

El rol del Diseño Gráfico en el sector de la Moda¹

Autor: David M. Orjuela.²

Resumen

El presente artículo de investigación se basa en la falta de oportunidades laborales de Diseño, y la sustentación de cómo dos disciplinas artísticas, el Diseño Gráfico y el Diseño de Modas, pueden hacer simbiosis, enfocado principalmente en demostrar que el Diseñador gráfico también puede adaptarse a dicha industria y el cómo puede involucrarse allí aportando su experiencia en el campo del Diseño para el desarrollo de un proceso creativo en cualquier proyecto de moda. Trabajando una metodología de investigación descriptiva, con un enfoque cualitativo en donde se realizaron preguntas a ambos perfiles, para determinar si están conscientes de la dinámica que pueden desarrollar en conjunto y si están dispuestos a relacionarse y crear un vínculo que se vuelva recíproco a la hora de trabajar juntos, aportando conocimientos el uno al otro. También se crea un ejemplo de prototipo de campaña, identidad y línea gráfica para una presunta marca de moda en la que se vea reflejado el rol del diseño gráfico en el sector de la moda.

Palabras Clave

Diseño Gráfico, Moda, Creatividad, Comunicación Gráfica, Entorno.

Abstract

This research article is based on the substantiation of how two artistic disciplines, Graphic Design and Fashion Design, can make symbiosis, mainly focused on demonstrating that the Graphic Designer can also adapt to this industry and how he can get involved there by contributing his experience in the field of Design for the development of a creative process in any fashion project.

¹ Trabajo de grado en el nivel de Tecnología en Expresión Gráfica y Publicaciones.

² Autor: Estudiante de Diseño Gráfico, Nivel Tecnólogo, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN Regional Tolima. Correo: david.orjelagi@cun.edu.co

Working a descriptive research methodology, with a qualitative approach where questions were asked to both profiles, to determine if they are aware of the dynamics that can develop together and if they are willing to relate and create a link that becomes reciprocal when working together, providing knowledge to each other.

also an example of a prototype campaign, identity and graphic line for an alleged fashion brand is created, in which the role of graphic design in the fashion industry is reflected.

Key Words

Graphic Design, Fashion, Creativity, Graphic Communication.

Introducción

El diseñador gráfico se define como un comunicador de ideas, es quien ve la necesidad de representación, toma un concepto y le da vida por medio de distintos mensajes visuales, lo cual no se aleja del diseño de modas, que más allá de ser simples prendas que cubren el cuerpo, cuando se le da verdadera importancia se convierte en un identificador visual de la personalidad y el estilo de cada individuo, siendo la vestimenta el instrumento para exteriorizar sus sentimientos, sus ideales y filosofía de vida, sus gustos y la visión que tiene y ha ido construyendo de sí mismo.

El diseño gráfico es una profesión que busca la resolución de problemas mediante la creatividad y que facilita la comunicación, mejorando así la calidad de vida de las personas dentro del contexto social en que se desarrollará, esto mediante estrategias de comunicación gráfica y mensajes visuales innovadores, fundamentados en procesos de investigación y procesos creativos, haciendo uso de un sentido ético y estético en diferentes campos de acción en la sociedad llevando siempre un mensaje efectivo.

Por lo anterior, se planteó la siguiente pregunta: **¿Puede un Diseñador Gráfico desempeñarse en el campo de la moda y de qué manera se involucraría?**

OBJETIVOS

Objetivo general

Identificar el papel que puede jugar el diseñador gráfico en el sector de la moda y cómo mediante sus habilidades puede aportar a su proceso.

Objetivos específicos

- Identificar los conocimientos del diseñador gráfico, y esas habilidades que pueden relacionarlos con los diseñadores de modas, así como los procesos que puede llevar a cabo para aportar desde su profesión a cualquier proyecto de moda.
- Incentivar a los diseñadores a ampliar su visión de trabajo, aportando su talento en un campo de Diseño diferente al suyo en el que tal vez no reconocían una oportunidad de desempeño para su creatividad.
- Generar un mayor reconocimiento para esta gran profesión, demostrando que contrario a lo que muchos piensan los diseñadores gráficos tienen muchos campos en los que aportar su trabajo.
- Diseñar un prototipo de estrategia creativa para una marca o línea de ropa, en la que se evidencie el desempeño del diseño gráfico en este sector.

Metodología

El tipo de estudio que se trabaja es el de Investigación descriptiva, usando un enfoque de investigación cualitativo hermenéutico, teniendo en cuenta la implementación de un guión de preguntas como instrumento para la realización de entrevistas que reflejen el contexto y la visión del sujeto en cuestión (Diseñador Gráfico y Diseñador de Modas).

La población está centrada en las edades de 20-40 años, refiriéndonos a los diseñadores gráficos y de modas jóvenes que podrían aportar su visión a la moda y quienes ya tienen cierto recorrido en los sectores que se trabajan.



Figura 1. *Entrevista cualitativa*

Fuente: *Gasca, Zaragoza. (2014) Gráfica del libro 'Designpedia'*

Se determinaron 4 entrevistas, siendo dos personas por ambos perfiles de Diseño:

Alexander Liberato: Diseñador de Modas.

Yiscella Giraldo: Diseñadora de Modas.

Michelle Castro: Estudiante de Diseño Gráfico.

Gabriela Bonilla: Estudiante de Diseño Gráfico.

Esta fue la estructura de preguntas propuesta para la entrevista:

- 1) ¿Para ti qué es el Diseño, como lo defines?
- 2) ¿En qué manera aporta tu profesión a la sociedad?
- 3) ¿Crees que dos disciplinas del diseño como lo son el Diseño Gráfico y el Diseño de Modas pueden tener relación alguna?
- 4) ¿Consideras que el Diseño gráfico puede aportar significativamente al sector de la moda, por qué? (**Modas**)
- 4) ¿Consideras que tu conocimiento se puede aplicar en el ámbito de la moda, por qué? (**Gráfico**)
- 5) ¿Estarías dispuesto a colaborar en un proyecto de moda de la mano de un diseñador gráfico? (**Modas**)
- 5) ¿Estarías dispuesto a colaborar en un proyecto de moda? (**Gráfico**)
- 6) ¿Qué competencias crees que te pueden hacer necesario para el sector de modas? (**Gráfico**)

6) ¿Cómo es el proceso de creación de un proyecto o línea de moda, de qué forma puede intervenir el diseñador gráfico en todo el proceso? (**Modas**)

A su vez, se toma como un instrumento de investigación la realización de un prototipo de Diseño para el establecimiento de una campaña de una marca de moda, evidenciando el rol que tendría el diseñador gráfico en el lanzamiento de una colección.



Figura 2. *Prototipo para mostrar*

Fuente: *Gasca, Zaragoza. (2014) Gráfica del libro 'Designpedia'*

Las fases de desarrollo del proyecto se dividen en una previa documentación del objeto de estudio y por qué se está abarcando, pasando luego a la elaboración del documento de investigación mediante la búsqueda de referentes bibliográficos y la orientación de la docente. Al identificar la línea de investigación basada en las industrias culturales y creativas, no enfocado en la creación de empresa sino en el sector mismo, siendo el de “diseños y servicios creativos” que engloba al diseño gráfico y de moda así como otras disciplinas relacionadas, se busca mediante el proyecto visibilizar las grandes capacidades del Diseñador gráfico para desempeñarse en un campo textil, y como desarrolla su visión desde sus conocimientos adquiridos para aportar en dichos procesos.

Cuerpo Teórico

MODA Y DISEÑO

El Diseño se define como una actividad creativa con un determinado objetivo de comunicación, mediante mensajes visuales que lo representen, y con base en una problemática o necesidad de usuario; todo esto pensado en crear un producto funcional y estético, siendo esta una definición universal tanto para el Diseño Gráfico como el Diseño de Modas. La innovación también juega un papel importante y el cómo pueden desarrollar productos nuevos mediante diferentes puntos de inspiración y referencias, así como los diferentes factores que influyen en el tema a trabajar.

La industria de la moda abarca todo aquello que se vende en una tienda con o sin marca reconocible. Los diseñadores de moda son a la vez product managers (gestores de producto) e innovadores. Sin embargo, el negocio de la moda no se sustenta únicamente en la función del diseño: distintos ámbitos como la predicción de tendencias, el desarrollo de producto, y la fabricación, entre otros. (Kim, 2016. p.62)

En el área de la moda es algo común la interacción entre diseñadores de moda y diseñadores gráficos, que al unirse y mezclar sus conocimientos, trabajan para originar diseños innovadores, exclusivos, rentables y reproducibles. Como lo menciona Missé (2016) “El Diseñador Gráfico no está alejado totalmente de esta necesidad de configurar la realidad y dotarla de símbolos que condensan conceptos, ideologías o expresiones” (p. 1)

En los años 60’s la revolución del movimiento Hippie crea prendas que reflejan ideales y filosofías no totales de una gran población pero sí los suficientes para marcar una época en el transcurso de la historia. Una vez más notamos como la moda y las prendas adquieren valores iconográficos muy grandes. (Missé, 2016. p.8)

No todas las personas utilizan a la moda para comunicarse sabiendo que las prendas pueden ser usadas como un sistema de comunicación increíblemente contundente en cada 30 individuos, donde la creación de códigos visuales llega a ser una necesidad en el sujeto (Angoa, 2016 citado en Missé, 2016, p. 34)

En la industria de la moda, el diseñador gráfico puede hacerse un espacio haciendo uso de sus conocimientos en estética y cultura; y claramente en las técnicas de estampación para el diseño gráfico textil (Serigrafía, vinilo textil, sublimación, plastisol) y su habilidad con las herramientas digitales para crear piezas visuales llamativas que comuniquen un mensaje tomando diferentes conceptos de códigos culturales tanto estéticos, religiosos o políticos; “Los códigos comunicativos creados por medio del dibujo y el diseño sobre la prenda hablan de contextos y realidades sociales o individuales”. (Missé, 2016. p.8)

BRANDING DE MODA

El diseño gráfico tiene la invaluable labor de unir los productos de una marca de moda, el mensaje de marca y el estilo de vida que intentan vender para formar una identidad de marca distintiva que sitúe a una marca de moda por delante de su competencia.

Por ejemplo, qué sería de Chanel o Luis Vuitton sin sus icónicos logotipos que los identifican, sus campañas, su estilo visual, y esa aura que transmite a su audiencia mediante su imagen de marca; todo esto es trabajo del diseño gráfico, que configura el ingenio y visión del diseñador de moda para transmitir ese mensaje al público. (AxiomaCero, 2014).

El uso de todos estos elementos gráficos no se limita a la ropa, sino que también puede verse en accesorios, materiales impresos, medios digitales e incluso en películas. (...) Todas las grandes empresas de moda han contado con un director creativo encargado de crear invitaciones especiales, lookbooks, empaques, campañas publicitarias y diseños de tienda para dar un ‘look completo’, un estilo visual claro y general para enfatizar y acentuar la imagen y la firma del diseñador. (Teunissen, 2013)

(Hess, 2010 citado en West, 2010) una pieza gráfica tan sencilla como una etiqueta demuestra a la perfección la necesidad que tiene la industria de la moda de incluir el poder de la comunicación visual en sus colecciones.

Hay muchos conocimientos de diseño gráfico que beneficiarán a un diseñador de moda. De hecho, los estudiantes de diseño de moda siempre colaboran con estudiantes de diseño gráfico durante los desfiles de moda para crear el ‘background’ y las instalaciones de los desfiles. La

instalación, la escultura y el multimedia para un desfile de moda forman parte del diseño gráfico. No podemos separar el diseño gráfico de la moda. (Bindaniri, 2019 citado en ‘The unbreakable bond between graphic design and fashion’, 2019)

Otro aspecto crucial en el que los diseñadores gráficos desempeñan un papel importante es estar al día y en sintonía con las últimas tendencias y técnicas. (...) Por ejemplo, las publicaciones en las redes sociales deben incluir las últimas fuentes, diseños y filtros, por nombrar algunos. De este modo, las marcas y los sellos de moda se mantienen al día y son relevantes en un sector que cambia constantemente. (Xquissive, s.f.)

La relación entre el diseñador británico Paul Smith y el estudio de diseño ‘Aboud Creative’ dirigido por Alan Aboud es un claro ejemplo de la gran conexión que se puede generar en este ámbito.

Mi trabajo era totalmente ajeno a la moda, no figurativo, era la verdadera antítesis de lo que se podía esperar. Pero Paul tiene el don de elegir a la persona ‘equivocada’. Es una forma de trabajar obtusa pero intuitiva, (...) No puedo explicar por qué o cómo seguimos trabajando juntos, es simplemente un vínculo que tenemos. No hay informes escritos; suele ser sólo una foto o una nota garabateada. Sé intuitivamente lo que quiere y puedo ponerme manos a la obra. Creo que eso es lo que le hace feliz. (Aboud, 2010 citado en Banks, 2014)

PROCESOS GRÁFICOS EN LA MODA

El procedimiento de materialización de la idea para cada prenda según los ideales de la marca, se logra mediante la implementación de las técnicas que hacen parte del campo de acción del Diseñador gráfico “Para lograr diseños innovadores creando los efectos y apariencia deseada, guiados a transmitir el concepto de la marca, se puede contar con una infinidad de técnicas serigráficas y de estampación de varios materiales” (Kim, 2016. p.36)

Beltrán (2015) explica que:

La serigrafía es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material, y consiste en transferir tinta a través de

una malla tensada en un marco, el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta.(...)
En el mercado textil comenzó utilizándose para repetir estampados en telas, más adelante como un fin en sí mismo, ya como objeto de arte, hoy en día mucho más utilizado en el estampado de camisetas o remeras, con el desarrollo espectacular que han tenido las tintas, se imprime sobre los tejidos sintéticos sin temor a que se desprendan las tintas. (p. 18)

Generalmente, esta técnica se utiliza en el diseño gráfico con un enfoque más publicitario, para hacer propaganda a alguna empresa o marca, y no tanto como una expresión artística, en donde el diseñador da rienda suelta a su creatividad para crear mensajes visuales únicos y llamativos como parte de su ingenio. También se destaca la técnica rotativa:

Esta técnica se basa en una serie de cilindros de fina malla metálica, en cuyo interior hay una regleta que empuja la pasta para estampar a través de la malla hasta el tejido. El dibujo se graba con láser desde el ordenador sobre la malla metálica o se insola mediante un proceso fotográfico. (Avendaño et al. 2018, p. 41)

Finalmente, otra de las técnicas de estampación más conocidas es la de estampado por transferencia de calor, también conocida como sublimación.

La sublimación es una técnica que transfiere la imagen que se imprimió previamente en un papel, hacia un soporte que tolere la adhesión polimérica mediante calor. Este proceso permite que la tinta pasa de un estado sólido a líquido y es en este instante cuando se queda en la tela. (Ponce, 2018)

ILUSTRACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO TEXTIL

Un caso en el que estas actividades se unieron y marcaron un hecho importante para el desarrollo de la relación entre ambas disciplinas fue el de Jordi Labanda, el reconocido ilustrador editorial y publicitario, quien irrumpió en el mercado textil al destacarse por sus famosas ilustraciones de mujeres sofisticadas, resaltando la belleza, la moda y la vanidad, llegando a trabajar para grandes

marcas y revistas de moda. En la actualidad se ve como diferentes casas de moda y marcas reconocidas tales como 'Miu Miu' trabajan en conjunto con ilustradores para crear los estampados de sus colecciones. (Ruiz, 2018)

Para la creación de un estampado textil los diseñadores gráficos o ilustradores se inspiran en un determinado tema y crean un concepto que lo identifique, para luego, basados en las leyes de composición convertirlo en un patrón que muestre una secuencia natural y tenga constancia para plasmarlo en el vestuario mediante las técnicas de estampación digital, sublimación o la rotativa. (Montoya, 2019)

Como su nombre lo indica, el diseño gráfico textil es esa rama que se encarga de todo el aspecto netamente Gráfico de los productos textiles; Como los dibujos, fuentes o logotipos que intervienen en la elaboración y presentación de un producto textil. (...) Es decir, Un Diseñador Gráfico Textil es el encargado de los patrones que las personas ven plasmados en sus cojines, el mantel en su mesa, los dibujos y fotografías de sus camisetas favoritas e inclusive de los logos y coberturas de la ropa interior. (Moreno, 2021)

Resultados

Respecto a los datos obtenidos mediante el instrumento metodológico de la entrevista, se obtuvieron coincidencias y a su vez diferencias en las respuestas y puntos de vista de ambos perfiles disciplinarios, presentados a continuación:

1) ¿Para ti qué es el Diseño, como lo defines?

Aquí ambos perfiles coinciden y resaltan tres palabras principales: *creatividad, innovación y entorno*; se trata de una herramienta de comunicación creativa siempre pensada en generar un bien común en el entorno, innovar siendo funcional.

2) ¿De qué manera aporta tu profesión a la sociedad?

Las dos disciplinas desarrollan ideas que buscan satisfacer las necesidades del usuario, que se identifiquen con sus pensamientos, creando conciencia en ellos mismos frente a su entorno y mejorando en muchas ocasiones su calidad de vida.

- 3) ¿Crees que dos disciplinas del diseño como lo son el Diseño Gráfico y el Diseño de Modas pueden tener relación alguna?

Todos concuerdan en que sí, se relacionan de manera que se persigue la comunicación efectiva de un mensaje deseado, son procesos creativos con diferente enfoque que combinan la imaginación e investigación para un fin determinado.

- 4) ¿Consideras que el Diseño gráfico puede aportar significativamente al sector de la moda, por qué? (**Modas**)

Los dos diseñadores de modas expresan que sí, porque complementa todas las ramas del diseño de modas, como en marketing, producción, desarrollo textil, entre otras, reflejando las ideas del diseñador de modas.

- 4) ¿Consideras que tus conocimientos se pueden aplicar en el ámbito de la moda, por qué? (**Gráfico**)

Según los diseñadores gráficos si es posible, porque cuentan con la habilidad para dar forma a un concepto y entender lo que se quiere expresar, mediante una efectiva comunicación de marca.

- 5) ¿Estarías dispuesto a colaborar en un proyecto de moda de la mano de un diseñador gráfico? (**Modas**)

Los dos están de acuerdo en hacerlo, puesto que resultaría en un mejor desarrollo trabajado de manera conjunta, dando como fruto algo mucho más elaborado que tenga la capacidad de atraer al público objetivo.

- 5) ¿Estarías dispuesto a colaborar en un proyecto de moda? (**Gráfico**)

Ambos entrevistados dicen que sí, ya que les daría una nueva experiencia y les aportaría nuevos conocimientos, incluyendo la forma en que se comunica el lenguaje de la moda.

- 6) ¿Cómo es el proceso de creación de un proyecto o línea de moda, puede intervenir de alguna forma el diseñador gráfico allí? (**Modas**)

Primero que todo se hace una investigación, se identifica el público objetivo y otros factores como las tendencias, paleta de color y texturas; para luego hacer un moodboard y así pasar a fase de bocetación de la propuesta, luego se realiza el figurín, el proceso de patronaje y la confección, para finalmente ir a pasarela; y por ejemplo si es producción en masa, el desarrollo comunicacional estaría enlazado directamente con el diseño gráfico con los procesos en redes, impresión, fotografía, etc.

- 6) ¿Qué competencias crees que te pueden hacer necesario para el sector de modas? (**Gráfico**)

La capacidad de poder representar el lenguaje de la moda mediante campañas de marketing que hagan del producto de moda una experiencia completa, el buen manejo de la teoría y paleta de color; también está el diseño de estampados, editorial de moda, creación de portafolio (lookbook en moda) en si la mayor difusión del producto.

PROTOTIPO DE CAMPAÑA

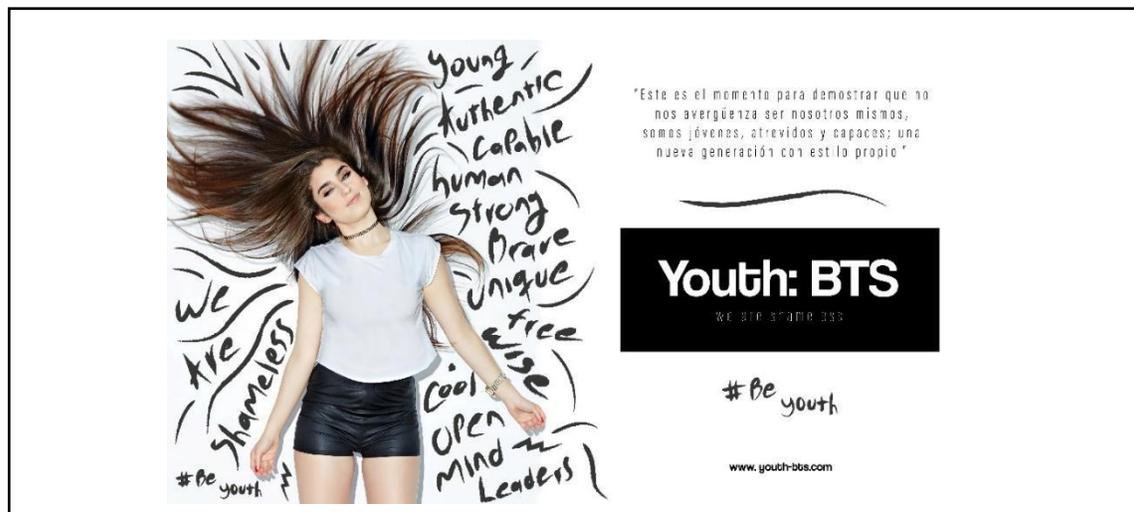


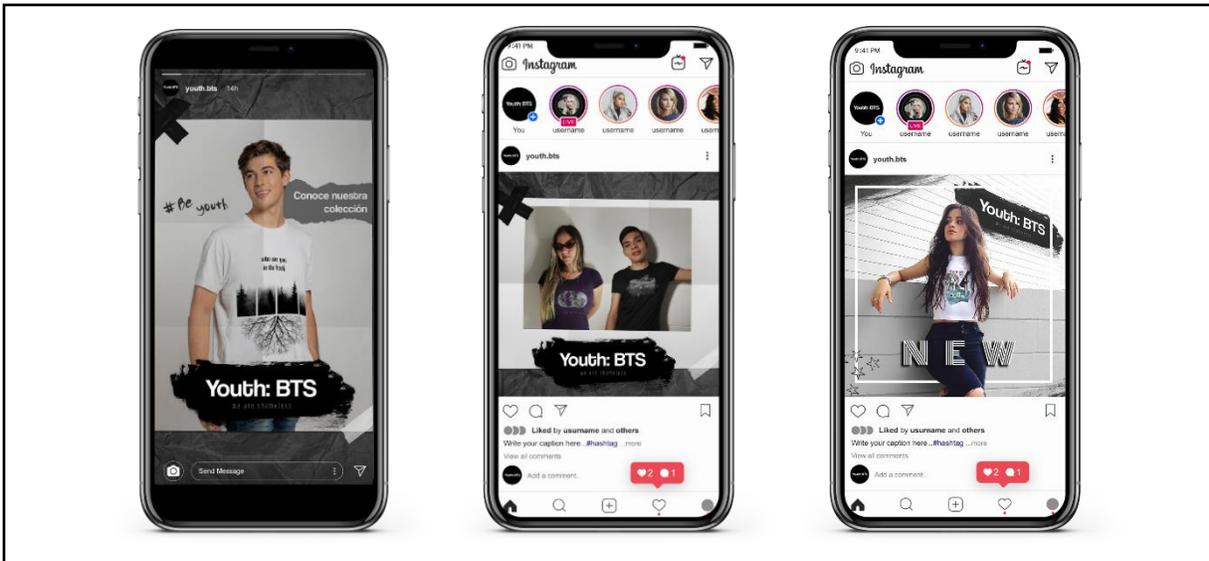
Figura 3. Banner publicitario de la presunta marca.

Fuente: *Elaboración Propia*



Figura 4. *Mockup Segundo banner publicitario de la presunta marca.*

Fuente: *Elaboración Propia*



Figuras 5, 6 y 7. *Publicidad para la red social Instagram.*

Fuente: *Elaboración Propia*

Se realiza un prototipo de lo que sería el proceso de branding y la campaña publicitaria para la difusión de una nueva marca de ropa juvenil, manejando una línea gráfica enfocada en la atracción del público objetivo, y mostrando la estrategia creativa que puede implementar un diseñador gráfico a determinado proyecto de moda.

Discusión

La investigación realizada y las entrevistas aplicadas permitieron determinar varias cosas en cuanto a los resultados y lo que significan. En la primera pregunta decían que el Diseño se trata de creatividad para conceptualizar y entender el entorno, pero también aportarle algo nuevo, como menciona Missé (2016) “Se busca entender e identificar aquellos lenguajes y códigos culturales que el individuo usa para comprender su entorno desde una perspectiva más íntima” (p. 50)

En la segunda pregunta, se habla de su aporte a la sociedad, en donde mencionan que se enfocan en las necesidades que allí encuentran, siendo ese el punto de partida para cualquier propuesta de Diseño, “El diseño es inicialmente una respuesta a problemas o necesidades de los usuarios” (qepd, 2013 citado en Carvajal, 2017)

Posteriormente en la tercera pregunta, se cuestiona la relación entre las dos disciplinas involucradas en este proyecto, en donde de forma unánime confirman la pregunta, indicando que tienen similitudes en sus procesos, que buscan la comunicación de un mensaje y que ambos perfiles tienen como principal herramienta de trabajo la creatividad.

Seguido a esto, en la cuarta pregunta para diseño de modas se concluye que el diseño gráfico si complementa al diseño de modas, en diferentes procesos:

Se trata de un trabajo en equipo junto con el diseñador de modas, en cual, el proceso creativo intervienen elecciones en texturas de telas, sus componentes, colores, diseño de serigrafía, construcción de la playera, tendencias que estén surgiendo en el momento, lo

que la competencia directa esté vendiendo, entre otros factores importantes. (Kim, 2016. p.8)

La cuarta pregunta para diseño gráfico es desde su perspectiva, qué pueden aportar ellos al sector de la moda, mencionando la comunicación de marca como eje principal, y que interpreta y da forma a un concepto:

El diseñador gráfico es el profesional capaz de sintetizar un concepto y transmitirlo a golpe de trazo, tan solo usando elementos visuales. (...) es capaz de conceptualizar campañas completas y preparar los materiales visuales más efectivos para transmitir toda una cadena de ideas (CursosyPostgrados.com, s.f.)

Respecto a la quinta pregunta de la entrevista para ambas disciplinas se menciona la buena voluntad de trabajar en equipo, estando todos de acuerdo al obtener resultados mucho más óptimos en conjunto.

En la sexta y última pregunta para el diseño de modas se averiguan los aspectos básicos del proceso de creación para una línea de moda, evidenciando procesos similares a los que el diseño gráfico usa para hacer un proyecto o una estrategia creativa mediante métodos como el 'Design Thinking' resaltando la herramienta de moodboard; mencionando también otros procesos de gran importancia para el desempeño exitoso del producto como la difusión y publicidad en las redes y otros medios, "En el momento en que se ha creado el mensaje debe haber alguien que lo haga llegar al mundo de la forma más conveniente y memorable." (Taylor, 2020. p.1)

Y finalizando con la sexta pregunta para diseño gráfico, tratando las competencias que resaltan el perfil del diseñador en el sector moda, nombrando la estrategia de marketing, o el diseño editorial de moda, así como la intervención de diseño de gráficos para estampar en camisetas. "Son elementos básicos del diseño gráfico y que la moda también necesita, ya que es gracias a las revistas y a las campañas publicitarias como se consigue toda esa atención que necesita." (Mobiliario Comercial Maniquies, 2019)

Conclusiones

Este artículo de investigación se basó en el estudio del rol que puede tener el diseño gráfico en el sector de la moda, determinando qué actividades los pueden involucrar en esta otra disciplina.

Se denota la gran labor e importancia que tiene en la actualidad el diseñador (Gráfico y de Moda) a la hora de darle una identidad visual a un concepto, y convertirlo en un mensaje que se aporte a la sociedad, también se ve que hay cierto conocimiento en algunos casos acerca del gran trabajo que resultaría de la unión de estas dos disciplinas, adoptando un enfoque correlacional que aporte grandes características multidisciplinarias a un determinado proyecto.

Para una futura investigación se podría implementar el prototipo presentado, definiendo un proceso completo de una estrategia creativa óptima para darle vida a una marca y conceptualizarla.

Lista de referencias

¿Qué estudios se necesitan para ser Diseñador Gráfico en Empresas de Moda? (s.f.).

CursosyPostgrados.com. <https://www.cursosypostgrados.com/profesiones/disenador-grafico-en-empresas-de-moda.html>

Avendaño, A., Calvo, F., Camacho, G. (2017) *Diseño textil estampado. Aporte del diseño gráfico a la indumentaria de autor*. (Tesis de pregrado). Universidad de Costa Rica.

<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/8934>

Banks, T. (2014). *Graphic Design For Fashion*. Design Week.

<https://www.designweek.co.uk/issues/january-2014/graphic-design-for-fashion/>

Beltrán, J. (2015) *APLICACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO EN PROCEDIMIENTOS SERIGRÁFICOS CONTEMPORÁNEOS*. Universidad de El Salvador.

<http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/17077/1/14103363.pdf>

Carvajal, A. (2017). *Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte*.

<https://www.redalyc.org/journal/4779/477951390003/477951390003.pdf>

De la Moda, lo que el Diseño Gráfico te acomoda. (2014, Marzo 7). AxiomaCero. [Web log post]. <https://www.axiomacero.com/blog/de-la-moda-lo-que-el-diseno-grafico-te-acomoda/>

Diseño gráfico y moda trabajan de la mano. (2019, Abril 25). Mobiliario Comercial Maniquies [Web log post]. <https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/diseno-grafico-y-moda-trabajan-de-la-mano/>

Diseño gráfico y moda: una historia de amor. (2020, Julio 29). Aula Creativa. [Web log post]. <https://www.aulacreativa.com/diseno-grafico-y-moda/#:~:text=La%20Moda%20exige%20la%20creaci%C3%B3n,las%20colecciones%20al%20p%C3%ABlico%20objetivo.>

Gasca, J., Zaragoza, R. (2014) *Gráficas del libro Designpedia*.

<https://classroom.google.com/u/1/c/Mzc4MzQ1MjU3Njgw/m/MzIwNDA0NjcxNDkw/details>

Graphic Design in the Fashion Industry. (s.f.). Xquissive. <https://www.xquissive.com/graphic-design-in-the-fashion-industry/>

Kim, A. (2016). *Intervención del diseñador gráfico en la creación de playeras*. (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/03/05/Kim-Ana-Investigacion.pdf>

Missé, J. (2016). *AURA: EL DISEÑADOR GRÁFICO COMO PUENTE PARA EL ENTENDIMIENTO DEL AURA EN EL OBJETO MASIVO DE MODA PARA SU USO COMO BASE CREATIVA DE UNA MARCA EMERGENTE*. (Tesis de pregrado). Universidad Piloto de Colombia.

<http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003685.pdf>

Montoya, J. (2019) *Así crean los diseñadores ese lindo estampado que lleva en su ropa*. El colombiano. <https://www.elcolombiano.com/tendencias/asi-es-el-proceso-de-estampacion-en-tela-que-hacen-los-disenadores-BI10094566>

Moreno, J. (2021, Agosto 12). *¿Qué es Diseño Gráfico Textil? y ¿Qué hacen los Diseñadores Gráficos Textiles?* [Web log post]. <https://www.malla90.com/2019/06/disen-grafico-textil-funciones.html>

Ponce, P. (2018). *ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE ESTAMPADO Y SUBLIMACIÓN PARA EVITAR LOS CAMBIOS FÍSICOS QUE SUFREN LOS MATERIALES TEXTILES RAYÓN Y POLIÉSTER*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra.

<http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/233/1/Informe%20Final.pdf>

Ruiz, A. (2018). *Ilustración, diseño gráfico y diseño de moda: mix ganador*. ESDESIGN. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disen/ilustracion-diseno-grafico-y-diseno-de-moda-mix-ganador>

Taylor, M. (2020, Marzo 19) *How Graphic Design Impacts the Fashion Industry*. [Web log post]. <https://fashionisers.com/2020/03/19/how-graphic-design-impacts-the-fashion-industry/>

Teunissen, J. (2013) *Couture Graphique: Fashion, Graphic Design & the Body*.

<https://silo.tips/download/fashion-graphic-design-the-body-e-d-i-t-e-d-by-jose-teunissen-hanka-van-der-voet>

The unbreakable bond between graphic design and fashion. (2019). THE FINERY REPORT.

<https://www.thefineryreport.com/articles/2019/3/5/the-unbreakable-bond-between-graphic-design-and-fashion>

West, J. (2010). *Graphic Design For Fashion*. Dazed.

<https://www.dazeddigital.com/fashion/article/8848/1/graphic-design-for-fashion>