

Una mágica fusión de

CONOCIMIENTOS INTERDISCIPLINARIOS PARA LA MODA

El rol del diseñador gráfico en la industria de la moda

Por: **Natalia Elizabeth Pérez**
 Diseñadora industrial
 Magíster en Mercadeo de La Universidad de Nariño

A lo largo de la historia, el diseño gráfico y la moda han evolucionado de manera paralela en el tiempo, encontrándose en puntos relevantes de la estética y la comunicación como un medio de expresión cultural y social. En este contexto, la moda se presenta como la cultura materializada en atuendos, mientras el diseño traduce ideas en expresión visual.

Como señala Steele (2010), “la moda es un reflejo de las transformaciones sociales y culturales de cada época” (p. 45). Este vínculo entre moda y cultura se fortalece cuando disciplinas como el diseño gráfico aportan propuestas innovadoras que trascienden las barreras de tiempo y espacio. No obstante, el papel del diseñador gráfico se ha invisibilizado para las nuevas generaciones.

Por ello, este artículo busca visibilizar la contribución de esta profesión a la industria y también responder ¿cómo puede el diseñador gráfico contribuir a la moda sin ser diseñador de modas directamente? Para tal fin se argumenta a través de un análisis histórico, casos de estudio, buenas prácticas y finalmente se expone una mirada hacia el futuro.

Historia, una fusión de diseño gráfico y moda a través del tiempo

La relación entre moda y diseño gráfico ha sido cercana y a la vez distante; sin embargo, existen intersecciones que reflejan la conexión entre las disciplinas. Como se observa en la figura 1, hace mucho tiempo, en la era antigua, la moda no solo era un símbolo de estatus, sino también un medio de comunicación cultural a través de lo visual.

Los primeros acercamientos del diseño gráfico con la moda se revelaron en decoraciones y patrones que le daban una expresión particular a textiles y objetos, estableciendo un vínculo duradero. En la Edad Media, este vínculo se materializó en tapices y bordados, que no solo les daban brillo a los atuendos,

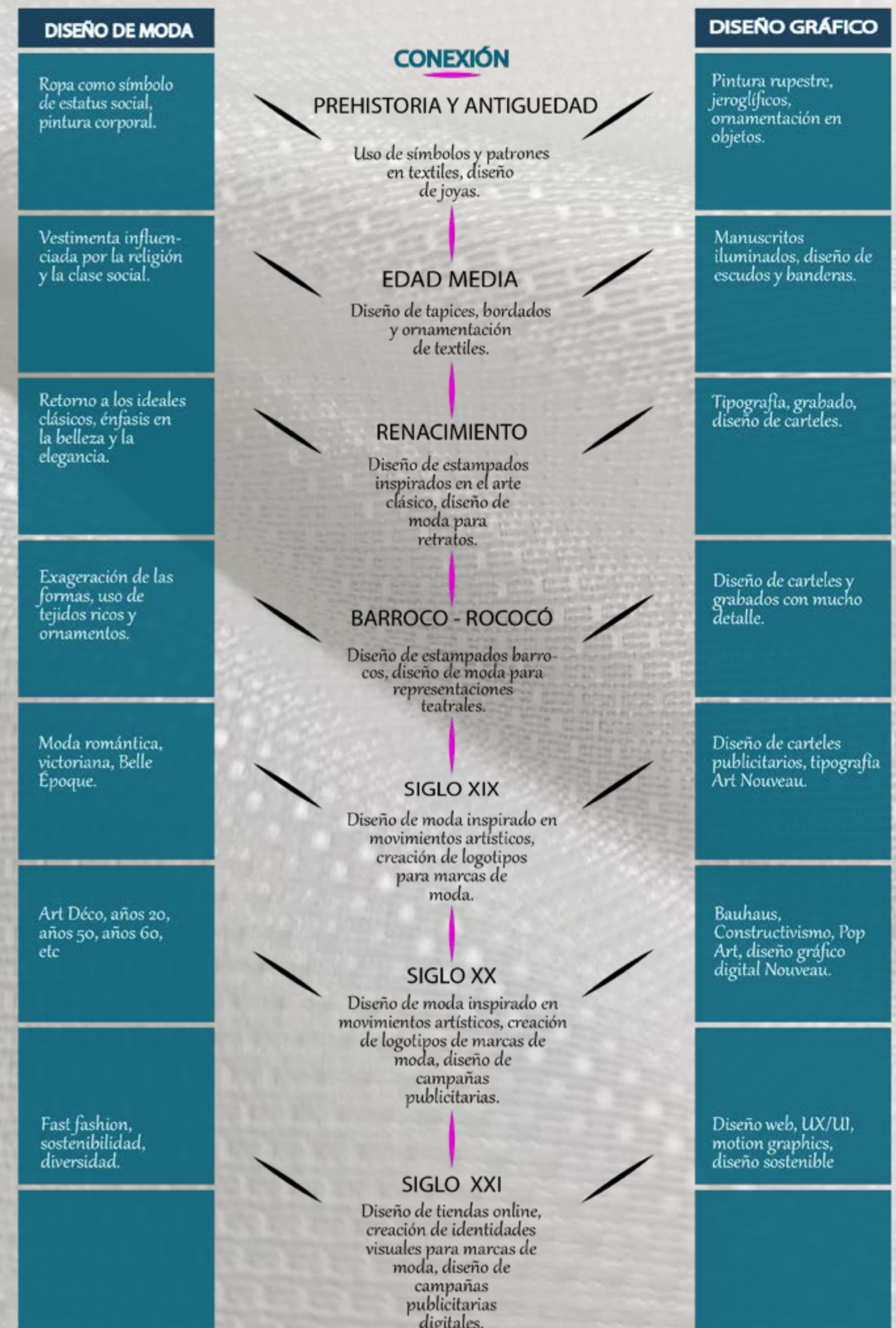


Figura 1. Conexiones
 Fuente: elaboración propia.

sino que también expresaban, jerarquías, rituales y creencias.

Posteriormente, durante el Renacimiento, el arte clásico motivó estampados y patrones gráficos, mientras que en el siglo XIX los movimientos como el Art Nouveau y el Art Deco comenzaron a influir en el diseño de telas, prendas y accesorios. La unión de las disciplinas se profundizó más en el siglo XX, cuando los movimientos de La Bauhaus y el Pop Art integraron los logotipos, campañas publicitarias, empaques y exhibición en el diseño de moda, permitiendo a varias marcas comunicar su identidad visual de manera efectiva y distinguiéndolos en el mercado. Actualmente la tecnología digital está permitiendo que los diseñadores gráficos y de moda se complementen aún más creando experiencias de usuario en plataformas digitales, reforzando así la identidad visual de las marcas de la industria que comparten un mercado globalizado duradero.

Casos, colaboraciones icónicas en moda y diseño gráfico

Los aportes del diseño gráfico en la moda se revelan en colaboraciones disruptivas que han dejado un precedente para ambas disciplinas. Como se observa en la figura 2, el primer caso relevante es la colección de Yves Saint Laurent, quienes transformaron la obra de Piet Mondrian, brindando como resultado una abstracción de los bosques de color y líneas geométricas del artista en vestidos icónicos de colección de moda. Otro caso es el de Elsa Schiaparelli y Salvador Dalí, quienes propusieron piezas textiles surrealistas como el famoso "vestido de langosta". En la última década, Louis Vuitton se unió a Yayoi Kusama

ma, integrando los distintivos lunares y colores vibrantes de la artista en su colección de moda y accesorios y finalmente la colaboración de Supreme con la marca The North Face, quien se unen en primavera-verano para realizar una colección de innovación que para el ejemplo se realizó integrando la ilustración de Raymond Pettibon, constituyendo otro claro ejemplo de las sólidas conexiones interdisciplinarias: "La intersección entre la moda y otras artes, como la pintura y el diseño gráfico, ha dado lugar a colaboraciones icónicas que transformaron la percepción de ambas disciplinas, destacando su capacidad para reinventarse continuamente" (Steele, 2010, p. 120).

Estas colaboraciones demuestran cómo el diseño gráfico impulsa la moda, añadiendo su sentido de creatividad, estética y conceptualización, lo cual potencializa las nuevas propuestas en el mercado. La conceptualización de narrativas sociales y culturales plasmadas en gráficos y patrones, sumados al diseño de campañas publicitarias visualmente impactantes, brindan posicionamiento al diseñador gráfico como un aliado estratégico en la construcción y desarrollo de una identidad visual que permita a los componentes de la industria destacar en un mercado altamente competitivo.

Su trabajo como creador de narrativas visuales que comunican mensajes culturales y sociales ha sido trascendental en la historia



COLABORACIONES ICÓNICAS

Creación de prendas surrealistas y extravagantes, como el famoso "vestido de langosta". Líneas geométricas.



Colección inspirada en las obras abstractas de Mondrian, con vestidos que replicaban sus cuadros con bloques de color y líneas geométricas.



Colaboraciones recurrentes con artistas del Street art, que generaron prendas y accesorios con diseños gráficos icónicos; en este caso, con la ilustración de Raymond Pettibon y la marca The North Face.



Colección cápsula con los característicos lunares y colores vibrantes de Kusama, aplicada a bolsos, ropa y accesorios.

Figura 2. Colaboraciones icónicas
Fuente: elaboración propia

Es importante mencionar que existen pocos escritos que relacionen directamente al diseñador gráfico con la moda. Entre esos se encuentra el artículo *El diseño gráfico y la moda, DisenoUdes* (2021), el cual habla del caso de Elaine Biss, quien ha colaborado con marcas importantes como Christian Dior, Hugo Boss y Jimmy Choo desde su rol como diseñadora gráfica. Por otro lado, se encuentra el artículo de Kike Maestre, *El arte de diseñar* (2024), en el que brinda un claro ejemplo de la intersección del arte, el diseño y la moda, indicando que esta unión permite a los diseñadores explorar nuevas formas de expresión visual y creatividad para transmitir mensajes impactantes.

Finalmente, Hugo Milán, docente de diseño de moda de la Universidad ORT de Uruguay, expone a través del foro *La sinergia entre creatividad y diseño gráfico en la moda* (2016), la recomendación de experimentar con texturas, patrones, materiales sostenibles y tecnología, haciendo un aporte importante que resalta el papel del diseñador gráfico en la industria de la moda.

Prácticas, talentos colombianos

En los últimos años la moda colombiana ha ganado visibilidad internacional a través de eventos de renombre como Colombiamoda en Medellín y el Bogotá Fashion Week. La diversidad cultural de sus regiones y la creatividad característica de los diseñadores han marcado una identidad única en la moda nacional. Por su lado, el diseño gráfico ha experimentado un notable crecimiento con

una generación de profesionales que aportan puntos de vista creativos y estratégicos.

Medellín es conocida como la Capital de la moda de Colombia. Allí se llevan a cabo eventos importantes como Colombiamoda y Colombia Tex, los cuales tienen como objetivo impulsar la industria textil y fomentar la colaboración entre todos los sectores y profesiones relacionadas con la moda. Marcas locales como Tennis y Andrés Pajón se destacan por integrar la creatividad gráfica en el diseño de moda de sus campañas, logrando así establecer conexiones emocionales con el usuario final. En Bogotá, marcas como Johanna Ortiz y Studio F representan la relación entre el diseño gráfico y la moda como una forma de diferenciarse en el mercado, a través de la creación de campañas coherentes con sus valores y estilos únicos. Esta fusión ha permitido que las marcas colombianas se proyecten internacionalmente con una identidad visual genuina y competitiva.

La diversidad cultural y la creatividad característica de los diseñadores colombianos han marcado una identidad única en la moda



para las futuras generaciones de diseñadores es importante promover la integración interdisciplinaria

Mirada, oportunidades en la intersección de la moda y el diseño gráfico

Con respecto a la demanda laboral, para los diseñadores gráficos, la industria de la moda ofrece múltiples oportunidades en diversas áreas y componentes, como son:

- **Diseño de logotipos y branding:** invención de identidades visuales para las marcas de moda desarrollando logotipos, paletas de color y tipografías que reflejen su esencia.
- **Diseño de empaques:** proponer empaques atractivos y funcionales que además cuenten la historia de la marca y promuevan la moda.
- **Diseño de campañas publicitarias:** desarrollo de conceptos visuales para publicidad y medios digitales y tradicionales, reforzando que el mensaje que lleva la moda.
- **Diseño de textiles:** conceptualización de colecciones y tendencias, creación de patrones y gráficos para textiles, uniendo la moda y el arte gráfico como materia prima de la moda.
- **Merchandising y diseño de vitrinas:** diseño de espacios comerciales visualmente atractivos que influyen en las decisiones de compra del consumidor final en la moda.
- **Diseño editorial:** producción de revistas, catálogos y otros materiales impresos para presentar los diferentes componentes de la industria de la moda y sus colecciones.
- **Contenido para redes sociales:** diseño de piezas gráficas para plataformas que ayudan a la marca a fortalecer su presencia en línea, llevando la moda a todos los lugares del mundo.
- **Experiencia de usuario (UX):** colaboración en el diseño de sitios web y aplicaciones de comercio electrónico, asegurando una experiencia intuitiva y visualmente atractiva que represente a la moda.
- **Diseño para eventos y ferias de moda:** creación de conceptos, piezas visuales para eventos, experiencia del visitante y promoción de las percepciones de marca de moda.
- **Estrategias de comunicación, multimedia y transmedia:** conceptualización y producción en medios digitales e impresos, aplicación de elementos interactivos en contexto de la moda.

Conclusiones y recomendaciones

Recapitulando, se determina que el rol del diseñador gráfico es fundamental en la industria de la moda. Su trabajo como creador de narrativas visuales que comunican mensajes culturales y sociales ha sido trascendental en la historia. Su aporte estético y conceptual es un elemento clave en el desarrollo de los componentes de la industria, lo que permite una comunicación asertiva que conecta de manera empática y emocional con el consumidor desde el concepto para la creación hasta la materialización en colecciones de moda.

Para concluir, para las futuras generaciones de diseñadores gráficos y de moda es importante promover la integración interdisciplinaria entre ambos campos, desde la academia hasta el ámbito profesional. Esta colaboración no solo potenciará la creatividad y la eficiencia en los procesos de diseño, sino que también fortalecerá las estrategias de posicionamiento e identidad visual de las marcas representativas de la industria. Asimismo, se fomentará un entorno inclusivo y dinámico en el que el diseñador gráfico destaque como aliado estratégico en la moda.

