

# Vínculos que generan

# una gran creación

Escrito por Silvia Fernanda Forigua García

Foto tomada por Michael Garzón y Hugo Barrera

## Relación, correspondencia y nexos entre la moda y el diseño gráfico, una combinación de grandes resultados

**F**rancisco Villazón Osorio nació el 26 de agosto de 1972, en Bogotá. Siendo muy joven decidió estudiar diseño gráfico en la Universidad Jorge Tadeo Lozano, graduándose en 1996; junto a ello, cursó un diplomado en gestión y concepción en el diseño. Él se considera una persona inquieta en todo el tema del diseño, ya que es un tema apasionante para él; además, siempre está atento al movimiento gráfico a su alrededor. Su motivación es la comunicación, siempre busca la manera de comunicarse de diferentes maneras, contar historias y generar narrativas. Los primeros trabajos que realizó Francisco fueron durante su etapa universitaria, en la que se dedicó a hacer ilustraciones de libros infantiles con los cuales ganó varios concursos. Trabajó 20 años como director de publicidad en la cadena de joyería

Kevin's, la más grande de Colombia, manejando el marketing de marcas prestigiosas de relojes como Gucci, Lacoste Y Tommy entre otras. Su trabajo se centra en el posicionamiento de la joyería y generado la imagen y activación de marketing de cada colección de lujo. Lleva 20 años desempeñándose como docente en la Escuela de Diseño y Mercadeo Arturo Tejada Cano, en este trabajo encontró una forma de compartir todo lo que sabe, comenta que llegó a este empleo cuando se encontraba laborando en la Escuela Colombiana de Diseño, siendo contactado para iniciar la transición de lo análogo al área digital del diseño. De forma paralela, Francisco Villazón, hace consultorías y asesorías en manejos de marca, marketing y todo lo que tenga que ver con comunicación de las empresas de lujo hacia los consumidores, con

estrategias totalmente diferentes, en la que se destaca la exclusividad, ya que se tienen unos códigos de comunicación específicos por el tipo de cliente al que está dirigido.



Le gusta mucho la comunicación visual en todos los aspectos, se le facilita cualquier estilo gráfico visual, le es cómodo trabajar dependiendo del objetivo al que se dirige, con respecto al estilo no considera centrarse en uno solo y se apoya en el neuromarketing para entender el cómo piensa la persona y a partir de esto comunicar de una manera más asertiva.



## Un vínculo complementario entre profesiones

Entre el diseño gráfico y la moda hay una relación que potencializa los productos finales, dos profesiones que regularmente se ven por separadas y se entienden desde lo individual y que hoy Francisco Villazón explica desde su relación en un solo escenario.

*¿Cuál es la importancia del trabajo conjunto entre moda y diseño gráfico?*

"Es esencial esta relación, porque la primera conexión que tiene el diseñador con sus ideas es gráfica, ya que antes del resultado final (hablando de moda) se debe tener una preparación gráfica, los moldes, los patrones, figurines, ya que se tiene un acercamiento muy real al resultado sin que este exista. La moda requiere un buen diseño gráfico".

Para Francisco es importante entender como el figurín y los dibujos planos acercan mucho a los atuendos y lo que expresan, solo con el hecho de plasmarlo gráficamente se puede dar a conocer el objetivo de la prenda.

*¿Cómo su trabajo de diseñador gráfico se relaciona al diseño de moda?*

"Es fascinante como nos acercan los elementos gráficos a cómo va a ser la prenda física y cómo se va a sentir la persona que la use. A nivel gráfico, la ilustración de moda exige un lenguaje particular que enriquece la comunicación".

Francisco Villazón comienza a desarrollar una carrera como ilustrador de moda dentro de su ejercicio docente.

*¿Al momento de ilustrar que le gusta transmitir en sus proyectos?*

"El diseñador de moda necesita que la ilustración lo provea de toda la información que quiere contar, en cuanto a lo expresivo, el manejo

cromático, la simulación de texturas, todo se transmite en una pieza única en la que el diseñador se sienta identificado con las ilustraciones. Por otro lado, que los receptores (a quienes les va a llegar la ilustración) tomen la decisión de compra. En ambas vías se necesita utilizar todos los recursos para realizar la ilustración de la mejor manera para conseguir que tenga un toque propio y sea amado". La ilustración siempre ha estado presente en su vida y en el desarrollo de su ejercicio profesional se ha dado la creación de una marca propia.

La marca de Francisco Villazón Ilustrador surge desde la academia, al alejarse un poco del marketing de lujo y dedicarse a la docencia decidió hacer más ilustración, ya que se vuelve una necesidad, de aquí decidió crear su marca propia. Comenzó con su perfil de Instagram, que se puede ver en @francisco.villazon. ilustrador y recientemente abrió su canal de YouTube.

La docencia brinda un espacio a los cambios en la vida de este diseñador

*¿Qué es para usted la docencia?*

"Enseñar es otra forma de dar, es dar algo intangible, más valioso que lo tangible, que es algo que se acaba. Lo que se regala para la mente y para el corazón siempre queda. Por eso enseño".



Foto tomada por Michael Garzón y Hugo Barrera