

**ESTRUCTURA DEL INFORME FINAL DE PASANTÍA**

**Editorial “más allá de la moda”**

**Johan Andrés Ortiz Aparicio**

**Fundación Universitaria del Area Andina**

**Facultad de Diseño, Comunicación y Bellas artes**

**Programa Profesional en Diseño de Moda**

**Gladys Adriana Ramos Pinzón**

**Bogotá D.C, 2022**

## ÍNDICE

	Pág.
Capítulo 1.	
1. Introducción.....	4
2. Descripción de actividades realizadas.....	4
3. Cronograma y descripción de actividades.....	4
4. Labores generales realizadas .....	5
Capítulo 2.	
5. Descripción del proceso diagnóstico.....	5
6. Justificación.....	5
7. Objetivo general.....	5
8. Objetivos específicos.....	6
Capítulo 3.	
9. Desarrollo de las capacidades abstractas y estrategia para el desarrollo de la intervención.....	6

Capítulo 4.	3
10. DOFA.....	7
Capítulo 5.	
11. Síntesis de trabajo .....	8
Capítulo 6.	
12. Recomendaciones .....	9
13. Referencias .....	10
14. Anexos .....	10

## Capítulo 1

### - 1. Introducción:

Focus magazine, revista virtual con más de 10 años en el mercado y presencia principalmente en la ciudad de Bogotá. Teniendo como principal exponente el mercado de la moda pero generando contenido de estilo de vida, belleza, gastronomía, eventos de interés y música nacional e internacional.

### - 2. Descripción actividades realizadas:

1. Cubrimiento de eventos.
2. Publicación de artículos web.
3. Contenido audiovisual para redes sociales de la revista.
4. Entrevistas.
5. Transcripción de audios.

### - 3. Cronograma de actividades

1. Análisis de procesos de la revista. teniendo en cuenta el movimiento de redes sociales, consumidor, publicaciones de interés y gestiones importantes pre y post pandemia.
2. Búsqueda de marcas o diseñadores que cumplan con los requisitos para la curaduría.
3. Muestra de los perfiles en redes sociales al director de la revista para pre aprobación.
4. Contactar las marcas y/o diseñadores para exponerles el plan de pasantía con focus mag.
5. Gestionar la petición de las fotos a las marcas y/o diseñadores para utilizarlas en la editorial de la revista focus mag.
6. Realización de un escrito que contenga un hilo conductor entre las marcas para la cronología de la editorial.
7. Presentar el borrador al director de la revista para aprobación del contenido.
8. Gestionar la editorial previamente planeada y aprobada por el director de focus mag.

#### - **4. Labores generales realizadas**

1. Estudiar el consumidor de la revista y el flujo de contenidos que manejan semanalmente.
2. Buscar las marcas y/o diseñadores con potencial para la editorial
3. Generar los contactos para entablar las relaciones necesarias con cada marca y/o diseñador.

## **Capítulo 2**

#### - **5. Descripción del proceso diagnóstico**

Tras la pandemia la realización de editoriales de moda en la revista no se ha reactivado, por la falta de recursos y las nuevas normativas para gestionar producciones con aforo limitado de participantes. Adicional a esto para el año 2022 Focus mag. tiene entre sus intereses mostrar el talento de los creativos latinoamericanos con el fin de impulsar la moda sin centrarse solamente en Colombia, importante resaltar que la propuesta de valor de cada marca debe estar relacionada a la disminución de la huella ecológica en la producción de sus productos, o en todo caso mostrar prendas cuya producción o resultado apoye un fin social.

#### - **6. Justificación:**

Por medio de la realización de la editorial de moda con focus magazine se dará paso a mostrar el conocimiento adquirido dentro de la carrera de diseño de modas areandina, especialmente en ámbitos de análisis de tendencias, styling, redacción de artículos y comunicación de la moda.

#### - **7. Objetivo general:**

Planeación estratégica de una editorial de moda, mostrando el talento latinoamericano por medio de marcas que tengan en su ADN un fin social o ambiental. demostrando así la moda con propósito y fomentando la visibilidad de diseño actual en distintos países del continente.

- **8. Objetivos específicos:**

Encontrar los referentes más claros de moda con propósito para generar un hilo conductor que cuente una historia y rompa con los paradigmas que aún continúan en el sistema moda.

Incitar al lector de focus magazine a interesarse por una moda más consciente sin dejar de lado la estética del diseño latinoamericano.

Demostrar por medio de imágenes la posible unión de una moda consciente con el planeta y el apoyo que la industria puede generar en terceros.

### Capítulo 3

- **9. Desarrollo de las capacidades abstractas y estrategia para el desarrollo de la intervención:**

Por medio de distintas capacidades adquiridas durante mi formación como profesional, se implementará la estrategia de realización basada en sectores como el *styling* para generar el correcto orden del storytelling que se presentará por medio de las fotos en la editorial. Las bases en *comunicación y periodismo de moda* serán claves para plasmar correctamente las ideas que se van a expresar en cada foto al lector, teniendo en cuenta el ADN de cada marca participante. Como *asesor de imagen* podre realizar un estudio de la gama de color para que los contrastes entre las fotos no sean un impedimento visual que afecte el resultado final.

Adicionalmente al tener un amplio conocimiento en todo tipo de mercados gracias a las distintas asignaturas de *diseño y diseños avanzados*, se facilitará el proceso de analizar el mercado objetivo de cada marca para no confundir los pequeños detalles que diferencian entre las fotografías.

En el desarrollo de una editorial de moda es importante saber en primera instancia hacia quién va dirigido, de esta forma el generar un brief será la pieza fundamental para empezar la producción previa al desarrollo de la editorial. Una vez contempladas las necesidades de lo que se desea mostrar, es importante encontrar los modelos que cumplan con los requisitos adecuados para transmitir el mensaje en el resultado final. El estilismo es el siguiente paso, ya que debe ser acorde a la temática principal para dar el impacto necesario en las fotografías, la dirección de

arte es el siguiente paso que será relevante para el proceso óptimo del resultado y será protagonista cuando sea necesario guiar las fotos hacia un tema o sujeto en específico. Finalmente un trabajo de postproducción irá de la mano del fotógrafo y el representante de la marca siendo los encargados de reflejar el concepto de la colección de tal manera que no sean necesarias modificaciones extras, más allá de correcciones básicas en los detalles e iluminación.

## Capítulo 4

### - 10. DOFA:

D E B I L I D A D E S	<ul style="list-style-type: none"> <li>- FALTA DE TIEMPO PARA LA OTIMA ORGANIZACION DEL PROCESO DE LA EDITORIAL</li> <li>- FALTA DE CONOCIMIENTO POR PARTE DEL LECTOR SOBRE LOS PROBLEMAS AMBIENTALES O SOCIALES</li> <li>- POCA VISIBILIDAD EN COMPARACION CON REVISTAS MAS GRANDES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- INCENTIVAR EL INTERES DEL LECTOR POR LAS MARCAS QUE PRESENTEN UN VALOR AGREGADO A SU PRODUCTO FINAL</li> <li>- INTENSIFICAR LA VISIBILIDAD DE LAS MARCAS Y DE LA REVISTA AL GENERAR UNA EDITORIAL QUE ROMPE CON EL ESQUEMA TIPICO</li> <li>- MANIFESTAR LA POSIBILIDAD DE UNIR LA MODA CON UN FIN SOCIAL</li> </ul>	O P O R T U N I D A D E S
F O R T A L E Z A S	<ul style="list-style-type: none"> <li>- EL SISTEMA COLABORATIVO, AYUDA A NO GENERAR GASTOS O INVERSIONES PARA LA REALIZACION DE LA EDITORIAL.</li> <li>- CADA MARCA TIENE UN ADN UN FACTOR DIFERENCIADOR.</li> <li>- PLATAFORMAS DIGITALES COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- MARCAS QUE NO PRESTEN SUS FOTOS PARA LA EDITORIAL</li> <li>- OTRAS REVISTAS CON LA MISMA PROPUESTA</li> <li>- FALTA DE PERSONAL PARA LA REALIZACION DE LA EDITORIAL</li> </ul>	A M E N A Z A S

## Capítulo 5

### - 11. Síntesis de trabajo:

Para la creación de la editorial de moda es necesaria una curaduría donde se seleccionarán las marcas más representativas a nivel latinoamericano que muestren dentro de su valor agregado una razón social o la utilización de materiales que disminuyan la huella ecológica en el resultado final del producto o bien en el proceso de su producción.

A pesar de que no existe en el mercado ninguna marca 100% eco, si existen varios referentes en latinoamérica que muestran un avance significativo en el proceso, siendo cada vez más las marcas que implementan nuevas materias primas y conciencia por las problemáticas que nos rodean. con el incremento del talento latinoamericano como referente a nivel mundial en el mercado de la moda, la editorial busca visibilizar el esfuerzo de los diseñadores y marcas que sobresalgan ante la competencia y la intención es contactar directamente dichas marcas para entablar la propuesta, solicitando fotos ya realizadas por ellos y generar una historia que cuente la posibilidad de una moda sostenible, así el costo de producción será nulo y la visibilidad mucho mayor.

Durante el proceso de la pasantía se entablaron conversaciones con Daniela Ureña, diseñadora de la marca Katharsis, que explicó la importancia de preservar las técnicas de tejeduría implementadas en sus prendas por artesanos los cuales son privados de libertad, en las fotos publicadas en la marca según la diseñadora siempre es importante resaltar los detalles de intervención, no solamente para que el espectador lo aprecie desde un punto de vista artesanal, sino para generar un mayor valor a quienes formaron parte de la elaboración del producto final y la razón social que hay detrás del proceso. La diseñadora menciona que la moda es también un acto político en el que podemos reflejar las problemáticas sociales que nos rodean, representadas desde colores y texturas, hasta el proceso de la prenda en sí, ya que en el caso de katharsis apoya a las personas privadas de libertad enseñándoles el arte de la tejeduría ancestral colombiana y dándoles la oportunidad de generar ingresos para sus gastos personales o bien como ahorro para cuando deseen utilizarlos una vez hayan cumplido con su condena.



Las fotos editoriales de katharsis tienen locaciones al aire libre ya que esto está muy ligado a su ADN de marca, y procuran generar espacios con tonos tierra cuando son en interiores, sin dejar de lado los altos contrastes en colores para que el protagonista siempre sea la prenda.

La última colección cápsula de la marca lleva el nombre “DIOSAS” ya que representa la feminidad y el balance. Esta contiene bordados con ilustraciones de la artista Bogotana Yeraldina Marquez y las prendas fueron pintadas artesanalmente con pigmentos naturales a manos de la artista Laura Castro, sin dejar de lado las intervenciones de artesanos privados de libertad con los que la marca siempre trabaja de la mano.

El styling de las fotografías tipo editorial hechas para la cápsula Diosas fue elaborado por Jonathan Fernandez y las fotos realizadas por la fotógrafa Kate Granados quien junto a Daniela Ureña (diseñadora) realizaron la curaduría final generando la edición y selección del resultado final pensado con anterioridad.

## Capítulo 6

- **12. Recomendaciones:**
- Es necesario tener en cuenta la visión del trasfondo social y la necesidad de proyectar la disminución de la huella ecológica en la producción de los productos de moda en esta época, por lo tanto enfocar directamente los materiales son clave para que el espectador identifique fácilmente nuevas técnicas y la materia prima en los productos que se muestran por medio de las fotografías.
- La buena comunicación con la revista y las marcas asociadas es fundamental, ya que serán las marcas quienes brindan el material fotográfico previamente hecho para el desarrollo de la editorial, dando así una gran disminución en costos de producción y gestionando finalmente una mayor visibilidad para ambas partes con el resultado final.
- Utilizar las plataformas digitales de la revista será necesario para optimizar los recursos de difusión con el resultado final, teniendo en cuenta las estadísticas para identificar los horarios y días en los que el espectador está más pendiente de las publicaciones.

- Implementar hashtags en redes sociales y etiquetar cada marca, dará una mayor audiencia.
- contemplar la posibilidad de generar alianzas para masificar la editorial con otros medios digitales, influenciadores que apoyen causas ambientales por medio de la moda y personas con el interés de ampliar su portafolio digital de contactos.

- **13. Referencias:**

Revista Exclama. (s.f). La conexión. revistaexclama.com

<https://revistaexclama.com/la-conexion/>

Luxiders. (s.f). Nueva generación \* editorial de moda. Luxiders.com

<https://luxiders.com/es/editorial-moda-sostenible/>

Taranilla, Á. (1 de octubre del 2020). Editorial de moda sostenible “raw life”. neo3.com <https://www.neo2.com/moda-sostenible-adriana-meunie/>

- **14. Anexos:**

Marcas contempladas para la editorial con valor agregado en sus productos:

1. TORIBIO Y DONATO: marca de diseño costarricense con factor sostenible, implementan materiales 100% latinoamericanos, textiles obtenidos de técnicas de reciclaje sostenible, la reutilización de los desechos de la flor del algodón y residuos de maquilas tradicionales para hilar y crear estos nuevos textiles y cuero vegano a base de nopal.



2. DESSERTO: Marca de marroquinería mexicana y pionera en la utilización de cuero a base de nopal creado por Adriano Di Marti, el cual es un biomaterial alternativo al cuero usualmente utilizado para estos productos. En su fabricación los procesos utilizados son bastante simples y no tienen un impacto negativo en el medio ambiente, de hecho el proceso de selección del cactus para la materia prima genera un impacto positivo en el planeta, esto puesto que el cultivo de nopal es regenerativo y al cosechar las pencas no se lastima la planta, logrando cosechas cada 6 u 8 meses.



3. KATHARSIS COLOMBIA: Marca de indumentaria colombiana, su lema es “contamos la historia de nuestras raíces” ya que cada prenda es intervenida con técnicas de tejeduría ancestral colombiana la cual es hecha por manos de artesanos privados de libertad. La marca trabaja en conjunto con los reos de la cárcel la picota en la ciudad de Bogotá, enseñándoles el arte de la

tejeduría con inspiración wayuu y generando ganancias para que las personas privadas de libertad generen ingresos y ahorros mientras conocen más de las raíces colombianas.

