

INDEX

M A D E X



M A D E X

Estudiante:
Brayan García Meneses

Directora:
Angela Ramos López

Co-Director:
Luis Enrique Taboada

Asesorado por:
Juanita Polanco

PROYECTO DE GRADO
Politécnico Gran Colombiano

12 de Julio del 2024

A mis padres,
porque sin ellos,
yo sería nada...
Por siempre creer en mí,
incluso en los momentos
de inmensa oscuridad.

Les prometo,
de ustedes nunca me olvidaré...

Gracias también a mis hermanos y personitas
especiales que aportaron su pequeño granito
de arena para lograr llevarme a la meta.

LOS AMO !

Agradecimientos especiales a

Enrique Taboada, Angela Ramos y Juanita Giraldo
por su paciencia y por encontrar las palabras
adecuadas sin desmotivarme, pero sobre todo
por aportar a este proyecto con sus valiosos
talentos y conocimientos.

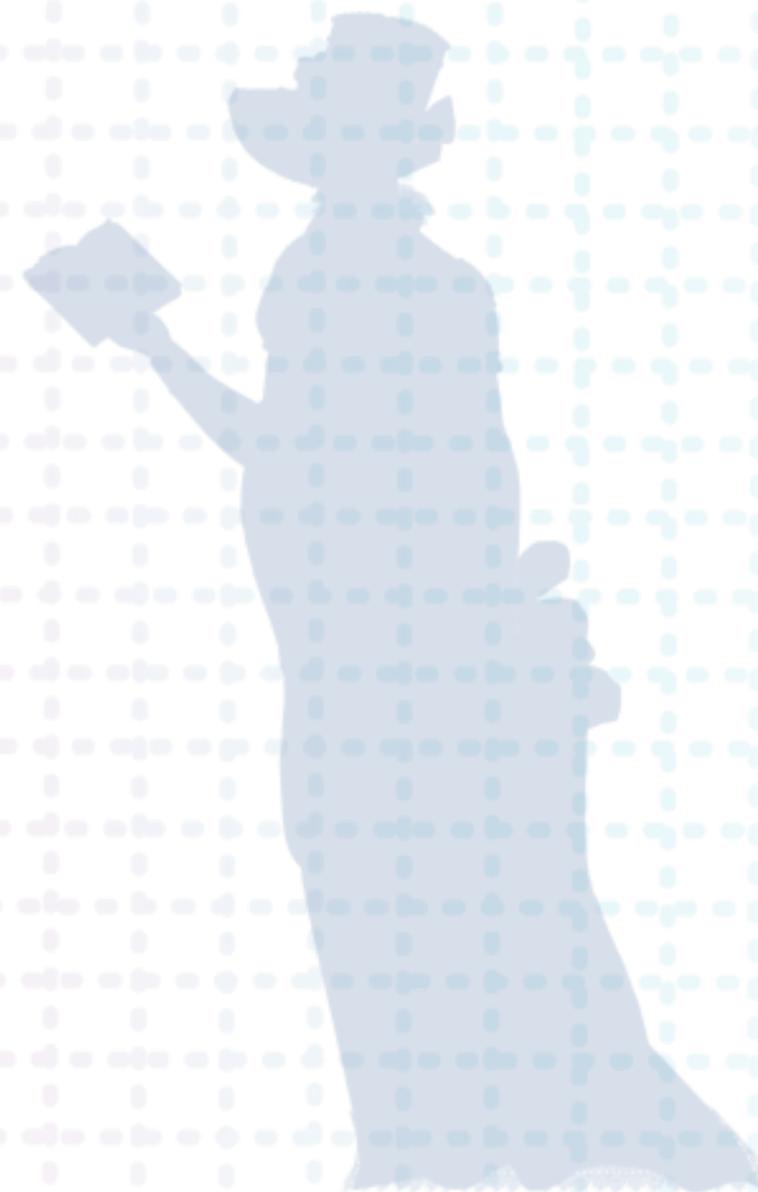


TABLA DE CONTENIDO

1. Resumen del proyecto.....	4
2. Planteamiento del problema....	6
3. Justificación.....	9
4. Objetivo principal.....	11
5. Objetivos particulares.....	12
6. Estado del arte.....	14
7. Marco teórico.....	18
8. Método de la investigación.....	27
9. Dimensión interdisciplinaria del Proyecto.....	71
10. Resultados esperados e impacto de la investigación.....	73
11. Listado de Referencias.....	75



RESUMEN DEL PROYECTO

MODEX es un proyecto de grado desarrollado por Brayan García Meneses, en el que se unen las disciplinas del diseño gráfico y el diseño de moda. Con treinta y seis ilustraciones de moda súper detalladas que intentan representar la verdadera apariencia y vestimenta de las mujeres de determinado periodo histórico, junto con más de 1000 ilustraciones a mano de dibujo plano.

Este proyecto se concibe a futuro como una narración transmedia, ya que desea desarrollar productos de tipo multimedia, realidad aumentada y virtual que conecten al usuario como un ser que tiene experiencias diversas en el campo de la moda y su historia.



PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



¿Cómo debe ser una experiencia transmedia de aprendizaje significativo que entusiasme a los diseñadores de moda o vestuario a inspirarse, crear y presentar sus creaciones, con datos reales sustentados a partir de la historia de la moda y el vestuario?

La mayoría de los diseñadores de moda sustentan, se inspiran y crean sus piezas sin tener claro los conceptos y la palabra adecuada con la que se denomina cada prenda, accesorio o calzado en un determinado periodo de la historia del traje o la moda. Muchos incluso, las autodenominan a su antojo, según su parecido con otra prenda u ornamento, o peor, les asignan nombres como “un estilo de faldita”, “un corsé” cuando en sí es un jubón, entre muchos otros ejemplos. Hoy en día le siguen llamando polisón al Miriñaque que se utilizaba en la era del *Segundo Imperio*, dos elementos con la misma función de generar volumen, pero totalmente diferentes.

Una palabra asignada erróneamente, puede costarnos incluso mucho dinero, si lo que queríamos era recrear un jubón, pero nuestra costurera de confianza termina interpretándolo como un corsé; a simple vista dos prendas “muy parecidas” aunque con dos estructuras totalmente diferentes.

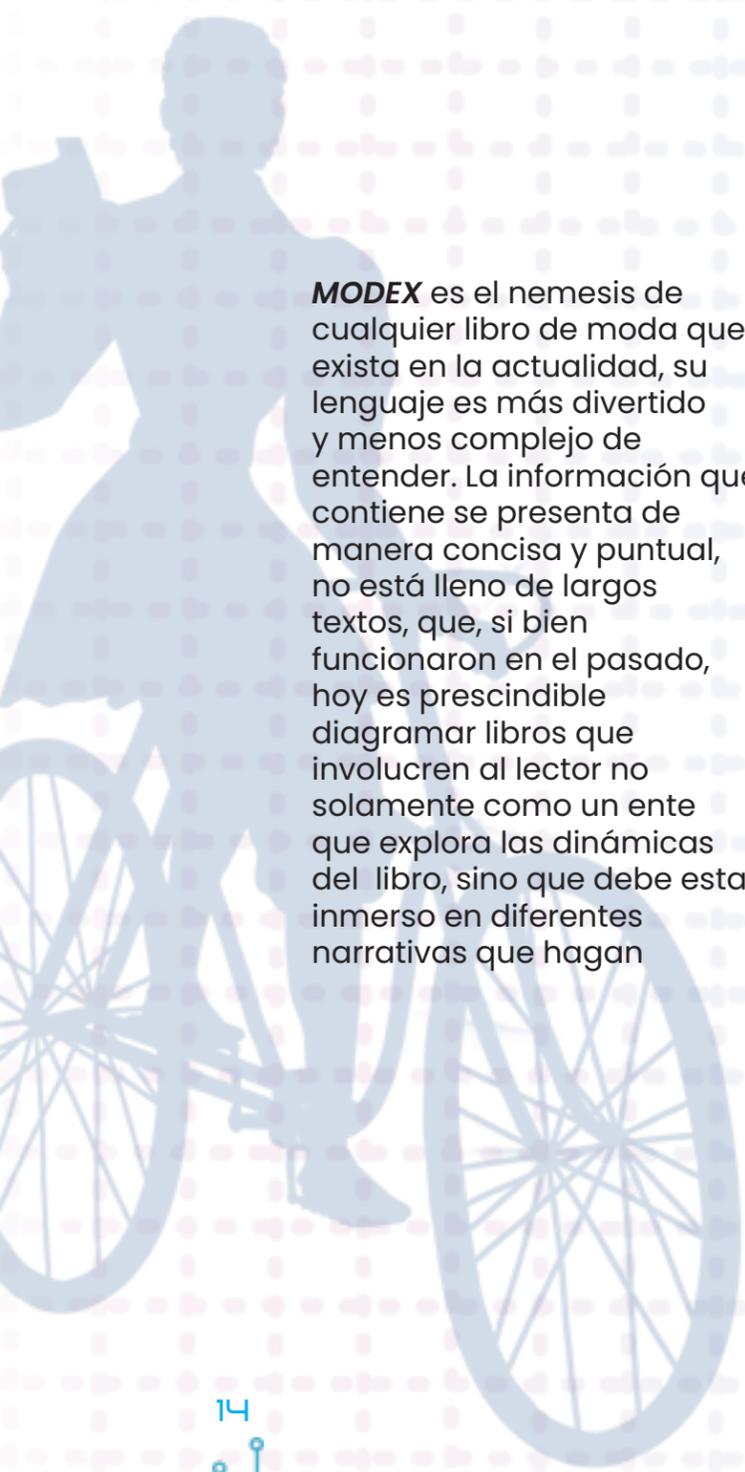


En la formación académica, se cometen este tipo de errores, que, en presencia de conocedores del tema, serían errores imperdonables.

Es por esta razón que recurrí a buscar un libro que tuviera el vocabulario adecuado para aprender a expresar correctamente, pero muchos de los textos segmentados en ciertos periodos históricos contenían textos extensos que no dejaban en mí, ninguna experiencia significativa y terminaban olvidados en la biblioteca.



JUSTIFICACIÓN



MODEX es el nemesis de cualquier libro de moda que exista en la actualidad, su lenguaje es más divertido y menos complejo de entender. La información que contiene se presenta de manera concisa y puntual, no está lleno de largos textos, que, si bien funcionaron en el pasado, hoy es prescindible diagramar libros que involucren al lector no solamente como un ente que explora las dinámicas del libro, sino que debe estar inmerso en diferentes narrativas que hagan

su aprendizaje e inmersión algo más significativo.

MODEX no se centra en narrar los hechos como un antiguo manuscrito (y disculpe si soy insistente en ello), ya que para la narrativa visual del libro, las prendas y sus nombres toman un papel protagonista, donde el lector se sentirá parte de la historia. Al tener que desarrollar actividades a partir de las herramientas multimediales presentes +entre sus páginas.

OBJETIVO PRINCIPAL

Educar y motivar por medio de un libro con elementos transmedia, al diseñador enfocado en el sistema moda o creador de vestuario, con un vocabulario que le permita exponer sus ideas y crear sus piezas, fundamentadas en datos precisos de la historia de la moda y el traje.

OBJETIVOS PARTICULARES

1

Recopilar mediante una encuesta, datos que detecten las expectativas y motivaciones de los diseñadores enfocados en el sistema moda y creadores de vestuario, al momento de seleccionar e interactuar con un libro de historia del traje, el vestuario o la moda.

2

Investigar y recopilar información sobre los periodos de la historia del traje, la moda y el vestuario, desarrollando ilustraciones que reflejen la apariencia y la vestimenta de la mujer en un periodo específico de la historia.

3

Diagramar un libro con una experiencia transmedia, donde existan elementos de diversidad y representación, de forma mesurada e infográfica.



ESTADO DEL ARTE

A continuación te presento, cinco trabajos editoriales claves durante el proceso de la elaboración del proyecto de Modex.



Figura 1. Portada de libro. Stylepedia. Fashionary (2016) Fashionary.

Stylepedia

Es el libro ilustrado que considero el más completo cuando se habla de moda, subculturas y estilos creados desde 1900 hasta 2020.

Ofrece una amplia gama de referentes visuales, con descripciones precisas y acertadas.



Figura 2. Portada de libro. Moda: historia y estilos. (2019). DK

Moda: Historia y Estilos

Este es el libro ideal para enamorarse aún más de la historia del traje y la moda.

Su nivel infográfico enriquece el contenido, haciendo que el lector se detenga a detallar cada uno de los elementos presentes.

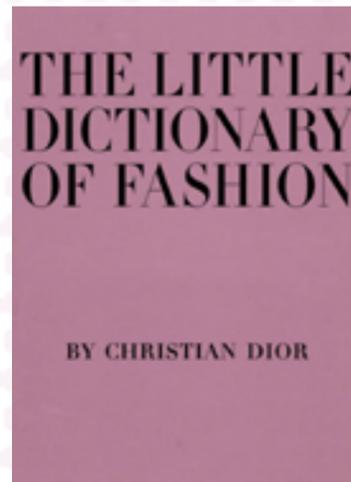


Figura 3. Portada de libro. The Little dictionary of fashion. Dior (1954) V&A Editions.

El pequeño diccionario de Dior

Este diccionario proporciona conceptos básicos y esenciales que cualquier diseñador debería conocer y tener en cuenta si desea iniciar en el mundo de la moda. Su sencillez y sutileza lo hacen muy agradable para aprender.



Figura 4. Portada de libro. Historia ilustrada del vestido. Racinet, A. (2016) Editorial el Ateneo.

La historia completa del traje

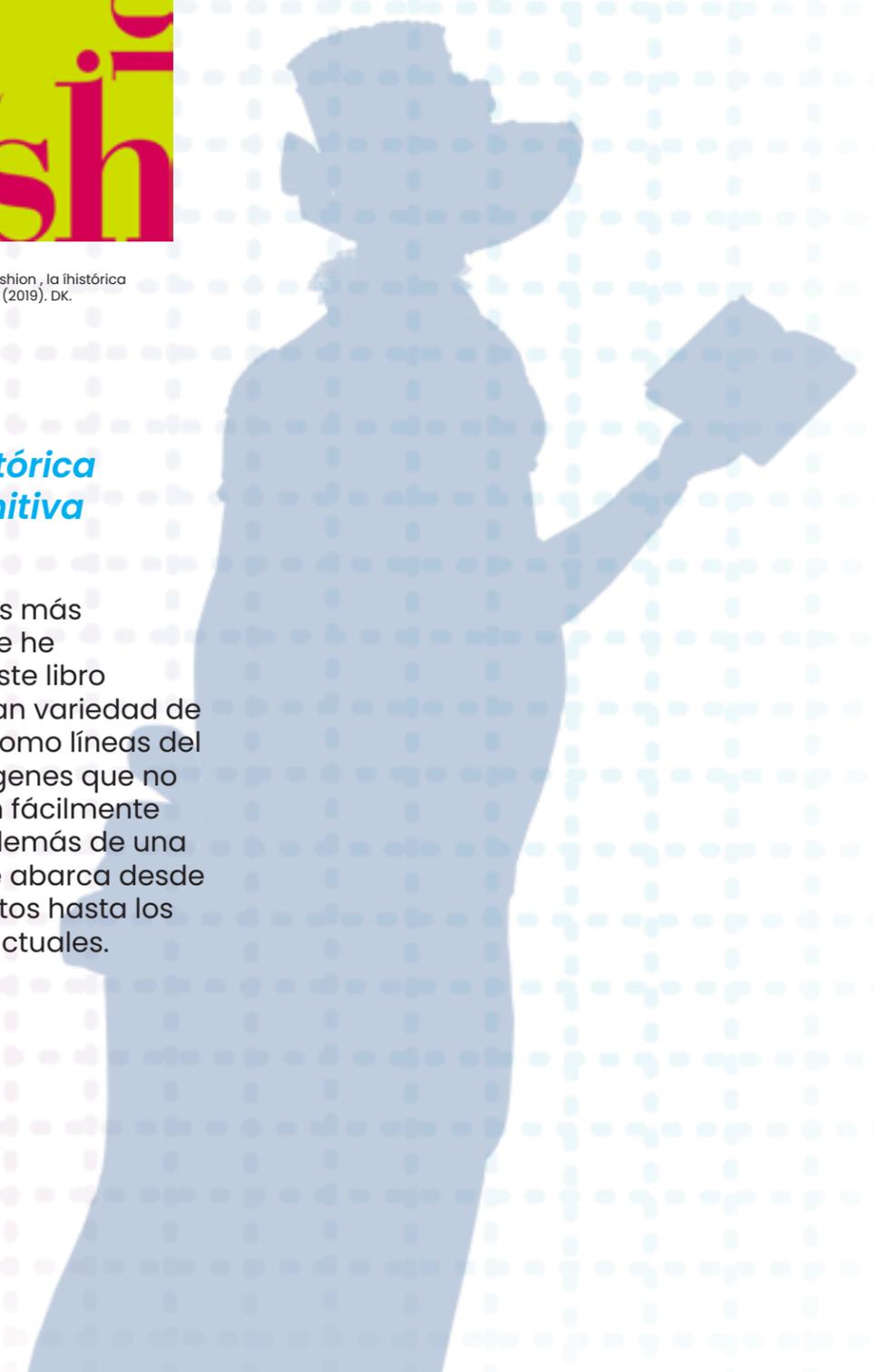
Su poder reside en el enriquecido material visual que cada una de sus páginas contiene, ideal para inspirarse y para detallar elementos no solo presentes en la realeza, sino también en los utilizados por la plebe y las clases bajas.



Figura 5. Portada de libro. Fashion, la histórica visual definitiva. Davidson, H (2019). DK.

Fashion, La guía histórica visual definitiva

De los recursos más completos que he encontrado, este libro ofrece una gran variedad de alternativas, como líneas del tiempo e imágenes que no se encuentran fácilmente en internet, además de una cobertura que abarca desde tiempos remotos hasta los diseñadores actuales.





MARCO TEÓRICO

“Ningún hombre puede cruzar el mismo río dos veces, porque ni el hombre ni el agua serán los mismos” Heráclito

Un nuevo amanecer es una nueva oportunidad para que el mundo siga evolucionando, y no es mentira para nadie que la tecnología se ha convertido en un órgano externo infaltable para el ser humano, en muchos de sus procesos aparecen las narrativas transmedia. Tal vez este término sea muy ajeno a tu realidad y precisamente en este momento te estes preguntando ***¿Qué es una narrativa transmedia?*** en este apartado te ofreceré una carta de varias definiciones que se han ido creando de este concepto, puesto que es relativamente nuevo y a medida que va transcurriendo el tiempo y según las dinámicas que estén sucediendo en el mundo, su definición también evoluciona.

El termino de narrativas transmedia fue introducido por primera vez en el 2003 por el estadounidense **Henry Jenkins**, el cual lo definió como *“historias contadas a través de múltiples medios”* (Narrativas transmedia,p.16); otros estudiosos como Jeff Gómez lo define en ocho principios que me permitiré parafrasear:

- 1) Las NT son contenidos creados por uno o muy pocos visionarios.
- 2)En ellas se deben considerar la transmedialidad.
- 3)El contenido se distribuye en tres o más plataformas de medios.
- 4)El contenido debe ser único y no se puede reutilizar en otra plataforma.
- 5) Crear una mitología donde se expliciten las características del mundo narrativo desde personajes y espacios.

6) Evitar las fracturas y divisiones del mundo.

7) Dar una integración vertical y abarcar todos los actores.

8) Incluir la participación de las audiencias.

Sin embargo, no es sino Carlos Scolari, quien en su libro *"Narrativas Transmedia, cuando todos los medios cuentan"* quien nos propone una definición, que crea a partir de las definiciones anteriormente mencionadas. Scolari define las NT (Abreviación de Narrativas Transmedia) como *"Un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión"*

Scolari nos expone diez principios básicos que se deben tener en cuenta a la hora de crear una Narrativa Transmedia, los cuales me permitiré a enumerar a continuación.

1) **Expansión:**

Expansión de una narrativa a través de prácticas virales en las redes sociales, la cual ayuda a aumentar el capital simbólico y económico del relato.

2) **Profundidad**

Tarea que el productor desarrolla para la penetración dentro de las audiencias, hasta encontrar el núcleo duro de seguidores de su obra, los que la difundirán y ampliarán con sus propias producciones, la misma historia perse.

3) **Continuidad**

Continuidad de las mismas condiciones y características presentadas en la historia inicial, a través de los diferentes lenguajes, medios y plataformas en que se expresan.

4) **Multiplicidad**

El contar la historia a través de diferentes oscilaciones del tiempo: pasado, presente y futuro.

5) **Inmersión**

Desde el cine hasta los videojuegos se caracterizan por proponer, cada uno a su modo, experiencias inmersivas.

6) **Extraibilidad**

Extraer un objeto, característica o concepto del mundo imaginario y comenzar a comercializar en el mundo real.

7) **Construcción de mundos**

Umberto Eco en *Lector in Fabula* (1979) sostenía que los mundos narrativos deben estar amueblados, es decir, contener elementos característicos y representativos que comiencen a formar parte de la enciclopedia de los fans.

8) **Serialidad**

En las NT la linealidad de lo serial estalla y se convierte en una red hipertextual.

9) **Subjetividad**

Las NT se caracterizan por la presencia de subjetividades múltiples donde se cruzan muchas miradas, perspectivas y voces. Dicho en otras palabras, las NT tienden a potenciar una polifonía causada por la gran cantidad de personajes e historias.

10) Realización

Dinámica en la que los consumidores deben convertirse en prosumidores.

Es casi magia, y ¡qué suerte la de nosotros!, como Scolari en su libro nos presenta cada una de las variables habidas y por haber, en cuanto se refiere a Narrativas Transmedias, no en vano su libro lleva el mismo nombre; es así como entre su páginas podemos encontrar, un cuestionario de preguntas que, para empezar a crear estas famosas NT, sería de gran utilidad tenerlas presentes:

1) ¿A dónde queremos llegar?
¿A dónde queremos llevar a nuestros consumidores?

2) ¿Qué queremos contar?
¿Como vamos a contarlo?
¿A qué género pertenece la obra?

3) ¿Quiénes serán los

personajes principales?
¿Qué quieren los personajes?
¿Qué relaciones mantienen entre ellos?

4) ¿Dónde está ambientado el relato? ¿En qué tiempo?

5) ¿Será un mundo narrativo totalmente funcional o incluiremos componentes reales?

6) ¿Qué tipo de estructura narrativa proponemos? ¿Será un serial o presos textuales autónomos?

7) ¿Qué tipo de narrativa transmedia queremos que vivan nuestras audiencias?
¿Qué tipo de participación buscamos? ¿Como afectará esa participación al relato?
¿Cómo se gestionará la participación de los consumidores? ¿Qué control tendrán los consumidores sobre el relato?

8) Queremos que la

experiencia quede limitada a medios o plataformas de comunicación o se extienda también al mundo real?

Estas son algunas de las preguntas que Scolari se plantea, sin embargo, si quieres complementar aún más tu conocimiento sobre el tema, te invito a leer esta gran obra.

Ahi mismo entre sus apartados Scolari también nos presenta tres fases importantes por las que toda NT debe pasar:

1) Denotación

En esta fase se prepara y motiva la participación de la audiencia.

2) Remisión

En esta fase se brinda toda la información para que la audiencia pueda participar.

3) Recompensa

En esta fase se reconoce el trabajo de las audiencias y se las premia. Es casi que imposible pensar un proyecto de NT, sin la audiencia; es por ello por lo que en la realización de dichos proyectos sería de vital importancia pensar en ella, desde las primeras fases y premiarla; por tanto, se puede deducir que una NT no es obra de una sola persona, sino que "entre todos comparten la información y van reconstruyendo de forma colaborativa el universo narrativo"

Ahora que ya hemos estudiado que es una narrativa transmedia y los componentes que se deben tener en cuenta al momento de crear una, desde diversas perspectivas. Estudiemos otros conceptos que, si bien son totalmente diferentes a una NT, pero tienden a ser

confundidos con el término en la industria cultural, es de vital importancia aprenderlos a diferenciar para lograr nuestros objetivos.

Crossmedia

Jak Boumans, experto en medios digitales define el concepto a partir de cuatro criterios:

- 1) La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas.
- 2) Es una producción integrada.
- 3) Los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores personales, teléfonos móviles, televisión, etc.
- 4) El uso de más de un medio debe servir de soporte a las

necesidades de un tema/ historia/objetivo/ mensaje, dependiendo del tipo de proyecto.

Múltiples Plataformas

Según Espen Ytrebreg, de la Universidad de Oslo, el concepto plataformas múltiples tiende a focalizarse en la tecnología digital, en tanto proveedora de un marco de diseño que incorpora los diferentes medios (p. ej., textuales o audiovisuales), plataformas (p. ej., chats, blogs, redes sociales, grupos de discusión) o sistemas de software (p. ej., Linux o Windows, .gif o .jpeg). A estas plataformas digitales se agregan otras como la televisiva, la radiofónica o la telefónica.

Mercancía Intertextual

El sociólogo francés Pierre Bourdieu en su obra "La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto" (1979) define este concepto como los productos culturales, como libros, películas o productos de consumo, que hacen referencia a otras obras culturales, de manera explícita o implícita, creando así un entramado de referencias y significados que enriquecen su contenido.

Mundos Transmediales

Lisbeth Klastrup y Susana Pajares Tosca, expertas en videojuegos de la IT University de Copenhagen definen a los mundos transmediales como sistemas abstractos de contenido a partir de los cuales un repertorio de historias de ficción y personajes puede ser actualizado o derivado

hacia una variedad de formas mediáticas y que puede comenzar en cualquier medio: el mundo.

Interacción Transmedial

Christy Dena en "Práctica transmedia: teorizar la práctica de expresar un mundo ficticio a través de distintos medios y entornos" (2009) define este concepto como la participación activa y la influencia de los usuarios en la creación y expansión de un universo narrativo que se extiende a través de múltiples medios y plataformas.

Multimodalidad

Según Gunther Kress en colaboración con Theo Van Leeuwen en "Leyendo imágenes, La Gramática del Diseño Visual" (1996), la multimodalidad es la utilización y combinación de diferentes modos de comunicación, como texto, imagen, sonido y video, para

transmitir información de manera más efectiva y completa, por tanto, la multimodalidad hace que la comunicación contemporánea vaya más allá del texto escrito y abarca una variedad de medios y formatos para crear significado.

Intermedia

Según el Centro de Producción e Investigación de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, el término es utilizado inicialmente por el artista Dick Higgins para describir diversas actividades de arte multi / trans/ disciplinario donde se produce una interacción y entre cruzamiento entre diversas disciplinas, géneros artísticos e incluso medios de comunicación.



MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

ILUSTRACIÓN

Un moodboard es una herramienta visual, utilizada principalmente por diseñadores, para organizar ideas y establecer una síntesis viable del producto final al que queremos llegar, no solamente se trata de hacer un collage con un conjunto de imágenes sin sentido. En un moodboard se hace una selección más estratégica y consciente pensada con un fin, en él también se debe incluir la paleta de color y palabras claves del proceso.

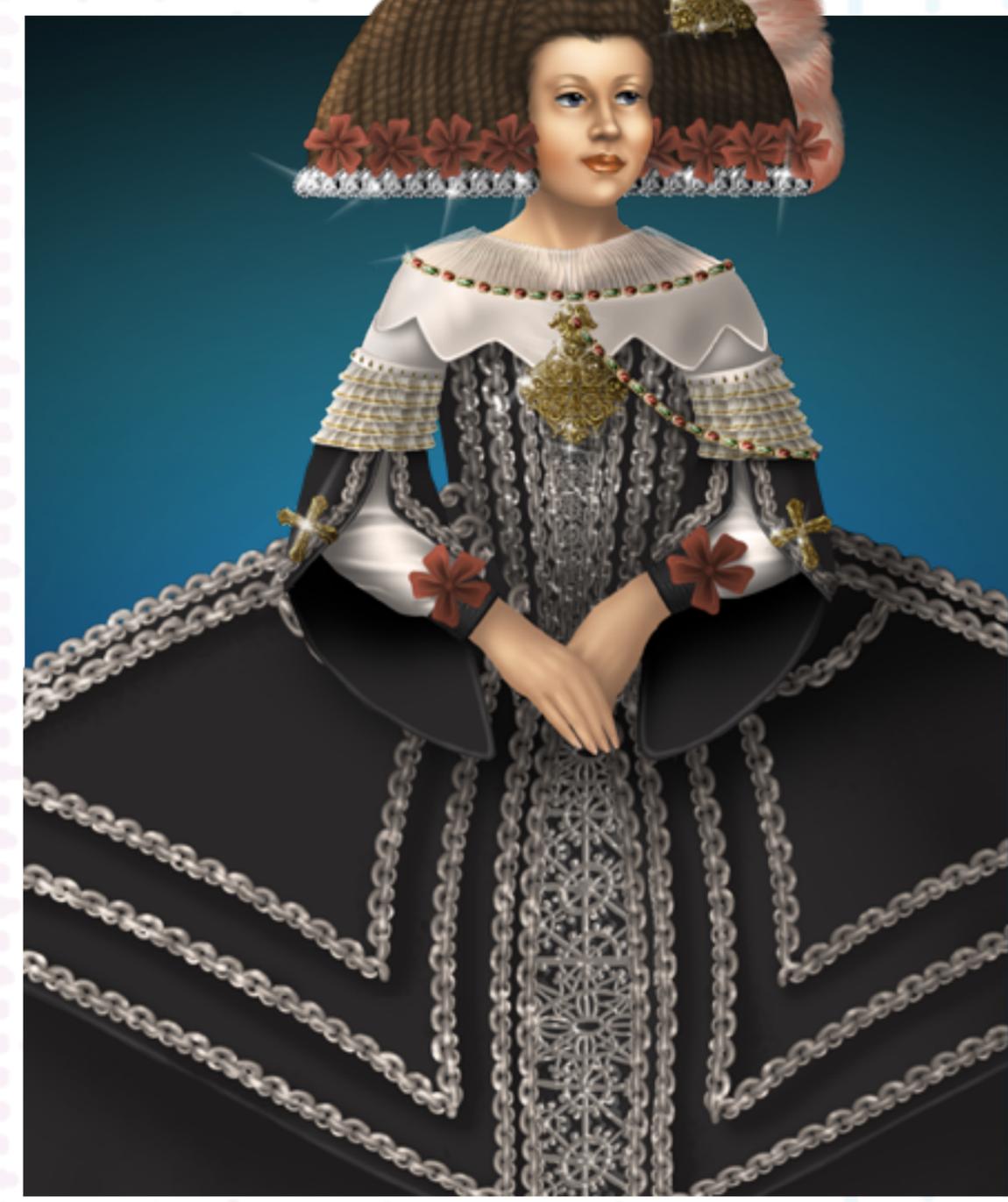


Figura 6. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).

Figura 7. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).

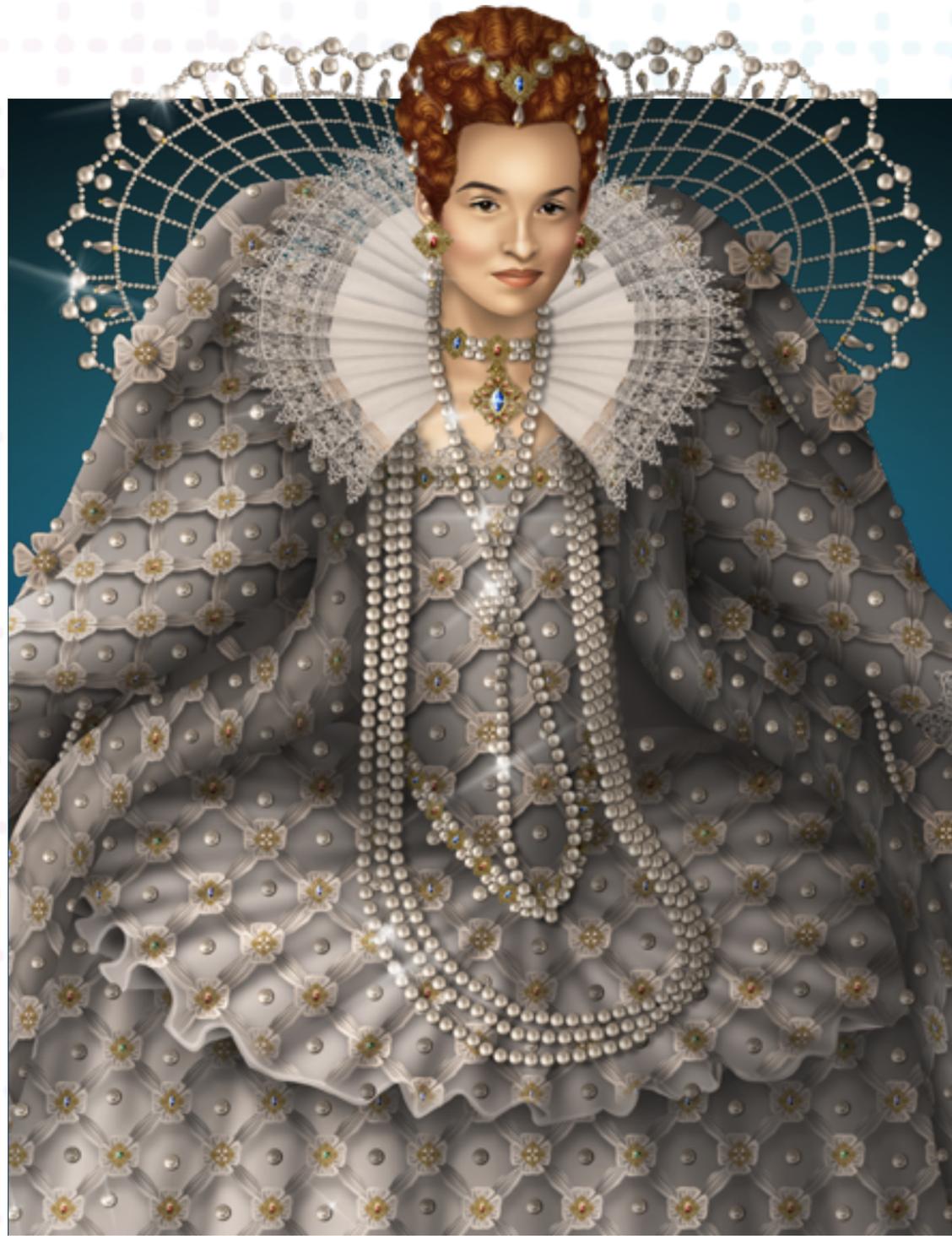


Figura 8. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).

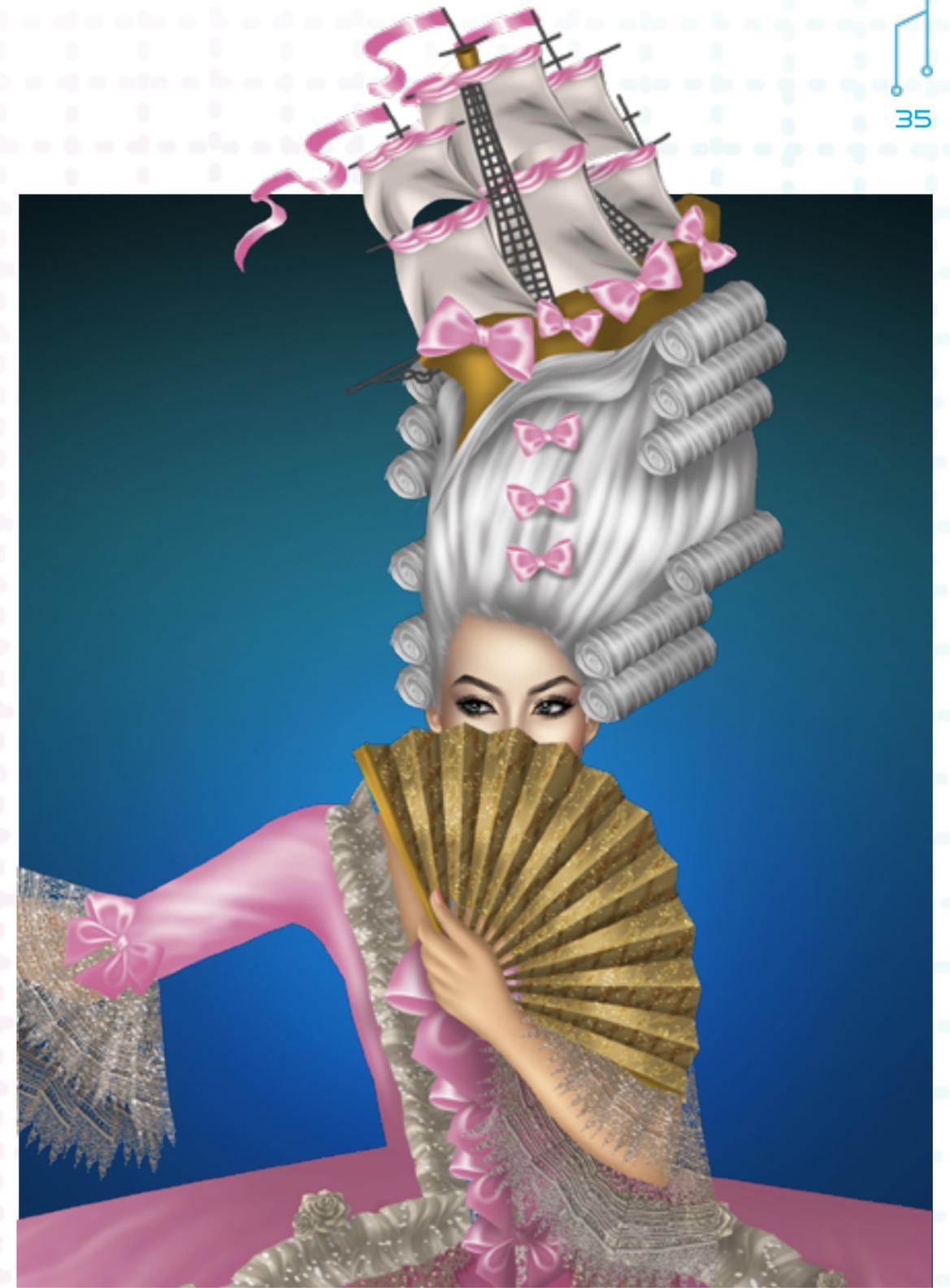


Figura 9. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 10. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).

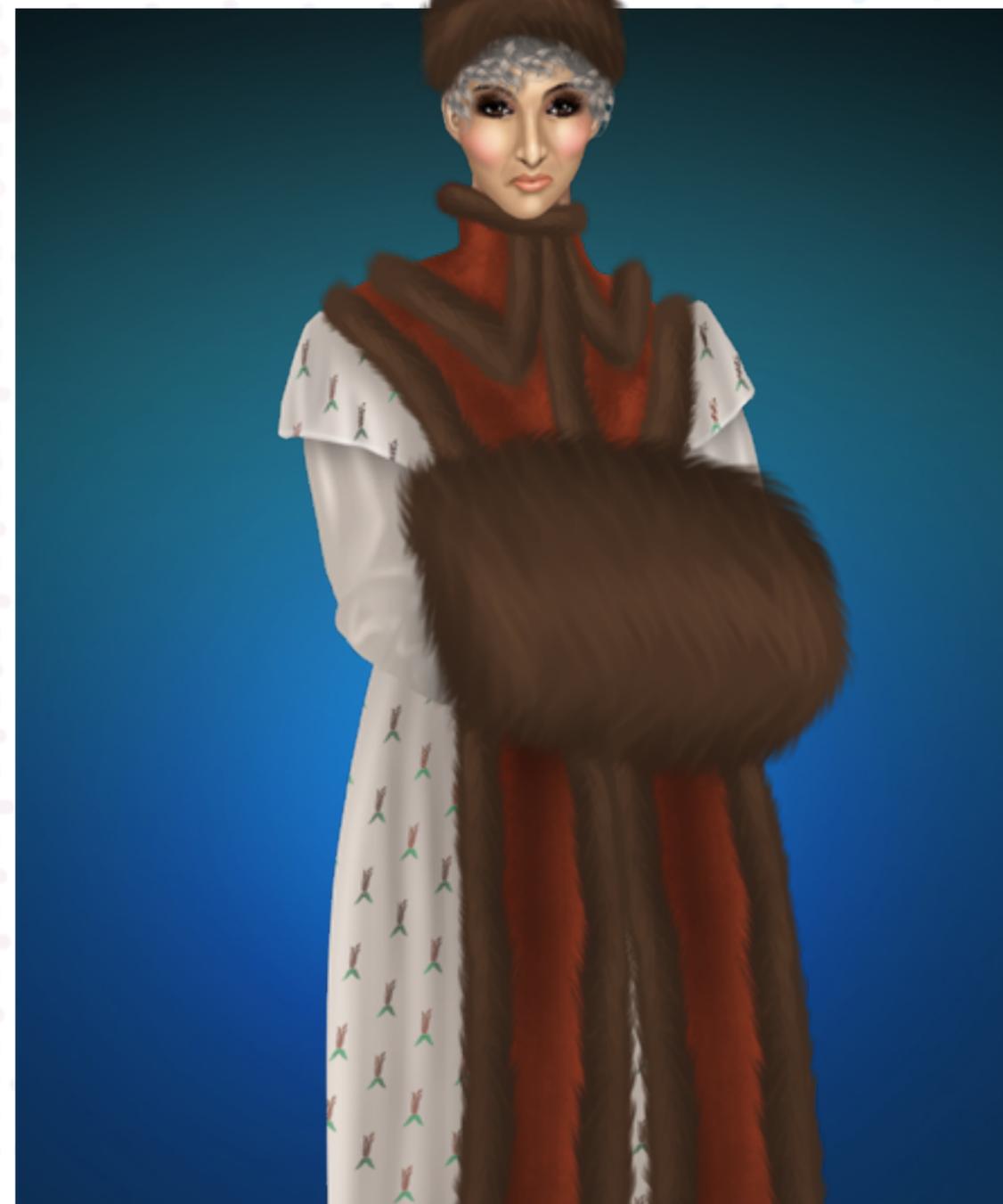


Figura 11. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).

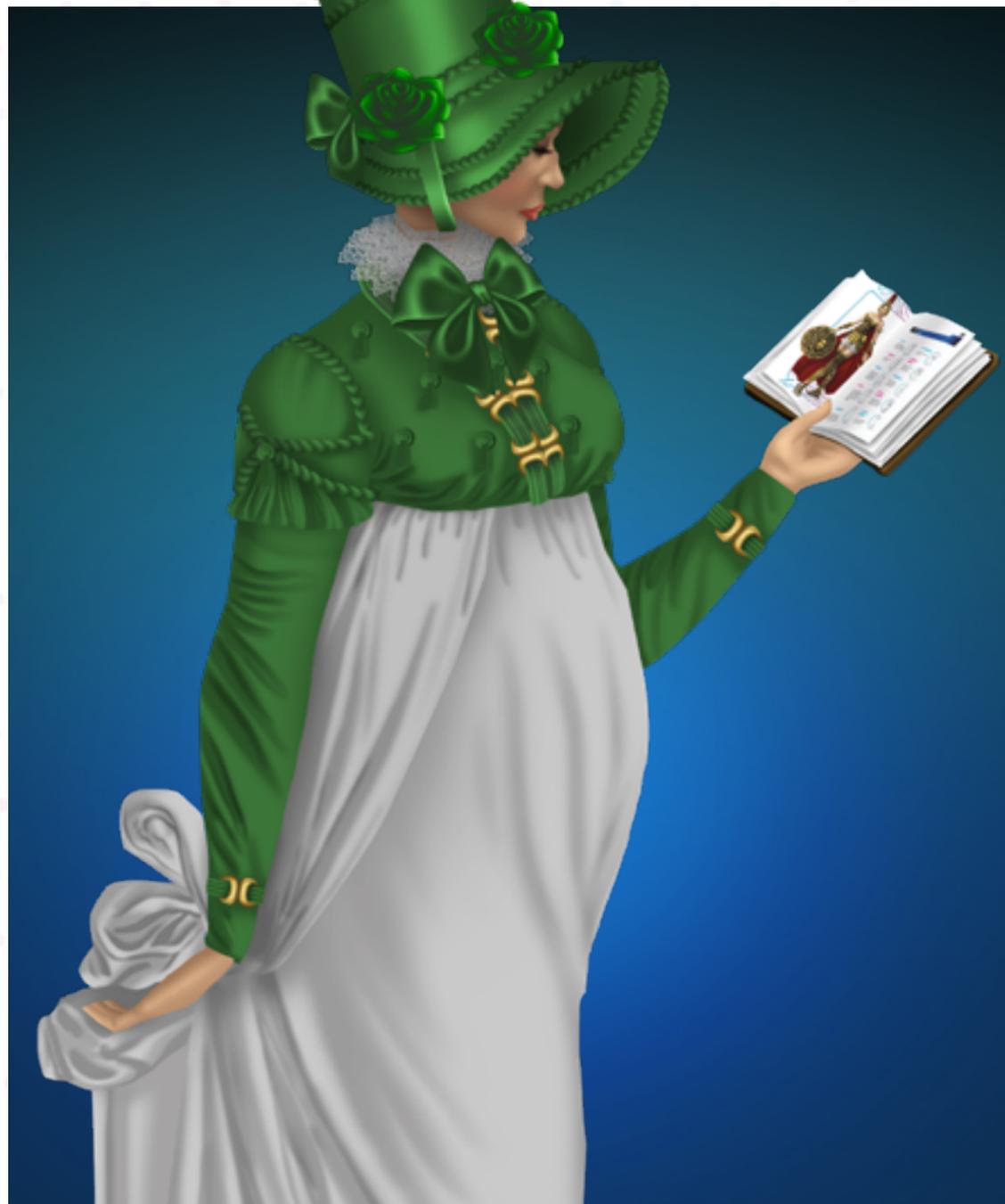


Figura 12. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 13. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).

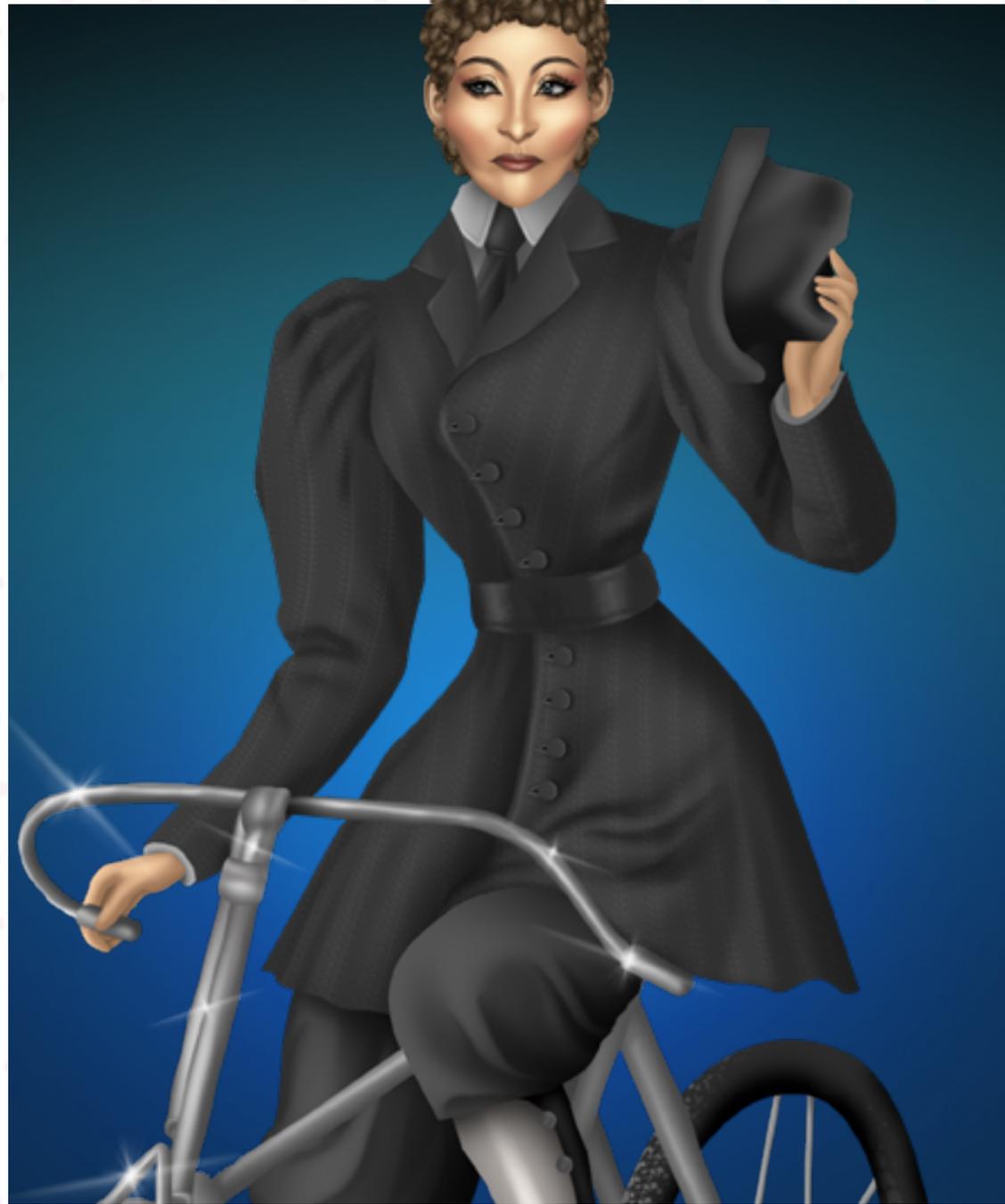


Figura 14. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 15. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 16. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 17. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 18. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 19. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 20. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).

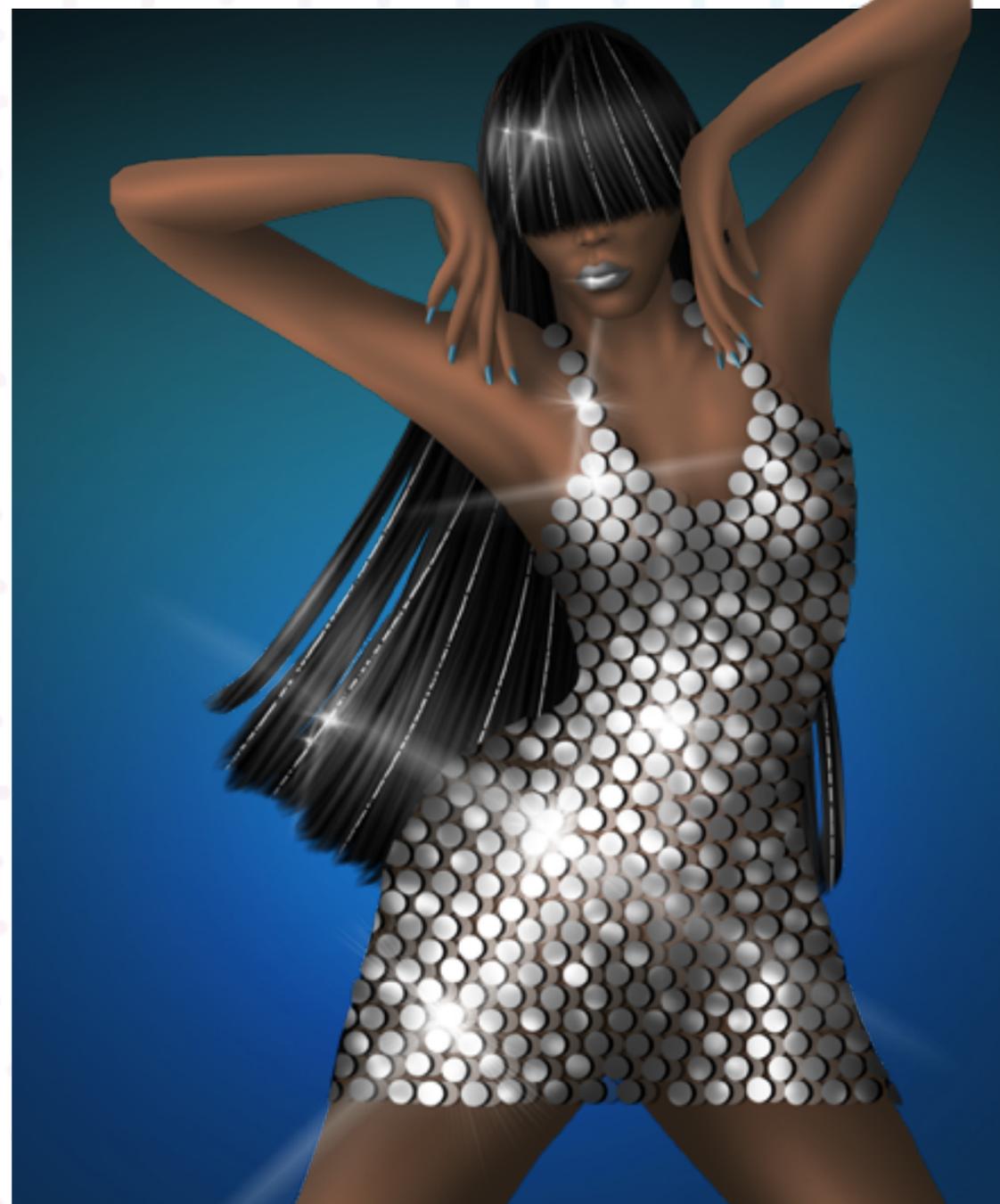


Figura 21. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 22. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 23. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 24. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).



Figura 25. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan Garcia Meneses(2024).



Figura 26. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 27. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 28. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 29. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 30. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 31. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses (2024).



Figura 32. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).



Figura 33. Dibujos planos, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayan García Meneses(2024).

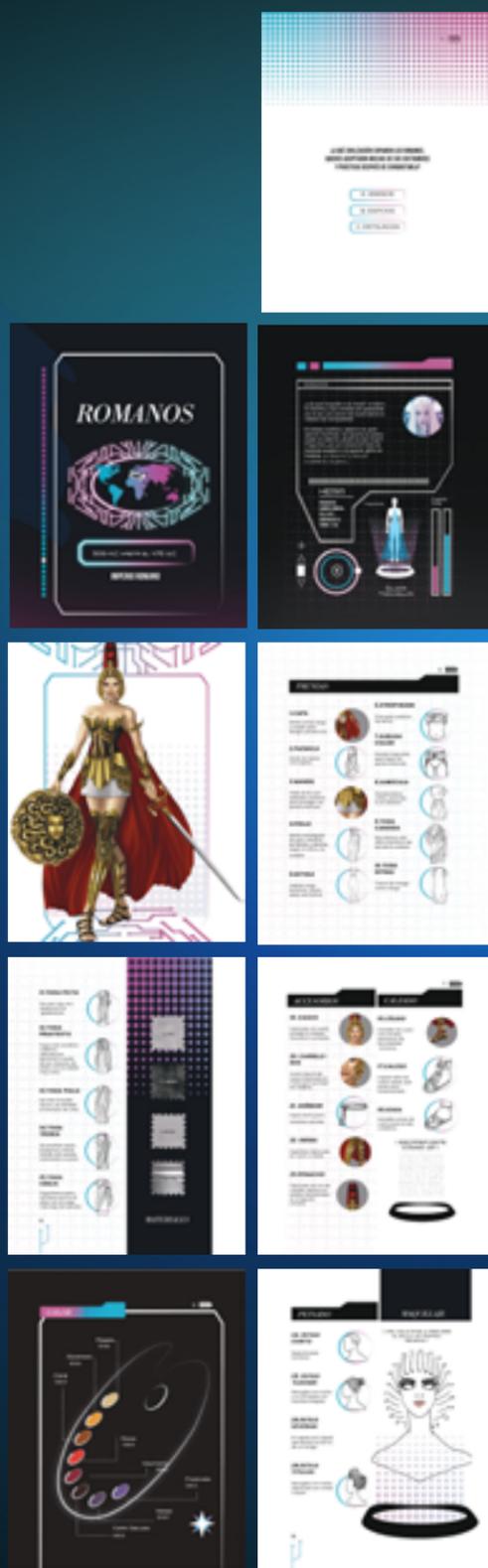
TRA ITERACIÓN



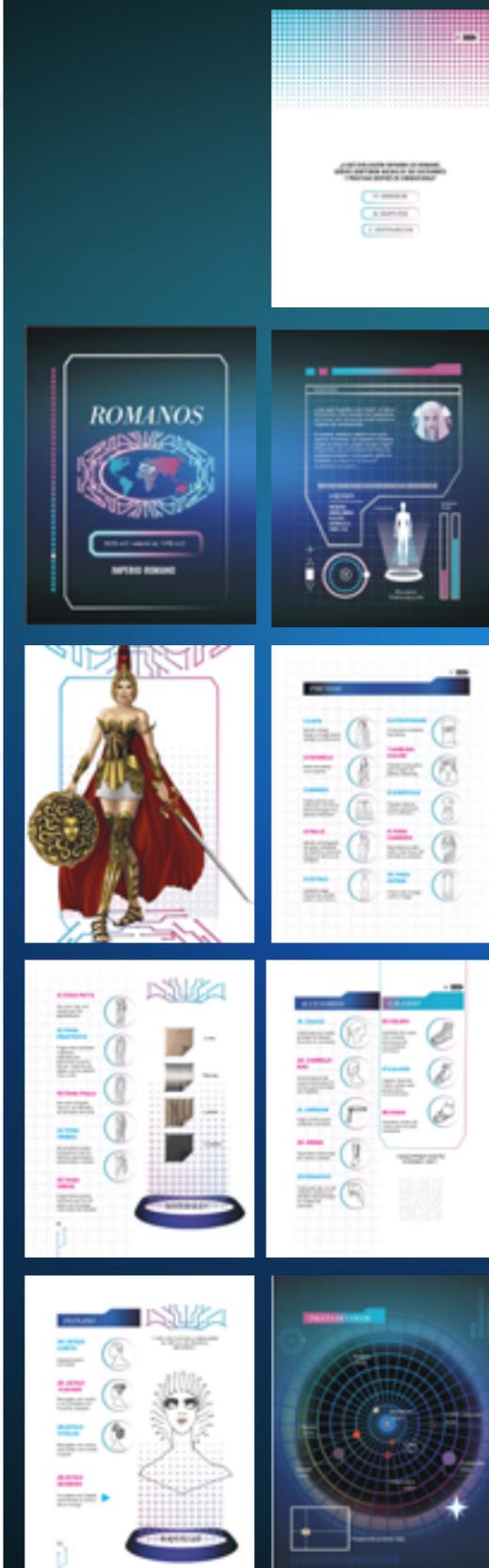
Figura 34. Ilustración. Modex, Un viaje en el tiempo a través de la historia del traje y la moda, Brayán García Meneses (2024).



2DA ITERACIÓN



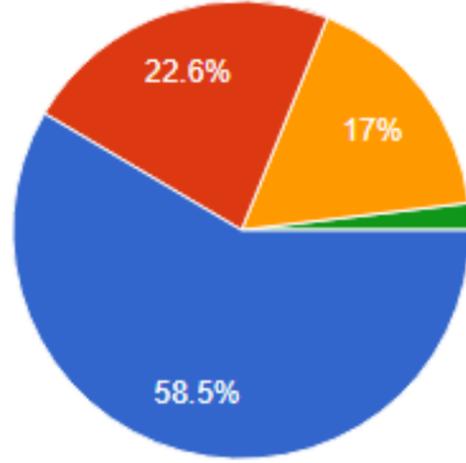
3RA ITERACIÓN



ESTUDIO DE MERCADO

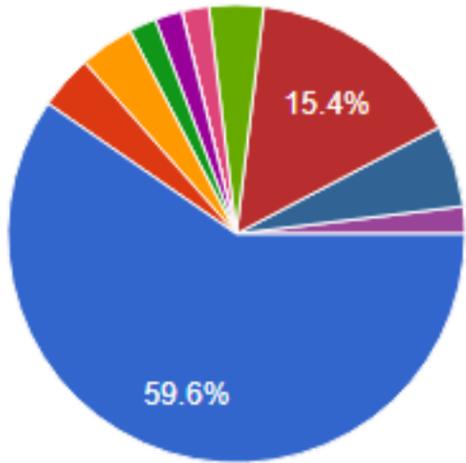
Mediante el uso de Google forms se le realizó una encuesta a 54 personas que tuvieran relación alguna con la industria de la moda para detectar sus intereses al momento de comprar un libro sobre la historia del vestuario y la moda. Obteniendo los siguientes resultados:

- 15 a 25 años
- 26 a 36 años
- 37 a 48 años
- 49 o +



¿Qué edad tienes?

- Diseño de Modas
- Ilustrador de Modas
- Fashion Influencer
- Personal de eventos de moda
- Personal stylist
- Historiador de moda
- Personal shopper
- Fotógrafo de moda

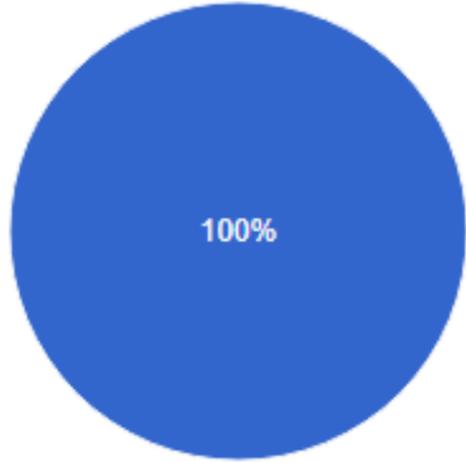


¿Cuál es tu profesión?



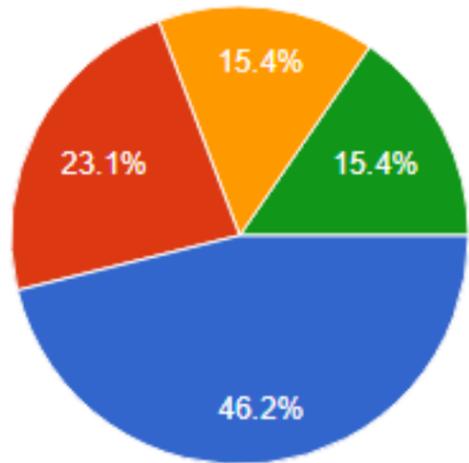
Escribe el nombre de tu libro de moda favorito.

- Si
- No



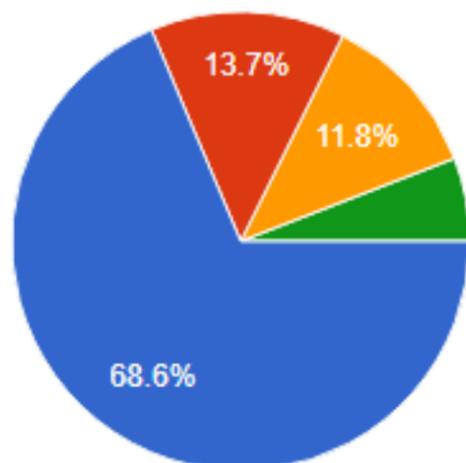
Le interesa a usted la historia del traje y la moda?

- 1
- 2
- 3
- 5 y +



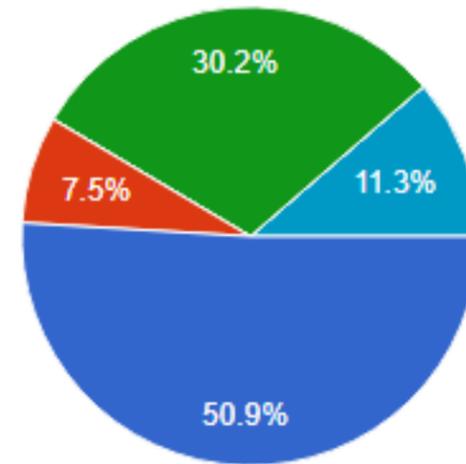
¿Cuántos libros de historia del traje y la moda has leído?

- Ninguno
- 1
- 2
- 3
- 5 y +



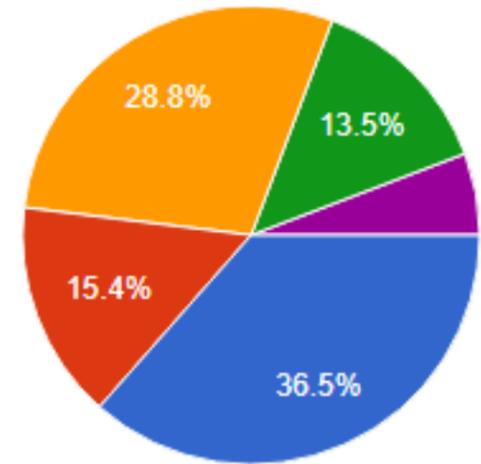
¿Cuántos libros de historia del traje y la moda, compró el año pasado ?

- Para que me sirva de referente para inspirarme y crear mis diseños
- Por que sus contenidos son llamativos
- Por que tiene una cubierta llamativa
- Para aprender datos históricos que complementen mis proyectos
- Por que el libro está de moda
- Por su facilidad de leer y aprender de sus contenidos



¿Por qué razón usted compraría un libro sobre la historia del traje y la moda ?

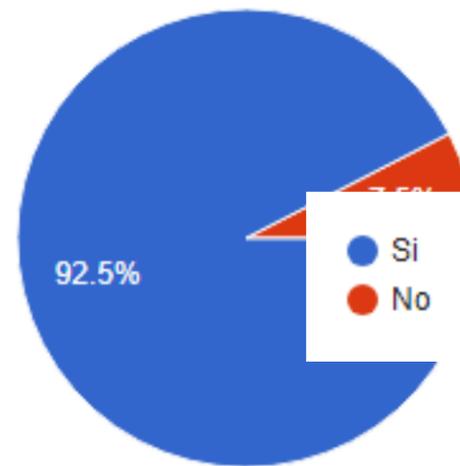
- No compraría el libro por que tiene textos extensos.
- No compraría el libro por que solo tiene imagenes.
- No compraría el libro por que es similar a uno que tengo en mi casa.
- No compraría el libro por que vale demasiado.
- No compraría el libro por que su cubierta no es llamativa.



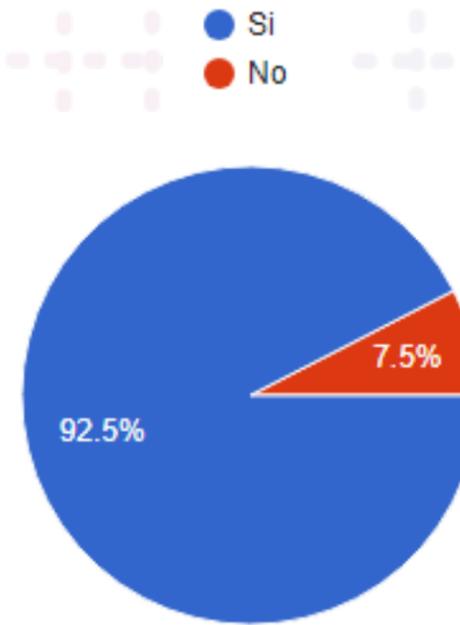
¿Qué característica, haría que usted no comprará un libro de la historia del traje y la moda?



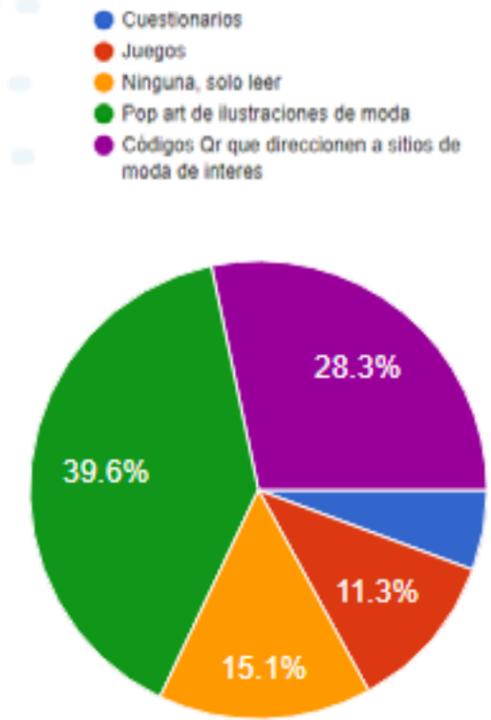
¿Reconoce usted alguno de estos 5 libros de historia de la moda?



¿Qué característica infaltable debería tener el libro de historia del traje y la moda de sus sueños? Descríbala en una oración corta

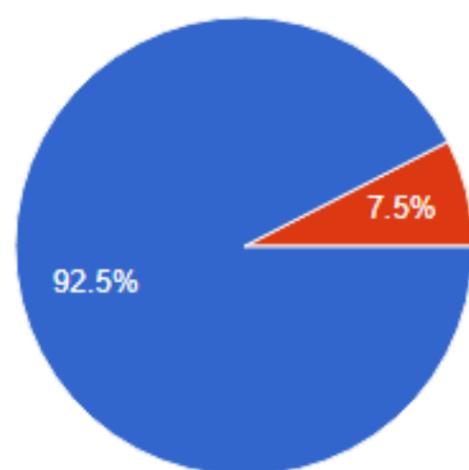


¿Compraría usted un libro interactivo sobre la historia del traje y la moda como el libro interactivo expuesto en las imágenes?



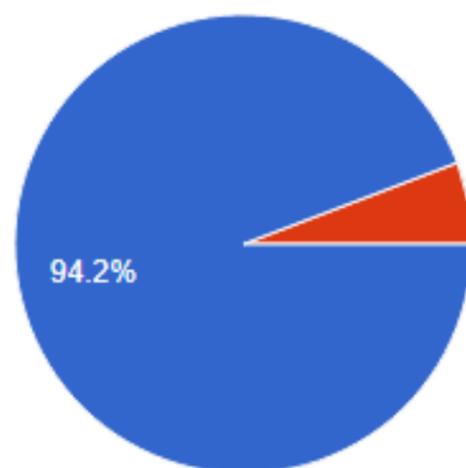
¿Qué tipo de actividades te gustaría realizar mientras lees un libro interactivo de las historia del traje y la moda?

● Si
● No



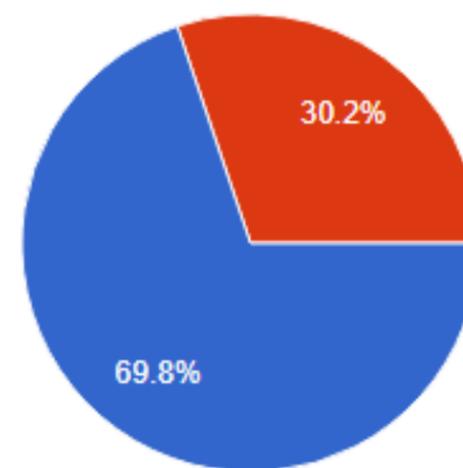
¿Te gustaría que el libro interactivo incluyera enlaces a recursos adicionales como libros, películas o sitios web relacionados con la moda histórica?

● Si
● No



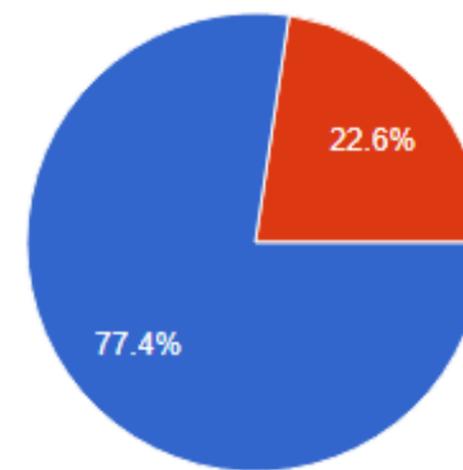
¿Te gustaría que el libro interactivo incorporará elementos de realidad aumentada o virtual para una experiencia más inmersiva?

● Si, sería más útil.
● No, Prefiero la versión impresa.



¿Compraría usted un libro de la historia del traje y de la moda que tenga una versión digital?

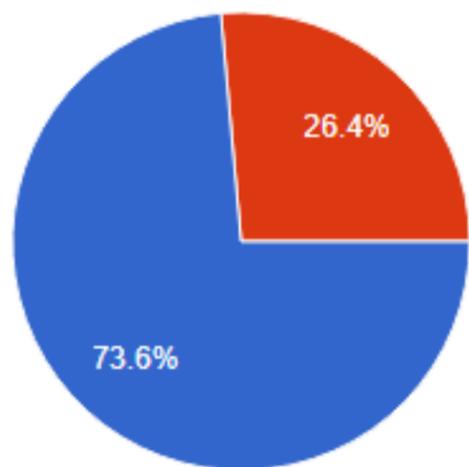
● Si
● No



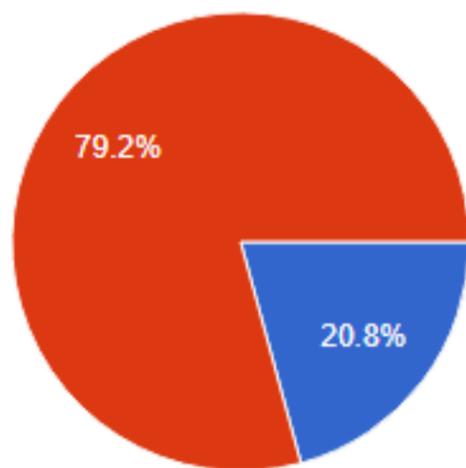
¿Le gustaría un libro de la historia del traje y la moda con actividades que se propongan en el libro impreso, pero que deban ser resueltas en un medio digital?

● Si
● No

● Si
● No

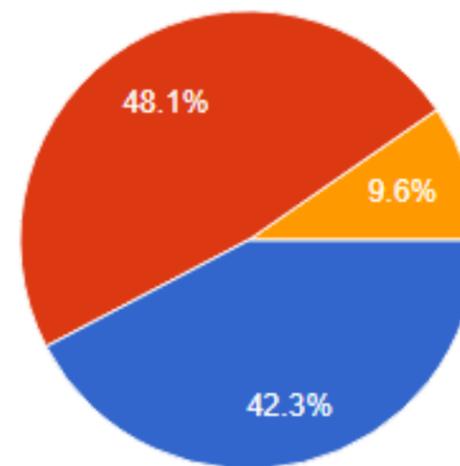


¿Le gustaría un libro de la historia del traje y la moda que tenga un tipo de interacción externa en alguna red social?



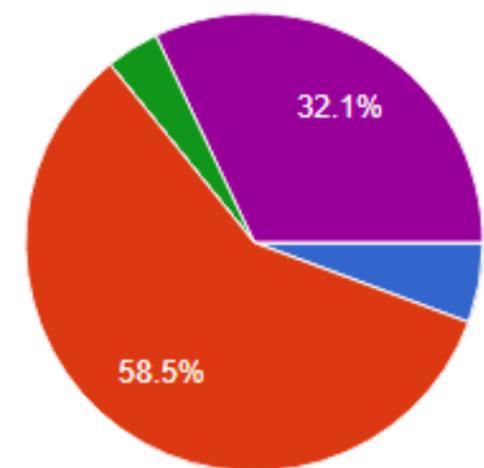
¿Ha leído un libro de moda o de historia del traje y la moda, que venga incluido con un juego?

● Conocimiento historico
● Inspiració para el diseño
● Entretenimiento interactivo



¿Qué esperarías aprender o experimentar a partir de un libro transmedia sobre la historia del traje y la moda?

● Facebook
● Instagram
● Twitter
● Tik Tok
● Pinterest
● Watsapp

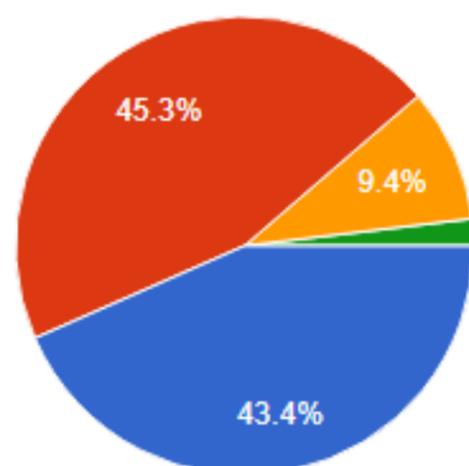


¿A cuál aplicación le invierte usted más tiempo para ver contenido de moda?

DIMENSIÓN INTER DISCIPLINARIA DEL PROYECTO



- 100.000 a 200.000 pesos
- 250.000 a 350.000 pesos
- 400.001 a 550.000 pesos
- 600.001 y +



¿Cuánto pagaría por un libro interactivo de la historia del traje y la moda, con recursos transmedia y un juego didáctico?

Modex explora las disciplinas del Diseño como lo son la ilustración, ficha principal del proyecto, en el que se encuentran elementos de diversidad y representación, al incluir personajes de todas las edades, individuos con discapacidad, al hacer homenaje a todo tipo de pieles, pero sobre todo por aludir a las identidades de género.

Dentro del diseño también encontramos la diagramación, en el que se plantearán elementos gráficos con una narrativa ambienta en un

viaje en el tiempo, hecho que será reforzado con elementos de inteligencia artificial sin violar los derechos de autor, configurándose en una pieza futurista que ahondara en la próxima disciplina: la historia, esas que como dijo Napoleón Bonaparte una vez "El que no sabe su historia está condenado a repetirla", frase que confirma uno de los propósitos del proyecto lograr que los diseñadores creen a conciencia y con datos certeros que se justifiquen en la historia.



RESULTADOS ESPERADOS E IMPACTO DE LA INVESTIGACIÓN

Una gran experiencia transmedia que empieza desde el libro, pero que a través de sus páginas no es más que una máquina del tiempo, que transporta al lector a otras dimensiones interconectadas.

La misión es que el diseñador se sumerja en el mundo de la historia y que salga de ahí con un conocimiento significativo. No hay discriminación alguna de ningún tipo, aunque claramente está enfocado en diseñadores de moda, cualquier persona quien le interese este mundo, experimentará un libro diferente de leer.

Su impacto va desde ilustraciones super detalladas que representan en un alto porcentaje el estilo característico de cada época, con diversidad y

representación. Estas treinta y nueve ilustraciones no son el punto final, son el principio de un proyecto que espera expandirse a nuevas fronteras, como la vestimenta masculina y otros estilos característicos de mujeres o individuos de estas épocas que por cuestiones de tiempo no se puede lograr.

Sumado a esto una clasificación de prendas, accesorios, peinado, maquillaje y paleta de color por cada época, siempre tratando de incluir la información más certera posible, fiel a la realidad de aquellas fechas en específico, que podrán ser experimentadas a través de una narrativa transmedia, que se espera sea nutrida por muchas personas en un futuro.



LISTADO DE REFERENCIAS

Scolari, C. (2013)
Narrativas Transmedia.
Editorial Grupo Planeta. P. P. 351.

Ambrose, G. Harris, P. (2008).
Diccionario visual de la moda.
Editorial Gustavo Gilli. P.P.

Fogg, M. Steele, V. (2022). Moda,
Toda la historia. P.P.
Editorial Blume. P.P. 576

Dior, C. (1954).
The little dictionary of fashion.
V&A Editions. P.P. 128

Davidson, H. (2019).
Fashion, New Edition: The definitive visual
guide (DK Definitive Cultural Histories).
DK. P.P. 480

Suoh, T. Iwagami, M. Koga, R. Nii, R. (2015).
Fashion: A History from the 18th to the 20th
Century: The collection of the Kyoto
Costume Institute. Taschen,
Bibliotheca Universalis. P.P. 645

Racinet, A. (2015). The costume History.
Bibliotheca Universalis. P.P.752

Edwards, L. (2021).
How to Read a Dress: A guide to changing
Fashion from the 16th to the 21st Century.
Bloomsbury Visual Art. P.P 280

Kretschmer, A. Rohrbach, K. (2007).
Pictorial Encyclopedia of Historic Costume:
1200 Full- Color Figures
(Dover fashion andcostumes).
Dover Publications, Inc. P.P 112

Black, A. (2014).
The fashion Book: Create your own cool
looks from the story of style.
DK Children. P.P 160

Slinkard, P (2020).
The women who revolutionized Fashion:
250 years of Design.
Rizzoli Electa. P.P 160

Heimann, J. Nieder, A. (2016).
20th-Century Fashion.
Taschen American Llc. P.P .587

Smith, K. (2023).
Real clothes, Real Lives: 200 Years of
what Women Wore (Smith College
Historic Clothing Collection).
Rizzoli Electa. P.P. 256

Phaidon Phaidon Editors. (2022).
The fashion book: Revised and
Updated Edition. P.P.584

Cumming, V. Cunningham,
C. Cunningham, P. (2022). The
Dictionary of Fashion History.
Bloomsbury Visual Arts. P.P.384

Harper by Design. (2024).
Audrey Hepburn: Icons of style, for fans
of Megan Hess, TheLittle Booksof Fashion
and the Complete Catwalk Collections.
P.P.96

Fiell, C. (2021).
1940'S Fashion Sourcebook
(Fashion Sourcebooks).
Welbeck Publishing. P.P 512

Matthews,M. (2018).
A Victorian Lady's Guide to Fashion
and Beauty.
Pen & Sword History. P.P. 165

Laver, J. (2020).
Costume and Fashion: A
concise History (World of Art).
Thames & Hudson. P.P. 320

Fashionary. (2016).
Fashionpedia- The visual Dictionary
of Fashion Design.
P.P. 336

Fashionary. (2020).
Textilepedia / anglais.
P.P. 248

Carter, G. (2013).
Graydon Carter: Vanity Fair 100 años:
de la Edad Jazz para nuestra
Edad. Harry N.Abrams.
P.P. 456

Davidson, H. (2023).
Jane Austen's Wardrobe.Yale
University Press.
P.P. 240.

Graham,A. (2018).
Art: The Definitive Visual Guide
(DK Definiive Cutral Histors).
DK Editorial. P.P. 612

Eco, U, (2009).
Historia de belleza, Barcelona,
Editorial Lumen. P.P. 438

Eiseman,L;Recker,K.(2011). Pantone The 20th Century in Color. Chronicle Books. P.P. 290.

Romarate, A (2023, octubre 10), Historias de ana. Blog de arte y diseño. <https://artpower-ana.blogspot.com/>

Melero, R (2023, junio 18), Generació mod. La máquina del tiempo. <https://maquina-del-tiempo.blogspot.com/2006/07/generacin-mod.html>

Heller, E. (2010). Psicología del color. GG. <https://editorialgg.com/psicologia-del-color-libro.html>

Gail, B.(2011). Manual de tejidos para diseñadores de moda.Parramón Barcelona. <https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/73896>

Lipovetsky, S.(1996). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Anagrama S.A.<https://paradigmasdelpensamiento.files.wordpress.com/2014/12/lipovetskygilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf>

Riello, G. (2012). Breve historia de la moda: Desde la Edad Media hasta la actualidad. GG. http://www.librosmaravillosos.com/brevehistoriadelamoda/pdf/Breve_historia_de_la_moda_-_Giorgio_Riello.pdf

Museo del traje de España, Clásicos de la colección. <https://museodeltrajevirtual.com/la-moda-en-la-historia/#clasicos>

The Metropolitan Museum of Art. Clásicos de la colección. <https://www.metmuseum.org/art/collection>

Emmerich, R.(2008).*10.000*.Estados Unidos: Warner Bro Studios.

Chapman, M. (1986).*Clan del oso cavernario*. Estados Unidos: Warner Bros Studios.

Gottlieb, C. (1981). *Cavernícola*. Estados Unidos: Turman-Foster Company

Omar,L. (2015).*La maldición de Meopotamia*. Iraq: Lauand Omar Productions.

Garavi, T. (2023). *La reina Cleopatra*. Proyas, A. (2016). *Dioses de Egipto*. Estados Unidos: Summit Entertainment.

Amenábar, A. (2009). *Agora*. España: Focus Features, Sogepaq, Telecinco Cinema.

Anderson, P. (2014). *Pompeya* Estados Unidos: Constantin Film

Reynolds, K. (2016). *Resucitado*. Estados Unidos: Affirm Films LD Entertainment

Macdonal, K. (2011). *La legión del águila*. Estados Unidos: Focus Features.

Eggers, R. (2022). *El hombre del norte*. Estados Unidos: Focus Features Searchlight Pictures, Regency Enterprises, Perfect World Pictures, Square Peg.

Hoar, P. (2022). *El ultimo reino*. Reino Unido: Carnival Films para, la BBC, Netflix.

Sahin, E. (2020). *El ascenso de un imperio: Otomano. Turquía: Pictures Netflix Studios¿STX Entertainment.

Michod, D. (2019). *El rey*. Estados Unidos, Australia: Plan B Entertainment, Porchlight Films, Blue-Tongue Films.

Rourke, J. (2018). *Las dos reinas*. Estados Unidos, Reino Unido: Working Title Films, Focus Features, Perfect World Pictures.

Maiwenn. (2023). *Jeanne Du Barry*. Francia: Why Not Productions.

Binisti, Th. (2008). * Versailles: El sueño de un rey*. Francia: K'ien Productions.

Coppola, S. (2006). *Maria Antonieta*. Estados Unidos: American Zoetrope.

Mottez, V. Mignot, P. (2023).* Vencer o morir*. Francia: Puy du Fou Films.

Myheritage (2024).Animación generada por inteligencia artificial. Myheritage. <https://www.myheritage.es/deep-nostalgia>.

AiCanva (2024) Imagen creada con inteligencia artificial. CanvaAi. https://www.canva.com/es_co/generador-imagenes-ia/

Newarcai (2024). Imagen creada con inteligencia artificial. Newarcai. <https://www.newarc.ai/>

Freepik (2024) Imágenes. Freepik. <https://www.freepik.es/>

Scott, R. (2023). *Napoleón*. Estados Unidos: Scott Free Productions.

Wright, J. (2012). *Anna Karenina*. Reino Unido: Working Title Films.

Engler, M. Richardson, S. (2022). *La edad dorada* Estados Unidos: Universal Television, HBO..

Polanski, R. (2019). *Un oficial y un espía* Francia: Légende Films, R.P. Productions, Eliseo Cinema.

Luhrmann, B. (2013). *El gran Gatsby*.

Estados Unidos: Bazmark Productions, Red Wagon Entertainment.

Larrain, P. (2016). *Jackie* Estados Unidos, Chile, Francia: LD Entertainment, Fabula, Why Not Productions.

