

**ANOMALÍA: "Modelo para la intervención gráfica de la Moda Sostenible y su Impacto en la
cotidianidad"**

PROGRAMA DISEÑO GRÁFICO

**ANA MARIA MURCIA MARTINEZ
VALENTINA VAHOS ZAMBRANO**

**DIRECTOR
CARLOS ALFONSO VARGAS CUESTA**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES
BOGOTÁ D.C
2025**

Contenido

Resumen:.....	5
Introducción	7
Lectura de contexto:.....	7
Marco referencial:	9
Planteamiento del problema:.....	19
Objetivo general:.....	27
Objetivos específicos:	27
Metodología de la Investigación.....	28
Desarrollo y herramientas:	48
Resultados:	52
Conclusiones	62
Bibliografía	63

Índice de tablas

No aplica.

Índice de figuras

Figura 1. Esquema de lectura de contexto. Elaboración propia:.....	8
Cindy Sherman, Untitled Film Stills (1977–1979). Fotografía. Fuente: WikiArt.:.....	11
Wolfgang Tillmans, fotografía de la colección del MoMA. Fuente: Museum of Modern Art (MoMA):	12

Lokii Reis [@lokiiproblematic]. (19 de mayo de 2025).[Fotografía].Instagram:	32
Liahna [@luckyjpegs]. (27 de Julio de 2025).[Fotografía]. Instagram:	33
Figurín 1. Apariencia/Esencia:.....	33
Advait [@wtfaayush]. (2 de diciembre de 2025).[Fotografía].Instagram:	34
怪暉 [@shangzhaohui]. (15 de mayo de 2023).[Fotografía].Instagram:	34
Figurín 2. Apariencia/Esencia:.....	34
Fuente propia. (2025):.....	35
Figurín 1. Vulnerabilidad/Rebeldía:	36
Liahna [@luckyjpegs]. (11 de mayo de 2024).[Fotografía]. Instagram:	37
Liahna [@luckyjpegs]. (7 de febrero de 2024).[Fotografía].Instagram:.....	37
Figurín 2. Vulnerabilidad/Rebeldía:	37
Liahna [@luckyjpegs]. (24 de mayo de 2025).[Fotografía].Instagram:	38
Figurín 1. Control/Caos:	39
Killian Rielland [@killian.rielland]. (26 de noviembre de 2025).[Fotografía].Instagram:	40
Figurín 2. Control/Caos:	40
1. Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest:	41
2. Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest:	41
Figurín 1. Superficialidad/Profundidad:	42
SUPA Model Management. (1998). Claudio Tibunga for H&M:	43
Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest:	43
Figurín 2. Superficialidad/Profundidad:	43
NAST Film Photography. (s. f.). Project 02:	44

NAST Film Photography. (s. f.). Project 4:	45
Figurín 1. Raíz/Fuga:	45
1. Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest:	46
2. Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest:	46
Figurín 2. Raíz/Fuga:	47
Figura 2. Metáfora 1: Apariencia / Esencia – Resultado:	52
Figura 3. Metáfora 2: Vulnerabilidad / Rebeldía – Resultado	53
Figura 4. Metáfora 3: Control / Caos – Resultado	54
Figura 5. Metáfora 4: Superficialidad / Profundidad – Resultado	55
Figura 6. Metáfora 5: Raíz / Fuga – Resultado	56
Figura 7. Metáfora 1: Apariencia / Esencia – Pantexture	57
Figura 8. Metáfora 2: Vulnerabilidad / Rebeldía – Pantexture	58
Figura 9. Metáfora 3: Control / Caos – Pantexture	59
Figura 10. Metáfora 4: Superficialidad / Profundidad – Pantexture	60
Figura 11. Metáfora 5: Raíz / Fuga – Pantexture	61

Resumen:

El proyecto de investigación-creación en Diseño Gráfico aborda la construcción de un modelo de creación de narrativa para la identidad de una iniciativa emergente para la conciencia sobre el consumo responsable de la moda, centrándose en el ámbito ambiental y perspectiva de libertad del cuerpo como territorio de expresión personal. A través de una aproximación procesual, esta iniciativa de investigación busca deconstruir los estereotipos de la imagen de la moda convencional, caracterizada por su artificialidad y su promoción del consumo desmedido, se busca proponer un sistema de configuración de narrativa de identidad orientado a la expresión fotográfica, explorando posibilidades disruptivas que evidencien el concepto de diseño a ser representado. Se empleará la imagen fotográfica como base de construcción significativa y simbólica, teniendo como referentes a Susan Sontag y Roland Barthes buscando trastocar las estéticas tradicionales de la pasarela y el modelaje. Referentes como Cindy Sherman y Wolfgang Tillmans serán fundamentales para soportar las exploraciones que como posibilidades visuales y significativas emerjan y exaltan la autenticidad, la diversidad corporal y la conexión con lo orgánico, lo anterior, buscando posicionar la moda sostenible no solo como una práctica responsable, sino como una declaración visual de conciencia y libertad como sinónimo de Anomalía.

Palabras clave: identidad visual, fotografía, disruptivo, moda (sostenible)

Abstract:

The research-creation project in Graphic Design addresses the construction of a narrative creation model for the identity of an emerging initiative to raise awareness about responsible fashion consumption, focusing on the environmental sphere and the perspective of bodily freedom as a territory for personal expression. Through a process-based approach, this research initiative seeks to deconstruct the stereotypes of conventional fashion imagery, characterized by its artificiality and promotion of excessive consumption. It aims to propose a system for configuring identity narratives oriented towards photographic expression, exploring disruptive possibilities that highlight the design concept to be represented. The photographic image will be used as a basis for meaningful and symbolic construction, with Susan Sontag and Roland Barthes as references, seeking to disrupt the traditional aesthetics of the catwalk and modeling. References such as Cindy Sherman and Wolfgang Tillmans will be fundamental in supporting explorations that emerge as visual and meaningful possibilities and exalt authenticity, bodily diversity, and connection with the organic, seeking to position sustainable fashion not only as a responsible practice but also as a visual statement of consciousness and freedom synonymous with Anomaly.

Keywords: visual identity, photography, disruptive, (sustainable) fashion

Introducción

Lectura de contexto:

La industria de la moda es uno de los sistemas de negocio con mayor impacto ambiental, debido a la contaminación del agua causada por el uso de tintes tóxicos, el alto consumo de recursos y la gran cantidad de desechos textiles que se generan anualmente. Este panorama está cruzado por dos modelos de producción y consumo que se contraponen de manera directa: el Fast Fashion que se caracteriza por la producción acelerada, la baja calidad de los materiales y la desinformación del consumidor frente a los impactos ambientales y sociales de la industria textil. Este modelo ha normalizado dinámicas de consumo constante que priorizan la cantidad y el bajo costo por encima de la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental, de este modo la prenda va perdiendo su valor simbólico.

En contraste, el Slow Fashion surge como una alternativa crítica que propone una moda más consciente y sostenible, se centra en prolongar la vida útil de las prendas mediante el uso de materiales responsables y reciclables por medio de procesos creativos. Este enfoque promueve la reutilización, la durabilidad y una relación más cercana con las prendas, resignificando no solo como un objeto de uso, sino como un medio de comunicación, expresión e identidad. A través de estas prácticas, el Slow Fashion plantea una nueva forma de entender el consumo y el valor de la moda en la vida cotidiana.

En este cruce de problemáticas Anomalía, siendo un proyecto que se apodera de las prendas desechadas donde se encuentra del lado del Slow Fashion, la moda circular y la resignificación de las prendas que ya están diseñadas, buscando cuestionar la idea de lo “nuevo” como único valor en la moda, y abren la puerta a darle una segunda vida a aquello que ha sido descartado,

visibilizando las huellas de esta y su historia, mostrando otra posibilidad de usarlas y mostrar otras formas de ver la moda. A partir del análisis de las relaciones entre producción, consumo, impacto ambiental y percepción del usuario, se desarrollaron esquemas y representaciones gráficas que permitieron comprender la tensión entre el Fast Fashion y el Slow Fashion, entendiendo este último como un contrapeso frente a las dinámicas aceleradas del sistema dominante.

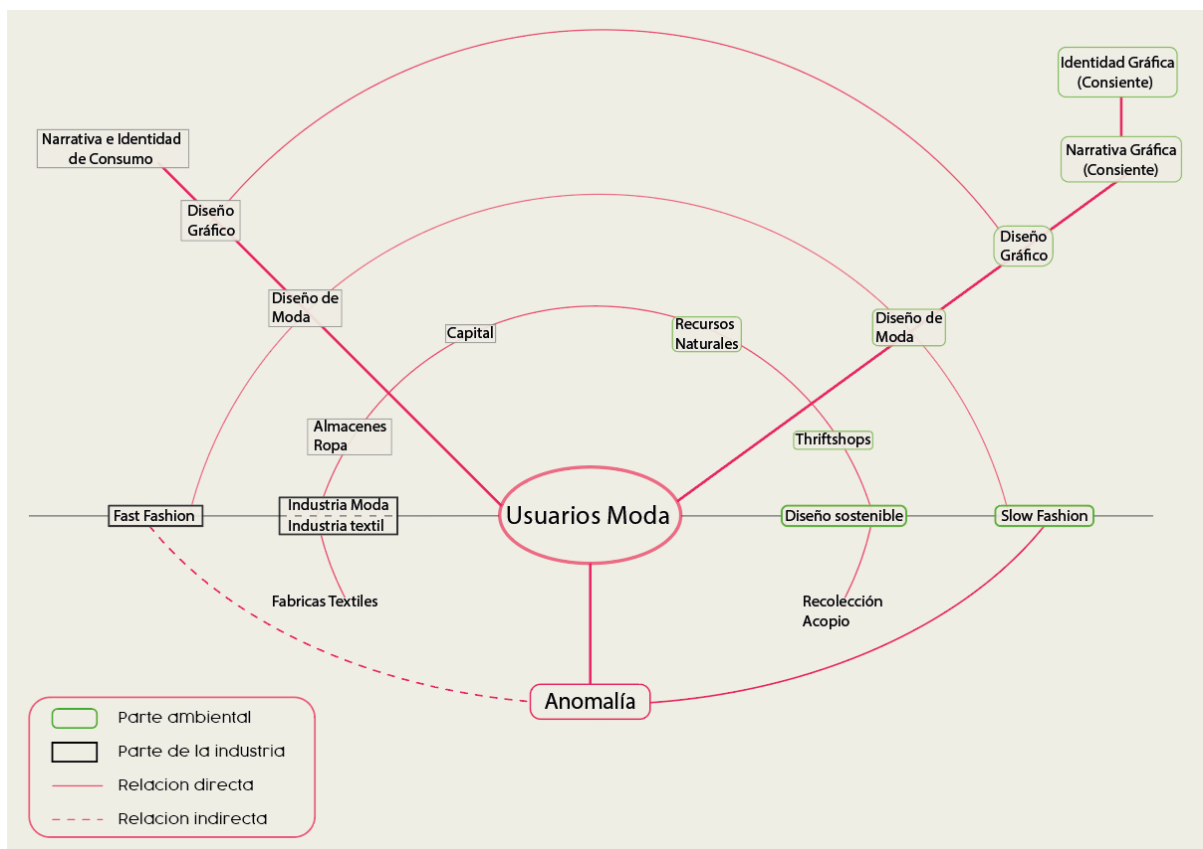


Figura 1. Esquema de lectura de contexto del proyecto Anomalía. Elaboración propia.

Se evidencia esta relación como si fuera una balanza, así como el posicionamiento del proyecto Anomalía dentro de este escenario.

De este modo, el proyecto se configura como una plataforma de comunicación gráfica con una mirada joven que busca expresarse desde la autenticidad y la responsabilidad ambiental, utilizando como territorio el cuerpo humano no idealizado para construir narrativas visuales

disruptivas desde la fotografía y la dirección conceptual, que busca hacer visible lo que generalmente queda oculto, como los rastros de la industria, las huellas en el medio ambiente y, al mismo tiempo, la posibilidad de transformar la mirada hacia la moda y los cuerpos socialmente aceptados.

Estas representaciones visuales serán usadas como herramientas de pensamiento de diseño, facilitando la comprensión del problema y orientando las decisiones conceptuales, narrativas y visuales del proyecto. A partir de este proceso, se consolidó un marco de referencia concreto que permite entender la problemática del Fast Fashion y plantear una contrapropuesta de diseño basada en el Slow Fashion, la sostenibilidad, el pensamiento disruptivo y la construcción de la identidad propia.

Marco referencial:

El proyecto Anomalía nace de una visión crítica y reflexiva de la moda tradicional, comprendida no sólo como un fenómeno estético, sino también como un movimiento cultural y social que dialoga con la identidad, el consumo y el medio ambiente. Para ello, se utilizó a referentes teóricos y artísticos que permiten construir un marco conceptual sólido desde la fotografía y la representación visual.

Por su parte, **Wolfgang Tillmans** introduce una estética más íntima y documental, explorando lo cotidiano, lo imperfecto y lo orgánico como elementos con valor propio. La obra de **Cindy Sherman** aporta una mirada disruptiva sobre la identidad y la construcción de personajes, cuestionando los estereotipos sociales y los roles preestablecidos. Desde un plano teórico, **Susan Sontag**, en su obra *Sobre la fotografía*, plantea la importancia de la imagen como herramienta para cuestionar la realidad y generar conciencia crítica en el espectador.

Finalmente, **Roland Barthes**, con *La cámara lúcida*, introduce el concepto de *punctum* como aquello que hiere, interpela y establece una conexión emocional con el espectador.

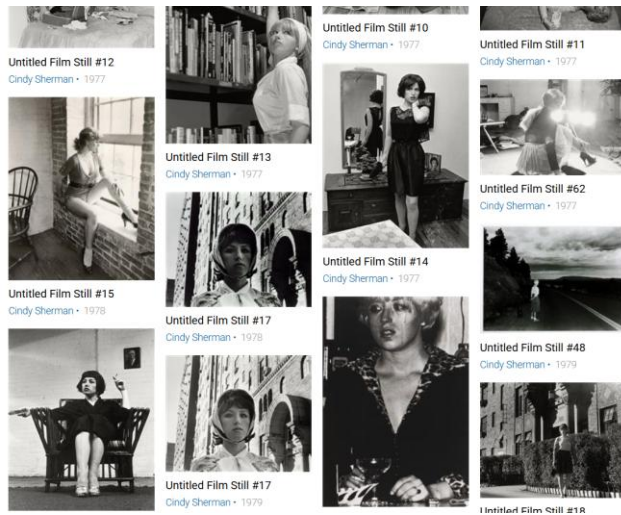
Cindy Sherman

En sus fotografías, analiza la identidad como un constructo y explora las formas en que se representa a las mujeres en los medios de comunicación. Desde la década de 1970, ella misma ha sido su propia modelo. Maquillada, disfrazada y caracterizada, adopta continuamente una nueva identidad, inspirándose en los infinitos clichés visuales que ofrecen el cine, la televisión, la moda, las revistas, la historia del arte e Internet. Exagera los estereotipos hasta dimensiones absurdas e incluso grotescas para poner de manifiesto las rígidas concepciones del género, la belleza y el envejecimiento. Sherman somete cada vez de nuevo los patrones visuales dominantes a una investigación crítica, siempre en sintonía con el espíritu de la época y sorprendiendo continuamente al espectador con sus personajes y temas. Con humor e inteligencia, nos enfrenta a reflejos de nosotros mismos.

La estrategia artística de Sherman se centra en el autoperformance, donde el uso de disfraces, maquillaje y escenificaciones le permite exagerar y desnaturalizar los estereotipos dominantes de la representación femenina. A través de esta exageración, sus imágenes oscilan entre lo absurdo y lo grotesco, convirtiendo la pose y la expresión facial en lenguajes de resistencia frente a la uniformidad de la pasarela y el espectáculo, muchas veces vacíos de contenido.

En su obra, el cuerpo deja de ser únicamente un soporte para la ropa y se transforma en un territorio de expresión simbólica cargado de narrativas críticas. Cada gesto y expresión facial comunica emociones, resistencias o ficciones que cuestionan los cánones de belleza tradicionales. De este modo, Sherman propone una mirada distinta del cuerpo: no como un

objeto pasivo, sino como un espacio de visibilidad y cuestionamiento cultural, en diálogo constante con debates sobre moda, identidad y performatividad.



Cindy Sherman, Untitled Film Stills (1977–1979). Fotografía. Fuente: WikiArt.

Wolfgang Tillmans

Fotógrafo alemán cuyas imágenes cotidianas abarcan desde la fotografía callejera hasta el retrato, pasando por el paisaje, la naturaleza muerta y la abstracción. En 2000 se convirtió en el primer artista no británico en ganar el Premio Turner, y en 2015 recibió el Premio Hasselblad. Jochen Klein, quien murió de sida. Tras la muerte de Klein, que tuvo un notable impacto en el fotógrafo, la obra de Tillmans adquirió un ángulo político más marcado y se convirtió en un defensor más activo de las comunidades LGBTQ. Su diseño fue el ganador para un monumento conmemorativo del sida en Múnich (instalado en 2002).

Tillmans experimentó con procesos fotográficos para crear obras abstractas. La serie *Freischwimmer* (2000-) se realizó sin utilizar una cámara. En su lugar, Tillmans trabajó con productos químicos sobre papel fotográfico para crear imágenes coloridas y arremolinadas que luego amplió en una impresora de inyección de tinta para su exposición.

Tillmans se caracteriza por un tono político y comprometido, consolidándose como defensor de los derechos de la comunidad LGBTQ+ y crítico de las desigualdades sociales. Sus obras, además de poseer un valor estético, funcionan como medios de activismo y reflexión cultural. A través de lo cotidiano, resalta la belleza y la intensidad emocional de aquello que parece común en el día a día. En este sentido, propone que tanto la moda como el retrato se conviertan en herramientas para expresar emociones, cuestionar las normas de género y sexualidad, y fomentar una conciencia social y ambiental. La autenticidad y la individualidad son elementos centrales en su producción artística. Al alejarse de representaciones estilizadas y artificiales propias de la fotografía convencional, Tillmans logra abrir un espacio para pensar la moda no únicamente como industria, sino también como un lenguaje visual de resistencia, transformación y cambio. Su obra explora la identidad, la intimidad y la conexión emocional, siempre desde una mirada crítica que desafía los modelos tradicionales y promueve nuevas formas de representación.



Wolfgang Tillmans
Lacanau (Self)
1986



Wolfgang Tillmans
me in the shower
1990



Wolfgang Tillmans
AIDS, General Idea
1991



Wolfgang Tillmans
domestic scene,
Remscheid
1991



Wolfgang Tillmans
grey jeans over stair post
1991



Wolfgang Tillmans
Bono
1992



Wolfgang Tillmans
armpit
1992



Wolfgang Tillmans
Chemistry square,
back of head
1992



Wolfgang Tillmans
Chemistry square, ear
1992



Wolfgang Tillmans
Chemistry square, smoker
1992

Wolfgang Tillmans, fotografía de la colección del MoMA. Fuente: Museum of Modern Art (MoMA).

Susan Sontag

Fue una de las intelectuales más influyentes de la segunda mitad del siglo XX, destacándose como escritora, ensayista, cineasta y activista. Estudió en la Universidad de Chicago, donde se graduó en Letras, y posteriormente continuó su formación en Harvard y la Sorbona en París, adquiriendo una sólida base filosófica y literaria. En 1963 publicó su primera novela, *El benefactor*, pero fue con su ensayo *Contra la interpretación* (1966) que alcanzó notoriedad al cuestionar los métodos tradicionales de análisis artístico y proponer una aproximación más intuitiva. A lo largo de su carrera, exploró temas como el arte, la cultura de masas, la fotografía (*Sobre la fotografía*, 1977), la enfermedad (*La enfermedad y sus metáforas*, 1978; *El sida y sus metáforas*, 1989) y la guerra (*Ante el dolor de los demás*, 2003). Sontag se consolidó como una figura clave en el pensamiento crítico contemporáneo, capaz de tender puentes entre el arte, la política y la vida cotidiana.

Susan Sontag: Libro-Sobre la fotografía

Sontag constituye un referente esencial para nuestro proyecto, no solo por su mirada crítica hacia la imagen, sino por la manera en que desentraña la relación entre fotografía, sociedad y memoria. Sontag plantea que toda imagen fotográfica es, a la vez, evidencia y construcción simbólica: un testimonio del presente que revela tanto lo visible como lo que se busca silenciar.

Este pensamiento resulta clave en *Anomalía*, pues buscamos visibilizar el impacto oculto de la industria textil, mostrando desde la fotografía no únicamente prendas o cuerpos, sino las huellas ambientales y sociales que dichas dinámicas generan. En *Sobre la fotografía* (1977), Sontag señala que “las fotografías son una interpretación del mundo tanto como un registro de él”.

Esta afirmación resulta clave en nuestro proceso creativo: la cámara no sólo documenta la realidad del impacto textil y ambiental, sino que también construye una narrativa que visibiliza

lo que la sociedad suele pasar por alto. Nuestra aproximación visual retoma esa perspectiva: la fotografía como una herramienta de cuestionamiento frente a la indiferencia, capaz de dar una “segunda vida” a aquello que el consumo masivo desecha. Así, al igual que en el pensamiento de Sontag, la imagen no se limita a embellecer, sino que se convierte en un acto político y social que interpela al espectador, lo enfrenta a la anomalía de la moda y lo invita a replantear su papel como consumidor.

¿Cómo la imagen de moda tradicional ha influido en la construcción de identidades y patrones de consumo?

Se puede decir, que el consumismo se convierte en un intento desesperado por alcanzar una realidad idealizada, aquella que la persona cree ver en el espejo o que la sociedad le impone como deseable, es una tentación constante dentro de las personas. La moda tradicional, por ejemplo, transmite la idea de que el consumismo es el camino más sensato para encajar en la sociedad y mantenerse dentro de cada tendencia que va saliendo. Sin embargo, en lugar de acercar al individuo a esa realidad, se adentra en una ilusión: una sombra inalcanzable que se estanca en la insatisfacción. Así se construye un ciclo interminable en el que, una vez adquirido un producto, la ilusión desaparece y una nueva sombra surge, empujando al consumidor a seguir comprando en un intento constante por alcanzar la “realidad” proyectada por la industria.

En este sentido, la moda tradicional puede entenderse como el proyector que ilumina las paredes de nuestra caverna cultural, mientras que el consumismo funciona como la cadena que nos mantiene atados a ella. Este sistema enseña a mirarnos a nosotros mismos y al mundo a través de un lente que prioriza la apariencia sobre la autenticidad, influyendo directamente en la construcción de la identidad y en los patrones de consumo constante.

Aunque Sontag es crítica con la naturaleza de la fotografía, también reconoce su potencial para el arte y la expresión, ya que, dentro de la fotografía se plantea como un medio para

reconfigurar esa identidad visual. Tal como señala Susan Sontag, las fotografías son quizás los objetos más misteriosos que constituyen y densifican, el ambiente que reconocemos como moderno, también, las imágenes suelen convertirse en archivos de la realidad que el mundo consume. Pero, dentro de este enfoque se busca dismantelar los arquetipos creados por la moda convencional, en lugar de imponer un ideal a imitar, pretende celebrar la autenticidad y la diversidad corporal. De esa manera, la cámara deja de ser un mecanismo de apropiación que reduce el cuerpo a un objeto de consumo, para convertirse en un territorio de expresión personal. La fotografía, en este contexto, deja de ser una herramienta más y se transforma en una declaración de conciencia y libertad, apartándose de la artificialidad y el consumo desmedido que caracterizan a la moda tradicional.

¿Cómo la moda puede ser subvertida desde la fotografía?

La subversión de la moda, en este contexto, no se reduce a un simple acto de rebeldía, sino que constituye una respuesta consciente frente a las dinámicas de representación y consumo. Siguiendo la crítica de Susan Sontag, quien advierte cómo la cámara puede convertir a las personas en objetos de una mirada, es posible afirmar que la moda tradicional reproduce constantemente ese pensamiento que ella plantea. Entonces, significa devolver el control al sujeto fotografiado, permitiendo que el cuerpo se manifieste como un territorio activo de expresión, y no como un lienzo plano sobre el cual se proyectan ideales ajenos o abiertos a debate.

En este sentido, la fotografía — se vuelve cómplice de la industria de la moda y de sus estrategias de consumo— se resignifica como un agente de cambio, no se trata de perpetuar la realidad impuesta por los discursos de la moda convencional, sino de abrir la posibilidad a nuevas formas de ver y representar, que celebren la autenticidad en lugar de la artificialidad que se ve día a día.

De este modo, la fotografía se convierte en la base teórica y práctica para explicar cómo la moda puede ser subvertida: partiendo precisamente de aquello que Sontag critica —la objetificación, la artificialidad y el consumismo— para proponer una vía de escape. Una vía que re configura la relación entre el cuerpo, la imagen y la mirada, orientándola hacia la libertad, la diversidad y la conciencia crítica.

Roland Barthes -La cámara lúcida- concepto de "punctum"

Fue un influyente crítico literario, ensayista y semiólogo francés, considerado uno de los principales representantes de la nueva crítica y el estructuralismo. Estudió en el Liceo Louis-le-Grand y en la Sorbona, donde se licenció en Letras, combinando su labor académica con la docencia en distintos liceos y en el Collège de France. También trabajó como periodista literario y fundó la revista Théâtre Populaire. Inspirado por la lingüística de Ferdinand de Saussure y Leonard Bloomfield, Barthes se convirtió en una figura central en el desarrollo de la semiología, disciplina dedicada al estudio de los signos y su función en la sociedad.

Su último libro en vida, *La cámara lúcida* (1980), es uno de los ensayos más influyentes sobre la fotografía, donde introdujo conceptos como *punctum* y *studium* para explicar la relación emocional y cultural que establecemos con las imágenes. Barthes es considerado uno de los pensadores más importantes del siglo XX, ya que sus reflexiones sobre lenguaje, cultura, poder y subjetividad han marcado profundamente los estudios literarios, culturales y de comunicación.

El punto de vista de Barthes sobre la fotografía nos ayuda a entenderla no sólo como documento, sino como un espacio donde lo visible y lo sensible se entrelazan. Para Anomalía, esto significa que cada imagen puede convertirse en un puente entre lo cotidiano y lo crítico, entre lo que se muestra y lo que duele. De esta manera, la obra de Barthes nos orienta para

construir un discurso visual que no se limita a representar, sino que busca provocar en el espectador una experiencia íntima y transformadora frente a la anomalía de la moda contemporánea.

Esta noción del punctum resulta vital en Anomalía, ya que buscamos que nuestras imágenes no solo informen sobre la crisis textil y ambiental, sino que también hieran, conmueven y despiertan una reacción emocional que lleve a la reflexión. Tal como señala Barthes (1980), “lo que la fotografía reproduce al infinito solo ha ocurrido una vez” (P. 31). Esta idea resuena profundamente en nuestro proyecto: cada prenda, cada cuerpo fotografiado, cada huella del consumo textil, es irrepetible y se convierte en un testimonio único que denuncia los impactos de la moda desechable.

Así, inspirados por Barthes, vemos la fotografía no sólo como un recurso estético, sino como un medio sensible y crítico que interpela directamente al espectador, mostrando la **anomalía** de una industria que insiste en repetir patrones de consumo, pero que en su reiteración deja cicatrices únicas e imborrables en el medio ambiente y en la sociedad.

¿Cómo la imagen disruptiva contiene ese "punto" que interpela al espectador, y lo saca de la pasividad y lo conecta emocionalmente con los valores de la moda sostenible y la libertad corporal?

Concepto de PUNCTUM

Es ese detalle inesperado que tal vez no fue puesto conscientemente por el fotógrafo, pero que lo toca de alguna forma a uno profundamente y de manera personal, simplemente te conecta con la fotografía. No se explica, se siente. Es eso que te atraviesa, lo que duele y toca personalmente; es ese detalle que me hiere personalmente en una foto, ese detalle que te mira a ti y conecta dentro de ti.

El concepto de punctum en la obra de Barthes se refiere a uno de los elementos fundamentales en la percepción de una fotografía, y es definido como ese detalle o aspecto particular que punza o llama la atención en la imagen, generando una respuesta emocional intensa en el observador. Es decir, el punctum es un elemento que irrumpe en la visión, que penetra en el espectador y provoca una reacción subjetiva y personal, como sorpresa, ternura o angustia. Como Barthes lo describe (1980), “como un pinchazo” (P. 65), que hace que la fotografía deje una marca en quien la observa, no mediante un significado cultural universal, sino por su efecto emocional e individual. Es algo que puede ser casual, accidental o incluso imperceptible a simple vista, pero que causa un impacto en la percepción y en la emoción del espectador. El punctum no siempre puede ser nombrado o explicado racionalmente, pero es esencial para que la fotografía tenga esa cualidad de tocar profundamente al observador.

¿Qué es la imagen disruptiva?

Es una composición visual audaz y experimental que rompe con las convenciones y genera una reacción inesperada en el espectador, invitando a hacer una reflexión y a explorar nuevas realidades o ideas. Redefine la forma en que entendemos algo, sea un concepto, producto o la misma realidad.

Teniendo en cuenta que el concepto de PUNCTUM y la IMAGEN DISRUPTIVA, tienen mucho en común, la imagen disruptiva, entendida desde el punctum de Barthes, adquiere fuerza al introducir un detalle inesperado que interpela íntimamente al espectador y lo conecta emocionalmente con lo que observa. Ese “pinchazo” visual puede aparecer en una costura visible que recuerda la vida previa de la prenda, en un pliegue de piel o en una cicatriz que rompen con la estética hegemónica, o en una postura corporal auténtica que desafía el canon. Se conecta de forma casi instantánea, porque la cultura de la moda sostenible busca precisamente impactar al espectador desde la idea de ver la moda de otra manera: demostrar

que aún puede ser “linda” y aceptada socialmente sin dejar de ser respetuosa con el medio ambiente. Desde la libertad corporal, el punctum ayuda a derribar los estigmas del “cuerpo perfecto”, mostrando que todos somos perfectos a nuestra manera y que para habitar la moda no se necesita responder a un ideal impuesto, sino expresar autenticidad.

Planteamiento del problema:

La industria de la moda impacta significativamente en nuestras vidas y es nuestra responsabilidad tomar medidas respecto al consumo masivo hasta los procesos de producción que afectan directamente el medio ambiente. Es así como por medio de intervenciones en prendas de vestir desde el diseño gráfico, buscamos generar conocimiento y conciencia sobre estos efectos.

¿Qué es el fast fashion?

La industria de la moda es la que más contamina nuestro medio ambiente, es la que más agua necesita para su producción, a diario se usan toneladas de agua para poder crear prendas en las industrias textiles; cada día se hacen millones de prendas alrededor del mundo y en múltiples empresas. La mano de obra en la mayoría de estas industria es mal pagada y es realizada por niños y mujeres en condiciones de bajos recursos, por lo cual son muy mal pagados; si nos ponemos a ver estas prendas las venden en precios muy económicos, al tener este precio la gente consume mucho más, claro, solo vemos que es un producto barato, ahorras dinero, pero lo que realmente no vemos es todo lo que hay detrás, con lo que estamos pagando por una prenda no es ni el 5% que se usó para producirla, no estas pagando mano de obra, con esto ayudas a que no se pague bien un trabajo y mucho más importante el impacto que tiene ese prenda en el medio ambiente, algo que ya no se va a recuperar, realmente no se beneficia nadie de estos precios. El problema real de esto es que cada día se crean más empresas que hacen moda rápida, es decir, hacer cantidades abismales de ropa, venderla lo más rápido posible a

precios inimaginables, para que la gente lo consuma y cambien de colección y seguir con este ciclo. Muchas veces por sobreproducción mucha de esta ropa se pierde y de esa forma se gasta material ambiental para nada.

¿Qué es slow fashion?

Al ser las industrias tan perjudiciales, ¿nos preguntamos entonces cómo obtengo prendas que necesito?, existe la alternativa de ropa de segunda mano, es darle una segunda vida a la ropa que ya se fabricó, reutilizando todo esto para tu ayudar al medio ambiente y al mismo tiempo obtener cosas prácticamente nuevas, ya que muchas de estas prendas están en muy buen estado y si ese no es el caso siempre se puede intervenir para mejorarla mucho más. La mayoría de las personas no les gusta mucho la idea de tener ropa usada, prefieren obtener prendas nuevas, creen que no se pueden vestir bien con esta ropa porque es vieja, el cual no tienen idea la cantidad de variedad que hay en esta alternativa; podemos encontrar cosas únicas, reliquias, prendas de colección, prendas que son únicas, es decir que solo fabricaron una pieza de esa prenda, mejor dicho, puedes crear tu propia identidad con esta alternativa factible y ayuda bastante.

Moda consciente

Es un enfoque de la industria de la moda que promueve la producción y el consumo responsable de ropa y accesorios, con el fin de reducir el impacto negativo en el medio ambiente y mejorar las condiciones sociales y laborales. Este concepto busca generar una mayor conciencia sobre cómo nuestras elecciones de moda afectan al planeta.

Imagen de la moda convencional

Investigando en cómo las modelos son el factor más importante en el mundo de la publicidad de la moda, encontramos que, desde su comienzo a mitades del siglo XIX en París, las modelos se acomodan a la moda o corriente que esté en el momento, lo que nos lleva a la misma filosofía del fast fashion o moda rápida. Cómo la publicidad es tan poderosa que nos lleva a comprar ropa desmedidamente y de forma temporal. Las modelos juegan un papel muy importante, ya que nos transmiten con facilidad lo fácil que puede ser adquirir las diferentes prendas, gracias a sus gestos, sus emociones, el entorno en el cual lo venden, las interacciones que muestran.

A finales de los años 80, una recesión económica mundial coincide con la divulgación de los altos honorarios de algunas modelos que se convierten en celebridades mundiales: las Supermodelos. Las Supermodelos devienen “famosos objetos de consumo”, cuyos extraordinarios salarios forman parte inseparable de su imagen. Las supermodelos no sólo presentaban un estándar de identidad acompañado del éxito económico a nivel personal, eran también una herramienta comercial en la que se podía confiar, una marca, “una apuesta segura”.

Actualmente, los sujetos, en el sentido foucaultiano del término, se sienten responsables de desarrollar su propia identidad y, más aún, de expresarla en su apariencia.

Con el fin de servir a esta necesidad, se ha desarrollado una industria que provee de identidades comercializadas y mercantilizadas como estilos de vida (Featherstone 1991).

La identificación del yo con la superficie del cuerpo permite a este funcionar como un “esqueleto” en el que se pueden “colgar” estos estilos de vida. Como consecuencia, las modelos, inicialmente utilizadas como perchas, se han convertido en encarnaciones de identidades perfectas. Han llegado a encarnar los ideales de belleza y perfección social que gobiernan el capital corporal. Imitan los valores culturales que las han producido y ejemplifican el éxito con el que se premia la conformidad. La moda presenta la identidad como un constructo

artificial del cual podemos tomar parte con la condición de que aceptemos el mito transformacional que la industria promueve.

Uno de los valores promovidos por la industria del modelaje es el camaleonismo: “las chicas anónimas cuyas carreras duran años son las camaleonas que pierden sus propias identidades siguiendo la moda del momento” (editora de moda citada en Keenan 1977:136). Así pues, los manuales recomiendan: “Debes ser muy adaptable de forma que tu propia personalidad pueda ser constantemente modificada, disimulada o incluso alterada radicalmente para adecuarse a los requisitos de cada fotografía”.

- **Naturalidad:** La naturalidad no se limita únicamente a la expresión relajada del modelo, sino que se construye a partir de una serie de decisiones formales que rompen con la rigidez típica de la moda tradicional. La postura ligeramente inclinada, la expresión serena y la ausencia de contacto visual directo con la cámara generan una atmósfera de espontaneidad, como si se tratara de una escena capturada en medio de lo cotidiano. La luz natural juega un papel clave al crear contrastes sutiles y sombras orgánicas que revelan las texturas del vestuario, del cuerpo y del entorno, esto aporta realismo y ayuda a conectar con el público.

La ropa es como una extensión del cuerpo, sin filtros ni teatralidades, lo que permite que cualquiera pueda sentirse reflejado. Es un gesto visual que resalta lo cotidiano, acercando la moda a la vida real y conectando con el público desde la empatía y la verdad.

- **Asequible:** Se comunica a través de una escena urbana común como: una tienda local, sillas plásticas, un entorno cotidiano que no busca impresionar o resaltar. La modelo camina hacia fuera del establecimiento de manera natural, sin exageraciones en su gesto

corporal. La acción representada simple cotidianidad sugiriendo que cualquiera podría vestir esa prenda, sin necesidad de encajar en un ideal estético.

Más allá, esta imagen transmite una accesibilidad simbólica a una moda que no excluye, que no se encuentra en el sentido tradicional, sino que se integra a la vida real. Propone un imaginario inclusivo, donde la ropa no transforma a quien la usa, sino que se adapta a la diversidad de cuerpos, escenarios y experiencias. Al situarse en un entorno familiar y reconocible, la escena evidencia que es posible habitar la moda sin dejar de ser uno mismo.

- **Frescura:** Se puede interpretar como una actitud de renovación, una ruptura con las formas pesadas, rígidas o sobre producidas de la moda tradicional. Es una cualidad que va más allá de lo visual y que se puede traducir en una libertad corporal auténtica: la posibilidad de moverse, sentir y habitar el cuerpo sin esfuerzo. Aquí, la prenda no impone, no disfraza ni moldea; es una aliada del cuerpo, una extensión ligera de la propia piel.

Visualmente, se expresa en el movimiento sugerido: dentro de una simple acción que realiza el modelo, ya sea, el paso que da la modelo, cargado de naturalidad, la luz natural resalta esta atmósfera permitiendo que los diferentes elementos se complementen entre sí, la paleta de color, ayuda a generar esa sensación de ligereza, claridad y equilibrio visual.

- **Seguridad:** Transmite la presencia corporal consciente como: un pie adelantado, hombros erguidos, brazos libres. La manera en que la modelo sostiene un abrigo o bolso, sin llevarlo completamente puesto, pero tampoco descartándolo, refleja dominio sobre sus gestos y su cuerpo. Es un lenguaje no verbal que sugiere decisión, pero también fluidez y la simetría entre el cuerpo de la modelo y el fondo.

Más allá de lo visual, esta seguridad puede leerse como autoafirmación y autonomía: es un cuerpo que se mueve por decisión propia. Aquí, el cuerpo no es un lienzo a corregir, sino un territorio que se afirma. La ropa no oculta, sino que acompaña. La seguridad entonces se transforma en confianza interior, en un derecho a ser visible sin alterar quién se es.

- **Comodidad:** Se expresa formalmente desde la acción: caminar hacia afuera, en un entorno cotidiano, sin tensión en el cuerpo. El calzado plano, la caída fluida del vestido, y la ausencia de posturas forzadas transmiten una sensación de movilidad natural. La escena no está planeada, sino que simula una pausa real de la vida diaria. La luz del día, junto con el escenario no intervenido, refuerzan la idea de una escena habitada con autenticidad.

La idea de liberar el cuerpo para que habite la prenda ofreciendo comodidad además de ser una declaración de que el cuerpo no debe sufrir para ser bello.

- **Común:** Se construye a partir de un entorno cotidiano sin intervención como: una tienda de comida en la calle, con sillas plásticas, una atmósfera urbana sin artificios. Este tipo de escenario se aleja por completo de las lógicas escenográficas de la moda tradicional. Situado en un contexto que cualquiera podría habitar, lo que desarma la distancia entre el espectador y la escena. No se trata de idealizar el entorno, sino de permitir que la ropa dialogue con él.

También se puede leer como una apuesta por la inclusión visual: todos los cuerpos y todos los espacios tienen derecho a formar parte del relato. No se trata de adaptar la vida a la ropa, sino de permitir que la ropa se adapte a los distintos ritmos, contextos donde se encuentran.

Expresión disruptiva

La publicidad busca que el público asocie los valores importantes para las personas a productos y marcas concretos. Cada producto, cada marca, cada mensaje busca establecer una relación entre un valor y un producto; estos valores cambian con el tiempo pues se adaptan a los cambios que a su vez se producen en la sociedad.

El Marketing disruptivo está orientado a estrategias de bajo presupuesto, pero adecuadas de acuerdo con el sector en el que la marca se quiere enfocar, por lo general este concepto está orientado a cambiar sutilmente lo que ya está establecido.

- **Cotidiano:** por medio de la fotografía jugar con elementos que se ven en un día a día, puede que no tengan nada que ver con el producto, pero te lleva a conectar con la marca gracias a ver elementos familiares a la vista.
- **Sencillez:** encontrar algo muy bello en lo sencillo, como lo es una pared, una sábana, un camión, tener la capacidad de que cualquier elemento pueda llegar a transmitir el mensaje que se busca.
- **Locación:** cualquier lugar puede ser un buen “estudio” en el cual se pueden realizar fotos, hasta llegar a darle un mensaje aún más fuerte a la fotografía.
- **Cultura:** Utilizar elementos que son culturalmente conocidos por muchas personas, algo con lo que se identifica la sociedad, como lo son las sillas de plásticos que todos tienen en casa.

Características:

- **Ironía y sarcasmo**

La publicidad juega con los clichés de la moda y el consumismo para evidenciar su superficialidad jugando con la fotografía.

- **Descontextualización**

Se colocan elementos de lujo o moda en contextos inusuales (pobreza, guerra, contaminación) para generar contraste y reflexión. Juntando la locación y el producto.

- **Estética provocadora o transgresora**

Se muestran imágenes impactantes que incomodan o cuestionan normas sociales. Como usando modelos con discapacidades o deformidades que no se suelen utilizar para publicitar un producto.

- **Mensajes contradictorios**

Se combinan mensajes de empoderamiento con imágenes que refuerzan estereotipos o dependencia del consumo.

- **Apropiación de símbolos culturales o políticos**

La moda toma elementos de protestas, revoluciones o subculturas y los convierte en tendencias para evidenciar cómo el mercado absorbe todo.

- **Crítica directa al consumismo**

Algunas marcas o diseñadores crean campañas que directamente invitan a consumir menos o critican la cultura fast fashion.

La marca noruega Northern Playground ha lanzado la iniciativa “The worn once dress” (El vestido usado una sola vez): una pieza única creada a partir de retales de prendas (chaquetas, faldas o camisetas) que celebrities e influencers han utilizado una única vez. La firma ha buscado esas prendas en aplicaciones de segunda mano durante seis meses. La persona que lo ha vestido ha sido la creadora de contenido StSunniva, que lo ha lucido en la alfombra roja de los premios Vixen Awards, que reconocen a influencers noruegos. Se trata, así, de un potente símbolo que denuncia que los noruegos tienen, de media, más de 350 prendas cada uno, el doble que en el año 1990. Además, los consumidores que deseen asistir a un evento o una fiesta con este particular atuendo podrán pedírselo a la marca de forma totalmente gratuita.

Objetivo general:

Crear una propuesta de narrativa visual disruptiva soportada en el medio fotográfico cómo constructo base de la identidad de la plataforma Anomalía Moda Sostenible y Consciente provocando mediaciones reflexivas que movilicen desde consumidores habituales hasta quienes tienen inquietudes iniciales respecto al tema.

Objetivos específicos:

- Identificar el lenguaje emocional en exploraciones fotográficas basadas en el gesto del cuerpo para describir la intención comunicativa de las propuestas de Anomalía.
- Identificar rasgos conceptuales de carácter disruptivo desde análisis comparativo de imágenes publicitarias de la moda tradicional y la moda disruptiva para delimitar el concepto de diseño de Anomalía.

- Identificar las unidades narrativas de tipo disruptivo, sostenible y crítico en obras fotográficas de artistas con intenciones similares para definir la línea narrativa fotográfica de Anomalía.

Metodología de la Investigación

La investigación anterior se adapta a un diseño de investigación-creación, donde la producción artística y el análisis teórico se complementan mutuamente para la creación de los objetivos planteados. Se comienza haciendo un análisis previo y la contextualización, se usa la aplicación de Inteligencia Artificial (IA) como herramienta inicial, el cual se le da información hecha anteriormente y contextualización del proyecto para que sepa por donde guiarse, esto permitió generar apreciaciones preliminares sobre la producción de imágenes del proyecto, de este modo ayudó a guiar la contextualización de este.

Para la creación de las metáforas duales en el proyecto Anomalía, nace a partir de un análisis previo, donde se había investigado diversas fuentes y conceptos relacionados con la moda, la identidad y la sostenibilidad. Al principio, se realizó la revisión de las fotografías de la hoja de contacto, donde se capturaron los gestos y poses que sirvieron como punto de partida para explorar la relación entre el cuerpo y la moda, enfatizando el lenguaje emocional.

Además, se realizó un análisis de la publicidad de moda convencional. Este reveló los códigos visuales tradicionales que Anomalía busca desafiar, como la perfección y el consumo. A partir de esta observación, se identificaron tensiones conceptuales que contribuyeron en la construcción de las metáforas. Por ejemplo, la discrepancia entre lo que se muestra y lo que realmente significa, así como la fragilidad que puede ser vista como fortaleza.

Y la influencia de artistas como Wolfgang Tillmans y Cindy Sherman también fue fundamental en este proceso. Sus obras proporcionaron ejemplos de cómo la fotografía puede ser un medio de autenticidad y crítica social. Tillmans, con su enfoque en lo cotidiano y la diversidad, y Sherman, con su deconstrucción de roles y el autoperformance, inspiraron la búsqueda de un lenguaje visual que cuestionara los estándares de belleza y consumo.

Para estructurar y dar forma a estas ideas, se utilizó la Inteligencia Artificial (IA) como herramienta de apoyo, ayudó a la organización de la información. A través de esta colaboración, se lograron definir cinco líneas narrativas, cada una representando una metáfora dual que contiene las polaridades previamente identificadas. Estas metáforas no solo sirven como conceptos abstractos, sino que también orientan la producción visual, guiando las decisiones estéticas y narrativas en las futuras sesiones fotográficas, así, cada serie comunica la esencia del proyecto.

Análisis Formal, Compositivo, Simbólico e Interpretativo: Se realizó un análisis detallado de las fotografías del proyecto "Anomalía" bajo los enfoques de Roland Barthes (Punctum) y Susan Sontag (imagen subversiva o subvertida).

Acción Metodológica: Creación de los esquemas/figurines detallados. Funcionando como guías de pose, la representación gráfica de la intención emocional y el movimiento del cuerpo. Se utiliza la codificación de colores para diferenciar la estructura del movimiento, la posición del esqueleto y la estructura del figurín, asegurando que cada línea contribuya a la expresión que se desea mostrar. Esta exploración permite identificar el lenguaje tanto emocional como gestual de cada pose, describiendo con precisión la intención comunicativa de las propuestas de Anomalía.

Desarrollo de Líneas Narrativas y Guía de Dirección Fotográfica: Basándose en los análisis previos, se delinearon cinco líneas de narración gráfica que funcionan como metáforas duales.

Estas líneas orientan el derrotero de la composición y comunicación para la futura serie fotográfica. Posteriormente, se elaboró la preproducción para la dirección fotográfica para cada metáfora, detallando concepto visual, tipo de luz, gesto corporal y contexto de locación, el vestuario.

Se estructura en 4 fases:

- **Fase 1: Lenguaje emocional (responder cuál es la intención comunicativa)**

(Alineada al Objetivo Específico 1)

Se realiza una exploración del Gesto como Lenguaje Emocional, basado en las metáforas duales, se diseñan secuencias de poses y expresiones. El objetivo principal de esta etapa fue identificar el lenguaje emocional en exploraciones fotográficas basadas en el gesto del cuerpo, con el fin de describir las intenciones comunicativas de las propuestas de Anomalía.

Este análisis se desglosó en los siguientes criterios:

Análisis Formal: Estudio de los elementos visuales primarios del diseño (composición, colores, texturas, etc.).

Análisis Compositivo: Evaluación de la disposición de los elementos dentro del encuadre (equilibrio, ritmo, diagonales, etc.).

Aproximación al Lenguaje Emocional: La interpretación de las emociones gestuales como corporales que las imágenes estáticas producen en el espectador, describiendo con precisión la intención comunicativa de las propuestas de Anomalía (ej. una pose inclinada comunica vulnerabilidad activa, mientras que una postura frontal y centrada comunica esencia y autoafirmación)., teniendo relación con los conceptos de diseño.

- **Fase 2: Rasgos conceptuales (concepto de diseño)**

(Alineada al Objetivo Específico 2)

Esta fase se centra en establecer el qué y el porqué de la disrupción, analizando el estado del arte visual de la moda tradicional.

Acción Metodológica: Creación de un esquema o tabla de análisis para identificar los rasgos conceptuales de carácter disruptivo (ej. representación no normativa del cuerpo, uso de texturas orgánicas, gestualidad desafiante, ropa no sé).

Análisis Comparativo Disruptivo: Se realiza un estudio sistemático de imágenes publicitarias de la moda tradicional (enfocadas en la idealización y el consumo) contrastadas con ejemplos de moda disruptiva (se encuentra la obra de Tillmans y Sherman).

- **Fase 3: Definición de la Línea Narrativa y Referentes Artísticos**

(Alineada al Objetivo Específico 3)

Una vez delimitado el concepto de disruptivo, se busca definir la voz propia de Anomalía a través del diálogo con referentes artísticos que compartan intenciones similares.

Análisis de Narrativas en el Arte: Se examinan referentes fotográficos clave, como las de Cindy Sherman en su cuestionamiento de roles y Wolfgang Tillmans en su celebración de la autenticidad y lo efímero, para adquirir mayor conocimiento de lo que se desea transmitir y sus unidades narrativas de tipo disruptivo, sostenible y crítico.

Acción Metodológica: Desglose de las estrategias visuales utilizadas por estos artistas para comunicar autenticidad, diversidad corporal y la conexión con lo orgánico.

- **Fase 4: Integración y Conjeturas de Diseño**

Se realizó una integración de los tres análisis, hoja de contacto, publicidad de moda tradicional y referentes fotográficos disruptivos, combinando los hallazgos para que al final salieran cinco metáforas narrativas. El propósito fue delimitar con precisión la información visual y conceptual que definirán la serie estética fotográfica de "Anomalía" y traducir los análisis teóricos en atributos de diseño concretos para el desarrollo de bocetos y machotes y tener una guía para realizar la serie fotográfica.

Moodboard Fotografías

1. Apariencia/Esencia:

- PRIMERA FOTO

- Poses de referencia

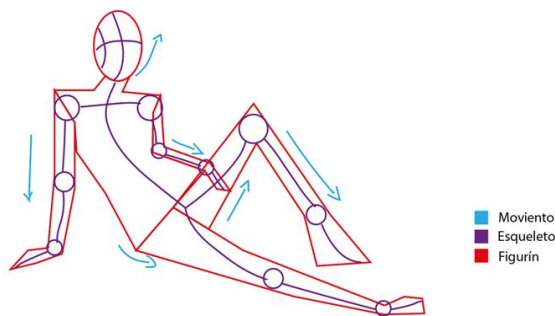


Lokii Reis [@lokiiproblematic]. (19 de mayo de 2025).[Fotografía].Instagram.



Liahna [@luckyjpegs]. (27 de Julio de 2025).[Fotografía]. Instagram.

- Esquema o figurín:



Figurín 1. Apariencia/Esencia

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que la modelo está cómoda con su apariencia, que le da tranquilidad y empoderamiento de quien es, es un reflejo de su personalidad demostrando que el vestuario no solo es un accesorio sino una extensión de su esencia personal.
- **Vestuario:** Suéter tejido de colores vivos con textura, pantalón corto de jean gris, correa roja, tenis; en cuanto al cabello un recogido de dos cebollitas; de accesorios anillos, collar de flores negro, gafas; cara de tranquilidad, admirando el entorno con los hombros abajo.
- **Composición:** En un lugar abierto, plano general, foto con altura al piso y con el sujeto ubicado a la izquierda.

o SEGUNDA FOTO

- Poses de referencia:

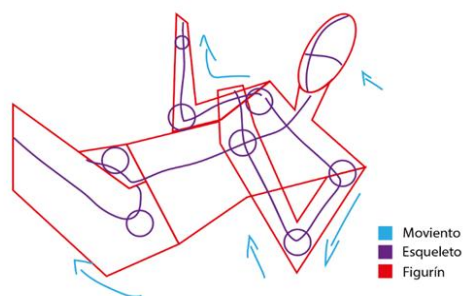


Advait [*@wtfaayush*]. (2 de diciembre de 2025). [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/DRwvzMjkjwD/?img_in dex=3&igsh=MXM2bmcwdWlnMHIncQ==



怪晖 [*@shangzhaohui*]. (15 de mayo de 2023). [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CsQjcl2PaTl/?igsh=MWUydzB1ODVyejM4NQ==>

- Esquema o figurín:



Figurín 2. Apariencia/Esencia

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que la modelo está cómoda con su apariencia, que le da tranquilidad y empoderamiento de quien es, es un reflejo de su personalidad demostrando que el vestuario no solo es un accesorio sino una extensión de su esencia personal.
- **Vestuario:** Camisa blanca con textura, pantalón verde de pana, tenis; el cabello suelto; accesorios anillos, collar, audífonos, celular y gafas de sol; recostada contra un árbol o en el piso, disfrutando la música y con los ojos cerrados.
- **Composición:** En un lugar abierto, plano general, foto con altura al piso y con el sujeto ubicado a la derecha.

2. Vulnerabilidad/Rebeldía

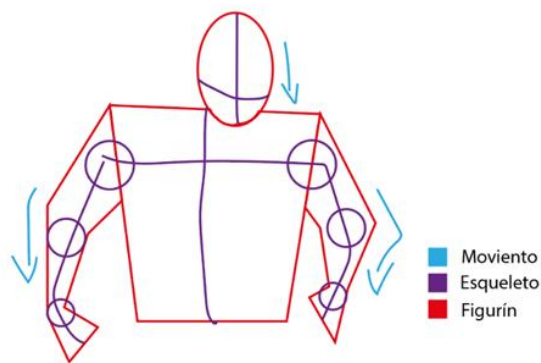
o PRIMERA FOTO

- Poses de referencia:



Fuente propia. (2025)

- Esquema o figurín:



Figurín 1. Vulnerabilidad/Rebeldía

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que el modelo tiene fuerza de acuerdo a lo que se pone de vestuario, mostrando que no importa como este vestido nadie conoce como realmente se siente.
- **Vestuario:** Chaqueta de cuero oscura, camisa blanca; accesorios collar, gorra, anillos; parado mirando hacia abajo, cara relajada, creando una línea diagonal con el collar.
- **Composición:** En un lugar cerrado con pared blanca, primer plano, foto en contrapicada y con el sujeto ubicado en la mitad.

o SEGUNDA FOTO

- Poses de referencia:



Liahna [@luckyjpegs]. (11 de mayo de 2024). [Fotografía].

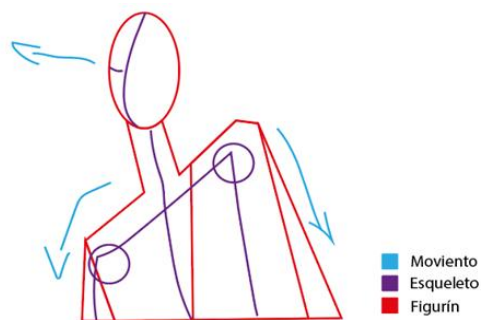
Instagram. <https://www.instagram.com/p/C62Tg6SLZOn/?igsh=MTF1MnUzY253cDdiOQ==>



Liahna [@luckyjpegs]. (7 de febrero de

2024). [Fotografía]. Instagram. https://www.instagram.com/p/C3A19ZsuleU/?img_index=1&igsh=MWQzb2hqdmxwaWk3cA==

- Esquema o figurín:



Figurín 2. Vulnerabilidad/Rebeldía

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que el modelo tiene fuerza de acuerdo a lo que se pone de vestuario, mostrando que no importa como este vestido nadie conoce como realmente se siente.
- **Vestuario:** Saco rosado, pañoleta naranja con motivos; pose de espaldas y solo se ve un cuarto de la cara, reflejando preocupación
- **Composición:** En un lugar abierto, primer plano, foto en contrapicada y con el sujeto ubicado a la derecha.

3. Control/Caos

o PRIMERA FOTO

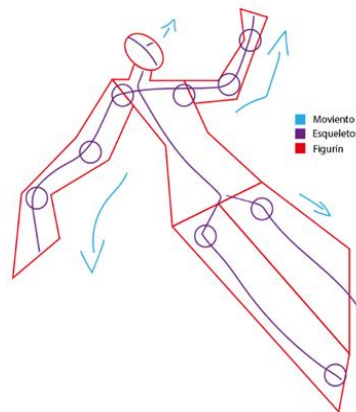
- Poses de referencia:



Liahna [@luckyjpegs]. (24 de mayo de

2025).[Fotografía].Instagram. <https://www.instagram.com/p/DKCfgGrtc81/?igsh=MWJsNmNrN20zbGUzag=>

- Esquema o figurín:

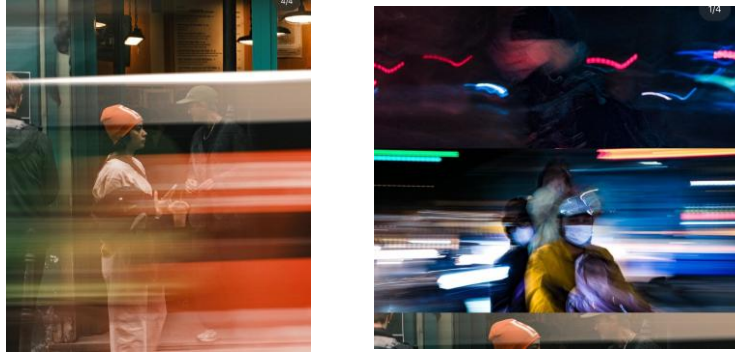


Figurín 1. Control/Caos

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que la modelo tiene que sobrevivir a que su propio mundo se está cayendo en mil pedazos, pero tiene que seguir porque el mundo real sigue en pie y no se puede estancar por más que esté devastada por dentro.
- **Vestuario:** Vestido de jean corto, medias rojas veladas, botas negras; accesorios bolso pequeño, gorra de cuero; pose inestable con cara muy triste.
- **Composición:** Lugar abierto con edificación, plano general, foto desde perspectiva baja, creando alguna diagonal con la edificación, sujeto en la mitad.

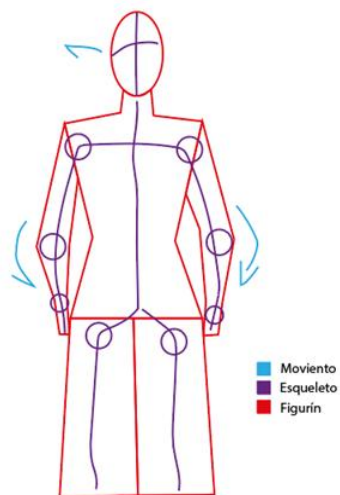
o SEGUNDA FOTO

- Poses de referencia:



Killian Rielland [*@killian.rielland*]. (26 de noviembre de 2025). [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DRg3lvKCM-o/?igsh=MTlIM2dkaWxqMDhiNQ==>

- Esquema o figurín:



Figurín 2. Control/Caos

- **Concepto:** Con esta foto se quiere reflejar que la modelo tiene que sobrevivir a que su propio mundo se está cayendo en mil pedazos, pero tiene que seguir porque el mundo real sigue en pie y no se puede estancar por más que esté devastada por dentro.
- **Vestuario:** Gaban negro largo, medias rojas, botas negras; accesorios tote bag; jugar con la movilidad de los carros en la parte de atrás.
- **Composición:** Lugar abierto con una calle principal con vehículos, plano general, foto centrada, sujeto en la mitad.

4. Superficialidad – Profundidad

o PRIMERA FOTO

- Poses de referencia:



1. *Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest*

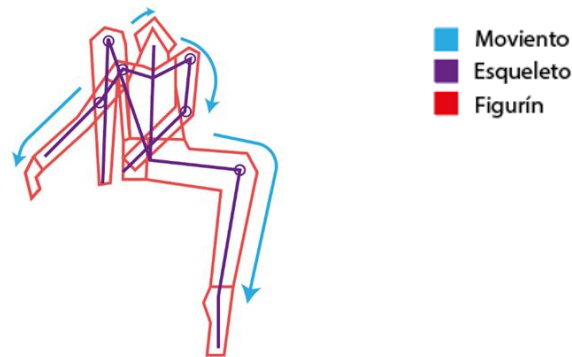
(<https://co.pinterest.com/pin/139330182216170186/>)



2. *Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest*

(<https://co.pinterest.com/pin/2040762327274742/>)

- Esquema o figurín:



Figurín 1. Superficialidad/Profundidad

- **Concepto:** Representación del cuerpo descansado o que está sostenido, pero al mismo tiempo deja entrever tensiones más profundas. La posición se encuentra sentada, con el cuerpo inclinado hacia atrás y los brazos que uno está de soporte y el otro rodeando la pierna, refleja una dualidad entre mostrar control y esconder vulnerabilidad.

La idea es mostrar un gesto íntimo, introspectivo, que sugiere que bajo la superficie calmada que existe un espacio interno en movimiento.

- **Vestuario:** Ropa con colores neutros, camiseta blanca, tener algunos accesorios pequeños que se resaltan con colores llamativos.
- **Composición:** Plano medio abierto, en el que se vea el cuerpo entero en la posición indicada, que esté la persona a un lado de la toma no en el centro para darle un peso visual, luz natural pero que se vea un contraste en la ropa y la cara con las sombras sutiles.

o SEGUNDA FOTO

- Poses de referencia:



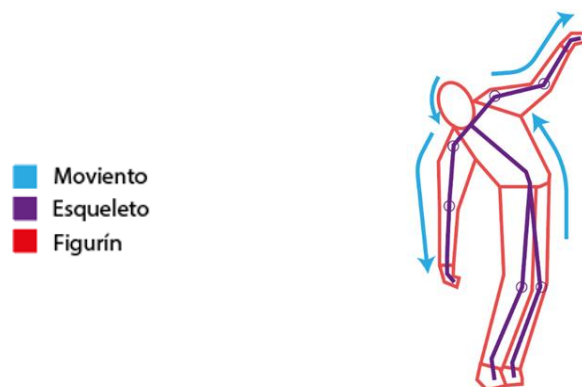
SUPA Model Management. (1998). Claudio Tibunga for H&M. Recuperado de <http://www.supamodelmanagement.com/news/1998-claudio-tibunga-for-h-m/>



Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest

(<https://co.pinterest.com/pin/2955556001367608/>)

- Esquema o figurín:



Figurín 2. Superficialidad/Profundidad

- **Concepto:** El cuerpo se posiciona como si estuviera elevado ya sea un punto de apoyo como el suelo o alguna silla, la persona estará inclinada hacia atrás, abriendo los brazos como si estuviera haciendo equilibrio de ese modo se mostrará la vulnerabilidad. La extensión del torso y la caída del brazo generan un gesto que revela capas internas, lo que normalmente se esconde detrás de una postura controlada. Es una exploración de equilibrio emocional, de la seguridad superficial que sería el apoyo firme de las piernas hacia una profundidad inestable pero honesta.
- **Vestuario:** Combinación entre pantalón y chaqueta o camisa oscura, con objetos con colores llamativos que se denotan más.
- **Composición:** Plano medio general, tal vez que esté un poco en contrapicado, para que se vea la altura y el desnivel. Modelo centrado verticalmente, pero con el movimiento e inclinación hacia un lado del encuadre. Usar luz natural, que esté en un entorno de afuera.

5. Raíz – Fuga

o PRIMERA FOTO

- Poses de referencia:

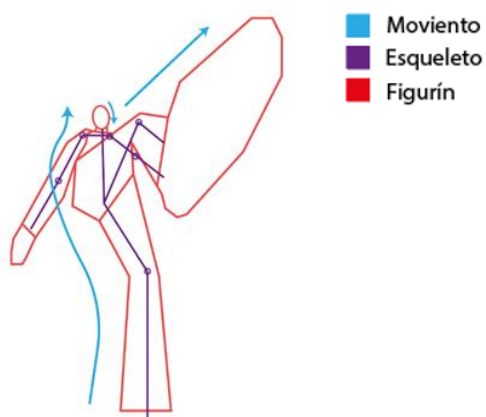


NAST Film Photography. (s. f.). Project 02. Recuperado de <https://www.nast-film-photography.com/project02>



NAST Film Photography. (s. f.). Project 4. Recuperado de <https://www.nast-film-photography.com/project-4>

· Esquema o figurín:



Figurín 1. Raíz/Fuga

· **Concepto:** Expresar la autoafirmación. La perspectiva desde abajo convierte al cuerpo en una figura monumental, decisión y presencia. Representa el momento de renacer con determinación, de levantar el pie y seguir, sin pedir permiso. El cuerpo se encuentra ligeramente inclinado hacia adelante. Pierna derecha elevada, planta del zapato apuntando a la cámara. Brazos relajados, sueltos. Cabeza inclinada levemente hacia abajo, con la mirada fija hacia la cámara, la expresión neutral, relajada.

- **Vestuario:** Una chaqueta marrón o de cuero, una camisa blanca, jean o pantalón oscuro, botas o tenis oscuros.
- **Composición:** Plano contrapicado total. Punto de fuga invertido. Fondo con varios edificios altos atrás, al aire libre. Equilibrio de enfoque entre el pie y el resto del modelo.

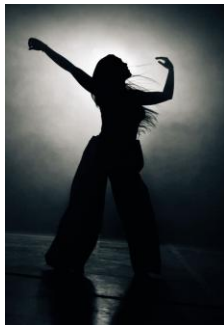
o SEGUNDA FOTO

- Poses de referencia:



1. *Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest*

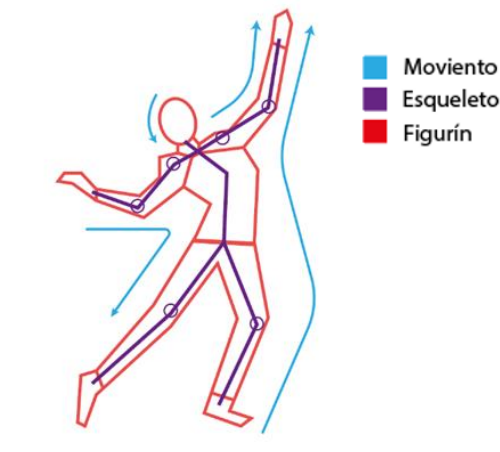
(<https://in.pinterest.com/pin/587227238952717985/>)



2. *Imagen de referencia visual. Fuente: Pinterest*

(<https://in.pinterest.com/pin/3588874698012679/>)

- Esquema o figurín:



Figurín 2. Raíz/Fuga

- **Concepto:** El modelo parece suspendido entre permanecer y escapar. El pasillo sería ese lugar de origen, contención y pertenencia; mientras la luz al fondo es la necesidad de ir más allá, de desprenderse de lo conocido. El cuerpo se curva y se estira, como si luchara entre ambos impulsos: arraigarse o liberarse. Los brazos abiertos como de equilibrio. Espalda arqueada suavemente. Cabeza inclinada ligeramente hacia atrás.
- **Vestuario:** Ropa suelta, puede ser una camisa grande o una tela encima para que se vea el gesto del cuerpo, tal vez tonos vibrantes o blancos, botas.
- **Composición:** Plano general, cuerpo completo. Relación del modelo con el entorno, modelo en el centro, la cámara ligeramente girada para dar una sensación más de movimiento. Pasillo como en forma de túnel, si se puede al aire libre pero no del todo, que le pueda entrar luz natural.

Desarrollo y herramientas:

La publicidad en la moda rápida es efectiva porque sabe cómo despertar los deseos y emociones del consumidor, convirtiendo una necesidad en impulso. A través de imágenes llamativas, mensajes inspiracionales y presencia constante en redes sociales, las marcas logran crear una sensación de urgencia y pertenencia que lleva a las personas a comprar sin pensar demasiado. El fast fashion se basa en la rapidez: colecciones nuevas cada semana, precios bajos y tendencias que cambian constantemente, reforzando la idea de que lo “nuevo” siempre tiene más valor.

El marketing digital y el uso de influencers ayudan a que los consumidores se sientan identificados con un estilo de vida moderno y alcanzable. Según los artículos *The Impact of Marketing Strategies on the Success of the Fast Fashion Industry: A Systematic Review* y *Analysis of New Media Marketing Strategies in the Fast Fashion Industry*, hay varios factores que explican por qué las personas compran con tanta frecuencia en esta industria. Uno de ellos es el comportamiento del consumidor, que incluye los hábitos, emociones y pensamientos que influyen en las decisiones de compra; en el fast fashion, estas decisiones suelen ser impulsivas y guiadas por el deseo de tener algo nuevo.

El marketing digital también juega un papel importante, ya que las marcas usan algoritmos, publicidad personalizada y campañas interactivas para mantener la atención del público. Además, el propio modelo del fast fashion (producir y renovar prendas de forma constante) crea la ilusión de que las prendas son limitadas, lo que impulsa a comprarlas rápidamente. Las redes sociales y los influencers fortalecen este efecto al mostrar estilos de vida que las personas quieren imitar.

Por último, el fenómeno del *FOMO* (miedo a quedarse por fuera) y la influencia de celebridades aumentan el deseo de pertenecer y seguir las tendencias que dominan el entorno digital. Todo

esto hace que la publicidad del fast fashion sea tan efectiva, logrando que la gente asocie comprar ropa con sentirse parte, expresar quiénes son y estar al día, más que con una necesidad real.

La publicidad en la moda sostenible busca cambiar la forma en que entendemos el consumo, promoviendo valores más éticos, responsables y conscientes con el medio ambiente. Este tipo de comunicación se enfoca en la transparencia, la durabilidad y la responsabilidad colectiva, invitando a reflexionar sobre el impacto que tiene cada prenda en el entorno. Un buen ejemplo es la marca ECOALF, que impulsa este pensamiento sostenible: “Los productos de la marca y sus promociones audiovisuales impulsan la concienciación medioambiental a nivel mundial por la aparición de diferentes puntos geográficos y la multiculturalidad de sus modelos y variedad de los protagonistas en las publicaciones concebidas para diferentes consumidores de moda, de RRSS, ecologistas, líderes culturales y cazadores de tendencias entre otros” (p. 17). Esta forma de comunicación busca conectar emocionalmente desde el compromiso y la reflexión, más que desde el deseo o la inmediatez.

Para entender cómo la publicidad influye en los hábitos de consumo permite usar este análisis como base para definir el concepto de diseño de Anomalía. Al reconocer tanto los mecanismos que hacen efectiva la moda rápida como las estrategias que impulsan la moda sostenible, el proyecto puede posicionarse de manera crítica entre ambos extremos. Así, Anomalía propone una narrativa visual que cuestiona los modelos de comunicación tradicionales y plantea una nueva forma de ver, consumir y representar la moda.

Después de analizar la publicidad tanto de la moda rápida como de la moda sostenible, Anomalía puede crear su propio concepto de diseño tomando lo mejor y más crítico de ambos mundos. De la moda rápida puede aprovechar la fuerza visual, la forma directa de comunicar y la conexión emocional con las personas, pero dándoles un nuevo sentido desde una mirada

más consciente. En vez de promover el consumo impulsivo, puede usar estos recursos para invitar a reflexionar sobre cómo se produce, se muestra y se consume la moda.

Por otro lado, de la moda sostenible puede tomar valores como la transparencia, la durabilidad y la responsabilidad social y ambiental, integrándose no solo en el mensaje, sino también en la estética y en la forma de contar sus ideas. Así, el concepto de diseño de Anomalía se define por ser crítico y diferente: una propuesta que rompe con los modelos tradicionales de comunicación en la moda, buscando nuevas formas de representar la conciencia, el valor de lo existente y la conexión entre identidad, cuerpo y entorno.

Es así como Anomalía se convierte en un punto de encuentro entre el impacto visual de la moda rápida y la profundidad ética de la moda sostenible, usando la publicidad no para vender deseo, sino para generar reflexión. De esta manera, propone una estética que cuestione, inspire y motive un cambio en la forma en que entendemos la moda actual.

Hoja de Contacto como Herramienta Central para Identificar el Lenguaje Emocional: Se realizó una sesión fotográfica previa en la que se exploraron diferentes poses corporales y gestualidades faciales de la modelo, buscando representar diversas emociones pensadas para las futuras tomas del proyecto. A partir de esta sesión se imprimieron las imágenes y, sobre ellas, se intervinieron acetatos con diferentes trazos que permitieron entender mejor las estructuras de movimiento, esqueleto, figurín, esquemas y dinámicas corporales, etc.

Después, en colaboración con una IA, las imágenes fueron subidas junto con información clave del proyecto. Esto permitió obtener parámetros estructurales concretos, como tensiones, direcciones, estructura corporal, proyecciones y componentes comunicativos, que aportaron un análisis visual con mayor detalle, también facilitó la construcción de la narrativa que ayudó a

identificar los patrones y similitudes relevantes para orientar las próximas fotografías. Por ejemplo, en la primera hoja, los trazos naranjas que delimitan ejes en las posturas de estiramiento muestran el volumen para composiciones asimétricas; en la segunda, los trazos azules que señalan torsiones que muestran movimientos que generan perspectivas dinámicas; y en la quinta, los trazos fucsias destacan las tensiones que transmiten mensajes de rebeldía. De esta manera, la hoja de contacto no sólo deconstruye el lenguaje emocional presente, sino que proyecta conceptos específicos para las futuras tomas.

En resumen, la hoja de contacto se utilizó como una herramienta metodológica para estructurar visualmente el lenguaje emocional del cuerpo y del rostro. Las imágenes analizadas, acompañadas de información contextual del proyecto, permitieron establecer parámetros claros de volumen, proporciones, movimiento, articulaciones, tensiones y vectores emocionales. Estos aspectos fueron hechos de forma análoga en trazos de distintos colores sobre acetatos: naranja para volumen y proporciones, azul para movimiento y articulaciones, y morado para tensión y cargas emocionales. Así, la hoja de contacto no solo documenta exploraciones preliminares, sino que también funciona como guía estructural y conceptual para una construcción más detallada de las futuras fotografías.

Inteligencia Artificial (IA): Se utilizó la IA como una herramienta para organizar y estructurar la información ya investigada previamente. La IA ayudó a guiar las etapas del proceso y a desarrollar las metáforas finales, a partir de los conceptos y datos que se le fueron proporcionando para que tuviera mayor contexto. Así, el enfoque se mantuvo completamente alineado con la visión y objetivos del proyecto, asegurando que la narrativa visual resultante refleja genuinamente las ideas de "Anomalía".

Resultados:

Se llevaron a cabo las primeras pruebas con el objetivo de reconocer el entorno y poder capturar los diferentes movimientos del modelo, alineándose con los bocetos realizados previamente. Durante este proceso de exploración, permitió entender mejor cómo interactúa el modelo con los distintos entornos en los que se podría encontrar, además se definió que todas las fotos fueran horizontales para mantener una coherencia visual y una línea narrativa unificada. Además, se exploraron diferentes encuadres y composiciones, buscando resaltar la interacción del modelo con los diferentes entornos de acuerdo con la estética de cada metáfora.

· Metáfora 1: Apariencia/Esencia

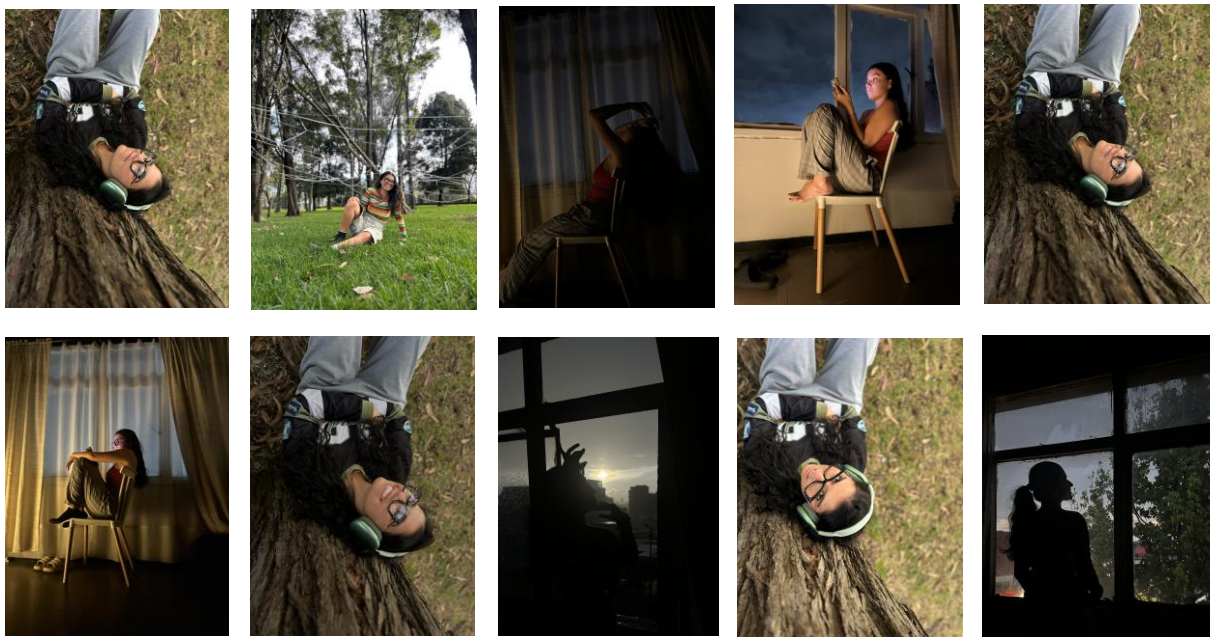


Figura 2. Metáfora 1: Apariencia / Esencia. Resultado.

· **Metáfora 2: Vulnerabilidad/Rebeldía**



Figura 3. Metáfora 2: Vulnerabilidad / Rebeldía. Resultado.

• **Metáfora 3: Control/Caos**



Figura 4. Metáfora 3: Control / Caos. Resultado.

Metáfora 4: Superficialidad/Profundidad



Figura 5. Metáfora 4: Superficialidad / Profundidad. Resultado.

• **Metáfora 5: Raíz/Fuga**



Figura 6. Metáfora 5: Raíz / Fuga. Resultado.

Exploraciones a las que se llegaron:

Después de varias pruebas/exploraciones, se sacaron 2 fotografías de cada metáfora que más se ajustan para transmitir las propuestas de diseño de Anomalía y también porque siguen la línea gráfica que se desea alcanzar.

Metáfora 1: Apariencia/Esencia

Resultado



Pantexture
Camino



Pantexture
Vínculo

Figura 7. Metáfora 1: Apariencia / Esencia. Pantexture.

Pantexture: Una combinación de PANTONE y TEXTURE, el tono que en este caso es VÍNCULO y CAMINO hacen referencia a lo que transmite estas texturas sacadas de las prendas de cada imagen.

Metáfora 2: Vulnerabilidad/Rebeldía

Resultado



Figura 8. Metáfora 2: Vulnerabilidad / Rebeldía. Pantexture.

Pantexture: Una combinación de PANTONE y TEXTURE, el tono que en este caso es HERIDA y CICATRIZ hacen referencia a lo que transmite estas texturas sacadas de las prendas de cada imagen.

Metáfora 3: Control/Caos

Resultado



Pantexture
Aparentar



Pantexture
Sentimientos

Figura 9. Metáfora 3: Control / Caos. Pantexture.

Pantexture: Una combinación de PANTONE y TEXTURE, el tono que en este caso es APARENTAR y SENTIMIENTOS hacen referencia a lo que transmite estas texturas sacadas de las prendas de cada imagen.

Metáfora 4: Superficialidad/Profundidad

Resultado



Pantexture
Carácter



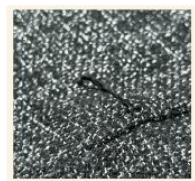
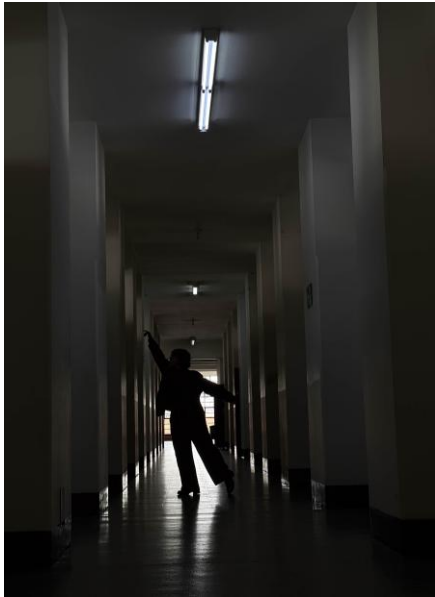
Pantexture
Abismo

Figura 10. Metáfora 4: Superficialidad / Profundidad. Pantexture.

***Pantexture:** Una combinación de PANTONE y TEXTURE, el tono que en este caso es CARÁCTER y ABISMO hacen referencia a lo que transmite estas texturas sacadas de las prendas de cada imagen.*

Metáfora 5: Raíz/Fuga

Resultado



Pantexure
Historia



Pantexure
Obstáculo

Figura 11. Metáfora 5: Raíz / Fuga. Pantexure.

***Pantexure:** Una combinación de PANTONE y TEXTURE, el tono que en este caso es HISTORIA y OBSTÁCULO hacen referencia a lo que transmite estas texturas sacadas de las prendas de cada imagen.*

Conclusiones

El desarrollo del proyecto permitió entender las convenciones de la moda y redefinirla a través de metáforas visuales significativas que salen a partir de las propuestas de Anomalía. Por medio de una metodología basada en un proceso de exploración continua, se lograron identificar y definir los atributos de diseño previamente planteados de cada una de las metáforas seleccionadas. A través de la selección cuidadosa dentro de cada toma, se lograron identificar fotografías que no solo comunican, sino que son capaces de evocar emociones y cuestionar percepciones que se alinean con la línea gráfica en la que está enfocada.

Cada sesión fotográfica no solo permitió una comprensión más profunda de cada metáfora, sino que también facilitó la representación visual de cada una, teniendo en cuenta los atributos de diseño, como el color, la composición, el movimiento, las texturas. Esta metodología que sale a partir de un proceso de exploración continua ha sido fundamental para sacar la relevancia y el impacto de cada una de las metáforas, siendo Anomalía destacando por la capacidad del diseño para ser un motor de reflexión social.

Bibliografía

Caicedo Ibarra, A. C. (2022). *Impact of fast fashion trends on consumer's buying behavior, perspective from digital marketing on social networks*.

Cindy Sherman - 157 obras de arte - fotografía. (n.d.). www.wikiart.org.

<https://www.wikiart.org/es/cindy-sherman/all-works#!#filterName:all-paintings-chronologically,resultType:masonry>

Cindy Sherman | MOMA. (n.d.). *The Museum of Modern Art*.

<https://www.moma.org/artists/5392-cindy-sherman#exhibitions>

Escalante Rodríguez, C. A. (2022). *Impacto social y ambiental de la moda rápida [Ensayo de grado, Universidad Militar Nueva Granada]*. Universidad Militar Nueva Granada. <https://repository.umng.edu.co/server/api/core/bitstreams/3e055da9-6703-4993-9bbe-f45b84452d2e/content>

Fernández, T., & Tamaro, E. (2004, January 12). *Susan Sontag*.

<https://www.biografiasyvidas.com/biografia/s/sontag.htm>

Fernández, T., & Tamaro, E. (2004, January 12). *Roland Barthes*.

<https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/barthes.htm>

Giraldo Ríos, N., Ortiz Reyes, C., & Hernández Cabrera, M. F. (2023). *Fast fashion y su incidencia en la industria textil colombiana [Proyecto de grado, Universidad Icesi]*. Repositorio Universidad Icesi.

<https://repository.icesi.edu.co/server/api/core/bitstreams/145a5e45-9729-49a9-8bd4-1668d33de885/content>

Guarín Pinzón, A. (2024). *Del fast fashion al slow fashion, mercados de segunda mano en Bogotá [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Javeriana]*. Pontificia Universidad Javeriana.

<https://apidspace.javeriana.edu.co/server/api/core/bitstreams/8b457f81-a4eb-41f6-b4ad-8a05663fa65a/content>

Gómez Sainz, E. (2022). *La publicidad como actor de concienciación ante la moda sostenible*.

Jesús, C. P., & De Valladolid Facultad De Ciencias Sociales Jurídicas Y De La Comunicación, U. (2014). *La publicidad en la industria de la moda*. Universidad De Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/6121>

Parres Serrano, B. A., García García, F., & Matarín Rodríguez-Peral, E. (2020). *La estrategia en las redes de una marca de moda*.

Sebastian, R. R. J. (2022, October 14). *La influencia de la comunicación disruptiva en la mente de la generación Z al adquirir un producto o servicio*. Biblioteca Digital Areandina. <https://digitk.areandina.edu.co/entities/publication/ad4e796a-58cb-4c39-b46c-350132be6aec>

Silva de Gregori, I. C., & Prestes Maier, J. (2023). *El modelo de producción fast fashion desde la perspectiva de la sostenibilidad*.

<https://www.scielo.br/j/vd/a/rHSTTT736dw5gDj43LnKGZt/?format=pdf&lang=es>

Slow Fashion Next. (s. f.). *9 razones por las que la moda será sostenible (de verdad) sí o también* [Ebook]. Slow Fashion Next. https://slowfashionnext.com/wp-content/uploads/2023/01/EBOOK_Slow_fashion_next.pdf

Vista de Cuerpos ideales. Una aproximación interdisciplinaria al estudio de los modelos de moda. (n.d.).

<https://raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/245013/386737>

Wei, S. (2024). *Analysis of New Media Marketing Strategies in the Fast Fashion Industry*. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 27, 452-459. <https://drpress.org/ojs/index.php/EHSS/article/view/18252/17785>

Wolfgang Tillmans | MOMA. (n.d.). The Museum of Modern Art.

<https://www.moma.org/artists/8044-wolfgang-tillmans>

Wolfgang Tillmans - 9 obras de arte - fotografia. (n.d.). www.wikiart.org.

<https://www.wikiart.org/es/wolfgang-tillmans/all-works#!#filterName:all-paintings-chronologically,resultType:masonry>

Zahran, A. M. (2024). THE IMPACT OF MARKETING STRATEGIES ON THE SUCCESS OF THE FAST FASHION INDUSTRY: A SYSTEMATIC REVIEW .

JUMDER: Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif, 1(3), 1–

15.<https://journal.dinamikapublika.id/index.php/JUMDER/article/view/25/23>