

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

MODA VIVA

Doménica Sosa Guerra

Artes Contemporáneas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Artes Contemporáneas con Mención en Diseño de Modas

Quito, 11 de Mayo de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

MODA VIVA

Doménica Sosa

Nombre del profesor, Título académico

María Soledad Romero, B.F.A

Firma del profesor

Quito, 11 de mayo de 2020

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Doménica Sosa Guerra

Código: 00135446

Cédula de identidad: 1719705400

Lugar y fecha: Quito, Mayo de 2020

© Derechos de autor
Doménica Sosa
2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

El proyecto a continuación llamado *Moda Viva* es una revista de moda que tiene como tema principal la sostenibilidad, fomentando la trazabilidad y los procesos éticos que debe implementar una marca al salir al mercado. Asimismo, *Moda Viva* es un espacio de difusión para algunas marcas locales de moda y emprendimientos en marcha que ya trabajan sustentablemente; como también los retos que han atravesado en el mercado local. El enfoque principal es generar conciencia e informar al consumidor tanto como al productor de moda sobre alternativas viables y rentables que sean sustentables. Esta revista está dirigida a emprendedores, amantes de la moda, del comercio justo y generar un impacto ambiental positivo, intrigados a conocer un área de moda a la que no se le ha dado la importancia suficiente, pero resuena con fuerza.

Palabras Clave –

- Sustentable
- Sostenible
- Trazabilidad
- Consumidor
- Consciencia
- Durabilidad
- Ético
- Local
- Moda lenta

ABSTRACT

The project below, called *Moda Viva*, is a fashion magazine that has sustainability as its main theme, promoting traceability and ethical processes that must be implemented by a brand when it comes to the market. In addition, *Moda Viva* is a dissemination space for some local fashion brands and ongoing businesses that already work sustainably, as well as the challenges they have gone through in the local market in Ecuador. This project seeks to raise awareness and inform the consumer as well as the fashion producer about viable and profitable alternatives that can be sustainable. This magazine is aimed at entrepreneurs, fashion and fair trade lovers and those who want to create a positive environmental impact. Those who are intrigued to know a fashion area that has not been given enough importance, but resonates strongly.

Key Words:

- Sustainable
- Traceability
- Consumer
- Awareness
- Long-lasting
- Ethical
- Local
- Slow fashion

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
Desarrollo del Tema.....	10
Conclusiones	14
Referencias bibliográficas.....	16
Anexo A: <i>Mockup</i> Portada.....	17
Anexo B: <i>Mockup</i> 2	18
Anexo C: <i>Mockup</i> 3	19

I. Introducción

Investigación Conceptual

El concepto de Moda Viva, primeramente, nació por la idea de comunicar una arista intensa y llamativa de la industria de la moda. Viva, porque se apunta a una sensibilidad profunda de conciencia y compromiso. La moda se activa, luce y se enciende por el entendimiento y la valoración de todos sus procesos. Se debe conocer la importancia de cada eslabón en la cadena productiva de moda porque cada paso completa un gran proceso, que cuando culmina, sale a presumirse por el mundo. Además, poder distinguir bien los conceptos de ser *sustentable* y ser *sostenible*. Mirar hacia atrás, hacia cada grano de arena que contribuyó para que ese producto esté donde esté es un ejercicio necesario si se quiere dar crédito a todo un equipo de trabajo.

Me inspiré en este concepto porque he notado que existe demanda por parte del consumidor a probar nuevas cosas, nuevas texturas y comprar conscientemente. La industria de la moda se ha destacado por ser elitista, con un nicho determinado hacia un grupo de consumidores específicos. Sin embargo, es una idea equivocada ya que la moda está presente todos los días en cada persona. Es un fenómeno social que todos lo vivimos, y por esa razón todos somos responsables de sus consecuencias. Por muchos años hemos vivido en una burbuja consumista y no nos hemos detenido a pensar en que realmente es lo que estoy comprando.

Ahora, enfocándome en el tema esencial, que es como se ha implementado el concepto sostenible y sustentable en la moda local ecuatoriana, he notado que el consumidor está dispuesto a apoyar esta forma de producción. Nos hemos acostumbrado a desvalorar el trabajo del artesano y del potencial de muchas comunidades ecuatorianas. Cuando una pieza

es construida desde cero, tiene que pasar por procesos sumamente complejos y trabajosos. Desde la adquisición de la fibra, por ejemplo, que pasa por un tratado especial de lavado y cardado, hasta la composición de los hilos, fabricación de la tela, el diseño de la prenda, detalles manuales etc. Como consumidores no hemos valorado este trabajo con su debida importancia, entonces el fin de este proyecto es verbalizar asuntos escondidos en esta industria para incentivar al consumidor que concientice su compra para que sea fructífera.



II. Desarrollo del tema

1. Cliente objetivo

Esta revista está dirigida hacia adultos jóvenes, emprendedores entre 25 a 30 años, marcas posicionadas en el mercado, aquellas que están empezando y a amantes de la moda que estén, sobretodo, abiertos hacia propuestas diferentes. En este enfoque solamente he realizado investigación en marcas de ropa femenina, por lo que mis lectoras solamente serán mujeres, aun que, no descarto la posibilidad que cualquier adulto apasionado por la moda pueda interesar leerla.

Dejando atrás las tendencias repetitivas que suelen aparecer en pasarelas y en los desfiles, a mi cliente le gusta un estilo único y alocado. Es importante mencionar que todas las marcas sobre las que he escrito en *Moda Viva* trabajan independientemente con su equipo para fabricar piezas únicas que no se encuentran en ningún otro lado. El valor agregado que conforma cada pieza sacude la balanza de la moda rápida, ya que se toma en cuenta el contexto en el que fueron creadas, las personas que aportaron, los materiales que usaron su la huella de Co2.

En otro aspecto, se habla también de las ventajas y desventajas de montar un negocio de moda sustentable en el país, con un análisis de la sociedad y cultura en la que vivimos. Entonces a mi cliente le va a interesar conocer estas áreas de dificultad si desea ponerse un negocio en el futuro. Para las que conocen el movimiento de *Fashion Revolution* hay una pequeña sección sobre unos proyectos que hemos trabajado con el equipo en Ecuador.



2. Investigación Periodística

2.1 Entrevistas

La mayor parte de este proyecto fue investigativa, junto con entrevistas personales y digitales. Un proceso bastante trabajoso, pero a la vez satisfactorio, ya que tuve la oportunidad de conocer profesionales entusiasmados en el proyecto. La manera que conduje las entrevistas personales fue a partir de un conocimiento previo de la marca y lo que me interesaba saber más a profundidad, por ejemplo, su forma de trabajo, a raíz de que nació, que materiales usan y lo que les diferencia de las otras. Pude entrevistar a María Gracia Robles, una de las administradoras de Piso Rosá Store, una tienda multimarca que recibe y apoya a pequeños negocios locales de moda, accesorios, diseño y arte. Por otro lado, también

conocí a uno de los socios de Remu Apparel, una marca ecuatoriana de diseño de chaquetas denim, que usa deadstock (retazos de tela) y que está recibiendo mejor acogida en el mercado internacional.

Fue desafiante pasar de la entrevista personal a la digital. Con la situación confinamiento por el Covid-19 las entrevistas consecuentes se realizaron solamente de forma virtual, mediante plataformas como Zoom y llamadas de Whatsapp. Tuve la suerte de recibir apoyo en este proceso y pude agendar fácilmente una entrevista con las marcas que me interesaba conversar, aunque el dinamismo funciona mejor haciéndolo personalmente. Cada entrevista no me tomó más de 15 a 20 minutos y decidí escribir cada enfoque con la misma sensibilidad que sentí cuando me conversaban. Por otro lado, la documentación fotográfica de las entrevistas fue por parte de cada marca y otras pocas las hice con un fotógrafo en colaboración. Es importante incluir objetos visuales que acompañen a las entrevistas, ya que así genera dinamismo con el lector, es llamativo y no se vuelve aburrido.

Por otro lado, realicé edición de artículos, en la secciones de Opiniones Conectadas, dos personas quisieron escribir pequeños artículos y reseñas interesadas en mi tema. Me mandaron sus artículos y tuve que verificar que estén bien redactados, que se ajusten al diseño de la revista, faltas ortográficas, cortar texto entre otras cosas, lo cual fue bastante gratificante, pero a la vez agotador.

2.2 Diagramación

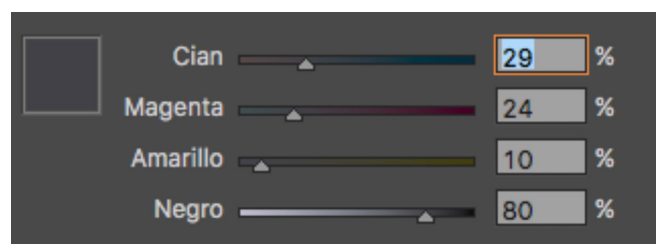
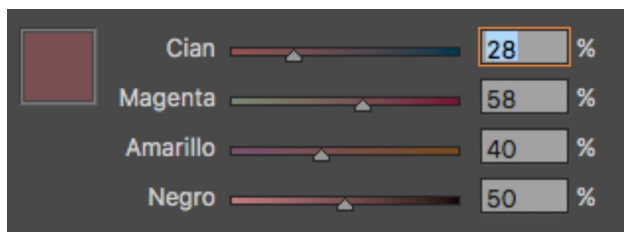
La diagramación de Moda Viva se realizó a través de Indesign, un programa de Adobe adecuado para maquetaciones de revistas. A decir verdad, el programa me ha resultado bastante amigable, tuve una clase práctica de diseño editorial, la cual me ayudó a desenvolverme mejor con el indesign. Sin embargo, me tomó tiempo familiarizarme con todo lo que necesité para que la revista tenga dinamismo y componentes visuales, aparte del texto. El diseño editorial de una revista es bastante complejo, ya que se tiene que tomar en cuenta uniformidad en la paleta de colores, tipografías, ubicación y justificación del texto, pies de foto, arreglo de páginas maestras etc.

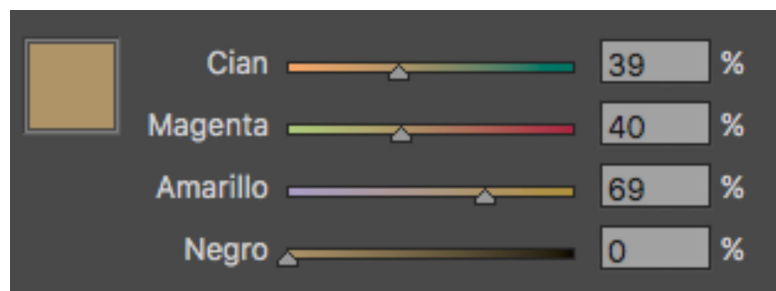
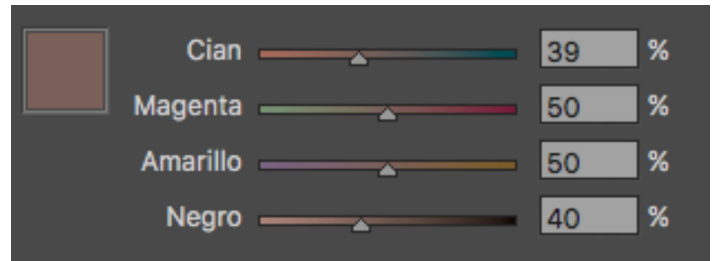
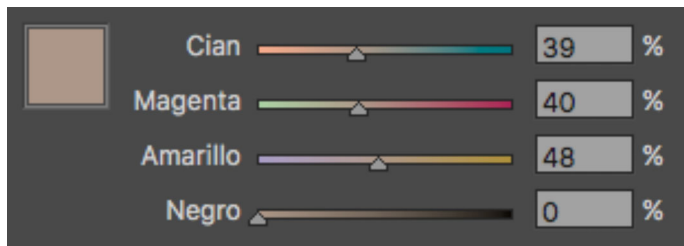
Tipografías: Lato, Avenir Next

Numero de Secciones: 3

Template base: Free Fashion Magazine. Template.NET

Paleta de colores:





III. Conclusiones

Un reto que valió la pena totalmente, a pesar de ser diferente a los trabajos de titulación de Diseño de Modas, logró meterme en el campo periodístico y editorial para escribir sobre moda, algo que me apasiona mucho. Una mirada hacia una rama, de las muchas que hay de esta carrera y que todavía no se ha posicionado en las instituciones educativas del país. He recibido un gran apoyo, por parte de la coordinadora de mi área, junto con mi trabajo en LifestyleKiki y otras personas que están mencionadas en los créditos de Moda Viva.

Pensaría que el mayor reto para mí fue organizarme con los contenidos que tenía pensado para la revista y que se vean plasmados en la diagramación. Sin ser una experta en el mundo editorial, le personalicé a la revista con un estilo propio, minimalista, tratando de que sea interactivo leer. Otro reto que tuve, pero a la vez fue uno de los que más me gustó, fue armar producciones fotográficas con marcas hermosas y sustentables. Organizar producciones de moda también toma tiempo, se tiene que analizar el concepto, coordinar con el estilismo, lugar, presupuesto e incluso dar seguimiento en la selección y edición de cada foto. David Ibarra me ha apoyado bastante con estas producciones, entre los dos hemos sacado conceptos muy bonitos de marcas, la que más me gustó fue Ona Ocean Project, exhibidas en la revista.

Con la situación del Covid-19 se me complicaron algunos planes de campañas, contenido fotográfico y una que otra entrevista. A pesar que este ámbito es más investigativo que creativo, sí me afectó en la parte creativa del proceso de creación, ya que planeaba no hacerla tan informativa y que incluya fotos, diseño, entre otras cosas. Por temas de tiempo y logística me he adaptado a lo que tenía a mi alcance y me siento muy satisfecha con el resultado. El tema de Moda Viva siempre será un asunto que me gustará expandir a futuro, volviéndolo en un proyecto futuro personal si se dá el caso.

Referencias Bibliográficas

- Theus, M., Racz, K. (2011). Aspectos de género en la industria de la indumentaria latinoamericana. *SOMO*, 1 – 12.
- Guía para la aplicación del sistema de trazabilidad en la empresa agroalimentaria. (2009). *Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición*, 1-80.
- Valle, A. (2019). La quiebra de Forever 21, un síntoma de la crisis del fast fashion. *Expansión*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://expansion.mx/empresas/2019/10/08/la-quiebra-de-forever-21-un-sintoma-de-la-crisis-del-fast-fashion>
- Martin, V. (2019). Cómo crear una marca personal de éxito paso a paso. *Victor Martin*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://victormartinp.com/marca-personal-paso-a-paso/>
- Trazabilidad de las prendas de moda: Una necesidad para el consumidor. (2018). *iTREND*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://itrend.es/es/trazabilidad-de-las-prendas-de-moda/>
- Seguin, N. (2017). Tintes naturales / Organic dyes historia y aplicaciones. *Slow Fashion Next*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://www.slowfashionnext.com/blog/2017/10/30/tintes-naturales-organic-dyes-historia-aplicaciones/>
- Xicota, E. (2015). Tintes Naturales vs Tintes Sintéticos Qué es más sostenible? *Ester Xicota*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://www.esterxicota.com/tintes-naturales-vs-tintes-sinteticos/>
- A Fashion Revolution Challenge – LOVE STORY. (s/f). *Fashion Revolution*, 1 – 14.
- Cardona, M. (2020). Lo esencial va más allá del consumo. *Lifestyle Kiki*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://lifestylekiki.com/moda-estilo-tendencias-cultura-ecuador/moda-sustentable-ecuador-3/>
- Sosa, D. (2020). Diversificando los espacios del diseño de autor. *Lifestyle Kiki*. Recibido 11 de Mayo de 2020 de <https://lifestylekiki.com/?s=piso+rosa>

Anexo 1 - Mockup Portada



Anexo 2 – Mockup 2



Anexo 3 – Mockup 3



REEMPLAZANDO LOS TINTES SINTÉTICOS

Los tintes naturales se han convertido en una nueva alternativa para la moda sostenible.

Desde que el mundo se convirtió en un planeta globalizado, la moda ha sido un reflejo de la cultura y el estilo de vida de cada país. Sin embargo, la industria textil ha sido uno de los sectores más contaminantes del mundo. Los tintes sintéticos, que se utilizan para dar color a las prendas, son responsables de una gran parte de esta contaminación. En este artículo, exploraremos cómo los tintes naturales pueden ser una alternativa sostenible y saludable para la moda del futuro.

Según el informe de Greenpeace, en el mundo se producen más de 100.000 toneladas al año de tintes sintéticos, lo que genera toneladas de residuos tóxicos. Además, la industria textil es responsable de aproximadamente el 10% de la contaminación del agua en el mundo. Los tintes sintéticos son altamente contaminantes y pueden ser dañinos para la salud humana y el medio ambiente.

Atendiendo paso hasta el mercado local

Los tintes naturales son extraídos de fuentes renovables, como plantas, animales y minerales. Son biodegradables y no tóxicos, lo que los hace una alternativa más saludable y sostenible para la industria textil. Además, su uso puede ayudar a reducir la contaminación del agua y el suelo.



Vecchia Biologia con artefactos de la cultura de Colombia. Los tintes naturales son una alternativa más saludable y sostenible para la industria textil. Además, su uso puede ayudar a reducir la contaminación del agua y el suelo.

Para la fabricación de productos de alta calidad y durabilidad, que son más respetuosos con el medio ambiente, se necesitan tintes naturales de alta calidad. Esto requiere un mayor conocimiento y experiencia en el uso de tintes naturales. Sin embargo, la industria textil está comenzando a explorar esta alternativa, lo que puede llevar a una mayor adopción de tintes naturales en el futuro.