

GRADO EN DISEÑO DE MODA

TRABAJO FINAL DE GRADO



DISEÑO Y PSICOLOGÍA.

La moda como herramienta para normalizar trastornos mentales adolescentes. Colección *Mindscape*

Autora: María Aurora Gómez Moreno



Grado de diseño de moda

Trabajo fin de grado

Título:

Diseño y psicología. La moda como herramienta para normalizar trastornos mentales adolescentes. Colección Mindscape

Alumna:

María Aurora Gómez Moreno

Tutor:

Óscar de la Visitación Miguel

Curso académico:

2023/2024

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo es crear una colección de prendas y accesorios que den visibilidad a los problemas mentales propios de la adolescencia. La depresión, la bipolaridad y la esquizofrenia suelen ser problemas frecuentes en la sociedad juvenil. El diseño de moda puede ser una herramienta muy eficaz para dar difusión y normalizar estos trastornos. El tratamiento de tejidos, la elaboración de estampados y el uso de lemas nos permiten reflejar los estados emocionales de las personas que sufren algún tipo de los trastornos mencionados anteriormente. El resultado es la colección *MINDSCAPE*, un conjunto de 10 prendas y 6 accesorios genderless donde predominan sudaderas, chaquetas y pantalones que son combinables entre sí, caracterizadas por fuertes contrastes, con el objetivo de transmitir los sentimientos asociados a cada uno de los trastornos elegidos.

PALABRAS CLAVE

Psicología - Trastornos - Adolescencia - Diseño de moda - Slogan - Genderless - Tejidos - Estampados

ABSTRACT

The main objective of this work is to create a collection of garments and accessories that give visibility to the mental problems of adolescence. Depression, bipolar disorder and schizophrenia are frequent problems in young people's society. Fashion design can be a very effective tool to disseminate and normalise these disorders. The treatment of fabrics, the elaboration of prints and the use of slogans allow us to reflect the emotional states of people suffering from any of the aforementioned disorders. The result is the *MINDSCAPE* collection, a set of 10 garments and 6 genderless accessories with a predominance of sweatshirts, jackets and trousers that can be combined with each other, characterised by strong contrasts, with the aim of transmitting the feelings associated with each of the chosen disorders.

KEYWORDS

Psychology - Disorders - Adolescence - Fashion Design - Slogan - Genderless - Fabrics - Prints

ÍNDICE GENERAL DEL PROYECTO

Capítulo 1: Presentación y contexto	5
1.1. Introducción	5
1.2 Justificación	7
1.3 Hipótesis	7
1.4 Objetivos	7
1.5 Fase de investigación	8
1.6 Identificación y resolución de problemas	14
Capítulo 2: Desarrollo y proceso	15
2.1. Investigación textil	15
2.2 Carta textil	17
2.3 Bocetos iniciales	20
Capítulo 3: Metodología	21
3.1. Metodología y desarrollo del proyecto	21
3.2. Colección final	24
Capítulo 4: Desarrollo	25
4.1. Desarrollo de patrones	25
4.2 Materiales, texturas y acabados	25
4.3 Balance de colección	28
4.4 Gestión y calidad del diseño	30
4.5 Planificación del shooting	30
4.6 Presentación del producto final	32
Capítulo 5: Producto final	33
5.1. Fichas técnicas	33
5.2 Editorial	57
Capítulo 6: Valoración crítica y conclusión	70
6.1. Plan de comunicación	70
6.2 Dossier de costes	72
6.3 Conclusiones finales y valoración personal	74
Capítulo 7: Fuentes consultadas y bibliografía	74
7.1. Fuentes consultadas	74
7.2 Bibliografía	75
7.3 Índice de figuras	77
Capítulo 8: Agradecimientos	80

CAPÍTULO 1: PRESENTACIÓN Y CONTEXTO

INTRODUCCIÓN



Figura 1. Gómez, M. (2024). Grito en silencio. [Moodboard]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.



Figura 2. Gómez, M. (2024). Cuerpos callados. [Moodboard]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.

A lo largo de la historia, los trastornos mentales han sido estigmatizados y malentendidos; incluso se han asociado a la posesión demoníaca. Como tratamiento se aplicaban métodos inhumanos como la lobotomía (Millán, 2012). El arte ha ayudado a visibilizar, desestigmatizar y canalizar la salud mental, desde pintores como El Bosco hasta escritores como Virginia Woolf, aprovecharon sus tragedias personales para crear grandes obras (Rodríguez, 2021).

La adolescencia es una etapa compleja que marca el final de la niñez y el comienzo de la edad adulta. En ella, los adolescentes buscan forjar una identidad propia influenciada por la sociedad del momento. Es una etapa vulnerable respecto a la salud mental, especialmente a padecer depresión, pero también son comunes la bipolaridad, esquizofrenia o ansiedad (Machado et al., 2010).



Figura 3. Gómez, M. (2024). Bipolaridad. [Moodboard]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.



Figura 4. Gómez, M. (2024). Refugio. [Moodboard]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.

Inspirados por la diseñadora Katharine Hamnett y sus icónicas camisetas con mensajes políticos o en literatura los caligramas de Apollinaire, tomaremos esta idea como soporte para crear prendas diversas y accesorios. Estas pretenden ser una herramienta de expresión para adolescentes que sufran depresión, bipolaridad y esquizofrenia.

Para generar impacto en el público adolescente, vamos a tener como referente la campaña *MÃE DE LEITE* (1989-1990) del fotógrafo Oliviero Toscani en los años 1980 al 2000 para Benetton (Soto & Gutiérrez, 2020). En la misma línea, nuestra intención es crear una colección de prendas reivindicativas, generando un impacto similar que ayude a los adolescentes y contribuya a normalizar los trastornos mentales.

Por otra parte, encontramos las fotografías del libro *UNTITLED* tomadas por Dianne Arbus a finales de la década de 1960 en residencias para personas con discapacidad intelectual y del desarrollo. En aquella época eran considerados una carga para la sociedad. Su intención ha sido criticada durante muchos años hasta que se han descubierto fotografías y textos acerca de enfermedades mentales y psiquiatría, que dejaban claro que su intención era sacar lo mejor de estas personas desde la empatía (Polumbo, 2018).



Figura 5. Arbus, D. (1960). *Untitled*. [Moodboard de inspiración]. Fuente widewalls.ch.

Asimismo, es relevante mencionar el test de Rorschach, también conocido como prueba de las manchas de tinta, que es un instrumento proyectivo utilizado para evaluar la personalidad y las características emocionales. Desarrollado por Hermann Rorschach en 1921, se ha convertido en una herramienta ampliamente usada en psicología clínica, psiquiatría y evaluación forense (Clínica Universidad de Navarra, 2023). Nosotros crearemos nuestra propia prueba de manchas de tinta que utilizaremos como estampado en nuestra colección.

Por todo lo descrito anteriormente, nuestro objetivo principal es crear prendas como herramienta de reivindicación, aportando seguridad y apoyo a las personas que las padecen. Se desarrollarán formas, siluetas y estampado, contribuyendo a la normalización de estos trastornos mentales e impulsando la expresión sin prejuicios.

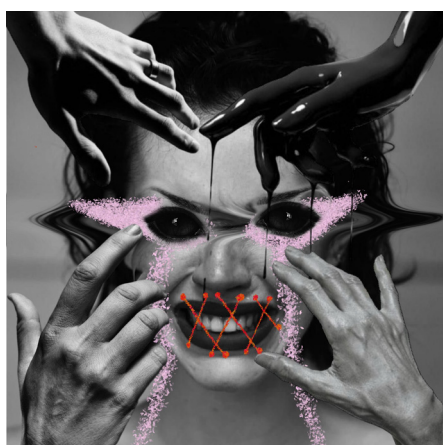


Figura 6. Gómez, M. (2024). *Tortura*. [Moodboard de inspiración]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.

JUSTIFICACIÓN

El Trabajo Final de Grado (TFG) se basa en el problema social provocado por el aumento de trastornos mentales entre adolescentes. Esto se refleja en estadísticas que revelan que al menos uno de cada diez jóvenes padece un trastorno mental diagnosticable entre las edades de 15 a 19 años y 20 a 24 años. Se observa una disparidad entre géneros, donde los hombres tienden a tener problemas de alcoholismo o abuso de drogas, mientras que las mujeres presentan una mayor prevalencia de ansiedad, depresión y trastornos de la alimentación.

El *Global Burden of Disease* (GBD) es un estudio que examina la mortalidad y la discapacidad causadas por diversas enfermedades, incluyendo las mentales. Sus conclusiones sugieren como factores estresantes las redes sociales y el cambio climático que pueden contribuir al aumento de tasas de depresión, y además se observa un incremento preocupante en los casos de suicidio (Alpañés, 2024).

Además, un estudio liderado por Richard Morris, publicado por la revista científica *PNAS*, ha publicado que los síntomas depresivos también son más frecuentes entre los adolescentes nacidos en los 2000 que entre las personas nacidas en la década anterior. Mateos Ayuso considera importante prestar atención en edades tempranas, "a problemas como el bullying, que tienen un impacto importante en la salud mental posterior". Richard Morris se refiere al impacto de las redes sociales, en particular entre las adolescentes, pero advierte que el impacto de estas redes en la salud mental en todos los grupos de edad es de menos del 5 % (Mediavilla, 2023).

Es por esto que el propósito de este trabajo es desarrollar una nueva colección de prendas reivindicativas que promuevan la visibilización y aceptación de problemas mentales, dirigidas a adolescentes que los padezcan, ya que a pesar de los avances en la comprensión y sensibilización sobre diversos trastornos, en nuestra sociedad existe una carencia generalizada que resulta en sentimientos de aislamiento y estigmatización.

HIPÓTESIS

1. La moda puede ayudar a visibilizar y normalizar los problemas de salud mental.
2. Las técnicas de estampación textil y patchwork sirven para generar un impacto social en la percepción de los trastornos.
3. El slogan es una forma de expresar de manera clara un mensaje, en este caso los relacionados con estados emocionales.
4. El diseño de moda *genderless* al no excluir a ninguna identidad de género, es un recurso oportuno para dirigirse a los adolescentes.

OBJETIVOS

Para el desarrollo de la colección *Mindscape* se han planteado los siguientes objetivos:

- Diseñar una colección cápsula a través de la cual se normalice y visibilice la problemática social de los trastornos mentales en adolescentes.
- Generar empatía y derribar estigmas sociales sobre estas patologías, y deshacer el tabú de la sociedad frente a ellas.
- Aprovechar las capacidades expresivas del color.
- Realizar una propuesta de ilustración de estampados donde se expresen estados emocionales.

FASE DE INVESTIGACIÓN

1. Breve historia del estigma y tratamiento de los trastornos mentales

A lo largo de la historia, los trastornos mentales han sido estigmatizados y malentendidos; incluso se han asociado a la posesión demoníaca, siendo etiquetados como locos o maniacos. En la Europa del siglo XIX proliferaron los Manicomios, una especie de cárceles en las cuales la tortura fue disfrazada en forma de curación. Por ejemplo, en el hospital de Charenton de París hay registros de "tratamientos" en los cuales a las personas se las mantenía atadas, se les sumergía la cabeza en una bañera, se les aplicaban chorros de agua fría o se las golpeaba. Durante la 2ª Guerra Mundial, gran cantidad de personas con trastorno mental fueron esterilizadas y ejecutadas en nombre de una supuesta pureza racial. En la actualidad, nos encontramos con la influencia de las compañías farmacéuticas, entre las más poderosas desde el punto de vista económico. Cabe añadir que los antidepresivos y los tranquilizantes se encuentran en la clase de medicamentos más vendidos (Millán, 2012).

Este concepto también suponía la práctica de exorcismos, ejecuciones en hogueras, así como prácticas experimentales como la lobotomía, el electroshock y el suministro de diversos fármacos, entre otros (Vanegas & Fernández, 2015).



Figura 7. *El Bosco (S.XV). Extracción de la piedra de la locura. [Óleo sobre lienzo]. Museo del Prado, Madrid.*

2. El arte como expresión de la salud mental

El arte ha ayudado a visibilizar, desestigmatizar y canalizar la salud mental, es por esto que muchos artistas como Vincent van Gogh, Virginia Woolf o Edgar Allan Poe, aprovecharon la tragedia y el dolor para crear sus mejores obras, ya que presentaron diagnósticos relacionados con trastornos mentales, y de esta forma demostrarle a la sociedad actual que la afectación en la juventud por estos problemas es real, aparte de que la salud mental es muy importante y es de sumo cuidado, pero al mismo tiempo hay maneras de hacer explotar todos esos sentimientos o síntomas con un enfoque artístico. Estos artistas se enfocaron en visibilizar la salud mental y las enfermedades de una forma que no fuera muy directa para el público, pero que al mismo tiempo llamara la atención de un público en específico, los adolescentes.

Goya, con su depresión, plasmaba profundos escenarios como en la obra "Saturno devorando a su hijo". La expresividad del rostro y el manejo de colores fríos, son expresiones de sentimientos de una forma abstracta y un tanto grotesca.

En la actualidad Billie Eilish es una gran exponente de la música que desde niña vive con el

síndrome de Tourette y ansiedad. En sus letras, la artista genera preguntas sobre ¿Cómo se siente? Es por esto por lo que sus seguidores la admiran y aún más por el hecho de que habla con naturalidad sobre el tema (Rodríguez, 2021).

“Declaro la independencia de la imaginación y el derecho del hombre a su propia locura”
Salvador Dalí (Poggi, 2021).



Figura 8. Dalí (1946). *La tentación de San Antonio*. [Óleo sobre lienzo]. Museos de Bellas Artes, Bélgica.

3. La adolescencia y la búsqueda de identidad ante los desafíos de la salud mental

La adolescencia es una etapa compleja que marca el final de la niñez y el comienzo de la edad adulta. En ella, los adolescentes buscan forjar una identidad propia influenciada por la sociedad del momento. Es una etapa vulnerable respecto a la salud mental, especialmente a padecer depresión, pero también son comunes la bipolaridad, esquizofrenia o ansiedad. Aunque las causas no siguen un patrón, las situaciones de estrés, abusos familiares, problemas matrimoniales en familias desestructuradas, aislamiento social, deterioro en las habilidades sociales, existencia de problemas serios en los vínculos con el grupo de padres y amigos son otros factores de peso en los procesos depresivos. Esto llevó al desarrollo también de ansiedad de separación, manías y obsesiones, anorexia, bulimia o esquizofrenia, entre otros (Machado et al., 2010).



Figura 9. Munch, E. (1895). *Pubertad*. [Pintura]. Galería Nacional, Noruega.

4. La realidad de los trastornos actualmente: En busca de la felicidad

Actualmente, existe un problema significativo: la falta de aceptación de la realidad que rodea a los trastornos psicológicos, tales como la depresión, la bipolaridad y la esquizofrenia. A pesar de los avances médicos, los diversos tipos de malestar, tanto físico como psicológico, no dejan de aumentar y la sociedad tiene un único objetivo: buscar la felicidad (Talarn, 2011).

En el trasvase de la felicidad material a la personal surgen varios problemas:

1. En lo personal, no hay garantía que valga.
2. En lo personal, cuesta más de aceptar el límite.
3. Lo personal se construye en contacto con los otros, no depende solo de uno mismo.
4. Lo personal es cada día más individual y menos colectivo.

Por ello, los sociólogos hablan de la sociedad, de la decepción o bien de la felicidad paradójica (Lipovetsky, 2006a; 2006b). En términos más sencillos, a veces nos sentimos infelices porque perseguimos la felicidad absoluta. El problema no es la búsqueda de la felicidad, puesto que esto siempre ha sido así y así será (McMahon, 2005). El problema radica en los caminos que buscamos para encontrarla. ¿Qué caminos buscamos? Algunos creen que la felicidad está en tener cosas materiales. Otros creen que la clave está en tener seguridad y bienestar de toda índole (sanitario, del entorno, etc.). La ciencia y la tecnología son su sostén. Pero el camino más importante es el de la afectividad y del desarrollo personal, que a menudo se ve influenciado por la sociedad en la que vivimos (Verdú, 2005).

5. Evaluación de los trastornos mentales según el DSM-5: Criterios de diagnóstico

Conforme al Manual Diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales DSM-5, que consiste en ayudar a profesionales de la salud en el diagnóstico de estas enfermedades, como parte de la valoración de un caso que permita elaborar un plan de tratamiento perfectamente documentado para cada individuo (Asociación Americana de Psiquiatría, 2013, pp. 3), se deduce que para el diagnóstico de cada uno de estos trastornos es necesario que los pacientes cumplan con los síntomas citados en los criterios de diagnóstico, o al menos con los esenciales. Citamos algunos de ellos:

ESQUIZOFRENIA

A. Dos (o más) de los síntomas siguientes, cada uno de ellos presente durante una parte significativa de tiempo durante un período de un mes (o menos si se trató con éxito). Al menos unos de ellos ha de ser (1), (2) o (3): 1. Delirios. 2. Alucinaciones. 3. Discurso desorganizado (p. ej., disgregación o incoherencia frecuente). 4. Comportamiento muy desorganizado o catatónico. 5. Síntomas negativos (es decir, expresión emotiva disminuida o abulia).

B. Un episodio del trastorno dura como mínimo un mes pero menos de seis meses. Cuando el diagnóstico se ha de hacer sin esperar a la recuperación, se calificará como "provisional."

DEPRESIÓN

A. Accesos de cólera graves y recurrentes que se manifiestan verbalmente (p. ej., rabieta verbal) y/o con el comportamiento (p. ej., agresión física a personas o propiedades) cuya intensidad o duración son desproporcionadas a la situación o provocación.

B. Los accesos de cólera no concuerdan con el grado de desarrollo.

BIPOLARIDAD

Episodio maníaco o hipomaníaco, con características mixtas:

A. Tres de los síntomas siguientes están presentes la mayoría de los días del episodio maníaco

o hipomaniaco actual:

1. Disforia destacada o estado de ánimo deprimido según se desprende de la información subjetiva (p. ej., se siente triste o vacío) o de la observación por parte de otras personas (p. ej., se le ve lloroso).
2. Disminución del interés o el placer por todas o casi todas las actividades (como se desprende de la información subjetiva o de la observación por parte de otras personas) (*ibid*, pp. 49-127).

6. Diagnóstico psicológico a través del test de Rorschach

El test de Rorschach, también conocido como la prueba de las manchas de tinta, es un instrumento psicológico proyectivo que se utiliza para evaluar la personalidad y las características emocionales de un individuo. Desarrollado por el psiquiatra suizo Hermann Rorschach en 1921, este test se ha convertido en una herramienta ampliamente utilizada en la Psicología Clínica, la Psiquiatría y la evaluación forense para identificar patrones de pensamiento, comportamiento, emociones y conflictos internos que puedan estar asociados con trastornos mentales, adaptación a situaciones estresantes y toma de decisiones en contextos terapéuticos y legales (Clínica Universidad de Navarra, 2023).

Muñoz (2012) menciona un poco de la historia de este test, en donde Rorschach al igual que sus compañeros de clase cuando eran pequeños disfrutaban de un juego muy popular de esa época llamado *Blotto*, el cual consistía en crear asociaciones de palabras mediante manchas de tinta; de ahí vendría lo que en la actualidad se sigue utilizando al momento de preguntar a los individuos que ven en cada una de las manchas; comenzó a trabajar en una clínica donde estaba a cargo de pacientes esquizofrénicos, donde obtuvo resultados y pudo observar las diferencias entre pacientes que tenían esquizofrenia y el resto de los pacientes, pero lamentablemente este estudio no tuvo mucho interés razón por la cual se retiró de esa línea de trabajo. Más tarde, con ayuda de la psiquiatra Morgenthaler, Rorschach publica los resultados de su estudio en una monografía llamada *Psychodiagnostik*, en donde se logra ver a las diez manchas de tinta que en la actualidad conocemos.

Con base en los datos proporcionados, se diseñarán 10 láminas con el propósito de destacar los trastornos mencionados anteriormente. Estas láminas buscan ilustrar que cada persona puede relacionarse con los elementos de su entorno de manera única, y que esto no implica que estén enfermas o sean consideradas "locas".

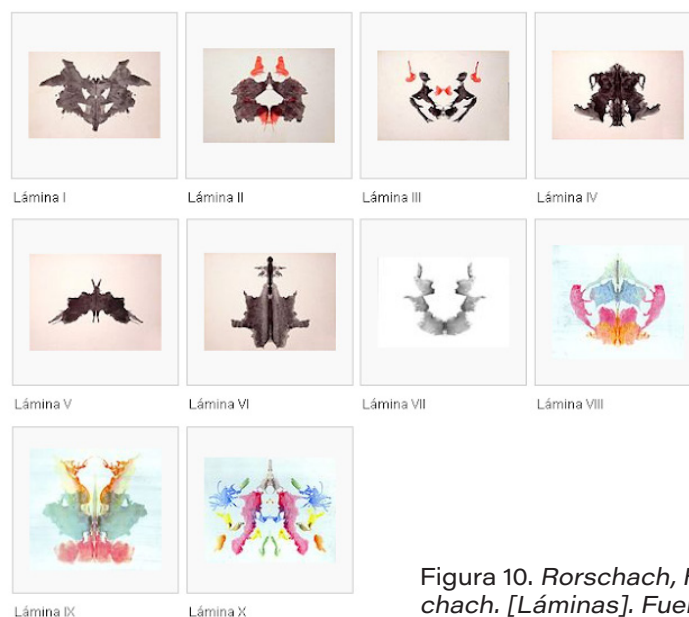


Figura 10. Rorschach, H. (1921). Test de Rorschach. [Láminas]. Fuente [blogspot.com](https://www.blogspot.com).

7. Representación de la locura en el cine: 'De repente el último verano'

A lo largo de la historia del cine han sido muchas las películas que han hablado de la locura. En las escenas de la película "De repente el último verano" (1959), protagonizadas por Elisabeth Taylor. La película se desarrolla en un hospital psiquiátrico especializado en la práctica de la lobotomía, ofreciendo una visión de cómo la sociedad percibía y trataba a las personas que padecían algún tipo de trastorno. Estas personas, además de ser estigmatizadas y marginadas, eran sometidas a procedimientos médicos sin su consentimiento, es decir, no tenían derechos y sus decisiones eran tomadas por otros. La película también hace referencia a la homosexualidad y a la práctica del canibalismo justificada en la película debido al hambre, y que provocó en la protagonista arrebatos de locura. El vestuario diseñado por Oliver Messel refleja cómo incluso la élite social estaba afectada por trastornos mentales.



Figura 11. Mankiewicz, J. (1959). Elisabeth Taylor. [Captura de pantalla]. Fuente primevideo.com.

8. Costa y la semiótica del Diseño de Modas

Según Costa (1994) los diseñadores somos comunicadores sociales, la prenda diseñada la debemos usar como una herramienta de comunicación, y todo lo que aparece en ella son signos que contienen un mensaje.

Del estudio de los signos se encarga la semiótica, y dentro de ella la semiología, que observa la relación entre estos y la vida social (RAE, 2023). Las formas y colores en nuestras prendas funcionan como signos que se perciben por el receptor y este las procesa como un mensaje que transmite una información (Serrano, 1984).

Hacemos referencia a este término, ya que las prendas de nuestra colección quieren dar visibilidad a los problemas mentales mencionados anteriormente en adolescentes, a través de diversos colores y estampados en prendas que sean reivindicativas y directas de sus sentimientos.

9. La psicología del color en la salud mental

A continuación hacemos referencia a la psicología del color, la cual se define como un campo de estudio orientado a analizar el efecto del color sobre la percepción y la conducta humana (Menéndez, 2023). Los colores hablan de nuestros sentidos de una manera más preciosa que la forma, y cada uno de ellos provoca en nosotros una reacción espontánea con un sentido simbólico y preciso. De este modo se asocian los colores oscuros a la tristeza; los colores fuertes a comportamientos agresivos adecuados a la juventud; los azules y rosas pálidos a la ternura o la superposición de colores para esconder el caos (Martínez, 1979).

10. Dianne Arbus y su visión de los desequilibrios mentales

Por otra parte, encontramos las fotografías en el libro UNTITLED tomadas por Dianne Arbus a finales de la década de 1960 en residencias para personas con discapacidad intelectual y del

desarrollo. En aquella época eran considerados una carga para la sociedad. Su intención ha sido criticada durante muchos años hasta que se han descubierto fotografías y textos acerca de enfermedades mentales y psiquiatría, que dejaban claro que su intención era sacar lo mejor de estas personas desde la empatía (Polumbo, 2018).

Estas imágenes fusionan la afectividad hacia las personas con discapacidad con el arte y la moda. Del mismo modo, nuestro objetivo es fusionar la sensibilidad hacia los trastornos con el arte y la moda.



Figura 12. Arbus, D. (1970-71). *Untitled (6)*. [Fotografía]. Fuente widewalls.ch.

11. Caligramas de Apollinaire: Poética visual en la moda

Apollinaire, poeta conocido por sus caligramas, representaba gráficamente sus versos al utilizar el texto como contorno de los elementos que contenía el poema. Esta técnica generaba una representación abstracta y simplificada de la forma, manteniendo al mismo tiempo una legibilidad continua y una claridad textual. En el caligrama *Reconnais-toi* (1915) podemos ver cómo el artista usaba una tipografía irregular y desenfadada, expresando en una imagen romántica y femenina. La morfología y composición de los elementos tipográficos establecen una narrativa visual espacial a través de su interrelación con el espacio de la página (Cadena, 2020, pp. 2-5). Inspirados por esta técnica, generaremos ilustraciones que acompañen nuestro trabajo, fusionando moodboards con eslógans, para transmitir nuestros mensajes de manera visualmente impactante.

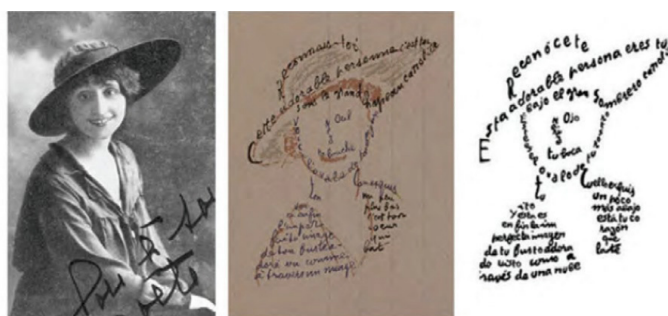


Figura 13. Appollinaire (1915). *Reconnais-toi*. [Caligrama]. Fuente cathi.uacj.mx.

12. Katharine Hamnett: Moda como slogan

Inspirados por la diseñadora Katharine Hamnett y sus icónicas camisetas con mensajes políticos, estampadas en mayúsculas con frases como *Choose Life* y *Save the World* diseñadas en 1983, también conocida como la pionera original de la sostenibilidad de la moda, y cuyo objetivo era armar el cuerpo humano como tablón de anuncios para sensibilizar a la sociedad en diversas causas sociales y políticas reivindicativas, desde la guerra de Irak, el Brexit o para ella el más importante, el cambio climático (Chan, 2019), tomaremos como soporte esta idea y

crearemos prendas diversas y accesorios que funcionen como herramienta de expresión de los sentimientos que provocan los trastornos en adolescentes libremente a través de lemas o palabras que los reflejen.

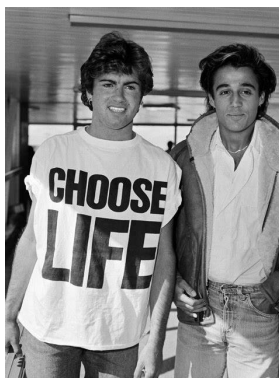


Figura 14. Hamnett, K. (1983). Choose life. [Fotografía]. Fuente katharinehamnett.com.

13. Oliviero Toscani: La moda como herramienta de protesta

Asimismo, es relevante destacar las campañas de fotografía llevadas a cabo Oliviero Toscani en el contexto de la época 1980 al 2000 para Benetton, una contrapropuesta a la publicidad convencional. Toscani ideó campañas provocativas que transgredieron los cánones del diseño comercial, las cuales se aproximan al arte en aspectos como la estética de lo feo; elementos realistas con imágenes desgarradoras y la recreación de problemas sociales como la discriminación racial y sexual, los estragos de la guerra y la migración, la violencia criminal y la pena de muerte, entre otros (Soto & Gutiérrez, 2020).

Umberto Eco (2008), piensa que un buen anuncio tiene “ambiciones estéticas”, cuya originalidad provoca reacciones favorables en el receptor, quien reconoce su “genialidad” y la traslada al producto, pensando que es “inteligente y de prestigio”. Las campañas de Toscani lograron estos efectos, ya que, a pesar de las controversias suscitadas, contribuyeron a afianzar el prestigio de la marca Benetton, posicionándola en el mercado e incrementando sus ventas.

Estas campañas demuestran cómo la moda puede ser utilizada como una herramienta para abordar causas de diferentes tipos, como el racismo o el SIDA.



Figura 15. Toscani, O. (1989-1990). MÃE DE LEITE . [Fotografía]. Fuente lavanguardia.com.

IDENTIFICACIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

- A causa de la ausencia de datos actualizados y estadísticas proporcionadas por la Organización Mundial de Salud (OMS) desde 2021 sobre la prevalencia de trastornos mentales en adolescentes, se ha llevado a cabo una investigación de titulares y estudios publicados hasta el año 2024 para respaldar el trabajo.
- Debido a la complejidad para abordar el tema de la salud mental y comunicarlo, se han desarrollado ilustraciones y slóganes que transmitan empatía y comprensión.

CAPÍTULO 2: DESARROLLO Y PROCESO

INVESTIGACIÓN TEXTIL



Figura 16. Gómez, M. (2024). Estampado textil 1. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Al aplicar el color amarillo, el tejido no absorbió correctamente el color, por lo que se han tenido que aplicar tres capas de pintura para conseguir la cobertura necesaria. Además, el tono de color rosa escogido no se pudo lograr, por lo que se tuvo que cambiar de tonalidad.

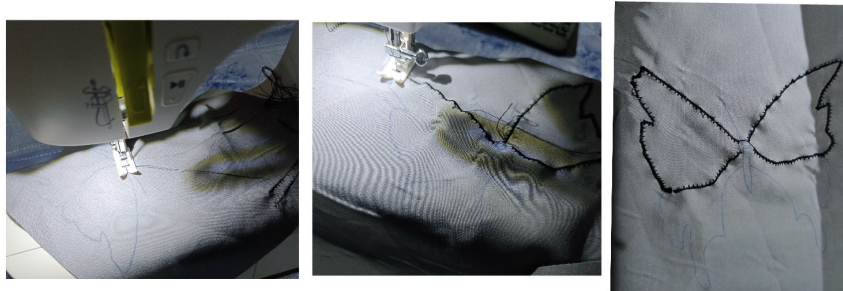


Figura 17. Gómez, M. (2024). Estampado textil 2. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Para el estampado de la sudadera, teníamos la intención de realizarlo sobre tejido bielástico. Sin embargo, encontramos que las fibras del tejido se rompían y se arrugaban. Como solución, se ha cambiado el tejido por uno de sudadera rugosa que combine algodón y elastán para facilitar el bordado a máquina.



Figura 18. Gómez, M. (2024). Estampado textil 3. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

El tejido vaquero pintado con pintura textil negra y un fijador no ha presentado problemas de textura ni sangrado del color, además ha mantenido su rigidez inicial.



Figura 19. Gómez, M. (2024). *Estampado textil 4. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.*

Al aplicar el color blanco sobre gris, el tejido no absorbió correctamente el color, por lo que se han tenido que aplicar tres capas de pintura para conseguir la cobertura necesaria. Además, la tipografía inicial era demasiado fina y difícil de realizar, por lo que se optó por hacer el trazo más grueso, destacando el borde con color rosa para crear un mayor contraste.

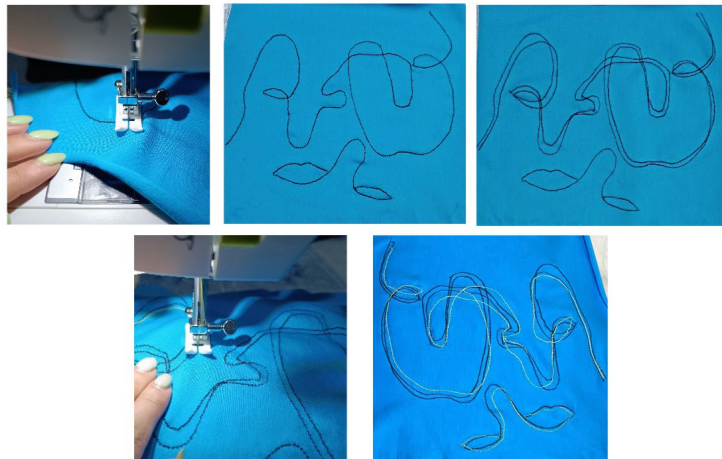


Figura 20. Gómez, M. (2024). *Estampado textil 5. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.*

En este caso, el estampado ha sido bordado a máquina utilizando la triple puntada recta. Se ha realizado sobre tejido de sudadera rugoso, el cual no ha presentado ningún problema durante el proceso.



Figura 21. Gómez, M. (2024). *Estampado textil 6. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.*

En cuanto a la estampación por DTF, se detectó un error en el orden de las palabras, lo que afectó a la legibilidad del diseño. Para solucionar este problema, se ha aplicado un parche rojo con el fin de generar contraste y corregir el diseño.

CARTA TEXTIL

DENIM CAMISERÍA



Color: Azul claro
Ancho: 150 cm
Composición: Algodón 100%
Textura: Suave
Precio: 8,25 €

LINO LAVADO



Color: Negro
Ancho: 140 cm
Composición: 100% Lino
Textura: Suave
Precio: 15,95 €

TENCEL DENIM



Color: Azul claro
Ancho: 150 cm
Composición: Rayón 70%
Poliéster 30%
Textura: Suave
Precio: 6,95 €

TELA LONETA



Color: Gris medio
Ancho: 280 cm
Composición: Algodón 70%
Poliéster 30%
Textura: Suave
Precio: 7,95 €

SUDADERA RUGOSA



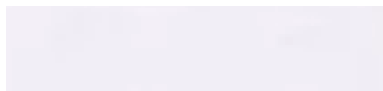
Color: Cielo azul
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: suave, caída suave
Precio: 16,99 €

DENIM CAMISERÍA



Color: Azul oscuro
Ancho: 150 cm
Composición: Algodón 100%
Textura: Suave
Precio: 8,25 €

TELA DE LINO



Color: Blanco
Ancho: 140 cm
Composición: Lino 100%
Textura: Suave
Precio: 15,95 €

TENCEL DENIM



Color: Gris claro
Ancho: 150 cm
Composición: Rayón 70%
Poliéster 30%
Textura Suave
Precio: 6,95 €

TELA LONETA



Color: Crudo
Ancho: 280 cm
Composición: Algodón 70%
Poliéster 30%
Textura: Suave
Precio: 7,95 €

SUDADERA RUGOSA



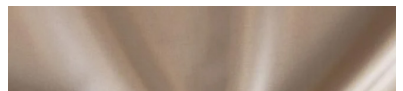
Color: Rosa antiguo
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: suave, caída suave
Precio: 16,99 €

DENIM



Color: Azul oscuro
Ancho: 160 cm
Composición: Algodón 100%
Textura: Rugosa
Precio: 8,25 €

RASO MIKADO



Color: Beige
Ancho: 140 cm
Composición: 58 % Acetato
42 % Poliéster
Textura: Suave
Precio: 17,75 €

TENCEL DENIM



Color: Gris
Ancho: 150 cm
Composición: Rayón 70%
Poliéster 30%
Textura Suave
Precio: 6,95 €

TELA LONETA



Color: Lila
Ancho: 280 cm
Composición: Algodón 70%
Poliéster 30%
Textura: Suave
Precio: 7,95 €

SUDADERA RUGOSA



Color: Negro
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: suave, caída suave
Precio: 16,99 €

FORRO VISCOSA



Color: Negro
Ancho: 140 cm
Composición: Rayón 100%
Textura: Suave
Precio: 6,25 €

FORRO VISCOSA



Color: Lila
Ancho: 140 cm
Composición: Rayón 100%
Textura: Suave
Precio: 6,25 €

TELA DE LINO



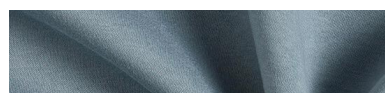
Color: Azul marino
Ancho: 140 cm
Composición: Lino 100%
Textura: Suave
Precio: 7,95 €

SUDADERA RUGOSA



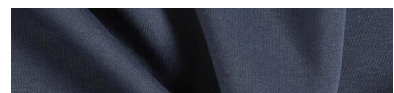
Color: amarillo
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: Tacto suave
Precio: 16,99 €

SUDADERA RUGOSA



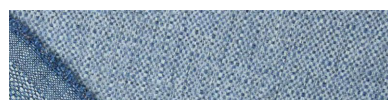
Color: Azul grisáceo pálido
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: Tacto suave
Precio: 16,99 €

SUDADERA RUGOSA



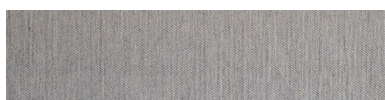
Color: Navy
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: Tacto suave
Precio: 16,99 €

TAPICERÍA ANTIMANCHAS



Color: Azul
Ancho: 140 cm
Composición: 100 % Poliés-
ter
Textura: Suave
Precio: 15,75 €

TELA CAMPERA 1000 RAYAS



Color: Gris
Ancho: 145 cm
Composición: Algodón 65%
Viscosa 35%
Textura: Suave
Precio: 6,95 €

PUNTO CANALÉ



Color: Gris claro
Ancho: 60 cm
Composición: Elastano 5% .
Acrílico 95%
Textura: Suave
Precio: 13,50 €

SUDADERA RUGOSA



Color: Gris claro
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: suave, caída suave
Precio: 16,99 €

SUDADERA RUGOSA



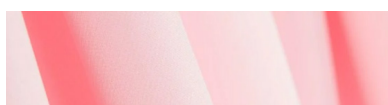
Color: Lila
Composición: 65% Algodón,
35% Poliéster
Ancho: 140,00 cm
Tacto: suave, caída suave
Precio: 16,99 €

TELA BIELÁSTICA



Color: Gris
Composición: 89% Poliéster
11% Spandex
Ancho: 145,00 cm
Precio: 9,75 €

TELA BIELÁSTICA



Color: Rosa nude
Composición: 89% Poliéster
11% Spandex
Ancho: 145,00 cm
Precio: 9,75 €

TELA BIELÁSTICA



Color: Rojo
Composición: 89% Poliéster
11% Spandex
Ancho: 145,00 cm
Precio: 9,75 €

CIERRE DE CREMALLERA DIVISIBLE | EL PLASTICO (559) | YKK



Composición: Plástico 100%
Precio: 6,45 €

CIERRE DE CREMALLERA NO DIVISIBLE | EL PLASTICO (580) | YKK



Composición: Plástico 100%
Precio: 2,54 €

HILOS ORA 120 GRIS 955



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

HILOS ORA 120 NEGRO



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

HILOS ORA 120 1132-AZUL



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

CREMALLERA M8, INDIVISIBLE | PRYM - AZUL VAQUERO



Composición: Plástico 100%
Precio: 1,80 €

HILOS ORA 120 1272-LILA CLARO



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

HILO BOBINA 5000 METROS AZUL 36



Composición: Poliester 100%
Precio: 3,90 €

CINTA ELÁSTICA



Color: Negro
Ancho: 30mm
Composición: Poliéster 82%
Látex 18%
Precio: 2,45 €

CREMALLERA INVISIBLE 2801 MORADO



Composición: Poliester 100%
Precio: 0,60 €

HILOS ORA 120 BLANCO 401



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

TRAJE BOTONES CONJUNTO - PLATEADO METÁLICA



Composición: Metal 100%
Precio: 11,99 €

HILOS ORA 120 453-ROJO



Composición: Poliester 100%
Precio: 2,10 €

BOCETOS INICIALES



Figura 22. Gómez, M. (2024). Bocetos iniciales. [Prendas]. Elaboración propia. Granada, España.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL PROYECTO

En este caso, se hará uso del método *Design Thinking*, que nos ayuda a enfrentar y solucionar retos y problemas para generar ideas innovadoras. Se trata de un proceso disciplinado y poco ortodoxo, que motiva la innovación y puede promover considerable valor económico, marcar una importante diferenciación y mejorar la experiencia del consumidor (Mootee, 2014). Normalmente, este método es utilizado de manera grupal, en nuestro caso se realizará por una sola persona.

Fase 1. Estudio del contexto histórico de la salud mental. Se leerá bibliografía específica y se consultará con la psicóloga Alicia Holgado Fabero (Colegiada AN-06330), para entender el desarrollo de los trastornos seleccionados.

Fase 2. Investigar empáticamente las necesidades de las personas adolescentes con trastornos psicológicos, para descubrir el problema que tenemos que resolver.

Fase 3. Realizar paneles de inspiración, tanto manuales como digitales, como apoyo para encontrar alternativas y soluciones innovadoras al problema de la visibilización.



Figura 23. Gómez, M. (2024). Puzzle de prendas. [Moodboard de inspiración]. Elaboración propia utilizando imágenes sin derechos de autor. Fuente unsplash.com. Granada, España.

Fase 4. Desarrollo de un cuaderno de bocetos con el fin de dar forma física a nuestras ideas.



Figura 24. Gómez, M. (2024). Encuentro. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 25. Gómez, M. (2024). Nudos. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 26. Gómez, M. (2024). Dolor. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.

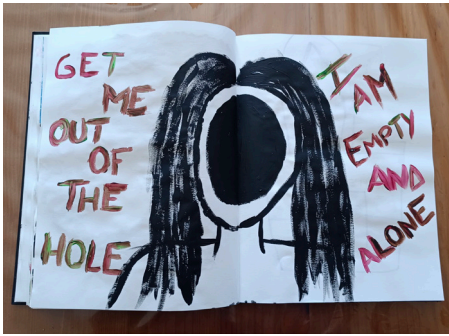


Figura 27. Gómez, M. (2024). Pérdida. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 28. Gómez, M. (2024). Monstruos. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 29. Gómez, M. (2024). Locura. [Cuaderno de bocetos]. Elaboración propia. Granada, España.

Fase 5. Análisis de siluetas que estén en armonía con el concepto que queremos transmitir, teniendo en cuenta los materiales escogidos.

Fase 6. Crear ilustraciones, slogans y estampados con el lema del proyecto de forma directa para encontrar alternativas y soluciones innovadoras al problema de la visibilización.



Figura 30. Gómez, M. (2024). Mind. [Ilustración]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 31. Gómez, M. (2024). Break. [Ilustración]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 32. Gómez, M. (2024). Identity. [Ilustración]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 33. Gómez, M. (2024). Craze. [Ilustración]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 34. Gómez, M. (2024). *Two worlds*. [Ilustración]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 35. Gómez, M. (2024). *Enjaulada*. [Moodboard]. Elaboración propia. Granada, España.

Fase 7. Producir una simulación del test de Rorschach propio, en el que las láminas puedan formar parte de las prendas.



Figura 36. Gómez, M. (2024). *Simulación test de Rorschach*. [Láminas]. Elaboración propia. Granada, España.

Fase 8. Generar un puzzle de bocetos de las prendas que serán un manifiesto en sí mismas según las formas, volúmenes y colores investigados anteriormente.

Fase 9. Elaboración de pruebas de estampación y *patchwork* en tejido para comprobar si es viable el método escogido.

Fase 10. Elaborar las fichas técnicas para la confección de las prendas en tejido real, para describir el material, fornituras, composición y mantenimiento de las mismas.

Fase 11. Realización del patronaje en plano de las prendas, apoyándonos en la técnica de modelado sobre maniquí, para identificar los errores y realizar los volúmenes, formas y transformaciones oportunas. Para ello se emplearán las reglas de patronaje esenciales: la regla recta, el sismómetro, la regla de la cadera o sable y la regla curva francesa.

Fase 12. Confección de las prendas finales.

Fase 13. Ejecución de la sesión fotográfica, que posteriormente será publicada en redes sociales.

COLECCIÓN FINAL



Figura 37. Gómez, M. (2024). Colección final. [Looks]. Elaboración propia. Granada, España.

CAPÍTULO 4: DESARROLLO

DESARROLLO DE PATRONES

A partir de los patrones base, específicamente los de la parte superior al cuerpo, pantalón y falda, se han llevado a cabo las transformaciones y modificaciones necesarias para lograr el resultado final.

Para obtener la silueta *oversize* del chaleco y la sudadera, se ha elaborado un patrón base del cuerpo con el largo de hombro más prolongado y una sisa más amplia y baja, manteniendo las proporciones adecuadas.

MATERIALES, TEXTURAS Y ACABADOS

Puesto que la mayoría de nuestras prendas llevan estampados realizados a mano, hemos optado por utilizar tejidos compuestos principalmente de poliéster o algodón debido a sus características:

- El poliéster es resistente al desgaste y tiene una alta capacidad para retener pigmentos, lo que nos garantiza que los estampados sean duraderos.
- El algodón, por su parte, además de ser un tejido duradero, tiene una alta capacidad de absorción y permite una distribución uniforme de los pigmentos sobre él

Por otra parte, para conseguir un acabado correcto en las prendas se ha realizado un número de acabados:

- Costuras remalladas para mayor resistencia y durabilidad.
- Repulgo para el acabado de los bajos de las prendas o bordes del pañuelo.
- Uso del pespunte de carga para asegurar una buena colocación de costuras.
- Algunos acabados con costura invisible a mano, como el dobladillo del bajo del pantalón.

PROCESO DE ESTAMPACIÓN

Para llevar a cabo la estampación de las prendas, se ha seguido un proceso común para ellas. Antes del corte del tejido, este se ha lavado y secado al aire para prepararlo correctamente. Una vez cortado, se han dibujado los estampados con bolígrafo borrable o tiza y se han pintado utilizando pintura textil. Finalmente, las prendas se han planchado a alta temperatura para fijar el pigmento y garantizar la durabilidad del diseño.



Figura 38. Gómez, M. (2024). *Estampado textil 7*. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

El tejido de loneta es compatible con el proceso de estampado a mano, ya que no ha presentado ningún tipo de problema durante el proceso. Se ha conservado la estructura y textura original.



Figura 39. Gómez, M. (2024). Estampado textil 8. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Tras pintar el tejido de popelín para la camisa, este no ha presentado ningún problema con la pintura textil, manteniendo su calidad y textura original.



Figura 40. Gómez, M. (2024). Estampado textil 9. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Al aplicar el color lila y el amarillo sobre el tejido vaquero, el tejido no absorbió correctamente el color, por lo que se ha tenido que aplicar una base blanca, además de tres capas de pintura para conseguir la cobertura necesaria.

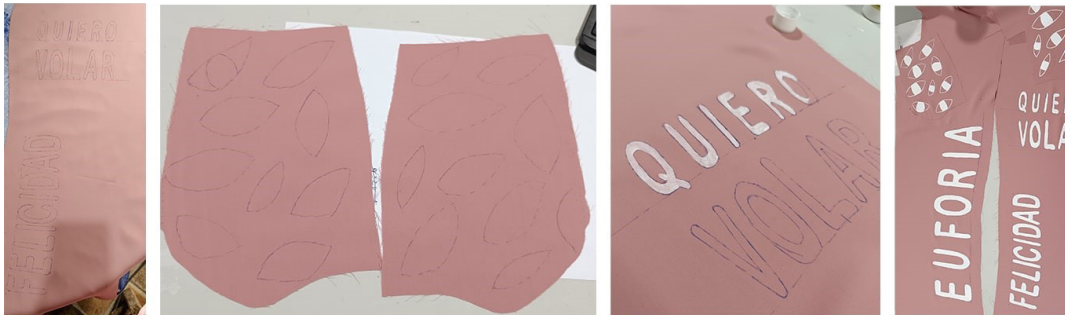


Figura 41. Gómez, M. (2024). Estampado textil 10. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Al pintar el tejido crepe, la pintura traspasaba la tela en algunos puntos, por lo que tuvimos que comprar una pintura más sólida. En caso de que la prenda fuese a producción, el estampado no iría pintado a mano, sino mediante impresión DTF.



Figura 42. Gómez, M. (2024). Estampado textil 11. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

La pintura no ha traspasado la tela y ha mantenido su textura original. Sin embargo, para conseguir la cobertura necesaria, se han aplicado tres capas de pintura.



Figura 43. Gómez, M. (2024). Estampado textil 12. [Collage]. Elaboración propia. Granada, España.

Para realizar el bordado, se ha utilizado la puntada elástica recta para mantener la elasticidad del tejido de punto de la sudadera. Por otra parte, el único problema que ha presentado la pintura textil sobre el tejido es que, para conseguir la cobertura necesaria del pigmento amarillo, hemos tenido que aplicar tres capas de pintura.

BALANCE DE COLECCIÓN

CAMISA LOOK 1

- Tendel denim azul	- 6,25€/m x 0,70m= 4,38€
- Tencel denim amarillo	- 6,25€/m x 0,5m= 3,13€
- Tencel denim gris oscuro	- 7,15€/m x 0,7m= 5,01€
- Popelín gris claro	- 8,90€/m x 0,7m= 6,23€
- Pintura textil blanca	- 10,99€x 1 uds=10,99€
- Cinta elástica	- 0,85€/m x 1m= 0,85€
- Hilo blanco	- 2,10€x 3uds=6,30€
- Botones	- 0,14€x 7uds=0,98€
Gasto total: 37,87€	
Horas de producción: 8€/h x 10h= 80€	
Margen de beneficio: 53,16€	Precio total de la prenda: 214,4€

FALDA LOOK 1

- Tencel tejano	
- Tencel denim gris	- 15,85€/m x 1,00m= 15,85€
- Entretela negra	- 0,70 €/m x 0,5m= 3,12€
- Botones	- 0,50 €/m x 2,70m= 1,30€
- Cinta elástica	- 0,55€/ud x 3ud= 1,65€
- Pintura textil	- 0,80€/ud x 1ud= 0,80€
- Hilo azul	-20,99€/pack x 1= 20,99€
- Cremallera	- 2,10€x 3uds=6,30€
- Botones	- 1,80€x 1uds=1,80€
Gasto total: 52,21€	- 0,2€x 2uds=0,40€
Horas de producción: 8€/h x 11h= 88€	Precio total de la prenda: 253,01€
Margen de beneficio: 62,73€	

SUDADERA LOOK 2

- Sudadera rugosa rosa	- 16,99/m x 0,5m= 8,50€
- Sudadera rugosa amarillo	- 16,99/m x 0,5m= 8,50€
- Sudadera rugosa negro	- 16,99/m x 0,5m= 8,50€
- Sudadera rugosa azul vaquero	- 16,99/m x 0,6m= 10,19€
- Sudadera rugosa gris claro	- 16,99/m x 0,7m= 11,89€
- Sudadera rugosa navy	- 16,99/m x 0,5m= 8,50€
- Sudadera rugosa frambuesa	- 16,99/m x 0,5m= 8,50€
- Pintura textil	- 10,99€x 1 uds=10,99€
- Hilo negro	- 2,10€/ud x 3 uds= 6,30€
- Cremallera	- 2,92€/ud x 1 uds= 2,92€
Gasto total: 84,79€	
Horas de producción: 8€/h x 14h= 112€	
Margen de beneficio: 86,98€	Precio total de la prenda: 350,8€

PANTALONES LOOK 2

- Crepe poliéster rosa	- 16,90€/m x 1,00m= 16,90€
- Cinta elástica	- 0,80 €/m x 1m= 0,80€
- Pintura textil blanca	- 10,99 €/ud x 1m= 10,99€
- Cordones	- 1,50€/ud x 2ud= 3€
- Hilo	- 2,10€x 4uds=8,40€
Gasto total: 40,09€	
Horas de producción: 8€/h x 8h = 64€	
Margen de beneficio: 47,25€	Precio total de la prenda: 190,58€

CHALECO LOOK 3

- Punto liso lila - 9,45€/m x 0,5m= 4,72€
- Felpa french blanco - 11,25€/m x 0,7m= 7,88€
- Felpa french negro - 11,25€/m x 0,7m= 7,88€
- Punto felpa negro - 10€/m x 0,5m= 5€
- Cremallera - 8,85€x 1 uds= 8,85€
- Hilo negro - 2,10€x 3uds=6,30€
- Hilo lila - 2,10€x 1uds=2,10€
- Impresión DTF - 15€

Gasto total: 57,73€

Horas de producción: 8€/h x 6h = 48€

Margen de beneficio: 47,95€

Precio total de la prenda: 193,41€

PANTALONES LOOK 3

- Fama gris - 8€/m x 1,20m= 9,6€
- Politecno rojo - 8,70€/m x 0,5m= 4,35€
- Pintura textil rojo - 10,99€x 1 uds=10,99€
- Cinta elástica - 0,85€/m x 1m= 0,85€
- Hilo rojo - 2,10€x 3uds=6,30€
- Hilo gris - 2,10€x 1uds=2,10€

Gasto total: 34,19€

Horas de producción: 8€/h x 10h= 80€

Margen de beneficio: 51,58€

Precio total de la prenda: 208.04 €

BOLSO

- Loneta - 9€/m x 1m= 9€
- Forro - 6,25 €/m x 1m= 6,25€
- Pintura acrílica - 2,99€x 1 uds=5,98€
- Fijador textil - 4,99€/ud x 1 uds= 4,99€
- Hilo - 2,10€/ud x 1 uds= 2,10€

Gasto total: 28,32€.

Horas de producción: 8€/h x 4h = 32€

Margen de beneficio: 28,49€

Precio total de la prenda: 114,91€

PAÑUELO

- Crepe seda - 8€/m x 0,70m= 5,6€
- Impresión DTF - 5€
- Hilo - 2,10€x 3uds=6,30€

Gasto total: 16,90€.

Horas de producción: 8€/h x 0,3h = 4€

Margen de beneficio: 11,60€

Precio total de la prenda: 46,78€

GESTIÓN Y CALIDAD DEL DISEÑO

Para el uso correcto de las prendas de la colección se han creado las etiquetas internas con cada una de sus recomendaciones:

Chaleco: 92% Algodón 8% Elastano
Lavado a máquina a 30°C
No lavar en seco
No secar en secadora
Planchado a temperatura baja
No usar lejía

Pantalón rosa: 89% Poliéster 11% Spandex
Lavado a máquina a 30°C
Planchado a temperatura media
No usar lejía
No secar en secadora
Lavar en seco cualquier disolvente excepto tricloroetileno

Sudadera: 65% Algodón, 35% Poliéster
Lavado a máquina a 30°C
No usar lejía
No secar en secadora
Planchado a temperatura baja
Lavar en seco

Pantalón gris: 100% Poliéster
Lavado a máquina a 30°C
Planchado a temperatura media
No usar lejía
No secar en secadora
Lavar en seco cualquier disolvente excepto tricloroetileno

Camisa: 100% Algodón
Lavado a máquina a 30°C
Planchado a temperatura alta
No usar lejía
No secar en secadora
No lavar en seco

Falda: Rayón 70% Poliéster 30%
Lavado a máquina a 30°C
Planchado a temperatura alta
No usar lejía
No secar en secadora
No lavar en seco

Puesto que la mayoría de prendas han sido estampadas con pintura textil, se recomienda planchar la ropa por la parte interior para no dañar las prendas.

PLANIFICACIÓN DEL SHOOTING

La editorial se llevará a cabo en la carretera de Narvéez (Baza), enmarcada en un entorno natural. Este espacio se ha elegido porque la carretera proporciona sensación de libertad y de avance. Además, para las personas que sufren ansiedad o depresión, entre otros, la carretera puede simbolizar la posibilidad de cambio o progreso en su proceso de recuperación. Cabe añadir que la naturaleza es terapéutica, ya que reduce el estrés y mejora el estado de ánimo.

Respecto al maquillaje y peluquería, queremos experimentar y que el día del shooting cada modelo elija como quiere lucir en él.

Los modelos seleccionados serán preferentemente adolescentes que hayan experimentado o estén experimentando algún trastorno mental. Esta decisión busca dar voz a aquellos que han vivido de cerca estas realidades, promoviendo la empatía y la comprensión.

En cuanto a la fotografía y vídeo, se limitará al mínimo la edición para lograr un resultado natural.

Ubicación



Modelos



Attrezzatura fotográfica



Figura 44. Gómez, M. (2024). Planificación de la editorial.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO FINAL

ETIQUETADO/PACKAGING

Cada una de las prendas que salgan de nuestro taller, llevará consigo una etiqueta plastificada que podrá conservarse como recuerdo, con el logo de MEYMA y una ilustración representativa de la colección.



Figura 45. Gómez, M. (2024). Etiquetado prenda. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 46. Gómez, M. (2024). Ilustración. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.

Las prendas de bulto pequeño se entregarán en una bolsa comercial reutilizable, mientras que las prendas de bulto mayor se empaquetarán en una caja para garantizar una mayor seguridad y cuidado durante el transporte.



Figura 48. Gómez, M. (2024). Bolsa. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.



Figura 47. Gómez, M. (2024). Packaging. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.

Por la compra de nuestras prendas, nuestros clientes podrán elegir como obsequio una botella personalizada, o una tote bag estampada con una mariposa, el símbolo distintivo de nuestra colección.



Figura 49. Gómez, M. (2024). Botella. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.



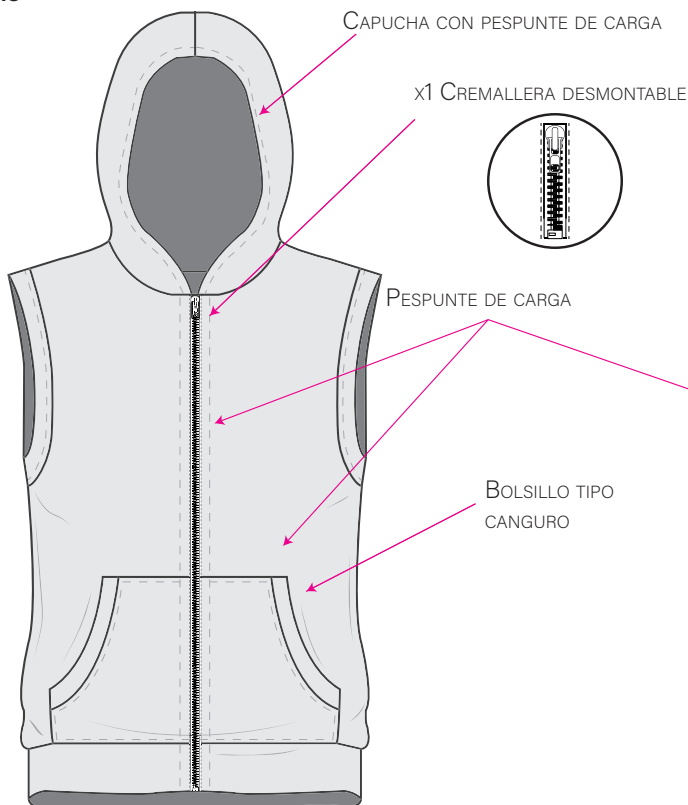
Figura 50. Gómez, M. (2024). Tote bag. [Mock up]. Elaboración propia. Granada, España.

CAPÍTULO 5: PRODUCTO FINAL

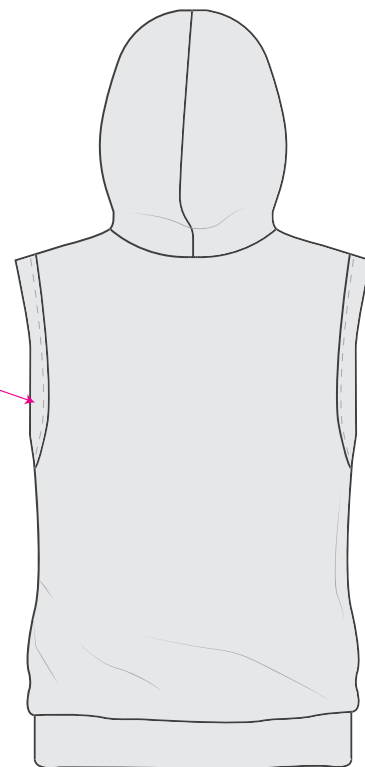
FICHAS TÉCNICAS

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024011403	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: CHALECO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: CHALECO ESTAMPADO CON CAPUCHA		

DELANTERO



ESPALDA



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
<p>FELPA FRENCH COLOR: NEGRO ALGODÓN 92% SPANDEX 8%</p>	<p>CIERRE DE CREMALLERA DIVISIBLE COLOR: OLIVA OSCURO PLÁSTICO 100%</p>	
<p>FELPA FRENCH COLOR: LILA ALGODÓN 92% SPANDEX 8%</p>	<p>HILOS ORA 120 1272 COLOR: LILA CLARO POLIESTER 100%</p>	
<p>FELPA FRENCH COLOR: NEGRO ALGODÓN 95% SPANDEX 5%</p>	<p>HILOS ORA 120 NEGRO COLOR: NEGRO POLIESTER 100%</p>	
MANTENIMIENTO		

Figura 51. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 01. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024011403
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: CHALECO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: CHALECO ESTAMPADO CON CAPUCHA	

DELANTERO

ESPALDA








COLORES				
				
PANTONE 663C	PANTONE 3945C	PANTONE 419C	PANTONE 19-4820	PANTONE 14-4522

Figura 52. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 02. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024011403	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: CHALECO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: CHALECO ESTAMPADO CON CAPUCHA		

DESPIECE

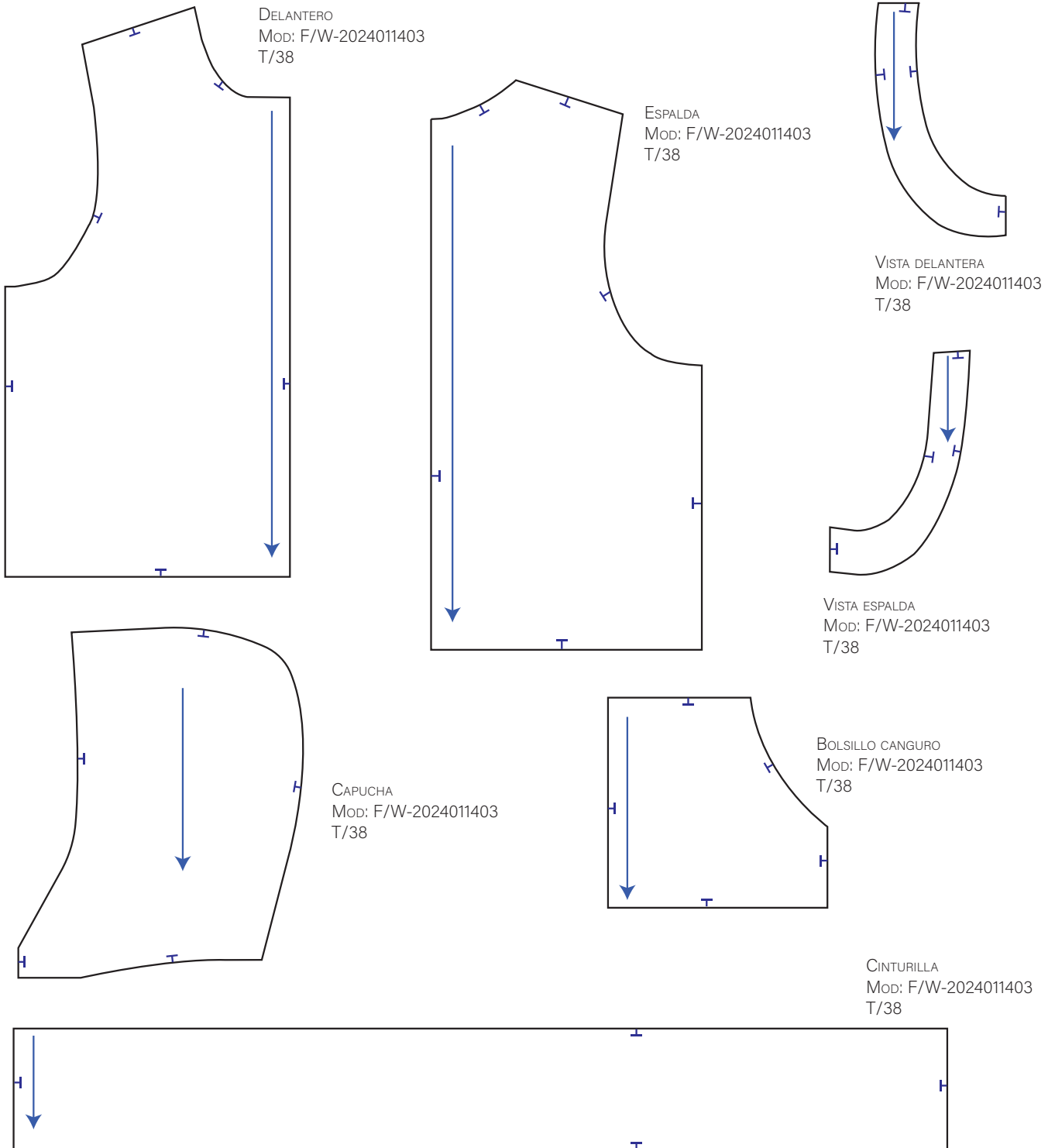
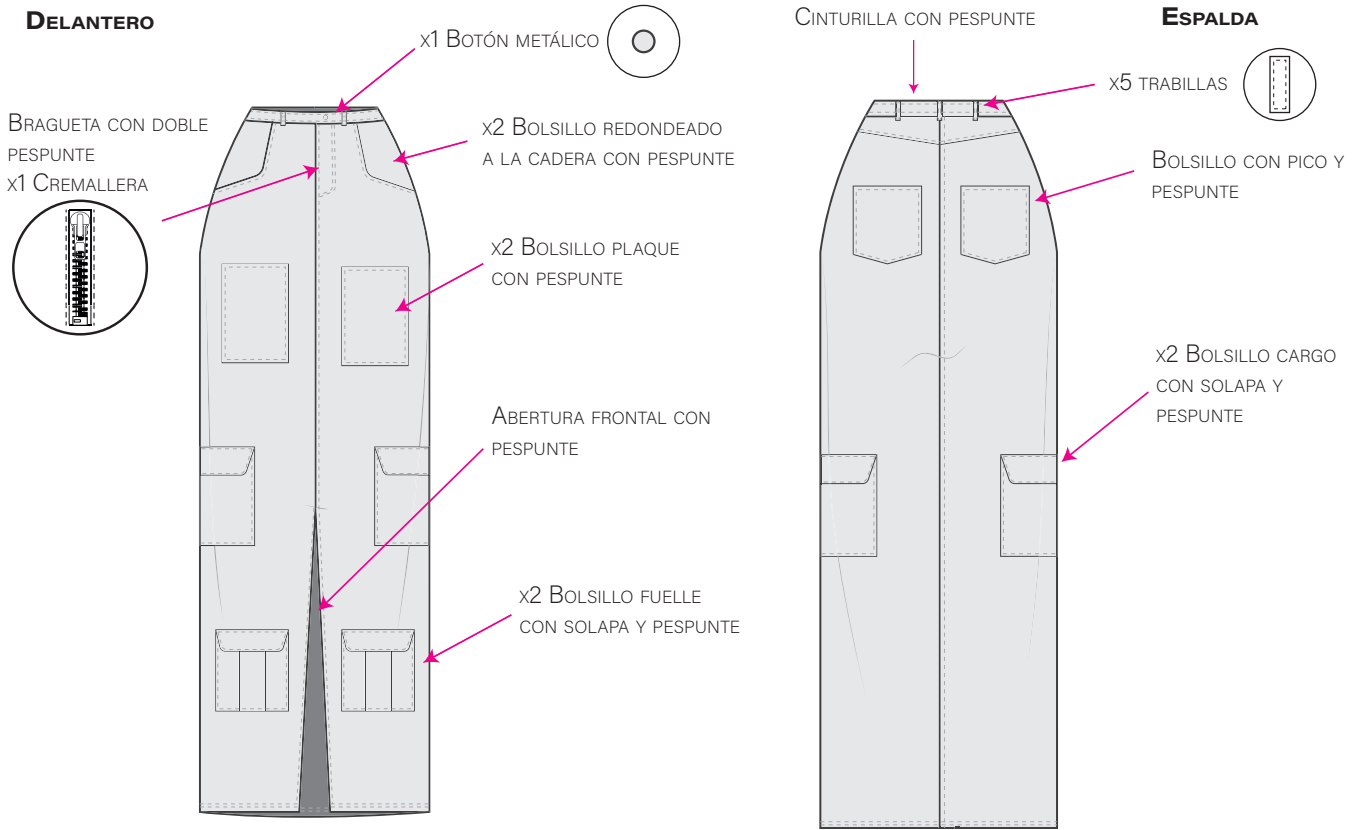


Figura 53. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 03. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024030503	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: FALDA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: FALDA MAXI CON MÚLTIPLS BOLSILLOS Y ABERTURA FRONTAL		



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
<p>TENCEL DENIM COLOR: AZUL CLARO RAYÓN 70% POLIESTER 30%</p>	<p>CIERRE DE CREMALLERA INDIVISIBLE COLOR: AZUL VAQUERO PLÁSTICO 100%</p>	
<p>TENCEL DENIM COLOR: GRIS CLARO RAYÓN 70% POLIESTER 30%</p>	<p>HILOS ORA 120 GRIS 955 POLIESTER 100%</p>	
<p>ENTRETELA ADHESIVA COLOR: NEGRO ALGODÓN 100%</p>	<p>HILO BOBINA AZUL 36 POLIESTER 100%</p>	
	<p>BOTONES PLATEADO METÁLICA METAL 100%</p>	

MANTENIMIENTO

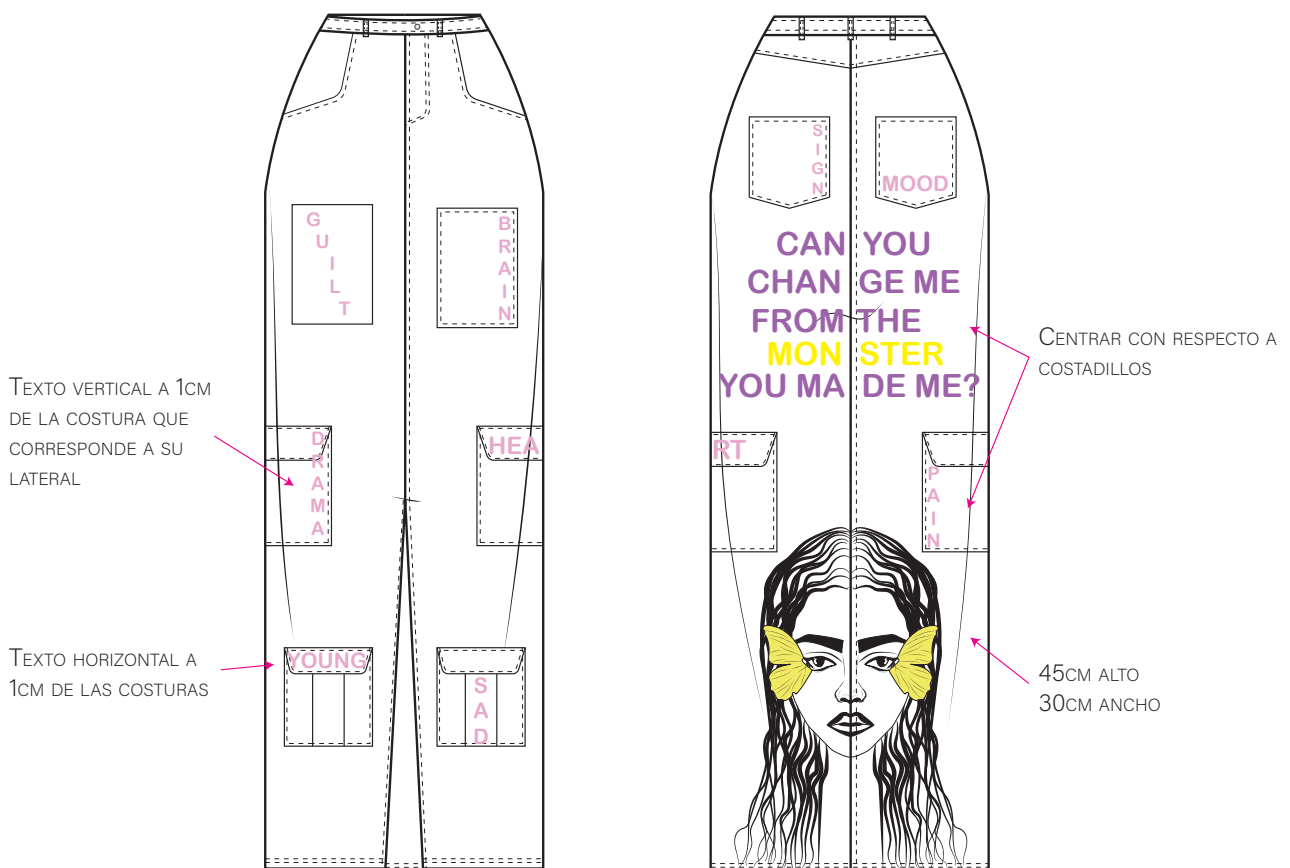


Figura 54. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 04. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024030503
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: FALDA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: FALDA MAXI CON MÚLIPLES BOLSILLOS Y ABERTURA FRONTAL	

DELANTERO

ESPALDA



COLORES



PANTONE 14-2710



PANTONE 419C



PANTONE 3945C



PANTONE 254C

Figura 55. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 05. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024030503	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: FALDA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: FALDA MAXI CON MÚLTIPLS BOLSILLOS Y ABERTURA FRONTAL		

DESPIECE

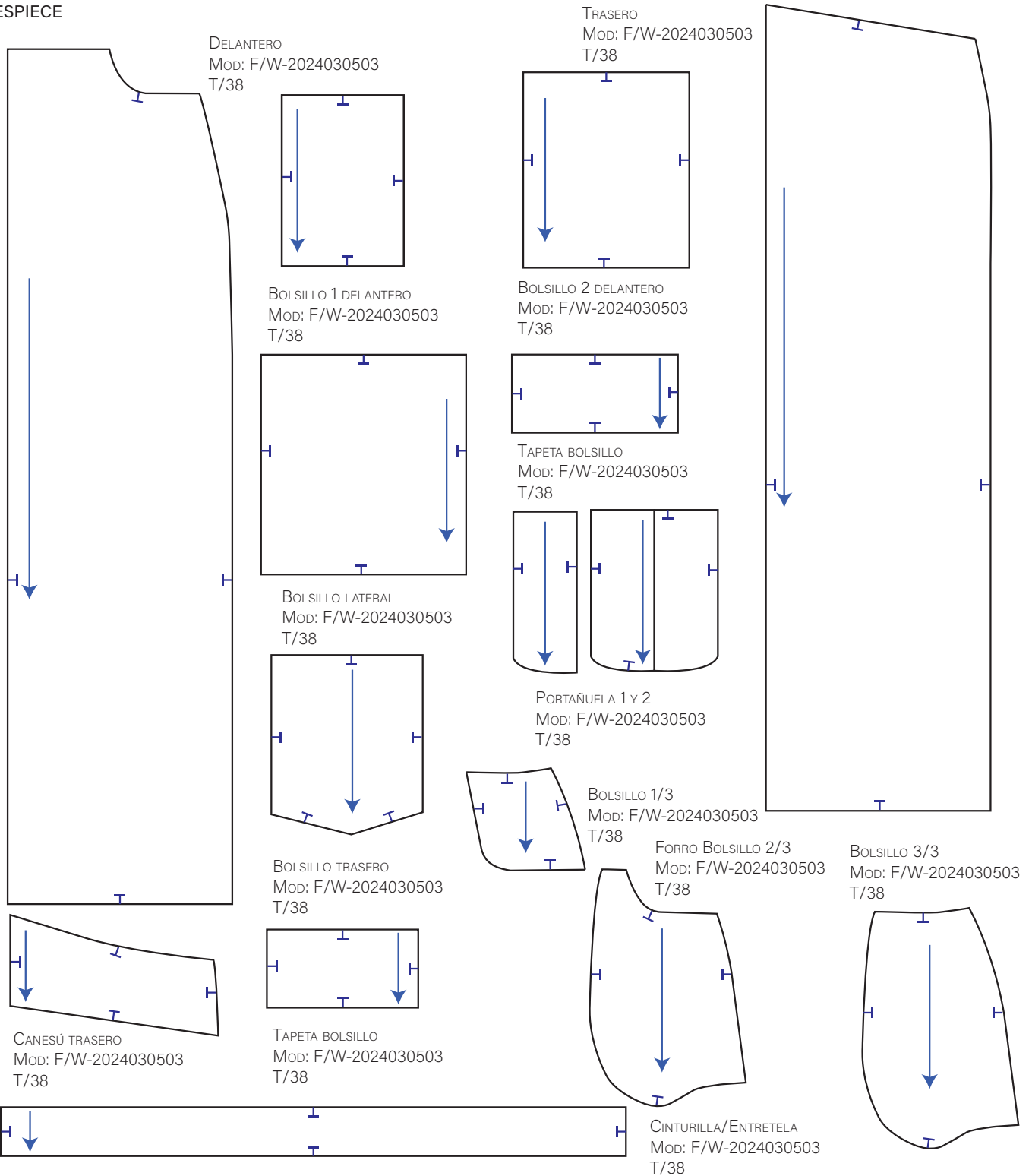
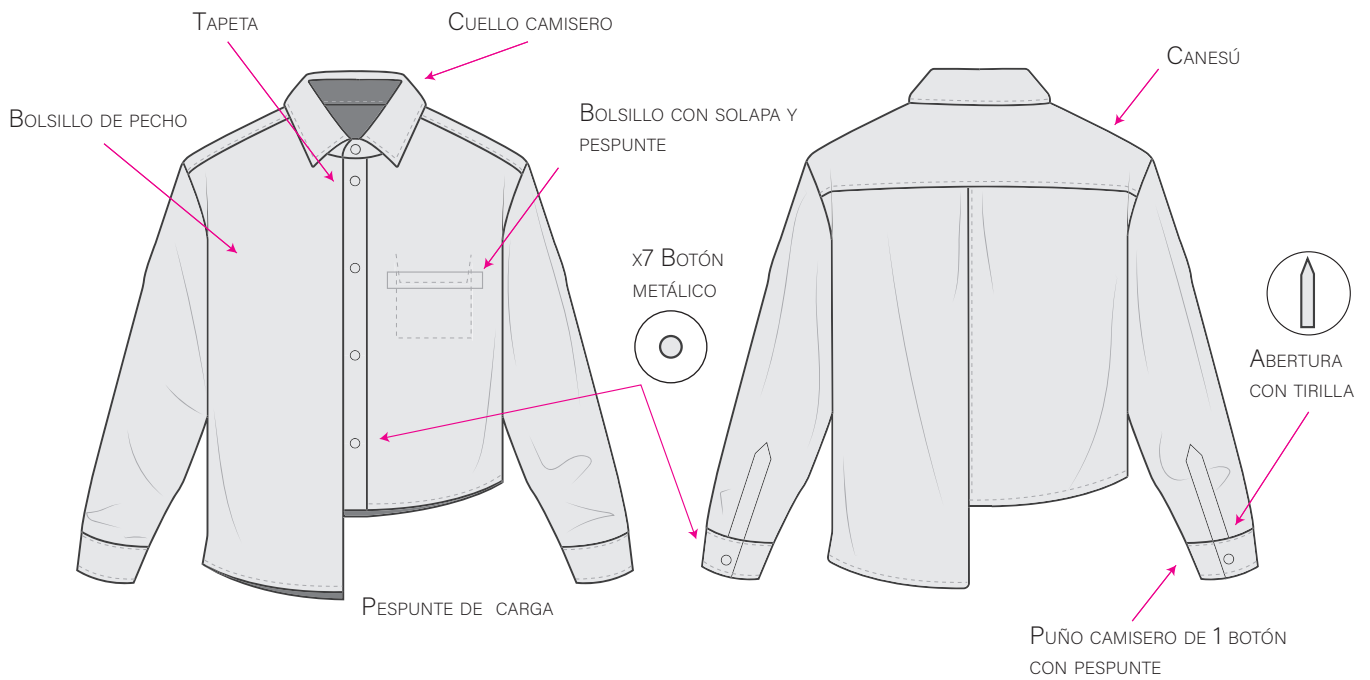


Figura 56. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 06. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024060403	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: CAMISA ASIMÉTRICA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: CAMISA ASIMÉTRICA CON BOLSILLOS Y ESTAMPADO TEXTIL EN ESPALDA		

DELANTERO

ESPALDA



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
<p>TENCEL DENIM COLOR: GRIS CLARO 100 % ALGODÓN</p> <p>DENIM CAMISERÍA COLOR: AZUL OSCURO 100 % ALGODÓN</p> <p>ENTRETELA ADHESIVA COLOR: NEGRO ALGODÓN 100%</p> <p>TENCEL DENIM COLOR: LIMA ALGODÓN 100%</p>	<p>HILOS ORA 120 1132-AZUL POLIESTER 100%</p> <p>HILOS ORA 120 BLANCO 401 POLIESTER 100%</p> <p>BOTONES NEGROS PLÁSTICO 100%</p>	

MANTENIMIENTO



Figura 57. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 07. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024060403
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: CAMISA ASIMÉTRICA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: CAMISA ASIMÉTRICA CON BOLSILLOS Y ESTAMPADO TEXTIL EN ESPALDA	

DELANTERO

ESTAMPADO CON PINTURA TEXTIL Y/O ACRÍLICO CON FIADOR



ESPALDA

CENTRAR ESTAMPADO RESPECTO A SISA



COLORES



PANTONE 419C



PANTONE 172C



PANTONE 663C

Figura 58. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 08. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024060403	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: CAMISA ASIMÉTRICA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: CAMISA ASIMÉTRICA CON BOLSILLOS Y ESTAMPADO TEXTIL EN ESPALDA		

DESPIECE

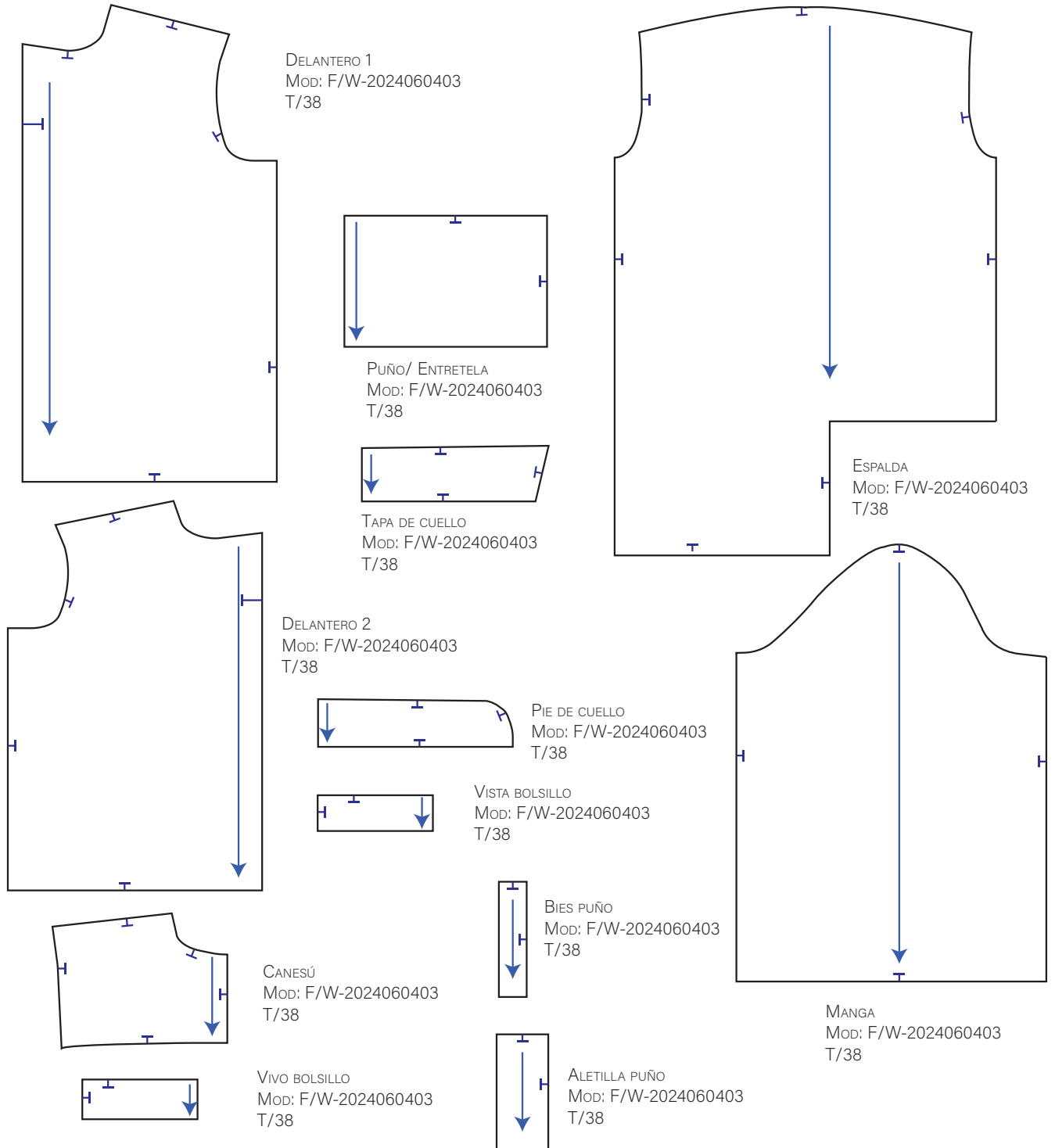


Figura 59. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 09. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024050603	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA		

DELANTERO

x2 BOLSILLO REDONDEADO A LA CADERA

ESPALDA

CINTURILLA ELÁSTICA



BAJO CON CON COSTURA A 2 CM

TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
 CREP POLIÉSTER COLOR: ROSA 100% POLIÉSTER	 HILOS ORA 120 ROSA POLIÉSTER 100%	
 TELA BIELÁSTICA COLOR: ROJO 89% POLIÉSTER 11% SPANDEX	 HILOS ORA 120 453-ROJO POLIÉSTER 100%	
	 CINTA ELÁSTICA POLIÉSTER 82% LÁTEX 18%	

MANTENIMIENTO



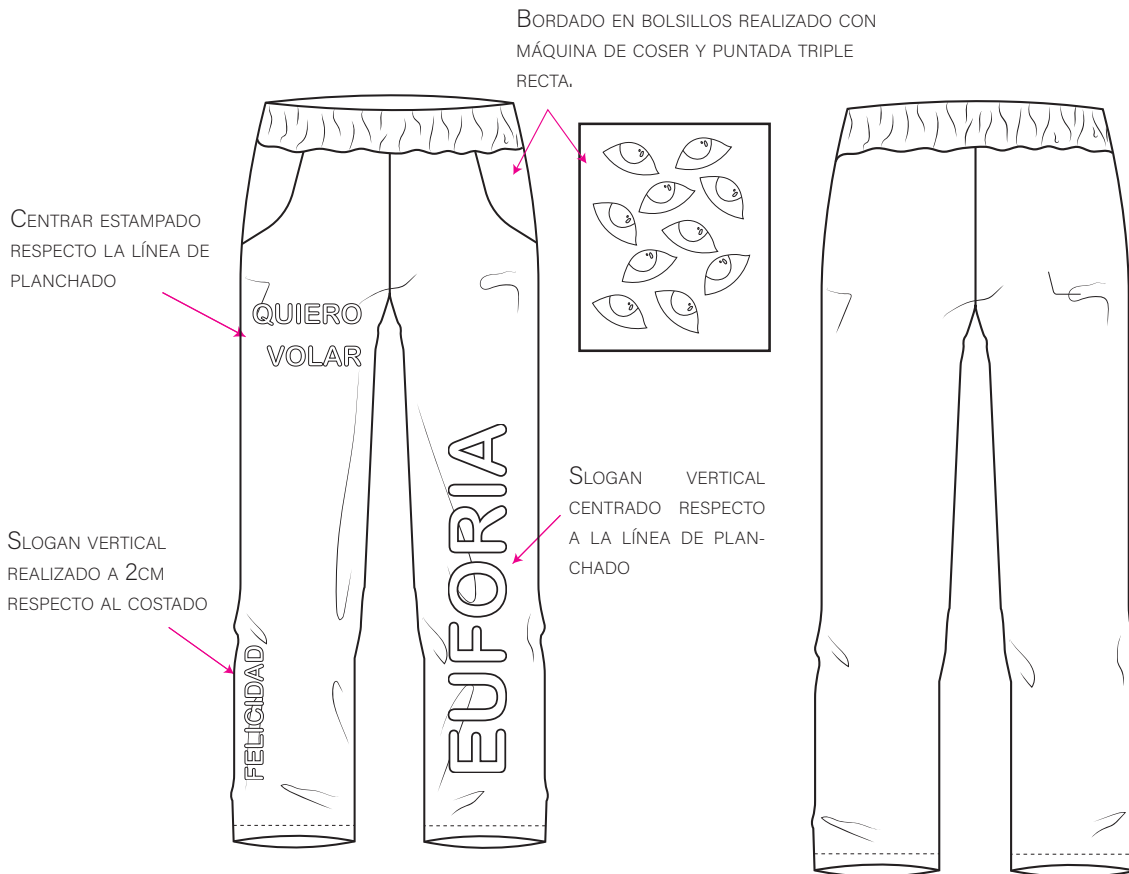
Figura 60. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 10. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024050603
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA	

DELANTERO

ESPALDA

ESTAMPADO DE SLOGAN REALIZADO CON PINTURA TEXTIL Y/O ACRÍLICO CON FIJADOR




COLORES
 PANTONE 663C

Figura 61. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 11. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024050603	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA		

DESPIECE

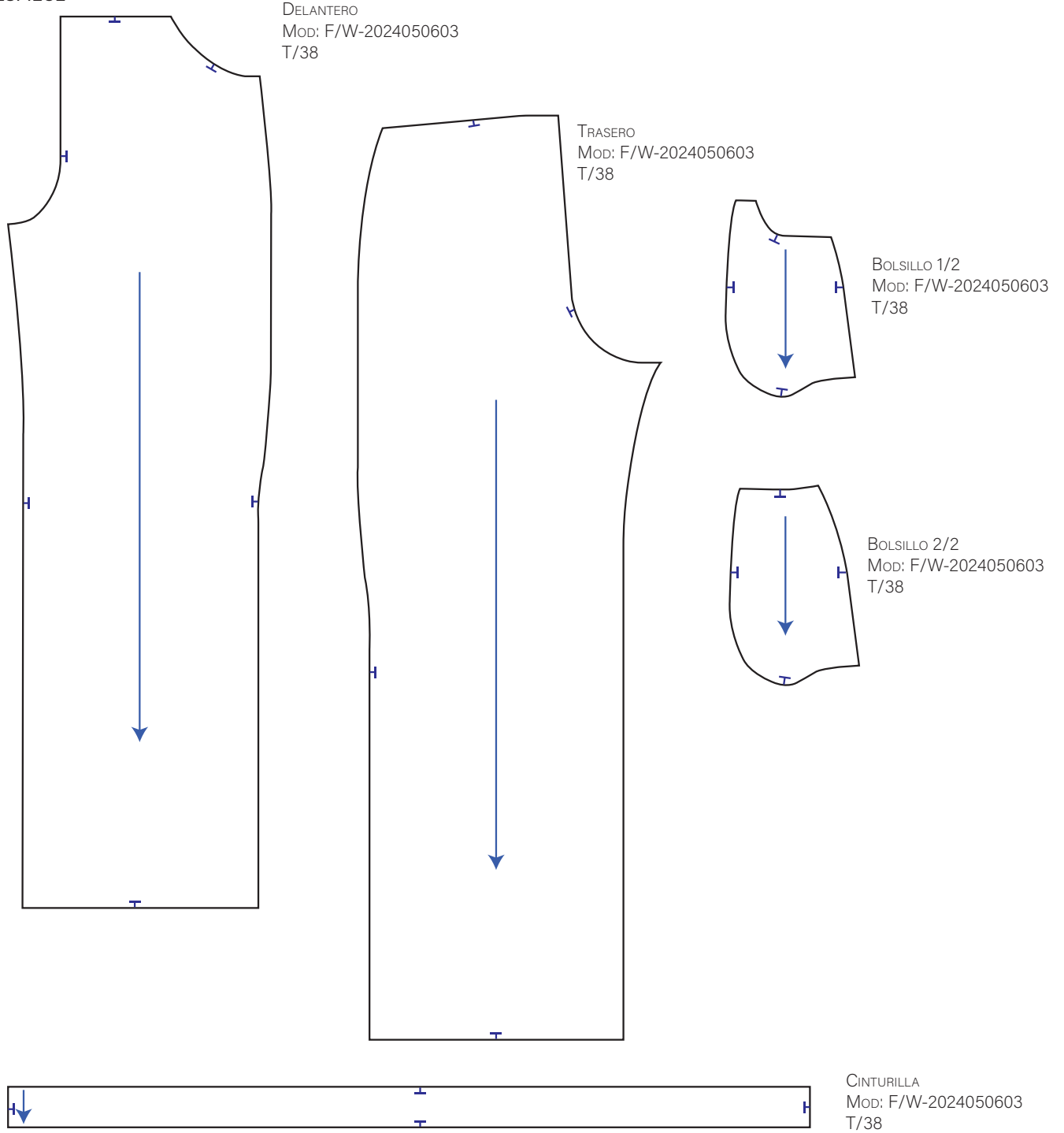

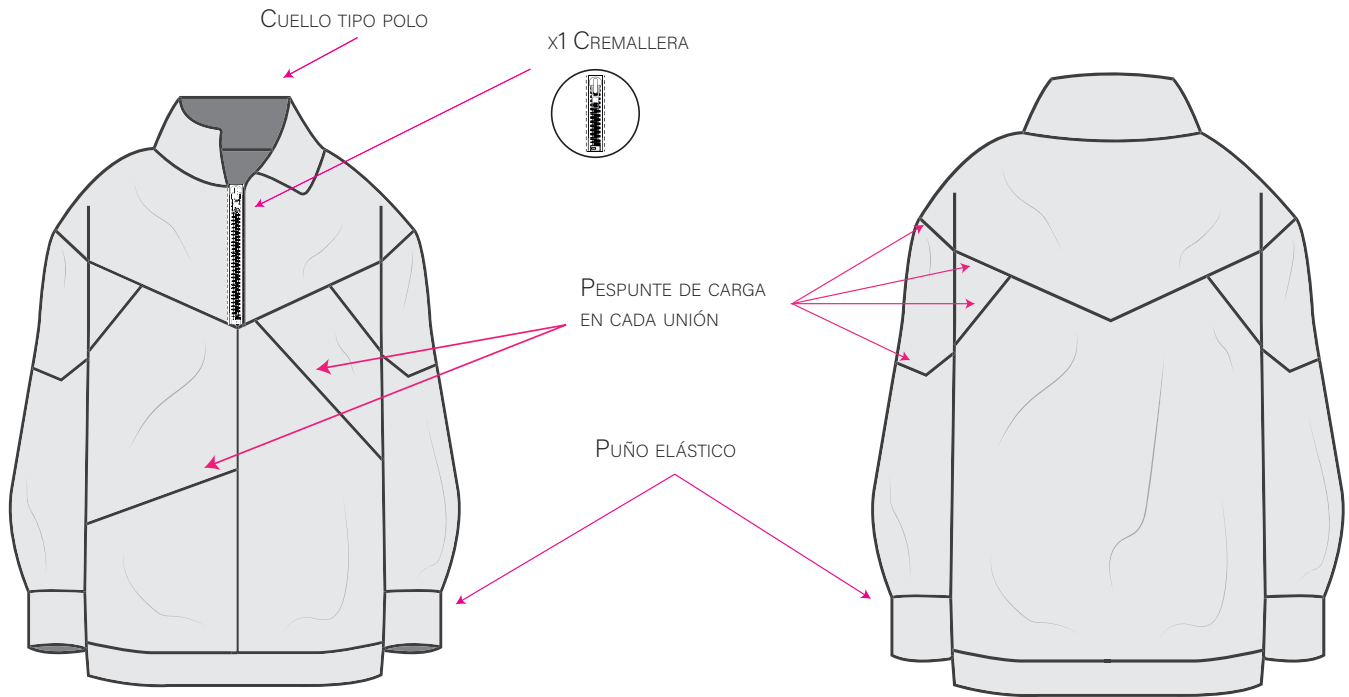


Figura 62. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 12. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024021603	ETIQUETAS 
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: SUDADERA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: SUDADERA BORDADA SIN CAPUCHA		

DELANTERO

ESPALDA



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
<p>SUDADERA RUGOSA 65% ALGODÓN, 35% POLIÉSTER COLOR: AZUL CIELO</p>  <p>COLOR: GRIS CLARO</p>  <p>COLOR: ROSA ANTIGUO</p>  <p>COLOR: AMARILLO</p>  <p>COLOR: AZUL GRISÁCEO</p> 	 <p>CIERRE DE CREMALLERA INDIVISIBLE COLOR: GRIS CLARO PLÁSTICO 100%</p>  <p>HILOS ORA 120 NEGRO COLOR: NEGRO POLIÉSTER 100%</p>	
MANTENIMIENTO		

Figura 63. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 13. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024060403
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: CAMISA ASIMÉTRICA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: CAMISA ASIMÉTRICA CON BOLSILLOS Y ESTAMPADO TEXTIL EN ESPALDA	

DELANTERO

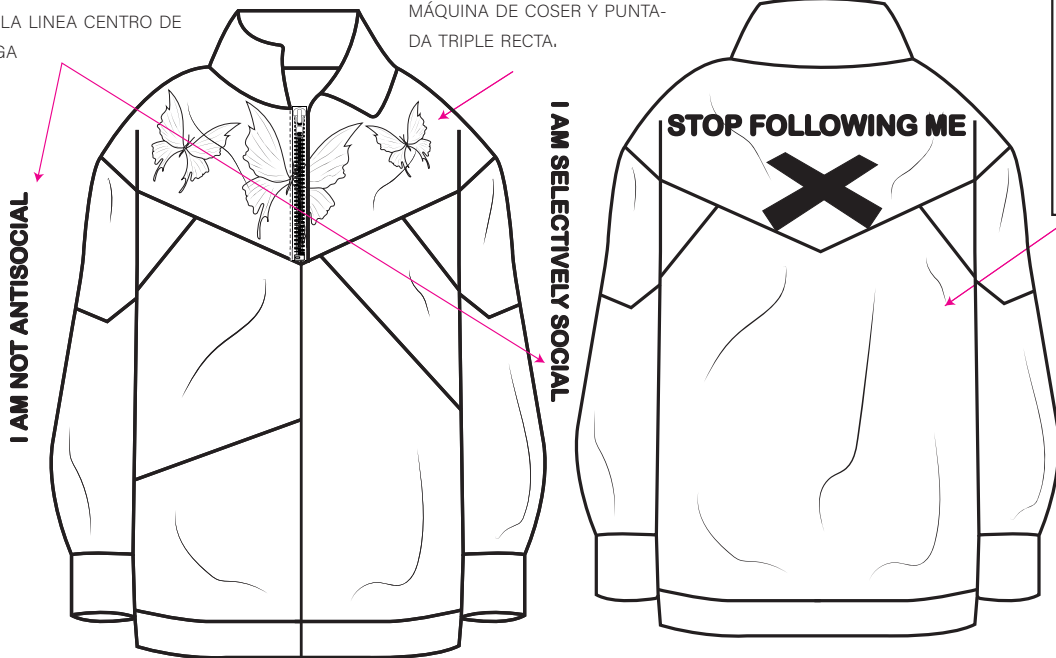
ESPALDA

ESTAMPADO DE SLOGAN REALIZADO CON PINTURA TEXTIL Y/O ACRÍLICO CON FIJADOR

CENTRAR ESTAMPADO RESPECTO A SISA

CENTRAR ESTAMPADO RESPECTO A LA LINEA CENTRO DE MANGA

BORDADO REALIZADO CON MÁQUINA DE COSER Y PUNTA-DA TRIPLE RECTA.



COLORES



PANTONE 419C



PANTONE 3945C

Figura 64. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 14. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024021603	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: SUDADERA	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: SUDADERA BORDADA SIN CAPUCHA		

DESPIECE

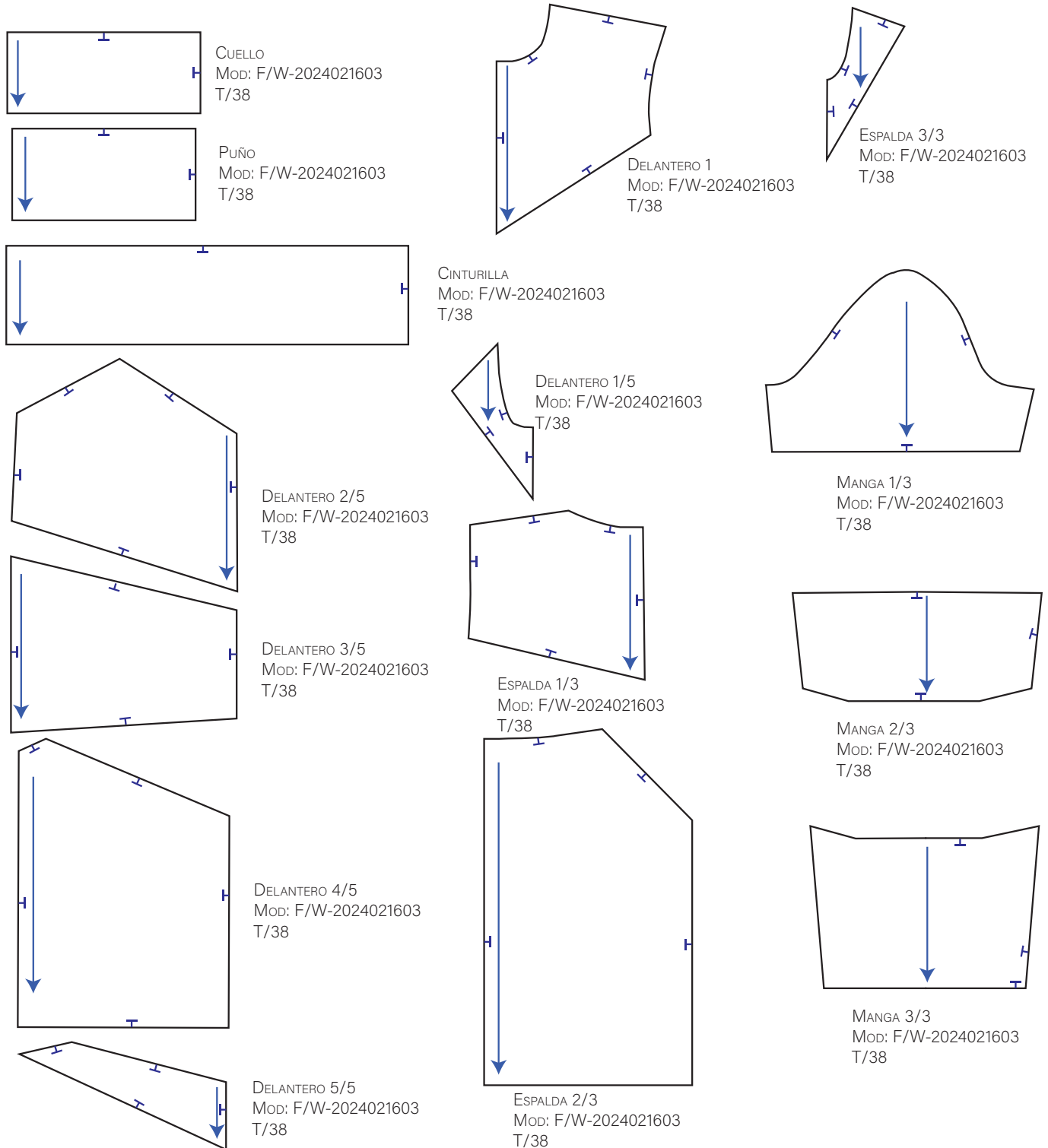
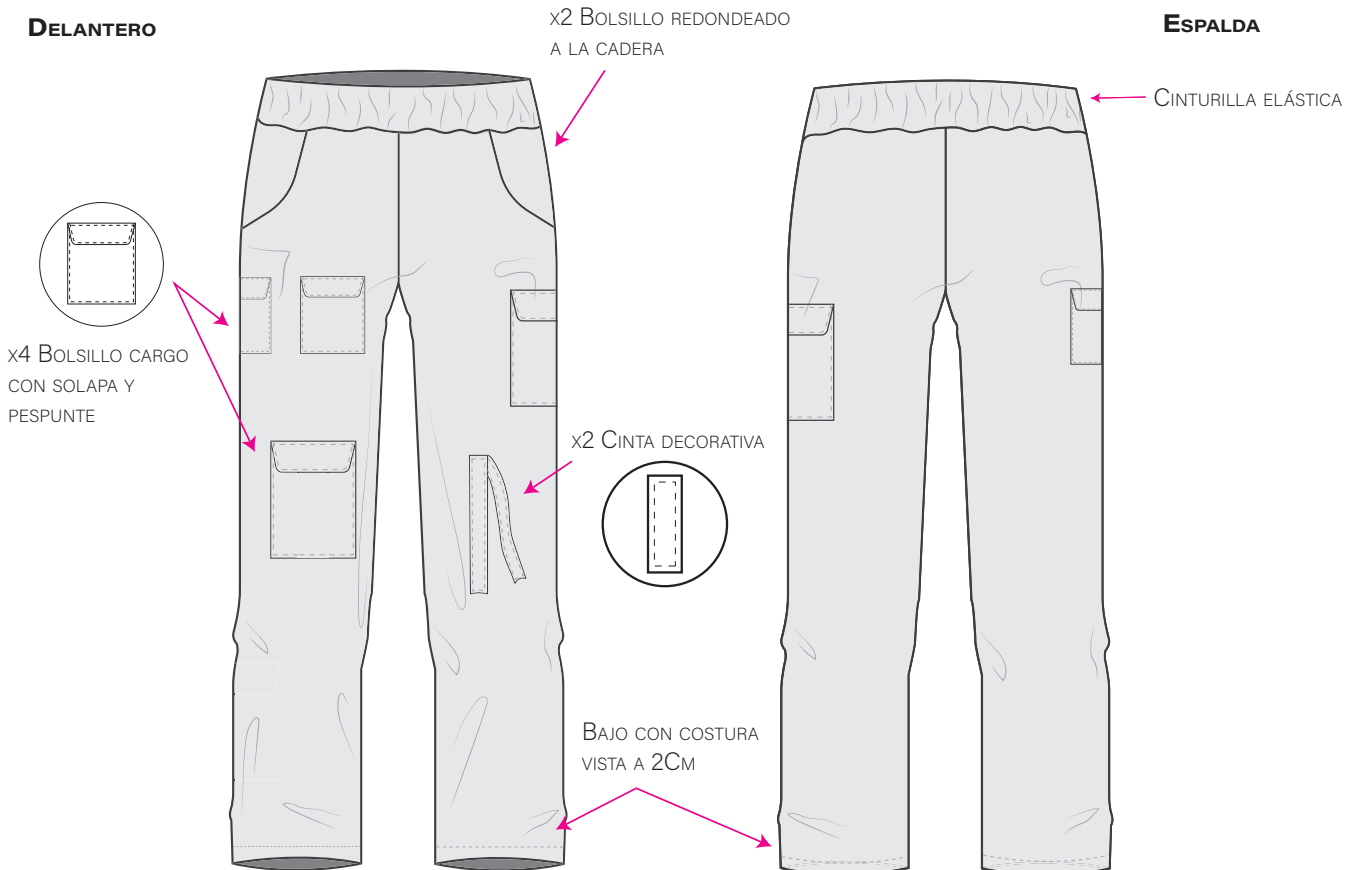


Figura 65. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 15. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024040603	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA Y MÚLTIPLES BOLSILLOS		

DELANTERO

ESPALDA



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
 TELA BIELÁSTICA COLOR: GRIS 89% POLIÉSTER 11% SPANDEX	 HILOS ORA 120 GRIS 955 POLIÉSTER 100%	
 TELA BIELÁSTICA COLOR: ROJO 89% POLIÉSTER 11% SPANDEX	 HILOS ORA 120 453-ROJO POLIÉSTER 100%	
	 CINTA ELÁSTICA POLIÉSTER 82% LÁTEX 18%	

MANTENIMIENTO



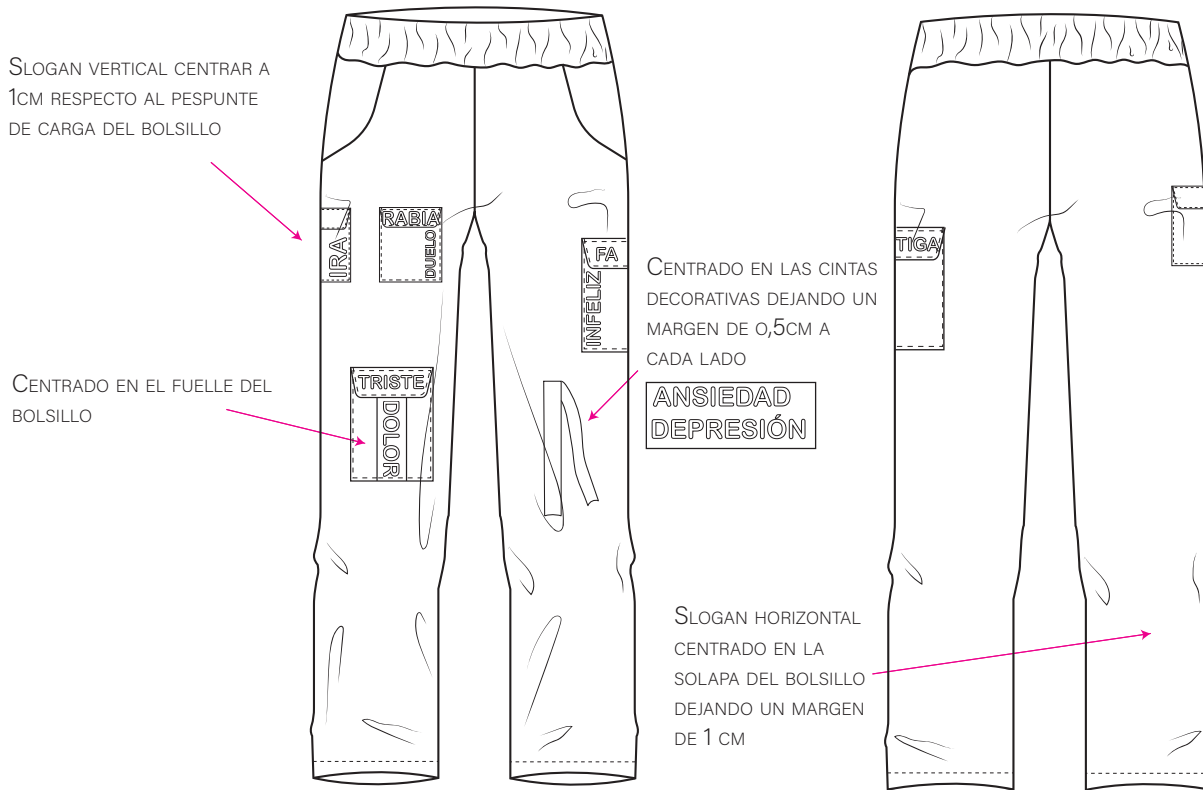
Figura 66. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 16. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024040603
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA Y MÚLTIPLES BOLSILLOS	

DELANTERO

ESPALDA

ESTAMPADO DE SLOGAN REALIZADO CON PINTURA TEXTIL Y/O ACRÍLICO CON FIJADOR



COLORES



PANTONE 663C

Figura 67. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 17. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-2024040603	ETIQUETAS
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	SIZE: 34-36-38-40-42-44-46	
ARTICULO: PANTALÓN DEPORTIVO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
DESCRIPCIÓN: PANTALÓN ESTAMPADO CON CINTURILLA ELÁSTICA Y MÚLTIPLES BOLSILLOS		

DESPIECE

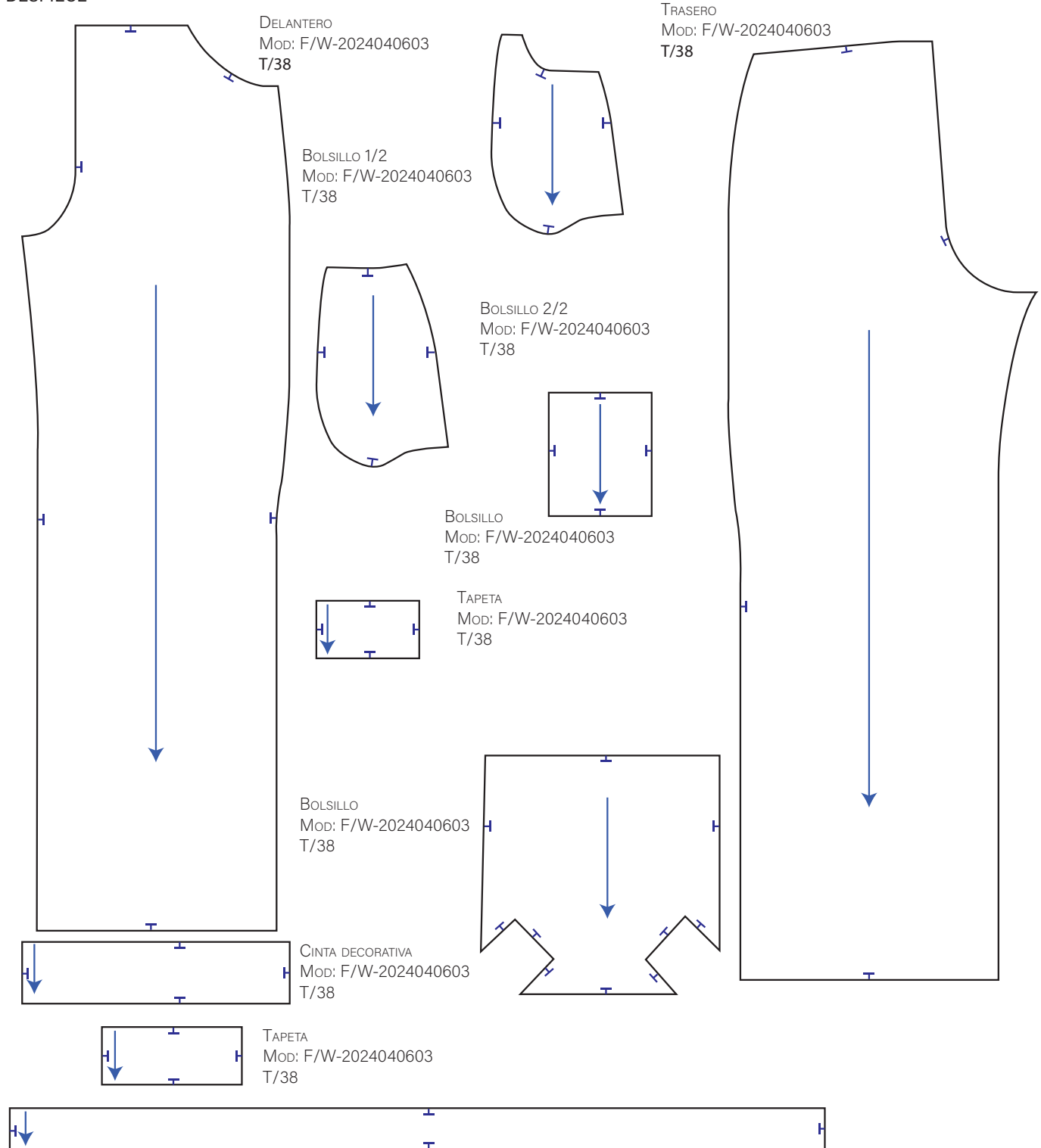

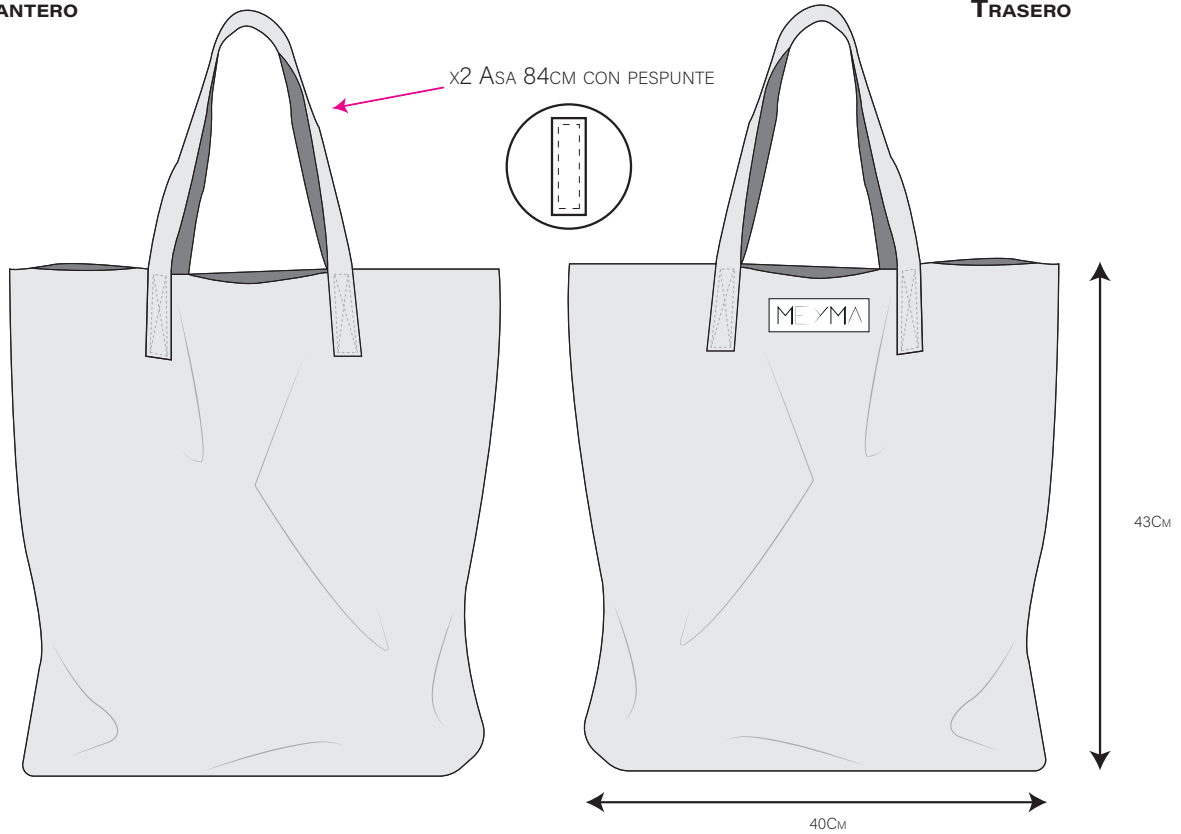


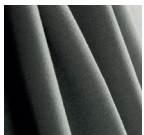

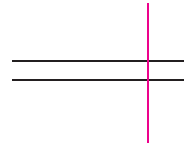
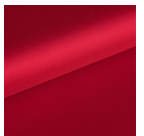


Figura 68. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 18. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20241715	ETIQUETAS 
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
ARTICULO: TOTE BAG		
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG CON ESTAMPADO TEXTIL		

DELANTERO

TRASERO



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
 <p>TELA LONETA COLOR: GRIS ALGODÓN 70% POLIÉSTER 30%</p>	 <p>HILOS ORA 120 GRIS 955 POLIÉSTER 100%</p>	
 <p>FORRO VISCOSA COLOR: ROJO 100% RAYÓN</p>	 <p>HILOS ORA 120 3161-ROJO POLIÉSTER 100%</p>	

MANTENIMIENTO



Figura 69. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 19. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20241715
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
ARTICULO: TOTE BAG	
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG CON ESTAMPADO TEXTIL	

DELANTERO

ESPALDA

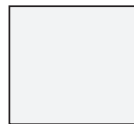
ESTAMPADO DE SLOGAN REALIZADO CON PINTURA TEXTIL Y/O ACRÍLICO CON FIJADOR



COLORES



PANTONE 14-2710




PANTONE 663C



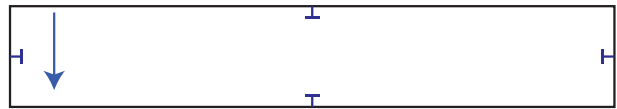
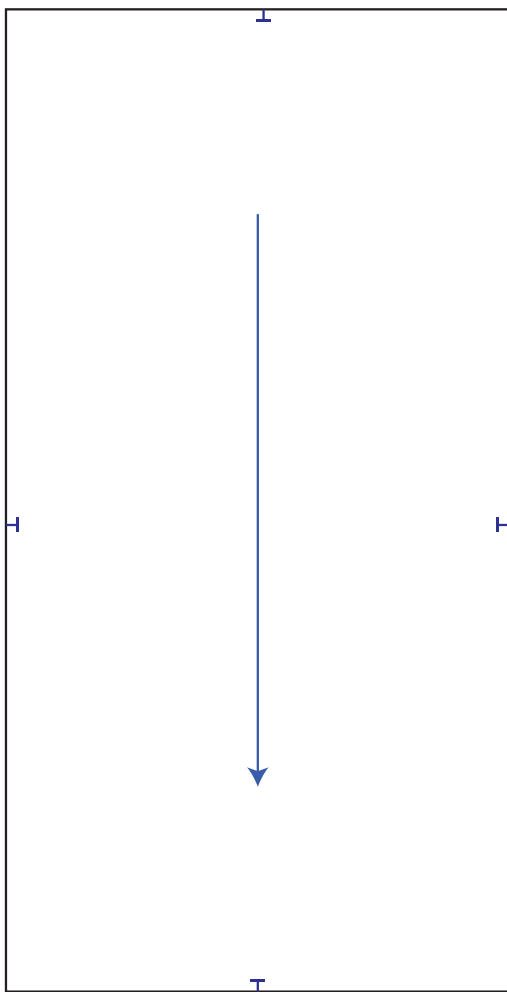
PANTONE 807C

Figura 70. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 20. Elaboración propia. Granada, España.

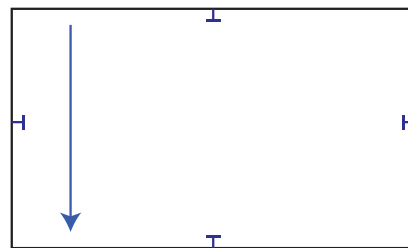
COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20241704	ETIQUETAS 
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
ARTICULO: TOTE BAG		
DESCRIPCIÓN: TOTE BAG CON ESTAMPADO TEXTIL		

DESPIECE

BASE BOLSO/FORRO
MOD: F/W-20241704
T/38




BASE BOLSO/FORRO
MOD: F/W-20241704
T/38



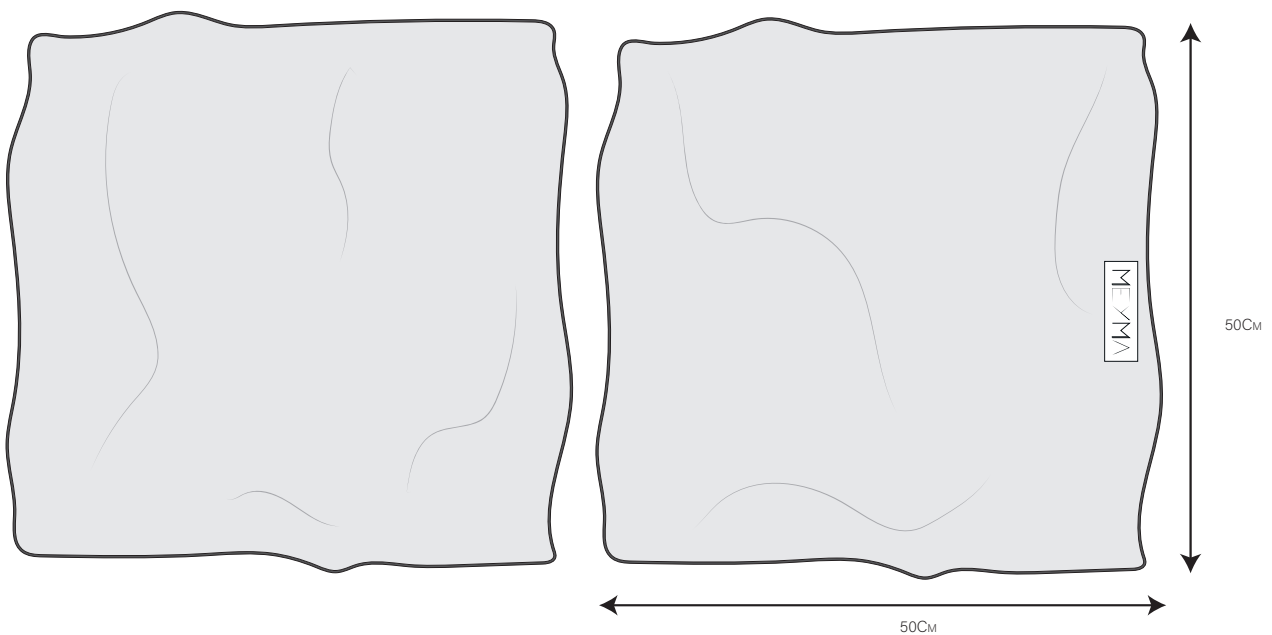
BOLSILLO INTERIOR
MOD: F/W-20241704
T/38

Figura 71. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 21. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20240318	ETIQUETAS 
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
ARTICULO: PAÑUELO		
DESCRIPCIÓN: PAÑUELO CON ESTAMPADO TEXTIL		

DELANTERO

TRASERO



TEJIDOS	FORNITURAS	COSTURA
 <p>SATÉN COLOR: BLANCO 97 % POLIESTER 3% SPANDEX</p>	 <p>HILOS ORA 120 NEGRO COLOR: NEGRO POLIESTER 100%</p>	

MANTENIMIENTO



Figura 72. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 22. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20240318
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO
ARTICULO: PAÑUELO	
DESCRIPCIÓN: PAÑUELO CON ESTAMPADO TEXTIL	

DELANTERO

TRASERO

ESTAMPADO DE SLOGAN REALIZADO CON IMPRESIÓN POR DTF

CENTRADO A 4CM DE
CADA LATERAL



COLORES



PANTONE 14-2710




PANTONE 419C

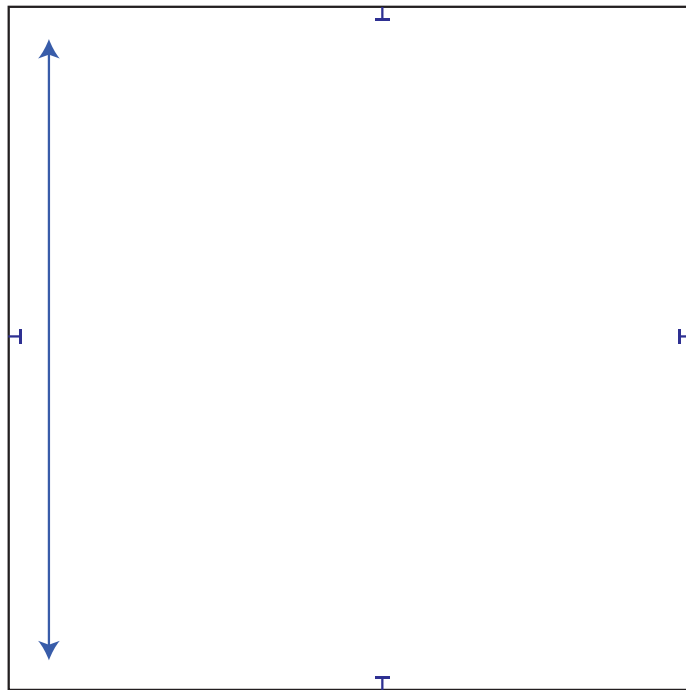


PANTONE 807C

Figura 73. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 23. Elaboración propia. Granada, España.

COLECCIÓN: MINDSCAPE	REFERENCIA: F/W-20240318	ETIQUETAS 
TEMPORADA: OTOÑO/INVIERNO	DISEÑADORA: MARÍA AURORA GÓMEZ MORENO	
ARTICULO: PAÑUELO		
DESCRIPCIÓN: PAÑUELO CON ESTAMPADO TEXTIL		

DESPIECE



PATRÓN PAÑUELO
MOD: F/W-20240318

Figura 74. Gómez, M. (2024). Ficha técnica 24. Elaboración propia. Granada, España.

EDITORIAL

Dirección de arte y vestuario: María Aurora Gómez.

Fotografía: Porfirio.

Modelos: Nerea Moreno, Esther Fernández, David Sola.



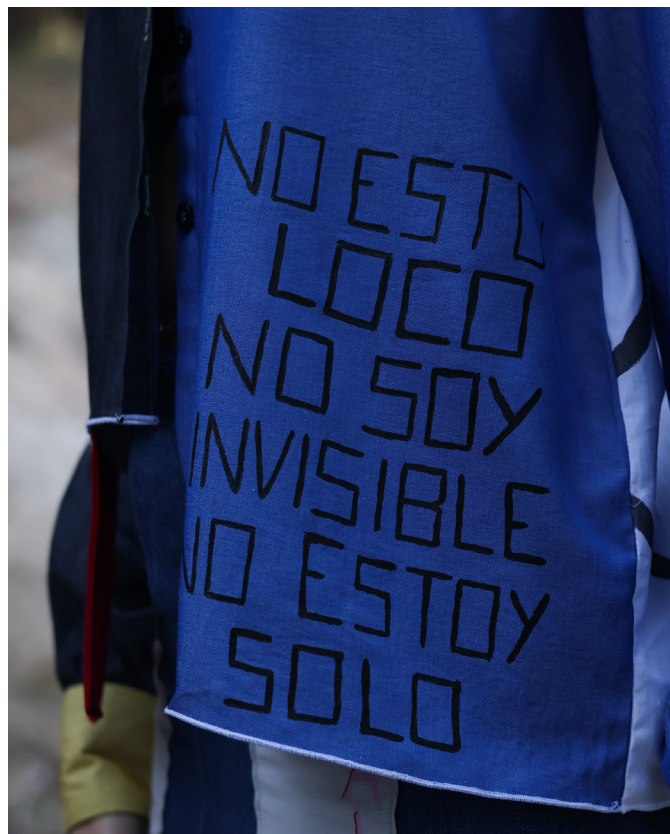
























CAPÍTULO 6: VALORACIÓN CRÍTICA Y CONCLUSIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN

Se crea una nueva colección cápsula con un enfoque innovador y reivindicativo dentro de la firma Meyma, destacando prendas genderless con especial atención en slogans y estampados. El objetivo principal de esta colección es utilizar el diseño como una herramienta para apoyar a los adolescentes que sufren trastornos psicológicos, permitiéndoles expresar sus sentimientos a través de la moda, sirviendo como medio de comunicación de una manera visual y tangible.

TARGET

El nicho de mercado al que nos dirigimos busca innovación y reivindicación en los productos. Nos dirigimos a la Generación Z, específicamente en aquellos adolescentes entre 13 y 19 años que padecen enfermedades mentales y que necesitan un servicio más personalizado.

Nuestro público objetivo se interesa por el diseño, la moda y la salud mental de una manera innovadora. Necesitan productos que les proporcionen una sensación de seguridad y comprensión, ya que estos adolescentes a menudo encuentran difícil expresar sus sentimientos debido a los estigmas sociales. Buscan calidad en las prendas y se sienten seguros con nuestras prendas.

DAFO

Fortalezas:

- Productos de calidad.
- Ropa urbana diferente, muy personalizada.
- Conexión emocional con aquellos que han sufrido trastornos psicológicos.
- Generación Z consciente de la causa, puede aumentar el interés de la colección y generar empatía.
- Inspiración propia.

Debilidades:

- Recursos limitados para comprar materiales.
- Técnicas de estampación en tejidos nunca utilizados.
- Estigma asociado a los trastornos mentales, lo cual puede dificultar la visibilización y mensaje de la colección.

Amenazas:

- Los adolescentes pueden rechazar la colección porque el concepto puede ser malinterpretado.
- Envejecimiento de la población.
- Cambio en la tendencia de consumo de las personas.

Oportunidades:

- Involucrar a los adolescentes en el proceso de diseño para que la colección muestre realmente sus necesidades y sentimientos.
- Colaboración con organizaciones de salud mental.

OBJETIVOS

A continuación se presenta una tabla con los objetivos, estrategias y tácticas para conseguirlos, con el fin de posicionar la marca entre la Generación Z.

OBJETIVOS	ESTRATEGIA	TÁCTICAS
Posicionar la marca en la generación Z Centennials trimestralmente.	Visibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción de la marca en campañas de redes sociales (Instagram o Tik Tok). - Promoción de la marca en campañas de redes sociales. (Instagram o Tik Tok) - Colaboración de los productos con influencers.
	Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Tutoriales de confección de ropa sostenible en RRSS. (Instagram o Tik Tok).
Crecimiento de la marca en RRSS un 15% mensualmente.	Contenido	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación de reels semanales en RRSS (Instagram o Tik Tok) de consejos y tips de manipulación de tejidos y prendas. - Fotos de los productos ligados a eslogan.
Expresar los sentimientos de los adolescente.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar con adolescentes en asociaciones para entender y reflejar sus emociones en los diseños 2 veces al mes.
Apoyar organizaciones que brindan ayuda psicológica anualmente.	Visibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Promoción de distintas organizaciones en campaña en RRSS. - Colaboración con organizaciones reales.
	Comunicación y promoción	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de 1 evento con conferencias, seminarios web y talleres que generen interés.

Figura 75. Gómez, M. (2024). *Tabla de objetivos. Elaboración propia. Granada, España.*

PLAN DE ACCIONES Y KIP'S

- Ya que nuestro público se centra en los adolescentes, para posicionar la marca en la generación Z Centennials promocionaremos la marca en redes sociales (RRSS) como Instagram y TikTok semanalmente, para las cuales publicaremos fotos del producto en las que se medirá la interacción directa (likes y comentarios), el tiempo de visualización y el número de seguidores nuevos; además de reels del proceso creativo para los que se medirá la retención de audiencia, alcance y visualizaciones, además de la interacción directa de nuestro público. De esta manera conseguiremos también el crecimiento de marca en RRSS.

- Para expresar los sentimientos de los adolescentes, colaboraremos bimensualmente con asociaciones de adolescentes para reflejar sus emociones en nuestros diseños. Para medir si funciona o no, se medirá el número de colaboraciones en las asociaciones.

- Para apoyar organizaciones que brindan ayuda psicológica anualmente, promocionaremos diferentes organizaciones en nuestras redes sociales y colaboraremos en eventos benéficos, y debemos medir el alcance e interacción de las publicaciones además del número de asistentes y participación de asistentes. Además, organizaremos un evento anual con conferencias, seminarios web y talleres. Se realizarán encuestas de opinión post-evento.

DOSSIER DE COSTES

COSTES INICIALES

	DESGLOSE	CANTIDAD	COSTE UNITARIO	COSTE TOTAL
MOBILIARIO DE TALLER	Maniquí	2	70	140
	Lámpara regulable	1	30	30
	Máquina de coser	1	500	500
	Overlocker	1	300	300
	Mesa de patronaje	1	200	200
	Silla	1	50	50
	Plancha	1	330	330
	Espejo	1	70	70
MATERIAL DE COSTURA	Papel patrones	10	21€ rollo 50m	210
	Reglas patronaje	1	50	50
	Alfileres y agujas	3	12€ caja de 100 ud	36
	Tijeras	3	12	36
	Hilos	12	3	36
	Botones	25	0,25	6,25
	Velcro	1	10	10
	Cinta métrica	1	6	6
TEJIDOS BASE	Forro	2	6,25	12,50
	Entretela	1	3,50	3,50
	Tul elástico	2	8,50	17
	Crepé	3	9,75	29,25
PACKAGING	Etiquetas de tela	1	17,95€ paquete 48 uds	17,95
	Etiquetas de papel	1	20€ paquete 500 uds	20
	Bolsas de papel	1	70€ paquete 200 uds	70
	Tarjeta de agradecimiento	1	7€ paquete 100 uds	7
TOTAL				2.187,45€

Figura 76. Gómez, M. (2024). Tabla de costes iniciales. Elaboración propia. Granada, España.

COSTES FIJOS

	DESGLOSE	COSTE MENSUAL	NÚMERO DE MESES	COSTE ANUAL
SUMINISTROS	Agua	30	Cada 2 meses	180
	Luz	100	Cada 2 meses	600
	Fibra + móvil	30	12	500
GASTOS	Seguros	130	Pago único	130
	Gestor	50	12	600
	Alquiler	150	12	1800
IMPUESTO Y LICENCIAS	Tasa de autónomos	59	12	708
	Registro de marcas	165	Pago único	165
	Agencia Tributaria	Gratuito	Gratuito	Gratuito
	Seguridad Social	Gratuito	Gratuito	Gratuito
	Licencia comercial	1300	Pago único	1300
	Tasa de basuras	90	Pago único	90
TOTAL				6.073€

Figura 77. Gómez, M. (2024). Tabla de costes fijos. Elaboración propia. Granada, España.

AMORTIZACIÓN

MANIQUÍ	140€	ESPEJO	70€
AMORTIZABLE EN	<u>5 AÑOS</u>	AMORTIZABLE EN	<u>5 AÑOS</u>
	28€		14€
MÁQUINA DE COSER	500€	SILLA	50€
AMORTIZABLE EN	<u>10 AÑOS</u>	AMORTIZABLE EN	<u>5 AÑOS</u>
	50€		10€
REMALLADORA	300€	LÁMPARA REGULABLE	15€
AMORTIZABLE EN	<u>10 AÑOS</u>	AMORTIZABLE EN	<u>2 AÑOS</u>
	30€		30€
PLANCHA	90€	MESA DE PATRONAJE	150€
AMORTIZABLE EN	<u>5 AÑOS</u>	AMORTIZABLE EN	<u>10 AÑOS</u>
	18€		15€

CONCLUSIONES FINALES Y VALORACIÓN PERSONAL

Finalizado el proyecto y habiendo analizado las hipótesis y objetivos marcados al principio, se puede concluir que se han cumplido, demostrando que la moda puede ser una herramienta reivindicativa muy poderosa.

Se ha creado una colección cápsula, *Mindscape*, que visibiliza la problemática social de los trastornos mentales en adolescentes, generando empatía y aprovechando las capacidades expresivas del color para expresar los estados emocionales. Las propuestas de ilustraciones se han incorporado como estampados, los cuales transmiten de manera visual el mensaje de la colección.

Mindscape ha demostrado que la moda sirve como herramienta para visibilizar y normalizar los problemas de salud mental a través de los mensajes que llevan las prendas consigo, logrando captar la atención de los adolescentes. Además, las técnicas de estampación textil y patchwork han sido efectivas para transmitir, junto con slogans e ilustraciones, los estados emocionales de manera comprensible, facilitando la conexión emocional con el público. El diseño *genderless* ha asegurado que la colección sea inclusiva para nuestro público.

La moda está para descubrir, reivindicar y, gracias a este proyecto, para transmitir los sentimientos de los trastornos mentales. La creación de slogans y estampados de los síntomas, pensamientos y emociones de los adolescentes ha sido todo un reto, pero ha permitido plasmar todo lo que sentimos en esta colección.

CAPÍTULO 7: FUENTES CONSULTADAS Y BIBLIOGRAFÍA

FUENTES CONSULTADAS

Desde hace varios años, hemos tenido el privilegio de poder asistir a la consulta de la psicóloga Alicia Holgado Fabero (Colegiada AN-06330), lo que nos ha permitido beneficiarnos de su experiencia y conocimientos en el campo de la psicología clínica para nuestro proyecto.

Para tener una visión más real y profunda sobre el desarrollo y el impacto de los trastornos psicológicos como la depresión, la esquizofrenia y la bipolaridad, hemos recurrido a su orientación. Gracias a ella, hemos tenido la oportunidad de asistir a una reunión de terapia grupal, donde pudimos reflexionar e investigar en un ambiente real y de apoyo. Durante esta sesión, tuvimos la oportunidad de escuchar y compartir experiencias con otros pacientes, lo que nos permitió obtener una comprensión real de los problemas y las luchas internas que enfrentan aquellos que viven con estos trastornos.

Además, la Dra. Holgado nos ayudó con la investigación proporcionándonos acceso al DSM-5 (Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales), una herramienta fundamental en el campo de la psicología que nos permitió explorar de manera más detallada los criterios de diagnóstico y clasificación de los trastornos mentales. Este recurso nos ha ayudado a conocer los síntomas y diagnóstico de los problemas de salud mental.

BIBLIOGRAFÍA

- Alpañés, E. (2024). Así influye la edad en la salud mental: los niños son más ansiosos, y los adolescentes, más depresivos. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2024-02-01/asi-influye-la-edad-en-la-salud-mental-los-ninos-son-mas-ansiosos-y-los-adolescentes-mas-depresivos.html?outputType=amp#>
- Apollinaire. (1915). *Reconnais-toi* (De S. Cadena). CATHI. Recuperado de <https://cathi.uacj.mx/bitstream/handle/20.500.11961/15552/cap%20MAS%20ALLA%20DE%20LA%20LETRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asociación Americana de Psiquiatría. (2013). *DSM-5: manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales* (5.a ed.). *Ricardo Restrepo*. Recuperado de <https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Documents/dsm-v-guia-consulta-manual-diagnostico-estadistico-trastornos-mentales.pdf>
- Cadena, S. (2020). *Tipografía, entre poesía visual y caligramas*. *En Más allá de la letra*. Entre la tipografía y el libro-arte (1.a ed.). Recuperado de <http://cathi.uacj.mx/handle/20.500.11961/15552>
- Chan, E. (2019, 22 junio). Katharine Hamnet: la pionera del activismo en moda habla del reto de la sostenibilidad. *Vogue España*. Recuperado de <https://www.vogue.es/moda/articulos/katharine-hamnet-moda-sostenible-activismo>
- Clínica Universidad de Navarra. (2023). Qué es el test de Rorschach. *Diccionario médico*. *Clínica U. Navarra*. <https://www.cun.es>. Recuperado de <https://www.cun.es/diccionario-medico/terminos/test-rorschach#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20test%20de%20Rorschach%3F%20El%20test,personalidad%20y%20las%20caracter%C3%ADsticas%20emocionales%20de%20un%20individuo.>
- Costa, J. (1994). *Diseño, comunicación y consumo*. Madrid: Fundesco.
- Dalí. (1946). *La tentación de San Antonio* [Óleo sobre lienzo]. Museos de Bellas Artes, Bélgica.
- El Bosco. (S.XV). *Extracción de la piedra de la locura* [Óleo sobre lienzo]. Museo del Padro, Madrid.
- Katharine Hamnett. (1983). *Katharine Hamnett London*. Recuperado de https://katharinehamnett.com/eur/choose-life-white-khl-t?__from_store=gbp
- Lipovetsky, G. (2006a). *Le bonheur paradoxal*. Paris: Gallimard. Traducción castellana: *La felicidad paradójica*. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona: Anagrama, 2007.
- Lipovetsky, G. (2006b). *La société de deception*. París: Les éditions Textuel. Traducción castellana: *La sociedad de la decepción*. Barcelona: Anagrama, 2008.
- Machado, Y. P., Hernández, Y. J., Romero, M. P., Cabrera, J. M. G., & Cordillo, M. E. A. (2010). *Trastornos psicológicos en los adolescentes: Una visión general*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4830374>
- Mankiewicz, J. (Director). (1959). *De repente el último verano*. Recuperado de https://www.primevideo.com/detail/0Q7LC4TA4CQVPVKK3MRNPEKRPF/ref=atv_dp_share_cu_r
- Maraboli, N. (2011). *Test de Rorschach*. *Psicólogos Córdoba*. Recuperado de <https://mentalidadabierta.blogspot.com/2011/06/laminas-del-test-de-rorschach.html>
- Martínez, A. (1979). *Psicología del color*. *Maina*, 35-37.
- McMahon, D. M. (2005). *Happiness: A History*. New York: Atlantic Monthly Press Traducción castellana: *Una historia de la felicidad*. Madrid: Santillana, 2006.
- Mediavilla, D. (2023). Un estudio confirma que las nuevas generaciones tienen peor salud mental. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2023-11-27/un-estudio-confirma-que-las-nuevas-generaciones-tienen-peor-salud-mental.html>

- Menéndez, N. (2023). ¿Qué es la Psicología de los Colores? Definición y Principios. *MedicoPlus*. Recuperado de <https://medicoplus.com/psicologia/psicologia-colores>
- Millán, R. M. (2012). El tratamiento de los trastornos mentales a lo largo de la historia. *ActivaMent*. Recuperado de <https://www.activament.org/es/2012/el-tratamiento-de-los-trastornos-mentales-a-lo-largo-de-la-historia/>
- Mootee, I. (2014). *Design Thinking para la innovación estratégica. Lo que no te pueden enseñar en las escuelas de diseño*. Barcelona: Ediciones Urano. SA.
- Muñoz, M. (2012). Relación entre Encarcelamiento y Funcionamiento Psicológico medido a través del Test de Rorschach [Tesis para la obtención del grado de doctora. Universidad Pontificia Comillas de Madrid- España]. *Archivo 58 Digital*. Recuperado de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFichero-Tesis.do?idFichero=FNtqN>
- Munch, E. (1895). *Pubertad* [Óleo sobre lienzo]. Galería Nacional, Noruega.
- Oliviero, T. (1989-1990). *MÃE DE LEITE*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20230618/9044697/oliviero-toscani-unica-solucion-empezar-cero.html#foto-3>
- Poggi, D. (2021). Dalí: "Declaro la independencia de la imaginación y el derecho del hombre a su propia locura". *3 Minutos de Arte*. <https://www.3minutosdearte.com/pensamientos/declaro-la-independencia-de-la-imaginacion-y-el-derecho-del-hombre-a-su-propia-locura-dali/>
- Polumbo, H. (2018). Revisitando la última y más polémica serie de Diane Arbus. *Artsy*. Recuperado de <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-revisiting-diane-arbus-final-controversial-series>
- RAE. (2024). [dle.rae.es](https://www.rae.es/). <https://www.rae.es/>
- Rodríguez, J. S. (2021). *PERCEPCIÓN DE LOS TRASTORNOS MENTALES A TRAVÉS DEL ARTE LOS MONSTRUOS DE MI CABEZA ¿Amigos o enemigos?* [Trabajo de Investigación Dirigida TID [99], Escuela de Artes y Ciencias de la Educación]. Recuperado de <http://184.72.242.52/bitstream/handle/20.500.12962/2055/PERCEPCI%c3%93N%20DE%20LOS%20TRASTORNOS%20MENTALES%20A%20TRAV%c3%89S%20DEL%20ARTE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serrano, S. (1984). *La semiótica, una introducción a la teoría de los signos*. Barcelona: Montesinos.
- Soni Soto, A., & González Gutiérrez, D. (2020). La relación entre el arte visual y el diseño comercial de Benetton. *El Ornitorrinco Tachado*, (12). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=105485>
- Talarn, A., Rigat, A., & Carbonell, X. (2011). *Los malestares psicológicos en la sociedad del bienestar*. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, (29), 325-340.
- Eco, U. (2008). *La struttura assente*. Milán: Editorial Bompiani.
- *The Complete Untitled Photo Series by Diane Arbus Goes On Display* | Widewalls. (2018). Recuperado de <https://www.widewalls.ch/magazine/diane-arbus-untitled-david-zwirner>
- *Unsplash*. (s. f.). *Hermosas imágenes y fotos gratuitas* | Unsplash. Unsplash. <https://unsplash.com/es/>
- Vanegas Herrera, J. E., & Fernández Cifuentes, T. (2015). *El arte como suplencia*. *Poiésis*, 1(29). Recuperado de <https://doi.org/10.21501/16920945.160>
- Verdú, V. (2005). *Yo y tú, objetos de lujo. El personismo: la primera revolución del siglo XXI*. Barcelona: Debate.
- Vigne, G. N., & Culcay, M. F. (2023). *Test de RORSCHACH, rasgos antisociales y un diseño de intervención terapéutica*. [Trabajo de grado, Universidad del Azuay]. Recuperado de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12720/1/18247.pdf>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Grito en silencio	5
Figura 2. Cuerpos callados	5
Figura 3. Bipolaridad	5
Figura 4. Refugio	5
Figura 5. <i>Untitled</i>	6
Figura 6. Tortura	6
Figura 7. Extracción de la piedra de la locura	8
Figura 8. La tentación de San Antonio	9
Figura 9. Pubertad	9
Figura 10. Test de Rorschach.....	11
Figura 11. Elisabeth Taylor	12
Figura 12. <i>Untitled</i> (6)	13
Figura 13. <i>Reconnais-toi</i>	13
Figura 14. <i>Choose life</i>	14
Figura 15. <i>MÃE DE LEITE</i>	14
Figura 16. Estampado textil 1	15
Figura 17. Estampado textil 2	15
Figura 18. Estampado textil 3	15
Figura 19. Estampado textil 4	16
Figura 20. Estampado textil 5	16
Figura 21. Estampado textil 6	16
Figura 22. Bocetos iniciales	20
Figura 23. Puzzle prendas	21
Figura 24. Encuentro	21
Figura 25. Nudos	21
Figura 26. Dolor	21
Figura 27. Pérdida	22
Figura 28. Monstruos	22
Figura 29. Locura	22
Figura 30. <i>Mind</i>	22
Figura 31. <i>Break</i>	22
Figura 32. <i>Identity</i>	22
Figura 33. <i>Craze</i>	22
Figura 34. <i>Two words</i>	23
Figura 35. Enjaulada	23
Figura 36. Simulación test de Rorschach	23
Figura 37. Colección final	24
Figura 38. Estampado textil 7.....	25
Figura 39. Estampado textil 8	26
Figura 40. Estampado textil 9	26
Figura 41. Estampado textil 10	27
Figura 42. Estampado textil 11	27
Figura 43. Estampado textil 12	27
Figura 44. Planificación de la editorial	31
Figura 45. Etiquetado prenda	32
Figura 46. Ilustración	32
Figura 47. Packaging	32
Figura 48. Bolsa	32
Figura 49. Botella	32
Figura 50. Tote bag	32
Figura 51. Ficha técnica 01	33

Figura 52. Ficha técnica 02	34
Figura 53. Ficha técnica 03	35
Figura 54. Ficha técnica 04	36
Figura 55. Ficha técnica 05	37
Figura 56. Ficha técnica 06	38
Figura 57. Ficha técnica 07	39
Figura 58. Ficha técnica 08	40
Figura 59. Ficha técnica 09	41
Figura 60. Ficha técnica 10	42
Figura 61. Ficha técnica 11	43
Figura 62. Ficha técnica 12	44
Figura 63. Ficha técnica 13	45
Figura 64. Ficha técnica 14	46
Figura 65. Ficha técnica 15	47
Figura 66. Ficha técnica 16	48
Figura 67. Ficha técnica 17	49
Figura 68. Ficha técnica 18	50
Figura 69. Ficha técnica 19	51
Figura 70. Ficha técnica 20	52
Figura 71. Ficha técnica 21	53
Figura 72. Ficha técnica 22	54
Figura 73. Ficha técnica 23	55
Figura 74. Ficha técnica 24	56
Figura 75. Tabla de objetivos	71
Figura 76. Tabla costes iniciales	72
Figura 77. Tabla costes fijos	73

“La moda no es algo que existe solo en los vestidos. La moda está en el cielo, en la calle, la moda tiene que ver con ideas, con la forma en que vivimos, con lo que está sucediendo.”

- Coco Chanel

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de fin de grado no habría sido posible sin el apoyo y la colaboración de muchas personas.

En primer lugar, agradecer a mis padres la oportunidad que me han brindado de estudiar la carrera que quise y apoyarme desde el principio. Siempre me han apoyado en todas mis decisiones, confiando en mis capacidades e ilusiones, estando presentes en los momentos más difíciles y apoyándome para creer en mí misma. Además, me han permitido conocerme como persona dándome la oportunidad de irme a otra ciudad donde he aprendido lecciones incontables.

A mi tutor Óscar por la tranquilidad que me transmitió desde el minuto 1, por su paciencia, sus consejos y su apoyo constante. Su apoyo y orientación han hecho posible este proyecto.

A mi psicóloga Alicia, porque sin su ayuda no habría sido capaz de gestionar la ansiedad, el estrés y las dificultades emocionales que han surgido durante estos 4 años. Además de su orientación durante la investigación. Su guía ha sido esencial para abordar este tema con la sensibilidad y el rigor que merece.

A Granada, por ser mi segunda casa y la ciudad que tanto me ha aportado. Sus calles, su cultura y su gente han enriquecido mi experiencia universitaria.

Por último, a mis amigos que han confiado en mí y me han apoyado estando en los buenos momentos, pero sobre todo en los malos. A los de siempre por mantenerse y a los nuevos por aparecer.