



## UNIVERSE OF FEMINISM

*"THE LAST AND NEW BLACK"*  
ABOUT COCO CHANEL

UNV  
FEM

By Marta Olmedo Bitrià



- **Diseño Gráfico**
- Escuela Superior de Arte y Diseño de Andalucía. ESADA
- **UNV FEM/ Universe of Feminism Brand**
- Marta Olmedo Bitrià
- **Granada/ Barcelona, a 15 septiembre de 2020**
- Lorena Ruíz López
- **Diseño gráfico de marca/logo impreso en tejido, materiales ecológicos y reciclados, venta online. Objetivo, lanzar mensaje a la sociedad, de igualdad entre géneros**

## ÍNDICE

### 1. Justificación

1.1. Resumen

1.2. Summary

1.3. Presentación/ introducción/ justificación

1.4. Análisis, competencia, contexto y estudio de mercado

1.5. Problemas detectados y búsqueda de soluciones

- Técnica serigrafía
- Realización de una buena redacción
- Realización de fotografías

### 2. Plan de acción. Objetivos

2.1. Demarcación y concreción del problema

2.2. Objetivos a conseguir/ resolver

- Enviar mensaje a la Sociedad, hacia la igualdad de géneros
- Promover el movimiento feminista
- Diseño innovador, rompedor e impresión ecológica.

### 3. Metodología

3.1. Metodología basada en el planteamiento y desarrollo del proyecto

3.2. Estrategia de marketing, panel de usuario

3.3. Bocetos iniciales y justificación de la solución escogida

#### 4. Desarrollo

4.1.Fase del prototipo

4.2.Gestión del diseño

4.3.Especificaciones concretas sobre el uso de softwares

4.4.Pruebas, encuestas y test de usuarios realizados

4.5.Especificaciones sobre el packaging

4.6.Presentación del producto final

4.7.Ficha Técnica

4.8.Instrucciones de uso

#### 5. Estimación de medios materiales necesarios

5.1 Listado de materiales usados

5.2 Presupuesto

#### 6. Valoración crítica y conclusiones

6.1.Cronología del proyecto

6.2.Evaluación de los objetivos alcanzados

- Cambiar la perspectiva de la sociedad con igualdad de género
- Innovar el mercado indumentario, con el ecodiseño
- Camisetas artesanales, diseño innovador, rompedor y ecológico
- Conclusiones finales y valoración personal

#### 7. Fuentes consultadas y bibliografía

#### 8. Anexos

- **BLOQUE 1: PRESENTACIÓN, CONTEXTO Y JUSTIFICACIÓN**

### **Resumen**

El propósito del proyecto, es concienciar a la sociedad sobre la igualdad. El inicio de este, parte de la necesidad de transmitir el mensaje, la finalidad, conseguir los mismos derechos para ambos géneros. La situación en la que se encuentran las mujeres, hoy en día, es un tema de vanguardia, con el que nos identificamos la gran mayoría. Como resultado, pretendo reforzar la mentalidad de las mujeres, empoderarlas. El diseño me fascina, he creado la marca y logo, con el objetivo de comercializarlo, teniendo en cuenta, el reciclaje y la ecología, en pro de la naturaleza, reflejando el movimiento feminista, con el ejemplo de una de las pioneras (Coco Chanel).

**He diseñado una firma exclusiva, serigrafiada e impresa, con la marca “UNV FEM”/ “*Universse of Feminism*” brand.**

La serie de ropa en las camisetas es una colección, con la marca/logo serigrafiada en colores llamativos y con la temática del feminismo, es para mujeres, aunque no descarto que la lleven los hombres. (Se puede visualizar en la imagen número 1). La técnica en serigrafía artesanal, obtiene un resultado final muy urbano, captando la atención de otros usuarios. El tamaño de la camiseta es unisex, el tejido 100% algodón, las tintas al agua ecológicas. (Ver imagen número 2).

En este proyecto, se pretende relacionar a la mujer con la naturaleza. Parte de este proyecto, va relacionado con un diseño, que realicé con anterioridad, en segundo curso de Diseño Gráfico, llamado “Madre tierra”. (ver imagen numero 3),

contribuyendo a la conservación del medio ambiente. La organización del Trabajo Fin de Estudios, se planifica en base a las tareas y citas, utilizando un *bullet journal*, (ver imágenes número 4).

Un *bullet journal* es una agenda personalizada, con lo necesario para desarrollar la organización del proyecto, de forma artística, en este caso. En el *bullet journal*, también se muestran los primeros bocetos, de las diferentes ilustraciones, junto con el diseño, de la marca/logo y su composición final, las camisetas serigrafiadas, ver anexo, (ver imagen número 5). Se reflejan las primeras ideas, el planteamiento de cómo realizar la técnica en serigrafía, la búsqueda de fuentes y apuntes, los libros consultados sobre el feminismo e igualdad de género, entre otros. Los bocetos de las diferentes ilustraciones propias de mi logotipo personal, que conforman el diseño de la marca/logo. Gracias a este proyecto, repleto de ilusión y esperanza, se pretende sensibilizar a los usuarios, mediante el movimiento feminista e igualitario.

## **Summary**

The purpose of the project is to make society aware of equality. The beginning of this, part of the need to transmit the message, the purpose, to achieve the same rights for both genders. The situation in which women find themselves today is a cutting-edge issue, with which the vast majority of us identify. As a result, I intend to reinforce the mentality of women, to empower them. The design fascinates me, I have created the brand and logo, in order to market it, taking into account recycling and ecology, in favor of nature, reflecting the feminist movement, with the example of one of the pioneers (Coco Chanel).

**I have designed an exclusive signature, screened and printed, with the “UNV FEM” / “Universe of Feminism” brand.**

The clothing series (t-shirts) is a collection, with the brand / logo screen-printed in striking colors and with the theme of feminism, it is for women, although I do not rule out that men wear it. It can be viewed, annex, image x, The artisan silk-screen printing technique obtains a very urban end result, capturing the attention of other users. The size of the t-shirt is unisex, the 100% cotton fabric, the ecological water-based inks.

In this project, I intend to relate women to nature "mother earth", contributing to the conservation of the environment. The organization of the End of Studies Project is planned based on the tasks and appointments, using a bullet journal, (see annex, image x). A bullet journal is a personalized agenda, with what is necessary to develop the organization of the project, in an artistic way, in this case, (see annex, image x). In the bullet journal, the first sketches of the different illustrations are also shown, along with the design, the brand / logo and its final composition, the silk-screened shirts, see annex x, image x.

The first ideas are reflected, the approach of how to carry out the technique in screen printing, the search for sources and notes, the books consulted on feminism and gender equality, among others. The sketches of the different illustrations that make up the design of the brand / logo, see annex x, image x. Part of this project is related to a design that I made previously (see image x, Annex), in the second year of Graphic Design, called "Mother Earth". Main sketch attached, annex, image x).

Thanks to this project, full of enthusiasm and hope, it is intended to sensitize users, through the feminist and egalitarian movement.

## **Presentación / Introducción /Justificación**

Serigrafiar tejidos en general, con el concepto feminista e igualitario.

Esta firma, se ha querido llevar a cabo, desde que inicie la carrera. Me entusiasma, la idea de concienciar a la sociedad mediante el diseño y que éste, sea la mejor herramienta para crear una tendencia y a su vez, pueda convertirse en un movimiento social a nivel global.

Siendo el principal motivo, **generar un universo feminista, de forma gráfica, para mostrar una vez más y dar a conocer, la igualdad entre hombres y mujeres. Derrocar las imposiciones inculcadas, por los sectores principales, de décadas atrás.** Es importante, proporcionar una educación igualitaria, desde la temprana edad y continuar con ella en la adolescencia, juventud e incluso madurez.

Este proyecto de marca y logo de ropa, es conceptual, va dirigido a aquellas personas, que no teniendo en cuenta la situación actual o teniendo un desconocimiento de ella, se vean implicadas, a través de ésta tendencia.

El público al que se quiere llegar, abarca un rango desde la adolescencia a la madurez, inculcando el movimiento, desde una base de razonamiento, diálogo y respeto. Las características que se pretenden transmitir son: concienciación, curiosidad, cultura, respeto, revolución, inconformismo, creatividad, tendencia, modernidad, espontaneidad, originalidad y ecléctico.

Para conseguirlo, se plantea un diseño fácil de visualizar y reconocer. Los rasgos gráficos del proyecto, facilitan el trayecto. Se intenta proyectar hacia el usuario, de forma que se sienta aludido y a su vez, sirva para captar a otros y estos a muchos más, generando una alianza, cada vez mayor.

En el proceso de documentación, se han consultado varios libros, donde uno puede ilustrarse sobre el movimiento feminista (pueden ser indicados para personas que posiblemente, todavía desconocen el significado del mismo). El género femenino, de cara a la sociedad, se ve afectado por diversos aspectos desiguales, como la política, religión, ambiente laboral, situación académica, social, de pareja o familiar. Adjunto imágenes que se han usado como inspiración, para el moodboard, (Ver imagen número 6).

### **Análisis de situación, investigación, competencia y contexto**

Se dedica tiempo y esfuerzo, para crear un diseño de marca y logo, con una línea impactante y rompedora, acerca del feminismo y la igualdad de géneros. Se proyecta, para que la población se interese, se vea expuesta y a su vez, seguir progresando en esta realidad actual y lograr la igualdad. Al comenzar la investigación, se han consultado libros, otro proyecto personal, marcas y diseños similares a la propuesta, con el fin de observar qué se puede mejorar. (Ver imágenes número 7)

Algunos ejemplos de mis referentes, son grandes mujeres del mundo de la moda, que lucharon para conseguir un mayor posicionamiento, a través de ésta y de sus pensamientos. La principal precursora, fué Coco Chanel, logró imponer una nueva perspectiva en tendencias, apostando por la comodidad, con una estética totalmente transgresora. En este caso, el estilo buscado es más urbano, se dirige a la mayoría de la población, para que lo utilice diariamente. Las marcas en las que me he centrado, las he consultado, en *varias* webs que cuentan con diseños feministas y mensajes a la sociedad. “*La tostadora*”, firma con ropa exclusiva para mujeres, (cuentan, con una línea masculina).

El comercio “*Sommes Demodé*” lanza, una pequeña colección de camisetas, en colaboración con la diseñadora gráfica, *Jesana Motilva*, imagen “Tigresa”, (ver imagen número 8 en el anexo), representando la fuerza de la mujer. De esta colección, se extrae el carácter y la técnica en serigrafía, que representa la idea, para la parte práctica del trabajo, con diseños personalizados.

Existen otras firmas de comercios pequeños en Andalucía, como “*Pampling*”, distribuidora de varios diseñadores. Uno de ellos, que yo misma adquirí, es el de *Frida Kahlo* (ver imagen número 9), esta fue inspirada también para llevar a cabo el diseño. La artista mexicana, es conocida en todo el mundo, como promotora del movimiento feminista y sus diseños se basan en la naturaleza, con colores vivos.

“*Typographia*” es otra empresa en crecimiento, de camisetas con diseño, distribuidas por todo el país. El estilo de las camisetas “skate urbanas”, son otro ejemplo a seguir, ya que están siendo el “top” de la moda, para gente joven, siendo un punto a favor para mi público.

Podemos encontrar el Grupo “*Indítex*”, con varios modelos de camisetas similares, de diferentes diseñadoras. Estos diseños, han servido como ayuda, para generar los propios del proyecto, dándoles un giro en carácter y a su vez con un extra ecológico, como son, la impresión y el propio tejido de la camiseta (ver imagen 10). Además de las páginas webs, diseños feministas, etc., se han consultado libros electrónicos, de Google Académico, “*Tiempo de feminismo*”, “*Postmodernidad*”, de la autora *Celia Amorós*, sobre el código cartesiano y otros autores, como el filósofo *Kant* que reivindicó a *Von Hippel*. Otro libro, “*Ciencia y feminismo*” de *Sandra Harding*, basado en la postura reformista, feminista radical.

La disciplina actual, como estructura social de la misma, está al servicio de tendencias primordialmente ‘retrógradas’.

Las tecnologías, son formas de investigación experimentales en muchos casos, modos de construir y conferir significados, que no solo son sexistas, sino también racistas, clasistas y represivos en el plano cultural.

Por último, como libro principal, destacado, que me ha ayudado a entender, la postura de la mujer de los años '70 y épocas atrás, para desarrollar el concepto del proyecto, es "*Antropología y feminismo*" de la escritora *Henrietta L. Moore* (ver imagen 11), este libro nos muestra, que la crítica feminista en antropología, ha sido y seguirá siendo, fundamental en la evolución teórica y metodológica de la disciplina general. La antropología 'Marxista' y 'Feminista', profundiza en la propiedad, la herencia y la división sexual en el trabajo, a finales de los '70/'80.

Una vez analizado el mercado sobre este tipo de búsqueda, se llega a la conclusión, de que no existe un prototipo de camiseta, con el concepto teórico. La técnica en serigrafía y el tejido ecológico, con el estilo estético personal, plasmando la ideología feminista, de Coco Chanel (con la que me siento identificada e involucrada), se ajusta a las características anteriores, persiguiendo conmovir y transmitir al público objetivo, el cambio en la sociedad actual.

### **Problemas detectados y búsqueda de soluciones**

A lo largo del proceso del proyecto, se han detectado complicaciones, para llevar a cabo el diseño.

Las enumero a continuación:

Técnica y tinta serigrafía apropiada: El desarrollo fue complicado, ya que existen variedades de técnicas y tintas para realizar los diseños.

Al ser una paleta de color de tres tipos, (Morado, turquesa y negro) se tuvo que plantear la realización, de composiciones gráficas por contornos y rellenos determinados, para no mezclar colores, que éstos no traspasaran los límites entre ellos y lograr un buen resultado, en el tejido final. Para solucionar este problema, se utiliza un tipo de técnica sencilla, en este caso artesanal, no se descarta emplear pincel. (Ver imagen 12).

Fotografías y vídeos para las plataformas online: El proyecto cuenta con la realización de fotografías y vídeos realizados con medios propios (código "QR") (ver imagen 13). Con la ayuda de un fondo oscuro para destacar la marca/logo. Un visillo llamado "fantasía V" detrás de la composición fotográfica, adherido a la base de la técnica de serigrafía. Para el vídeo, paisajes exteriores urbanos e interiores, en forma de fotobook, para destacar el producto, como se puede contemplar en la, imagen 14.)

Realización de página Web y Aplicación: Para dar a conocer la marca/logo de las camisetas en este caso, otras secciones con información bibliográfica de "Coco Chanel", arte minimalista. Se han investigado otras webs de interés, para desarrollar la propia página y la aplicación para móvil, utilizando la paleta de color elaborada, con la creación de "wireframes" en los diferentes dispositivos, (ver imagen 15) . Se estructura paso a paso, el procedimiento, gracias a los programas recomendados por la escuela, 'Muse' e 'InVision'. Programas para crear proyectos "demo" online, de diseño, con esto obtenemos el resultado. (Ver imágenes, imágenes 16).

- **BLOQUE 2: PLAN DE ACCIÓN. OBJETIVOS**

### **Demarcación y concreción del problema**

Para conseguir, lo que uno quiere alcanzar como objetivo en la vida, nutrirse de otras fuentes de investigación, aprender de grandes diseñadores, captar el arte de analizar otras formas, para llegar a rediseñar un nuevo producto y darlo a conocer. Conseguir lanzar la colección de camisetas, dentro de un marco actual y con el concepto de la propuesta a conseguir.

### **Objetivos a conseguir/ resolver.**

- Llegar al público deseado, concienciar a los usuarios, sobre la igualdad de género: el objetivo es que las personas que identifiquen la marca/logo de ropa, se interesen en lo que se pretende transmitir, qué hay detrás del diseño, que están visualizando.
- Actualizar el mercado, mediante la ayuda del ingenio, medios artísticos e investigación, sobre la actualidad del propio diseño.
- Proporcionar al cliente, la colección con diseño de marca/logo “**UNV FEM**”, ayudando a renovar y revolucionar el vestuario, con colores llamativos ‘retro’ y a su vez actuales, rompiendo con el estilo clásico y aburrido. Captando su atención y curiosidad.
- Motivar a los usuarios a indagar, las plataformas online. \*
- Crear tendencia en el mercado, mediante la indumentaria a través de la tecnología: Se pretende, que las personas que conecten con la marca, influyeran involuntariamente a otras, a obtener una de las prendas de esta colección.

- Resolver, fomentando la cultura de la paridad, hacia al sexo femenino, teniendo en cuenta y valorando en su justa medida, sus derechos, conocimientos y logros, no siendo excluida por la figura masculina.
- Aportar un cambio positivo en la sociedad. La colección en sí, es un método para generar la igualdad de género, el movimiento feminista, con tan solo una gráfica.
- **BLOQUE 3: METODOLOGÍA**

### **Metodología seguida en el planteamiento y desarrollo del proyecto**

Al comenzar el proyecto final de grado, se estimaron varias posibilidades, una de ellas, encaminar la idea del feminismo, desde lo abstracto, hasta el mundo de Coco Chanel, crear una marca/logo para indumentaria con un diseño minimalista (ver imagen 17), en el contexto del feminismo, dedicando tiempo, motivación, interés e ilusión.

El tema elegido, es el movimiento feminista, con la finalidad de concienciar a la sociedad. Para comenzar, se deriva la colección, hacia ropa no usual, que no se pueda comprar en cualquier establecimiento, prendas exclusivas, disponiendo de ellas, a través de una plataforma online, original y segura (ver imagen 18). Se organiza un plan de estructura para el trabajo, mediante la descripción del tema a realizar, plasmando una lluvia de ideas (brainstorming) reflexionadas, que apoyan la igualdad de género y el feminismo. Ver imagen número 19) “...”

## **Estrategia de marketing, panel de usuario**

Como estrategia de marketing para el lanzamiento y con la finalidad de la adquisición, por parte de los clientes del producto, se ha elaborado la página web y la aplicación para móvil. Se les da acceso también, a través del escaneado del código "QR", que puede encontrar en diversas plataformas publicitarias, pudiendo utilizarlas, de forma fácil, tanto dentro como fuera de casa, visualizando el producto sin demora. La contratación de banners emergentes, en medios de comunicación, periódicos y otros. Prácticamente imprescindibles, actualmente, enlazan a los internautas, ofreciendo novedades, motivando a los usuarios a la adquisición de las prendas, de forma fácil, cómoda y breve. (Ver imágenes número 20).

## **Bocetos iniciales y justificación de solución escogida**

Para comenzar, se idearon una fase de prototipos bocetados, inspirados en otras fuentes de interés. Se llega a la conclusión final, de dar inicio al proyecto de diseño inspirándose en la ideología de Coco Chanel (con la que me siento identificada personalmente).

La solución escogida, es recopilar los contenidos del arte y biografía de Coco Chanel, para crear el diseño actual y definitivo, del mismo modo en que ella inició su carrera, como diseñadora de moda, pionera del mundo feminista desde los años '50, impartiendo su trabajo con éxito para y por todo el mundo.

- **BLOQUE 4: DESARROLLO**

### **Fase del prototipo**

La fase de desarrollo, del prototipo del proyecto, ha sido extraer los conceptos gráficos, varias imágenes de fotografías, otros diseños de artistas y fuentes de inspiración. A partir de las cuales, se ha ejecutado el diseño final del proyecto.

### **Gestión del diseño**

La estrategia para definir el estudio DAFO , las debilidades, las fortalezas, oportunidades.

Las debilidades; son una forma de actuar frente a un problema, el creer no poder estar capacitado para su realización. La forma de redactar, la concentración, la capacitación de manejar las herramientas del programa de efectos especiales, muestran la valía para llevar a cabo un proyecto. Las amenazas en el diseño, en algún tipo de trabajos, por las que no se es capaz de llevarlos a cabo. También causas externas, como puede ser el coste de los materiales, la competencia de los compañeros y la gestión del diseño. Las fortalezas; la capacidad de innovar dentro del campo del saber, la libertad de crear diseño, de acertar y conectar con los clientes, el apoyo humano por parte de las personas cercanas y la habilidad de plasmar con cierta facilidad, lo que se tiene en mente. Las oportunidades; propiciar situaciones para entrar en el círculo del diseño, demostrar la valía de nuevo, el aprendizaje, mejorar las capacidades reciclándose, dentro del diseño, el don de gentes hacia los clientes, gestionar el éxito, en su caso.

El estudio de CAME, significa combatir, afrontar, mantener y explotarlos aspectos anteriores al estudio DAFO.

La concentración, se afronta atendiendo en todo momento, redactar y expresarse con corrección, va de la mano de la lectura, ésta enriquece el vocabulario. El diseño de efectos especiales, se combate manejando el control del programa. Con el trabajo en equipo, se produce la creatividad, animando al desarrollo, a la confianza y a la productividad entre personas.

Para el desarrollo del proyecto, se han utilizado materiales de bajo coste y otros reciclados. El estudio de mercado se ha realizado, en base a un buen planteamiento del proyecto. La competencia, la 'descartamos' identificando un estilo único, cliente y diseñador acuerdan las características que se desean y las modificaciones, si se da el caso. En las sesiones de videos, las condiciones climáticas afectan en la calidad, del resultado final del proyecto.

- Briefing. Situación de partida

Esada, escuela superior de diseño, nos solicita realizar un proyecto personal, de ámbito libre, dentro del diseño, nuevo o de continuidad de otro anterior. Contando con los conocimientos, de las asignaturas adquiridas, cada una de ellas desempeña una función relevante, enriquecedora.

La utilización de programas, para crear el proyecto de final de grado, arrancar una nueva etapa, en el mundo del diseño, de cara al futuro.

Coco Chanel, como pionera en el diseño de moda feminista, es la representación para el proyecto, partiendo de la creación en blanco/negro, y pasando por el color.

- Briefing. Público objetivo

La intención, es llegar al máximo de número de personas posible, se pretende buscar un público objetivo, unisex y al alcance de la mayoría de población, desde los más jóvenes, hasta los mayores, cualquier edad.

Briefing. Objetivos de la campaña

El objetivo de la campaña, quiere dar comienzo desde cualquier parte del país, vía online, dirigida a toda la ciudadanía, que quiera adquirirla. Está pensado, publicitarlo en otros medios, por ejemplo las redes sociales, plataformas publicitarias, además de la propia web oficial.

- Briefing. Mensaje y valores

En esta campaña utilizaré el eslogan “The last and new Black” que significa “el último y nuevo negro” en referencia a Coco Chanel, como influencia, para mi proyecto. La idea es transmitir a la población general, los valores y la igualdad de derechos de la mujer, que como ella, fueron evolucionando a lo largo de su vida, en ideología y pensamientos, dentro de una sociedad machista.

- Briefing. Fecha de lanzamiento

El lanzamiento será a partir de finales de septiembre del 2020, ya que la entrega del proyecto, es para el 14 de septiembre. Por lo tanto, será expuesto en la página web, a partir de esas fechas.

- Briefing. Condicionantes y presupuesto.

Los condicionantes, son el presupuesto y los derechos de autor, ya que limita mucho la creatividad el hecho de buscar la música, imágenes y el resto de materiales, el tiempo para la impresión de copias, memorias, desarrollo de encadenamiento, etc.

- Briefing. Propuesta y justificación

La propuesta gráfica del proyecto se basa en la ideología de Coco Chanel. Por ello, estaría bien recalcar la importancia de la mujer en la sociedad. Seguir concienciando a las nuevas generaciones e inculcarles la importancia de la igualdad de género, respeto, confianza y educación. Porque un granito de arena más, contribuye a la causa.

### **Especificaciones concretas sobre el uso de software**

Además de la estrategia de marketing en plataformas publicitarias, vía online, en la web oficial del proyecto, se pueden encontrar los productos, con las diferentes características. El programa utilizado para crear la web. se llama “*Muse*” de Adobe Creative Cloud. Este programa cuenta con diferentes secciones, para diseñar las cajas de construcción, añadir contenido y estructurar en sí la página y encajarla de forma ordenada. Para completar el pack Adobe Creative Cloud, se han utilizado los siguientes programas: “*Illustrator*”, “*Indesign*” “*Photoshop*”, y “*Premiere Rush*” (ver imágenes número 21)

También se usa la aplicación “*Invision*” para crear módulos, una app fácil de manejar, con herramientas preparadas para interactuar con los diferentes apartados.

Pages, Numbers y Keynot, necesarios para el uso de los programas de la memoria, presupuesto y presentación, para desarrollar el contenido del proyecto.

La aplicación “Google encuestas” (ver imagen número 22), para realizar éstas.

### **Pruebas, encuestas y test de usuarios realizados**

Se realizaron una serie de encuestas y test, de forma anónima, para el proyecto, con preguntas concretas, que ayudaron a entender la situación actual de todas aquellas mujeres que colaboraron, con un total de 35 participantes aproximadamente.

### **Especificaciones sobre el packaging**

El packaging (ver imágenes número 23), reciclado de una caja de cartón, consta de dos solapas, seccionadas por los extremos, que se pliegan hacia el centro, de modo que la solapa izquierda, queda por encima de la derecha, en la solapa izquierda, y de forma vertical, se han perforado tres huecos, separados entre ellos con una proporción exacta, éstos dejan ver la disponibilidad de colores y verifica el color de la impresión elegida, de la camiseta.

La parte trasera, está serigrafiada con la misma impresión que se ha utilizado para la prenda, con el fin de darle uso a modo póster y a la vez stand, con la base inclinada de las mismas solapas, unos 35° de inclinación.

Las dimensiones del packaging desplegado son de 94cm de ancho y 37cm de alto, con un grosor de 0,7cm. Las solapas de 19cm de ancho y alto 37cm. La zona superior e inferior de las solapas, están seccionadas 5cm hacia el interior y 10cm desde el centro de la solapa hacia el extremo de la misma.

El cierre del packaging, es, una goma elástica de costura, reutilizada.

La bolsa ecológica (ver imagen número 31) y reutilizable, está serigrafiada con el logotipo de la marca de ropa “UNV FEM” en la parte superior, centrado.

### **Presentación del producto final**

Se han elegido camisetas, de material 100% algodón en color blanco para resaltar los colores vivos escogidos, (negro, morado/violeta, turquesa), la talla unisex, compatible para hombres y mujeres. Están elaboradas gráficamente con una plancha, en serigrafía artesanal, con tintas al agua que no dañan el ecosistema, con la marca/logo “UNV FEM” y la imagen.

La camiseta, con la estampación en negro, cuenta con una etiqueta adhesiva, del propio logo.

El naming de la campaña de marketing “The last and new Black” representa el antiguo y nuevo negro, en recuerdo a la memoria y como homenaje a Coco Chanel.

## **Ficha técnica**

El marco para la impresión de las camisetas, es de una dimensión de 29cm de ancho x 37cm de alto. Creado con una rejilla de tela de visillo “Fantasía V” , grapada a los laterales del marco, bien tensada. Para plasmar la impresión, se impregnan los contornos de la ilustración, con laca de uñas, de secado rápido. Por encima de éste componente sólido, se extiende la tinta sobre la tela, con el racero y se expande correctamente sobre la superficie, situando la camiseta en la parte inferior del marco, dando lugar al serigrafiado.

## **Instrucciones de uso**

- Técnica en serigrafía: Se posiciona el marco de serigrafía sobre la camiseta, apoyando un objeto con peso por encima, para que no se desplace la impresión. En el interior de la camiseta, se coloca un plástico, en la zona donde se desea hacer la impresión, de modo que la tinta no traspase, a la otra cara de la camiseta. Con la tinta preparada, se vierte sobre la plancha en la zona sólida del diseño y con el racero, se extiende suavemente, con precisión, para no sobrepasar, los bordes del diseño a contraposición. En el transcurso de 5 minutos, se debe despegar la plancha de la camiseta, secar y planchar, sobre una base sólida, para compactarlo y secar de nuevo la impresión. Por último, lavar la camiseta del revés, a mano o en la lavadora, sin mezclar con otras prendas.
- Packaging: desenlazar la goma elástica de las solapas y desplegarlas, para encontrar el producto en el interior. ¡Ya puedes tener tú póster en cualquier sitio!

- Web: Para realizar la compra del producto, hay que entrar en la plataforma, de la página oficial de la marca y seleccionar el producto, con la cantidad deseada.

Clickar sobre él, seleccionarlo y llevarlo al carrito de compra, posteriormente nos deriva a una nueva ventana, donde rellenar los campos con nuestros datos, para terminar la compra online.

El modo de empleo de la página web, “skroll”, permite visualizar la página desde el inicio “home” hasta el pie de la página donde se encuentra los avisos legales (copyright), contacto, etc...

La página oficial también dispone de varias secciones: información biográfica de Coco Chanel, Packaging, devolución del producto, para reembolso o vale ticket de compra online, con envíos a domicilio o empresa. Consta de una composición gráfica “moodboard”, para dar un toque artístico a la propia página y por último, una foto del book con la camiseta original.

- App: La aplicación cuenta con varias ventanas, al clickar sobre el ítem desde la página principal “Home”, accedemos a “entrar”, este nos dirige a otra sección principal, esta sección incluye varias casillas: camisetas, packaging, devolución, Información biográfica escueta, sobre “Coco Chanel”, “Universe of Feminism”, “Moodboard” y por último la sección photobook.

- **BLOQUE 5: ESTIMACIÓN DE MEDIOS MATERIALES NECESARIOS**

### **Listado de materiales usados**

Listado de materiales:

- Herramientas varias: Grapadora para grapar, el marco Tijeras para recortar el diseño definitivo, Cúter para perforar el diseño.
- Materiales varios: Plástico pintura, bolsa plástico, Caja cartón reutilizado, Secador de pelo, Racero, Tintas al agua (3 colores: Negro, Morado, Turquesa), Pintura (Laca de uñas).
- Material práctico para marco en serigrafía: Marco de madera, Grapas, Tela Visillo Fantasía “V”, Camisetas varias (4 en total).

### **Presupuesto**

El presupuesto se adjunta en el apartado anexo, (Ver imagen número 24).

- **BLOQUE 6: VALORACIÓN CRÍTICA Y CONCLUSIONES**

### **Cronología del proyecto**

La cronología del proyecto, comienza en fechas anteriores, pero debido al cambio de temática, las últimas pinceladas para desarrollar el definitivo, se inicia en marzo de 2020 y se finaliza en los primeros días de septiembre, del mismo año.

Incidencias; a la hora de escoger la temática, en un principio, debería haber sido una marca de ropa de skate urbana, más tarde, sobre el feminismo en contraposición y toques abstractos del universo . Por último, se toma la decisión sobre el tema definitivo, diseño de marca/logo, trasladado al campo del diseño gráfico, enlazado con la vida de Coco Chanel y otros aspectos del mundo del diseño de la moda .

### **La evolución de los objetivos alcanzados**

Se han alcanzado con muy buen resultado, los objetivos que se querían conseguir para la parte práctica del proyecto.

Alcanzar el objetivo teórico, es tarea ardua y larga, mejorar el futuro a base de concienciación, requiere mucho esfuerzo y perseverancia, por parte de la sociedad. La finalidad es conseguir en el futuro, cambiar la mentalidad de las nuevas generaciones, evolucionar hacia la igualdad de derechos entre géneros.

### **Innovar el mercado indumentario, con el ecodiseño**

El ecodiseño, es una asignatura implantada por la escuela, anteriormente al último curso, Es muy importante para ayudar al ecosistema y a los seres vivos de nuestro planeta, no verter en él, productos tóxicos y contaminantes, que destruyen la capa de ozono, la superficie terrestre, los ríos, el mar etc. Gran cantidad de animales, que están en peligro de extinción, desalojan su hábitat, porque no encuentran un lugar donde aposentarse.

## **Las camisetas artesanales, con diseño innovador y ecológico**

Son artesanas, destacando espectacularmente por su carácter urbano, ecléctico y ecológico, contribuyendo al medio ambiente.

## **Conclusiones finales y valoración personal**

Como conclusión final y crítica personal, el resultado del proyecto, ha sido de gran impacto para mí, me ha dado satisfacción encaminarlo, recalcando la igualdad de derechos entre hombres y mujeres. Desde el mundo de la moda y el feminismo. Crear mediante el diseño gráfico, la marca/logo de forma artesana, ecológica y despertando el carácter urbano.

Agradecimientos a la escuela, tutora, familia, compañeros, amigos y fuentes de investigación que me han ayudado a ejecutar el proyecto, y sobre todo, a mí a crecer como persona.

- **BLOQUE 7: BIBLIOGRAFÍA**

Se referencia las webs consultadas para la inspiración, tanto en el diseño práctico, como en el proceso teórico del proyecto, los libros en bibliotecas suelen estar muy solicitados, pero he utilizados varios medios para llegar a conseguir desarrollar el proyecto.

**Web: biografía Coco Chanel**

- L. Moore, H. (1999). *Antropología y Feminismo* (3ª Edición ed.) [Libro electrónico]. Cátedra S. A.  
*Google académico:*  
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=m2LqDMgF3UUC&oi=fnd&pg=PA9&dq=antropologia+y+feminismo&ots=ErGF5KgxS9&sig=FICxJTay9iF7zkQ-AQyvRaM5kCM#v=onepage&q=antropologia%20y%20feminismo&f=false>  
Recuperado el 15 Marzo de 2020
- *Coco Chanel*. (2016). Coco Chanel. [Disponible]  
<https://www.elmundo.es/larevista/num131/textos/coco1.html>  
Recuperado el 27 Abril de 2020
- Ruiza, M., Fernández, T y Tamaro, E. (2004). Biografía de Coco Chanel. *En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea*. Barcelona (España). [Disponible]  
<https://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/chanel.htm>  
Recuperado el 29 de Abril de 2020.

- Mujeres bacanas. (2020) [Disponible]  
<https://mujeresbacanas.com/coco-chanel-1883-1971liberaciona-traves-de/>  
Recuperado el 03 de Mayo de 2020.

#### **Web: fuentes consultadas**

- Sondra, M. (2020). *Coco Chanel*.  
<https://www.pinterest.es/pin/346355027597453813/>.  
Recuperado el 17 de Agosto 2020
- *Concossalometo.com* (s. f.). Coco Chanel  
<https://www.pinterest.es/pin/80853755799285677/>  
Recuperado el 18 de agosto 2020

#### **Web: estudio de mercado para venta online**

- Estudio de mercado para la venta online. (2016). outcomm.  
<https://www.outcomm.es/estudio-de-mercado-para-la-venta-online/>  
Recuperado el 07 Junio 2020

#### **Vídeo realizado de: Youtube**

- (2020, 31 agosto). “*UNIVERSE OF FEMINISM*” [Video]. YouTube.  
[https://www.youtube.com/watch?v=ZuByWbdj\\_ic](https://www.youtube.com/watch?v=ZuByWbdj_ic)  
Disponible 31 agosto de 2020

## BLOQUE 8: ANEXOS

En este apartado, se referencia todas las imágenes capturadas, mostrando el proceso del proyecto paso a paso.

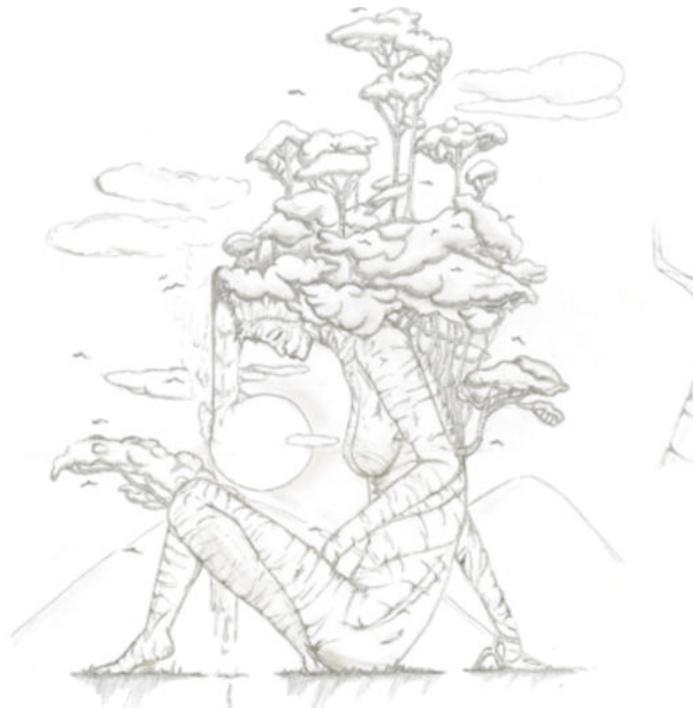


1. Camisetas





Marco Serigrafía



3. Madre tierra

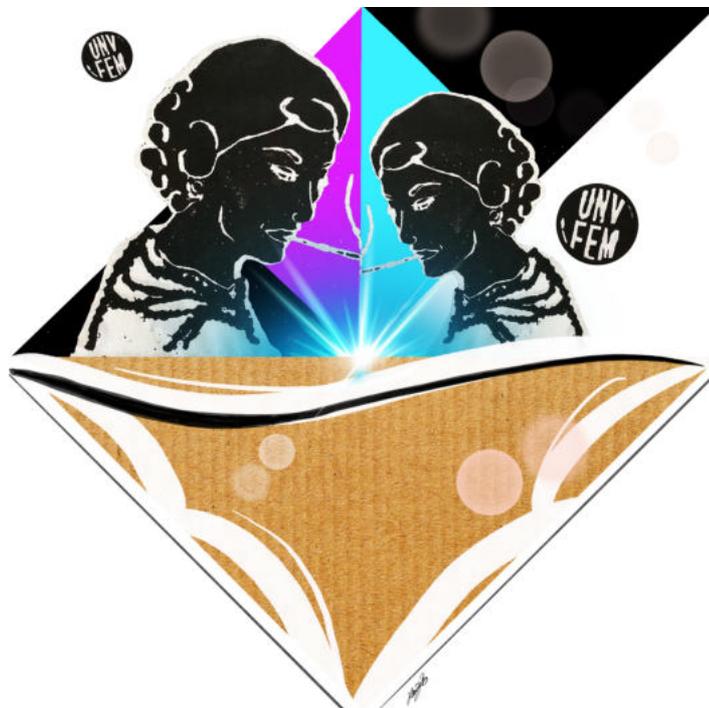
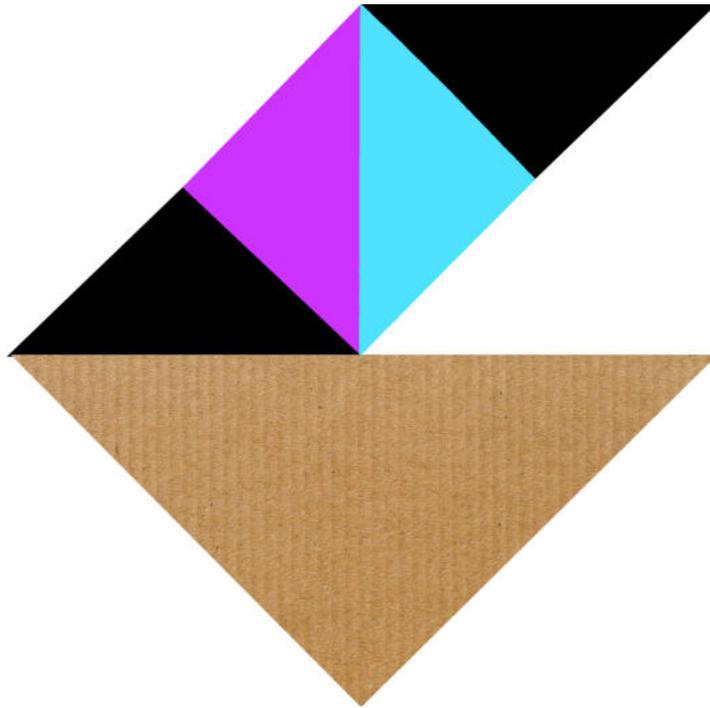


4. Bullet Journal





5. Logotipo final



6. Moodboard



7. Coco Chanel





8. Diseño "Trigresa"



9. Frida Kahlo



10. Camiseta 100% Algodón Blanco Ecológico



11. "Antropología y Feminismo"



12. Uso del pincel



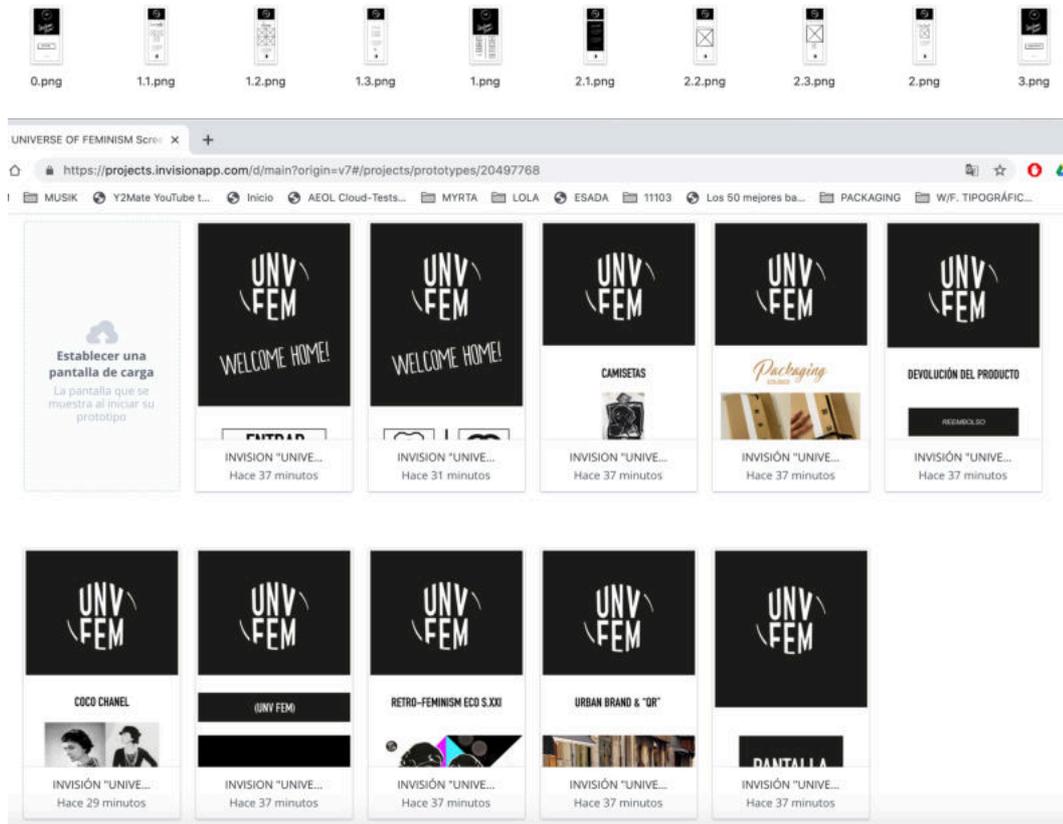
13. Código "QR"



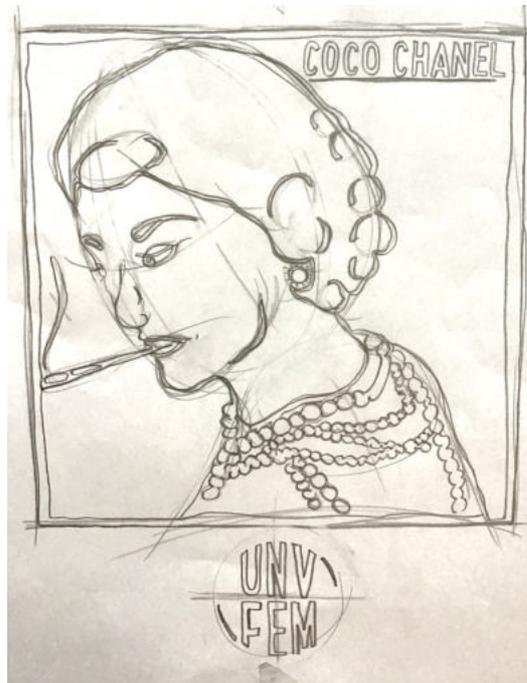
14. Foto del Book



15. Wireframe "Muse"



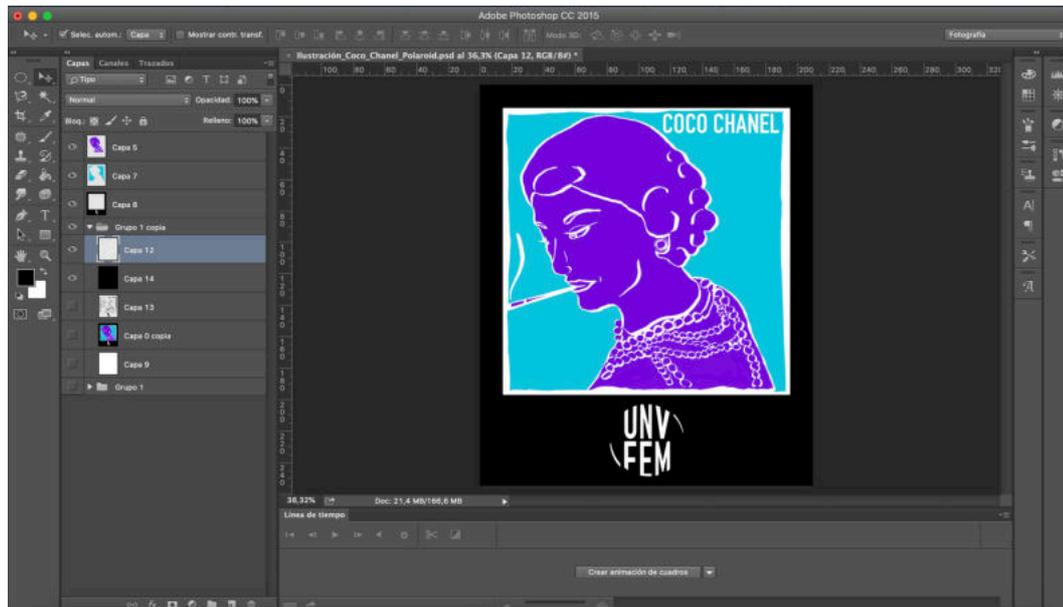
16. Wireframes y App “Invision” final



17. Boceto “Coco Chanel”



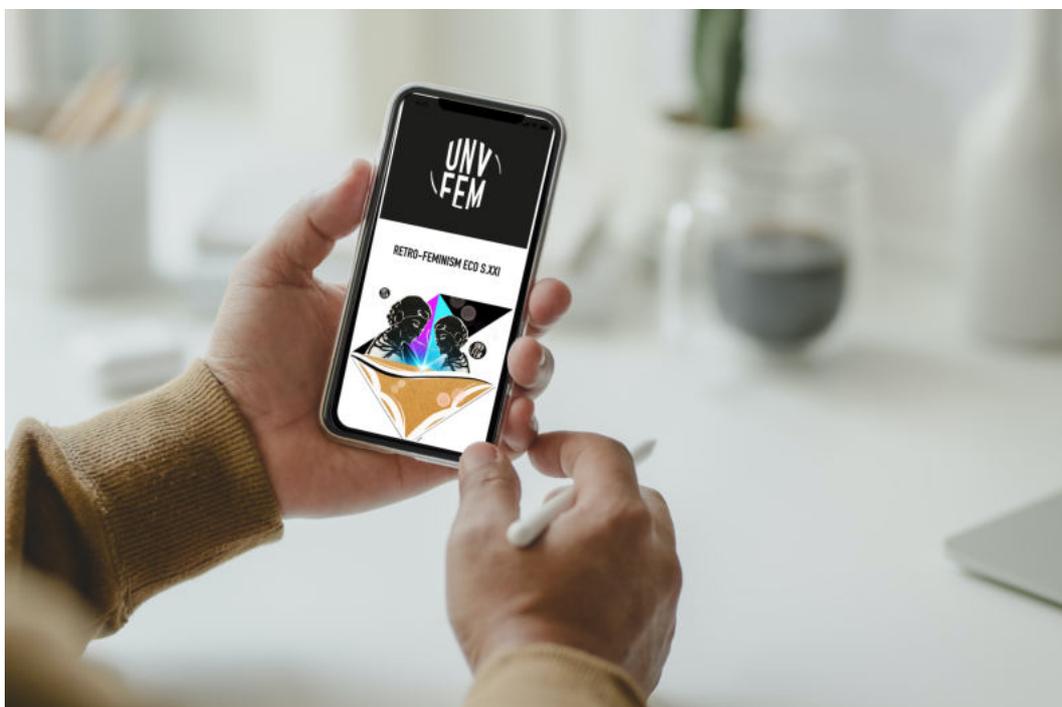
UNV  
FEM





18. Web "Muse"







## Creative Cloud App Updates – Shipping at MAX

<b>Ps</b> Photoshop	<b>Ai</b> Illustrator	<b>Id</b> InDesign	<b>Ch</b> Character Animator	<b>Pr</b> Premiere Pro	<b>Ru</b> Premiere Rush	<b>Lr</b> Lightroom	<b>Dn</b> Dimension	<b>St</b> Adobe Stock
<b>Br</b> Bridge	 Acrobat	<b>Dw</b> Dreamweaver	<b>An</b> Animate	<b>Au</b> Audition	<b>Ae</b> After Effects	<b>Lr</b> Lightroom Classic		
<b>Fr</b> Fresco	<b>Xd</b> XD							

- Content Aware Fill Enhancements in Photoshop
- Variable Fonts in InDesign
- Sensei-powered Auto Reframe
- Keyframes in Character Animator
- In-app Tutorials
- Speed & Performance
- Multiple Lighting in Dimension
- Find Similar

21. Programas de diseño: “Illustrator”, “Photoshop”, “Indesign”, “Premiere Rush”



“Invision”

Marzo 2020

#### RESUMEN CUESTIONARIO ACERCA DE LA MUJER

##### Machismo y feminismo

Tras realizar la encuesta a diferentes mujeres sobre las diferentes relaciones en varios ámbitos de nuestras vidas es preciso saber el significado entre el machismo y feminismo.

Por ello, he recurrido a varias fuentes de información para entender estos términos y concluir en relación con el test este breve resumen que define las características principales de las causas en las cuales son la razón de las generaciones manifestadas por varias mujeres dentro la cronología histórica del movimiento feminista.

Machismo y feminismo son dos términos diferentes que hacen referencia al trato que recibe la mujer en la sociedad desde dos ópticas, la masculina y la femenina.

El machismo se refiere a la actitud sexista y de dominio que tienen muchos hombres sobre las mujeres a través de malos tratos verbales, psicológicos o físicos como los cuales logran discriminar y humillar a las mujeres por considerarlas seres inferiores.

No obstante, tras el machismo, en mayor o menor medida según la cultura y las costumbres sociales, se originó el feminismo, un conjunto de movimientos sociales, políticos, económicos y culturales que buscan reivindicar la figura femenina en la sociedad y afianzar la igualdad de derechos sin distinción.

Es decir, machismo y feminismo son dos términos diferentes que no se contraponen. Sin embargo, el feminismo surgió como movimiento social, político y cultural, no para atacar a la figura masculina, todo lo contrario, nació para luchar por la igual de derechos de ambos sexos.

Por ello, el feminismo no se refiere al desprecio por el hombre o la figura masculina, en ese caso, se haría referencia al hembrismo.

De hecho, tanto hombres como mujeres pueden declararse machistas o feministas según sus comportamientos, educación y valores sociales inculcados. Por tanto, hay tanto hombres que se declaran feministas como, mujeres que apoyan el machismo.

Sin embargo, se debe fomentar en las sociedades que todos los seres humanos, sin distinciones, poseemos los mismos derechos y deberes, así como, autonomía moral. No se deben incentivar los actos violentos, ni verbales o físicos entre hombre y mujeres.

##### Diferencias entre machismo y feminismo

A continuación se presentan las diferencias que existen entre machismo y feminismo.

##### Machismo:

- El machismo es una actitud que adoptan las personas.
- El machismo es una postura que busca discriminar la figura femenina.
- La persona machista considera a la mujer como un ser inferior al hombre.
- Para los machistas, la mujer no tiene igual de derechos que el hombre.
- El machismo suele estar acompañado de actos verbales y físicos a fin de denigrar a la mujer.
- El machismo se puede apreciar en mayor o menor medida en diferentes grupos sociales, según sus costumbres o tradiciones y en las ideas preconcebidas y estereotipos que existan sobre la mujer.

##### Feminismo:

- El feminismo es un movimiento social, político, económico y cultural.
- Busca la igualdad de derechos tanto para los hombres como para las mujeres.
- Igualdad de oportunidades laborales y educativas para ambos géneros.
- Supone la toma de conciencia de las mujeres para se valoren y reconozcan sus fortalezas y capacidades tanto físicas como intelectuales.
- El feminismo lucha en contra de las sociedades patriarcales.
- El movimiento feminista, como una corriente de pensamiento, ha generado diversos estudios teóricos que han evidenciado como se relaciona y afecta a diversos estudios sociales.
- No se debe confundir feminismo con hembrismo, son dos términos diferentes.

## 22. Resumen encuestas “Google”



23. Packaging



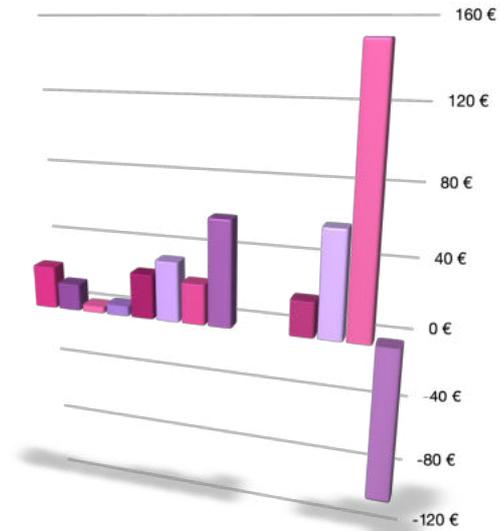
TFE Presupuesto proyecto artesanal camisetas impresas "UNV FEM"

Entrada de dinero (Simulación real)	
Video promocional Youtube	0 €
Visitas página web	0 €
Camisetas impresas (4) / 1 Camiseta 15 €	60 €
<b>Ingresos totales</b>	<b>60 €</b>

Salida de dinero (Real) - (Precio Encuadernación e impresiones aproximadas)	
Camisetas (8): de las cuales (4 impresas)	24 €
Tintas al agua serigrafía (Botes: 3 tintas N,V,T) + Racero (1)	15 €
Visillo "Fantasía V" (0,5m)	3 €
Fotocopias B/N pegatina (14 copias) de las cuales usadas (2 copias)	6 €
Marcos para serigrafía (7): de las cuales un marco -> Unicolor (3 impresiones) + Color (1 impresión) + Bullet journal (1) + Otros materiales...	25 €
Encuadernación memorias gusanillo simulación: color (1 copia) + b/n (2 copias)	34 €
Encuadernación tapa dura o "Cartoné" simulación (1 copia)	23 €
Impresiones: (Panel A1 + Manual logotipo)	20 €
<b>Gastos totales</b>	<b>150 €</b>

Dinero restante (Real)	
Ingresos menos gastos	-90 €

Salida de dinero



1

24. Presupuesto

