Colegiatura Colombiana
Otra Visión

Diseño Gráfico

2022.2

Nombre del proyecto

The Real Noire: Proud Of Black Culture

Asignatura
Diseño proyecto final

Asesora
Rafael Díaz Rey

Estudiantes
Alejandra Mena Castro

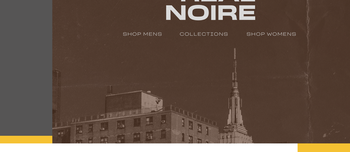
Objetivación

Es una marca, donde se busca enaltecer la piel negra, por medio de la moda, plasmar mensajes y frases que no solo son decorativos, estas llevan un trasfondo para quien use la prenda y quien la vea. Es una marca consciente de la variedad de tonos de piel negra existentes y cómo esta a través del tiempo llegan a contar una historia. Busca implementar estilos como el Street wear y un estilo un poco más clásico. Desde un lado más preciso la marca es inspirada y dirigida para personas de tez negra (las prendas pueden ser compradas por cualquier persona sin importar su tez).

Se busca comprender la dinámica de contraste de pieles en la industria de la moda, Plasmar una marca comercial, con la creación de prendas a partir de narrativas experienciales o características importantes como mensajes y frases que no solo sean decorativas y 3. Crear una experiencia de compra satisfactoria para el cliente donde se comprenda el trasfondo de la marca.

Objetivación
Ideación
Conceptual
Elección de un tema
Factibilidad
Viabilidad
Necesidad
Oportunidad

COLEGIATURA



Indagación

tomamos los antecedentes de esta investigación que surgen de las fuentes documentales concernientes con el problema, los cuales pueden encontrarse en bibliografías generales relativas al tema a investigar. las pieles negras en la industria de la moda, modelos y mujeres negras en la industria, la visualización de la comunidad negra en redes/sitiales, prendas inspiradas en pieles negras y saber sobre los grandes exponentes del "Black Power in Fashion" y la cultura de la misma comunidad.

Basado en los elementos investigados anteriormente y los instrumentos implementados en ciertas actividades he podido llegar a ciertas conclusiones.

- Es evidente que las marcas y revistas internacionales manejan un mayor grado de visibilidad de modelos de tez negra, tanto femenino como masculino. Sin importar la línea de piezas textiles que manejan la diversidad de gamas de tez está presente. En el medio editorial no es tan sorprendente el resultado que se obtuvo. Se considera que siendo un país con un gran porcentaje de esta comunidad (las comunidades negras y afrocolombianas representan el 10,31% de la población total de Colombia), este no está presente en la industria de la moda colombiana.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, como parte del objeto de estudio, se busca demostrar que la presencia de las pieles negras es un elemento de diseño y que es necesario ser expandido tanto para la industria como para los usuarios identificados con pieles negras, que de cierta forma se llegan a ser excluidos. Este, relacionado a la teoría se ve aislado y esto es porque la mayoría de la industria no ha abrazado por completo la idea de la diversidad, gran porcentaje del mundo de la moda es manejado por personas que crean que ciertas tildes de bellezas son restrictivas.

Observación
Interacción
Exploración
Experimentación

Bibliografía:

- Arado, R. S. E. ed. racismo | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. https://dle.rae.es/racismo
- Arado, R. S. E. ed. injuria | Diccionario de la lengua española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. https://dle.rae.es/injuria
- Abogados.com. (2020, 15 julio). Discriminación Racial Leyes Aplicables. Abogados. https://www.abogados.com/recursos/discriminacion/discriminacion-racial-leyes-aplicables.html

Imagen 06

Creación\ Comunicación

Nuestra tez va solo juega con una infinidad de sensaciones diferentes que llegan a nosotros, nuestra piel y nuestra capacidad de percibir el mundo que nos rodea, nuestro tacto, nuestro olfato, nuestro oído, nuestra vista, nuestras sensaciones de piel generamos el más genuino cervato de emociones internas y que fácilmente llegan a una percepción externa.

¡Gracias!