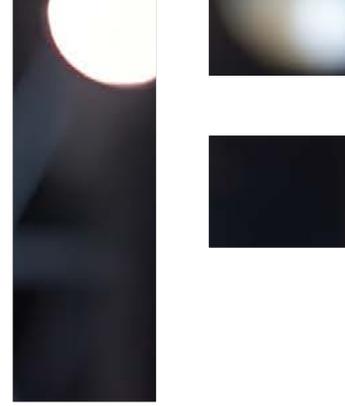
Después de haber culminado con éxito las tres etapas del presente proyecto de titulación y de haber dado cumplimiento a los objetivos planteados. Se ha podido registrar el proceso que se debe llevar a cabo en cuanto a la organización de desfiles. La revisión en fuentes bibliográficas, hemerográficas y la investigación de campo, fueron factores clave para el desarrollo de cada uno de los pasos a seguir en la guía de producción de desfiles de moda. Gracias a la información anteriormente mencionada se pudo obtener datos concretos que aportan no solo al desarrollo de desfiles sino también a prever errores y mejorar en la organización de los mismos. Además, se ha proporcionado un análisis actualizado de cómo se están llevando a cabo dichos eventos con respecto al nivel local.

En conclusión, la guía que se expondrá a continuación (escanear código QR). Se encuentra dividida en tres etapas, las cuales son: preproducción, producción y postproducción. Brinda a los profesionales del sector una herramienta completa y detallada. Al seguir las recomendaciones presentadas en cada etapa, se podrá planificar, organizar y ejecutar desfiles exitosos, manteniendo la excelencia en cada aspecto del proceso. Esta guía se convierte en un recurso esencial para aquellos que buscan destacarse en la industria de la moda y lograr eventos impactantes y exitosos.

Código Qr para ver la Guía







Ref.

Anexos - Bibliografía



ANEXO 1

Las siguientes imágenes son fotografías tomadas de periódicos y fuentes hemerográficas:





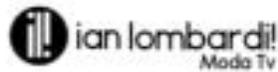
ANEXO 2

Las siguientes imágenes son capturas de pantalla de 210 profesionales:

Orden	Nombre	Apellido	Profesión	País	Fecha de nacimiento	Fecha de creación del perfil	Correo electrónico	Número de perfil	Descripción de perfil e información	Enlace
1	ANDREA	CARREÑO	ANDREA CARREÑO	Colombia	1985	2012	andrea@andrea.com	88871400	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.carreño
2	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
3	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
4	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
5	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
6	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
7	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
8	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
9	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
10	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
11	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
12	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
13	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
14	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
15	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
16	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
17	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
18	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
19	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola
20	ANDREA	ARIZOLA	ANDREA ARIZOLA	Colombia	1985	2017	andreaarizola@gmail.com	88889101	Andrés Carreño	https://www.facebook.com/andrea.arizola

ANEXO 3

Las siguientes imágenes son capturas de pantalla de entrevistas realizadas en la investigación de campo:



RESPUESTAS A FORMULARIO REALIZADO POR FIORELLA PEZANTES COMO PROYECTO FINAL DE TITULACION EN LA CARRERA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

1 EXPERIENCIA: Ejerczo mi profesión desde hace 12 años

2 CUANTOS EVENTOS HE ORGANIZADO: En cuenca he organizado al menos 6 desfiles, (2) con instituciones públicas (4) particulares. Además de ser el fundador de eventos nacionales en ciudades como Guayaquil con el evento 593 Guayaquil, Azuagues con expomoda azuagues, Loja con el intermoda loja, genera Villamil playas con el playas fashion summer. Así como también en países vecinos: Colombia y Perú.

3 QUIEN REALIZA LA PRODUCCIÓN DE LOS DÉFILES: Mi persona, soy el encargado de idealizar cada show, escoger los lugares, fechas etc etc soy la cabeza de cada producción y post producción

4 CONTRATACIÓN DE MODELOS: En nuestros desfiles propios para la búsqueda de modelos, realizo y hago la convocatoria de todas las formas posibles en cuenca ya que estamos en una ciudad donde el modelaje aun no es valorado, pero además de que no hay mucha influencia y salida para ser modelo. Entonces busco las modelos con las academias locales brindándole oportunidad a todas, Redes sociales, medios de comunicación, así como también en espacios públicos he encontrado personas quienes se dirigen hacia un lugar y veo que tiene el aspecto que se busca, pues ahí es mi le acerco de la manera mas respetuosa y le comento si es de si interés el ser modelo.

Es por ello que debo buscar todas las formas posibles y no quedarme con una sola debido también a los escasos de modelos en la ciudad, generando oportunidades debido al elitismo que existe entre las academias locales, es mi manera de seguir creando industria local y nacional con oportunidades reales para todos.

5 NUMERO DE DISEÑADORES PARA UN DESFILE: Depende mucho si el evento es de solo una noche considero que con 10 diseñadores con colecciones de hasta 10 a 12 por diseñador, eso hará que no se vuelva una noche aburrida para el público y se haga más largo el evento. pero si el evento es de dos días se pueden crear circuitos permitiendo la posibilidad de presentar hasta 25 diseñadores ahora bien si es una semana de la moda ahí si es mucho más amplio el ramillete de diseñadores.

6 MAQUILLADORES: La búsqueda de maquilladores y peinadores en Cuenca la gestiono por medio de auspicios por parte de las escuelas de belleza locales.

7 EN BACKSTAGE: he trabajado con personal de apoyo voluntariado por parte de las escuelas de diseño como oportunidad para que los estudiantes de moda puedan aprender y vivir la experiencia de las pasarelas permitiendo así un eje de apoyo mutuo.

8 AMBIENTACION: La ambientación para los desfiles las organizo yo mismo y todo es dependiendo también si es un evento particular a petición de un cliente pues realizo lo que el

busca el cliente, pero por lo general para mi evento lo que organizo y ofrezco al público son ambientaciones y escenarios muy neutros para respetar los conceptos y colecciones de las marcas. No puedo hacer una mega ambientación romana como dolce gabbana pero la colección del diseñador es inspirada en el amazonas, eso seria un error muy grande!

9 LUCES: la luz en la pasarela es uno de los puntos mas importantes ya que la pasarela debe tener amplia luz y clara para permitir apreciar los diseños de los creadores para ellos en cuenca suelo alquilar cierta cantidad de tachos de luz led y luces robóticas led permitiendo hacer un juego de luces.

10 MUSICA: la música es a elección de las marcas y diseñadores respetando el lineamiento y concepto de su colección.

11 SALIDAS PASARELAS: el orden de salida es dependiendo de la colección luego de comprender el concepto de cada diseñador así que por lo general lo hacemos por orden cromático.

12 SALIDA DE MODELOS: trabajamos normalmente en orden lineal (una a una) pero todo también depende de los gustos de las marcas, en la mayoría de las veces en nuestra organización brindamos consejo y apoyo a los diseñadores para las salidas de las modelos y realizamos un previo ensayo.

13 DIFUSION: la organización Ian Lombardi moda & tv, es una entidad la cual incluye producción de moda, eventos de moda, marcas de moda, academia y agencia de modelos, agencia de publicidad, canal de tv, revista online, tienda y contamos con las mejores alianzas nacionales e internacionales para la promoción de todos nuestros espectáculos así como también somos los encargados de publicitar todos nuestros eventos y actividades, también contamos con una base de datos amplia de talentos y marcas locales en cuenca y el Ecuador en general la cual trabajamos para brindar nuestras asesorías de imagen y publicidad.

14 PRECIOS: depende hemos trabajado con eventos desde \$1000 hasta \$10,000 dólares americanos. Ya con presupuesto pues se hace maravillas, se puede hacer un buen reconocimiento económico a los involucrados como modelos etc etc pero la realidad es que en Ecuador las empresas privadas y públicas no tienen interés de auspiciar este tipo de evento sin saber cual es su flujo en personas por día. Por ejemplo el caso de las modelos en ocasiones ellas colaboran con nosotros gratuitamente ya que nos ven como una vitrina para darse a conocer a nivel nacional e internacional como lo fue con dos modelos que empezaron modelando en el cuenca fashion track y ahora una está en Italia y la otra de las modelos en Turquía, pero en ocasiones hasta desde \$20 dolares hemos hecho un pequeño pago dependiendo del alcance monetario para el evento.

BIBLIOGRAFÍA

- Moncayo. (2018). Convergencias entre el curso de maquillaje y el diseño de indumentaria en producciones de moda locales, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/8162/1/13885.pdf>
- Trosch. (2021). Confección y venta de indumentaria en los barrios de Once y Flores, Universidad de Palermo. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyecto-graduacion/archivos/5735_pg.pdf
- Farfan. (2022). Generación de contenidos para una producción editorial de diseño en indumentaria local, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12169/1/17696.pdf>
- Orbe. (2013) Fashion Dreams Collection: Análisis del proceso de creación de una colección de moda, Universidad de San Francisco de Quito. Recuperado de: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2439/1/107047.pdf>
- Gutiérrez. (2015). EL CONOCIMIENTO SOBRE MODA SOSTENIBLE, Y SU IMPACTO EN EL DISEÑO DE INDUMENTARIA EN EL CLÚSTER Y CONFECCIONES DE LA CIUDAD DE AMBATO, Universidad Técnica de Ambato. Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20148/1/Tesis%20Final%20.pdf>
- Guillen. (2021). Análisis de lógicas de producción y comercialización en el marco de las industrias culturales, emprendimientos de diseño textil e indumentaria en la ciudad de Cuenca, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11069>
- Moliné. (2014). Manual de Estilismo de Moda Editorial, Universidad católica de Uruguay. Recuperado de: <https://liberi.ucu.edu.uy/xmlui/bitstream/handle/10895/554/Moliné.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Suczhañay. (2021) ANTEPROYECTOS PARA LA DINAMIZACIÓN DEL CAMPO PROFESIONAL DEL DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA EN LA CIUDAD DE CUENCA: VÍNCULOS ENTRE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y EL CAMPO PROFESIONAL, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/11052>
- Vilaseca. (2010) Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo, Promopress. Recuperado de: https://irune92.files.wordpress.com/2012/10/fs_es_low-res1.pdf

- Riello. (2016) Breve historia de la moda desde la Edad Media hasta la actualidad, Gustavo Gili, SL. Recuperado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55263083/Breve_historia_de_la_moda_Desde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad-libre.pdf?1513019346=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDesde_la_Edad_Media_hasta_la_actualidad.pdf&Expires=1687500744&Signature=-QmHE98~N7WbHehtaa7pvGGcUEZ8tykG5kj5qcfleKtVbc6F74IAATP3k-ywtBzU73V-Ci2pjW7dx~bFshjqf8OJBgfcxOUZcOdAZy8w1HDQ4yTastpCnAx-YygqjHbVmGp-zOg-GWE~IUwuqzc-Xf85usdA-ouB8DNVulzwOh2V4TlyGSLwTvg50iqDselQFA81bsG-fx5dxsNUV9MFF~RN4ngzjFt6L0g067EpoMdWYkrMmly00MetNlygyjz~TSXrNqsXUf-Me~hfDtpNPUIdujuOfSY3APyCYmJKyNByhG4ALix9EHtBNXPO4nQlxc3WB8MZd-j6aaNiuCxYYC--9Jg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Barthes, R. (2022) EL SISTEMA DE LA MODA Y OTROS ESCRITOS, Planeta, S. A. Recuperado de: https://planetadelibroscom.cdnstatics2.com/libros_contenido_extra/50/49854_El_sistema_de_la_moda.pdf
- Doria. (2012) PERSPECTIVAS SOBRE MODA, TENDENCIAS, COMUNICACIÓN, CONSUMO, DISEÑO, ARTE, CIENCIA Y TECNOLOGÍA, Universidad de Palermo. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232012000400008&script=sci_arttext&tlng=en
- Reinoso & Azúa. (2012) Gestión en Producción de Moda, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/290>
- Peñaloza. (2022). Producción de moda para diseñadores de indumentaria independiente de la ciudad de Cuenca, Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12176>
- Gonzalez, L. (2014) Manual de producción de moda. Duken. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=enppBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA86&dq=producción+de+moda&ots=b-TAooOc-_-&sig=5d3fK3LqFH0xnbrCMF8JtDDPCfA#v=onepage&q=producción%20de%20moda&f=false
- EsDesign. (2019). ¿Qué es un diseñador de moda? Recuperado el 20 de junio de 2023, de Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/que-es-un-disenador-de-moda>
- Vogue. (2021, 16 de febrero). Catwalk [Entrada de glosario]. En Vogue Fashion & Beauty Encyclopedia. Recuperado de: <https://www.vogue.co.uk/fashion/glossary/c/catwalk>
- Fashionista. (2019, 11 de febrero). The Best Moments From New York Fashion Week Fall 2019. Recuperado de: <https://fashionista.com/2019/02/best-moments-new-york-fashion-week-fall-2019>
- Fashion Week Online. (2017, 4 de diciembre). How Wide Is A Catwalk? (Catwalk Measurements, Size & Dimensions). Recuperado de: <https://fashionweekonline.com/how-wide-is-a-catwalk>

- Davis, E. (2019). Fashion as Communication: Exploring Trends, Identity, and Significance. Tomado de: Bloomsbury Publishing.
- Smith, A. (2018). Understanding Fashion Trends: From Culture to Strategy. Tomado de: Bloomsbury Visual Arts.
- Thompson, D. (2017). The Language of Fashion: From Concept to Consumer. Tomado de: Bloomsbury Visual Arts.
- Barnard, M. (2014). Fashion as communication. Tomado de: Routledge.
- Laver, J. (2002). A concise history of costume. Tomado de: Thames & Hudson.
- Wilson, E. (2010). Adorned in dreams: Fashion and modernity. I.B. Tomado de: Tauris.
- Barnard, M. (2014). Fashion theory: A reader. Tomado de: Routledge.
- De Syon, G. (2010). Fashioning the "Men in Black": The Politics of Appearance in French and German Skysuit Designs. Tomado de: Aerospace Power Journal, 24(2), 85-100.
- Lipovetsky, G. (2002). La moda y su destino: Una mirada sociológica. Tomado de: Anagrama.
- Steele, V. (2010). The Berg Companion to Fashion. Tomado de: Berg.
- Godart, F. (2012). Sociología de la Moda. Edhasa. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/492190429/Sociologia-de-La-Moda-F-godart-Edhasa-2012#>

BIBLIOGRAFÍA DE FIGURAS

- Figura 1. Pesantez. H. (2023). Ejemplo lookbook. Pinterest. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=lookbook&rs=typed>
- Figura 2. Pesantez. H. (2023). Ejemplo video lookbook. Pinterest. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20video%20lookbook&rs=typed>
- Figura 3. Pesantez. H. (2023). Ejemplo catalogo. Pinterest. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20catalogo&rs=typed>
- Figura 4. Pesantez. H. (2023). Ejemplo publicidad gráfica digital. Pinterest. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20publicidad%20grafica%20digital%20moda&rs=typed>
- Figura 5. Pesantez. H. (2023). Ejemplo book para modelos o particulares. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20book%20para%20modelos%20o%20particulares%20moda&rs=typed>
- Figura 6. Pesantez. H. (2023). Ejemplo medios de comunicación gráficos. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20medios%20de%20comunicacion%20graficos%20moda&rs=typed>
- Figura 7. Pesantez. H. (2023). Ejemplo desfile de moda. Recuperado de: <https://www.pinterest.com/search/pins/?q=Ejemplo%20desfile%20de%20moda&rs=typed>
- Figura 8. Gonzalez, L. (2014) Manual de producción de moda. Duken. Recuperado de: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=enppBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA86&dq=producción+de+moda&ots=b-TAooOc-_-&sig=5d3fK3LqFH0xnbrCMF8JtDDPCfA#v=onepage&q=producción%20de%20moda&f=false
- Figura 9. Forbes México. (2022). Ejemplo de desfile de alta costura. Revista Forbes. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/tag/alta-costura/>
- Figura 10. (2021). Ejemplo de desfile de catálogo. Catálogo moda mujer. Recuperado de: <https://catalogomodamujer.com/vestidos-que-seran-tendencia-en-primavera-2021/>
- Figura 11. Magazine. (2019). Ejemplo desfile masivo de Zara. Hoy magazine. Recuperado de: <https://www.poshmagazine.net/zara-scenes-2019/>
- Figura 12. Versace. (2023). Ejemplo desfile de accesorios Versace. Versace. Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2023-ready-to-wear/versace>
- Figura 13. Hola. (2013). Ejemplo desfile de maquillaje y peinado. Revista Hola. Recuperado de: <https://www.hola.com/belleza/tendencias/2013012462976/paris-alta-costura-maquillajes-peinados/>

- Figura 14. Vein. (2019). Ejemplo desfile de moda - arte. Recuperado de: <https://vein.es/moda-arte-5-desfiles-ilustrar-la-carrera-viktorrolf/>
- Figura 15. Dress Mexico. (2018). Ejemplo desfile conceptual John Galliano. Dress México. Recuperado de: <https://www.dressmix.com.uy/la-moda-conceptual/>
- Figura 16. El universo. (2023). Ejemplo desfile moda show de Victoria secret. Diario el universo. Recuperado de: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/gente/los-angeles-estan-de-vuelta-el-desfile-de-modas-de-victorias-secret-regresa-con-una-nueva-version-tras-una-pausa-de-4-anos-nota/>
- Figura 17. Ecuatextil. (2023). Ejemplo desfile de concurso de diseño. Eventos Ecuador. Recuperado de: <https://eventosecuador.com/ecuatextil-2023-novedades-en-su-5ta-edicion/>
- Figura 18. Universidad del Azuay. (2019). Ejemplo desfile de universidades y escuelas de diseño. Universidad del Azuay. Recuperado de: <https://www.uazuay.edu.ec/corresponsales-noticias/desfile-fiesta-textgala-2019>
- Figura 19. Vogue México. (2022). Coco Chanel. Revista Vogue México. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/coco-chanel-biografia-quien-es-frases>
- Figura 20. Vogue México. (2020). Christian Dior. Revista Vogue México. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/christian-dior-biografia>
- Figura 21. Vogue México. (2020). Carolina Herrera. Revista Vogue México. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/carolina-herrera-biografia-frases-y-legado-en-perfumes-zapatillas-ropa>
- Figura 22. IEX. (2018). Domenico Dolce y Stefano Gabbana. Revista Italian's Excellence. Recuperado de: <https://www.italiansexcellence.it/es/dolce-gabbana-la-historia-del-duo-orgullo-de-la-moda-made-in-italy/>
- Figura 23. Vogue México. (2020). Gianni Versace. Revista Vogue México. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/gianni-versace-biografia-como-muerto-y-legado-del-disenador-de-modas>
- Figura 24. GQ. (2019). Giorgio Armani. Revista GQ. Recuperado de: <https://www.revistagq.com/moda/articulo/giorgio-armani-entrevista-octubre-2020>
- Figura 25. GQ España. (2019). Karl Lagerfeld. Revista GQ España. Recuperado de: <https://www.revistagq.com/moda/articulos/karl-lagerfeld-belleza-inservible-revista-gq/33401>
- Figura 26. Vogue México. (2014). A Tribute To Oscar de la Renta. Revista Vogue México. Recuperado de: <https://www.vogue.mx/suzy-menkes/articulos/suzy-menkes-a-tribute-to-oscar-de-la-renta/4422>

- Figura 27. GQ. (2021). Jean Paul Gaultier. Revista GQ. Recuperado de: <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/jean-paul-gaultier-retira-pasarelas-despues-de-50-anos>
- Figura 28. Pesantez, H. (2023). Introducción a las preguntas. Cuenca
- Figura 29. Pesantez, H. (2023). Pregunta 1. Cuenca
- Figura 30. Pesantez, H. (2023). Pregunta 2. Cuenca
- Figura 31. Pesantez, H. (2023). Pregunta 3. Cuenca
- Figura 32. Pesantez, H. (2023). Pregunta 4. Cuenca
- Figura 33. Pesantez, H. (2023). Pregunta 5. Cuenca
- Figura 34. Pesantez, H. (2023). Pregunta 6. Cuenca
- Figura 35. Pesantez, H. (2023). Pregunta 7. Cuenca
- Figura 36. Pesantez, H. (2023). Pregunta 8. Cuenca
- Figura 37. Pesantez, H. (2023). Pregunta 9. Cuenca
- Figura 38. Pesantez, H. (2023). Pregunta 10. Cuenca
- Figura 39. Pesantez, H. (2023). Pregunta 11. Cuenca
- Figura 40. Pesantez, H. (2023). Pregunta 12. Cuenca
- Figura 41. Pesantez, H. (2023). Pregunta 13. Cuenca
- Figura 42. Pesantez, H. (2023). Pregunta 14. Cuenca
- Figura 43. Pesantez, H. (2023). Pregunta 15. Cuenca
- Figura 44. Pesantez, H. (2023). Pregunta 16. Cuenca
- Figura 45. Pesantez, H. (2023). Pregunta 17. Cuenca
- Figura 46. Pesantez, H. (2023). Pregunta 18. Cuenca
- Figura 47. Pesantez, H. (2023). Pregunta 19. Cuenca
- Figura 48. Pesantez, H. (2023). Pregunta 20. Cuenca
- Figura 49. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cuánto tiempo ejercen su profesión. Cuenca

- Figura 50. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cuantas colecciones diseñan por año. Cuenca
- Figura 51. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cuánto tiempo les lleva crear una colección. Cuenca
- Figura 52. Pesantez, H. (2023). Porcentaje aproximado de cuánto se invierte en realizar una colección. Cuenca
- Figura 53. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cuántas paradas incluye en cada colección. Cuenca
- Figura 54. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de en cuántos desfiles de moda han participado en la ciudad de Cuenca. Cuenca
- Figura 55. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de personas que han desarrollado o participado en desfiles colectivos. Cuenca
- Figura 56. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de quien realiza la producción de sus desfiles. Cuenca
- Figura 57. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cómo contrataría a las modelos. Cuenca
- Figura 58. Pesantez, H. (2023). Porcentaje del número de personas que deberían participar en un desfile. Cuenca
- Figura 59. Pesantez, H. (2023). Porcentaje de cómo se gestiona la búsqueda de los maquilladores. Cuenca
- Figura 60. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente al backstage. Cuenca
- Figura 61. Pesantez, H. (2023). Porcentaje que corresponde a cómo se maneja la ambientación. Cuenca
- Figura 62. Pesantez, H. (2023). Porcentaje que corresponde a qué tipos de luces se utiliza más. Cuenca
- Figura 63. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente a que tipo de música se utiliza más. Cuenca
- Figura 64. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente a cómo se organiza el orden de salida de los diseñadores en los desfiles. Cuenca
- Figura 65. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente a la organización de circuitos. Cuenca

- Figura 66. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente a cómo se realiza la difusión. Cuenca
- Figura 67. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente al costo de producción de un desfile de moda local . Cuenca
- Figura 68. Pesantez, H. (2023). Porcentaje correspondiente a las personas que desean la guía. Cuenca
- Figura 69. Pesantez, H. (2023). Ejemplo 1. Perfil de usuario. Tomado de amppuero_pablo
- Figura 70. Pesantez, H. (2023). Ejemplo 2. Perfil de usuario. Tomado de Fundora.ec
- Figura 71. Pesantez, H. (2023). Ejemplo 3. Perfil de usuario. Tomado de Danny Arias
- Figura 72. Pesantez, H. (2023). Ejemplo 4. Perfil de usuario. Tomado de SilviaZeasdesing
- Figura 73. Pesantez, H. (2023). Búsqueda de información. Tomado de buscador de Google
- Figura 74. Pesantez, H. (2023). Collage. Tomado de buscador de Google
- Figura 75. Pesantez, H. (2023). Collage. Tomado de buscador de Google
- Figura 76. Pesantez, H. (2023). Collage. Tomado de buscador de Google
- Figura 77. Pesantez, H. (2023). Collage. Tomado de buscador de Google
- Figura 77. Pesantez, H. (2023). Ejemplo provisorio de diseño de guía. Cuenca
- Figura 79. Universidad del Azuay. (2022). Flyer promocional. Universidad del Azuay recuperado de: <https://publicaciones.uazuay.edu.ec/index.php/ceuazuay/catalog/book/269>
- Figura 80. EDEC. (2021). Flyer promocional. Edec. Recuperado de: https://twitter.com/EDEC_EP/status/1459178740399939584

Abstract of the project

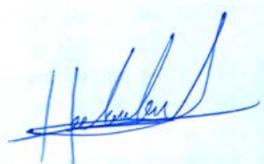
Title of the project Design of a guide for fashion catwalks production, from the analysis of local public parade: between 2010 to 2022.

Project subtitle

Summary:

The production of fashion catwalks aims to highlight the work of fashion designers. However in the city of Cuenca, the number of events that promote these dissemination spaces for designers is limited. This project focuses on analyzing newspaper sources, information on fashion parades organized by public institutions and the participation of local designers in these events. The main objective is to understand the process of organization of a parade and to create a detailed production guide that can serve as a reference for the production of future fashion parades.

Keywords Local design, fashion design, fashion production, fashion parades, fashion events, fashion ventures.



Students Pesántez Coronel Heidi Fiorella

C.I. 0923824338

Code 83570

Director Dis. Silvia Gabriela Zeas Carrillo, Mgt.

Codirector:

a uso del Departamento de Idiomas >>>

Revisor:



Nombre profesor revisor

Nº. Cédula Identidad 0103819330