

LECCIÓN 4.1 · FASHION & EDITORIAL

MODA Y EDITORIAL CON IA, DIRIGIDOS.

Una muestra de la lección 4.1 de la Academia. El mismo vestido y la misma modelo, generados con la misma herramienta, pueden ser catálogo o campaña. La diferencia no está en el vestido ni en el modelo de IA. Está en los códigos.

SECCIÓN 01

El lujo no grita. Se construye con resta.

Es la primera regla y la que más cuesta, porque la IA tiende a llenar. El lujo vende deseo, no producto.

- [ ] Espacio negativo.
- [ ] Pocos elementos y paleta controlada.
- [ ] Tipografía mínima.
- [ ] La modelo casi nunca sonríe ni mira a cámara: el consumidor de lujo quiere espiar un mundo al que todavía no entró.
- [ ] Luz dura de sol directo o natural de ventana, rara vez la luz pareja de un estudio.
- [ ] Una locación con historia.

SECCIÓN 02

Editorial, campaña y fashion film.

Los tres usan los mismos códigos. Cambia para qué se hacen y cuánto se ve el producto.

FORMATO	EDITORIAL	CAMPAÑA	FASHION FILM
Qué es	La serie que una revista publica para contar una historia visual.	Lo que la marca paga para vender una colección.	La versión en movimiento.
El producto	Puede casi no verse.	Se ve, con los mismos códigos.	Tela en el aire, textura, gesto.
La narrativa	Una historia en serie.	La de la colección.	Casi nunca con principio y final.

ERROR COMÚN

Eso es catálogo.

La modelo perfecta en fondo gris mirando a cámara se ve a plantilla, y el cliente lo detecta al segundo. Eso es catálogo, y se paga como catálogo.

SECCIÓN 03

Una marca no compra un personaje. Compra nueve decisiones.

Campaign consistency es coherencia de personaje, y también de las otras ocho. Eso transforma diez generaciones lindas en una campaña coherente.

FILA	QUÉ DECIDE
Personaje	Quién aparece, siempre igual.
Producto	Qué se vende y cómo se ve.
Locación	Dónde pasa.
Iluminación	De dónde viene la luz y cómo es.
Styling	Ropa, accesorios, peinado y maquillaje.
Paleta	Los colores que entran y los que no.
Cámara	Lente y altura.
Narrativa	La historia que cuenta la serie.
Packaging	Cómo y cuándo aparece.

SECCIÓN 04

Una página antes de generar. Una línea por fila.

Antes de generar nada escribís la Campaign Bible: nueve filas, una decisión por fila. Así trabajamos en BISO cada campaña.

PLANTILLA Tu Campaign Bible — COPIÁ Y PEGÁ

```
Marca: [MARCA] · Categoría: [CATEGORÍA]
Personaje: [PERSONAJE]
Producto: [PRODUCTO Y CÓMO SE VE]
Locación: [LOCACIÓN]
Iluminación: [LUZ]
Styling: [STYLING]
Paleta: [PALETA]
Cámara: [LENTE Y ALTURA]
Narrativa: [HISTORIA EN UNA FRASE]
Packaging: [PACKAGING Y CUÁNDO APARECE]
```

Completá cada [VARIABLE] con una sola decisión. Si una fila te lleva más de una línea, todavía no decidiste.

PROMPT 01 Una imagen que respeta la Bible — COPIÁ Y PEGÁ

```
Imagen editorial de la serie de [MARCA]. [MOMENTO].
Personaje: [PERSONAJE]. No sonríe ni mira a cámara.
Producto: [PRODUCTO Y CÓMO SE VE].
Locación: [LOCACIÓN]. Iluminación: [LUZ].
Styling: [STYLING]. Paleta: [PALETA].
Cámara: [LENTE Y ALTURA].
Narrativa: [HISTORIA EN UNA FRASE].
Espacio negativo, pocos elementos, sin logos ni texto.
```

Copiá las filas de tu Campaign Bible tal cual. Cambiá solo [MOMENTO] de una imagen a la otra.

SECCIÓN 05

Seis imágenes, una sola historia.

Una marca hipotética de joyería de autor uruguaya, en plata, prepara un editorial de seis imágenes. Esta es su Campaign Bible.

FILA	DECISIÓN
Personaje	Una sola modelo de cuarenta y pico.
Producto	Plata en manos y cuello, nunca en primer plano de catálogo.
Locación	Una casa de piedra.
Iluminación	Luz de ventana a la tarde.
Styling	Lino crudo.
Paleta	Ocres y piel.
Cámara	Lente de 85 mm a la altura de los ojos.
Narrativa	Una tarde sola en esa casa.
Packaging	Caja de cartón natural, cerrada, una sola vez sobre la mesa.

CLAVE

Ahí está la diferencia entre generar y dirigir.

Con esas nueve decisiones las seis imágenes se leen como una historia.
Si en la cuarta cambiás la luz porque quedó linda, rompiste la serie.

SECCIÓN 06

Cuatro pasos y un filtro.

Cada generación pasa por las nueve filas antes de guardarla. Si falla en una, no entra.

01

Elegí la marca y su categoría.

Anotá qué espera la marca, qué espera el consumidor y qué se ve a plantilla.

02

Escribí la Campaign Bible.

Nueve filas, una decisión por fila.

03

Generá.

Pasá cada imagen por las nueve filas antes de guardarla.

04

Descartá sin culpa.

Si una imagen falla en una fila, afuera, aunque sea la más linda.

ERROR COMÚN

No escribas "lujo" en el prompt.

Sale siempre lo mismo: dorado, mármol, brillo, humo, un frasco flotando. Es lo que el modelo aprendió que la gente cree que es lujo, y una marca de verdad lo rechaza al instante. La resta no se escribe en una palabra, se escribe en nueve filas.

¿TE SIRVIÓ?

El lujo vende deseo con resta, no producto con brillo.

@bistudio.ai

Esto es una muestra de la lección 4.1 de la Academia. En la lección completa elegís la marca de tu campaña, escribís su Campaign Bible y producís tres stills editoriales que pasan las nueve filas: los primeros assets de tu campaña.

Anotate en la 2ª generación de la Academia →

El equipo de BISO

INSTAGRAM
@bistudio.ai

WEB
biso.studio

EMAIL
hola@biso.studio