



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
(UTN)**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
(FECYT)**

**CARRERA: PUBLICIDAD**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, EN LA  
MODALIDAD PRESENCIAL**

**TEMA:**

**“EL SURREALISMO EN LA FOTOGRAFÍA DE MODA  
CONTEMPORÁNEA Y SU APLICACIÓN EN EL MERCADO DE IBARRA”**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:** Licenciado en Publicidad

**Línea de investigación:** Desarrollo Artístico, Diseño y Publicidad

**Autor (a):** Mateo Gabriel Umaquina Criollo

**Director:** Msc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara

**Ibarra - 2024**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	100392313-1	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Umaquina Criollo Mateo Gabriel	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Ibarra Imbabura	
<b>EMAIL:</b>		mgumaquina@utn.edu.ec	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0959496743

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	“EL SURREALISMO EN LA FOTOGRAFÍA DE MODA CONTEMPORÁNEA Y SU APLICACIÓN EN EL MERCADO DE IBARRA”
<b>AUTOR (ES):</b>	Umaquina Criollo Mateo Gabriel
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	2024/02/07
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Publicidad
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. David Ortiz/ Msc. Gandhi Godoy

#### 2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 07 días del mes de febrero de 2024

#### EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Umaquina Criollo Mateo Gabriel



## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTERGRACIÓN CURRICULAR**

Ibarra, 07 de febrero de 2024

MSc. Gandhi Godoy

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

### **CERTIFICA:**

Haber revisado el presente informe final del trabajo de integración curricular “**EL SURREALISMO EN LA FOTOGRAFÍA DE MODA CONTEMPORÁNEA Y SU APLICACIÓN EN EL MERCADO DE IBARRA**” *elaborado por Umaquina Criollo Mateo Gabriel*, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT) de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(F):  .....

MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara

**NOMBRE DEL DIRECTOR**

**C.C.: 100252857-6**



## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

*El Tribunal Examinador del Trabajo de Integración Curricular “EL SURREALISMO EN LA FOTOGRAFÍA DE MODA CONTEMPORÁNEA Y SU APLICACIÓN EN EL MERCADO DE IBARRA” elaborado por Umaquina Criollo Mateo Gabriel, previo a la obtención del título de Licenciatura en Publicidad, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Universidad Técnica del Norte:*

(f): 

MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara  
C.C.: 100252857-6

(f): 

MSc. Gandhi Leonardo Godoy Guevara  
C.C.: 100252857-6



MSc. David Andrés Ortiz Dávila  
C.C.: 171691307-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

## **DEDICATORIA**

Eso es para y por mi familia mi mamá, mi tía/ñaña, mi abuelita por todos estos años por acompañarme en este camino apoyarme tanto como monetariamente como emocionalmente no dudar en mis capacidades y tener una palabra de aliento para cada situación y a mi novia al apoyo, la paciencia ya que fue un pilar fundamental para conseguir esta meta y muchas más a lo largo del camino, al Profe Ghandy, que fue el primero en creer en mis habilidades, la Profe Pao que no perdió la fe en mí, y alguien que fue muy especial para mí y lo será en mi corazón que estuvo ahí en cada momento de su vida hasta que tuvo que irse y lo tendré conmigo a Pancho.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero extender mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte y a todos sus docentes por el papel fundamental que han desempeñado en mi camino hacia el éxito. Desde el primer día en las aulas, encontré un ambiente de aprendizaje enriquecedor y estimulante que me permitió crecer tanto a nivel académico como personal.



## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene por objetivo analizar la influencia del surrealismo en la fotografía de moda contemporánea y su potencial aplicación en el mercado de moda de la ciudad de Ibarra. Este estudio se fundamenta en comprender como el movimiento surrealista desafía las normas establecidas, explora lo irracional, lo onírico y el subconsciente, permitiendo nuevas posibilidades para la expresión creativa y la experimentación en el diseño de prendas y accesorios en el mundo de la moda.

Para cumplir con los propósitos se empleó la metodología cualitativa que permitió explorar los aspectos más notables de la influencia del surrealismo en la moda y la importancia de la colaboración entre artistas y diseñadores. Como resultado se obtuvo que la posibilidad de incorporar la fotografía surrealista de moda en las campañas publicitarias sería lo ideal debido a que es una técnica llamativa para el mercado, debido a que captan la atención de la audiencia y generan un mayor impacto visual, generando una experiencia más enriquecedora para los consumidores.

La fusión de elementos yuxtapuestos e incompatibles, la distorsión de las formas y la subversión de las normas estéticas han llevado a la creación de prendas y accesorios de moda que desafían las percepciones tradicionales de belleza y elegancia. Estas piezas rompen barreras y sirven como declaraciones audaces de originalidad y expresión de vanguardia.

**Palabras clave:** Surrealismo, Moda, Fotografía, Influencias, Mercado, Expresión



## ABSTRACT

The objective of this research project is to analyze the influence of surrealism on contemporary fashion photography and its potential application in the fashion market of the city of Ibarra. This study is based on understanding how the surrealist movement challenges established norms, explores the irrational, the dreamlike and the subconscious, allowing new possibilities for creative expression and experimentation in the design of garments and accessories in the world of fashion.

To fulfill the purposes, qualitative methodology was used, which allowed us to explore the most notable aspects of the influence of surrealism on fashion and the importance of collaboration between artists and designers. As a result, it was found that the possibility of incorporating surrealist fashion photography in advertising campaigns would be ideal because it is a striking technique for the market, because it captures the attention of the audience and generates a greater visual impact, generating a more enriching experience for consumers.

The fusion of juxtaposed and incompatible elements, the distortion of forms and the subversion of aesthetic norms have led to the creation of fashion garments and accessories that challenge traditional perceptions of beauty and elegance. These pieces break barriers and serve as bold statements of originality and avant-garde expression.

**Keywords:** Surrealism, Fashion, Photography, Influences, Market, Expression



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
El Problema de Investigación.....	2
Justificación.....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos .....	2
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>3</b>
1.1.    Definiciones preliminares .....	3
1.1.1.    Moda .....	3
1.1.2.    Fotografía.....	3
1.2.    Surrealismo .....	7
1.2.1.    Antecedente histórico.....	7
1.2.2.    El Surrealismo y su relación con la moda y la fotografía.....	8
1.3.    La fotografía de moda surrealista.....	8
1.3.1.    Concepto .....	8
1.3.2.    Elementos surrealistas en la fotografía de moda .....	9
1.3.3.    Referentes de la fotografía surrealista .....	10
1.4.    Impacto de la fotografía de moda surrealista .....	10
1.4.1.    Recepción del público .....	10
1.4.2.    Recepción en la industria creativa.....	12
1.4.3.    Renovación de la fotografía .....	12
1.5.    Comparación con otras corrientes artísticas .....	13
1.5.1.    Dadaísmo .....	13
1.5.2.    Constructivismo .....	14
1.5.3.    Pop Art .....	14
1.5.4.    Fotografía artística y fine art .....	14
1.5.5.    Expresionismo y vanguardias artísticas .....	14
1.5.6.    Fotografía de moda tradicional y comercial.....	15
1.6.    Casos de estudio.....	15
1.6.1.    Tim Walker .....	15
1.6.2.    Sarah Moon.....	16



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

1.6.3. Harley Weir: .....	16
<b>CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....</b>	<b>17</b>
2.1. Tipo de Investigación .....	17
2.1.1. Enfoque cualitativo .....	17
2.2. Método .....	17
2.2.1. Método deductivo .....	17
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación .....	17
2.3.1. Técnicas.....	17
2.3.2. Instrumento de investigación .....	18
2.4. Preguntas de investigación y/o hipótesis.....	18
2.5. Matriz Operacionalización de Variables.....	18
2.6. Participantes .....	19
2.7. Procedimiento y plan de análisis de datos.....	19
<b>CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>20</b>
4.1. Resultados .....	20
4.1.1. Entrevistas realizadas a expertos en fotografía y surrealismo .....	20
4.1.2. Estudio de la publicidad .....	23
4.2. Discusión.....	41
<b>CAPÍTULO IV: PROPUESTA .....</b>	<b>43</b>
5.1. Introducción .....	43
5.2. Objetivo.....	43
5.3. Desarrollo de la propuesta.....	44
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>49</b>
<b>GLOSARIO .....</b>	<b>50</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>53</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 5.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 6.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 7.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 8. Análisis Mega Store.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabla 9. Análisis Pissadas Sport .....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 10. Análisis Diana .....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 11 . Análisis Tarara.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 12. Análisis Telatina .....</b>	<b>27</b>
<b>Tabla 13. Análisis Payless Shoesource .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 14. Análisis Factori.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 15. Análisis Lili Pink .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 16. Análisis Mega Store.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 17. Análisis Marathon.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 18. Análisis Marathon.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 19. Análisis Vatex.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 20. Análisis Koaj.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 21. Análisis Zizi.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 22. Análisis Lili Pink .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 23. Análisis Bésate .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 24. Análisis Aeropostale .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 25. Análisis Etafashion.....</b>	<b>40</b>



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Publicidad Mega Store.....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 2. Publicidad Pissadas Sport .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 3. Publicidad Diana .....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 4. Publicidad Tarara .....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 5. Publicidad Telatina .....</b>	<b>27</b>
<b>Figura 6. Publicidad Payless Shoesource .....</b>	<b>28</b>
<b>Figura 7. Publicidad Factori.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 8. Publicidad Lili Pink .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 9. Publicidad Mega Store.....</b>	<b>31</b>
<b>Figura 10. Publicidad Marathon .....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 11. Publicidad Marathon .....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 12. Publicidad Vatex.....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 13. Publicidad Koaj.....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 14. Publicidad Zizi .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 15. Publicidad Lili Pink .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 16. Publicidad Bésate .....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 17. Publicidad Aéropostale .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 18. Publicidad Etafashion.....</b>	<b>40</b>



## INTRODUCCIÓN

La moda y la fotografía son dos expresiones artísticas que han evolucionado a la par, entrelazando sus caminos en una simbiosis creativa a lo largo de la historia. El surrealismo, movimiento artístico y literario surgido en el siglo XX, ha dejado una profunda huella en ambos campos, generando un interesante diálogo entre la estética surrealista y la representación visual de la moda. Esta investigación se centra en las influencias surrealistas en la fotografía de moda, examinando cómo esta corriente artística ha permeado el mundo fotográfico y transformado la forma en que pensamos y representamos la ropa y la moda en imágenes.

El surrealismo, como movimiento vanguardista, se distingue por su énfasis en lo irracional, lo subconsciente y lo sublime. Surgió como respuesta a las convenciones establecidas, liberando la creatividad de las limitaciones del pensamiento lógico y racional. Los surrealistas exploraron los rincones más profundos de la mente humana utilizando técnicas como el automatismo y el collage, dando lugar a una iconografía única e inquietante que ha influido en una variedad de disciplinas artísticas, incluida la fotografía de moda.

La influencia del surrealismo en la fotografía de moda creció a medida que el movimiento ganó fuerza como movimiento artístico. Fotógrafos de moda como Horst P. Horst y Cecil Beaton utilizaron elementos surrealistas en su trabajo, creando imágenes que van más allá de la mera representación de la ropa para explorar la psicología humana y la naturalidad de los sueños y fantasías. Estas fotografías se convirtieron en un portal a mundos imaginarios y desconocidos, donde la moda se fusionó con la imaginación surrealista, desafiando las normas convencionales y permitiendo una nueva apreciación de la ropa y su significado.

Este estudio tiene como objetivo investigar cómo las influencias surrealistas han dado forma a la fotografía de moda a lo largo del tiempo, examinando las técnicas y recursos visuales utilizados por los fotógrafos para crear imágenes que trascienden lo mundano y se vuelven surrealistas. Se discutirán estudios de casos para demostrar cómo el surrealismo ha influido en la moda y cómo los fotógrafos han interpretado y adaptado estas influencias a través de su lente creativa.

La importancia de esta investigación surge de la comprensión de cómo el surrealismo ha enriquecido la fotografía de moda como medio artístico y comunicativo. Explorar esta relación nos permite ver cómo la moda y la fotografía han colaborado para crear un lenguaje visual único, trascendiendo las limitaciones de la realidad y brindando una experiencia estética enriquecedora.



### **El Problema de Investigación**

La carencia de nuevas propuestas de fotografía de moda en el mercado local puede ser un problema que afecta a la industria de la fotografía y la moda en una determinada región. Esto puede ser debido a una falta de creatividad e innovación por parte de los fotógrafos y estilistas locales, o a la falta de apoyo y recursos para explorar nuevos enfoques y tendencias en la fotografía de moda. Por otro lado, las fábricas y marcas que tienen la capacidad de inversión en este tipo de trabajos recurren al mercado colombiano. Es evidente que el mercado de la moda en Colombia ha repuntado en las últimas décadas a nivel regional y mundial; esto genera el interés de los empresarios locales a recurrir a ese mercado en búsqueda de fotógrafos de moda.

### **Justificación**

El surrealismo permite a fotógrafos y estilistas experimentar con nuevas formas de presentar la moda y los productos, que pueden resultar muy atractivas para los clientes y el público en general. Este movimiento puede ser una herramienta valiosa en la industria de la moda para crear campañas publicitarias y presentaciones de moda impactantes y memorables. El uso del surrealismo en la fotografía de moda contemporánea puede ser una forma eficaz de destacar en un mercado cada vez más competitivo, así como de crear una experiencia visual única e impactante para los clientes y el público en general.

El objetivo principal de promover el surrealismo en la fotografía de moda contemporánea utilizada en la industria de la moda es crear imágenes memorables capaces de captar la atención del público y distinguirse de la competencia. La fotografía surrealista es un enfoque artístico que permite a fotógrafos y estilistas experimentar con formas no convencionales de presentar la moda, lo que puede dar como resultado imágenes provocativas, absurdas y surrealistas que cautivan la imaginación del público.

### **Objetivos**

#### ***Objetivo General***

Proponer el surrealismo en la fotografía de moda contemporánea aplicado en el mercado de moda Ibarra.

#### ***Objetivos Específicos***

- Identificar las características del surrealismo presentes en la fotografía de moda.
- Conocer las técnicas fotográficas utilizadas para crear efectos surreales en la fotografía de moda.
- Explorar las posibilidades creativas y artísticas del uso del surrealismo en la fotografía de moda y cómo puede contribuir a la experimentación en el campo.



## CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

### 1.1. Definiciones preliminares

#### 1.1.1. *Moda*

La moda es una forma de expresión y un fenómeno social. Históricamente la moda ha estado presente desde siempre; de hecho, sus primeros indicios se remontan a la prehistoria, cuando los humanos por necesidad empezaron a usar las pieles de los animales como vestimenta, a medida que la sociedad fue evolucionando la moda se convirtió en un medio de expresión para demostrar el rango social, la riqueza y el poder. Es un hecho que la moda se ha visto influenciada por la religión la política y la cultura. Por ejemplo, en la Antigua Grecia los hombres vestían túnicas largas mientras que las mujeres usaban vestidos sueltos; en la Antigua Roma las mujeres vestían togas, mientras que los hombres usaban túnicas cortas.

Pero realmente fue en el Renacimiento cuando la moda se volvió elegante y sofisticada, las mujeres utilizaban escotes pronunciados y los hombres vestían trajes elaborados. Ahora en la modernidad, la moda es más globalizada y tiende a difundirse rápidamente, y gracias a la producción en grandes cantidades también ha sido posible que esta sea accesible.

La moda es una parte importante de la cultura popular. Es una forma de mostrar una identidad y establecer conexiones con los demás. Para Salamanca (2020) la moda es lo que hoy en día la mayoría de la gente acepta como apropiado para verse bien, es decir, la mayoría sigue las tendencias que aparecen en las revistas de moda, maquillaje, televisión, desfiles de moda y redes sociales. De cierto modo, la moda siempre va a presentir, independientemente en la forma en que se presente esta será una manifestación para evidenciar la pertenencia de una persona a un grupo social. Por eso, y en términos generales la moda puede ser captada como el uso o costumbre que existe en un lugar y momento específico.

#### 1.1.2. *Fotografía*

La fotografía es el arte y técnica de crear imágenes duraderas mediante la acción de la luz. Es un proceso que implica crear imágenes, capturarlas y mostrarlas, ya sea a través de un campo sensible a la luz o mediante conversión electrónica. (Lewis, 2017) sintetiza la evolución de la fotografía en 5 etapas:

La primera etapa (1826-1920), con la invención del daguerrotipo se explican los primeros usos de la fotografía, los cuales fueron en retratos de estudio, fotografías de viajes, conflictos, etc., desembocando finalmente en su uso como documento social;



La segunda etapa (1850-1940), aborda la transición a la modernidad. En este periodo se describe el protagonismo del medio en movimientos de vanguardia europeos como el Futurismo, Constructivismo, Surrealismo, la Bauhaus, así como la aparición de colectivos fotográficos como *Photo-Secession* o *Groupo f64*;

La tercera etapa (1930-1979), con el desarrollo del humanismo y la perspectiva social provocado por el realismo social de Ewans y Lange, y continuó con el esplendor del periodismo gráfico y del reportaje de guerra. En los cincuenta años, nuevos talentos como Arbus, Model o Klein, proporcionan visiones originales de la realidad social a través del objetivo de su cámara;

La cuarta etapa, conocida como era posmoderna, durante 1970 y 1990 la fotografía ganó reconocimiento cultural pues fue exhibida en museos, instituciones especializadas y eventos populares como festividades, es así que con esta etapa surgirían nuevos movimientos como el conceptualismo de Hilliard, la nueva topografía de Becher, la fotografía en color de Eggleston, los documentales artísticos de Koudelka, el diarismo de Goldin, los estudios de identidad y autorretrato de *Mapplethorpe* y los *Tableaux Vivants* de Crewdson.

La quinta etapa, la etapa contemporánea, se destaca por la aparición de corrientes como el satirismo de Parr, el neutralismo de Gursky y el ecologismo de Salgado.

Como tal la fotografía ha evolucionado en una herramienta artística y de documentación del mundo en el que nos encontramos. Y actualmente se utiliza en una variedad de campos, incluidos el periodismo, la publicidad, las artes y moda; este último que es el eje principal del tema de la presente investigación.

#### **1.1.2.1. Aspectos técnicos de la fotografía en la moda**

- Cámaras

Las cámaras DSLR (*Digital Single-Lens Reflex*) profesionales o cámaras de formato medio se utilizan en la fotografía de moda porque proporcionan alta resolución y una calidad de imagen excepcional. Rodríguez (2022) indica que estas cámaras brindan un control total sobre configuraciones como la velocidad de obturación, la apertura, el ISO y el enfoque, lo cual es esencial para obtener imágenes nítidas y detalladas.

Estas cámaras se convierten en herramientas esenciales para capturar la esencia de la moda, destacando texturas, colores y detalles que hacen que cada prenda o conjunto sea único. Rodríguez (2022) destaca la importancia de adquirir un equipo de primer nivel y dominar las técnicas fotográficas para destacar en este campo altamente competitivo. En el mundo de la moda, la elección de la cámara adecuada es solo el primer paso hacia la creación de imágenes impactantes.



- Lentes

Los fotógrafos de moda suelen utilizar una variedad de lentes para diferentes propósitos. Conforme lo indica Muzzarelli (2019) los lentes de focal fija (como 50 mm o 85 mm) son populares para retratos y tomas más cercanas, mientras que los lentes de gran angular se utilizan para capturar escenarios más amplios y dinámicos. Esta observación enfatiza la importancia de seleccionar el lente adecuado para la situación y el efecto visual deseado en una imagen. La elección del lente para una fotografía es una de las decisiones creativas más importantes porque puede cambiar completamente la narrativa y la estética de la fotografía. La diversidad de lentes disponibles ofrece a los fotógrafos una amplia gama de posibilidades para expresar su visión artística.

- Iluminación

La iluminación es fundamental para la fotografía de moda. Los fotógrafos utilizan fuentes de luz como *flashes* de estudio, *softboxes*, *beauty dishes* y reflectores para crear la iluminación adecuada para realzar los detalles de la ropa y resaltar el modelo. Para Hunter & Reid (2020) la iluminación en la fotografía destaca técnicas innovadoras que resaltan la estética surrealista. La combinación de luz natural y artificial también puede utilizarse para obtener efectos específicos.

Es decir, la iluminación no solo afecta la claridad y la calidad de la imagen, sino también la atmósfera y la narrativa visual de una fotografía de moda. La mezcla de luz natural y artificial es una técnica creativa que permite a los fotógrafos controlar y moldear la luz según sus objetivos. La luz artificial puede crear sombras dramáticas o resaltar detalles específicos de la ropa o los accesorios, mientras que la luz natural puede suavizar o realzar rasgos faciales.

- Estudio y exteriores

Las sesiones de fotografía de moda pueden llevarse a cabo en estudios especiales diseñados con fondos neutrales o en lugares exteriores, como calles urbanas, playas, campos o lugares arquitectónicamente interesantes. Cruz (2019) indica que la elección del entorno dependerá de la visión creativa del fotógrafo y el concepto de la sesión.

Los estudios con fondos neutrales brindan un control total sobre la iluminación y el entorno, lo que es esencial para producir imágenes muy refinadas y centradas en la moda. Los fotógrafos pueden usar la iluminación, los colores y los accesorios en este entorno para destacar las prendas y expresar una estética específica. Sin embargo, las áreas exteriores ofrecen una amplia gama de opciones. Las calles, las playas, los campos y los lugares arquitectónicamente interesantes ofrecen fondos y contextos dinámicos que pueden complementar o contrastar con la moda que se está fotografiando. Estos escenarios pueden



enriquecer la narrativa visual al conectar la moda con la vida real y el ambiente de un lugar en particular.

- Estilismo y dirección artística

De acuerdo con Latorre (2012) en la fotografía de moda, el estilismo juega un papel esencial para crear la apariencia y el mensaje deseados. Mientras que la dirección artística crea la atmósfera y la narrativa visual, los estilistas seleccionan la ropa y los accesorios.

Los fotógrafos y estilistas trabajan juntos para crear una imagen coherente. Los estilistas definen el estilo y la personalidad de la modelo al elegir ropa y accesorios con cuidado, además de transmitir el mensaje que se busca comunicar. La apariencia final está directamente influenciada por cada decisión, desde la elección de colores hasta la combinación de prendas. Por otro lado, ya sea que busque un ambiente vanguardista, romántico o de alto contraste, la dirección artística, a menudo encabezada por el fotógrafo, establece el tono general de la sesión. Sin embargo, en conjunto, fotógrafos y estilistas desempeñan un papel esencial en la creación de una imagen de moda exitosa.

- Trípodes

Romero (2020) analiza el uso de trípodes y estabilizadores como herramientas para lograr fotografías nítidas y precisas en el contexto de la fotografía de moda surrealista. Aunque las tomas a mano alzada son posibles en la fotografía de moda, los trípodes son útiles para lograr imágenes estables y permitir tiempos de exposición más largos en condiciones de poca luz o para efectos particulares. La nitidez y la precisión son esenciales en la fotografía de moda, donde la apariencia y la estética son cruciales. Incluso cuando se requieren efectos específicos que requieren tiempos de exposición más largos o lugares con poca luz, los trípodes ayudan a la cámara a mantener la imagen nítida. Esto es particularmente útil en el ámbito de la moda surrealista, donde los fotógrafos con frecuencia se enfocan en la experimentación visual y buscan crear imágenes que desafíen la realidad.

Además de brindar nitidez, los trípodes permiten una composición cuidadosa de la imagen y un encuadre preciso. Esto es crucial para una estética específica porque cada elemento de la imagen puede tener un significado y un propósito específicos.

- Movimiento de cámara

Los movimientos de cámara pueden utilizarse en la fotografía de moda para añadir dinamismo y energía a las imágenes. Por ejemplo, García (2019) explica que el desplazamiento lateral o el seguimiento del modelo pueden crear un sentido de movimiento y elegancia en la toma.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

La fotografía de moda se distingue por su enfoque en la estética y la expresión visual, y el uso de movimientos de cámara puede aumentar significativamente la calidad y la creatividad de las imágenes. Los movimientos como el desplazamiento lateral o el seguimiento del modelo capturan la ropa y los accesorios y agregan elegancia y movimiento a la toma. Esto puede crear una sensación de fluidez y dinamismo que se busca con frecuencia en la moda, donde la ropa y la modelo deben lucir vivas y en acción.

Además, estos movimientos abren nuevas perspectivas y ángulos que resaltan la personalidad y la estética de la moda del modelo. La narrativa visual es fundamental en la fotografía de moda, y los movimientos de cámara pueden contar historias visuales de manera más impactante y artística.

- Poses y dirección de modelos

Guerrero & Barreiro (2020) indica que la dirección de modelos es una habilidad esencial para los fotógrafos de moda. Para obtener fotografías atractivas y expresivas, es esencial comunicarse y enseñar a las modelos cómo posar, expresar emociones y transmitir el mensaje deseado en la imagen.

- Postproducción

Los fotógrafos de moda suelen realizar una postproducción minuciosa después de la sesión de fotos para retocar y mejorar las imágenes. Los ajustes de color, la corrección de imperfecciones, la manipulación de la luz y las sombras son ejemplos de esto.

## 1.2. Surrealismo

### 1.2.1. Antecedente histórico

El surrealismo surgió como un movimiento artístico y literario en la década de 1920, liderado principalmente por André Breton. Parejo (2017) enfatiza el papel del surrealismo en la fotografía de moda como una fuerza transformadora en la industria de la moda. El objetivo era liberar la creatividad humana de las limitaciones racionales y explorar el subconsciente y el mundo de los sueños. Los surrealistas tenían la creencia de que el arte podía ir más allá de la comprensión convencional y revelar una realidad más profunda y oculta. Se inspiraron en conceptos psicoanalíticos de Sigmund Freud, como el "inconsciente" y la "libre asociación".

Salvador Dalí, René Magritte, Max Ernst y Man Ray fueron algunos de los principales artistas del surrealismo. Las pinturas, las esculturas, las fotografías y los escritos de estos artistas mostraban imágenes oníricas, sorprendentes y fantásticas. El proceso creativo surrealista se basó en el automatismo, una técnica que consiste en plasmar pensamientos y emociones sin censura previa.



### **1.2.2. *El Surrealismo y su relación con la moda y la fotografía***

Desde la segunda mitad del siglo XIX, la fotografía de moda ha evolucionado junto con la industria de la moda. Al principio, se enfocaba en presentar ropa de manera estática y poco artística. Sin embargo, a medida que la moda se convirtió en una parte importante de la cultura y la sociedad, la fotografía de moda se convirtió en un medio poderoso para publicitar marcas y estilos. A medida que pasaba el tiempo, los fotógrafos de moda adoptaron una visión más creativa y expresiva, buscando contar historias y transmitir emociones a través de las imágenes, lo que llevó al surgimiento del surrealismo en esta industria.

Desde los primeros años del movimiento, la relación entre el surrealismo y la fotografía fue significativa. El surrealismo brindó a los fotógrafos una forma de explorar lo irracional, lo onírico y lo subconsciente. Para Iriarte (2022) el acto de fotografiar permite capturar el mundo exterior y al mismo tiempo reflejar la visión interna y subjetiva del artista.

La fotografía se convirtió en una herramienta para plasmar de una manera inusual y evocadora escenas de la vida cotidiana. Los fotógrafos surrealistas intentaron crear composiciones que desafiaban la percepción y la realidad utilizando una variedad de técnicas, como la doble exposición, la superposición de imágenes, los fotomontajes y la manipulación digital temprana en la fotografía más contemporánea.

## **1.3. La fotografía de moda surrealista**

### **1.3.1. *Concepto***

La fotografía de moda surrealista es un subcampo de la fotografía de moda que utiliza técnicas y elementos surrealistas para presentar ropa y accesorios. La fotografía de moda surrealista busca despertar emociones, transmitir mensajes simbólicos y desafiar las percepciones convencionales, a diferencia de la fotografía de moda tradicional, que busca mostrar los productos de manera realista y comercial.

La distorsión de la perspectiva, la modificación digital de imágenes y la superposición de objetos inusuales para crear escenarios y composiciones sorprendentes son algunas de las técnicas más usadas. Como lo indica Sontag (2010) en este concepto se exploran temas como la identidad, los sueños, lo irracional y lo fantástico, y los fotógrafos buscan crear imágenes que generen un impacto emocional y una conexión más profunda con el espectador.

Las editoriales de revistas de moda y las campañas publicitarias de marcas vanguardistas que desean destacar y transmitir una visión artística más allá de la promoción de productos usan con frecuencia este estilo de fotografía.



### 1.3.2. *Elementos surrealistas en la fotografía de moda*

#### 1.3.2.1. **Distorsión y metamorfosis**

La distorsión y la metamorfosis son técnicas comunes en la fotografía de moda surrealista para crear imágenes sorprendentes y evocadoras. Los fotógrafos pueden crear una sensación de transformación y alteración deformando la forma del cuerpo humano, las prendas de vestir o los accesorios. La belleza en lo inusual y lo atípico se puede explorar con esta técnica.

- **Colocación de objetos inusuales:** Los fotógrafos de moda surrealistas incorporan con frecuencia objetos inusuales, a veces desconectados de su contexto habitual, en la composición de sus imágenes. Estos objetos pueden ser simbólicos o tener significados personales para el fotógrafo, y su inclusión en la imagen final crea una sensación de extrañeza y enigma. La yuxtaposición de objetos aparentemente inconexos puede crear composiciones visuales poderosas y evocadoras.
- **Escenarios fantásticos:** los escenarios utilizados en la fotografía de moda surrealista son frecuentemente fantásticos y evocadores. Bueno & Sanchez (2021) mencionan que los fotógrafos pueden elegir paisajes mágicos, arquitecturas abstractas o ambientes poco convencionales que desafían la lógica y la realidad. Estos escenarios agregan un toque mágico a la imagen y proporcionan un telón de fondo cautivador para la presentación de la moda.
- **Simbolismo y metáforas visuales:** La fotografía de moda surrealista incluye elementos simbólicos y metáforas visuales. Los fotógrafos pueden explorar temas complejos o transmitir mensajes subliminales utilizando símbolos y objetos con significados ocultos. Esta táctica hace que el espectador reflexione sobre la imagen y cree conexiones con su contenido.
- **Manipulación digital:** En la fotografía de moda surrealista, la manipulación digital es una herramienta esencial. Los fotógrafos pueden ajustar y modificar la luz, el color y las formas utilizando software de edición de imágenes. Las imágenes que se asemejan a pinturas surrealistas pueden crear un impacto visual poderoso y evocador mediante la manipulación digital.
- **Doble exposición:** La técnica de doble exposición consiste en exponer dos veces la misma película o sensor de imagen, superponiendo dos escenas diferentes en una sola fotografía. Con esta técnica, los fotógrafos pueden fusionar elementos en una imagen para crear composiciones etéreas y oníricas mediante una fusión única de elementos visuales.



### **1.3.3. Referentes de la fotografía surrealista**

La fotografía de moda surrealista se destaca por su narrativa visual y su búsqueda de significado más allá de lo superficial. Los fotógrafos buscan contar historias y transmitir emociones a través de imágenes que desafían las convenciones y cuestionan las normas establecidas de belleza y moda.

Cada elemento de la imagen en la fotografía de moda surrealista tiene un propósito y una conexión simbólica, lo que invita al espectador a interpretar la imagen de manera personal y subjetiva. Baltar (2021) sugiere que los temas que se pueden investigar pueden incluir la identidad, la feminidad, la masculinidad, la naturaleza humana, la sociedad y los sueños. Las imágenes surrealistas pueden generar sensaciones de asombro, intriga y enigma, vinculando al espectador emocionalmente.

Son fotógrafos referentes de la moda surrealista:

**Tim Walker:** Tim Walker es conocido por sus imágenes evocadoras y misteriosas gracias a su estilo único de cuento de hadas y el uso de escenarios fantásticos. La mayoría de sus fotografías muestran modelos en entornos surrealistas y composiciones imaginativas que contradicen la realidad.

**Sarah Moon:** Sus imágenes poéticas y etéreas han capturado el surrealismo en la fotografía de moda. Los retratos evocadores de Moon y su estilo onírico han dejado una impresión duradera en la industria de la moda.

**Guy Bourdin:** Aunque Bourdin es más conocido por su trabajo provocativo y sensual en la moda, también exploró elementos surrealistas en sus fotografías. Sus audaces y sorprendentes composiciones han tenido un impacto duradero en la fotografía de moda contemporánea.

## **1.4. Impacto de la fotografía de moda surrealista**

### **1.4.1. Recepción del público**

El uso del surrealismo en la fotografía de moda ha tenido un impacto significativo tanto en la industria de la moda como en el público en general. Anton et al. (2019) indican que las imágenes surrealistas suelen atraer la atención y el interés debido a su naturaleza inusual y evocadora. Las composiciones únicas y las narrativas visuales que presentan atraen a los espectadores, lo que ha llevado a la popularización del estilo en varias campañas y editoriales.

La fotografía surrealista de moda ha sido una herramienta valiosa para la industria de la moda para crear campañas memorables y distintivas que resonan con el público y



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

generen conversaciones. En un mercado competitivo, los diseñadores y marcas que han implementado este enfoque en su marketing han logrado destacar con una visión artística distintiva.

Algunos críticos, sin embargo, argumentan que la fotografía de moda surrealista puede alejar la atención de los accesorios y la ropa, que deberían ser el foco principal. También se discute si este estilo es popular o si solo está dirigido a una audiencia más especializada y con conocimientos artísticos.

La fotografía surrealista de moda ha sido una herramienta útil para diseñadores y marcas que buscan destacar en un mercado competitivo y mostrar una visión artística única. Además, otros campos creativos, como la publicidad, el cine y la televisión, han sido influenciados por el surrealismo en la fotografía de moda. Ruzza (2016) afirma que se han utilizado imágenes surrealistas en anuncios publicitarios y en la creación de películas y programas de televisión para crear un entorno mágico y evocador. Otros críticos, por otro lado, argumentan que la fotografía de moda surrealista puede alejar la atención de los accesorios y la ropa, que deberían ser el foco principal.

En palabras de Lázaro (2020) La fotografía de moda surrealista ha establecido una conexión profunda entre el arte y la moda, así como en la industria de la moda y el público en general. En el campo de la fotografía de moda, esta estética artística ha sido recibida de una variedad de maneras. A continuación, se detallan los aspectos más relevantes del impacto y la recepción del público de esta forma de arte:

- **Atracción visual y *engagement*:** La fotografía de moda surrealista tiene un fuerte atractivo visual que capta inmediatamente la atención del espectador. Sus imágenes fascinantes, oníricas y misteriosas provocan una gran interacción, lo que ha aumentado su popularidad en plataformas digitales y redes sociales. Las campañas publicitarias y editoriales que emplean esta estética con frecuencia aumentan el interés y la participación del público.
- **Diferenciación de marcas y posicionamiento:** La fotografía de moda surrealista ha sido una herramienta valiosa para diferenciar y posicionar a las marcas de manera única y memorable en un mercado saturado de marcas de moda. Las empresas que han adoptado esta estética han logrado destacarse y transmitir una identidad visual única, lo que ha tenido un impacto duradero en los clientes.
- **Exploración de conceptos más profundos:** La fotografía surrealista de moda va más allá de la mera representación de ropa y moda. Sus imágenes cuestionan las normas sociales establecidas y desafían las normas tradicionales de belleza. Esta estética ha dado lugar a discusiones más profundas y reflexivas en la sociedad al abordar temas

como la identidad, la percepción de la belleza, la individualidad y la representación de género.

- Empoderamiento y autoexpresión: La fotografía surrealista de moda ha sido elogiada por su capacidad para inspirar tanto a los modelos como a los espectadores. Esta estética invita a las personas a explorar su propia identidad y expresión personal sin restricciones convencionales al presentar una realidad alterada, a menudo llena de misterio y magia.

#### ***1.4.2. Recepción en la industria creativa***

La fotografía de moda surrealista ha trascendido las fronteras de la moda y ha tenido un impacto en otras formas de arte. Esta estética ha sido utilizada por artistas y diseñadores de una variedad de campos para crear obras que exploran lo irracional, lo onírico y lo subconsciente. Esta influencia ha mejorado la conversación entre diversas formas de expresión artística.

Saavedra (2021) señala que el surrealismo ha tenido un gran impacto en la fotografía de moda, no solo en la industria de la moda, sino también en otros campos artísticos. Esta estética surrealista ha superado las fronteras de la moda y ha dejado su marca en una variedad de campos creativos. El surrealismo ha sido una fuente de inspiración para artistas de diversas áreas del arte. Los pintores, escultores y otros artistas han utilizado elementos surrealistas para explorar lo irracional, lo onírico y lo subconsciente en sus obras.

Estos artistas han utilizado la fotografía de moda surrealista como una forma de expresión visual que les permite explorar nuevas ideas y conceptos. Además, el cine, la música y la literatura han sido influenciados por el surrealismo. En sus películas, los directores de cine han utilizado elementos surrealistas para crear atmósferas y narrativas que desafían la lógica y la realidad. Los artistas de la música han adoptado una estética surrealista en sus *videoclips* y presentaciones en vivo, creando experiencias visuales impactantes y evocadoras. Los escritores también han utilizado elementos surrealistas en sus obras, explorando la imaginación y la subjetividad de la realidad.

El surrealismo ha enriquecido el diálogo entre diferentes formas de expresión creativa gracias a su influencia en otros campos artísticos. Ha permitido la exploración de nuevas ideas, la ruptura de los estándares y la creación de obras que desafían los estándares. La fotografía surrealista de moda ha sido un catalizador para esta expansión y reinterpretación del estilo en otros campos, fomentando la experimentación y la innovación en la industria creativa en general.

#### ***1.4.3. Renovación de la fotografía***

La introducción del surrealismo en la fotografía de moda ha provocado una renovación y evolución del género. Esta estética ha permitido a los fotógrafos y artistas



experimentar con enfoques más innovadores y expresivos, alejándose de las presentaciones comerciales convencionales. Esto ha resultado en imágenes más creativas y artísticas en la industria.

Críticas y desafíos:

- **Accesibilidad y comprensión:** Aunque la fotografía de moda surrealista ha sido elogiada por su originalidad y expresividad, algunas críticas han surgido en torno a la capacidad de la fotografía de moda surrealista para ser accesible para el público en general. Algunas imágenes pueden parecer distantes o difíciles de entender para aquellos que no están familiarizados con el arte surrealista porque rompen con la realidad y utilizan elementos inusuales. Sin embargo, el espectador también puede aprovechar esta complejidad para explorar y cuestionar su percepción visual.
- **Balance entre la moda y la expresión artística:** Encontrar un equilibrio adecuado entre transmitir una visión artística y presentar la moda de manera atractiva es un desafío. Algunos críticos argumentan que la ropa y los accesorios pueden quedar en un segundo plano en la fotografía de moda surrealista, lo que podría afectar la presentación comercial del producto. Otros, por otro lado, sostienen que la combinación de moda y arte es lo que hace que estas imágenes sean tan poderosas e impactantes.
- **Innovación y evolución constante:** La fotografía de moda surrealista es un campo en constante desarrollo y transformación. Esta estética sigue evolucionando y adoptando nuevas formas de expresión a medida que la sociedad y la tecnología avanzan. Los fotógrafos y artistas continúan explorando nuevos estilos, técnicas y narrativas, lo que ha resultado en una expansión constante de la fotografía de moda surrealista. Además, el acceso a herramientas digitales y redes sociales ha ampliado el público de esta estética, desafiando aún más las normas convencionales de la fotografía de moda.

## **1.5. Comparación con otras corrientes artísticas**

El surrealismo no es la única corriente artística que ha influido en la fotografía de moda. Otros movimientos y estilos también han dejado su huella en este campo, y es relevante compararlos para entender cómo se diferencian y se entrelazan.

### **1.5.1. Dadaísmo**

La fotografía de moda también fue influenciada por el dadaísmo, un movimiento artístico que precedió al surrealismo. Los dadaístas tenían como objetivo desafiar las normas establecidas y desafiar las convenciones. Los fotógrafos dadaístas crearon composiciones



caóticas y desconcertantes mediante el fotomontaje y la manipulación de imágenes. Aunque el dadaísmo fue una influencia en parte del surrealismo, la fotografía de moda.

### ***1.5.2. Constructivismo***

En Rusia, el constructivismo fue un movimiento arquitectónico y artístico que surgió en la década de 1920. Los constructivistas tenían como objetivo crear obras de arte que sirvieran a la sociedad y reflejaran la nueva era industrial. La utilización de líneas y formas geométricas, así como la experimentación con la perspectiva y el ángulo de la cámara, son ejemplos del constructivismo en la fotografía de moda. Los fotógrafos constructivistas de moda crearon imágenes dinámicas y futuristas que reflejaban la tecnología y la modernidad.

### ***1.5.3. Pop Art***

El pop art fue un movimiento artístico que surgió en Gran Bretaña y Estados Unidos en la década de 1950. Para crear obras de arte que reflejaran la sociedad de consumo, los artistas pop se inspiraron en la cultura popular y la publicidad. El uso de colores brillantes y saturados, así como la incorporación de elementos de la cultura popular, como cómics y marcas comerciales, se manifestaron en la fotografía de moda de la pop art. Los fotógrafos de moda popular crearon imágenes divertidas y llamativas que reflejaban la cultura popular y la moda de la época.

### ***1.5.4. Fotografía artística y fine art***

El ámbito de la fotografía artística y fine art ha sido significativamente influenciado por la fotografía de moda surrealista. Su enfoque innovador y creativo ha desafiado la idea de que la fotografía de moda es simplemente un medio comercial. Por el contrario, ha demostrado que la moda puede ser un medio para la comunicación visual y la expresión artística. Los fotógrafos de moda surrealistas utilizan técnicas de fotografía artística como el uso de luces y sombras, la composición minuciosa y la manipulación digital para producir imágenes con una carga emocional y una estética evocadora. Una nueva forma de fotografía artística que trasciende las fronteras tradicionales ha surgido como resultado de esta fusión de elementos de la moda con la narrativa surrealista.

### ***1.5.5. Expresionismo y vanguardias artísticas***

La fotografía de moda surrealista también ha sido influenciada por el expresionismo y otras vanguardias artísticas del siglo XX. A través de formas y colores audaces y evocadores, estas corrientes artísticas buscaban expresar emociones y estados de ánimo. Esta influencia se refleja en la capacidad de los fotógrafos para producir imágenes con una intensa carga emocional en la fotografía de moda surrealista. Algunos fotógrafos de moda surrealistas se han inspirado en los pintores expresionistas y vanguardistas para crear composiciones visuales poderosas y llenas de intensidad emocional. La fotografía de moda

surrealista ha sido enriquecida por la fusión de elementos visuales y estilos de estas corrientes artísticas.

### ***1.5.6. Fotografía de moda tradicional y comercial***

La fotografía de moda surrealista mantiene vínculos con la fotografía de moda tradicional y comercial a pesar de su enfoque artístico y surrealista. El objetivo de ambos géneros es presentar ropa y accesorios de manera atractiva y aspiracional. Sin embargo, la fotografía de moda surrealista busca transmitir una narrativa más profunda y evocadora que la mera presentación comercial. Los fotógrafos de moda surrealistas han ampliado la percepción de la moda como una forma de arte y comunicación visual al combinar elementos de la moda con narrativas surrealistas. Esta fusión ha sido fundamental para cuestionar y redefinir los estándares de belleza y estética tradicionales en la industria de la moda.

## **1.6. Casos de estudio**

En esta sección, se abordarán estudios de casos específicos de fotógrafos de moda que han destacado por su uso del surrealismo en sus trabajos. Se analizarán sus fotografías, su enfoque creativo y cómo han contribuido a la evolución de la fotografía de moda surrealista.

### ***1.6.1. Tim Walker***

El fotógrafo británico Tim Walker es reconocido por su enfoque único y evocador en la fotografía de moda surrealista. Sus fotografías se distinguen por presentar paisajes fantásticos y personajes misteriosos, creando una atmósfera de cuento de hadas. Walker ha trabajado en editoriales para revistas como Vogue y ha colaborado con algunas de las marcas de moda más prestigiosas del mundo. Sus campañas publicitarias y editoriales son conocidas por su ingenio, originalidad y capacidad para crear historias mágicas. Walker ha dejado una marca duradera en la fotografía de moda surrealista, convirtiéndose en una figura influyente en la industria y un referente para fotógrafos emergentes.

#### **1.6.1.1. Campaña "Lady Dior" por Tim Walker**

La serie de anuncios "Lady Dior", creada por Tim Walker, es una de las campañas más icónicas en la fotografía de moda surrealista. Walker presentó la conocida bolsa "Lady Dior" de la marca de lujo francesa utilizando elementos mágicos y situaciones sobrenaturales en su campaña. La actriz francesa Marion Cotillard aparecía en situaciones surrealistas y misteriosas en las imágenes, como flotando en el aire o emergiendo de un espejo gigante. Por su originalidad y enfoque artístico, la campaña recibió una gran atención del público y la crítica. La colaboración entre Tim Walker y Dior demostró cómo la fotografía de moda puede convertirse en una forma de arte que despierte la imaginación y la emoción del espectador y superar los límites comerciales.



### **1.6.2. Sarah Moon**

Sarah Moon, una fotógrafa francesa, es famosa por su estilo etéreo y poético en la fotografía de moda surrealista. Sus imágenes tienen una atmósfera de fantasía y una estética cautivadora que combina lo abstracto con lo surrealista. Moon ha creado campañas que han capturado la imaginación del público y ha trabajado con importantes casas de moda como Chanel y Dior. Sus fotografías frecuentemente muestran modelos en poses misteriosas y escenarios mágicos, llevando al espectador a un mundo de fantasía. Sarah Moon ha recibido elogios por su capacidad para desafiar las convenciones visuales y narrativas de la fotografía de moda.

#### **1.6.2.1. Campaña "Dior Dreams" por Sarah Moon**

La campaña "Dior Dreams" de Sarah Moon para la casa de moda Dior es otro caso de estudio importante. Moon mostró modelos en poses etéreas y en escenarios oníricos en esta serie de fotografías, creando una sensación de ensoñación. Los colores suaves y las composiciones evocadoras crearon un mundo mágico y surrealista que realzaba las prendas de moda de la marca. La campaña recibió elogios por su belleza poética y su capacidad para llevar al espectador a un mundo imaginario. Con su estilo de iluminación y composiciones etéreas que evocan la magia de los sueños, el trabajo de Sarah Moon en fotografía de moda ha sido un referente del surrealismo. La colaboración entre Sarah Moon y Dior demostró cómo la fotografía de moda puede convertirse en una expresión artística que conmueve y cautiva al público, superando los límites de lo comercial.

### **1.6.3. Harley Weir:**

Harley Weir es una fotógrafa británica famosa que nació en 1988 en Londres y es conocida por su amplia gama de técnicas, incluida la fotografía de moda, retratos y proyectos documentales. Explorando narrativas visuales provocadoras y reflexivas, su enfoque se caracteriza por un estilo natural e íntimo. Weir ha ganado reconocimiento en la industria por su capacidad para combinar la moda con la autenticidad narrativa, y ha colaborado con varias revistas y marcas de renombre. Tanto obras de moda evocadoras como documentales abordan temas sociales y culturales en su obra.

#### **1.6.3.1. Campaña "Unfamiliar Flowers" por Harley Weir**

La fotógrafa británica Harley Weir se ha destacado por su enfoque innovador y experimental en la fotografía de moda surrealista. Weir creó imágenes intrigantes y evocadoras utilizando una combinación de técnicas fotográficas y de edición para su campaña "Unfamiliar Flowers" para la marca de moda Marni. Las fotografías mostraban modelos en escenarios inusuales, combinados con elementos naturales y flores, creando una narrativa visual que desafiaba la realidad y presentaba una estética surrealista y vanguardista. La colaboración de Harley Weir y Marni demostró cómo la fotografía de moda puede usar una estética surrealista para explorar la belleza poética y el simbolismo.



## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de Investigación

#### 2.1.1. *Enfoque cualitativo*

Debido a su naturaleza intrínsecamente compleja y subjetiva, el enfoque cualitativo fue elegido como el método más adecuado para este proyecto de integración curricular sobre las influencias del surrealismo en la fotografía de moda. El surrealismo, como movimiento artístico, se distingue por su exploración de lo irracional, lo onírico y lo inconsciente, lo que implica una conexión profunda con las percepciones e interpretaciones personales. Por lo tanto, el método cualitativo ofrece una herramienta poderosa para penetrar en las mentes creativas de los fotógrafos de moda, diseñadores y modelos, y comprender cómo el surrealismo ha sido utilizado, reinterpretado y aplicado en la fotografía de moda contemporánea.

### 2.2. Método

#### 2.2.1. *Método deductivo*

El método por utilizar en el presente proyecto de investigación será el deductivo, el cual “es un método que consiste en tomar una idea general para poder obtener explicaciones particulares que guarden relación” (Moran & Alvarado, 2010, p. 12)

Con el método deductivo se pretende partir del problema de investigación que es la carencia de nuevas propuestas de fotografía de moda en el mercado local, para después ir desglosando en otros conceptos que tengan relación y así llegar a una conclusión.

### 2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

#### 2.3.1. *Técnicas*

##### 2.3.1.1. **Análisis Bibliográfico**

Se realizó un análisis bibliográfico exhaustivo sobre la historia del surrealismo y su interacción con la moda. Además, se investigó libros, artículos, ensayos y documentos académicos que abordaban la relación entre el surrealismo y la fotografía de moda. Esta técnica permitió comprender cómo el surrealismo se ha manifestado en diferentes épocas y cómo ha evolucionado en la moda a lo largo del tiempo. Además, el análisis bibliográfico proporcionó una base sólida de conocimiento teórico y conceptual para contextualizar la presente investigación y así enriquecer las fotografías de moda surrealistas.

##### 2.3.1.2. **Entrevistas**

Se realizó entrevistas en profundidad con reconocidos fotógrafos de moda, diseñadores y modelos que han trabajado en proyectos con influencias surrealistas. La



entrevista permitió explorar las experiencias personales, motivaciones creativas, desafíos y aprendizajes de los entrevistados al adoptar el surrealismo en su trabajo. Escuchar sus relatos en primera persona brindó una perspectiva única y enriquecedora sobre cómo el surrealismo ha sido incorporado en la fotografía de moda y cómo han adaptado su enfoque artístico para transmitir mensajes estéticos y conceptuales. Las entrevistas fueron óptimas porque permitieron una comprensión más profunda y subjetiva de las experiencias de los actores clave en el mundo de la moda.

### 2.3.2. Instrumento de investigación

#### 2.3.2.1. Ficha de Observación

Los detalles visuales y estéticos de las fotografías de moda con elementos surrealistas se analizaron y registraron utilizando la ficha de observación. La aplicación del surrealismo en la fotografía de moda contemporánea fue identificada gracias a esta técnica. Este instrumento permitió observar cómo los fotógrafos transmitían mensajes artísticos y conceptuales utilizando técnicas como superposición, distorsión, escenografías oníricas y simbologías surrealistas. La ficha de observación fue excelente porque proporcionó datos objetivos y cuantificables, lo que permitió realizar un análisis comparativo para generar hallazgos visuales basados en el contexto del surrealismo.

### 2.4. Preguntas de investigación y/o hipótesis

¿Como se propondría a la fotografía surrealista en el mercado de moda en Ibarra?

### 2.5. Matriz Operacionalización de Variables

Variable	Indicador	Bibliografía y locales comerciales	Bibliografía observación de campo	Fichas bibliográficas y de observación de campo instrumento
Surrealismo en la foto de moda contemporánea	Presencias -Vanguardias estéticas -Estilo Fotográfica -Función fotográfica			



Mercado de Ibarra	-Comportamiento del mercado -Proyección de mercado	Bibliografía y expertos	Bibliografía y entrevista	Ficha y cuestionamiento
-------------------	---	-------------------------	---------------------------	-------------------------

## 2.6. Participantes

Para el desarrollo de la investigación, se llevó a cabo un proceso de selección cuidadoso para identificar a individuos con un profundo conocimiento y experiencia en los campos de la fotografía y el surrealismo. En este sentido se seleccionó al Msc. David Ortiz y a la Phd. Yenney Ricardo, quienes con su experiencia permitieron obtener perspectivas especializadas y enriquecedoras que contribuyeron de manera significativa al análisis y comprensión de la intersección entre estos dos ámbitos.

El proceso de entrevista se diseñó de manera semiestructurada (preguntas abiertas), permitiendo a los participantes expresar sus ideas, reflexiones y experiencias de manera libre y detallada. Las preguntas planteadas durante las entrevistas se centraron en aspectos clave, como la influencia del surrealismo en la fotografía contemporánea, las técnicas utilizadas para transmitir elementos surrealistas a través de la imagen, y la percepción de la audiencia ante estas manifestaciones artísticas.

## 2.7. Procedimiento y plan de análisis de datos

Después del análisis bibliográfico sobre la historia del surrealismo y su interacción con la moda se procedió a analizar las entrevistas realizadas a los profesionales expertos en el tema de fotografía y surrealismo, finalmente se analizó las fichas de observación. En conjunto, estas técnicas e instrumentos de investigación fueron óptimos para abordar la complejidad del tema y obtener una visión integral de las influencias del surrealismo en la fotografía de moda.

La ficha de observación me permitió analizar las imágenes de manera objetiva y cuantificable, mientras que el análisis bibliográfico me proporcionó una base teórica sólida. Las entrevistas, por su parte, enriquecieron mi investigación al brindarme perspectivas personales y experiencias únicas de los profesionales de la moda. Al combinar estas técnicas, pude abordar el tema desde múltiples dimensiones y obtener hallazgos que contribuyen al conocimiento en el campo de la fotografía de moda y el surrealismo.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Resultados

##### 4.1.1. Entrevistas realizadas a expertos en fotografía y surrealismo

**Tabla 1**

<i>Pregunta 1. ¿Has escuchado sobre el surrealismo como movimiento artístico?</i>	
ENTREVISTADO	RESPUESTA
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Si, el surrealismo es una vanguardia muy importante para la publicidad y fue muy importante la retórica y la literatura.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en artes	Si debido a que es profesora de Historia del Arte.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

**Tabla 2**

<i>Pregunta 2. ¿Te parece que la moda y el arte pueden estar relacionados de alguna manera?</i>	
ENTREVISTADO	RESPUESTA
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Siempre han estado relacionados ya que es muy importante en la reconstrucción artística y se hace una relación entre la moda la cultura y el arte.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en Artes	Están relacionados a lo largo de los años y la moda ha tomado en mucha inspiración en los estilos del arte, la moda y el arte siempre han tenido un vínculo.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

**Tabla 3**

<i>Pregunta 3. ¿Alguna vez has visto imágenes de moda que te parezcan extrañas o inusuales?</i>	
ENTREVISTADO	RESPUESTA
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	La publicidad atreves de la moda tiene que ser llamativa y así de usa el surrealismo y esta de la mano con la producción y está de moda cualquier uso de arte como el cubismo y surrealismo también tomando en cuenta de la estética y con la situación del mundo.

**Phd. Yenney Ricardo**  
Experta en artes

Si sobre todo en el mundo contemporáneo ya que ha existido mucha creatividad e influencia del arte.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

**Tabla 4**

**Pregunta 4.** *¿Qué crees que hace que una fotografía de moda sea considerada "surrealista"? ¿Qué elementos podrías identificar en este tipo de imágenes?*

<b>ENTREVISTADO</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Un nivel de acceso a comprensión de arte, tener un sistema de percepción y que sea factible a un entendimiento del arte si no se tiene una base educativa no se va a entender lo que se quiere demostrar.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en artes	Partamos el surrealismo que es un movimiento de vanguardia y en sus obras se trata sobre las influencias de los sueños y como procesamos las cosas en el subconsciente, así que la fotografía surrealista tiene que ver como se expresa un claro ejemplo es las películas de Dalí como puede ser un perro andaluz.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

**Tabla 5**

**Pregunta 5.** *Si vieras una fotografía de moda con elementos surrealistas, ¿qué emociones sensaciones crees que podrías experimentar al mirarla?*

<b>ENTREVISTADO</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Que se basa normalmente a lo onírico a lo no existente debe reflejar emociones que no entiendas como tengo mariposas en el estómago.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en artes	Será con la influencia de dadaísmo ya que tiene que significar o provocar algún instinto del ser humano.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023



**Tabla 6**

<i>Pregunta 6. ¿Crees que el surrealismo puede aportar algo nuevo y diferente a la moda actual?</i>	
<b>ENTREVISTADO</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Si, todo el mundo del arte puede aportar a la moda ya que se puede ver una crítica reflejada de una manera positiva.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en artes	Depende de cómo use l diseñador de moda y si puede retractar la manera mágica del surrealismo y el uso que se pueda dar ya que puede generar muchas ideas y es un movimiento que está vigente

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

**Tabla 7**

<i>Pregunta 7. ¿Sabes qué es la fotografía de moda y cómo se diferencia de otras formas de fotografía?</i>	
<b>ENTREVISTADO</b>	<b>RESPUESTA</b>
<b>Msc. David Ortiz</b> Fotógrafo	Se basa en el género fotográfico un ejemplo es una modelo que pongo en un estudio con luces trípodes y se pone en una fotografía de moda siempre debes tener en cuenta que es lo que debes o quieres demostrar.
<b>Phd. Yenney Ricardo</b> Experta en artes	Si ya que muchos diseñadores de moda tienes su educación en arte, así como los grabados maquetos así que si siempre hubo ese vínculo.

Nota: Elaboración propia. Fuente: entrevista julio 2023

4.1.2. Estudio de la publicidad

Figura 1. Publicidad Mega Store



Nota: Elaboración propia.

Tabla 8. Análisis Mega Store

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	MEGA STORE
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	1015 Simón Bolívar, Ibarra, Imbabura
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Enmarcado
<b>Narrativa</b>	Estilo de vida
<b>Tono</b>	Joven y energético
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	Tonos naranjas
<b>RESULTADOS</b>	La falta de atención a la composición puede hacer que las imágenes se vean desordenadas y poco profesionales, lo que afecta la imagen de la marca.

Figura 2. Publicidad Pissadas Sport



Nota: Elaboración propia.

Tabla 9. Análisis Pissadas Sport

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Pissadas Sport
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	1015 Simón Bolívar, Ibarra, Imbabura
<b>Número de trabajadores</b>	1
<b>Composición</b>	Espacio negativo
<b>Narrativa</b>	Enmarcado
<b>Tono</b>	Joven y energético
<b>Estilo</b>	Lifestyle
<b>Color</b>	Negro con letras rosas
<b>RESULTADOS</b>	Los modelos sin expresiones llamativas o poco conectados con el producto pueden transmitir falta de entusiasmo y afectar el impacto de la fotografía.

Figura 3. Publicidad Diana



Nota: Elaboración propia.

Tabla 10. Análisis Diana

<i>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</i>	
<b>Empresa</b>	Diana
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Empoderamiento
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	Predominancia de verdes con contrastes rojos
<b>RESULTADOS</b>	Un fondo desordenado o llamativo puede restar importancia al producto, distraer la atención y disminuir el mensaje de la imagen. Y poco profesionales, lo que afecta la imagen de la marca.

Figura 4. Publicidad Tarara



Nota: Elaboración propia.

Tabla 11 . Análisis Tarara

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Tarara
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Collage
<b>Narrativa</b>	Lujo
<b>Tono</b>	Urbano/Street
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	Algunos tipos de color, pero predomina el negro y el blanco
<b>RESULTADOS</b>	Una dirección artística débil puede hacer que las fotografías de moda sean poco memorables y genéricas, sin una identidad visual distintiva.

**Figura 5. Publicidad Telatina**



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 12. Análisis Telatina**

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Telatina
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	Lagua Mall
<b>Número de trabajadores</b>	0
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Empoderamiento
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	<i>Lifestyle</i>
<b>Color</b>	Fondo verde marino con sobresalientes rosas
<b>RESULTADOS</b>	Las fotografías de moda básicas pueden carecer de una narrativa interesante, lo que dificulta la conexión emocional con el espectador.

**Figura 6.** *Publicidad Payless Shoesource*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 13.** *Análisis Payless Shoesource*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Payless Shoesource
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna Mall
<b>Número de trabajadores</b>	3
<b>Composición</b>	Dirección de la mirada
<b>Narrativa</b>	Emocional
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	<i>Lifestyle</i>
<b>Color</b>	Blanco en la parte de atrás, con color grises y rosa en la vestimenta
<b>RESULTADOS</b>	La elección de modelos que no reflejan la diversidad y la identidad de la audiencia puede alejar a potenciales clientes.

**Figura 7. Publicidad Factori**



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 14. Análisis Factori**

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Factori
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Centro comercial “El Sol”
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Espacio negativo
<b>Narrativa</b>	Lujo
<b>Tono</b>	Elegante y sofisticado
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	No hay mucha variación de color, se puede apreciar negro, y color azul
<b>RESULTADOS</b>	Un excesivo uso de Photoshop puede crear expectativas poco realistas sobre los productos y decepcionar a los clientes cuando los reciben.

**Figura 8.** *Publicidad Lili Pink*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 15.** *Análisis Lili Pink*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Lili Pink
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	Laguna Mall
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Regla de tercios
<b>Narrativa</b>	Empoderamiento
<b>Tono</b>	Sexual y provocativo
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	A pesar de no presentar muchos colores existe negro, rojo y blanco
<b>RESULTADOS</b>	Una escala mal ajustada puede hacer que los productos se vean desproporcionados o poco atractivos.

**Figura 9.** *Publicidad Mega Store*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 16.** *Análisis Mega Store*

<b><i>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</i></b>	
<b>Empresa</b>	MEGA STORE
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	3
<b>Composición</b>	Espacio negativo
<b>Narrativa</b>	Emocional
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	<i>Lifestyle</i>
<b>Color</b>	Gama desde el azul hasta el rosa
<b>RESULTADOS</b>	Ignorar los detalles importantes de los productos puede hacer que los clientes potenciales se pierdan información relevante

**Figura 10.** *Publicidad Marathon*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 17.** *Análisis Marathon*

<b><i>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</i></b>	
<b>Empresa</b>	Marathon
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna Mall
<b>Número de trabajadores</b>	4
<b>Composición</b>	Profundidad de campo
<b>Narrativa</b>	Emocional
<b>Tono</b>	Joven y energético
<b>Estilo</b>	<i>Lifestyle</i>
<b>Color</b>	Contraste blanco y negro
<b>RESULTADOS</b>	Una toma en movimiento y por la posición de la cámara sigue la continuidad de la misma.

**Figura 11.** *Publicidad Marathon*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 18.** *Análisis Marathon*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Marathon
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	4
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Estilo de vida
<b>Tono</b>	Joven/Energético
<b>Estilo</b>	<i>High Fashion</i>
<b>Color</b>	Variación de tres colores rosa, amilla, gris
<b>RESULTADOS</b>	Tres poses en diferente forma que demuestra cómo se ve el producto al uso y no crea una falsa idea o percepción.

**Figura 12.** *Publicidad Vatex*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 19.** *Análisis Vatex*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Vatex
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	3
<b>Composición</b>	Dirección de mirada
<b>Narrativa</b>	Lujo
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	<i>Lifestyle</i>
<b>Color</b>	Blanco, rojo, negro
<b>RESULTADOS</b>	Transmitir emociones en las fotografías de moda es esencial para crear una conexión con el espectador, y la falta de emoción puede hacer que las imágenes se sientan frías e impersonales.

**Figura 13.** *Publicidad Koaj*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 20.** *Análisis Koaj*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Koaj
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Estilo de vida
<b>Tono</b>	Minimalista y moderno
<b>Estilo</b>	Urbano/ <i>Street</i>
<b>Color</b>	Colores pasteles con azul, verde y café
<b>RESULTADOS</b>	La falta de cohesión en el estilo y la estética de las imágenes puede generar confusión sobre la identidad de la marca.

**Figura 14. Publicidad Zizi**



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 21. Análisis Zizi**

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Zizi
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	3
<b>Composición</b>	Dirección de mirada
<b>Narrativa</b>	Lujo
<b>Tono</b>	Minimalista y moderno
<b>Estilo</b>	Editorial
<b>Color</b>	Una base azul, con tomate y blanco
<b>RESULTADOS</b>	Un excesivo uso de Photoshop puede crear expectativas poco realistas sobre los productos y decepcionar a los clientes cuando los reciben

**Figura 15.** *Publicidad Lili Pink*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 22.** *Análisis Lili Pink*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Lili Pink
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	Laguna mall
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Enmarcado
<b>Narrativa</b>	Empoderamiento
<b>Tono</b>	Sensual y provocativo
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	Color negro
<b>RESULTADOS</b>	Mostrar solo una perspectiva de los productos puede no ser suficiente para que los clientes se sientan seguros en su decisión de compra.

**Figura 16.** Publicidad *Bésate*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 23.** Análisis *Bésate*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Bésate
<b>Género</b>	Femenino
<b>Dirección</b>	La Plaza shopping
<b>Número de trabajadores</b>	2
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Empoderamiento
<b>Tono</b>	Sensual y Provocativo
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	Contiene un color de tonalidad blanca con detalles de negro y gris
<b>RESULTADOS</b>	Una escenografía mal diseñada o poco cuidada puede restar valor a los productos y afectar la percepción de calidad de la marca.

**Figura 17.** *Publicidad Aéropostale*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 24.** *Análisis Aéropostale*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Aéropostale
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	La Plaza shopping center
<b>Número de trabajadores</b>	4
<b>Composición</b>	Collage
<b>Narrativa</b>	Estilo de vida
<b>Tono</b>	Natural y relajado
<b>Estilo</b>	Urbano/Street
<b>Color</b>	Tiene predominancia el color azul que juega con el blanco
<b>RESULTADOS</b>	Los accesorios mal seleccionados pueden no complementar adecuadamente la ropa, lo que afecta la apariencia general de las imágenes.

**Figura 18.** *Publicidad Etafashion*



*Nota: Elaboración propia.*

**Tabla 25.** *Análisis Etafashion*

<b>ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD EN TIENDAS DE MODA</b>	
<b>Empresa</b>	Etafashion
<b>Género</b>	Unisex
<b>Dirección</b>	La Plaza shopping center
<b>Número de trabajadores</b>	4
<b>Composición</b>	Proporciones
<b>Narrativa</b>	Estilo de vida
<b>Tono</b>	Elegante y sofisticado
<b>Estilo</b>	Glamour
<b>Color</b>	El blanco juega un papel importante entre todos los demás
<b>RESULTADOS</b>	El uso excesivo de poses cliché puede hacer que las imágenes se vean poco auténticas e interesantes.



## 4.2. Discusión

Después de entrevistar a un experto en fotografía y a una experta en arte sobre la relación entre el surrealismo y la moda, se han obtenido valiosas perspectivas que arrojan luz sobre esta fascinante intersección de disciplinas. Ambos expertos coinciden en que el surrealismo ha influido de manera significativa en la moda a lo largo de las décadas, y esta influencia sigue siendo relevante en la actualidad.

El surrealismo, un movimiento artístico que busca explorar el subconsciente y lo irracional a través de imágenes impactantes yuxtapuestas, ha encontrado en la moda una plataforma para expresarse de manera visual y provocativa. Los expertos señalan que la moda surrealista busca desafiar las normas convencionales y cuestionar la realidad a través de prendas y accesorios que desafían la lógica y la percepción tradicional. Esta estética permite a los diseñadores experimentar con formas inusuales, texturas sorprendentes y colores llamativos, creando piezas únicas y vanguardistas que desafían la noción convencional de la moda.

La colaboración entre la fotografía y el surrealismo en la moda es particularmente evidente en las campañas publicitarias y editoriales. La fotografía ha capturado la esencia del surrealismo en la moda al jugar con la perspectiva, la manipulación digital y la creación de escenas oníricas. Las imágenes surrealistas en la moda no solo son visualmente impactantes, sino que también transmiten un sentido de misterio y evocación, atrayendo la atención y la imaginación del espectador.

Tanto el experto en fotografía como la experta en arte enfatizan que esta relación entre el surrealismo y la moda no es estática, sino que evoluciona constantemente. A medida que la sociedad cambia y se transforma, también lo hace la forma en que se interpreta y se fusiona el surrealismo y la moda. Los diseñadores y los fotógrafos continúan buscando nuevas formas de expresión, inspirándose en las raíces surrealistas mientras reinterpretan y revitalizan estas influencias en contextos contemporáneos.

En el mercado de moda de la ciudad de Ibarra, se observa una inclinación general hacia el uso de la fotografía convencional, la cual, al carecer de elementos llamativos, no logra alcanzar a un público extenso. La comparación entre una imagen convencional y otra que incorpora elementos surrealistas revela oportunidades para destacar en un mercado saturado. El surrealismo mismo proporciona un potencial único para captar la atención del espectador, actuando como catalizador para atraer a una audiencia más amplia. Este enfoque innovador contribuye al crecimiento tanto de la marca como de la empresa, generando impacto económico positivo.

Queda expuesto que para la implementación del surrealismo con la fotografía de moda se requiere de una colaboración entre diseñadores y fotógrafos expertos, su trabajo



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

conjunto eleva visualmente una pieza que podría haber sido convencional a que esta destaque en el mercado.

Con las estrategias de marketing digital adecuadas, es posible resaltar la belleza, creatividad y originalidad de las fotos de moda surrealistas. La difusión a través de redes sociales promueve la interacción, y las personas tienden a mostrar un mayor interés por la fotografía surrealista. Esto, a su vez, abre paso a la exploración de la intersección entre la fotografía, la moda y otras formas de expresión artística.



## CAPÍTULO IV: PROPUESTA

### 5.1. Introducción

En un mundo cada vez más digitalizado, donde la conexión instantánea y la accesibilidad son imperativos, la elección del medio adecuado para dar vida a esta visión se vuelve crucial. Es aquí donde la versatilidad y la accesibilidad de una página web brillan con una claridad singular. Al optar por una plataforma digital, no solo abrazamos la vanguardia tecnológica, sino que también nos comprometemos con una audiencia global, eliminando las barreras físicas y llegando a aquellos que comparten nuestra pasión por la moda surrealista en todos los rincones del mundo.

Además, una página web ofrece la flexibilidad necesaria para dar rienda suelta a nuestra creatividad de formas que van más allá de los límites impuestos por los medios tradicionales. Desde la integración de elementos interactivos hasta la creación de experiencias inmersivas, una página web nos permite presentar el surrealismo en la moda de una manera que sea verdaderamente innovadora y memorable. Es un lienzo en blanco donde podemos pintar con la paleta infinita de la imaginación, sin restricciones ni limitaciones impuestas por el mundo físico.

### 5.2. Objetivo

El objetivo de esta propuesta es crear una página web que explore el surrealismo en la moda desde una perspectiva innovadora y cautivadora. Nuestra misión es sumergir a los visitantes en un mundo donde la realidad y la fantasía se entrelazan para dar vida a creaciones únicas y sorprendentes. A través de una combinación de diseño vanguardista, contenido visualmente impactante y narrativas envolventes, aspiramos a convertir nuestra página web en un destino obligado para los amantes de la moda, los aficionados al arte y todos aquellos que buscan inspiración más allá de los límites convencionales.

La página web se transformará en un escaparate virtual donde el surrealismo y la moda se entrelazan en una danza fascinante de formas, colores y texturas. Cada diseño presentado será una obra de arte en sí misma, desde ropa que desafía la gravedad hasta accesorios que desafían la lógica. Está diseñado para provocar preguntas, despertar emociones y desafiar las percepciones preestablecidas sobre lo que puede ser la moda. Al difundir este mensaje, aumentar la visibilidad de nuestra plataforma y atraer a un público diverso ansioso por descubrir nuevas expresiones artísticas, la publicidad desempeñará un papel crucial. Invitaremos a los visitantes a sumergirse en este universo surrealista y descubrir la magia

que se esconde en él a través de galerías de imágenes, videos exclusivos, entrevistas con diseñadores y más.

### 5.3. Desarrollo de la propuesta



## Sobre nosotros

Somos una marca de moda creativa y original que busca ofrecer prendas y experiencias únicas para que nuestros clientes exploren su individualidad.

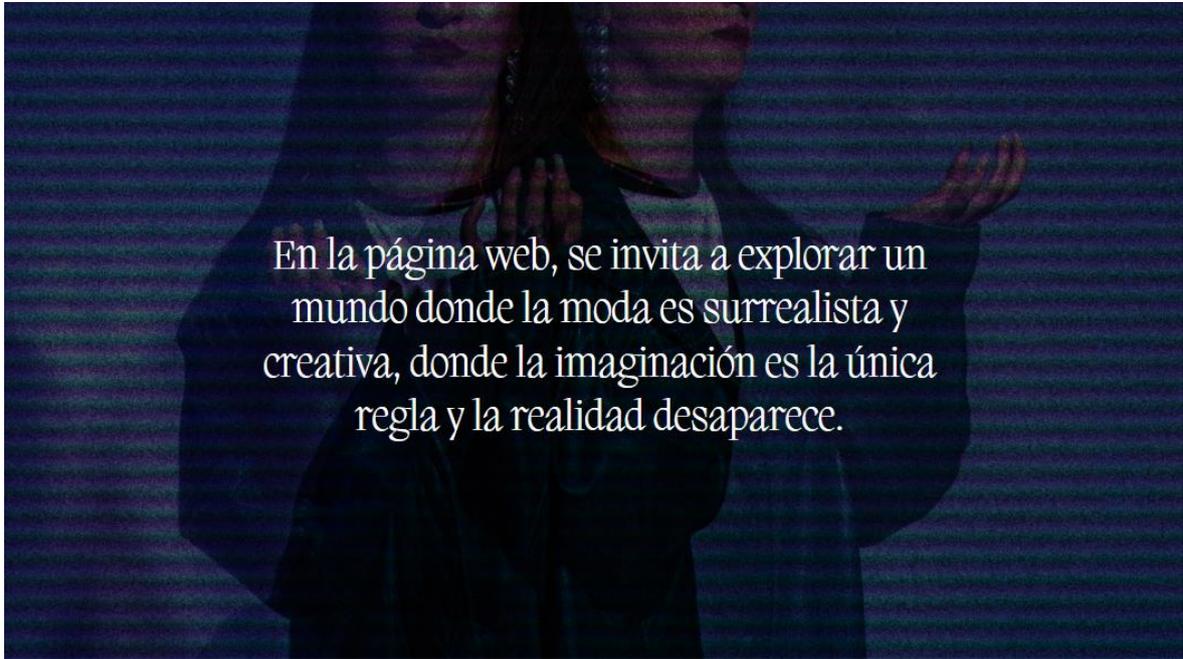


**"Mira el surrealismo donde la moda se convierte en arte y la creatividad no tiene límites".**



**Pureza**

2024  
Campaña editorial.



## Historia de la Marca

En Sendero Chic, la moda surrealista es una pasión que se refleja en sus prendas distintivas. Descubre cómo surgió esta visión y tradición del arte surrealista.





## Descubre Nuestras Colecciones

Explora las colecciones temáticas diseñadas para reflejar la belleza y el misterio del surrealismo, cada pieza es una obra de arte por derecho propio, desde vestidos flotantes hasta blusas decoradas con motivos oníricos.





## Desafiamos al orden establecido

Criticamos las estructuras sociales, políticas y culturales existentes, buscando desestabilizar el status quo y promover la libertad individual y la imaginación creativa.

## Encuétranos



**DIRECCIÓN**  
Calixto miranda y juan leon zapata

**CORREO**  
senderochic@surreal.com

**TELÉFONO**  
612 345 678

<https://senderochic.my.canva.site/>



## CONCLUSIONES

- El estudio realizado revela que la fotografía de moda surrealista ofrece una oportunidad para destacarse en un mercado saturado de imágenes convencionales, ya que permite a las marcas expresar su identidad de manera más distintiva y creativa. Además, al evocar emociones y generar una experiencia memorable, las imágenes surrealistas tienen el potencial de aumentar la fidelidad del cliente y fortalecer la percepción de la marca como innovadora y vanguardista.
- Así mismo se pudo evidenciar que al utilizar las técnicas propias del surrealismo como fotomontaje, doble exposición, colocación de objetos inusuales, simbolismo, metáforas visuales, etc., en la moda puede tener un efecto notable en la percepción y la memoria del espectador. Estas imágenes surrealistas desafían la realidad y presentan conceptos inusuales y creativos, logran destacarse y captar la atención de manera más efectiva.
- En términos de ventas, las fotografías de moda surrealistas pueden generar un mayor interés y curiosidad por parte del público, lo que se traduce en una mayor participación con la marca y sus productos. Al estimular la imaginación y crear una conexión emocional única, las fotografías de moda surrealista pueden mejorar la retención de la marca y fomentar una respuesta positiva hacia las campañas publicitarias.
- Al analizar la fotografía de moda convencional y su influencia en las ventas, se puede concluir que, si bien las imágenes convencionales pueden ser efectivas para mostrar los productos de manera clara y realista, a menudo carecen de un factor sorpresa y de la capacidad de generar un impacto emocional profundo en los espectadores.
- Si bien la fotografía de moda convencional puede ser funcional y efectiva en ciertos contextos, la incorporación del surrealismo en las imágenes de moda puede ofrecer resultados finales más impactantes y atractivos, impulsando así las ventas y posicionando a la marca de moda en una posición más competitiva y emocionante en el mercado.

## RECOMENDACIONES

- Fomentar la creatividad y la experimentación entre los diseñadores de moda y los fotógrafos de la ciudad de Ibarra para que con su inspiración en el surrealismo exploren nuevas formas de expresión en sus creaciones y diseños, innovando de tal manera el mercado local.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

- Fortalecer la visibilidad de la moda surrealista a través de la fotografía para capturar un estilo único en la industria de la moda, y de este modo atraer un público amplio, con un alto potencial e interés en el surrealismo, y así impulsar el impacto y presencia de una marca en el mercado de moda a nivel nacional e internacional.
- Estudiar y aplicar constantemente las últimas tendencias en las técnicas fotográficas surrealistas en la moda que incluyan la doble exposición, composiciones inusuales, efectos especiales, etc., para crear imágenes sinérgicas creativas que llamen la atención y así captar el interés del público.
- Difundir el estilo surrealista en la moda a través de redes sociales y páginas web que son los sitios actualmente más utilizados por los individuos interesados en moda, a fin de compartir el trabajo que se realiza, interactuar con el público y recibir retroalimentación; esto crea una base sólida de seguidores y potenciales clientes.
- Promover la excelencia y calidad en fotos de moda surrealistas para aumentar la percepción de valor de las imágenes y su impacto en el mercado.

## GLOSARIO

***Simbiosis:*** se refiere a la interacción cercana y a largo plazo entre dos o más organismos de diferentes especies. Esta interacción puede ser beneficiosa, perjudicial o neutra para uno o ambos organismos.

***Automatismo:*** es la capacidad de un sistema o máquina para funcionar de forma automática, sin necesidad de intervención humana.

***Daguerrotipo:*** fue el primer procedimiento fotográfico que permitía registrar imágenes a través de un procedimiento químico.

***Movimientos Vanguardistas:*** conjuntos de artistas que se desarrollaron en la literatura y las artes plásticas en distintos puntos de Europa.

***Photo-Secession:*** movimiento artístico fundado en 1902 en Nueva York por Alfred Stieglitz junto a Edward Steichen y Alvin Langdon Coburn. La denominación fue elegida como homenaje al simbolismo y la trasgresión vienesa de finales del siglo XIX.



**Softboxes:** es un accesorio que permite suavizar la luz de un flash que se sitúa en su interior, haciéndola más difusa (como su nombre indica) y también más direccional.

**Beauty Dishes:** es un reflector o modificador de la luz de flash (de estudio) que se usa casi exclusivamente para retratos, y sobre todo en retratos de “belleza”.

**Fenómeno Social:** son todos aquellos eventos, tendencias o reacciones que tienen lugar dentro de una sociedad humana establecida. Se evidencian a través de modificaciones colectivas de conducta.

**Yuxtaposición:** es la adición o asociación de dos términos o elementos, de manera tal que conformen uno solo.

**Metáforas Visuales:** son imágenes que representan conceptos abstractos o ideas.

**Engagement:** es un término del inglés que se refiere a la capacidad de una marca, un producto o una empresa de crear relaciones sólidas y duraderas con su audiencia o sus trabajadores.

## REFERENCIAS

- Anton, A. M., Zuloaga, F. O., Belgrano, M. J., Ponce, M. M., & Arana, M. D. (2019). Fotografías. In *Flora vascular de la República Argentina 20(1): Dicotyledoneae-Lamiales (except Verbenaceae)*. <https://doi.org/10.2307/j.ctvf3w4d6.26>
- Baltar, A. (2021). ¿Qué es y hacia dónde va la fotografía? In *Icono14* (Vol. 19, Issue 2). <https://doi.org/10.7195/R114.V19I2.1738>
- Bueno, A., & Sanchez, L. D. L. A. (2021). *La fotografía como medio de intervención artística y expresión simbólica de la realidad infantil* [[Tesis de grado], Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/17793>
- Cruz, C. (2019). *El surrealismo natural en las fotografías del libro documental “estudio courret hnos. 1863-1935: La destrucción del olvido”* [[Tesis de grado], Universidad Privada Antenor Orrego]. <https://hdl.handle.net/20.500.12759/5791>



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA (FECYT)

- García, M. del M. (2019). *La narrativa subversiva en la fotografía de moda de Steven Meisel* [[Tesis doctoral], Universidad de Sevilla]. <https://hdl.handle.net/11441/88159>
- Guerrero, B., & Barreiro, C. (2020). La fotografía de moda y el surrealismo fotográfico. Una relación sin fin. *Revista Panamericana de Comunicación*, 1. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i1.2312>
- Hunter, F., & Reid, R. (2020). *La Iluminación en la Fotografía* (Marcombo).
- Iriarte, C. (2022). *Recursos proyectuales de la moda y la fotografía surrealista* [[Tesis de grado], Universidad del Este]. <http://dspace.biblio.ude.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/230/UDE%20Tesis%20-%20IRIARTE%2c%20C.%20Recursos%20proyectuales%20de%20la%20moda%20y%20la%20fotograf%c3%ada%20surrealista.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Latorre, J. (2012). *Fotografía y Arte: Encuentros y Desencuentros. Encounters and Evades between Art and Photography*, 11.
- Lázaro, A. (2020). Una mirada desde la moda. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 111. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi111.4233>
- Lewis, E. (2017). *...Ismos. Para Entender La Fotografía* (Oceano / Turner).
- Moran, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación* (Pearson Educación). <https://mitrabajodegrado.files.wordpress.com/2014/11/moran-y-alvarado-metodos-de-investigacion-1ra.pdf>
- Muzzarelli, F. (2019). La aventura de la fotografía como arte de la moda. *Cuadernos Del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 44. <https://doi.org/10.18682/cdc.v44i44.1591>
- Parejo, N. (2017). La fotógrafa Denise Bellon: surrealismo, documentalismo y fotografía humanista. *Liño*, 23(23). <https://doi.org/10.17811/li.23.2017.139-146>
- Rodríguez, H. (2022). *Fotografía de moda: ¡captura el glamour de las pasarelas*. Future of People. <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/fotografia-de-moda/>
- Romero, F. (2020). *Cátedra Fotografía*. Itec. <https://es.scribd.com/document/472155816/Que-Es-Una-Produccion-Fotografica>
- Ruzza, A. (2016). DADAÍSMO E SURREALISMO: UMA EXPERIÊNCIA NO CINEMA. *Revista Lumen - ISSN: 2447-8717*, 1(2). <https://doi.org/10.32459/revistalumen.v1i2.36>



Saavedra, E. (2021). Acerca de la Moda. *Revista de Educación Matemática*, 36(1).  
<https://doi.org/10.33044/revem.28231>

Salamanca, S. (2020). *Definiciones importantes, moda, estilo y tendencia*. Sisvestidos.  
<https://sisvestidos.com/definiciones-importantes-moda-estilo-y-tendencia/>

Sontag, S. (2010). *Sobre la fotografía* (Santillana).

## ANEXOS

### Anexo 1 – Entrevista

1. ¿Has escuchado sobre el surrealismo como movimiento artístico?
2. ¿Te parece que la moda y el arte pueden estar relacionados de alguna manera?
3. ¿Alguna vez has visto imágenes de moda que te parezcan extrañas o inusuales?
4. ¿Qué crees que hace que una fotografía de moda sea considerada "surrealista"? ¿Qué elementos podrías identificar en este tipo de imágenes?
5. Si vieras una fotografía de moda con elementos surrealistas, ¿qué emociones sensaciones crees que podrías experimentar al mirarla?
6. ¿Crees que el surrealismo puede aportar algo nuevo y diferente a la moda actual?
7. ¿Sabes qué es la fotografía de moda y cómo se diferencia de otras formas de fotografía?