



Proyecto MOMED. Construyendo nociones de una moda para la sostenibilidad y el cambio.

Andrés Mauricio López Galeano

Universidad Santo Tomás
Maestría en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social
Bogotá, Colombia
2018

Proyecto MOMED. Construyendo nociones de una moda para la sostenibilidad y el cambio.

Andrés Mauricio López Galeano

Trabajo de investigación presentado como requisito parcial para optar al título de:
Magíster en Comunicación, Desarrollo y Cambio Social

Director (a):

Mónica Valencia Corredor

Opción de grado::

Producto Multimedia

Universidad Santo Tomás

Facultad de Comunicación Social

Bogotá, Colombia

2018

Dedicado a los esfuerzos de quienes buscan en el diseño y la moda una forma de resistencia en el mundo. Nadando, luchando y construyendo en contra de la corriente.

Gracias a mi madre Gloria, mi tío Mauricio, mi padrastro Rodrigo y a mis hermanos Juan y Ana que desde la lejanía son el impulso más importante en mi vida, y los bichos raros que más extraño en el mundo.

“...quizás sea incluso hablando de trapos como empieza cualquier cambio social importante”.

Frederyc Monneyron

Tabla de contenido

Resumen

9

1. ¡Error! Marcador no definido.
2. ¡Error! Marcador no definido.
 - 2.1 ¡Error! Marcador no definido.
 - 2.2 ¡Error! Marcador no definido.
3. ¡Error! Marcador no definido.
 - 3.1 ¡Error! Marcador no definido.
 - 3.2 ¡Error! Marcador no definido.
4. ¡Error! Marcador no definido.
5. ¡Error! Marcador no definido.
6. ¡Error! Marcador no definido.
7. ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.1 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.2 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.3 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.4 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.5 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.6 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.7 ¡Error! Marcador no definido.
 - 7.8 ¡Error! Marcador no definido.
8. ¡Error! Marcador no definido.
 - 8.1 ¡Error! Marcador no definido.

- 8.2 ¡Error! Marcador no definido.
9. ¡Error! Marcador no definido.
10. 91
- 10.1 92
- 10.2 ¡Error! Marcador no definido.
- 10.3 ¡Error! Marcador no definido.
- 10.4 ¡Error! Marcador no definido.
- 10.5 ¡Error! Marcador no definido.
11. ¡Error! Marcador no definido.
12. 142

Lista de figuras

<u>Figura 1. Wayuu Bag: un negocio redondo a costa del patrimonio cultural</u>	15
<u>Figura 2. Diseñadora plagió diseño mixe, pero no lo registró a su nombre</u>	16
<u>Figura 3. Slow Fashion next. 2018</u>	98
<u>Figura 4. Ecofashion Latinoamérica 2018</u>	99
<u>Figura 5. Arquitectura de la información</u>	101
<u>Figura 6. Diseño de interactividad</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Figura 7. Diseño interactividad página principal.....</u>	103
<u>Figura 8. Ejemplo animación básica botones.....</u>	104
<u>Figura 9. Diseño interactividad Blog....</u>	106
<u>Figura 10. Diseño interactividad iniciativas universidades.</u>	107
<u>Figura 11. Diseño interactividad Iniciativas sector externo.</u>	108
<u>Figura 12. Diseño interactividad Testimonios docentes.</u>	¡Error! Marcador no definido.
<u>Figura 13. Propuestas de LOGO</u>	115
<u>Figura 14. Logo MOMED definitivo.</u>	116
<u>Figura 15. Mock Ups MOMED</u>	117
<u>Figura 16. Mock ups 2 MOMED.</u>	117
<u>Figura 17. Paleta de colores principales</u>	118
<u>Figura 18. Paleta de colores secundarios</u>	118
<u>Figura 19. Paleta de colores terciarios</u>	118
<u>Figura 20. Elementos gráficos y styoryboard animado MOMED.</u>	120
<u>Figura 21. Iconos</u>	121
<u>Figura 22. Botones interactivos</u>	122
<u>Figura 23. Imagen intro Blog.</u>	122
<u>Figura 24. Imagen MOMED tecnología.</u>	123
<u>Figura 25. Imagen MOMED sector académico.</u>	124
<u>Figura 26. Imagen MOMED comunicación.</u>	125
<u>Figura 27. Imagen MOMED apropiación cultural.</u>	126
<u>Figura 28. Elementos gráficos MOMED.</u>	¡Error! Marcador no definido.

Figura 29.Fondo testimonios MOMED.

128

Lista de tablas

[Tabla 1. Documentos Área Andina](#)

48

[Tabla 2. .Documentos CUN](#)

49

Lista de anexos

[Anexo 1. Matriz de revisión de proyectos de grado](#)

141

[Anexo 2. Transcripciones de entrevistas a los docentes](#)

142

[Anexo 3. Audios de los docentes](#)

143

1. Resumen

Esta investigación se construye desde la necesidad urgente por indagar sobre la forma en que el entorno académico del diseño de modas ha concebido los conceptos de sostenibilidad y cambio social a través de múltiples instancias (proyectos de grado e investigación, iniciativas de impacto social y testimonios docentes), con el fin de debatir y dialogar, partiendo de conceptos dados por la MCDCS, frente a las problemáticas y cambios de una industria y disciplina que está redefiniendo su sistema creativo y productivo a partir de el boom mediático y la teorización occidental del concepto moda sostenible. El resultado de esta investigación deriva en una propuesta de página web denominada MOMED (<http://www.proyectomomed.co/>) que reúne los análisis e información recolectada, con el propósito de evidenciar iniciativas de impacto social que realizan 3 instituciones académicas de la ciudad de Bogotá, además de disponer de un blog interactivo como recurso de uso académico asociado a los conceptos de moda sostenible y moda para el cambio identificados en esta investigación. Y que, por último, busca dar a conocer distintas definiciones en torno a la moda, el cambio social y la moda sostenible dados por docentes. Estos elementos se evidencian en esta propuesta de página web con el fin de suplir ausencias comunicativas y encender el interés, debates y diálogos sobre las complejidades y cambios en los que la joven disciplina del diseño de modas en el país se embarca.

Palabras clave: moda sostenible, moda, moda para el cambio, comunicación para el desarrollo y el cambio social.

2. Introducción

Este proyecto de tesis indaga por las propuestas de investigación, los proyectos de responsabilidad social y concepciones vinculadas a los conceptos de sostenibilidad y cambio social, en el marco de tres instituciones académicas del diseño de modas de la ciudad de Bogotá:

1. Fundación Universitaria del Área Andina
2. Corporación Unificada de Educación Superior CUN
3. Universidad Jorge Tadeo Lozano

La investigación parte de la preocupación que como docente se ha tenido a partir de la emergencia del término moda sostenible y su vinculación a procesos de cambio, relacionados con diversas problemáticas socioambientales que trastocan los modos de producción y las dinámicas de trabajo en la industria mundial de la moda. La iniciativa de la moda sostenible es liderada por países europeos cuyos procesos de investigación dentro de la academia han suscitado debates frente al futuro de la disciplina del diseño de modas en todo el mundo.

En Colombia los debates que se han dado entorno al futuro de una moda que mira a la sostenibilidad han sido más bien pocos, se ha tomado un concepto proveniente de Europa, en relación a su tratamiento, impacto y temáticas frente a la forma en que la moda puede ser sostenible. En el país, entidades como la Cámara de Comercio han impulsado algunos movimientos, bajo la figura de mesas redondas conocidas como “Moda 360” (Cámara de Comercio, 2017), donde se fomenta la cultura de la sostenibilidad y se impulsa la “creación de marcas sostenibles”. Con relación a la sostenibilidad, se llevan a cabo múltiples iniciativas en el sector comercial donde marcas, diseñadores y colectivos se autodenominan sostenibles e impulsadoras del cambio.

No obstante, la mayoría de estas iniciativas provienen de diseñadores, o entidades altamente reconocidas en el país, las cuales promueven el trabajo con comunidades, mujeres cabeza de familia, población vulnerable en búsqueda de generar productividad económica como postura que promueve la sostenibilidad y el cambio. En este proceso los medios de comunicación dan visibilidad y promueven estas iniciativas, que si bien pueden considerarse como positivas,

carecen de comprensiones más allá de la generación de empleo, creación de trabajo y oportunidades económicas, así como de una mirada crítica a las problemáticas locales, asociadas a temas como el impacto de las industrias nacionales, al medio ambiente, a la calidad de vida humana relacionada a las prácticas laborales de la industria local, o la apropiación de la cultura tradicional colombiana a procesos de diseño. Este proceso reflexivo no se ha dado en el país, por falta de acceso a un espacio comunicativo que reúna en un mismo lugar esta información, de forma asequible, rápida, dinámica y que invite a generar discusiones, debates, diálogo y críticas al concepto de moda sostenible. Si bien existe amplia información en la web sobre la moda sostenible a modo de artículos, textos, videos y otros contenidos, estos se encuentran esparcidos en la web, desligados unos de otros, y en su mayoría son producidos principalmente en otros idiomas.

Por otra parte, el entorno académico, en el marco de varias instituciones educativas de diseño de modas en Colombia, ha buscado formas de implementar los conceptos de sostenibilidad y fomentar una cultura de cambio social a través de propuestas como lo son proyectos de investigación, iniciativas de impacto social y un conocimiento frente a las problemáticas y complejidades del entorno local de la moda en términos sociales y ambientales, para así transformar la mentalidad de futuros diseñadores en relación a su disciplina y construir una mentalidad sostenible y de cambio. Sin embargo, este tipo de investigaciones, conocimientos, e iniciativas, carecen de visibilidad, apoyo de entidades externas, e incluso, falta construcción académica conjunta, por tanto, son tratadas de forma individual por cada institución, lo que impide, de un lado, la construcción local de un concepto propio de sostenibilidad, el fomento del interés y el debate entorno a esta noción, y de otra parte, la construcción de espacios de participación y organización que favorezcan la comunicación entre diferentes entidades y personas, que de una forma u otra forma, pueden contribuir a su desarrollo.

En respuesta a las deficiencias del campo del diseño, en materia de reflexiones académicas acerca de la relación entre sostenibilidad, moda y cambio social, se erige este estudio, que indaga por las propuestas de investigación, los proyectos de responsabilidad social y las concepciones vinculadas a los conceptos de sostenibilidad y cambio social, en el marco de tres instituciones educativas del diseño de modas de la ciudad de Bogotá, como insumo para la creación de un piloto de producto web, que responde a las inquietudes y aprendizajes enmarcados en mi paso por la maestría, concebido como espacio de comunicación y diálogo entre instituciones

académicas, docentes, comunidades y estudiantes. Allí, la sostenibilidad y el cambio social, entendidos desde la comunicación y la moda, son el núcleo de un espacio web que busca hacer visibles iniciativas de la moda con impacto social (tanto en el marco de las universidades, como en el sector externo nacional e internacional), las temáticas principales sobre la moda sostenible y el cambio enmarcadas en proyectos de investigación, junto a los testimonios y conocimientos de docentes de tres instituciones académicas, de acuerdo a las problemáticas, necesidades y concepciones de la moda, la moda sostenible y el cambio social.

Entonces, se pretende que los contenidos de esta web sean de utilidad dentro y fuera de las aulas de clase, y provoquen debates y discusiones que permitan la construcción de un concepto de moda distinta vinculada a procesos de cambio social. Un concepto que parta de lo construido por los ideales de la moda sostenible, pero que incluya una mirada más cercana a la realidad local y que fomente el interés de otras disciplinas (por ejemplo, el de la MCDCS), investigadores, docentes, o instituciones, en estudiar, conocer y profundizar en las nuevas miradas y perspectivas desde las cuales el diseño de modas actual redefine su misma esencia, buscando un enfoque más social, humano y ambiental entorno a sus procesos.

3. Planteamiento del problema

El diseño de moda en Colombia es un espacio disciplinar joven y en constante transformación. Aparece en el panorama educativo hace 23 años (como formación técnica), y desde su constitución, se vienen realizando cuestionamientos por la definición de su objeto de estudio, epistemología, procesos de enseñanza e influencia social. Al respecto, como docente de diseño se ha identificado un débil relacionamiento entre la disciplina académica del diseño de modas y el entorno (diseñadores, marcas, empresas, entre otros); adicionalmente, una escasa cualificación docente con respecto a su nivel de formación académica y un incipiente tratamiento investigativo asociado a la moda y el diseño como herramientas sostenibles o de impacto social. Existen también vacíos frente a la identificación y aportes del entorno académico a las problemáticas del contexto local de la moda y una inexistente acción conjunta entre instituciones académicas, comunidades, diseñadores, estado, entre otros, con relación a proyectos e iniciativas para afrontar estos problemas.

Esta escasa cualificación docente, en relación a la disciplina de la moda, o el diseño en Colombia, responde a la escasa oferta de programas de posgrado en el campo. El documento de aval para la apertura de la Maestría en Diseño, de la facultad de Artes de la Universidad Nacional de Colombia, evidencia en uno de sus apartados denominado “Gran cantidad de pregrados, pocas maestrías”, que existen en diseño un importante número de pregrados activos y siete programas a nivel nacional relacionados al diseño de modas. Por otro lado, el documento muestra que no existen espacios de formación posgradual asociados a la disciplina de la moda, y escasamente tres maestrías activas relacionadas al diseño y un doctorado de diseño en el país.

Se observa adicionalmente que los docentes no ven en la investigación una herramienta de impacto para la transformación de su entorno, por el contrario, ven en esta un ejercicio escueto, complejo, aburrido y entienden que la construcción de procesos de investigación que desembocan en prácticas o propuestas alternativas de diseño aplicadas a la moda que aporten a la sostenibilidad o el cambio, debe ser concebida para la producción de vestuario masivo como índice de éxito. Este pensamiento se transmite a estudiantes que ven la investigación no como un ejercicio metódico que da insumos en pro de mejorar su quehacer creativo, sino como un requisito aplicable para la construcción de su documento de proyecto de grado y a la moda sostenible, como un concepto emergente que tiene más que ver con una forma de producir vestuario menos invasiva con el medio ambiente que como una herramienta conceptual y teórica para el estudio de su entorno en términos sociales, ambientales y culturales.

Ahora, en su libro “La autonomía y diseño, la realización de lo comunal”, Escobar(2016)consideró que el diseño es una disciplina con inmenso potencial práctico que debe ser estudiado y apropiado, con el objetivo de aportar a las profundas transiciones culturales y ecológicas en las que el mundo se enmarca, para enfrentar las distintas crisis en términos de recursos, energía, pobreza y significados. Si bien la moda se define como un sistema de producción, el diseño de modas es en sí un ejercicio de creación entorno a procesos de investigación que plantea posterior a una indagación, respuestas(dadas a través de un producto) a necesidades variadas, desde lo funcional, lo estético, social, etc. En ese sentido, es importante conocer la profundidad teórica y metodológica enmarcada en proyectos de investigación, estableciendo temas y puntos de interés que requieran tratamiento, entorno a los conceptos de sostenibilidad y cambio social en el marco del diseño de modas local, buscando potenciar el pensamiento crítico dentro del entorno académico, siendo este el escenario donde “la articulación

de la práctica del diseño con la formación en investigación se hace imprescindible, para la generación de proyectos acordes con la realidad que el diseño como profesión desea transformar” (Fernández & Zuleta, 2015, p. 21).

Igualmente, Escobar (2016) recalcó la importancia que tiene nutrir la potencialidad del diseño en pro de las transiciones y procesos enmarcados en el mundo actual, pero menciona que se requiere una orientación significativa de la práctica del diseño, partiendo de los cimientos funcionalistas y racionalistas que lo constituyen y en las que tranquilamente habita en pro de la construcción de productos asociados principalmente, a un desarrollo económico o estético, como eje principal de la vida. De acuerdo a ello, Escobar invitó a entender que el diseño es ontológico, puesto que cada objeto, servicio, narrativa, o producto en los que se involucra construye nuevas formas de ser, saber y hacer, desde esta perspectiva la producción y diseño de vestuario sostenible o pensado para el cambio puede ser un nuevo campo de debate que aporte a la transformación de la disciplina del diseño de modas, y es también un nuevo campo de acción y de análisis para el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, cuya trayectoria y conocimiento entorno a métodos de participación, inclusión, diálogo y transformación social son mucho mayores y poseen una amplia riqueza, historia y trayectoria.

En tanto que la comunicación y la moda tienen ejes comunes que a través del estudio de signos propuestos por Umberto Eco y Roland Barthes, desembocaron en nuevas ramas de conocimiento e investigación como la semiótica, los conocimientos, teorías y métodos de la comunicación para el desarrollo y el cambio social al ser enmarcados en el campo del diseño de modas y desde un encuentro con este otro saber (MCDSCS), evidencian y sirven como combustible que encienda mentes frente a la importancia de construir interdisciplinaridad como un proceso que apoye las múltiples transformaciones y cambios de la realidad académica del diseño de modas. Llevando también a través de un ejercicio de diálogo entre dos disciplinas a la construcción de nuevas ramas de análisis y estudio dentro del campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Si bien la comunicación durante los años 60 se dividió en dos, la comunicación publicitaria y la participativa, la moda está tomando en este país y otros de Latinoamérica un proceso de separación similar, partiendo del modelo conocido como moda sostenible, busca redefinir sus bases y construir propuestas creativas que aporten a la calidad y desarrollo de la vida en el planeta. Por esto, el estudio de las nociones de la sostenibilidad y el

cambio social dentro del entorno académico local son importantes para esta investigación, siendo este el sitio donde deben darse estos cruces interdisciplinarios y debates en pro de trastocar mentes y producir transformaciones que impacten la industria y vida local de aquellos que producen, confeccionan, diseñan, discuten y construyen moda en el país.

De otro lado, la producción investigativa y creativa asociada al diseño de modas debe partir de la indagación a problemáticas relacionadas a la industria e individuos que la circundan. Durante los últimos años, el ámbito académico de la moda internacional ha introducido el concepto de moda sostenible en sus prácticas y enseñanza, construyendo por primera vez en la historia un concepto de moda, diseño y práctica de consumo alternativo que ha llevado a constituir esfuerzos por incorporar prácticas más amigables con el medio ambiente, mejorar procesos de desigualdad en el entorno laboral, y el aumento de iniciativas que alzan la bandera de la sostenibilidad.

Por otra parte, en Colombia, muchos de los conceptos de la moda sostenible se han heredado de la cultura occidental, y temáticas o estudios entorno a la producción, el valor artesanal y tradicional de etnias colombianas han sido tratados por académicos, aunque falta aún un largo camino por recorrer. Lo anterior es problemático y urgente, se han dado casos de plagio a la producción cultural de comunidades indígenas en países latinoamericanos, debido en gran medida a que “la artesanía latinoamericana, muchas veces es preferida o reconocida solo en calidad de “souvenir””(Benítez, 2010, p. 3). En Colombia, el caso de la diseñadora Stella RittWagen generó conmoción y debate. La diseñadora plagió y promocionó como diseños propios, diseños de la comunidad Wayuu, lo que acerca a la realidad compleja de las artesanías y sus procesos que son considerados como sostenibles, al incorporar técnicas amigables con el medio ambiente que se alejan de la lógica de producción masiva de vestuario. Procesos nocivos para el valor y el patrimonio cultural, se repiten no solo en Colombia, países como México también se ven afectados por esto; se demuestran aquí ambos casos:

Wayuu Bag: un negocio redondo a costa del patrimonio cultural

Esta mujer wayuu cuenta cómo funciona el business de los extranjeros que se llevan las mochilas pagando mano de obra barata

Por: **Karmen Ramírez Boscán** | Marzo 25, 2015

Este es un espacio de expresión libre e independiente que refleja exclusivamente los puntos de vista de los autores y no compromete el pensamiento ni la opinión de Las2Orillas.



Figura 1. Wayuu Bag: un negocio redondo a costa del patrimonio cultural

Fuente: (Ramírez, 2015)

Diseñadora plagió diseño mixe, pero no lo registró a su nombre

Esta mañana, numerosos medios publicaron una supuesta demanda del gobierno francés en contra de los artesanos de Santa María Tlahuitoltepec, en la sierra de Oaxaca.



Figura 2. Diseñadora plagió diseño mixe, pero no lo registró a su nombre

Fuente: (Milenio Digital, 2015)

Lo anterior demuestra que en muchos casos las prácticas relacionadas al diseño de modas y su producción tienen una clara incidencia sobre el patrimonio cultural y humano, especialmente

cuando este patrimonio se transforma en tendencia, produce masivamente y se remueve todo valor identitario y cultural de este, esta práctica de producción masiva de vestuario se conoce como pronta moda. El concepto de Pronta Moda o *Fast Fashion* se caracteriza por combinar producción acelerada de prendas en volumen extremadamente grandes y un rápido nivel de consumo de tendencias de moda en productos de muy bajo coste y calidad. La durabilidad de los productos y su calidad hace que prendas de vestuario se desgasten rápidamente. En algunos casos, por falta de buenos materiales para su desarrollo, pero principalmente debido a un desgaste artificial (Martínez, 2015).

En contra propuesta al modelo *fast fashion* o pronta moda se ha planteado una nueva forma de producción denominada Moda Lenta o *Slow Fashion*, la cual promueve el consumo responsable de moda y prendas recalando la importancia del trabajo digno y justo, el uso de materiales amables con el medio ambiente y la apropiación de procesos tecnológicos que disminuyan el impacto ambiental de la producción de vestuario. Esta nueva forma de producción busca redefinir las lógicas de creación y consumo asociadas a marcas de pronta moda en el mundo e invitar a diseñadores a cuestionar el impacto que sus producciones tienen en el mundo y su entorno.

Cabe señalar que el concepto de moda sostenible empezó a resonar en el entorno académico nacional, tras la llegada de multinacionales de pronta moda en el año 2007 - conglomerado *Inditex: Zara, Stradivarius, Bershka y Pull& Bear* (Diario El Tiempo, 2007)- que hasta el 2017 continúan llegando, como es el caso de la marca sueca H&M. Estas marcas encendieron la alarma en el mundo frente a una realidad de la industria antes desconocida, principalmente por un manejo y problematización que se dio al *fast fashion* en términos ambientales, humanos y por el impacto que el vestuario producido y vendido a muy bajo costo tendría para empresas nacionales. En el año 2018, la ONU declaró como “emergencia medioambiental” al *fastfashion* por la cantidad de residuos plásticos y tóxicos que produce el desperdicio textil, así como el gasto exagerado de agua asociado a sus procesos, donde un pantalón de denim por ejemplo requiere 200 litros de agua para su producción(Baldé, 2018).

De acuerdo con la fundación *Greenpeace*, la producción de prendas de vestuario se duplicó en el mundo entre 2000 y 2014. Para el año 2016, el número de prendas incrementó hasta 100 billones. A medida que aumenta el número de prendas, aumenta el número de desperdicios y

residuos que esta deja, así mismo la mano de obra requerida para su creación (Cobbing & Vicaire, 2016). Por último, en el año 2015, y en formato documental, la propuesta “*The true cost*” reveló la complejidad y crudeza relacionadas al impacto global que tiene la industria de la moda sobre el planeta y las personas, un recomendado para todo aquel que consume, estudia, enseña y crea la moda. Desde la llegada de este sistema de producción acelerado llamado pronta moda, empresas nacionales, buscando ser competitivas en el mercado han incorporado sus principios de producción acelerada, más estudios y datos frente al impacto de la industria nacional en términos ambientales y humanos son casi inexistentes.

En contraste, a la desconocida realidad de nuestro país entorno al impacto de la industria de la moda, organizaciones internacionales como Oxfam, la coalición de Ropa Sostenible, la Iniciativa Nórdica Limpio y Ética, la iniciativa *Fashion Revolution*, y *Greenpeace* han realizado reportes que denuncian algunas de las prácticas negativas de conglomerados como Inditex, denunciando la situación y condiciones inhumanas a través de los testimonios trabajadores en países como la India, que carecen de seguridad social, reciben salarios mínimos y horas de trabajo adicionales impuestas, donde marcas tercerizan con satélites de confección que imponen su voluntad depredadora sobre sus trabajadores (Intermón Oxfam, 2004).

Ahora bien, en términos de prácticas, condiciones laborales y salarios de la industria de la moda en Colombia, es escasa la información e investigación producida, a excepción del documento construido por la socióloga colombiana Camacho (2008) en su libro “Las confesiones de las confecciones : condiciones laborales y de vida de las confeccionistas de Medellín” donde esta da a conocer la compleja realidad en la que viven trabajadoras de tres de las empresas más importantes del país (sin revelar sus nombres o testimonios de forma explícita).

En el texto, la autora explora cómo la globalización, el neoliberalismo, la dominación masculina, la organización del trabajo y las estrategias de las empresas para la generación de ingresos a través de prácticas como la subcontratación, el acoso laboral, el doblar las horas de trabajo entre otros fuertes ejemplos, impactan la vida de mujeres, planteando un camino para empezar a comprender las realidades y problemáticas del sector nacional que a la fecha no han recibido un tratamiento investigativo o problematización focalizada por parte del entorno académico, que sigue tratando este caso de forma globalizada, en ese sentido iniciar una

propuesta web que invite a trabajadores, diseñadores u otros actores de la moda a alzar su voz y narrar su experiencia, es un ejercicio no solamente armónico con los ideales de la comunicación para el cambio social, sino también necesario al no existir un previo y profundo registro de este caso. Por ende, este proyecto de tesis propone que sean los docentes y estudiantes, a través de sus intereses reflejados en proyectos de grado o iniciativas sociales, quienes expresen sus comprensiones frente a una moda pensada para el cambio y la sostenibilidad.

Reuniendo todo lo anterior, se evidencian desde la disciplina del diseño de modas una serie de problemáticas variadas como la concepción de la cultura tradicional como *souvenir*, despojada de sentido e identidad, la emergencia de un concepto de moda sostenible construido desde una perspectiva occidental que trajo consigo la construcción de un concepto de moda alternativa a nivel local y una falta de debate y problematización frente a su constitución. Así mismo, aspectos como el impacto medio ambiental de la industria local, junto a la ausencia o carencia de investigaciones frente a prácticas sociales y laborales de la industria local, son temas que ocupan un lugar secundario en el espacio académico del diseño, donde no se vislumbran formas de afrontar y debatir estas complejidades sociales. Partiendo de esto se da valor a un ejercicio de investigación que identifique a través de las voces docentes y aquellas plasmadas en proyectos de grado por estudiantes temas y un primer análisis crítico frente al concepto de moda sostenible, y las distintas iniciativas tanto académicas como empresariales de la moda nacional e internacional. Esta investigación aprovecha el espacio en la web para informar sobre estas realidades y promover debates que posteriormente puedan ser utilizados como recurso para que docentes puedan aplicar y llevar a sus aulas de clase.

Además, este proyecto de marca y pone una pauta, esperando que tanto la investigación presentada como el producto web se conviertan en potenciadores y comunicadores de las complejidades, necesidades y cambios por los que el diseño de modas está pasando actualmente. Igualmente, se espera que la iniciativa denominada MOMED invite al desarrollo de un ejercicio interdisciplinar que personas insertadas en el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social incorporen a sus intereses y proyectos de investigación, invitando también a diseñadores, docentes y otros actores a interesarse en los fundamentos de la MDCDS

Para esto, el punto de partida son las instituciones académicas, dando inicio a un proceso de conocimiento y análisis sobre las formas en que son percibidos los conceptos de sostenibilidad,

cambio social, así como indagar frente a las distintas propuestas de investigación, iniciativas, perspectivas docentes y problemáticas enmarcadas en el entorno académico. Estos hallazgos permiten establecer un diagnóstico frente a los temas que abarcan los conceptos mencionados, cuáles temas son de mayor interés, cuáles requieren apoyo y continuamente aportar en la construcción de contenidos, productos e insumos multimedia que sean un puente para empezar a informar, dialogar y construir un concepto de moda que afronte las distintas problemáticas del entorno, redefiniendo colectivamente un concepto de moda sostenible más cercano y posiblemente el de una moda para el cambio. De ahí la importancia de formular un estudio previo al diseño de un producto web que permita resolver las siguientes inquietudes:

3.1 Pregunta problema

¿Cuáles son las propuestas de investigación, iniciativas de impacto social, las problemáticas y necesidades del entorno nacional de la moda, vinculadas a los conceptos de cambio social y sostenibilidad, en la Fundación Universitaria del Área Andina, la Universidad Jorge Tadeo lozano y la Corporación Unificada Nacional, ¿en la ciudad de Bogotá?

3.2 Preguntas de investigación

1. ¿De qué manera las propuestas y proyectos de investigación implementadas en el entorno académico de tres instituciones de diseño de moda en la ciudad de Bogotá se articulan a los conceptos de sostenibilidad y cambio social?
2. ¿Qué tipo de iniciativas de impacto social se dan en el marco de tres instituciones académicas de diseño de modas (Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad Jorge Tadeo lozano y la Corporación Unificada Nacional) durante finales del año 2016 y comienzos del año 2017?
3. ¿Cuáles son las distintas problemáticas y necesidades del entorno nacional de la moda, conocidas por docentes de tres instituciones de diseño de modas en la ciudad de Bogotá?
4. ¿De qué forma diseñar un producto multimedia relacionado con la sostenibilidad y el cambio social que pueda ser utilizado como un espacio de comunicación, diálogo y

participación frente a problemáticas, iniciativas y concepciones asociadas a la moda en el marco de tres instituciones académicas de diseño de modas en la ciudad de Bogotá?

4. Objetivos

4.1 Objetivo general

Indagar por las propuestas de investigación, iniciativas de impacto social, y las problemáticas y necesidades del entorno nacional de la moda, vinculadas a los conceptos de cambio social y sostenibilidad, en tres instituciones académicas de diseño de modas en la ciudad de Bogotá (Universidad Jorge Tadeo Lozano, Corporación Unificada de Educación Superior, la Fundación Universitaria del Área Andina), como insumo para la construcción y diseño de una página web.

4.2 Objetivos específicos

- Analizar la manera en que las propuestas y proyectos de investigación en el contexto académico de tres instituciones en la ciudad de Bogotá (Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Corporación Unificada Nacional) se articulan a los conceptos de sostenibilidad y cambio social.
- Identificar qué tipo de iniciativas de impacto social se dan en el marco de tres instituciones académicas de diseño de modas (Fundación Universitaria del Área Andina, Universidad Jorge Tadeo Lozano y la Corporación Unificada Nacional), durante finales del año 2016 y comienzos del año 2017.
- Conocer las distintas problemáticas y necesidades del entorno nacional de la moda, conocidas por docentes de tres instituciones de diseño de modas en la ciudad de Bogotá.
- Diseñar un producto multimedia relacionado con los conceptos de sostenibilidad y cambio social, para ser utilizado como un espacio de comunicación, diálogo y participación frente a problemáticas, iniciativas y concepciones asociadas a la moda en el marco de tres instituciones de diseño de modas en la ciudad de Bogotá

5. Pertinencia y justificación

Esta investigación se construye, dado que como docente de las tres instituciones académicas que hacen parte de esta investigación observo que recientemente se ha dado un acercamiento e inclusión en el marco de aulas de clase del concepto “moda sostenible”. La llegada de este concepto trajo consigo, en algunos casos, una rápida configuración frente a currículo y contenido de asignaturas, actividades de sector externo, temas de inspiración para clases de diseño y procesos de investigación en el marco de estas instituciones. Si bien esto es positivo, dado que ha aportado nuevos debates y una perspectiva más ambiental y social a un sector que anteriormente poco tenía que ver con esto, el concepto de moda sostenible en Colombia es uno muy reciente y su construcción parte de una indagación y problematización que no es propia, donde sus bases, fundamentos y acciones en la actualidad provienen de una mirada y teorización netamente occidental. Es por esto que los conceptos, ideas y teorías provenientes de la comunicación para el desarrollo y cambio social (MCDSCS) son un punto comparativo entre ambas disciplinas que permite entender la forma en que la sostenibilidad se ha constituido y teorizado desde una perspectiva latinoamericana, para de esta forma construir un concepto de moda sostenible más cercano, a través de una propuesta de diseño web denominada MOMED, la moda es el medio, que busca encender mentes y debates entorno a la moda y su relación con la sostenibilidad y el cambio social.

El presente trabajo desarrolla una de las líneas de investigación de la maestría denominada “Comunicación, salud, medio ambiente y sostenibilidad”, dada su apuesta por la consolidación y creación de espacios que posibiliten el diálogo de saberes, la participación colectiva y procesos comunicativos, en este caso dentro del marco académico de la disciplina del diseño de modas, donde el entorno web y MOMED brinda acceso a información en un lenguaje no tan académico y actúa como un potenciador comunicativo en el marco de aulas de clase, fomentando debates entorno a la sostenibilidad y el medio ambiente que invitan a redefinir la forma en que el concepto de moda sostenible ha sido constituido.

En el caso de esta investigación, el conocimiento de iniciativas de impacto social fuera y dentro del entorno académico, investigaciones, y una comprensión frente a problemáticas encontradas en el marco de tres instituciones de diseño de moda en la ciudad de Bogotá, son el

sustento que da inicio y enciende diálogos para consolidar a largo plazo nuevos procesos de desarrollo alternativo y sostenibilidad en el entorno de la moda local. Lo anterior no solo aporta conocimientos nuevos desde el encuentro interdisciplinar, sino que también invita a ampliar los objetivos o líneas de investigación de la MCDSCS entorno a conceptos como el diseño, el indumento y su influencia, la creatividad o el impacto social que puede tener la producción material sostenible e iniciativas de cambio que provengan del sector industrial o productivo, en ese sentido esta investigación contribuye teórica y metodológicamente al campo de la comunicación social, desmarcándose de conceptos como la semiótica, como punto común de ambas disciplinas, invitando a percibir, incluir y teorizar por formas en que otras disciplinas, partiendo de ejercicios comunicativos pueden empoderar y construir procesos de diálogo que mejoren la calidad de vida humana y ambiental desde múltiples instancias.

6. Antecedentes

La revisión de antecedentes no se hace exclusivamente desde Colombia, se amplía la búsqueda a Latinoamérica con el fin de obtener distintas miradas sobre estudios en relación a temáticas como el cambio social (desde el diseño de modas y la comunicación), la sostenibilidad (desde el diseño de modas) y la Educación (como concepto que enmarca esta investigación).

Acorde a la temática de cambio social, la tesis de maestría en comunicación denominada “Comunicación para el cambio social: Propuesta y validación de un modelo para medir los efectos en la Reconstrucción de Tejido Social, aplicado a tres acciones comunicativas realizadas en la ciudad de Medellín entre los años 2008 -2011” realizada por Vilorio (2015) discutió la relevancia que tuvo el plan de Desarrollo 2008-2011 de la ciudad de Medellín, y abarca el concepto de cambio social como modelo de apoyo para la creación de acciones participativas en sintonía con los principios del diálogo y participación que facilitan dicha reconstrucción.

Esta tesis constituye una referencia para entender la práctica real y el uso del cambio social como una herramienta para proponer espacios de transformación a partir de los conceptos como tejido Social, comunicación para el cambio social, participación, diálogo y la medición de efectos en comunicación para el cambio social. Adicionalmente, el estudio ofrece comprensiones muy valiosas para entender el funcionamiento de los procesos de acción social, los cuales deben acoger los saberes particulares de individuos con el fin de fomentar procesos de intercambio

social y cultural a partir del diálogo. De esta manera, no se generan grandes cambios sociales, sino pequeñas acciones promovidas por el diálogo y la participación que permiten establecer redes para que se den cambios sociales.

En relación a la moda como espacio de transformación social, se tuvo en cuenta la tesis “mujeres golpeadas; diseño con conciencia social” presentado por Cociancih (2011), esta abarca la importancia de la colaboración social que se fomenta desde la indumentaria en Argentina, la autora utilizó el indumento como una herramienta de comunicación; creando prendas que evidenciaron problemáticas relacionadas a la violencia de género a través de la estampación como técnica textil. La colección tuvo la intención de transmitir a través de las prendas y estampados un producto que promoviera la concientización de estas temáticas y pretendía dar evidencia del alcance que tiene la moda como un espacio de mediación que da visibilidad a una problemática social desde la lectura de signos.

Entre tanto, el texto “Diseño de autor” de Taboada (2011) discute sobre la importancia del diseño de autor en Argentina, sus diferencias frente al diseño convencional y su relación al concepto de desarrollo dando bases e herramientas para entender que necesita el diseñador para profundizar en el diseño autónomo y propio, en sintonía con realidades locales y particulares. Entendiendo el diseño de autor como una nueva forma en que el diseño responde a necesidades sociales locales. Esta tesis describió cómo el diseño de autor enfocado a la moda fue uno de los componentes utilizados para apoyar la economía Argentina en la época de crisis, estableciendo un referente donde el diseño de autor promueve la sostenibilidad partiendo de la utilización de materiales nacionales, el trabajo con comunidades locales y recalando la importancia de lo global dentro de un mercado sobresaturado por la globalización.

En otra instancia, para brindar entendimientos sobre las concepciones de la sostenibilidad y moda se tuvo como referente el proyecto “Moda Ecológica, sobre los textiles y la indumentaria sustentable”. La Autora Argentina Risso (2012) ayudó a comprender la relación que existe entre moda y sostenibilidad, el texto enuncia como la aparición de subculturas que fomentaban la importancia de la ecología y el medio ambiente posterior a la segunda guerra mundial fueron apoyadas por diseñadores de modas como Yves Saint Laurent, fomentando desde organizaciones luchas contra las lógicas de consumo en países europeos. La tesis brinda, además, una

indagación con respecto a iniciativas que incluyen el concepto de sostenibilidad en la creación de indumentos sostenibles, dando un énfasis a la importancia de conocer el estado de la industria de indumentaria y textiles sostenibles en cada contexto particular, para de esta forma hacer uso de la moda sostenible como un medio de transformación de hábitos de consumo.

Este texto es importante como antecedente ya que ofrece algunas percepciones frente al concepto de sostenibilidad, desde una perspectiva ambiental, dando énfasis a los distintos tipos de fibras consideradas sostenibles, sus problemáticas en relación al impacto ambiental y su utilización. Esto crea un recurso que permite discutir dentro de los espacios de entrevistas con docentes de forma más puntual los conceptos de sostenibilidad, fibras nacionales, su importancia y su aplicabilidad dentro del proyecto de investigación y otras apuestas pedagógicas.

Siguiendo el marco de sostenibilidad, “El conocimiento sobre moda sostenible, y su impacto en el diseño de indumentaria en el clúster y confecciones de la ciudad de Ambato” realizado en Ecuador en el año 2015, se constituye como una propuesta que busca detallar el fenómeno de las condiciones actuales de la moda en este país y la incursión de los factores de sostenibilidad en la ciudad de Ambato. Villalta y Gutiérrez (2015) resaltaron en su proyecto, la falta de personal capacitado en las empresas con respecto a las temáticas sostenibles, esto genera una carencia de producción de indumentaria orientada a la disminución de la contaminación e igualmente una carencia de innovación que permitan visibilizar el campo de la sostenibilidad y la moda como un agente de cambio.

Esta tesis tiene relevancia para esta investigación debido a que Villalta y Gutiérrez (2015) realizaron entrevistas para estudiar las formas en que la sostenibilidad es implementada en Ambato, partiendo del conocimiento que tienen jóvenes sobre el concepto de sostenibilidad. Adicionalmente, realizaron también entrevistas a empresarios del clúster en la ciudad, en búsqueda de medir la incidencia de la moda sostenible en la localidad, los resultados refieren en forma resumida que las empresas del clúster textil de la ciudad de Ambato no diseñan indumentaria bajo los principios de moda sostenible, y al introducirla en los procesos, se halla que muchos de los consumidores jóvenes tienen una buena disposición e interés por la moda sostenible como producto alternativo y amable con el medio ambiente, presentando una oportunidad de consumo de moda alternativa más amable con el medio ambiente.

En ese orden de ideas, con el fin de entender el concepto de sostenibilidad en relación a la comunicación, se consultó el proyecto de tesis “Producción de contenidos en las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en el marco de la sostenibilidad, la construcción ciudadana y el desarrollo humano, en el periodo comprendido entre el 2007 -2015”. En este proyecto las autoras Bernal y Godoy (2015) buscaron constatar la incidencia de la sostenibilidad en el marco de 5 radios comunitarias, entendida esta como un andamiaje que comprende lo social, lo económico, lo político y lo cultural. El aporte de esta tesis a la investigación consistió en los distintos horizontes asociados al concepto de sostenibilidad concebidos fuera del contexto ambiental, o de explotación laboral comúnmente trabajados por la moda sostenible, para de esta forma, comprender cómo el concepto de sostenibilidad se relaciona también con el factor de financiamiento y sostenimiento dentro un insumo comunicativo como lo son las radios comunitarias.

De esa forma, este entendimiento da cuenta de una metodología para entender las características, intenciones y esfuerzos que llevan a cabo las radios, y cómo construyen sus procesos partiendo de un relacionamiento con la comunidad, fomentando un pensamiento de sostenibilidad comunitaria, buscando la acción y participación colectiva. Esto se tuvo como referencia para indagar en sí un proceso similar se da o no en propuestas de impacto social en las instituciones académicas estudiadas.

De igual modo, son el propósito de nutrir conocimientos frente a la categoría educación en relación a las instituciones académicas, se tuvieron en cuenta dos proyectos de tesis, el primero se denomina “Voluntad, Imaginación y apropiación de la palabra”, por Carlos Augusto Hernández (2011) donde este hizo una aproximación a la importancia de la creatividad y la imaginación en la construcción de diálogo, siendo estos los aspectos fundamentales de la experiencia que construye los sentidos del mundo y por ende, indisoluble a la hora de hablar sobre educación y pedagogía. En relación a esta investigación este texto contribuyo al entendimiento de la pedagogía y la educación como herramientas que construyen y transforman individuos, donde se parte de la importancia de proponer una educación más allá de la voluntad, que hace uso de la imaginación y la creatividad como supuestos de reconocimiento del otro. Siendo el diálogo la base sobre la cual se busca construir espacios de comunicación dentro de los actores del entorno académico, para dar respuesta a los objetivos de esta investigación e indagar

sobre las construcciones de diálogo contenidas en los proyectos de responsabilidad social, investigación y apuestas pedagógicas.

7. Marco teórico

Esta parte de la investigación se divide en tres categorías (Cambio social, Sostenibilidad y Educación). La propuesta de este marco teórico pretende aportar un enfoque dialéctico¹ que permita un diálogo entre las concepciones del diseño y la moda con aquellas del desarrollo y la comunicación para el cambio social, resaltando la importancia de un tratamiento interdisciplinar sobre estas categorías para que sean vistas estas al ser tratadas juntas como complementarias.

Vale la pena destacar que en el desarrollo de la categoría cambio social se incluyen adicionalmente algunas iniciativas que pretenden sustentar el valor que tiene el diseño de modas, como disciplina emergente para el impacto social a través de la enunciación y descripción de estos casos, que no entran en el marco o nociones de la moda sostenible. Por último, la categoría educación evidencia las necesidades del entorno académico a nivel mundial y local, las cuales se encuentran en un proceso de transformación para redefinir la forma en que se enseña y entiende la moda. Dando sustento a la propuesta de producto web enmarcada en este proyecto, como posible recurso que aporte a debates y procesos de diálogo en las aulas de las instituciones académicas estudiadas.

Cambio social desde la perspectiva de la comunicación

La comunicación para el cambio social nació en respuesta a las teorías de la comunicación aplicada al desarrollo económico que se basan en una perspectiva modernizadora del mundo, esto ocurrió posterior a la Segunda Guerra Mundial, cuando se dividió lo que se entiende por comunicación modernizadora y comunicación participativa. Los fundamentos de la primera provienen de las teorías usadas por los grandes medios para fomentar el consumo y publicitar productos. La teoría de la comunicación modernizadora propone que la información y el conocimiento son factores de desarrollo y que las culturas locales y sus saberes impiden el desarrollo en países de tercer mundo (Gumucio, 2011).

¹La raíz de la dialéctica proviene de la palabra en griego *dialogos*: conversación, controversia. Tiene que ver con el diálogo, ósea que está estrechamente asociada a la comunicación, entendiendo el diálogo como un intercambio de conocimiento para constituir nuevas ideas a pesar de poder ser contradictorias o controversiales (Beller, 2015).

Así, la comunicación participativa se consolida como una propuesta opuesta a la modernizadora, ya que esta nace de la lucha anti dictatorial y anticolonial en países del tercer mundo. Esta teoría toma las experiencias de países del tercer mundo y promueve los valores y expresiones culturales como móviles de cambios sociales colectivos, a través de la participación (Gumucio, 2011) siendo fundamentales las “iniciativas contestatarias basadas en el derecho a la comunicación, con el propósito de conquistar espacios de expresión en sociedades neocoloniales, neoliberales y represivas” (Gumucio & Tufte, 2008, p. 23). Estos dos autores reiteraron que el enfoque de la comunicación participativa nació como una propuesta para “grupos sociales que compartían una ideología, necesidad en común y la decisión de conquistar un espacio público” (p. 23).

Ambas teorías son las bases de la comunicación para el cambio social que busca que los individuos sean activos gestores del cambio a través de espacios de comunicación alternativa. El fin es transformar las estructuras de poder que recaen sobre ellos y fomentar el desarrollo, de acuerdo con sus necesidades y realidad, no bajo un solo modelo de desarrollo económico o social.

Por su parte, Pereira, Cadavid y Gumucio, como se citó en El Nuevo Diario (2012), la consideraron como un paradigma que intenta construir un auténtico diálogo que estimule la participación, construya ciudadanía y democratice la comunicación al devolver la palabra y convertir a los sujetos en actores centrales y agentes de su desarrollo humano y social, apostando por la equidad de género, la visibilidad y el empoderamiento. La comunicación para el cambio social discute la forma en que han sido planteados los canales comunicativos convencionales, argumentando la importancia de romper la estructura unidireccional de transmisión de información y plantea que “el diálogo es el eje de la comunicación para el cambio social. A personas de diversa procedencia les permite intercambiar ideas, informar a otros, e influir, pero sobre todo escuchar” (Gumucio & Tufte, 2008, p. 17).

Esta teoría “no pre establece que herramientas mensajes o técnicas son mejores, porque se centra en el proceso mismo con base en la comunidad de donde debe surgir la acción propuesta” (Gumucio & Tufte, 2008, p. 24). Al contrario, critica los sistemas lineales comunicativos con el propósito de afianzar la identidad cultural, la confianza y el fortalecimiento social, es decir,

rechaza el modelo lineal de transmisión de la información desde un emisor hacia un individuo receptor para promover un proceso de interacciones que van desde lo que aporta la comunidad hasta la acción colectiva de los individuos (Gumucio, 2011).

Pero este no es un asunto estático. Los fundamentos de la comunicación modernizadora y de la participativa se han transformado, introduciendo un nuevo concepto: responsabilidad social. Desde aquí, se entiende cualquier tipo de cambio social como positivo y es promovido por el entorno empresarial (Ricoeur, 1984). Para entender por qué ocurre esto, resulta pertinente recordar la estrecha relación que hay entre la comunicación modernizadora, la publicidad, el consumo y por consiguiente, con las empresas que hacen parte del entramado global de significados que entiende las distintas formas de impacto social como mercadeo social. Gumucio(2011) afirmó que el mercadeo social emerge por voluntad de mostrar sensibilidad hacia los temas sociales. La industria y la academia de los Estados Unidos aprendieron esto en la guerra de Vietnam, donde las emergentes manifestaciones de estudiantes en contra de la guerra en esta época dieron una comprensión a las empresas sobre la importancia de atender temas sociales.

El diálogo como eje para el cambio social

En la comunicación para el cambio social, elementos como el diálogo y la participación son vitales ya que brindan garantías de sostenibilidad en los procesos de apropiación social, de acuerdo a Gumucio (2006), es en esta donde el conocimiento de cada miembro de una comunidad brinda insumos para conjuntamente poner en marcha procesos de acción que generen cambio. Cuando el diálogo se refiere al cambio, este incluye las distintas relaciones sociales entre individuos que son contrarias al conflicto abierto, se tienen en cuenta la consulta, la información, la negación colectiva, la concertación social y la participación Rosenbaum (2000).

En relación al cambio social, el diálogo estipula una nueva dimensión para sociedades o colectivos fragmentados y excluidos, donde los actores sociales promueven equilibrio dejando a un lado la imposición de la voluntad de las partes, para así tomar decisiones de forma colectiva. Este ejercicio implica tolerancia y respeto por parte de quienes están involucrados y las múltiples creencias o formas de vida implícitas en la sociedad, obedeciendo a una racionalidad comunicativa planteada por Habermas (1981) para así llegar un consentimiento que construya sentido entre los individuos y su interacción.

Dicho lo anterior, se infiere que el diálogo rechaza cualquier actitud que reprima o desfigure el encuentro entre múltiples saberes, fomentando una cultura basada en la tolerancia, el respeto a la diferencia y a los demás. Las distintas relaciones que se construyen a partir del diálogo construyen redes de comunicación que posibilitan la interacción, la negociación y la organización en grupos y relaciones en la vida cotidiana (Chávez & Falla, 2004). La comunicación para el cambio social existe, entonces, como una teoría no estructurada bajo un solo modelo o entendimiento, sino que reúne múltiples comprensiones sobre el desarrollo que provienen de perspectivas comunicativas opuestas, como argumentó Gumucio; además utiliza el diálogo como instrumento que relaciona a los individuos en búsqueda de la concertación de espacios comunes que propician el relacionamiento y la organización.

De acuerdo a esto, se procede a discutir cómo desde la moda emergen también espacios de participación colectiva que si bien no son equiparables a los de la comunicación, se construyen como una tendencia que indaga sobre problemáticas situadas en contextos y sujetos a los cuales, desde las lógicas propias de las modas no se les ha dado relevancia, evidenciando también formas en que la moda ha apoyado procesos de cambio.

Cambio social desde la perspectiva del diseño de modas

Para empezar a indagar sobre el cambio social desde la perspectiva del diseño de modas, se reitera primero cómo ésta ha jugado un importante papel sobre algunas normas y valores sociales, como los roles de género y la percepción de la identidad. Crane(1999), profesora e investigadora de la Universidad de Pennsylvania, en su artículo “Diseño de modas y cambio social: mujeres diseñadoras e innovación estilística” explicó que los roles de las mujeres o la percepción de ellos se han expresado consistentemente desde la moda femenina: el diseñador siempre ha tenido la oportunidad de transformar estas representaciones. Sin embargo, en una industria dominada exclusivamente por hombres, las mujeres lucharon para emerger como innovadoras (Crane, 1999). A pesar de que siempre han estado involucradas en el proceso de creación de prendas, no fue sino hasta el siglo XIX que las “hacedoras” de vestidos o prendas emergieron como diseñadoras. Hasta entonces, señaló Crane (1999), su trabajo estaba por fuera de “los mundos de la moda”, dándole todo el protagonismo a los modistos.

De igual modo, la autora evidenció la correlación entre las mujeres diseñadoras de moda y las representaciones de los roles sociales en prendas femeninas: su aparición creó una nueva oportunidad para el vestuario de mujeres, pues ellas influenciaron, a través de sus propias experiencias (como mujeres), una nueva forma de entenderse a sí mismas por medio de las prendas que diseñaban (para mujeres). Crane (1999) pensaba:

[En] el diseño de modas como una forma de cultura hegemónica en la que ciertos aspectos de los roles de género son favorecidos más que otros y esto puede ser entendido en parte como el resultado de la organización de estructuras y las restricciones al comportamiento que suscitan.(p. 61)

Es así como el cambio a través del diseño de modas se hace posible. La diseñadora de modas Coco Chanel, viendo la situación de restricción sobre el cuerpo a comienzos de los años 20, cuando las mujeres usaban variaciones del corsé y vestidos con múltiples capas de textiles para verse más “curvas”, creó una serie de diseños multipropósito de uso casual y formal que dieron más libertad a las mujeres al no restringir y apretar sus cuerpos. Además, usó el color negro que era un tono de época usado solo por hombres. En 1926, Chanel creó el pequeño vestido negro o “Little blackdress” (Marcangeli, 2015).

En ese sentido la lectura que Chanel realizó sobre el indumento femenino y las restricciones del corsé para estilizar la figura femenina, acorde a estereotipos de belleza impuestos al cuerpo femenino, fue un insumo creativo para la construcción del Little Black Dress, cuya horma abierta, aportó a la liberación del cuerpo femenino de restricciones y adicionalmente traslado el uso del tono negro del indumento masculino al femenino, suscitando debates y un choque frente a las construcciones sociales del momento que perduran hasta la actualidad.

Diana Crane (1999) defendió que en este caso, el cambio aparece en el momento en que se rompe la estructura machista y las mujeres diseñadoras "desafían las interpretaciones existentes de los roles femeninos que están incorporados en la ropa de moda" (p. 61), construyendo una nueva identidad femenina que perdura hasta este momento a través de una silueta que libera el cuerpo femenino y aporta desde el uso del color a una condición igualitaria a la masculina.

Por tanto, el diseñador tiene la libertad de crear productos a través de la lectura de la sociedad que habita y de la influencia que esta tiene sobre él. Allí se desarrolla una comunicación auténtica, definida por Serna(2011) como aquella que “es inherente a un esquema de relaciones

simétricas, a una paridad de condiciones entre el emisor y el receptor, y la posibilidad de escucharse entre ellos u oírse entre ellos, como voluntad de entendimiento mutuo” (párr. 45). Al presentar nuevos diseños, se abre un espacio de diálogo frente a normas y valores, formas de expresión estética, corrientes políticas y tendencias populares, los diseñadores intervienen en el orden social: lo mantienen, lo irrumpen, lo reconfiguran, lo transforman. Se convierten en influenciadores culturales capaces de transformar su entorno (Manlow, 2009).

De otra parte, en su libro “50 preguntas sobre la moda” Frederic Monneyron, sociólogo y politólogo francés, discutió el valor social de la moda, argumentando que la ropa (el vestido) es un determinante del ser, no un elemento secundario de este, y que “no solo sigue la historia sino que la precede y que quizás sea incluso hablando de trapos como empieza cualquier cambio social importante” (Monneyron, 2006, p. 81). Monneyron argumentó que aunque para algunos la moda no genera cambio social, sí lo anticipa, situando como ejemplo al ‘dandi’, el cual desde la calle constituirá las representaciones colectivas de la homosexualidad, constituidas no desde la sexualidad sino desde la calidad de la sensibilidad sexual que invierte lo femenino y lo masculino. El dandi introdujo elementos femeninos al atuendo masculino, encarnando en las representaciones del hermafroditismo el alma que posteriormente definió al homosexual a finales del siglo XIX (Monneyron, 2006).

En la misma línea, la periodista y escritora francesa Laurence Benaim dijo que el vestido anticipa un estado de cosas futuras, hace como si ese estado ya existiera y comprueba con él un comportamiento de respuesta: simula con él un ordenamiento alternativo de lo social, probando su viabilidad. De esta forma, contribuye a que surja una nueva mentalidad que pronto se convierte en la norma (Benaim, 1993). Se espera que al poner en evidencia ambas perspectivas, sea palpable la necesidad de explorar y estudiar las posibles relaciones y puntos comunes entre el concepto del cambio social que proviene de la MCDSC y aquel construido desde el diseño de modas. Entendiendo este último como un medio que promueve el cambio y la ruptura de nociones preconcebidas desde el vestir, donde el atuendo actúa como instrumento comunicativo que promueve transformaciones (como el caso de Chanel), demostrando el posible valor que puede tener la moda como un instrumento para el cambio. A continuación, se ponen como ejemplo iniciativas de cambio y participación construidas durante años recientes en el ámbito global y local del diseño de modas.

Iniciativas de cambio desde el diseño de modas

La influencia que pueden ejercer individuos y diseñadores en procesos de cambio social pasa muchas veces desapercibida como simples prácticas de consumo, es el caso de iniciativas como “*Empowerment plan*” que nació como una organización sin ánimo de lucro para emplear a familias sin techo que habitan en centros de auxilio en Norteamérica. Allí estas familias y personas participan en el proceso de diseño de producto que hace uso de su experiencia como habitantes de calle e historias de vida, en el diseño y confección de abrigos cuya función consiste en transformarse en bolsas de dormir. El proyecto nació en los estudios de la diseñadora Veronika Scott, cuya motivación fue construir un producto que tuviese un impacto positivo en su comunidad. Actualmente dan empleo a 34 personas que han producido más de 15.000 abrigos (Empowerment Plan, s.f.).

ADIFF es otra iniciativa que se crea desde una perspectiva que la marca denomina “moda humanitaria”. Su creadora, Ángela Luna (latinoamericana radicada en Estados Unidos) diseñó prendas alineadas a las necesidades y problemáticas de refugiados en el mundo, desafiando la narrativa convencional de la industria como un sector desconectado de problemáticas globales, para reafirmarse como un movimiento para el cambio y como impulsadora de conciencia. Su primer producto fue una línea de chaquetas unisex (sin distinción de géneros), cuya función incluye la transformación en distintos productos útiles desde las necesidades de cada comunidad; otros de los productos de la marca son prendas que se convierten en bolsas para dormir, mochilas, prendas que flotan, chaquetas para cargar niños, chaquetas con camuflaje nocturno (ADIFF, s.f.).

Durante una charla en la plataforma TED, Luna comentó que su experiencia partió de la simple idea de ayudar, pero sin conocimiento de qué hacer en su disciplina. Se propuso siendo una estudiante en diseño de modas, informarse sobre los problemas de inmigrantes en el mundo y no donar dinero, sino dedicar sus capacidades y su tiempo en la búsqueda de qué hacer a partir de su profesión. La diseñadora explicó cómo su formación no está encaminada a la acción comunitaria, los derechos humanos o las ciencias sociales, así que decidió indagar sobre formas en que desde su campo las personas aportaran a la problemática de refugiados en el mundo y encontró que nadie lo hacía. Por este motivo, en su último año y al involucrarse en este tema acudió a su asesora de tesis y planteó un cambio que alejaría su producto de la alta moda por uno

que propusiera soluciones a partir del diseño para la crisis de los refugiados. De esta manera, Luna pretendía demostrar cómo la moda puede ser usada como un medio que cree conciencia y el imaginario que considera que la moda no es un medio para promover cambios y transformaciones sociales (TEDx Talks, 2016).

Por otra parte, durante los últimos 5 años, se encuentran en Colombia iniciativas importantes que buscan fomentar cambio desde la moda. Es el caso de Catalina Azuero, quien creó un proyecto en memoria de su hermano. Él falleció pero deseaba buscar formas de apoyo para personas de la comunidad trans, trabajadoras sexuales y personas con adicciones a las drogas. Esta iniciativa se llama “Rediseñándonos” y pretende involucrar a esta población a través de procesos de enseñanza asociados a técnicas como el bordado y la confección (Gómez, 2016).

En el marco del conflicto armado en Colombia, emergen dos iniciativas también. Una es Crisálida, patrocinada por la Alcaldía de Medellín para apoyar a víctimas del conflicto armado que busquen emprender procesos productivos, brindando acompañamiento monetario y capacitaciones en distintas áreas del mercadeo (Ministerio del Interior, 2015). Muchos de estos productos de vestuario y moda son artesanales y se presentaron en Colombia moda 2015, la feria más importante del sector textil y confección en Colombia. En segundo lugar, Paz-wear es una iniciativa de ropa que nace en la ciudad de Ibagué. Durante el último año ha capacitado y asociado a mil personas afectadas por el conflicto armado, tanto a víctimas como a excombatientes, incluyendo mujeres cabeza de hogar. La marca espera emplear a 4000 personas más para finales de 2017 (Diario El Tiempo, 2016).

Al mencionar estos proyectos se pretende poner en la mesa casos donde la moda aporta a la construcción del cambio. Si bien estos procesos no resolverán las crisis de los refugiados, el trabajo sexual como oferta económica de la comunidad trans, ni el conflicto armado en Colombia, son nuevas propuestas que desde entornos académicos y otros sirven como ejemplo de encuentro y diálogo entre distintos actores que quieren construir una moda distinta, partiendo del diseño y función asociado al vestuario, más pasan desapercibidas por aquellos interesados en prácticas asociadas a la moda o personas fuera de estos procesos. Estas iniciativas existen como un medio que hace un llamado a distintas disciplinas y campos para determinar o plantear la

forma en que el mundo está cambiando y se construyen iniciativas desde la intención positiva y el deseo de actuar por otros.

Sostenibilidad desde el desarrollo.

El concepto de sostenibilidad surgió en 1962, cuando se publicó el libro *Primavera silenciosa* o *Silent Spring*, de Rachel Carson. El texto aclaraba la relación que existe entre bienestar ambiental, económico y social. Se cree que fue uno de los primeros principios que sustentaban el camino hacia el desarrollo sostenible. Por otra parte, en 1987, una comisión enviada por las Naciones Unidas definió el Desarrollo sostenible en su reporte *Our common future* o nuestro futuro común:

[...] es desarrollo que concuerda con las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad que tienen futuras generaciones en relación a sus propias necesidades. Este libro aporta dos conceptos claves: el de “necesidades”, en particular aquellas necesidades esenciales para los menos favorecidos del mundo, a quienes debería priorizarse; y la idea de las limitaciones impuestas por el estado de organización social y tecnológica con respecto a la habilidad del medio ambiente para suplir las necesidades del presente y del futuro (ONU, s.f., p. 41).

Por otra parte, se adhiere que el desarrollo se construye, de acuerdo al libro de Arturo Escobar llamado “La invención del tercer mundo”, partiendo del discurso de la pobreza, el cual enmarcado en los años cuarenta se traslada a un territorio geográfico específico: el tercer mundo. Este discurso de acuerdo a Escobar es apoyado por instituciones económicas de gran fuerza, como la Banca Mundial y la ONU, quienes publicaron que más de la mitad de la población vivía en condiciones de pobreza, dando pie a las naciones primermundistas o industrializadas a encaminar acciones partiendo de la narrativa de erradicar la pobreza, es en este momento donde partiendo de la diferencia entre aquellos desarrollados y subdesarrollados, se crea el concepto del desarrollo (Escobar, 1998) .

Este concepto, de acuerdo a Escobar (1998), se filtró desde los países de primer mundo, hacia los de tercer mundo como la única forma de alcanzar la modernización y poder salir de la pobreza, pero es primordialmente pensado como un desarrollo netamente económico, construido desde una perspectiva capitalista y neoliberal. Además, adicionalmente fomenta las diferencias entre individuos bajo el discurso de raza. Para poder lograrlo, los países del tercer mundo debían imitar a los países desarrollados si querían ser salvados y mejorar sus condiciones de vida. El desarrollo emerge como una propuesta humanitaria, donde de acuerdo a Escobar (1986): “Detrás de la fachada humanitaria con que venía cubierto el desarrollo yacían nuevas formas de control y poder, más sutiles y refinadas que nunca” (p. 18).

Las tensiones mencionadas, enmarcadas en el control y poder, llevaron a la necesidad de plantear nuevas formas de entender el desarrollo, partiendo de una mirada a las perspectivas del hemisferio sur. Desde Iberoamérica, pensadores como Castells (2016) trasladaron la definición del concepto fuera de las lógicas occidentales y económicas, llevándolo a las problemáticas y necesidades particulares de cada comunidad, convirtiendo al desarrollo en un proceso social mediante el cual las personas, no los países, ya sea de forma colectiva o individual buscan medios para potenciar sus capacidades y buscar mejorar su vida. Por tanto, el concepto se traslada a la búsqueda de las vivencias y subjetividades que reconfiguran las condiciones de vida de las personas, lejos de ser solamente una postura de indicadores o factores económicos

Igualmente, Arturo Escobar diferenció los principios del desarrollo sostenible latinoamericanos frente a aquellos presentados por el informe Brundtland al decir que este “comienza por afirmar la necesidad de diferenciar los problemas ecológicos por regiones, sin caer en una peligrosa homogeneización del ambientalismo global” (Escobar, 1995, p. 16). Estudios del premio nobel en economía Sen(2000) mostraron cómo incluso en poblaciones ricas con acceso a recursos hay grandes núcleos de pobreza y hambruna ya que no disponen de oportunidades reales para tener acceso a procesos de transformación o uso de sus recursos. Esto refuerza la idea de concebir un modelo distinto al desarrollo que parta de las necesidades de cada país y no presentado bajo un mismo modelo que incluya a todos.

También, Díaz(1985), pensador paraguayo, formuló que el proceso de búsqueda de un nuevo desarrollo pretendía fomentar un concepto diferente del emanado de las lógicas occidentales y

del comunismo, que brinde a los pueblos latinoamericanos alternativas que fomenten bases comunitarias, autogestionarias y participativas; de esta forma se buscaba que estos no se entendieran a sí mismos como condenados por su condición, sino que buscarán desde sus necesidades construir un concepto de desarrollo propio.

A partir de las posturas y discusiones brindadas por teóricos que cuestionan las lógicas del desarrollo impuestas a los países de tercer mundo, empiezan a aparecer movimientos alternativos a estas teorías como el codesarrollo, la teoría del decrecimiento, el buen vivir y se afianza el concepto de sostenibilidad. La sostenibilidad como concepto, se construye posteriormente a los estudios de desarrollo, proponiendo una mirada distinta a los modelos dominantes económicos que reducen a objetos tanto a la naturaleza como a los individuos y que utilizan un discurso homogeneizador para narrar las formas en que el desarrollo debe alcanzarse; a continuación, se discuten las formas en que desde la moda el concepto ha sido apropiado y como este se constituye.

La sostenibilidad entendida desde la moda

Kate Fletcher, investigadora, consultora y activista del diseño, indaga sobre la relación que tienen el diseño y la sostenibilidad dentro de la industria de la moda, a través de cinco fases del ciclo de vida del producto: material, producción, transporte, uso y disposición. Para la autora, el diseño de modas tiene el poder de cambiar no solamente la forma en que el sector de textiles y moda produce y manufactura vestuario desde una perspectiva ambiental, sino que además puede afectar el cambio social, entendiendo el diseño sostenible en términos de necesidad y oportunidad. “Oportunidad naciente desde la necesidad urgente de aceptar nuevos patrones de producción y consumo más sostenibles. Oportunidad, desde el masivo y creciente potencial de trabajo conjunto entre las personas, el medio ambiente y los productos” (Fletcher, 2016, p. 19).

El libro de Fletcher llamado “Sustainable fashion & textiles: design journeys” (2008) es el mejor recurso para indagar sobre la sostenibilidad en la moda. En este, la autora mencionó distintas problemáticas relacionadas a temas de sostenibilidad, partiendo como mencionamos anteriormente, del vestuario y el estudio de los ciclos de vida del producto. Adicionalmente, brindó sugerencias sobre cómo potenciar los ciclos para que sean más amigables con el medio ambiente y éticamente más favorables. La autora exploró las problemáticas relacionadas a la

sostenibilidad con una perspectiva hacia el diseño, desde la misma industria, la producción y la fotografía que produce propuestas de estilo que considera tienen potencial para promover el cambio social (Fletcher, 2008). La autora deseaba:

[...] promover una visión más amplia y pluralista sobre las ideas, problemáticas y oportunidades de la sostenibilidad en la industria de la moda y el sector textil para así demostrar que existe una gran variedad de maneras en las que podemos construir una calidad social y ambiental duradera a través del diseño, la producción y el uso de la moda que van más allá de las ideas o expectativas tradicionales. (Fletcher, 2008, p. 13; palabras en negrita propias del autor)

Además, Reiley y De Long (2011) comentaron que “implementar principios de sostenibilidad en la industria de la moda requiere cambios transformativos en todos los involucrados en el proceso, diseñadores, confeccionistas, patronistas, consumidores, promotores, etc.” (p. 63). Esto complejiza transformar la industria ya que dependería de múltiples personas fomentar cambios consecutivamente en la industria, especialmente cambios visibles a los consumidores que necesitan una visión que ponga en práctica real los sustentos de la moda sostenible. En este planteamiento, los autores descubrieron que una forma de fomentar esta visión práctica podría encontrarse en las prácticas de consumo de moda “vintage”² o de segunda mano ya que están “(...) relacionadas con el deseo de un consumidor por una apariencia y deseo de adquirir prendas de forma única” (Reiley & De Long, 2011, p. 67).

De tal modo, Reiley y DeLong (2011) enfocaron su investigación y evidenciaron cómo personas que utilizan moda *vintage* expresan preocupaciones por el medio ambiente y tienen además un profundo deseo por poseer prendas de apariencia única. Los autores promovieron la idea de consumir más moda *vintage* para aumentar el movimiento de la moda sostenible; sin embargo, comentan que esto podría no ser una solución o aporte real. La moda *vintage* podría ser

² Moda *vintage* o moda de segunda mano, son prendas que se adquieren en el mercado por un valor mucho menor al convencional, son prendas de segunda mano que con algunos ajustes y arreglos se considera pueden ser utilizadas nuevamente, para así fomentar una mentalidad sostenible al no desechar rápidamente los productos de moda que son adquiridos, dándoles un segundo uso. Esta tendencia emerge en occidente y en un comienzo se consideraban únicas las prendas ya que en el mercado *vintage* solo se revendían prendas de diseñadores exclusivos.

también renegada como una tendencia pasajera, una tendencia que viene y va, convirtiéndose no en una solución a largo plazo, si no en una práctica de consumo alternativo más (Reiley & De Long, 2011). De ser cierto, la práctica de la moda *vintage* en relación a la moda sostenible (como enuncia Winge (2008) en su artículo “El verde es el nuevo negro”: “sigue sujeta a los caprichos y flujos de los medios de comunicación y las industrias de la moda” (p. 521).

De igual manera, Sue (2008) dio especial énfasis a la sostenibilidad desde el contexto de la moda, comentando que la moda sostenible:

No es ambientalismo con otro nombre, ya que es más amplio y profundamente inclusivo.

En el discurso de la moda, la sostenibilidad ha sido utilizada más por los teóricos y académicos que por la industria de la moda o la prensa popular. (p. 535)

Esto da cuenta sobre otra problemática: los académicos siguen sin encontrar consensos frente a los métodos de enseñanza que unan efectiva y sosteniblemente la teoría y la práctica laboral. A nivel mundial, algunas industrias o marcas están comenzando a utilizar análisis de ciclos de vida del producto para investigar problemáticas sociales y ambientales en su quehacer. Algunas de las empresas más grandes de Colombia como Protela, la Andi, Inex moda y Fabricato han buscado integrarse al movimiento sostenible a través de programas y actividades que abordan el concepto de sostenibilidad. Inexmoda, la Andi y la Cámara de Comercio de Bogotá desarrollan Ciclo 360, un programa de talleres y conferencias sobre el tema. Adicional a esto, las empresas textiles, conociendo el impacto ambiental y residual han implementado nuevos procesos para la reducción de gases, el consumo de agua en procesos de tintura y el vertimiento de aguas residuales (Suárez, 2016).

Esta intención por parte de distintos actores, diseñadores, empresas y consumidores puede evidenciarse en una campaña mundial que ha comenzado a fomentar la industria bajo el lema “*Who made my clothes*” (¿Quién hizo mi ropa?) y autodenominados como “*fashion revolution*” (Revolución de la moda). La iniciativa fomenta buenas prácticas laborales de la industria de la moda a partir de los actores que confeccionan y participan del proceso de creación de moda. Esta organización estableció:

[Que] las personas que hacen nuestras prendas están escondidas. No sabemos mucho sobre quienes hacen nuestras prendas. Y ellos no saben mucho sobre las personas que compran sus prendas. Necesitamos reconectar con estas “*liasons*” o personas porque

cuando compramos un producto, compramos también toda una cadena de valores y sus relaciones. (Ditty, Cook, & Hunter, 2015, p. 14)

De esa forma, *fashion revolution* tiene una visibilidad e impacto mediático mundial. La iniciativa nació en el Reino Unido, pero se extiende a cada rincón del continente promoviendo un mensaje que habla de una nueva forma de entender la moda: debe ser creada para durar, para reinventarse y no para promover prácticas de consumo desmedido, la moda debe ser un ejemplo de producción responsable, inspiradora que tenga en la cuenta el factor humano como eje principal (Monterroza, 2017). Desde el año 2016, la iniciativa aterrizó en Colombia y ha tenido un impacto mediático moderado. *Fashion revolution* Colombia es dirigida por Angélica Salazar, la cual mencionó que esta iniciativa es de vital importancia en Colombia, debido a lo siguiente:

Colombia está dentro de los 49 países etiquetados como de riesgo extremo en el índice de trabajo forzoso (...). Cifras publicadas por la OMT y Euromonitor muestran que en Colombia un empleado del sector de confecciones gana en un día 11 dólares por una jornada de 8 horas de trabajo, mientras que en China, el salario ya se está elevando a 16 dólares por la misma jornada (Salazar, 2018).

Durante el año 2008, Camacho (2008), socióloga de la Universidad Nacional de Colombia, llevó a cabo una investigación que ponía en evidencia las distintas formas de dominación y control ejercidas por la industria colombiana a sus trabajadoras; allí, factores como la globalización, la reconfiguración de las relaciones de trabajo y la dominación patriarcal en los talleres de maquila fueron puestos en evidencia refuerzan prácticas laborales nefastas que traen consigo no solo salarios bajos, sino una serie de abusos a las trabajadoras. Al respecto, la autora mencionó lo siguiente:

Las relaciones laborales de las empresas micro y pequeñas se configuran por la reunión de varios factores como el uso intensivo de mano de obra mal paga, bajos niveles de cualificación de las trabajadoras, falta de acceso a tecnología actualizada y en ocasiones utilización de equipos obsoletos, inestabilidad laboral, ausencia de contratos de trabajo, y métodos de gestión paternalista y/o despóticos. (Camacho, 2008, p. 56)

Si bien este libro es uno de los insumos más importantes para cualquier interesado en las temáticas asociadas a la moda y sostenibilidad en Colombia, se resalta que es único y su

divulgación dentro de entornos académicos es mínima o inexistente. Por último, el concepto de moda sostenible en países como Colombia y en su industria se encuentran tejiéndose. Además, entran una propuesta que nace recientemente y carece aún de visibilidad y manejo, pero preocupa que si se llevan al contexto del desarrollo planteado por Escobar como se citó Camacho (2008), seguramente será tratado fuera del contexto y las necesidades de las personas y el medio ambiente local, sino que seguirá el rumbo impuesto por iniciativas como *fashion revolution* de tratar sus temas globalmente. En este *roll*, el sector educativo y académico tiene un papel importante como medio que ponga en mesa conocimiento, posturas e intereses frente a las necesidades de la moda a futuro.

El siguiente ítem se refiere precisamente a las nuevas necesidades que desde escuelas de moda aparecen tanto global, como localmente; adicionalmente, abarca el concepto de educación mercantil y mediación pedagógica que exalta la importancia de construir conocimiento para la formación de nuevos seres humanos donde la creatividad y el arte juegan un *roll* importante.

Educación de la moda

Las temáticas relacionadas al cambio y la sostenibilidad, están siendo discutidas dentro de los estudios y espacios académicos del diseño de moda y textiles en ambos hemisferios. Empero, no existe una forma de medir, o comprender cómo los docentes de esta área, encuentran formas de implementar estas temáticas en sus aulas de clase, proyectos, iniciativas, entre otros. En su artículo “Hacia el futuro de la pedagogía: la evolución de la educación en diseño de modas” (Towards a future pedagogy: The evolution Of Fashion Design Education) Faerm (2012), docente de la escuela de diseño Parsons en Nueva York habla sobre la forma en que la educación en diseño de moda está cambiando. El autor planteó que todas las escuelas, dado el futuro incierto de la moda y las demandas que se imponen sobre los diseñadores están afectando las formas en que el diseño de moda debe enseñarse, es así:

[Que] la mayoría de escuelas de diseño de moda americanas están reexaminando sus actuales filosofías y prácticas para así responder a las circunstancias severas. Esto incluye a una industria que está cambiando a un ritmo increíblemente acelerado, una generación de estudiantes capaces de evolucionar rápidamente, y una nueva lista de habilidades y destrezas demandadas por la profesión (Faerm, 2012, p. 210).

Lo anterior establece que actualmente existe una necesidad de reinventar las lógicas de enseñanza de la disciplina. Construyendo espacios académicos de moda capaces de afrontar las nuevas realidades del mundo. Dilsy Williams, investigador, creador del centro para la moda sostenible y docente universitario comenta que el desarrollo de una educación sostenible ofrece una perspectiva importante en la crítica a los distintos modelos, bajo los cuales la educación y los negocios de moda entren en sintonía con la vida y el futuro de los individuos. Las urgentes problemáticas y prioridades del mundo cambiante requieren habilidades y aptitudes que son distintas a aquellas que se adquirirían y practicaban bajo los modelos de moda tradicionales. En este sentido, la educación ofrece la oportunidad de cultivar nuevas ideas que trascienden más allá de lo previamente conocido, dando un énfasis a la importancia de un cambio sistémico en cómo y qué se enseña desde la moda (Williams, 2016).

Para Faerm (2012), el futuro de la educación de moda se encuentra en la habilidad de lograr investigar de forma más profunda y rápida, acorde a los cambios volátiles y rápidos que se generan en la industria permitiendo apoyar y fomentar propuestas de diseño alternativo. Se espera que los diseñadores de moda entren en contacto con prácticas ajenas a su campo para crear propuestas innovadoras que parten del diseño. De esta forma, la mirada a otras perspectivas, toma relevancia para los académicos de la moda, en búsqueda de un nuevo sentido que construya conocimiento.

Entrando en un contexto local de la educación del diseño de modas nacional, Carolina Obregón docente de la Universidad de los Andes en Colombia, en su texto *“The future is now: Designing a sustainable FashionProgram for and Age of Austerity”* o “El futuro es ahora: Diseñando un programa sostenible en diseño de moda para una época de austeridad”, consideró que los diseñadores muchas veces se sienten ajenos a las problemáticas de la sociedad y no encuentran una forma de contribuir en estas transformaciones. Adicionalmente, Obregón estableció que el diseño de moda puede confrontar problemáticas críticas y proponer soluciones, esto a partir no de una imposición sino desde el trabajo conjunto con personas dentro de las comunidades afectadas, aquí todos los actores se involucran a través de procesos de diseño que mejoran estándares de vida y benefician al medio ambiente (Obregón, 2014).

De igual modo, Obregón(2014) comentó que la educación de moda debe dar un primer paso y “cambiar su mentalidad lineal con respecto a su entendimiento del diseño y trabajar con un fundamento sostenible” (p. 2). Posteriormente, discutió sobre la forma en que la educación en diseño de moda en Colombia puede hacer uso de los saberes y conocimientos provenientes de las culturas étnicas que habitan el país, como medio de entendimiento y cuidado del patrimonio cultural colombiano, rescatando y estudiando sobre materias primas cuyas características y formas producción ancestral sean naturales y posean un menor impacto ambiental. Cabe resaltar que el artículo citado fue escrito como sustento teórico para la creación del programa de diseño y gerencia de modas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano en Bogotá.

Para complementar, Obregón(2014) comentó que la colaboración entre artesanos y estudiantes de diseño dará, desde el compartir conocimientos, saberes y experiencias personales, una nueva mirada que atienda a los problemas de austeridad y ambientales planteados en el marco de la industria global, conectando el poder que tiene la industria de la moda en la generación de crecimiento económico, protección de la cultura, bienestar e independencia de las comunidades con las que estudiantes podrían entrar a construir y tener contacto a través de distintas clases planteadas en el pensum del programa (lastimosamente, esta propuesta de pénsum al ser presentado sufrió drásticos cambios por cambios administrativos internos en la universidad).

Esta perspectiva sobre la educación en diseño de moda pretende mostrar distintos planteamientos. Ambas visiones, la local y la global fomentan la importancia de nuevos espacios de relacionamiento y construcción conjunta dentro de la academia. Desde Faem, se parte del relacionamiento con otras disciplinas de estudio e investigación, y por otra parte se habla del encuentro con la identidad cultural y el aprovechamiento de las materias primas locales desde Obregón; pero aún queda por resolver o plantear de qué forma se construirían canales comunicativos que faciliten estas interacciones y bajo qué prácticas o metodologías se presentan estas dinámicas de trabajo, dando así la posibilidad de encontrar en otras visiones, las herramientas para constituir sus posturas, lo que abre un campo metodológico importante a tener en cuenta para la MCDCS. A continuación, se presenta el desarrollo metodológico de este proyecto de investigación.

8. Diseño metodológico

En este capítulo se tiene en cuenta la ruta metodológica que permitió el cumplimiento de los objetivos planteados como eje principal de la investigación, se expone entonces el enfoque epistemológico y metodológico; como también el método y las distintas técnicas que permitieron la recolección de datos relevantes para el análisis de la información requerida y la construcción de la plataforma virtual.

8.1 Enfoque epistemológico

El enfoque epistemológico en el que se enmarca esta investigación es el hermenéutico-interpretativo, entendido como una actividad que permite la reflexión en el sentido etimológico del término, es decir, una actividad de interpretación que permite comprensiones y análisis entorno a textos de distinta índole o contexto (Ricoeur, 1984).

De acuerdo a Schleiermacher (1768-1834), la interpretación debe estar contenida en un horizonte de temporalidad, abarcando el contexto histórico del texto y su autor. En este caso se encuentra contenido en la temporalidad del entorno académico construido por estudiantes y docentes. Schleiermacher recalcó que el elemento privilegiado de este método de investigación es el análisis comparativo, que en este caso parte de la revisión y marco teórico construido entre la disciplina de la moda y la comunicación para el desarrollo y el cambio social (MCDACS).

8.2 Enfoque metodológico

En el presente trabajo se escoge el enfoque cualitativo que según Hernández, Fernández y Baptista (2004) es aquel que hace un análisis de fenómenos, objetos y prácticas de los sujetos en el ámbito discursivo natural, donde cada uno desarrolla su vida cotidiana y son los actores principales en la construcción de su realidad.

Adicional a lo anterior, se encuentra lo expuesto por Hernández, Fernández y Baptista(2006) que hablan de cómo con este enfoque se examina la realidad social y en medio del estudio de la misma se desarrolla una teoría que busca describir los puntos particulares que posteriormente

permiten llegar a un análisis general de cada fenómeno. Esta investigación analiza los conceptos de sostenibilidad y cambio social develados a partir de lo que vivencian los docentes de la Fundación Universitaria del Área Andina, la Universidad Jorge Tadeo lozano y la Corporación Unificada Nacional, como también intenta comprender las propuestas y proyectos investigativos con impacto social, articulados a la noción de moda sostenible y cambio social liderados por estas instituciones educativas.

De acuerdo a Cazau (2006), los estudios descriptivos permiten la posibilidad de hacer predicciones incipientes, aunque consideradas rudimentarias. En este sentido, se plantea que los resultados encontrados se convierten en insumos a modo de datos, textos, imágenes, audios, contenidos y variables que aportan al diseño y contenido de un piloto web (MOMED). Construir sentido sobre los datos cualitativos significa comprimir justificaciones, acciones, descripciones y explicaciones, hasta alcanzar una cantidad de variables representativas y manejables. Así mismo, significa estructurar y plasmar estos contenidos, y por último extraer y confirmar conclusiones más comprensivas sobre un fenómeno (Marcelo, 1995).

Al respecto, el análisis de los datos cualitativos derivados de la revisión documental partió de un ejercicio de enunciación de los proyectos revisados, desglosados por instituciones, y un ejercicio de agrupación frente a nociones de cambio comunes entre los proyectos revisados y posteriormente nociones comunes asociadas a la sostenibilidad. Posteriormente, se realizó una descripción frente a las iniciativas de impacto social y sostenibilidad llevadas a cabo por las tres instituciones académicas, tomadas principalmente de las entrevistas docentes; igualmente se realiza una descripción de las definiciones dadas por los docentes entorno a la moda, la moda sostenible, y la moda para el cambio social.

Por otra parte, se hace un proceso de identificación de iniciativas locales y globales conocidas por los docentes y encontradas en el marco de los proyectos de grado revisados, donde se dio importancia a información relevante en español e iniciativas dadas en el entorno de la moda en Colombia. El siguiente apartado de análisis retomó los testimonios docentes entorno a las problemáticas más importantes del sector, en términos sociales y medio ambientales, y por último se llevó a cabo un proceso de conclusiones que dialoga de formas más directa con los autores retomados en el marco teórico para la construcción de conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

8.3 Método

La presente indagación se lleva a cabo bajo un método de investigación de tipo exploratorio-descriptivo, este se define como un proceso de indagación que busca mostrar los fenómenos en su contexto natural. Se puede decir que dicha investigación es de corte exploratorio, ya que en el marco de esta se tienen en cuenta propuestas de investigación, iniciativas de impacto social y perspectivas frente a las problemáticas y necesidades del entorno nacional universitario de la moda que son fenómenos estudiados incipientemente por el entorno académico en Colombia, particularmente en la ciudad de Bogotá.

Adicional a esto, es descriptivo dado que evidencia distintas temáticas, contenidos y posturas obtenidas en el marco de un proceso de revisión y análisis documental de propuestas de investigación vinculadas al concepto de sostenibilidad y cambio en el marco de tres instituciones académicas. Siguiendo esta lógica, se hizo un acercamiento a testimonios docentes plasmados en entrevistas, que tuvo la finalidad de establecer un marco general entorno a las comprensiones, problemáticas y proyectos que los docentes asocian a la sostenibilidad y el cambio, mostrando su conocimiento frente a estos temas y posibles aportes que den coherencia dinámica a la propuesta web final.

8.4 Recopilación de información

La revisión y construcción de datos es referida a dos fuentes principales: en primer lugar, a documentación oficial brindada por las instituciones mencionadas (Jorge Tadeo Lozano al no tener aún cohorte no aportó a esta documentación) acerca de los proyectos de grado, o tesis de los programas de diseño de modas realizadas durante el periodo 2016 – II Y 2017 – I. Estos tiempos se delimitaron de esta forma, primero por solicitud de los programas debido a problemas de organización y pérdida documentos, o vacíos en sus repositorios y segundo, dado que el

tratamiento del concepto de sostenibilidad por parte de las instituciones es muy reciente, desde el año 2015, posteriormente a la tragedia en Dahka³.

En segunda instancia, se recurre a información obtenida a través de entrevistas a docentes clave dentro de los programas universitarios que desde su experiencia y conocimiento definen los conceptos de moda, moda sostenible, cambio social y moda para el cambio social a modo de preámbulo, antes de empezar a discutir sobre sus opiniones con referencia a los términos mencionados, las iniciativas de impacto que conocen y llevan a cabo sus universidades, iniciativas nacionales o internacionales de impacto, los retos y problemáticas de la industria local y distintos debates sobre el papel y complejidades dados a hablar de un concepto de moda más social.

8.5 Población

Ahora bien, para la recopilación de la información se contó con una población específica, entre estos un equipo de docentes de las tres instituciones académicas que poseen título profesional certificado por el SNIES: La fundación Universitaria del Área Andina (Código: 2806), La corporación unificada Nacional de Educación superior (Código: 105748), y la Universidad Jorge Tadeo Lozano (Código: 102914). Seguidamente, se escogieron siete docentes que aceptaron la invitación y tienen conocimiento y aportes elementales frente al tema expuesto en este estudio. Es importante aclarar que para esta investigación, de índole cualitativa no es relevante convocar a todos los docentes, puesto que interesa principalmente el valor o representatividad de los entrevistados que el número de estos (Bonilla & Rodríguez, 1997).

Los docentes partícipes de esta investigación fueron: Ángela Dotor, coordinadora y docente del programa Jorge Tadeo Lozano; Cielo Lizarazo, diseñadora, dueña de la marca Santo Cielo y docente de la UJTL; Lida Lora, docente líder semillero Fibrarte y encargada área responsabilidad social Fundación del Área andina; Christian Caicedo, docente encargado del área de escaparamo, patronaje y confección FUAA; Lidia Esperanza Alvira, líder de investigación modas CUN; cuya investigación indaga en temáticas de moda sostenible; Alejandra Córdoba, diseñadora de

³Esta tragedia incurrió en la muerte de más de 300 personas y 1000 heridos en Bangladesh durante el año 2013, revelando los denominados “Talleres de la miseria”. Se considera la mayor tragedia de la industria de la moda, posteriormente a la llamada tragedia del “triangle shirtwaist” en la ciudad de Nueva York en 1911.

modas y docente encargada del área industrial; Luz Martha Gutiérrez, coordinadora programa diseño de modas CUN.

8.6 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación utilizadas para recabar información concerniente a este proyecto son de gran importancia en la medida en la que brindan una variedad de información, con la que se lleva a cabo el análisis investigativo y posibilita el cumplimiento de los objetivos inicialmente propuestos. En ese sentido se llevaron a cabo una serie de entrevistas y un proceso de revisión documental que se describe a continuación.

8.7 Revisión documental

En esta investigación se hace una revisión documental que consiste en “detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación” (Hernández *et al.*, 2004, p.).

En ese mismo sentido, este proyecto llevó a cabo un proceso de revisión documental que permitió organizar y sintetizar la información de los documentos indagados. Durante la revisión documental, se realizó previo a la matriz un desglose y separación frente a las instituciones académicas y las distintas modalidades escritas de los proyectos de grado, los cuales se presentan a continuación:

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA DEL ÁREA ANDINA		
📌 Proyectos realizados bajo la modalidad de "Diplomado"		
NOMBRE DEL PROYECTO	AUTOR(ES)	NÚMERO DE PÁGINAS
Afrodita	No especifica en ninguna parte del contenido	20 Diapositivas
R-nova	Karen Lorena Marín y Nubia Johana Torres	9 Sumando toda la información
KANDB	Paula Catalina Vargas y	14 Sumando toda la información
Billicock	Mónica Sánchez	20 Páginas
📌 Proyectos realizados bajo la modalidad de "Creación de Empresa"		
Maletas en construcción, denim en evolución	Daniela Osorio Londoño	125 Páginas
Bigotes	Leidy Vanesa Velásquez	143 Páginas
MoshiMoshi	Maria Camila	115 Páginas
Nina Ruiz Kids	Nina Ruiz	127 Páginas
SeeBeyond. SB.	Stefania Orjuela, Brenda Pardo	94 Páginas
📌 Proyectos realizados bajo la modalidad "Investigación dirigida"		
Diseño de Ropa interior femenina a partir de textiles inteligentes, cosméticos y medicinales en Bogotá	Tatiana Mantilla Doce	191 Páginas
Mujeres Grandes	Sandra Liliana Briñez,	99 Páginas
Tejeduría Wayuu	Carolina Martínez	192 Páginas

Tabla 1. Documentos Área Andina

Fuente: Propia

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR - CUN		
© Proyectos realizados bajo la modalidad de opción de grado "Énfasis en emprendimiento"		
NOMBRE DEL PROYECTO	AUTOR(ES)	NÚMERO DE PÁGINAS
Marca Court	Alejandra Betancourt	76 Páginas
Estudio de factibilidad en la generación de prendas de vestir en Ropa infantil femenina con larga duración de uso, con procesos Artesanales en la ciudad de Bogotá	Luz Maribel Gaona Baquero y Myriam Triviño Ramírez	105 Páginas
Identidad colombiana para la implementación y reinvención de indumentaria masculina en la ciudad de Bogotá D.C.	Oscar David Díaz Viracachá	121 Páginas
Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de complementos de moda femenina a partir de materiales textiles reutilizados como el denim en la ciudad de Bogotá	Angie Julieth Corredor Muñoz	112 Páginas
Indumentaria o prendas para mascotas caninas que protejan y prioricen la comodidad de todas las razas y tamaños para el mercado de Bogotá.	Diana Colmenares Malaver	102 Páginas
¿La valorización de los productos artesanales puede llegar a ser mayor que la de los productos industriales? Marca oh Margoth	Margie Yessenia Contreras Chaparro	100 páginas
Boshell	Eliana Marcela Yaguara	149 Páginas
La nanotecnología textil con fibras naturales para procesos de bordados en prendas femeninas en Bogotá	Sandra Isabel Martínez Alba	72 Páginas

Tabla 2. Documentos CUN

Fuente: Propia

Posteriormente a esto se dio inicio a la creación y diligenciamiento de una matriz que incorporaba las siguientes variables:

1. Nombre del proyecto, institución académica y nombre de estudiante(s).
2. Relación conceptual, teórica o metodológica con los conceptos de sostenibilidad (variables: moda sostenible, desarrollo económico y humano, globalización) y cambio social (variables: acercamiento a comunidades para resolver problemáticas o necesidades, metodologías que incorporan el diálogo encuentro con el otro y temáticas propuestas en la

justificación de este proyecto de tesis entorno a: la tradición y culturas ancestrales, problemáticas del entorno laboral, aportes del diseño en pro de afrontar problemática o necesidad).

3. Datos útiles para catálogos de iniciativas sostenibles y referencias web, textos, videos y páginas para incluir en la propuesta web, este ítem buscaba rescatar algunos documentos o contenidos asociados a las nociones de cambio social y sostenibilidad.
4. Conclusiones (temáticas emergentes), a modo de ideas que son brevemente tratadas y requieren una mayor profundización.

La creación de esta matriz analítica permitió el desglose de la información encontrada que más adelante posibilitó el análisis de los resultados (ver anexo matriz analítica).

8.8 Entrevista

Las metodologías cualitativas desarrollan el potencial informacional de las conversaciones, como instrumento de investigación. Bonilla y Rodríguez (1997), considera que la entrevista es un instrumento útil para comprender un problema tal como es conceptualizado por los distintos sujetos estudiados. Por ello, la entrevista como instrumento permite identificar las comprensiones de los sujetos sobre el objeto de la investigación, en este caso, se empleó para explorar varios aspectos, de un lado, la perspectiva de los docentes frente a la moda y su lugar como espacio de cambio social y sostenibilidad, desde contextos locales y de cara a la compleja realidad nacional; y de otro, hizo posible ahondar en las problemáticas y discusiones entorno a la sostenibilidad más importantes actualmente.

Además, se recurrió a las entrevistas semiestructuradas para dialogar de forma flexible y abierta con los docentes, buscando que sus relatos y experiencia quedaran plasmados en las páginas y producto web del presente proyecto de grado y realizar, en algunos casos preguntas específicas que dieran profundidad a los intereses de esta investigación. Es importante recalcar que si bien los docentes de las instituciones se conocen, no existe un espacio que recoja y articule en un mismo lugar su conocimiento, lo que hace del instrumento de las entrevistas una herramienta muy útil donde docentes pueden sentir que comparten un mismo espacio, fuera del entorno académico o los intereses de sus programas.

Utilidad de la información obtenida a partir de la aplicación de instrumentos:

El uso de las técnicas de investigación utilizadas en esta investigación permite continuar con la ruta lógica marcada por este estudio, pero además posibilita la comprensión y utilidad de otros elementos referentes a la propuesta web que se presentan a continuación.

En torno a la revisión documental y la matriz se identificaron los siguientes usos de la información obtenido en el marco de la propuesta web:

1. Revisión documental permitió el planteamiento de temáticas de interés que abarcan problemas y complejidades de una moda pensada para la sostenibilidad y el cambio, estas se llevan al blog y se propone que estos textos sean un insumo o recurso para profundizar en estos temas en el marco de aulas de clase, haciendo uso de la web MOMED.
2. Algunas de las iniciativas, documentos, videos y contenidos encontrados en los proyectos de grado fueron incluidos por su riqueza en el ítem de iniciativas del sector externo y como links externos para potenciar la reflexión sobre los textos del blog.
3. Las temáticas emergentes encontradas en los proyectos de grado dan una ruta de trabajo frente a futuras investigaciones o acciones, dentro y fuera del entorno académico, a modo de contenidos que ayudarían a afianzar y cerrar vacíos encontrados durante la revisión documental (como, por ejemplo, el conocimiento de leyes de manejo residual textil en el país, que son tratadas brevemente en uno de los documentos).

En torno al análisis de las entrevistas se identificaron los siguientes usos de la información obtenida en el marco de la propuesta web:

1. Mostrar testimonios directos frente a los proyectos de impacto social que adelantan instituciones académicas, brindando conocimiento frente a estas iniciativas e información para que comunidades u otros estudiantes se vinculen o estudien estos proyectos.
2. Conocer de forma directa y dinámica (a través de audios editados para mejorar la calidad del sonido) que entienden los docentes frente a la moda, la moda sostenible, el cambio social y la moda para el cambio social, invitando a través de la web a que estudiantes piensen y estudien, las diferencias entre las definiciones dadas por los docentes y establecer definiciones propias.

3. Realizar un apartado especial en el blog que refiere directamente a las problemáticas y complejidades más relevantes para los docentes entorno a hablar de una moda pensada para la sostenibilidad y el cambio. Puede decirse que el apartado “Observar, entender y la importancia de dialogar desde las necesidades y complejidades del sistema moda local” encontrado en el análisis de información se convirtió en un texto que reunía las entrevistas docentes.
4. Las entrevistas aportaron también conocimiento frente a iniciativas sostenibles y de cambio consideradas por los docentes, e incluidas en el marco de iniciativas del sector externo en la página web.

9. Resultados de la indagación PROYECTO MOMED

Al realizar la revisión de documentos de proyectos de grado de la Fundación Universitaria del área Andina, de la Corporación Unificada de Educación Nacional (no se tuvo en cuenta Tadeo porque no tiene cohorte aún, la primera es en el 2018B), que se han presentado durante el año 2016 hasta el 2017 con respecto a los conceptos de sostenibilidad y cambio, el criterio de evaluación para realizar análisis de los documentos, se dio a través de lectura de *abstracts* y contenidos de los proyectos, buscando que estos se integrarán dentro de las categorías de moda (sostenible o para el cambio social), cambio social y sostenibilidad; lo anterior permitió seleccionar 19 trabajos pertenecientes a las distintas opciones de proyecto de grado (diplomado, creación de empresa, e investigación dirigida).

9.1 Análisis de información

Antes de comenzar a profundizar en este punto, vale resaltar que en el marco de este proyecto no se pretende establecer cuáles de los documentos retomados de las dos instituciones para esta investigación son mejores o peores, principalmente porque cada proceso institucional es distinto y enmarca ciertas características. Pero se presenta un panorama general frente a diferencias entre documentos de las instituciones. Por una parte, la perspectiva de los proyectos de grado de la Corporación Unificada de educación superior (CUN) está directamente asociado al desarrollo de marca o empresa, indagando por problemáticas sociales, pero es incipiente un tratamiento o acercamiento a sujetos o comunidades, los proyectos incluyen algunas nociones y perspectivas

de sostenibilidad y cambio que serán detalladas más adelante. Por otra parte, las propuestas de investigación dirigida y de creación de marca de la Fundación Universitaria del Área Andina, (FUAA) son los documentos que poseen una mayor riqueza, en términos de tratamiento teórico, acercamiento a problemáticas y trabajo con comunidad (seguramente por enfocarse en la investigación científica y no de marca), pero sus proyectos y propuestas de diplomado carecen de tratamiento teórico, conceptual e investigativo; más en ellos se alcanzan a percibir también nociones de sostenibilidad y cambio.

A continuación, se presentan los resultados más destacados en relación a la pregunta por la manera en que las propuestas de investigación implementadas en el entorno académico de tres instituciones de diseño de moda en la ciudad de Bogotá, se articulan a los conceptos de sostenibilidad y cambio social.

Iniciativas invisibles y desapercibidas que le apuestan a una moda distinta

En relación a los proyectos de investigación que se articulan al concepto de cambio social, los proyectos: “Oh Margoth (CUN), See Beyond, KADN (FUAA) y Tejeduría Wayuu aplicada a principios del patronaje mágico (FUAA)” dan valor e importancia al encuentro con saberes y las culturas ancestrales colombianas, plasmando la necesidad de un cambio frente a lo que se entiende por artesanía y su valor. Oh Margoth plantea un debate interesante frente a la industrialización de los procesos artesanales (que significa la muerte de la artesanía) junto a la baja remuneración que reciben las comunidades por su saber y productos; adicionalmente, KADN construye su propuesta de valor y marca haciendo uso de la iconografía artesanal para promoción internacional de productos.

Para “Tejeduría Wayuu y See Beyond”, diseño y atuendo funcionan conjuntamente como medio comunicativo que da valor único y mantiene vivos los procesos artesanales y textiles de estas comunidades, quienes a través de sus productos muestran el patrimonio cultural colombiano, haciendo uso de simbología y técnicas manuales características de comunidades como la Wayuu o estilos tejidos del altiplano cundi-boyacense. Tejeduría Wayuu entiende el cambio desde un ejercicio de diálogo y de intercambio de saberes que construye puentes de trabajo entre comunidades que aportan su conocimiento y por otra parte, estudiantes que imparten formación en patronaje para que comunidades incorporen a sus procesos e intereses

particulares. Sosteniendo sus raíces culturales a través de la moda. El resultado fue una colección de prendas realizadas en tejido wayuu y la creación de una marca (See beyond) que parte de técnicas aplicadas al tejido del altiplano cundi-boyacense en diseños juveniles, al revisar la página de See Beyond, se observa que el proyecto terminó en el año 2017.

Por otro lado, proyectos como “Afrodita y Mujeres grandes” consideran que el diseño puede ser un instrumento para combatir estigmas e inseguridades asociadas a perspectivas estéticas que estudiantes conciben como problemas sociales que requieren tratamiento. El uso de elementos de color y forma a través del vestido pueden estilizar los cuerpos de mujeres de tallas grandes y exaltar su silueta en busto y cadera para “feminizar y estilizar el cuerpo femenino”, combatiendo desde lo considerado en los proyectos problemas sociales asociados a los cuerpos que viste la moda.

De igual manera, formas en que la moda se articula al cambio social, se perciben en proyectos que incluyan procesos asociados a textiles inteligentes. Los proyectos “Court, diseño de ropa interior femenina a partir de textiles inteligentes, cosméticos y medicinales en Bogotá. D.C” y “Estudio de factibilidad con investigación en identidad colombiana para la implementación y reinención de indumentaria masculina en la ciudad de Bogotá” conciben que el acercamiento, indagación y elementos funcionales de diseño que incorporen tecnología textil pueden trastocar de forma positiva la vida de personas a través de la funcionalidad práctica que permite la tecnología.

Del mismo modo, Court incorporó a su propuesta de diseño el uso de textiles con propiedades de luminiscencia a su línea de ropa deportiva callejera, para disminuir el riesgo de accidentes que sufren personas que practican deportes de alta intensidad (patinaje, *longboard*, bicicleta, etc.). Por otra parte, la posibilidad de incorporar propiedades especiales a textiles (uso de agentes exógenos, donde se inyectan aditivos antimicrobianos a las fibras de polímero, rompiendo la cadena alimenticia de los microorganismos para uso en prendas de ropa interior), abren nuevas posibilidades y comprensiones sobre procesos y la forma en que se puede aportar al cambio; en este caso, la forma en que textiles combaten la multiplicación de la bacteria en zonas íntimas masculinas y femeninas.

Hasta ahora se ha hablado de nociones de cambio social que retoman el valor artesanal de los productos de comunidades ancestrales, y el uso de tecnología textil para mejorar procesos o

aportar a problemáticas particulares. A lo anterior se suma una concepción asociada a la influencia que productos de moda pueden tener sobre individuos. Para los proyectos “Court, Bigotes, Boshell” y “Maletas en construcción, denim en evolución”, sus productos actúan como medio comunicativo, alcanzando una incidencia que puede transformar la mentalidad de las personas que conocen y compran sus productos. En ese sentido, insumos como el denim (conocido como jean) reusado y aplicado a productos como bolsos y accesorios se concibe, no solo como producto alternativo de reúso textil, sino como producto que influye y pone a disposición, nuevas concepciones de la moda, trastocadas por una conciencia ambiental, sensibilizando sobre temáticas de reúso y reutilización de insumos y textiles para formar a consumidores responsables y eco-eficientes.

Dicho lo anterior, la concepción de cambio social para los proyectos mencionados en el párrafo anterior proviene del interés y el compromiso que tiene el diseñador, empresa o la marca con la forma en que introduce y comunica sus productos al mundo; de acuerdo a ello, el comunicarse y dialogar con sus consumidores de forma efectiva y atendiendo a principios sostenibles, evidenciados en su propuesta de producto, son una forma de comunicarse con estos. Por otra parte, proyectos como “Billy TheCock” y “Nina Ruiz Kids” refieren a un cambio al discutir la relación que se da entre el diseñador, la marca y sus empleados, no obstante, no profundizan en ello, es decir que no brindan un conocimiento profundo frente a qué entienden por temas como pago justo en el país, o a problemas asociados al entorno laboral local, esto es vital dado que el concepto de moda sostenible ha incursionado en este aspecto humano de la producción e industria de la moda. En contravía, existe un proyecto que promovió la inclusión de población vulnerable de forma mucho más profunda, el proyecto “Boshell” incorpora un relacionamiento directo a poblaciones de mujeres cabeza de familia, para brindar capacitaciones y fomentar el desarrollo de capacidades de sus operarias a quienes considera la columna vertebral de la cadena de producción de moda. Lo importante de esta iniciativa es que más allá de mencionar la importancia de trabajar con poblaciones vulnerables, realiza un plan de capacitaciones entorno a temas de empoderamiento femenino, además identifica y hace un primer acercamiento a una población real.

Se vislumbra en este momento una relación con el campo de la MCDSCS, donde por una parte la mayoría de estudiantes/diseñadores consideran que su producto tiene una influencia sobre las

personas, en ese sentido el uso de elementos o propuestas innovadoras sostenibles, actúan a modo de mensaje con capacidad de influencia y son entendidos como un acto de comunicación unidireccional entre diseñador, objeto y usuario, en ese sentido es importante plantear a estudiantes la importancia de llevar a cabo un ejercicio comunicativo bidireccional y más inclusivo, no solo para conocer si lo que consideran de sus productos y su influencia sobre las personas es cierto, sino para buscar formas más efectivas de comunicar los aspectos que hacen sostenible su propuesta y que pueden, en efecto, tener impacto sobre la mentalidad de personas. Por otra parte, se observa que la mayoría de proyectos no tenía ideas concretas o acciones claras frente al manejo que dar a problemáticas de la industria (que son expuestas más adelante), como la explotación laboral o la informalidad en el marco de la industria local. Si bien estos temas son trastocados por teóricos como Fletcher al hablar de moda sostenible, inclusive por plataformas como OXFAM, Green peace o Fashion revolution, parece que desde la docencia y el entorno académico existe un bache frente a la forma en que enseñar sobre manejo justo, sostenible y humano en el marco de proyectos de sus estudiantes, claro esto sería tema de otra investigación y un cuestionamiento mucho más profundo frente a trabajadores de la industria, diseñadores, marcas, entre otros, pero se observa aquí una ausencia comunicativa entre creadores (conceptuales) y productores.

Aunque el cambio social es concebido por varios proyectos como la inclusión de actores sociales a los procesos de diseño o comunicación de productos eco, un caso resalta por el público al que va dirigido. Se trata del proyecto “Indumentaria o prendas para mascotas caninas que protejan y prioricen la comodidad de todas las razas y tamaños para el mercado de Bogotá”, el cual plantea que especies no humanas poseen también problemáticas y necesidades de cambio, allí el uso de textiles inteligentes puede aportar a la prevención de hipotermia en perros mayores, pequeños o enfermos. Adicionalmente, pone en evidencia la forma en que vestir animales con textiles previene enfermedades cutáneas o contagiosas como la dermatitis, y evita la diseminación de esporas y el contagio a otras especies, este proyecto muestra cómo la moda, desde su funcionalidad construye una idea propia de cambio social que incluye distintas poblaciones y especies.

De la misma manera, se evidencian en el marco de los 14 proyectos mencionados en este apartado formas de articular el cambio social que merece la pena profundizar en torno a conceptos teóricos y metodológicos:

1. Apropiación cultural y valorización del saber ancestral y artesanal, partiendo de ejercicios comunicativos o investigativos que acerquen a estudiantes a las necesidades de las comunidades.

2. Uso de la tecnología incorporada al diseño de modas con fines funcionales, prácticos y de salud que mejoran la calidad de vida o resuelvan problemas de individuos.

3. El diseño de modas como medio comunicativo que promueve nociones de cambio a través de productos e insumos.

Seguidamente, se presentan las perspectivas que desde la sostenibilidad se conciben en el marco de los proyectos de investigación (diplomado, investigación dirigida y creación de marca) de las instituciones.

Proyectos de investigación y sostenibilidad

Por una parte, en la mayoría de proyectos predomina la perspectiva de la sostenibilidad como noción asociada al cuidado del medio ambiente. En relación a culturas tradicionales los proyectos “Tejeduría Wayuu, R-Nova” y “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de complementos de moda femenina a partir de materiales textiles reutilizados como el denim en la ciudad de Bogotá” evidencian una mentalidad de desaceleración en los procesos de moda, donde el trabajo artesanal y elaborado a mano (como técnicas de tinturado y tejidos naturales, uso *patchwork*) son apuestas que reducen la masificación de los procesos de la industria, invitando a cambiar la mentalidad productiva y construir otras formas de producción (incluyendo una que regule los derechos de autor de comunidades ancestrales) para estar preparados para un desarrollo comercial que no perjudique las prácticas ancestrales y al medio ambiente.

Adicionalmente, el reciclaje y reúso de prendas e insumos es una noción dominante que los proyectos articulan y desde el cual conciben la idea de sostenibilidad. Esta idea es la más resonante, con un total de siete de proyectos, incluyendo: “Bigotes, la nanotecnología textil con fibras naturales para procesos de bordados en prendas femeninas en Bogotá, R-Nova, Boshell, entre otros” que comparten en su mayoría la idea del reúso del material denim recolectado, o el uso de residuos desechados tanto naturales (principalmente lana, en el proyecto “see Beyond”)

como artificiales (debido a que consumen menos agua y causan problemas de salud y ambiente, como el neumático) .

En ese sentido, el proyecto “Boshell” resaltó sobre los demás al explicar las formas en que procesos de triturado incorporados a prendas usadas, dan paso a la construcción de nuevas fibras, aprovechando las cualidades de algunos textiles (por ejemplo, la lana puede ser usada para hacer hilos u otros materiales requeridos para el aislamiento acústico). Boshell propuso que la procedencia de insumos textiles para re uso venga de textiles de catálogos discontinuados, haciendo uso de la técnica de patchwork para crear bolsos, mochilas, canguros que sean resistentes al agua (resina anti hidrólisis, materiales PVC para impermeabilidad) y reducir el uso de CO₂.

De tal forma, la sostenibilidad se percibe a través de la inclusión de técnicas manuales, innovación en diseño donde “Bigotes” propuso que la característica física y funcional primordial de los diseños infantiles, deben considerar la extensión de ciclo de vida de productos infantiles y por otra parte, el proyecto “Moshi, moshi” planteó la importancia de incorporar procesos de repelencia a textiles, minimizando el número de lavados de prendas infantiles que se ensucian fácilmente.

Además, “Moshi, moshi” mencionó que existen fuertes limitaciones frente al acceso a tecnología, en este caso de máquinas de impresión para textiles que poseen un muy alto costo, las cuales son amables con el entorno, permitiendo procesos biodegradables incorporados a propuestas de diseño (se entiende como procesos biodegradables la trituración de fibras, la medición química y uso de procesos naturales y amigables con el entorno) como formas de articular y construir sostenibilidad. Desde esta perspectiva, el proyecto “Maletas en construcción, denim en evolución” consideró la importancia de trabajar con tinturados biodegradables, conocidos como Solofenil, adicionalmente explora distintos procesos como “Dry denim” el “Batik”, “Volcan Glaze”, “Grey Blue” y “Ron Hearth”, cuyo uso de agua disminuye considerablemente el impacto ambiental de algunos procesos en residuos líquidos, donde el uso de químicos disminuye considerablemente.

De igual modo, elementos como el empaque de los productos elaborados en insumos naturales y biodegradables, como el yute o el uso de cartón ecológico, son herramientas de uso que los diseñadores incorporan a sus procesos para promover nociones de sostenibilidad. El uso

de insumos naturales es también una noción concebida como sostenibilidad, dado que se cree que al ser desechados se descomponen más rápidamente y tienen un menor impacto ambiental. Materias primas amigables como el algodón orgánico, lino, la lana y la seda han abierto la puerta a un universo que desemboca en el desarrollo tecnológico de fibras sostenibles evidenciando casos como el de fibras que incorporan filamento producido por arañas (4 veces más resistente que el acero, elástica e impermeable), el uso de bioquímicos para sintetizar y transformar las fibras y sus propiedades.

Aunado a ello, el proyecto “La nanotecnología textil con fibras naturales para procesos de bordados en prendas femeninas en Bogotá” planteó la importancia que tiene el uso de nuevas fibras obtenidas desde proteínas como la leche, cacahuets, el maíz y la soja llamado AZOL, también se habla sobre la Fibra Pla, obtenida de azúcares como el maíz o la remolacha; esta fibra es reciclable y sus procesos de producción requieren de poca energía, evidenciando casos puntuales frente a el uso de fibras naturales emergentes a través de la tecnología.

Si bien la tecnología se percibe como una forma de sostenibilidad, también la legalidad, normatividad y jurisprudencia en procesos de diseño y producción son muy importantes en el marco del sistema de producción de moda. En este sentido, todo diseñador que de importancia o indague por la sostenibilidad debe conocer sus deberes y responsabilidades en relación a leyes ambientales, como la Ley 373 de 1997 y la Ley 99 de 1993 o la Decreto 1713 de 2002 que se ha modificado con los Decretos 838 de 2005 y 1140 de 2003.

En tanto, empezar a comprender la forma en que la norma vigente funciona es importante para cualquier diseñador, así mismo el proyecto “Nina Ruiz Kids” estableció que la llegada de multinacionales como Inditex ha construido nuevos paradigmas, y dados sus bajos precios de compra, contribuye a transformar la mentalidad de personas que adquieren productos de moda a nivel local. Esto ha llevado a que personas dejan de consumir productos nacionales y adquieran productos internacionales por su costo y su posicionamiento a nivel global, sin conocer que estas marcas promueven prácticas laborales desiguales al otro lado del mundo.

De ese modo, las prácticas sostenibles en el entorno laboral de la moda se asocian también a nociones sostenibles. Proyectos como “Ropa infantil Bigotes”, “Boshell” y “Prendas para mascotas caninas que protejan y prioricen la comodidad de todas la razas y tamaños para el

mercado de Bogotá” mencionaron la importancia de incluir procesos que aporten a la disminución de consumo de energía a través de elementos como bombas (de agua) de bajo consumo, vigilancia a la desconexión de máquinas e insumos durante operaciones de ensamble y planchado; así como el gasto de papel, o el uso de papel ecológico, la reducción de consumo de bolsas plásticas, inclusive ejercicios de señalización en satélites de confección para la disminución de accidentes, demuestran una mentalidad emergente que desea articular procesos de producción de moda y prácticas más amigables con trabajadores y el entorno laboral.

Finalmente, el proyecto “R-nova” consideró cómo la agilización de producción y comercialización de moda ha llevado a la creación de productos de baja calidad para el rápido deshecho y la necesidad constante de cambiar y consumir nuevas formas de vestuario. A este fenómeno se suma, desde la perspectiva de “Boshell”, la globalización cuyas dinámicas permiten el envío de productos de bajo costo entre países productores de moda y la explotación humana pasa desapercibida en los países consumidores, junto a una fuerte dependencia al valor del dólar por parte de la industria textil y confecciones nacionales.

De tal modo, se evidencian tres temáticas principales que articulan nociones de sostenibilidad, que merece la pena profundizar y mejorar en torno a conceptos teóricos y metodológicos:

1. Procesos de tinturado y fibras naturales incorporados a procesos de creación de vestuario, junto al reúso de insumos naturales y artificiales, buscando prácticas más amables con el entorno.
2. Apropiación de herramientas tecnológicas y procesos de innovación tecnológica incorporados en fibras que disminuyan el impacto ambiental de la industria.
3. Conocimiento de la normatividad, jurisprudencia y buenas prácticas en el entorno laboral que disminuyan la huella ambiental de la industria.

A pesar de que se acaba de definir la forma en que proyectos de investigación se articulan a las nociones de sostenibilidad y cambio a través de una agrupación de los proyectos y un desglose de temáticas más importantes de cada concepto, se presenta a continuación las distintas iniciativas de impacto social que llevan a cabo las instituciones académicas y docentes entrevistados, estableciendo como estos llevan a sus aulas y proyectos posturas asociadas a una moda distinta.

Proyectos de impacto social en el entorno académico como experiencia para tejer una moda distinta

Por una parte, se aclara que cada institución posee una agenda temática e intereses particulares desde los cuales abordar el impacto social y proponer iniciativas de impacto social. La Universidad Jorge Tadeo Lozano propuso desligarse del discurso de la responsabilidad social y trabajar desde la norma ética⁴ vigente, dado que consideran que la vulnerabilidad o el tratamiento que se da a las discapacidades desde la responsabilidad social, condiciona a las poblaciones y las hace sentir constantemente vulnerables. En ese orden, la docente Ángela Dotor, docente y coordinadora del programa de diseño de modas de la Tadeo realizó un plan o proyecto de “responsabilidad social” en el año 2017, como programa basado en mejoras económicas para cualquier comunidad social a través de asesorías y apoyo conjunto con la población:

Hicimos un proyecto increíble, pero a nosotros nos parecía absurdo ponerlo de un marco que se llamara responsabilidad social porque eran negros, afrodescendientes, es lo más absurdo del mundo. Lo que nosotros hicimos fue que hicimos un proyecto de responsabilidad social, pero basado en mejoras económicas para cualquier comunidad social que necesita ascender económicamente, necesitan que se está valiendo en un proyecto de confecciones y necesite asesoría desde la academia, y se saca adelante. (Comunicación personal)

En relación a los procesos sociales que se dan en la institución, la Tadeo aprovecha sus recursos y espacios, como el laboratorio textil, para incluir procesos que midan la sostenibilidad en el marco de proyectos de comunidades de artesanos, vulnerables y un proyecto en gestación con PROPAIS. Adicionalmente, se recalca que sus docentes conocen la norma ética y llevan esto al aula de clases, para que así, el que trabaje con esta norma, sea quien sea (personas externas o internas) y cumpla, logrará crecer como persona, olvidar sus diferencias y generar un impacto social.

⁴ Al hablar de “norma ética” la docente Dotor se refiere principalmente a que sus docentes y programa, trabajan bajo el marco ético del protocolo de Kyoto y el manual de Oslo, ambos como menciona Dotor son una propuesta de incursión en la sostenibilidad en términos del manejo ambiental (Kyoto) y de producción tecnológica en innovación (Oslo).

Igualmente, como iniciativa y estrategia pedagógica, el programa de modas de la Tadeo trabaja sus procesos de patronaje de forma exclusivamente digital, distinta a otras universidades que realizan trabajo de patronaje manual, con el fin de organizar y mejorar su manejo residual como dictamina la normatividad vigente; por ende, uso fotocopias, residuos textiles y otros son manejados de acuerdo a la norma vigente, dispuestos en canecas especiales, entre otros, como mencionó Dotor: “Nosotros trabajamos bajo el marco ético de Kyoto y Oslo que son los que tenemos en nuestras bibliografías, si tu entras a nuestros talleres, todos tienen bibliografía de sostenibilidad. Todos los profesores tenemos claro que la industria de la moda debe cambiar” (comunicación personal).

Ahora bien, las propuestas de iniciativas de la CUN, frente a lo dialogado con los docentes Alejandra Córdoba, Martha Gutiérrez y Lidia Esperanza Alvira señalaron la búsqueda de procesos sostenibles en el marco del aula de clase, en materias como “Gestión de producción” o “Colecciones industriales” fuertemente ligadas a la producción, donde el debate gira en torno a las estrategias de comunicación propuestas por estudiantes para sus productos, o marcas y la claridad frente a temas base como conocimientos frente a pago justo desde los procesos de moda. Sobre el particular, Córdoba comentó:

Siempre les digo, una cosa es que yo quiera ser sostenible, y otra es que no cuide la comunicación de mi producto, o que no cuide con quien estoy trabajando, a veces buscamos que sea más barato y siempre me llama mucho la atención que cuando les pregunto, cuál es su estrategia de comunicación la respuesta siempre es: descuentos. Entonces empieza la discusión de nooo, pero entonces vamos a hacerlo con tintes naturales, con no sé qué, pero siempre es como lo mismo, tintes naturales y reutilización; y luego les preguntó: y cómo le van a pagar a las personas que trabajan con ustedes, es como obviamos el valor que tiene la capacidad humana para el trabajo. (Comunicación personal)

Dicho lo anterior, la apuesta e iniciativa de la institución es la “Escuela MODUS”, construida como la iniciativa social más importante del programa modas CUN, esta escuela se enfoca en capacitar distintas poblaciones en temas de patronaje y diseño para la consecución de procesos productivos. La escuela tiene una experiencia de más de 2 años trabajando con comunidades

como barristas⁵, negritudes, comunidad TRANS, entre otros. Este es un espacio, de acuerdo a las docentes, para la interacción social y el conocimiento de las necesidades de los otros. Citando a la docente Alejandra Córdoba: “Creo que el que está en modus ha aprendido más que desde el punto de vista técnico, desde el punto de vista humano y del punto de vista social un montón de cosas muchísimo más grandes de lo que puede parecer”. La apuesta del proyecto MODUS busca incluir a todo tipo de poblaciones alrededor de la moda, brindando una experiencia universitaria y humana a quienes son partícipes de este. La docente Martha Rodríguez narró el proceso en torno a un grupo de barristas y mujeres cabeza de familia así:

Entonces, al final cuando se les entregó su cartón de graduación, para ellos fue digamos una experiencia muy bonita, porque ya con ese recurso de conocimiento, se pudieron empezar, iniciaron su proceso de trabajo de emprendedores. Las señoras ya no dejaban sus niños a cargo de otras personas, sino que ahora estaban ahí cerca de la casa con su taller. Y los muchachos igual, ya empezaron a generar un proyecto de vida diferente y ya allí uno se quita el contexto de que son violentos, todo lo contrario. (Comunicación personal)

El proyecto MODUS es uno de los flancos que comprenden las iniciativas sociales de la institución, la propuesta de la docente Lidia Alvira busca desde ejercicios de customización⁶ y de reutilización⁷, empezar a proponer alternativas al diseño dentro de las instituciones para nutrir su libro de moda sostenible que retoma procesos de la memoria histórica del patronaje, procesos de estampación creados por comunidades y conciencia ambiental en el aula, para así culminar y

⁵ El termino “Barristas” refiere a adultos, jóvenes y niños aficionados a equipos de futbol, si bien hacer parte de una hinchada no representa ser una población vulnerable, aspectos como la territorialidad, violencia y la muerte son algunos de los temas repetitivos de estas comunidades. Es por esto que fueron invitados y participan del proyecto MODUS.

⁶Customización, se entiende como un proceso de tomar una prenda en un estado de uso, y a través de procesos textiles, de patchwork, o cambios a algunas prendas o por así decirlo “remaches”, se le da una segunda vida o mejoramiento a una prenda.

⁷Con respecto a este término, desde la moda refiere al reúso o reutilización que puede darse a prendas usadas y desperdicios o residuos textiles

proponer un producto de arquitectura (patronaje) con residuo cero. Durante el año 2018 saldrá el libro de moda sostenible de la docente y una guía de patronaje de residuo cero⁸.

De la misma manera, desde el Área Andina se realiza un ejercicio de trabajo social, asociado a cliente real, vinculando proyectos del semillero de investigación “Fibrarte” con comunidades o poblaciones que se acercan a la institución. Desde esa postura, son los estudiantes acompañados por los docentes que desarrollan un proyecto de investigación científica y entrega de monografía para aportar, desde su quehacer a comunidades de todo tipo. Al respecto, el docente Christian Caicedo afirmó su participación en proyectos del semillero:

Dentro de la academia también conozco y también me he visto involucrado en proyectos que generan alianzas corporativas con entidades como las mujeres con cáncer, se generan donaciones de cabello, se hacen pasarelas y desfiles, más que para suplir una necesidad, viéndolo como una problemática, sino para entender que todos somos iguales, de regalarle una sonrisa a esa persona y hacer ver a esa persona feliz. (Comunicación personal)

Fibrarte es la apuesta del programa diseño de modas Área Andina, allí han trabajado con mujeres con cáncer de seno que de acuerdo con la docente Lida Lora:

Nació de una entrevista con tres mujeres del cancerológico, en donde nos decían que no existía en el mercado ni ropa interior, ni vestido de baño para ellas, porque su condición de dolor, de maltrato de sensibilidad, las telas no funcionan. La ropa no es sexy, la mujer pierde toda su autoestima porque la ropa es de enfermo. (Comunicación personal)

Igualmente, han generado propuestas de investigación para la creación de ropa interior funcional para hombres trans en el año 2012(Loaiza, 2012), proyectos de experimentación con fibras de pescado (2018) y proponen encaminar el semillero Fibrarte, de acuerdo a la docente Lida Lora, líder del proyecto, hacia el rescate de la tradición cultural colombiana a través del intercambio de saberes (proyecto de tejeduría Wayuu se enmarca aquí, en el año 2017):

Ahora trabajamos con una fundación que se llama AMDAE de mujeres desplazadas por la violencia, que fue el proyecto de vestuario bordado en piel de pescado y tenemos otro proyecto súper bonito que se está trabajando con otra comunidad del chocó con mujeres

⁸ Patronaje de residuo cero refiere directamente a un ejercicio de patronaje o moldería de vestuario con un mínimo de residuos en textil y papel.

desplazadas, que viven en Bogotá y ellas quieren rescatar la tradición, hacer patchwork artesanal sin máquina, a mano. (Comunicación personal)

Además, la docente Lora reiteró que es el diálogo lo más importante y el primer paso, allí es la comunidad quien pone en la mesa sus intereses: “A través de un diálogo determinamos que es lo que necesitan, y de ahí, de esa forma hablando con ellos, es de donde salió el proyecto punta atrás con la comunidad del chocó” (comunicación personal). Lora apoyó el proceso desde su conocimiento en modas y textiles, un docente de investigación apoya metodológicamente el proceso y un equipo de responsabilidad social hace acompañamiento a la comunidad. Se reitera que todo nace desde las necesidades e intereses de la comunidad. En ese sentido, el docente Christian Caicedo comentó que los proyectos de su institución, apuntan más a la recuperación de vidas: “Acá no se construye, se recupera el sentido social de las personas, incluyendo docentes, estudiantes y comunidad” (comunicación personal).

Entonces, se puede observar que las tres instituciones académicas poseen agendas e intereses en torno a formas de generar impacto social, una más asociada al trabajo en aulas de clase e incorporación de tecnologías para medir la sostenibilidad, otra desde un ejercicio fuera de las aulas de clase convencionales que introduce el conocimiento en técnicas de patronaje para; y por último, desde el encuentro con todo tipo de necesidades de individuos y comunidades para aportar a cambios articulando el ejercicio investigativo.

Concepciones de los docentes sobre la moda, el cambio y la sostenibilidad

En relación al tercer objetivo de este proyecto de tesis, se presenta a continuación el análisis de frente a las comprensiones de los docentes, con relación a problemáticas y necesidades del contexto nacional asociadas a los conceptos de cambio social y sostenibilidad. Se parte primero de explicar la forma en que los docentes definen los conceptos de moda, sostenibilidad y cambio social, buscando puntos comunes y diferencias. Aunado a ello, se realiza un listado de iniciativas nacionales e internacionales que han aportado a la sostenibilidad o el cambio social, y se realiza una breve descripción de los mismos. Finalmente, se presenta la realidad y problemáticas de la industria nacional, expuesta por los docentes a modo de introducción a la realidad local de la moda, en respuesta al tercer objetivo de esta investigación.

En primer lugar, se debe decir que el concepto de moda abarca multiplicidad de posturas y perspectivas, más los docentes coinciden en que se trata de una actitud humana repetitiva, frente a lo que otros hacen, desean y la forma en que esto se masifica. Al respecto, Lizarazo, docente de la Tadeo dijo: “Pues yo creo que la moda es, son varias cosas [...] una digamos como, una actitud humana a repetir algo que quieren, que están haciendo otros y lo adaptan y lo vuelven masivo” (comunicación personal).

Con relación a lo anterior, Caicedo, docente de la FUAA expresó: “La defino como una forma de presión social, ya que le indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer y se convierte en un hábito repetitivo que identifica a una persona o a un grupo de personas” (comunicación personal). La moda es en sí para los docentes un proceso social y cultural que termina indiscutiblemente en producción de vestuario: “Moda es una estadística y un carácter productivo y es un sistema creado para vender, bajo un sistema de capital, eso es moda” (Dotor; comunicación personal).

Con respecto a la moda sostenible, este concepto es entendido por los docentes como un proceso de transformación del consumo masivo de vestuario, asociado a problemáticas y discusiones en torno a medio ambiente, economía y explotación laboral, hacia un consumo más responsable y medido, más amable con el entorno. Sobre el particular Alvira en su testimonio comenta que: “Moda sostenible sería hablar de algo que tiene unos principios que no atentan contra el equilibrio de los ecosistemas” (comunicación personal). Este concepto de acuerdo a Córdoba ha sido trabajado más por el entorno académico que por la industria: “Yo creo que lo principal que uno encuentra con el tema de moda sostenible es la academia, la academia es como donde más se está repitiendo la información porque es difícil que la industria la repita” (comunicación personal).

Si bien las docentes están en lo correcto, Ángela Dotor aportó mayor profundidad al dar claridad frente a modelos de producción de moda alternativos considerados como sostenibles (economía naranja, análisis de ciclo de vida de producto y economía circular); así mismo, cuestionó la existencia del término moda sostenible al decir:

Te diría que no existe porque hay muchos estudios frente a que el sistema de moda ya está caído, es rentable, pero afecta el medio ambiente por el sistema mismo de producción, y como el tema es producir bajo un sistema de capital y de ganancia no se

tiene en cuenta el impacto ambiental, el desarrollo de mano de obra no se tiene en cuenta como es. Las grandes multinacionales se encuentran muy cuestionadas por el tema de responsabilidad social, responsabilidad ambiental y por el manejo de la mano de obra. Te diría que se podría hablar de indumentaria sostenible, pero no de moda sostenible. (Comunicación personal)

También, Alejandra Córdoba planteó qué problemas de explotación demográfica brindan matices y complejizan la forma de entender la moda sostenible, allí empresas nacionales e internacionales, con todo y sus problemáticas permiten el acceso al bienestar económico, como base de la existencia en sociedad, pidiendo no satanizar algunos casos, sino llegar a la particularidad de cada asunto. Al respecto mencionó:

Entonces a veces nosotros solamente hablamos desde el punto de vista, es decir, es que los están explotando, los están utilizando ta-ta-ta, pero nosotros también debemos ser conscientes de que tenemos unos problemas de hiper reproducción humana que también tienen que cubrirse de algún modo, estas personas tienen que alimentarse de alguna manera. (Comunicación personal)

De esa forma, el indagar sobre la forma en que los docentes conciben el concepto de cambio social, se indago primero por la idea de cambio social únicamente, y posteriormente por el concepto de moda para el cambio social. Con respecto al concepto de cambio social tanto Dotor, como Lizarazo y Caicedo, concuerdan y entienden que este se refiere a una alteración, a un cambio una ruptura sobre estructuras o formas de pensamiento impuestos por la sociedad o por un grupo de personas para conseguir algo nuevo. Al respecto Dotor afirmó: “Cambio social es una ruptura que hay, que tiene que haber, más bien, dentro de una cultura de pensamiento y una cultura y una forma de pensamiento. Y ya, es un cambio de pensamiento” (comunicación personal).

Por otra parte, al hablar sobre el concepto de moda para el cambio social, esta noción se mueve entre la estructura económica y productiva asociada a la moda sostenible que refiere al impacto que tiene la industria en términos ambientales y humanos (principalmente laborales), a través de elementos como la contratación responsable, mano de obra digna y derechos de autor, y una perspectiva de alteración del orden establecido a través de la innovación, la creatividad y la

cultura como factores que muestran una moda distinta. Esta noción requiere de ejercicios comunicativos que introduzcan procesos alternativos en torno a oportunidades laborales y de integración. Al respecto Lizarazo comentó:

Es como qué impacto puede tener esta industria en la comunidad, en mejorar muchos aspectos como calidad de vida, integración, dar oportunidades laborales, en general de incluir cierta población en una actividad, en este caso que tiene un fin comercial. (Comunicación personal)

Finalmente, Esperanza Alvira afirmó: “La moda como instrumento, facilitadora para permitir que las comunidades se apropien de su identidad y de su cultura, y que la puedan manifestar” (comunicación personal). De esa forma, las entrevistas aportaron, además de percepciones sobre los conceptos de moda, sostenibilidad y cambio social, iniciativas que trastocan perspectivas de sostenibilidad y cambio. Esto permitió conocer de mano directa propuestas únicas, plataformas e iniciativas que son muy útiles para el catálogo de iniciativas del proyecto web MOMED que toma estas iniciativas como base referencial para inspirar y propiciar el diálogo entre actores de la academia y la industria, entre otros. Se adicionan también a este listado, una serie de iniciativas enmarcadas en el proceso de revisión documental que aportan también, a modo referencial a conocer sobre alternativas y propuestas de una moda para el cambio y la sostenibilidad.

Iniciativas sostenibles en local-global

En el marco de las entrevistas emergen iniciativas como el *Fashion Research Network* que reúne memorias, textos, concursos y una amplia gama de información frente a la moda a nivel local y global. Particularmente, la docente Ángela Dotor hizo énfasis en las memorias de sostenibilidad y manejo textil que se encuentran en la página, estas son muy útiles para cualquier docente o lector interesado en temáticas de moda sostenible (Fashion Research Network, s.f.).

Cabe señalar que el denim (o jean) , tanto en la revisión de documentos de proyectos de grado realizada para esta tesis, como para Colombia a nivel de exportación e inclusive para docentes, es vital a la hora de entender los insumos que componen la industria, así mismo comprensiones sobre el impacto que este insumo tiene en el mundo. La docente Alejandra Córdoba trabaja fuertemente con este material, y dio a conocer iniciativas como Jeanología. Jeanología (s.f.) es una empresa que desarrolla maquinaria industrial que usa el aire del ambiente, lo convierte en

ozono para alterar las moléculas del denim, reducir el gasto y consumo de agua usado en este insumo (por prenda de denim) de 200 litros a 1 litro.

Alejandra Córdoba aportó conceptos como el de la marca sueca Nudie jeans(s.f.), cuyo modelo de producción, recibe, descompone la fibra del denim y vuelve a tramar el textil, incorporando tecnología a las fibras para aumentar el ciclo de vida del producto. Asimismo, comunica y promueve tutoriales web para el cuidado y sostenimiento de prendas. Otra iniciativa, la marca norteamericana G-Star Raw (s.f.) recoge el plástico de playas y lo convierte en fibras para construir vestuario en denim. Tanto G-Star y Nudie jeans poseen una política de información abierta, frente a sus procesos y su conocimiento, invitando a personas a colaborar abiertamente con ellos. Finalmente, la docente dio el ejemplo de People Tree (s.f.) una marca inglesa que impulsa el comercio justo, la marca cuenta la historia detrás de sus prendas, incluyendo procesos sostenibles (insumos y procesos naturales) y de pago justo a las personas involucradas en sus procesos.

Por su parte, el docente Christian Caicedo brindó información frente a dos proyectos que incluyen temáticas de sostenibilidad local (Bogotá) en sus procesos, por una parte, DDU (s.f.) (Dotamos diseño se identificó un trabajo realizado por la estudiante Mónica Fontenegra, el cual genera prendas con materiales inteligente y reciclados para innovar en el mercado y crear productos como prendas para dotación, publicidad, entre otros. Otro insumo para el catálogo brindado por el docente es la marca Harwin Jeans (s.f.) (harwinjeans@hotmail.com), esta marca de mayoristas ubicados en el Gran San desarrolla procesos aplican procesos de reutilización de agua y reducción de agentes químicos que modifican la estructura del denim.

Por otro lado, la docente Cielo Lizarazo aportó también una iniciativa local, cuyos procesos de buenas prácticas y manejo acorde de residuos no han sido visibilizados, esta es calzado W.Wilches (s.f.) esta empresa nacional incorporó un tema de manejo residual a sus procesos de curtido para calzado, esta empresa se dedica a la maquila de calzado para hombre y calzado militar, y según cielo, invirtió hace 15 años un amplio capital para el implemento de plantas de tratamiento de vertimientos y son un ejemplo a nivel local, sobre procesos que aportan positivamente al impacto ambiental en la ciudad de Bogotá.

También, la docente Martha Gutiérrez dio información sobre una marca llamada Demano (s.f.) instalados en la ciudad de Barcelona, la cual diseña productos de moda partiendo de banners y otros insumos provenientes de la publicidad, buscando generar una cultura diferente frente al uso de los residuos. Por último, la docente Lidia Esperanza aportó casos de iniciativas consideradas sostenibles: Cyclus (s.f.) una marca que usa manufactura con neumático reciclado. La Fundación Promedio (s.f.), empresa dedicada a la realización y producción de objetos 100% reciclados. Por último, Conciencia Eco (s.f.), una página web que recopila información sobre sostenibilidad, y busca fomentar cambios en las prácticas de consumo de las personas, así mismo promueve ideologías de reciclaje, artículos sobre educación, bienestar y otros temas. Con el fin de comprender porqué los docentes poseían interés por este tipo de iniciativas, se presentan a continuación resultados de las entrevistas frente a las problemáticas y realidades complejas de la industria nacional.

Por otra parte, en el marco de los proyectos de investigación revisados emergen también algunas iniciativas importantes. El proyecto “Ropa infantil Bigotes” dio a conocer las iniciativas Colorganics(s.f.), una empresa colombiana dedicada al aprovechamiento sostenible de la biodiversidad del país, a partir de la investigación, desarrollo y la aplicación de colorantes naturales. Enka(s.f.) empresa colombiana que brinda productos ecológicos a través de la línea EKO que es manufacturada a partir de materiales reciclados. La Casa Rosada (s.f.), negocio local dedicado a la “venta de materiales textiles con propósitos artesanales” (párr. 3). Además, Sumiprint(s.f.), empresa que produce y comercializa tintas, pinturas, productos químicos y suministros; ofrece un amplio portafolio de productos de bajo impacto ambiental.

De igual forma, el proyecto “Boshell” aportó conocimiento sobre iniciativas como la marca de denim holandesa Seven Senses (s.f.) que utiliza telas de denim tejidas a mano en la India cuyos procesos que no dañan el medio ambiente y emplean a trabajadores capacitados localmente; fomentando el desarrollo local. Globe Hope(s.f.), una iniciativa que convierte materiales de desecho en ropa y accesorios peculiares. Pionero en el rediseño y la reutilización, GlopeHope acaba de celebrar su decimo cumpleaños en el negocio. La idea original de crear ropa única e interesante sin fabricar materiales nuevos ha demostrado tener éxito también a nivel mundial. Otro de los descubrimientos dados por Boshell es la marca norteamericana Patagonia (s.f.), pionera en la producción de productos de moda deportivos (ejercicios y deportes de aire libre), esta marca promueve no solo disminuir el consumo de prendas a través de ejercicios

publicitarios, sino que tiene una política de libre acceso de información que reúne tutoriales de enseñanza para reparar prendas y disminuir el consumo de moda.

Con referencia a Colombia, Boshell dio a conocer la propuesta de la diseñadora Nixa Sierra llamada Wanabana Design (s.f.). Sierra es pionera del eco-diseño en Colombia, vive en la ciudad de Bogotá, donde desde el 2004 emprendió con una visión de diseño, previa al conocimiento de la moda sostenible que como diseñadora industrial le permitió crear y explorar materiales reciclados con el fin de producir accesorios estilo *vintage*, explorando visual y estéticamente en la creación de bolsos. También, otra diseñadora local. Rebeca Duncan, realiza sutiles piezas de arte hechas a mano y en cinta reutilizable. Son productos únicos para personas con personalidad y muchas ganas de innovar parten desde la construcción de vestidos, hasta sencillas baletas (Rebeca Duncan, Arte, Moda y Cintas, s.f.).

Por su parte, el proyecto R-Nova detalla y da importancia a una iniciativa importante en términos sociales, académicos y culturales para el país, pero que no es reconocida por muchos, se trata del museo del traje Manuelita Sáenz, fundado en 1975 por la antropóloga Edith Jiménez es un lugar de conocimiento frente a la historia y tradición del arte en el país, sin mencionar una serie de actividades gratuitas en torno al tejido y el arte que se llevan a cabo mes a mes (Museo de Trajes, s.f.).

Observar, entender y la importancia de dialogar desde las necesidades y complejidades del sistema moda local.

Dando continuidad a los objetivos planteados, los siguientes apartados registran en forma resumida los testimonios de los docentes frente a las problemáticas locales de la industria. Estas cuestiones y temas se ven plasmadas en la propuesta web con el fin de ser incluidas en las agendas sostenibles de futuros diseñadores, marcas, instituciones, proyectos y aulas de clase. Se identifican las siguientes perspectivas de problemáticas locales que trastocan la industria, la educación y el sistema moda a nivel local: 1. La mentalidad de maquila y copia, de la industria local que no puede competir con productos chinos de bajo costo y calidad que entran a Colombia. 2. Los problemas ambientales relacionados a la industria, en términos de aguas (caso de río Tunjuelito y el río Medellín). 3. La informalidad laboral y el desconocimiento sobre pago justo, lo que se traslada a desconocimiento y vacíos en la formación de estudiantes.

Frente a ello, Ángela Dotor discutió sobre la forma en que las instituciones inculcan una cultura de diseño errónea que solo sigue procesos de producción masiva de vestuario, donde empresas y diseñadores solo maquilan, copian y sigue tendencias mundiales, que de por sí, están destinadas a fallar en contra del mercado chino:

Si tú miras ya el retail colombiano, el retail colombiano sí tiene serios problemas y es porque maquila y está así copiando tendencias y siguiendo tendencias bajo un sistema de capital que además no le da para sostenerse por que no podría competir con china, así que eso se está cayendo, eso se cae solo y se va a caer solo. (Dotor; comunicación personal)

La forma de atacar esto debe ser, de acuerdo a Dotor, inculcar en los estudiantes la metodología de diseño de autor que permita dar un valor adicional a las propuestas de diseño nacional. Aquí aspectos como saberes e iconografía ancestral entran a jugar un valor importante, pero deben constituirse también incorporando escenarios sostenibles y de cambio. Christian Caicedo y Cielo Lizarazo concordaron con Dotor en la urgencia de fortalecer los procesos de la industria local que corre peligro. Caicedo debatió sobre la forma en que los países asiáticos han afectado el mercado de producción y venta en zonas de comercio de moda como el Gran San⁹, llevándolos a adquirir productos terminados que provienen de estos países a bajo costo y parar la producción propia al no poder competir en costos, lo que lleva a pérdidas de empleo y el cierre de uno de los sectores de venta mayorista más importantes del país. Lizarazo, por su parte, como emprendedora de una marca de calzado (llamada Snakers) comentó que, al trabajar con sintéticos comprados en china, como estrategia para bajar sus costos, trajo para su marca la pérdida de confianza en sus clientes, al empezar a recibir devoluciones de sus productos por baja calidad en sus insumos.

Siguiendo a la profesora Córdoba, la globalización ha aumentado el costo de aranceles a nivel nacional, lo que ha llevado a que varias maquilas nacionales, migren a países como Ecuador y Perú, en búsqueda de costos más bajos para su producción y poder ser competitivas en el mercado. Esto de acuerdo con la docente, va a generar un problema social muy fuerte en cuanto a desempleo, donde la industria de confección y textiles representa el 35% de los ingresos del país.

⁹ Gran San es un centro comercial ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá, conocida también como San Victorino. Gran San es el centro mayorista donde se lleva a cabo “el madrugón”, espacio comercial donde personas de todo Colombia vienen a adquirir productos para comercializar a otras regiones del país.

Adicional, la docente Alejandra Córdoba habló sobre algunos imaginarios que se construyen detrás del concepto de *fast fashion* o pronta moda, donde empresas nacionales empiezan ahora a operar bajo este modelo de sobreproducción, diseñando más colecciones al año para competir con empresas multinacionales que operan en países orientales. Esto genera un mayor gasto, consumo y residuos, pero Córdoba consideró que para un país como Colombia, el aumento de empleo impacta positivamente a muchos trabajadores a nivel local. La docente invitó a cuestionar la forma en que se sanciona y se juzga a empresas e industrias que a fin de cuentas aportan a través del empleo que proveen, buscando formas de mejorar sus prácticas y políticas en términos de manejo residual.

Igualmente, la docente comentó que no hace falta ir a china para observar como desde espacios como el Gran San, son las maquilas productoras y las mismas personas, quienes por producir más y cerrar contratos con marcas o industria reducen sus precios hasta lo más mínimo, lo que tiene repercusiones sobre ellos mismos y sobre el medio ambiente. Córdoba dijo que a nivel nacional en muchos casos son las mismas personas (no las marcas), quienes por su necesidad buscan trabajar bajo condiciones inhumanas, sin firmar contratos y ofreciendo, por necesidad, a menor costo sus servicios.

En relación a la informalidad, como problema de la industria, Cielo Lizarazo dio información sobre algunas de las problemáticas que desde su experticia ha observado en el sector de calzado y marroquinería. La docente comenta que en este entorno las condiciones no son salubres, el espacio no es adecuado para trabajar. Adicionalmente, existe una mentalidad asistencialista donde los trabajadores (que en su mayoría trabajan en la informalidad), piden que el gobierno subsidie y baje aranceles para generar más ingresos. A modo de ejemplo, Lizarazo puso el caso de uno de sus proveedores en Bucaramanga, donde observaba que la mayoría de trabajadores no tenían prestaciones, principalmente porque trabajaban al destajo y consideran mucho más conveniente no tener un horario y también poder generar rotación de un trabajo a otro, vendiendo su mano de obra al mejor postor y aprovechando que no existe un contrato que los obligue a cumplir; además son ellos quienes, según la docente, no solicitan pago de seguridad social o ARL con el fin de recibir más ingresos, desconociendo como esta informalidad puede afectar sus vidas.

Los anteriores testimonios evidencian una necesidad por trastocar temas que desde el concepto de moda sostenible, no se han observado a nivel local y responden a la observación y cercanía que docentes tienen con la industria, demostrando la importancia de empezar a dialogar sobre estas complejidades. A continuación, se presenta un problema más cercano, el de las curtiembres en la ciudad de Bogotá. En el marco de las problemáticas actuales del sector, varios de los docentes mencionaron a las curtiembres ubicadas en la ciudad de Bogotá. Alejandra Córdoba afirmó que este fue un problema que duró más de 30 años y dejó una marca permanente en el río Tunjuelito, se generaron muertes de empleados por cáncer dado el manejo que se da al cuero a través del Cromo. Actualmente, han emergido nuevas formas de tratar el cuero, la docente da el ejemplo de procesos alternativos como el sintético Piñatex, cueros partiendo del uso de la proteína de la leche, usos para la cáscara de plátano e incluso el cuero proveniente del cultivo de bacterias.

También, Córdoba comentó que hace apenas 6 años se intervino San Benito y el Estado cerró muchísimas curtiembres, se invitaron a muchas empresas a través de la entidad ACICAM, para que mejoraran sus prácticas, pagaron ARL a sus trabajadores y realizarán procesos de curtido limpio, solo aquellas que tenían el dinero para hacerlo participaron. En relación a esto, la docente Lidia Esperanza dijo que las empresas micro y medianas (que representan un arrasador 96%) carecen de ausencia de innovación y de acceso a la tecnología lo que les impide invertir y buscar formas de convertirse en sostenibles.

Del mismo modo, la docente Martha Gutiérrez narró su experiencia al trabajar con curtiembres hace 10 años durante un proceso de investigación con la universidad ECCI; Gutiérrez dijo que estas empresas están decayendo y contó parte del proceso de experiencia que tuvo al visitar años después estas fábricas donde sobreviven quienes incorporaron nuevos procesos, por otra parte, la industria china reemplazó la producción textil en la ciudad.

Por último, la docente Lidia Esperanza invita desde su testimonio a entender las complejidades y los enfoques sostenibles que se dan en el país, planteando el caso de vertimiento de aguas rojizas por parte de la empresa Fabricato en el río Medellín, en este caso, la empresa tuvo que pagar una amplia suma de dinero como multa. La docente invitó a cuestionar la forma en que se hace seguimiento a estos casos e indagar por los actores que se ven beneficiados en procesos ambientales de la industria de la moda. Así mismo, invitó a la constitución de sanciones

pedagógicas y a la construcción de plantas de tratamientos residuales que oscilan en el valor de la multa impuesta.

Si bien acaban de ser expuestas las principales problemáticas y necesidades del entorno a través de las entrevistas docentes, vale la pena resaltar otras perspectivas frente a necesidades que aparecen durante las entrevistas. En ese sentido, se encuentran temas asociados a1. Tintes y fibras naturales como únicos elementos de la sostenibilidad. 2. Aportes desde el campo de la tecnología a procesos sostenibles y mejoramiento de la calidad de vida. 3. Reúso de insumos en los procesos sostenibles, principalmente el Denim.

A continuación, se presenta una serie de cruces importantes frente a lo encontrado en el análisis de documentos y entrevistas docentes, entorno a lo mencionado en el marco teórico sobre los conceptos de cambio social (comunicación y moda), sostenibilidad (comunicación y moda), y educación (moda).

9.2 Conclusiones de esta investigación

Mucha creatividad, poco tratamiento teórico, investigativo y metodológico en pro del cambio y la sostenibilidad

A modo de primera conclusión, se establece que este ejercicio que enmarca conceptos de la moda en el campo de la Comunicación, el desarrollo y el cambio social (CDCS), abre un gran número de temas nuevos e intereses, demostrando que, aunque existe una diferencia amplia entre las disciplinas de la comunicación y la moda (mediadas principalmente por la semiótica), el ejercicio interdisciplinar aporta enormemente a procesos explicativos y creativos en ambas disciplinas. Al respecto, se observan, entre las intersecciones disciplinares, que a pesar de que el concepto de cambio social construido desde la comunicación dista mucho de aquel proveniente de la disciplina de la moda, no solo por la amplia trayectoria e indagación académica que posee el campo de la comunicación en comparación con la moda al hablar de cambio social, sino también por la forma en que teóricos han entendido este concepto y ha sido apropiado por comunidades para transformar su realidad. En el marco de la comunicación, es el acercamiento,

reconocimiento y vinculación del otro lo que construye procesos de cambio social, mientras que desde la perspectiva de la moda, ese otro, el productor, el artesano y la comunidad son puestos a un lado como insumos para enriquecer y embellecer las propuestas del diseñador, o ser usados como slogan publicitario, son en ese sentido aún personas sin voz.

Si bien casos como el de Chanel, donde esta como diseñadora propicio cambios sociales entorno al indumento femenino como parte de una liberación del cuerpo encerrado en el corset, o que es efectivamente acertado pensar que debates dados en la disciplina de la moda entorno al cuerpo, el género, la clase social o la producción, propician nociones de cambio, es también cierto que la disciplina del diseño de modas local aún no ha dado saltos importantes, concretado acciones o metodologías para impactar y generar cambios a grandes escalas, o bueno, al menos de una forma más organizada, inclusiva e intencional, aprovechando la influencia que tiene el diseño e indumento, en las formas de ser, de estar y de relacionarse con la realidad.

A modo de contraste, en la actualidad y con la llegada del concepto de moda sostenible, no solo la comunicación, sino también la moda cuestiona y confronta sistemas convencionales o hegemónicos asociados a las disciplinas, basta con recordar el lema de la iniciativa fashion revolution: “Who made my clothes” o “Quién hizo mi ropa”, que pretende vincular de forma más directa a individuos, consumidores y personas sin voz, encargadas exclusivamente de la producción de vestimenta, el reconocimiento de estas y el permitirles un espacio de visibilidad y comunicación es sin duda una de las grandes apuestas de la moda sostenible global, proceso que a nivel local no se ha dado aún. En ese sentido tanto la comunicación social, como el diseño de modas coinciden en la necesidad de conducir su conocimiento disciplinar hacia temáticas de índole social, donde la comunicación tiene una amplia trayectoria, teorización, conocimiento y procesos que aportaron en la redefinición de la disciplina en comparación de la moda, el caso de radio Sutatenza es un importante ejemplo del como la disciplina de la comunicación se redefinió a si misma, realizando una transición de la comunicación modernizadora a la comunicación participativa, RS es un caso de éxito de esta transición o metamorfosis dada en la disciplina de la comunicación, por su parte la moda empieza a dirigirse hacia el campo social a través del concepto de moda sostenible, que por una parte llega y empieza a ser visible de forma muy reciente en Colombia y por otra parte carece de una construcción teórica propia que abarque la realidad local y construye sus fundamentos desde la teorización construida en occidente denominada *sustainable fashion*, en ese sentido es vital, en el marco del entorno académico,

plantear el caso de la comunicación y su transición, para comparar y promover en el entorno a estudiantes y docentes que la moda se embarca en un proceso similar y por ende requiere de acciones concretas desde múltiples campos y por otra parte, para redefinir lo que se entiende por comunicación en el marco del entorno académico de la moda local.

Por una parte, la CDCS indaga y estudia casos donde la comunicación es una herramienta para la construcción de procesos de cambio y sostenibilidad. Las radios comunitarias, la teología de la liberación, el sumak kausay, el movimiento de los sin tierra, entre otros, son claras apuestas en pro del desarrollo social, sostenible y humano, fuera de una lógica económica, y son iniciativas únicas que han redefinido la forma de entender, estudiar, producir conocimiento y contenido entorno a la disciplina de la comunicación, casos no contemplados o mencionados al enseñar diseño de modas. En ese sentido, si bien la comunicación tiene una larga historia de análisis e investigación entorno al cambio social o la sostenibilidad, la disciplina de la moda aún no lleva a cabo un proceso que efectivamente vincule y estudie casos de impacto social o sostenibles como el de fundación promedio, paz wear, adiff, cyclus, colorganics, entre otros evidenciados en las iniciativas del sector externo en la web MOMED. Lo anterior muestra un giro y una nueva intencionalidad productiva de creación de indumento que parte del reuso y la tecnología para disminuir su huella e impacto ambiental, pero aún hace falta aprovechar los espacios de producción de moda, como satélites y fábricas, como lugar de encuentro para la construcción participativa, la reconciliación y el diálogo fuera de cuestiones netamente productivas y que permitan, desde el estudio del gusto, los hábitos repetitivo, la adaptación y conocimiento del entorno planteada en la definición de moda dada por docentes, consolidar un nuevo público que consuma moda, pero de una forma consciente que aporte al medio ambiente, a temas de índole social y por otra parte permita o encienda debates en el entorno académico sobre la forma en que la moda, el cuerpo y la sociedad se relacionan.

Teniendo en cuenta el marco teórico de esta investigación, es posible evidenciar que, al revisar el conjunto de trabajos de grado de las tres instituciones académicas consideradas en la investigación, el concepto que se tiene de cambio social se asocia mucho más a la definición

construida por la disciplina de la moda que a la propuesta desde el campo de la comunicación. De acuerdo a Benaim (1993), la moda refleja/anticipa un estado futuro de las cosas. Desde el diseño de moda y los proyectos de estudiantes se observa una tendencia a incorporar procesos y elementos creativos que impacten positivamente al medio ambiente, el mejoramiento de prácticas laborales y también al cuidado artesanal y ancestral, más estos procesos carecen en este momento de una sostenibilidad propia, ninguno tiene continuidad en el presente, más demuestran un cambio en la mentalidad global, anticipando la emergencia de un nuevo sistema, un cambio en la forma en que la moda se entiende.

Esta noción de cambio reforzada por Crane y Marcangeli prevalece en los proyectos analizados, donde la mayoría tienen un enfoque o postura asociada al cambio o la sostenibilidad. En ese sentido, los estudiantes se encuentran redefiniendo, desde sus propuestas, la labor del diseñador, trasladándose fuera de las lógicas estéticas y de consumo a las que se asocia directamente, para introducir una mirada más amplia y atenta, donde el diseñador actúa como gestor del cambio, a partir de una lectura de su entorno, tal y como lo mencionó Crane (1999). Mas en su mayoría estas se quedan cortas al profundizar teórica o metodológicamente, no contemplan una práctica o ejercicio real de encuentro con comunidades, poblaciones, tampoco una medición del impacto ambiental enmarcada en algún método (como el *craddle to craddle*, por ejemplo), ni tampoco tienen claras nociones asociadas a contratación de trabajadores, leyes, entre otros, esto en gran medida por ausencias de espacios comunicativos entre los distintos actores de la moda local y a falencias en la formación académica del diseño de modas.

Durante la revisión documental se encontró que proyectos como “Boshell o Court”, donde estudiantes toman su experiencia en la industria trabajando en empresas textiles y otra en el gran san, para proponer desde su quehacer y realidad la resolución de problemas y necesidades son ejemplos de impacto, a diferencia de otros proyectos, porque ambos plantean una cercanía con el entorno a través del relacionamiento con comunidades y poblaciones, lo que actúa como acción comunicativa que medía los procesos creativos de las estudiantes con las necesidades del entorno, haciendo más efectivas y precisas sus propuestas de diseño, lo que concuerda con autores como Marcangeli, Benaim y Crane, quienes consideran que el diseño y los diseñadores

actúan como mediadores con la capacidad de agencia a necesidades del entorno. Si bien estas iniciativas de estudiantes son importantes, hace falta organización, tratamiento teórico y acompañamiento por parte de las instituciones académicas que potencien el saber e investigaciones de sus estudiantes.

En ese sentido la comunicación es, sin duda, un medio importante para consolidar nociones de cambio y sostenibilidad, que deben construirse en el marco del entorno académico de la moda y redefinir la perspectiva unidireccional de transmisión de información planteada por Tufte (2015) al hablar de comunicación para el cambio social que busca reconstruir la forma en que han sido planteados los canales comunicativos pasando de un proceso de transmisión unidireccional a bidireccional. Lo anterior toma importancia y plantea un encuentro interdisciplinar entre el diseño de modas y los conceptos de la CDCS. Esto, en la medida que los proyectos de estudiantes conciben que sus productos funcionan a modo de sistema comunicativo, donde su producto a través de la implementación de procesos sostenibles comunica y trastoca la mentalidad de personas, haciéndolos consumidores más conscientes, lo que invita a reevaluar la forma en que los objetos afectan o construyen nociones asociadas al cambio, actuando como mediadores en un ejercicio comunicativo bidireccional. Valdría la pena profundizar en las formas en que se generan mediaciones en los actos comunicativos partiendo de productos asociados al diseño de modas, evaluando el impacto e incidencia que consumir, conocer o relacionarse con estos objetos puede llegar a tener, particularmente desde casos de indumento que no son considerados sostenibles, al no poseer una mirada ambiental más si buscan desde la funcionalidad atacar problemáticas de índole social, como el caso ADIFF y los inmigrantes en el mundo.

La forma en que se enseñe en el entorno académico de la moda local que es la comunicación, tendrá una fuerte incidencia en los procesos de diseño de estudiantes, al respecto la docente Alejandra Córdoba comenta que, al hablar de estrategias de comunicación, estudiantes entienden exclusivamente “promociones y descuentos”. Esto demuestra el gran vacío y desconocimiento que tienen los estudiantes de diseño de modas frente a la disciplina de la comunicación, no solo en el marco del cambio social y el desarrollo, sino también desde el ejercicio de marketing y comunicación de sus productos que estudiantes consideran que están en capacidad de impactar y transformar a modo de diálogo entre objeto-consumidor, haciéndolos adaptar una mentalidad

más ecológica. Esto plantea otros problemas y campos de exploración en el marco de esta investigación y la comunicación, dado que Fletcher (2008) estableció la importancia de explorar en nuevos campos en el marco de la industria de la moda, como la publicidad, la fotografía, *styling* y otros procesos asociados a la producción comunicativa de vestuario, que hasta este momento, no han sido temas de interés, por ser directamente asociados a prácticas de consumo y empresas y son, para la autora campos sobre los cuales la moda debe empezar a promover nociones de cambio y sostenibilidad.

Por otra parte autores como Reiley y De Long (2011) comentaron que la moda es caprichosa, por ende, prendas de valor único (como las *vintage*) podrían más que ser objetos consientes, al ser productos con un ciclo de vida de producto más largo, ser solamente parte de una tendencia de consumo alternativo, por ende, se debe ser cuidadoso al alzar la bandera de sostenibilidad o cambio social desde este lugar. Por ello, es imperativo mejorar las aptitudes comunicativas de estudiantes y diseñadores para así afianzar canales y estrategias comunicativas entre estos e individuos interesados en productos sostenibles; en ese sentido, se plantea que, desde el campo de la semiótica, se lleven a cabo procesos de investigación, frente a la lectura e impacto de los signos que se construyen a partir del consumo de productos de moda sostenibles o asociados al cambio, para así reforzar la influencia que estos productos producidos por diseñadores, que atiendan a necesidades o problemáticas puedan tener. Esta idea es compleja y a modo de conclusión requiere de un proceso de inclusión de todos los involucrados (patronistas, operarios, diseñadores, gerentes, etc.) en los procesos de creación de vestuario, así mismo un ejercicio comunicativo fuerte y conjunto entre estos actores que dé sustento al valor y trabajo que tienen estas prendas y a una construcción comunicativa y de *branding*, que si bien se inserta en las lógicas económicas productivas, permita desde adentro y a modo de virus, marcar un diferencial que aporte no solo las ventajas económicas, sino humanas para todos los involucrados en sus procesos.

Lo anterior abre debates frente a las concepciones que se tienen de cambio social, especialmente de las provenientes de la disciplina de la comunicación. Si bien los proyectos mencionados anteriormente aportan de forma efectiva e inclusiva procesos de diseño que

trastocan la realidad, también proyectos como R-nova, Moshi moshi, Denim en construcción, entre otros, plantan sus propuestas de inclusión, e impacto social, desde lo corporativo y la responsabilidad social, esto genera otras preguntas frente a hasta que punto si se promueven iniciativas de impacto social, que no responden o vienen directamente de las comunidades sino del mundo corporativo o la industria esto puede ser valido o considerado como cambio social. Esto es importante para una disciplina como la del diseño de modas que busca redefinirse y promover nociones de cambio, dado que la finalidad productiva y material que tiene el diseño de modas puede hacer que toda acción, por terminar en la creación de indumento y su comercialización, sea considerada directamente como consumo y por ende concordando con Gumucio (2011) entendida exclusivamente como un mercadeo social que entiende toda iniciativa de cambio como positiva.

Concordando con la docente Alejandra Córdoba, quien plantea durante las entrevistas que el sistema de fast fashion y la sobre producción de moda, no responden a problemas de la moda como tal, sino a la realidad de un mundo sobrepoblado y que hiperproduce bienes, cambios en el marco de lo corporativo y lo industrial son vitales si efectivamente se buscan cambios sociales grandes y que impacten de manera amplia el entorno, la mirada de cambio social desde la comunicación considera que esto no es viable, lo que es comprensible para evitar que procesos que se lleven a cabo no terminen siendo slogans publicitarios, esto es inclusive palpable en la mayoría de propuestas de proyectos de estudiantes que apropian discursivamente la idea de cambio, pero fallecen en su aplicación. Se aclara que lo anterior se menciona dado que los proyectos hablan de nociones de cambio, más no existe una profundización o claridad frente a este aspecto, siquiera una diferenciación entre conceptos como cambio social, responsabilidad social, o incluso sostenibilidad, lo que lleva a pensar que asocian a su discurso esta perspectiva para embellecer sus propuestas, a modo de marketing. En ese sentido es la educación y el entorno académico de la moda, el espacio donde estos debates deben darse, para así consolidar desde sus apuestas curriculares, de responsabilidad social y claro, de proyectos de investigación formas en que el cambio social y la sostenibilidad se entienden.

En relación al concepto de sostenibilidad que proviene de las nociones de desarrollo, los resultados de esta investigación mostraron una fuerte relación con las nociones del desarrollo económico, donde las iniciativas de las tres instituciones plantean la importancia del trabajo participativo y comunitario con un principal interés, el de la producción de capital para las comunidades, esto se plantea de forma mucho más directa por la U Tadeo bajo su modelo de “mejoras económicas”. Esto se debe en gran medida a la productividad material que tiene la moda, indisoluble del sector productivo y del campo del diseño, que traslada las iniciativas de impacto social o proyectos más hacia una perspectiva con fines productivos para las comunidades, que a una desde el desarrollo humano o social. Pero sería importante analizar de forma cercana estos casos, identificando en las comunidades partícipes de estos procesos, la forma en que apropiaron los conocimientos dados, determinar si sus intereses al acercarse al entorno académico se enmarcan en el beneficio económico y buscar potenciar ejercicios comunicativos en el marco de estos proyectos, para no solo asistir a las comunidades o formarlas exclusivamente en conocimiento para creación de productos de vestuario, sino aprovechando estos espacios de tertulia para también conocer sus historias de vida e impactar en torno a nociones del desarrollo humano (construcción de ciudadanía, conocimiento de su cultura, equidad de género, empoderamiento, etc.).

Existen también limitaciones en términos de recursos e infraestructura que desde acceso a un laboratorio textil o el trabajar de forma conjunta entre instituciones permitirían medir efectivamente el impacto sostenible de iniciativas de las universidades y los proyectos de estudiantes. Además, hace falta tener una base referencial creativa o en diseño (como las iniciativas del sector externo) que permitan un conocimiento más amplio frente a productos innovadores asociados al reusó de materiales, tintes e insumos materiales, o formas en que el diseño funcional o la moda *vintage* son alternativas de consumo emergentes (no bien recibidas o aceptadas en Colombia). Se recalca también que la mayoría de proyectos se quedan en tintes naturales y una reutilización de insumos al hablar de moda sostenible y desmienten otras problemáticas, como la apropiación cultural como temas de problematización o debate, esta simplificación del concepto de moda sostenible a reuso y uso de tintes naturales es notable en los proyectos y nombrado también por las docentes Alejandra Córdoba y Angela Dotor en sus entrevistas.

Adicionalmente Castells (2016) consideró la importancia de salir de las lógicas occidentales y económicas, para que el desarrollo se convierta en un proceso social, individual y colectivo, se lograría identificar nuevas nociones de sostenibilidad y desarrollo, si se parte primero de la identificación e investigación clara y profunda en relación a procesos nocivos que afecten la calidad de vida de las personas, como es el caso de las curtiembres, la cultura de copia y maquila, procesos de apropiación cultural a culturas tradicionales, gases y desperdicios provenientes de residuos de moda en vertederos locales o las distintas afectaciones que tiene la llegada de multinacionales productoras de pronta moda al país, casos planteados por docentes durante esta investigación. La inclusión de estos temas permite empezar la construcción de una moda pensada como proceso social y no exclusivamente productivo, aportando entonces a otras nociones de desarrollo fuera del económico.

Si bien Gumucio (2011) estableció la importancia de construir cambio social, desde la apropiación de procesos comunicativos y la participación colectiva, donde el diálogo es el eje central para el cambio social, se observa a partir del estudio realizado en estas tres instituciones que el entorno académico de la moda no posee una figura, organización, o espacio que suscite reflexiones, acciones, movilizaciones o invite a la construcción participativa, ni siquiera conjunta; tanto así que no existe fuera y dentro de la web un lugar que reúna como lo hace la propuesta MOMED, las iniciativas de impacto social llevadas a cabo por las instituciones.

Por su parte, Escobar (1995) diferenció los principios del desarrollo sostenible latinoamericanos frente a aquellos presentados por el informe Brundtland al decir que este “comienza por afirmar la necesidad de diferenciar los problemas ecológicos por regiones, sin caer en una peligrosa homogeneización del ambientalismo global” (p. 11). En ese sentido la mayoría de proyectos de investigación revisados se instauran en una perspectiva opuesta a la enunciada anteriormente por Escobar, dado que dan un tratamiento general y no puntualizan frente a las problemáticas ambientales locales, tratando la contaminación y problemas laborales de la moda de modo superficial, sin incluir datos, testimonios u otras evidencias, solamente dos proyectos: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de complementos de moda femenina a partir de materiales textiles reutilizados como el denim en la ciudad de Bogotá” y “Boshell” establecieron en su marco teórico, artículos y reportes locales que informan frente a

donde van a parar los desechos de la moda local y los retos en los que se enmarca la industria nacional en pro del reciclaje

A la realidad y estudio del entorno ambiental local se le debe incluir una apuesta hacia la no homogeneización de problemáticas del entorno laboral de la pronta moda local que mira en muchos casos y sataniza las prácticas laborales en países como Bangladesh y China, sin conocer los retos y problemas en términos laborales de la industria local. Por otro lado, Monneyron (2006) planteó esencialmente que, aunque la moda no produce cambios sociales, si los anticipa. Por ende, la lectura de proyectos situados (tanto de estudiantes como iniciativas locales) en el contexto colombiano que buscan el cuidado del medio ambiente, el dar valor a los procesos culturales tradicionales y el mejorar prácticas en el contexto laboral de la industria, hablan de un cambio en la mentalidad del diseño de modas colombiana, sobre la cual entidades de educación tienen una fuerte influencia, dado que es en este entorno donde independiente del estrato o institución, estudiantes adquieren conocimientos y nociones de la moda, en este entorno aprenden a observar su contexto y anticipar los cambios sociales, para alinearse creativa y humanamente desde su quehacer. Por ello, se resalta la importancia de informar responsablemente, dentro y también fuera del entorno académico, frente a las necesidades y cambios que la moda anticipa, así mismo construir una mentalidad crítica, curiosa, interesada por el otro y que a través de la comunicación incentive procesos de participación y debate sobre futuras nociones de cambio fuera de lo que el concepto de Sustainable Fashion occidental ha propuesto.

También, Bordenave (2016) consideró la importancia de emancipar el desarrollo y la sostenibilidad fuera de las lógicas occidentales y del comunismo, donde los pueblos latinoamericanos deben construir un concepto de desarrollo propio, las distintas miradas y necesidades que orbitan los proyectos concuerdan con el autor, resaltando que el entorno académico debe empezar la construcción de un concepto de moda sostenible mucho más aterrizado a la realidad y necesidades locales; allí se encuentra que la valorización del saber ancestral y artesanal, el conocimiento técnico frente a el impacto y posibles usos a tintes y fibras naturales, y la aplicación de procesos tecnológicos que permitan medir y dar valor a lo

mencionado, acercan la disciplina de la moda a debates en la búsqueda de un concepto de sostenibilidad propio, no uno apropiado como lo es el de la moda sostenible.

En relación a las perspectivas de sostenibilidad desde la moda, se observa que los proyectos se distancian del principio de indagación de análisis de ciclo de vida de producto planteado por Fletcher (2008). Así, los proyectos R nova, Boshell, Moshi moshi y Denim en construcción incorporan algunas de las distintas fases propuestas por la autora (material, producción, transporte, uso y disposición) de forma no intencional, quedándose la mayoría en las dos primeras fases (uso de materiales y procesos de producción amables con el entorno). Lo anterior demuestra que no existe una indagación teórica profunda frente al concepto de moda sostenible occidental, incluyendo su propuesta para medir de forma efectiva la sostenibilidad, esto concuerda con un problema mencionado por la docente Lidia Esperanza Alvira, que menciona la dificultad y limitaciones para la investigación frente a este concepto, dado que la mayoría de producción teórica sobre este campo está en inglés.

Aunque existen iniciativas mundiales (como *fashion revolution*) y propuestas como Ciclo 360 (Cámara de comercio de Bogotá) a nivel local es importante que el entorno académico se inserte fuertemente en los debates sobre la sostenibilidad que se dan en la industria, con el fin de aportar otras miradas y transmitir estas perspectivas a sus estudiantes y proyectos. Asimismo, la academia debe aprovechar el *boom* mediático actual en torno a la moda sostenible y hacer seguimiento a las distintas denuncias que abogan por el medio ambiente local y desde sus propios espacios o producción mediática ser también un medio que denuncie a través de artículos, animaciones, videos u otros productos comunicativos lo que otros medios no realizan, dado que esta falta de información es precisamente lo que impide que se den sanciones a empresas al verter residuos en ríos o al estado cobrar multas que no benefician al medio ambiente, sino a otros intereses particulares. En ese orden, si UTadeo, de acuerdo a Dotor, incorpora un ejercicio directo y claro que se acerca a la realidad local a través del conocimiento de la norma vigente y ética en torno al medio ambiente y manejo de residuos en sus aulas de clase, debe también empezar a considerar incluir también estos artículos y realizar un ejercicio de problematización de casos aprovechando sus laboratorios, evaluando la descomposición y contaminación de fibras o tintes naturales locales, llevando al estudiante a interesarse por conocer su realidad y las complejidades, que no solo son ambientales.

Adicionalmente, el entorno académico debe profundizar en la realidad en términos de prácticas laborales en la industria, para indagar más sobre aspectos formales (y locales) como aquellos propuestos en el libro de Camacho(2008) “Las confesiones de las confecciones”, para no solo producir moda desde el discurso de mejorar prácticas laborales sino realizar acciones concretas en torno a problemas que hablan no solo de la realidad de la industria en términos de salario y horas (que afecta tanto a operarios como diseñadores), sino de machismo y patriarcado, maquilas ilegales y otras condiciones de abuso a trabajadores, entre otros.

Con relación a ello, CUN que incorpora en sus aulas procesos de buenas prácticas en el entorno laboral, de acuerdo a Gutiérrez, y que lleva a cabo acciones de capacitación a través de MODUS, debe aprovechar estos espacios primero para evidenciar esas problemáticas a estudiantes, y adicionalmente si se encuentra capacitando a mujeres en patronaje y confección, es decir, como operarias de máquinas de coser; también debe enseñar a estas y otras comunidades sobre temas asociados a problemas de género y otras complejidades que les esperan fuera del aula, donde conocimientos en el marco de la CDCS pueden empoderar a estas comunidades, así mismo deben enseñar sobre aspectos formales del trabajo en la industria para combatir la informalidad de la industria de la moda local, como lo es la importancia de la seguridad social, ARL y otros aspectos formales que les permitirían insertarse coherentemente en el hostil y competitivo mercado de la producción de moda colombiano, que como comentaron Córdoba y Lizarazo, funciona desde un modelo de informalidad autoimpuesto en muchos casos por trabajadores, que buscan ser competitivos en el mercado al regalar su trabajo por costos ínfimos; y por otra parte, prefieren la informalidad para poder moverse en distintos campos y no estar atados a normas e imposiciones de una empresa.

No obstante, recae no solo sobre el entorno académico de la moda local sino directamente sobre los docentes de las instituciones investigadas, responder a un sistema moda que está cambiando, reconociendo las particularidades de su contexto para comenzar un camino de construcción conjunto en el marco de la industria local. Donde estrategias de aula como aquella planteada por Caicedo que considera que el simple hecho de tener todo tipo de personas en un aula de clase, es un ejercicio que construye cambio y tolerancia, deben pasar a un segundo plano, Área Andina debe aprovechar su experiencia, contactos y aprendizajes sobre Fibrarte, para construir acciones dentro de las aulas que profundicen en aspectos metodológicos y

comunicativos en pro de realizar acciones que desborden el semillero, y se introduzcan no solo a estudiantes en sus proyectos de grado sino toda su comunidad académica.

A modo de conclusión final, ya han sido suficientes estudios críticos y cortantes sobre la moda, está claro que hace años era novedoso hablar sobre la afectación de revistas de moda a procesos como la bulimia, y la reproducción de estereotipos y las imposiciones de belleza. En la actualidad, el sistema y mundo están cambiando, abriéndose todo un mundo investigativo a partiendo del concepto de moda sostenible que permite nuevos campos de acción e investigación que requieren grandes esfuerzos y un sin fin de complejidades. Esta búsqueda de instituciones por entender de forma distinta la moda, parte de dejar atrás los escuetos estudios de la disciplina, e invita a indagar por los nuevos procesos de liberación sexual que se dan entorno a la moda, o a las formas en que la exploración de materiales no convencionales redefinen su uso práctico o estético, estudiar la forma en que la tecnología puede redefinir la funcionalidad estética de la moda hacia una práctica, también indagar por las formas en que jóvenes de culturas étnicas que viven en ciudades pueden encontrar en el diseño de modas un híbrido y aliado en la construcción de una identidad que permita ese mestizaje entre sus tradiciones, representaciones simbólicas y las estéticas que los identifican como ciudadanos del mundo. El mundo está cambiando, es inevitable y se debe desde el ámbito académico de una disciplina que en esencia representa el cambio, la muerte del pasado y la llegada de la novedad, no quedarse atrás y estar siempre un paso adelante; es un tema de digerir o morir.

10. Recomendaciones

Se presentan a continuación las principales recomendaciones posteriores al proceso de investigación realizado, con el objetivo de evidenciar una serie de aspectos que se pueden tener en cuenta para emprender investigaciones similares o fortalecer y dar continuidad a esta investigación. Estas recomendaciones se escriben para investigadores de otras disciplinas o ramas que deseen incursionar en la moda sostenible o para el cambio como objeto de estudio. También para docentes y estudiantes que hagan uso de la plataforma MOMED y estén en la búsqueda de definir una problemática o tema de investigación para sus propuestas de proyectos de grado.

- Nos encontramos en un momento importante para la historia de la moda, que, como disciplina y sistema, se encuentra actualmente (al igual que lo hizo la comunicación años atrás) cuestionando desde acciones, teorías e iniciativas, las formas convencionales bajo las cuales se constituye. Por primera vez en su historia, la moda está redefiniéndose como disciplina hacia prácticas alternativas fuera y dentro de su lógica productiva. Muy similar a lo ocurrido en el proceso dado en la comunicación que reconfiguró su aplicación que buscaba el desarrollo económico (comunicación modernizadora) hacia una de impacto y transformación social (comunicación participativa). En ese sentido, la moda ha empezado una búsqueda de otros sentidos desde su disciplina (reciente en Colombia), y requiere de acciones potentes, indagaciones profundas y la construcción de espacios que permitan la construcción de diálogo, ideas y propuestas creativas, partiendo de un conocimiento del contexto local y sus problemáticas; evidenciando también desde la plataforma MOMED las temáticas que incorporan nociones de cambio o sostenibilidad en las propuestas de estudiantes. En ese sentido es imperativo que la comunidad académica reconozca esta realidad, fuera del discurso y tendencia productiva asociada a la moda sostenible y constituya desde la enseñanza en diseño de modas un nuevo interés por la aplicabilidad de la moda entorno a procesos de sostenibilidad y cambio, fomentando además las capacidades y conocimiento de los docentes y estudiantes en torno a disciplinas como las humanidades, las ciencias sociales y la comunicación, que en su trayectoria, pueden brindar un sin fin de conocimiento e insumos para realizar una lectura y comprensión del entorno y las realidades que el diseño podría trastocar desde lo propuesto por Manlow, Crane y Marcangelli. Adicionalmente el concepto de moda sostenible y su aplicación, debe desbordar las aulas y el entorno académico del diseño de modas, invitando a conocedores de la comunicación para el desarrollo y cambio social, así como a sociólogos y antropólogos, cuyas disciplinas han profundizado en las complejidades metodológicas, históricas y sociales de la humanidad, a estudiar los nuevos procesos que se dan en la moda para así catapultar y potenciar acciones que docentes, estudiantes y personas interesadas en la industria, no están en capacidad de brindar actualmente.
- Hace falta profundizar en cuanto a comprensiones de sostenibilidad y cambio asociadas a la moda, desde una perspectiva de uso de tecnología para su medición y apoyo, en este momento son zonas grises que instituciones académicas y proyectos no incorporan con

fuerza, seguramente por acceso a recursos que permitan esta exploración, pero son ambos un elemento repetitivo emergente entorno tanto a las concepciones de los proyectos de sostenibilidad, como de cambio social. De acuerdo con ello, es importante establecer un marco de limitaciones y posibles aspectos por los cuales estas nociones no son profundizadas en el contexto académico de la moda local.

- Se debe indagar por conocimiento frente a la normatividad y jurisprudencia, al ser uno de los aspectos más importantes al hablar de sostenibilidad, poco conocido y tratado en los proyectos, tanto en contextos locales como globales. Así mismo, nociones frente a prácticas que disminuyan consumo de energía, papel, bolsas, entre otros, hacen parte de una mentalidad emergente e importante que promueve nociones de sostenibilidad, más es tratada de forma instrumental o incipiente en las propuestas. Si como mencionó Escobar, es importante salir de una construcción globalizada de los problemas ambientales; entonces, instituciones académicas deben partir por reconocer y promover conocimiento entorno a leyes de manejo residual como la Ley 373 de 1997, la Ley 99 de 1993 o la Norma 1713 de 2013 que se ha modificado con los Decretos 838 de 2005 y 1140 de 2003, como puntos de encuentro que acercan a diseñadores a un conocimiento del entorno para su posible transformación.
- Proyectos de investigación de las instituciones poseen valiosa información en torno a documentos, vídeos, autores, etc. Esta información puede mostrarse través de la web MOMED, para así a través de la navegación hipertextual permitir a usuarios profundizar en temas de interés, desde el principio de la navegación interactiva (también procastrinación), y dar la posibilidad de una consulta abierta y fácil entorno a la moda, la sostenibilidad y el cambio.
- las problemáticas del sector, se observa una importante necesidad de profundizar frente a la problemática planteada por Dotor, en la que el entorno académico no inculca una mentalidad creativa en sus estudiantes sino una de copia y maquila. Adicional a ello, bajo esta mentalidad funcionan también empresas e industrias nacionales que se encuentran en crisis, frente al mercado chino que también copia y maquila, pero a menor costo y con prácticas laborales y ambientales nocivas. Esto abre un debate importante que debe ser tratado posteriormente, frente a la forma en que se dan procesos creativos y de enseñanza

de la moda en la academia, la industria y el cómo la globalización, la pronta moda (que funciona bajo un sistema de copia) y la llegada del mercado chino como fenómenos actuales, pueden ser combatidos o tratados desde, por ejemplo, conceptos como el diseño de autor, el diseño social o el diseño para la transición.

- Merece la pena el atender y considerar las particularidades de la industria local, entorno a la llegada del sistema de pronta moda al país, en vista de generar futuras reflexiones académicas que contemplen las consecuencias, no solo que estas marcas tienen frente al mercado local, sino a el como en los últimos años la misma industria a modo de ser competitiva en el mercado, ha empezado a producir bajo un sistema de pronta moda para competir con empresas internacionales (como grupo Inditex o mercado chino), donde las consecuencias en términos ambientales, laborales y sociales locales son completamente desconocidas. Es importante entonces acompañar y no satanizar a las empresas que buscan sostenerse en el mercado y continúan brindando empleos a personas y familias en el país, mientras se hace seguimiento a sus prácticas, donde deben incorporarse concepciones sostenibles y de cambio que garanticen buenos manejos ambientales (residuos) y humanos (laborales, culturales y sociales). Profundizar frente a como las empresas han empezado a producir bajo un sistema de pronta moda a nivel local, es imperativo para dar continuidad a este proceso.
- No existe una figura o espacio que articule, vincule o disponga información frente a las acciones que llevan a cabo instituciones académicas de moda, lo que impide el ejercicio colectivo o participativo entre estas o la construcción de nociones o aportes a la disciplina desde múltiples miradas. Por ende, la página web MOMED debe concebirse como un espacio de consulta, información e intermediario entre instituciones para que estas se identifiquen como un mismo grupo que construye colectivamente, que comparten una ideología y que requieren del otro para la construcción de nociones e ideas frente a una industria cambiante, aportando al mejoramiento de sus procesos de investigación y proyectos de grado.
- Se debe formalizar un espacio que recalque insistentemente a través de testimonios y de las historias de vida de patronistas, operarios, artesanos y otros actores involucrados en los procesos de creación de vestuario, el valor humano, interés y relación que tienen estas personas con la moda; con el propósito de construir un concepto de moda para el cambio

desde el reconocimiento del otro, fuera de la lógica del creativo y diseñador que produce y recibe crédito como creador, dando valor al operario, al patronista, quienes construyen y hacen de la moda un oficio.

- A modo de construir estrategias para combatir la problemática del *fast fashion*, se plantea la importancia de desarrollar una investigación que lleve a la creación de un gran repositorio de marcas, pequeñas pymes, tiendas e iniciativas de moda locales; esto a fin de que individuos conozcan cuáles son los lugares de producción local de vestuario, para de esta forma tener variadas alternativas de adquirir productos, fuera de las marcas internacionales de pronta moda que llegan al país o las marcas chinas que desde lo planteado por docentes han generado grandes índices de desempleo en el país, así como prácticas de explotación laboral en países productivos en el medio oriente. Fomentando también desde este repositorio el desarrollo económico local e involucrando a ciudadanos entorno a quienes son los actores y productores de indumento de su contexto.
- Indagar frente a metodologías creativas en diseño y metodologías de inclusión participativa fuera y dentro del aula es otro punto de partida que aportará al mejoramiento de la disciplina del diseño de modas local y consecutivamente transformará al entorno productivo, subsanando problemáticas entorno a la copia, y la adquisición de la cultura inmaterial colombiana.
- Sería pertinente investigar, casos, acciones concretas y metodologías del campo de la comunicación que potencien el diálogo, la participación y la construcción conjunta como procesos de mejoramiento social; lo anterior con el objetivo de aplicar estos métodos a procesos de responsabilidad social que llevan a cabo las instituciones, trascendiendo el entorno académico y empoderando a las comunidades para ser productoras de su propio cambio.
- Se entrega a modo de anexo un listado de temas que deben ser profundizados a futuro en el marco de proyectos de investigación científica o iniciativas propias del “proyecto MOMED”, este desglose temático proviene de la matriz de investigación de los proyectos de investigación revisados y constituye futuros temas a investigar en el marco de la plataforma y el ámbito académico.

11. Producto multimedia – Diseño de página web

A continuación, se presenta una descripción, muestra de antecedentes, propuesta de conceptos gráficos-teóricos y otros elementos que hicieron parte del proceso de diseño y desarrollo de la página web denominada MOMED - La moda es el medio, titulada así por el inmenso potencial que tiene la moda de ser un medio que informe, construya debates, diálogos y posteriormente aporte a la sostenibilidad y el cambio, en el marco de la academia del diseño de modas en Bogotá. Esta página web nació como una iniciativa formulada en el marco de la MCDACS y fija su mirada menos en el pasado y más en el presente y futuro de una disciplina que actúa a modo de espejo, enmarcando desde el vestir el contexto político, social y cultural actual; este reflejo se construye desde temas y teorías retomadas de esta tesis, principalmente desde el testimonio de docentes entorno a esta disciplina y a través del trabajo investigativo de diseñadores que plasman en sus proyectos de tesis un deseo de aportar a la toma colectiva de conciencia y acciones entorno a determinadas problemáticas sociales asociadas a la moda.

MOMED se constituyó como un espacio digital potenciador del diálogo para ser aplicado en aulas de clase y para suscitar debates fuera de esta, supliendo una necesidad comunicativa de una disciplina con falencias en términos investigativos que ha imposibilitado el entender y debatir entorno a formas en que la moda se ha y debe integrarse a conceptos como la sostenibilidad y el cambio social. Esta plataforma se construyó buscando incentivar los pasos expuestos por Rosenbaum (2000) requeridos para el diálogo: la consulta, la información, la concertación social y a futuro la participación.

Ahora bien, gran parte del contenido de esta página web deriva del proceso de investigación realizado en el marco de las instituciones académicas de diseño de modas Universidad Jorge Tadeo Lozano, La corporación Unificada de Educación superior y la Fundación Universitaria del área Andina, donde resultados, testimonios, temáticas y el análisis que arrojó esta investigación, actúan a modo de insumos para la creación de la página. Seguidamente se presenta una descripción del producto, junto a un sustento frente a su relación con los procesos enmarcados en la investigación anterior.

El diseño de la página se realizó a través de la plataforma WebFlow y se presenta para acceso en la web por medio del siguiente link: <http://www.proyectomomed.co/>. Adicionalmente,

recursos visuales y gráficos encontrados en la propuesta se realizaron a través de la plataforma Adobe en los programas Photoshop, Illustrator y AfterEffects.

11.1 Descripción del producto

MOMED es una página web que pretende, por una parte, dar a conocer las distintas iniciativas de impacto social que se llevan a cabo en el marco de las tres instituciones académicas mencionadas y plantear, ubicándolas en un mismo espacio en la web, la importancia de integrar procesos y construir acciones conjuntas desde la experiencia adquirida y posibilidades de cada institución. En ese sentido no solo iniciativas de impacto social que realizan docentes, sino también acciones en el marco de las aulas de clase o productos de investigación que trastocan la realidad local, junto a conocimiento y datos importantes frente a la forma en que docentes problematizan y teorizan la moda a nivel local son vitales si se busca encender debates y diálogos entorno a la moda como un lugar de cambio, en ese sentido MOMED es una plataforma académica interinstitucional que responde a la necesidad de consolidar procesos comunicativos entorno a la relación moda, sostenibilidad y cambio social. Esto en gran medida dado que no existe en la actualidad, un espacio en la web o en el mundo físico que articule la experiencia de las instituciones, tampoco que las muestre, o que permita acceder a información frente a los procesos que las enmarcan. El compartir este espacio extiende una invitación a las instituciones y programas de diseño de modas a considerar el valor que tiene el trabajo colectivo, y recalca que la importancia de mostrar estas propuestas viene de entender que estas iniciativas carecen de un espacio comunicativo que narre su experiencia y de una voz a sus procesos, el tener esta información en la web, se abre un espectro de posibilidades para que comunidades, estudiantes, diseñadores, marcas o empresas se interesen y articulen con estos procesos.

Por otra parte, se pretende que los docentes de estas instituciones reconozcan la importancia y valor de su voz y conocimiento, en pro de comunicar abiertamente sobre temas relacionados a una moda pensada para el cambio y la sostenibilidad, como parte de un ejercicio que incentive a estudiantes a escuchar y alzar una voz propia en pro construir diálogo que aporte a nuevas definiciones, ideas, problemáticas, teorías y necesidades al hablar de moda sostenible o pensada para el cambio. Cuando la moda toca alguna de estas definiciones, de índole social, emergen

opositores que generan controversia. Para la mayoría, la moda y el diseño no escapan a su finalidad productiva e íntima relación con el mercado, lo que hace pensar que esta aporta más a la banalización o la estetización de la inequidad social y ambiental, que a un fin social. Si bien el mercado, el capitalismo y el neoliberalismo han reconocido antes que nada el importante valor que tiene el diseño y la moda, como agentes que suplen necesidades, en este caso estéticas y comerciales, la emergencia de nuevos conceptos e ideas plantean la urgente necesidad de replantear esta lógica, en búsqueda de procesos de impacto, que aunque pueden ser pequeños, frente a las grandes maquinarias, no dejan de ser en sí una intención de cambio en búsqueda de aportar desde estos campos a necesidades que tengan también una mirada social y ambiental.

Sin embargo, esta propuesta de página web no pretende dar una respuesta definitiva a problemáticas mundiales y comprende que el diseño o la moda no son disciplinas próximas a desvincularse del mercado, plantean la importancia de incluir disciplinas creativas y de diseño en el marco de la compleja realidad actual, para así valorizar (fuera de la lógica económica) el trabajo de diseñadores, estudiantes, docentes y marcas que desde su sensibilidad por los asuntos sociales imperantes del mundo, aportan creativamente, discutiendo sobre la importancia de producir una moda, más cercana a los problemas y realidades del mundo que a las pasarelas. Para lograr esto la plataforma pone a disposición y consulta un espacio de registro, información y acceso a iniciativas, pensadas y construidas por personas que ven en la moda un universo que impacta la realidad, estas fueron tomadas de las entrevistas a docentes y de los proyectos de grado de estudiantes.

Adicional a ello, MOMED invita a docentes a utilizar y escribir para su blog, construido a partir de las temáticas provenientes del resultado del análisis de la investigación anterior entorno a las concepciones de moda sostenible y cambio social, retomando temas de interés repetitivo en proyectos de grado como el reúso; otros temas importantes tratados incipientemente como la apropiación cultural y valor artesanal e inclusive plantear un panorama general frente a el futuro del entorno académico mundial que se encuentra mutando; otros elementos contenidos en esta web como la tienda serán explicados con mayor detalle en el apartado “diseño de interactividad”.

En primera instancia se pensó que este espacio web, desde la revisión de proyectos de investigación de las instituciones, fuera una ventana para promover las iniciativas, productos y marcas de estudiantes que involucraron nociones de sostenibilidad y cambio en sus proyectos,

más durante el desarrollo de la investigación, se encontró que en su totalidad, ningún proyecto continúa a la fecha, más sus aportes temáticos, epistémicos, referenciales y otras formas de contenido brindan de antemano ya una importante y rica base referencial que merece la pena rescatar, reavivar y ampliar con el objetivo de construir debates, discusiones y diálogo para no permitir que estas iniciativas creativas queden rezagadas en el silencio, a repositorios olvidados y sirvan de base, para problematizar, dialogar y construir nuevas iniciativas, de forma sencilla, dinámica y fácil de encontrar.

De tal forma, los usuarios de esta web sencilla de navegar no necesitan grandes requerimientos técnicos para su ejecución, principalmente está dirigido a docentes y estudiantes en el marco de las aulas de clase, en ese contexto, tanto el blog, las iniciativas, los testimonios y demás contenidos, son útiles ejercicios de lectura y revisión, que permiten encender el debate frente a la profesión y su futuro como disciplina que aporte a ideas de cambio y sostenibilidad. Además, la información contenida allí también es de interés para diseñadores, marcas y todo tipo de personas interesadas en relacionarse con el diseño de moda, fuera de la lógica exclusiva de pasarelas o de estereotipos de medios masivos y netamente productivos. MOMED busca cuestionar las relaciones que se consideran estáticas y superficiales de la moda, al introducir contextos con los que estudiantes no han tenido cercanía como fundamento para cuestionar el orden establecido y construido por un sistema que no piensa en dejar un mundo rico en naturaleza y cultura a las generaciones futuras.

11.2 Breve planteamiento teórico entorno a propuesta web - MOMED

A lo largo de la historia humana, la comunicación y la información han sido grandes fuentes de poder, dominación y cambio social. Esto se debe en gran medida porque la mayor batalla librada en la historia, ha sido aquella por tener control e incidencia sobre la mentalidad de las personas, personas cuyas formas de pensar determinan la construcción de normas y valores que edifican conceptos como la cultura y la sociedad (Castells, 2007). La moda también ha acompañado al hombre a lo largo de la historia y ha apoyado ejercicios de control e incidencia sobre las personas, construyendo distinciones sociales y de clase, ha sido también el reflejo de la llegada de la industrialización a la vida del hombre, lo que trajo que esta sea asociada directamente a prácticas de consumo, estética y estereotipos que evidenciaron y aún lo hacen, una necesidad de expresión de imaginarios sociales y culturales, también formas de dominancia y separación entre clases sociales. Ahora bien, durante años recientes la llegada del concepto de moda sostenible, se ha convertido en un nuevo campo de estudio que cuestiona la relación vestuario/producción, redefine el valor que tiene la moda y sus usos, plantea cuál es el papel del diseñador en el mundo actual y claro evidencia las tensiones de un mundo posmoderno. La moda se ha convertido en un campo de batalla por la lucha de los derechos de personas y el cuidado del medio ambiente, los cuales antes habían sido relegados por la industria como meros trabajadores o simples recursos de uso y desecho.

Igualmente, la moda en medios de comunicación como televisión, revistas, radio, entre otros, favorece lógicas dominantes de aquellos en poder, invita a las mujeres a ser más delgadas y no amar o reconocer su cuerpo, promueve estereotipos de género y productos de belleza probados con animales, reproduciendo un sinnúmero de propuestas estéticas, que solo cambian a medida que el mercado lo requiere. Pruebas de esto pueden verse al prender la televisión y encontrarse con algún canal tipo Cosmo o al abrir revistas de escaparate (Elle, Vogue, y la fallecida Infashion en el país), cuyo contenido refiere directa y exclusivamente a publicidad de marca, dietas, tips de maquillaje y fotografía de producto. Esto ocurre no solo con revistas, sino con cualquier canal o medio masivo que hable de moda (como Fashion tv). En ese sentido, los medios tradicionales que reproducen y hablan de moda son una ventana a imaginarios en algunos casos nocivos, que se reproducen cultural y socialmente constantemente trayendo consigo la devaluación del diseño

de modas, rezagándola a una práctica de consumo que refuerza estereotipos, el mercado y lógicas hegemónicas.

Si bien esta ha sido la forma en que la moda se ha retratado durante años recientes, la llegada de internet y la fácil diseminación de información que permite la web ha traído consigo nuevas experiencias y formas de hablar sobre el vestido. A través de internet, la comunicación celular, medios digitales y una amplia variedad de herramientas sociales digitales se han comenzado a desarrollar nuevos horizontes de interacción comunicativa en distintos campos, los cuales permiten mayor acceso a información y la construcción de nuevas formas de comunicar e interactuar con audiencias, llevando a discusiones y a replantear el sistema comunicativo construido en la sociedad industrial, caracterizado por la distribución de información masiva de uno (medios masivos) a muchos (individuos) (Castells, 2007).

De ese modo, la llegada de la web permitió no solo el acceso a una multiplicidad de contenidos, desligados de los medios tradicionales masivos, sino también la producción individual y posible distribución de contenido propio, propio en el sentido que parte del interés personal o comunitario, como lo es en este caso las concepciones entorno a la sostenibilidad y el cambio. En el caso puntual de la moda, la web ha apoyado el surgimiento de medios independientes como lo son, revistas culturales como NEO2, TANK O BUFFALO ZINE que replantean constantemente posturas convencionales asociadas al género y la identidad, la sostenibilidad, el diseño y su valor, las subculturas emergentes, la belleza, entre otros. Por otra parte, se encuentran también plataformas web como Fashion Revolution¹⁰ que constantemente invitan a considerar las implicaciones económicas, ambientales y sociales de la industria de la moda, alzando la bandera e ideales de la moda sostenible, incluyendo cifras, testimonios y producción que habla de una moda más humana con el entorno y con el otro. Esta emergencia de medios alternativos son el fundamento y razón de ser de estos estudios y el paso por la MCDCS, en miras de comprender y estudiar más la relevancia que puede tener pensar en una moda que trata de salir de su pensamiento y de su producción de contenido tradicional.

Así mismo, la web es ahora un campo de batalla en la construcción del concepto moda, donde por una parte luchan los medios tradicionales por reafirmar su definición y por otra parte, una

¹⁰ <https://www.fashionrevolution.org/>

serie de iniciativas promueven una lógica que resiste y busca redefinir qué se entiende por diseño, moda, belleza, arte, cultura, etc.

Si Foucault hubiese podido navegar por sitios web de la moda, podría haber interpretado tales espacios como heterotopías...tienen una curiosa habilidad para vincularse a todos los otros espacios de moda, de forma que contradicen, neutralizan, invierten y reflejan el conjunto de relaciones que designan, en formas que son imposibles de medir por completo. (Queen, 2003, p. 55)

Con relación a ello, deterministas tecnológicos sugieren que las características estructurales de los nuevos medios digitales, inducen el cambio social, permitiendo nuevas formas de comunicación, junto al cultivo de habilidades distintivas y sensibles (McLuhan, 1967). En ese orden, el explorar nuevas formas de interacción y comunicación con los individuos que producen y crean vestuario en el país a través de la web, es una idea que merece la pena considerar y es la bandera de la propuesta web MOMED.

De no existir la web, el conocimiento frente a los problemas e implicaciones de la industria, o grandes tragedias como la de Dahka en Bangladesh serían desconocidas y no habrían sido tratados jamás por el entorno académico local. Del mismo modo, los distintos movimientos, iniciativas y organizaciones colectivas que se han construido local y globalmente quedarían relegados al olvido. El aprovechar el entorno digital y explorarlo, visibilizando movilizaciones alrededor de la moda con un enfoque sostenible y social suena como una idea emocionante que gracias a esta investigación toma una forma inicial, al partir de la indagación por las necesidades, problemáticas e intereses locales enmarcados en tres instituciones académicas.

Así, la forma en que sea concebida la moda en el futuro depende en gran medida del lugar que individuos e interesados en esta disciplina construyan en el presente, por ende, la incorporación de los principios de la moda sostenible, junto a su análisis y crítica, es la puerta a diálogos, debates y encuentros en la búsqueda colectiva de un concepto de moda múltiple, que debe edificarse en un lenguaje propio y más familiar, que pueda ser una herramienta para que docentes, estudiantes, diseñadores y otros reconfiguren, desde su experiencia, para construir conjuntamente el futuro de la industria local.

11.3 Antecedentes de otras páginas web enfocadas en moda que hablan sobre sostenibilidad y cambio

Actualmente, es relativamente sencillo encontrar blogs y páginas web de moda (mayormente, en inglés) que incorporen conceptos de sostenibilidad a sus propuestas. Casos como el de “*the good trade*”¹¹, web que busca transformar hábitos de consumidores hacia alternativas más sostenibles y amables con el entorno, o el de “*Good on you*”¹², una aplicación móvil que permite descubrir, rastrear y contactar a marcas, calificándolas en indicadores relacionados al trato al planeta, personas y animales. En Colombia, uno de los más claros e interesantes ejemplos que incorporan diseño, moda y sostenibilidad es el blog “Sentada en su silla verde”¹³ creado por Rocío Arias, quien narra como extranjera y periodista su experiencia en Colombia, constantemente recalcando el poder y valor de la sabiduría ancestral textil colombiana, profundizando en el que hacer del diseño y poniendo en mesa nociones de una moda fuera de las lógicas de medios tradicionales.

Si se amplía la visión sobre qué, dónde está y qué puede hacer la industria de la moda, se empiezan a entretener múltiples versiones sobre su definición. Internet actúa como herramienta comunicativa, tejida en múltiples capas, que cambia y da forma, tanto al consumo e ideas tradicionales del vestir, como a los nuevos espacios y conceptos de moda de forma imprevista e innovadora. La moda se entiende en toda una matriz de variados registros: una prenda, un cuerpo, una tienda, una pasarela, una idea, una fotografía, una memoria, una imagen en movimiento, en una pantalla o en la misma calle, como un blog o una aplicación móvil (Crewe, 2013). En este sentido, la capacidad que tiene internet como espacio de transformación de representaciones ofrece posibilidades potentes para poner en la mesa, las distintas nociones asociadas a la sostenibilidad y cambio, enmarcadas en esta investigación. Se hace a continuación una referencia a dos páginas web de habla hispana que incorporan el concepto de moda sostenible:

¹¹ <http://www.thegoodtrade.com/>

¹² <https://goodonyou.eco/>

¹³ <http://www.sentadaensusillaverde.com/>

1. SlowFashionNext

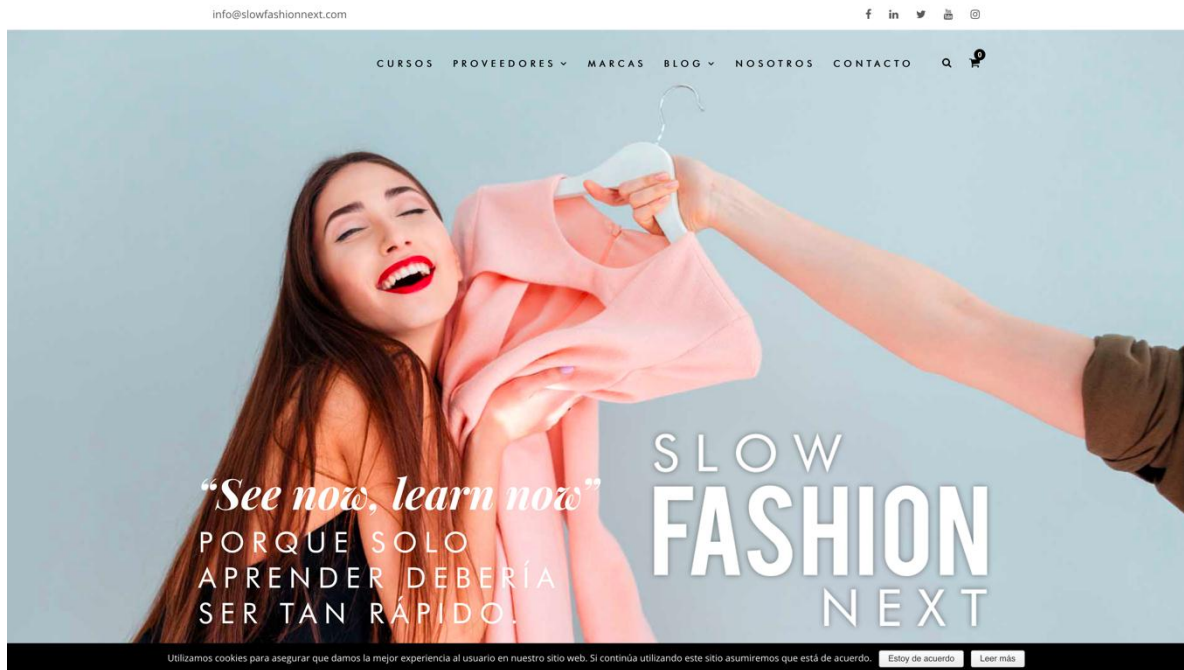


Figura3. Slow Fashion next. 2018

Fuente: (Slow Fashion Next, s.f.)

Esta plataforma es creada por Gema Gómez. Su principal función es educar y conectar a usuarios o marcas que incorporan la sostenibilidad como factor imperante a sus procesos con usuarios en el mundo. Asimismo, la plataforma promueve cursos online sobre temáticas asociadas al tema, conecta con proveedores de materias primas sostenibles y tiene un blog, donde noticias asociadas a la sostenibilidad son subidas a la web. Para tener acceso a sus cursos es necesario pagar, también se debe pagar la inscripción como marca para tener un espacio en la plataforma y recibir certificación sostenible, redondea los 15 euros (55 mil pesos) al mes; allí las marcas deben demostrar su razón de ser sostenibles y reciben distintas certificaciones que avalan su impacto positivo, algunas de estas certificaciones pueden ser consultadas en el link de made-byorg¹⁴.

¹⁴ <http://www.made-by.org/consultancy/tools/wet-processing-tool/>

2. EcoFashionLatam

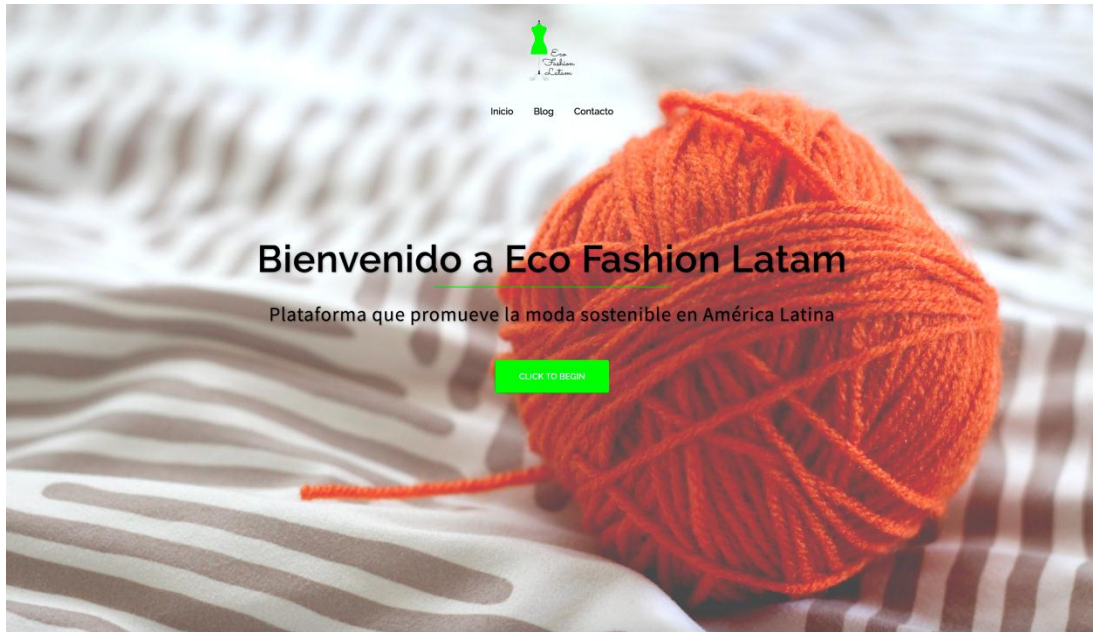


Figura 4. Ecofashion Latinoamérica 2018

Fuente: (Eco Fashion Latam, s.f.)

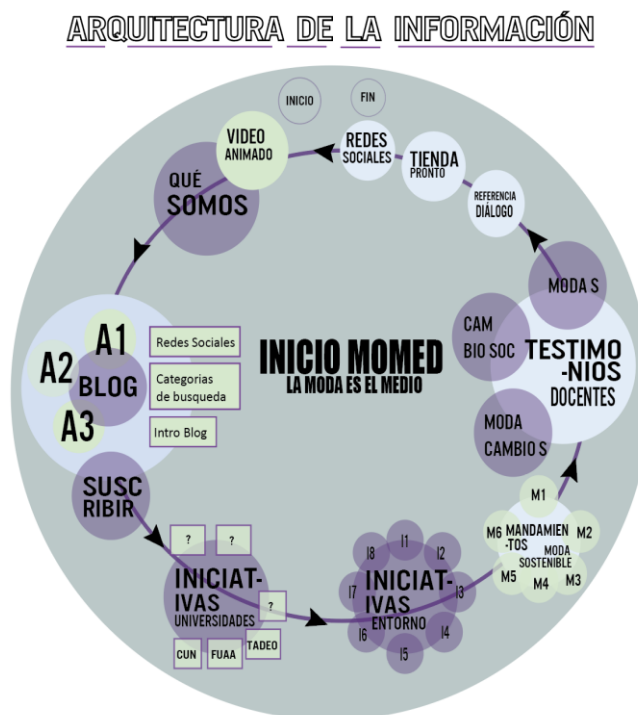
Esta iniciativa se construyó para promover conectividad entre profesionales de la moda sostenible en Latinoamérica. Esta web aporta información sobre materiales ecológicos, diseñadores, creadores y otras plataformas asociadas a la sostenibilidad. Mas en su blog se observa que este no es frecuentemente nutrido y sus contenidos están desactualizados en comparación a aquellos de *slow fashion next*. A través de un diseño sencillo, la página informa sobre entidades que certifican marcas con sellos ecológicos, da a conocer algunas de las organizaciones que promueven el concepto de moda sostenible. También brinda acceso y conocimiento frente a iniciativas que certifican marcas en relación a insumos sostenibles y procesos amables con el medio ambiente. Por último, ofrece un listado de materiales textiles considerados sostenibles, procedentes de fibras naturales, reciclaje, fibras animales y fibras tecnológicas construidas a través de productos vegetales.

Es de resaltar que MOMED hace uso de la web y la facilidad de acceso a información variada (imágenes, documentos, animaciones, videos, etc.) para divulgar reflexiones e información

enmarcadas en esta investigación provenientes del encuentro entre nociones e ideas de la disciplina de la moda y la comunicación; adicionalmente, promueve la curiosidad y busca visibilizar el esfuerzo realizado entorno a iniciativas sostenibles de instituciones académicas de la moda y aprovechar la información recolectada en esta investigación, para que usuarios navegando en la web encuentren información rica que permita posteriormente generar debates, diálogo y construir procesos de participación y comunicación entorno a la moda.

11.4 Arquitectura de la información

A continuación, se presenta mapa de navegación, junto a una descripción frente a sus elementos.



La página inicia con una contextualización frente al proyecto en el elemento “Qué somos”, con el fin de dinamizar y facilitar de qué se trata esta iniciativa, se realizó una animación que abarca el espíritu e intencionalidad de MOMED. Por otro lado, esta página web tiene una estructura lineal que permite una navegación sencilla (de arriba abajo), con un “*go up bar*” permanente que permite volver siempre al inicio. Es el usuario quien decide, desde su interés, en qué secciones de la página desea navegar.

Justificación del mapa de navegación

Seguidamente, se presentan los distintos elementos que conforman el mapa de navegación (de inicio a fin), a través del diseño de interactividad, que describe visualmente la navegación de cada elemento por medio de mapas conceptuales y además se sustentan los elementos que componen cada elemento de esta propuesta de diseño web.

Diseño de interactividad

La navegación por MOMED inicia con una barra de navegación que resume los elementos principales que hacen parte de la iniciativa y los resultados de investigación expuestos en el análisis (contenido principalmente en el blog) y otros resultados directamente llevados a elementos puntuales (como las iniciativas de universidades y sector externo), y por último, una evidencia de distintos testimonios (editados, transcritos y organizados) para empezar a hablar sobre moda sostenible y para el cambio. Se presenta la barra de navegación como primer elemento de la página principal que está presente en la parte superior durante toda la navegación en la plataforma, pretendiendo de esta forma tener acceso rápido y efectivo a los componentes más importantes de la página.

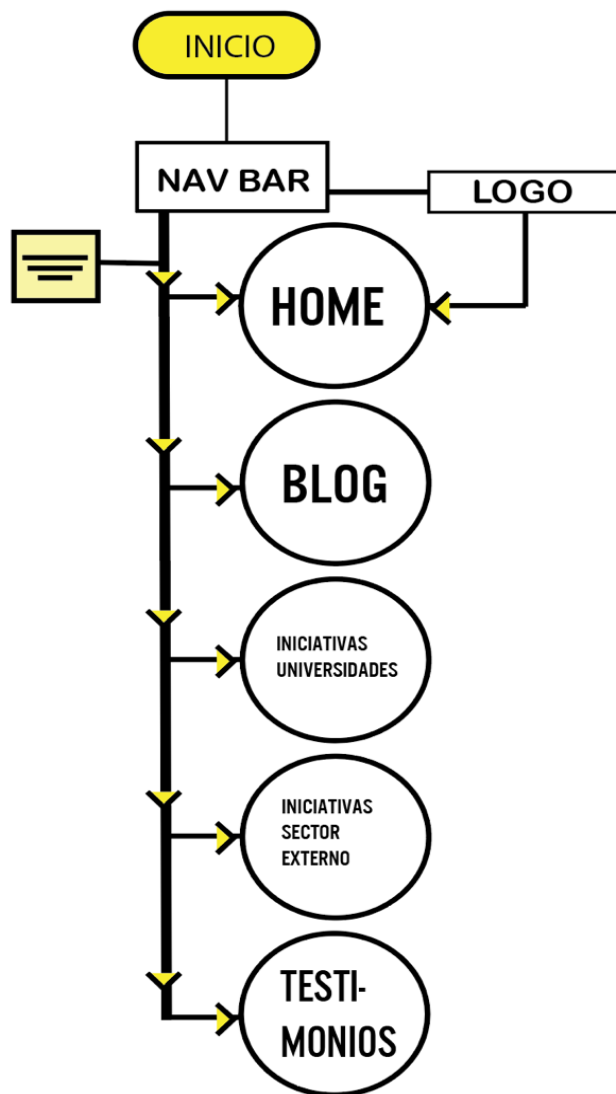


Figura 6. Arquitectura de la información página principal

Fuente: elaboración propia

Como se mencionaba, la página de inicio brinda acceso a una barra de navegación o “Nav Bar” que al dar *click* en el símbolo que contiene tres líneas abre el listado de elementos principales a las que se puede acceder con un *click*. La barra de navegación también contiene logo de la iniciativa MOMED, si se le da *click* también lleva a la página principal o el *HOME*.

Como se comentó, se plantea una estructura lineal para la navegación de la página principal. El usuario desde un ejercicio de *scroll* descubre y explora los distintos elementos de la propuesta web. Por tanto, se presenta a continuación un esquema más detallado de los elementos por los que se puede navegar en la página principal, y después se expone el diseño de interacción por cada elemento que la compone.

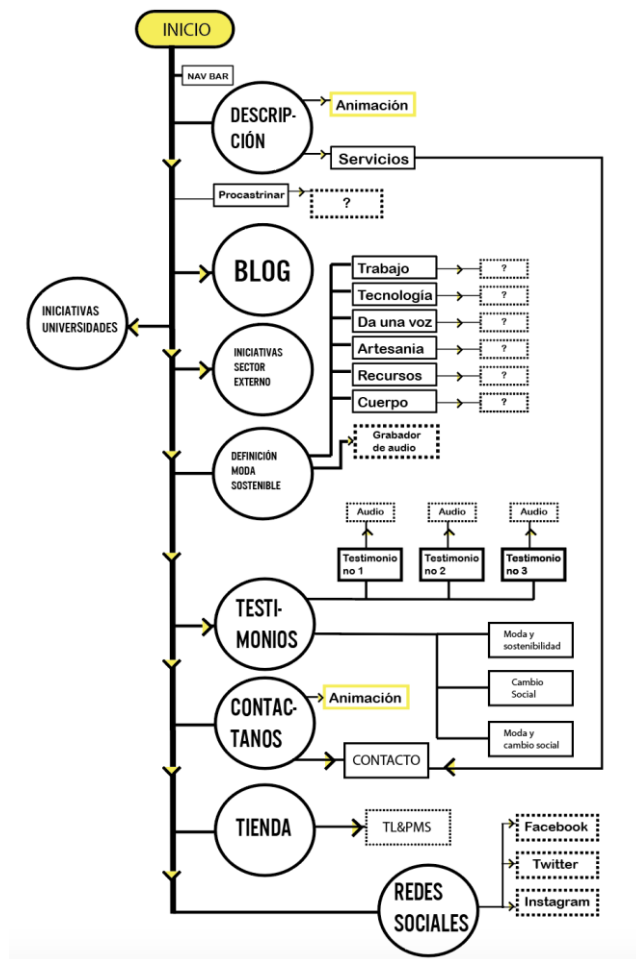


Figura 7. Diseño interactividad página principal.

Fuente: elaboración propia

Con el propósito de facilitar la navegación y saber cuáles son los textos u otros elementos que llevan a hipervínculos u otras páginas dentro de la web MOMED, la página realiza al ubicarse con el mouse en ciertos elementos, un evidente contraste en color, principalmente hacia el

amarillo, lo que permite notar que se puede dar *click*. El cambio de texto de color negro a amarillo es sencillo y fácil de encontrar, es un primer elemento de animación que invita a perderse en la web. Por otra parte, para botones se realiza un ejercicio de animación y coloreado básico como el que se presenta aquí:

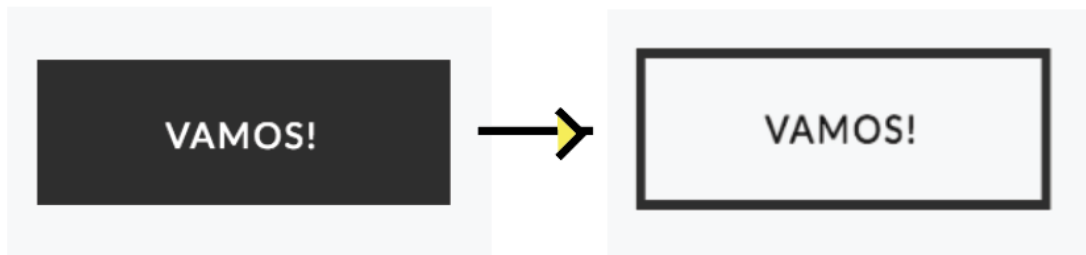


Figura 8. Ejemplo animación básica botones.

Fuente: elaboración propia

Esto aplica para todos los botones de la página, dando al usuario a entender donde dar *click* de forma sencilla, estas animaciones pequeñas son aplicadas también a botones de redes sociales, contáctanos, blog, y a los distintos audios, testimonios, etc. Ahora se realiza una breve descripción de los elementos que componen la página principal, acompañado de un mapa de interactividad por elemento.

1. Descripción: este ítem contiene animación con una duración de 2:07 minutos, responde a un trabajo de creación de 2 meses, recordando que por cada segundo animado se deben llevar a cabo 36 imágenes que generen el movimiento. Allí se puede encontrar la justificación e intencionalidad del proyecto, invitando desde esta animación a construir un concepto de moda sostenible más cercano e integrado entre instituciones académicas. De otro lado, se plantean una serie de servicios que ofrece la página web, como parte de la reflexión de la investigación realizada.
2. Blog MOMED: este ítem posee información, videos, textos e imágenes asociadas a los temas encontrados durante la revisión documental y el análisis de la investigación. Por una parte, el blog toma contenidos (videos, textos, artículos, etc.) de los documentos encontrados invitando al usuario a realizar un ejercicio de inmersión en la web que incentive desde el encuentro con lo otro, debates entorno al planteamiento y contenido del

texto. En el marco de esta propuesta de investigación el blog se entrega con cuatro artículos de reflexión (que a la hora de ser sustentada esta tesis, serán más) realizados por el investigador que reúnen parte del análisis y conclusiones de este proyecto. Por otra parte, un texto introductorio al blog y un texto realizado por Diana Aconcha, sobre fibras y bases textiles. Los cuatro artículos de reflexión que se presentan responden a los siguientes temas:

- La moda sostenible incompleta. ¿Apropiación cultural o copia?
- Comunicación social, el eslabón perdido para pensar una moda para el cambio y la sostenibilidad
- Tecnología, moda y diseño funcional, el *patchwork* para pensar una moda para el cambio
- El porqué la moda en Colombia y su sistema educativo necesitan transformarse

Además, se presenta mapa de interacción de este elemento, recalando que la navegación por el blog se constituye bajo el principio de inmersión en la web¹⁵, donde usuarios tienen acceso al texto de reflexión y una serie de hipervínculos que lo llevaran a múltiples enlaces (claramente, asociados al tema general), tomados de los proyectos de grado de estudiantes, y conocimientos entorno a la MCDSCS. Buscando que desde estos enlaces externos se generen nuevos espacios de interés, información y diálogo. Este blog y sus textos serán usados como insumo en el marco de la materia “Taller experimental” y “Comunicación y moda”, dictado por el autor del presente trabajo, a modo de conocer y profundizar frente a cuál debe ser el método, preguntas y formas en que guiar debates entorno a estos contenidos en el aula de clase. Los artículos son una base, para lectura, construcción de preguntas y desglose de temas de interés alrededor de las reflexiones

¹⁵ La idea de inmersión en la web para el blog, busca por una parte hacer más interactiva y profunda la interacción con el mismo y por otra parte, responde a la tendencia web denominada brutalismo, que busca redefinir los canales convencionales bajo los cuales se construyen páginas web, en algunos casos se enfocan en provocar visualmente confusión al usuario (que no es el caso de MOMED), y en otros plantean nuevas formas de navegar en la web, en este caso bajo un principio de inmersión de contenidos que se constituye en el caso de esta página web como una procastrinación dirigida, el usuario navega y se desvía del contenido principal, pero solo en pro de desarrollar y profundizar en el mismo.

entorno a la moda y lo aprendido en el marco de esta investigación. A continuación, el mapa de interactividad del blog:

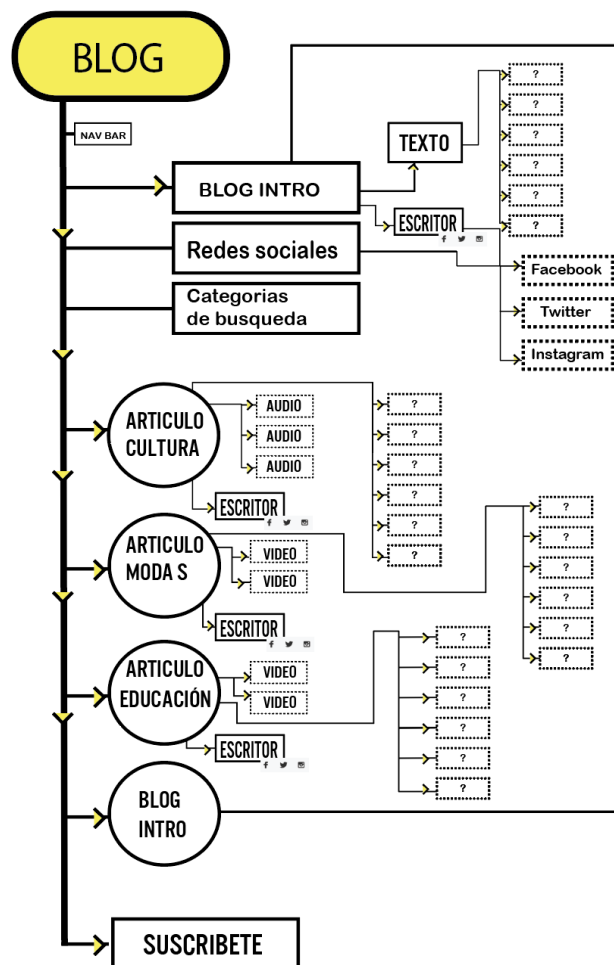


Figura 9. Diseño interactividad Blog.

Fuente: elaboración propia

3. Universidades - construyendo cambio a través de iniciativas inclusivas: este espacio direcciona directamente a la información tomada del objetivo 2 de esta investigación, asociado a las iniciativas con impacto social que llevan a cabo las universidades, por una parte, al proyecto MODUS; por otra, al semillero Rutas Ancestrales FUA; y por último, al proyecto de mejoras económicas UTAD. Este elemento contiene imágenes, testimonios en audio, links directos a páginas y redes sociales de las instituciones, junto a enlaces directos a los docentes involucrados en los procesos. Vale la pena recalcar que es la primera vez que estas instituciones poseen un espacio visible, sobre el cual comenzar a

construir y evidenciar sus procesos de impacto social. Enseguida, se presenta el plan de interacción para este elemento:

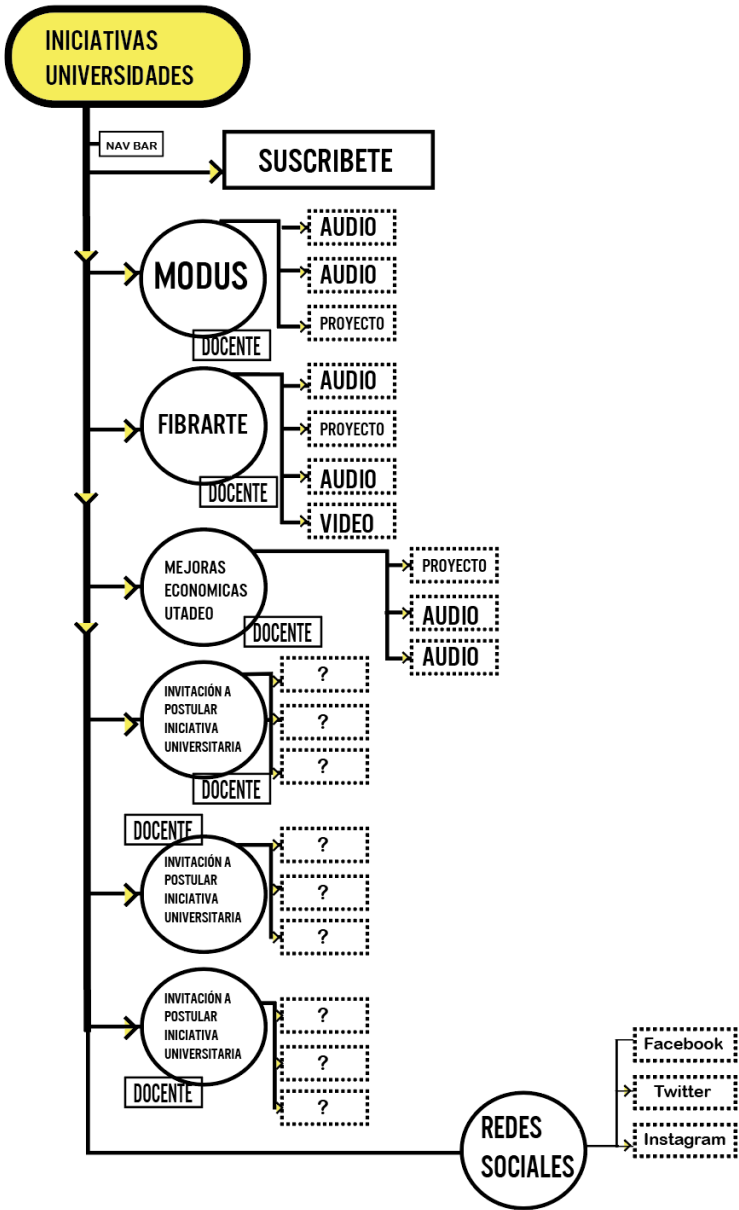


Figura 10.Diseño interactividad iniciativas universidades.

Fuente: elaboración propia

4. Referencias e iniciativas referenciales que buscan el cambio: este ítem contiene las distintas iniciativas sostenibles y de cambio asociadas a la moda, en el contexto de la construcción del marco teórico y las entrevistas realizadas a los docentes, se encontraron

más de 20 iniciativas distintas, cada enlace a iniciativa contiene imágenes, una breve reseña de la misma, *link* que dirige al usuario a la iniciativa y un video de la misma. El objetivo de este elemento es dar a conocer de forma directa a estudiantes, docentes y otros interesados un listado descriptivo e interactivo frente a iniciativas que ahora, en este momento, apuestan por el cambio y la sostenibilidad, en el caso de estudiantes vale la pena recalcar que todo proceso creativo, trae consigo una base referencial, en ese sentido la existencia de este ítem y la descripción de estas iniciativas abre una ventana importante para que el estudiante trabaje colectivamente con estas, o busque desde su quehacer tomar estas iniciativas como base referencial para sus procesos o iniciativas propias.

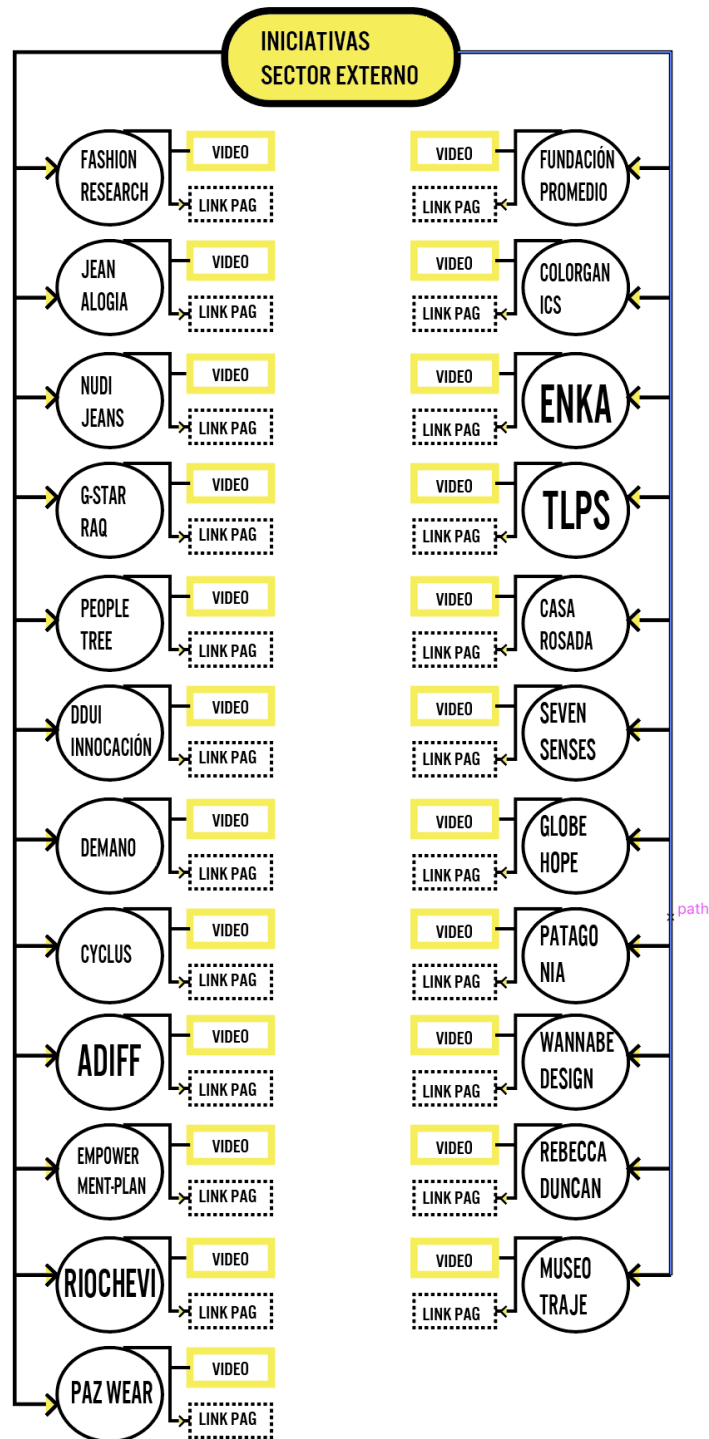


Figura 11. Diseño interactividad Iniciativas sector externo.

Fuente: elaboración propia

En relación a estas iniciativas del sector externo, se entrega un breve listado, corta reseña y link con el vínculo principal de algunas de las iniciativas.

- ADIFF¹⁶: su creadora, Ángela Luna Luna, comentó que esta iniciativa empezó a construirse desde la intención de ayudar y de un profundo desconocimiento sobre cómo encaminar la disciplina del diseño de modas a procesos de cambio. Adiff produce prendas alineadas a las necesidades y problemáticas de refugiados en el mundo, desafiando la narrativa convencional de la industria como un sector desconectado de problemáticas globales, para reafirmarse como un movimiento para el cambio y como impulsadora de conciencia
- Empowerment plan¹⁷: nació como una organización sin ánimo de lucro para emplear a familias sin techo que habitan en centros de auxilio en Norte América. Allí, personas participan en el proceso de diseño de producto, que toma su experiencia como habitantes de calle e historias de vida, para el diseño y confección de abrigos transformables.
- Paz Wear¹⁸: iniciativa de confecciones que nace en la ciudad de Ibagué. Durante el último año ha capacitado y asociado a más de mil personas afectadas por el conflicto armado en Colombia, tanto a víctimas como a excombatientes, incluyendo mujeres cabeza de hogar. Paz Wear busca fomentar espacios de trabajo y reconciliación a través de la industria de la moda.
- True Love&Poems¹⁹: dar vida y amar a nuestras prendas, es la forma en que esta marca aporta a la sostenibilidad en el país. True Love&Poems, limpiando el nombre de la moda vintage, fomentando el trabajo colectivo y redefiniendo el concepto eco-chic.
- Jeanalogía²⁰: inventores de la aclamada “Stone wash de Ozono”, máquina que usa el ozono del ambiente para cambiar las partículas del denim, disminuyendo el consumo de agua producido por un pantalón de 200 litros a 1 litro. Jeanalogía, precursores de la moda sostenible.

¹⁶ <https://www.adiff.com/>

¹⁷ <http://www.empowermentplan.org/>

¹⁸ <https://www.facebook.com/pazwear/>

¹⁹ <https://trueloveandpoems.com/>

²⁰ <https://www.jeanologia.com/es/>

- G – StarRaw²¹: recoger el plástico de los océanos y playas para convertirlos en fibras para hacer nuestros pantalones de uso diario. Costoso pero sabroso. Esta marca demuestra formas en que la moda puede aportar a procesos ambientales, y a los procesos de transparencia que toda marca debe tener.
 - FashionReserach Network²²: docentes, investigadores y estudiantes. ¿Buscando becas, ponencias, charlas, concursos y otros? Si sabe algo de inglés, este sitio se mantiene actualizado en noticias, deje de ver desfiles y dedíquelo un rato a la lectura.
 - NudiJeans²³: ¡Te recibimos tu pantalón, no importa la marca como parte de pago para darte uno nuevo! Si, suena a promoción de san Andresito, pero no...es una marca que aplica procesos tecnológicos para dar segundas vidas a nuestras prendas.
 - Demano²⁴: *banners*, publicidad y ayuntamientos, la fórmula exacta para la creación de bolsos y accesorios de estas colombianas en la ciudad de Barcelona. Creando una cultura de diseño y creatividad a través del reúso.
5. Principios de la moda sostenible: este apartado busca enunciar y dar a conocer a personas interesadas por el concepto de moda sostenible, cuáles son los “principios de la moda sostenible”. Esta información e hipervínculos provienen del análisis realizado a los proyectos de investigación de los estudiantes y las entrevistas de los docentes donde se identificaron y agruparon 6 definiciones que abarcan lo encontrado en el marco de esta investigación. Por otro lado, al pasar el cursor por estos textos, un elemento animado, palpable en un cambio de color del texto, relaciona directamente los textos a otros links que tienen correspondencia con el tema. Al final de este elemento se encuentra un enunciado que invita a grabar un testimonio, definir y construir un principio propio, se busca que, en el marco de las aulas, y posteriormente a una revisión de estos principios el docente invite a los estudiantes a indagar, definir y grabar su testimonio para ser enviado e incluido a MOMED (esto responde a una segunda fase de esta iniciativa). Se presentan aquí descritos los principios incorporados y un *link* a sus hipervínculos):

²¹ https://www.g-star.com/en_us/about-us/responsibility/sustainable-product

²² <http://fashionresearchnetwork.co.uk/>

²³ <https://www.nudiejeans.com/>

²⁴ <http://demano.net/es/>

- La moda debe proveer trabajo digno, desde los operarios, productores textiles, diseñadores hasta las modelos que visten la pasarela. La moda no esclaviza, no explota, no acosa y no discrimina a nadie. ¡La moda debe mejorar la calidad de vida y empoderar a individuos a alzar la voz conjuntamente! (Al dar *click* lleva al *link*: Reporte Oxfam, sobre Moda que aprieta y las condiciones laborales de trabajadores, encontrado en el marco de creación de marco teórico de este proyecto de tesis: <https://www.oxfamintermon.org/es/documentos/09/02/04/moda-que-aprieta-precariidad-de-trabajadoras-en-confeccion-responsabilidad-socia>)
- La moda incorpora procesos amables con el medio ambiente, con el fin de dejar un mundo limpio y habitable para las generaciones del futuro. La tecnología es uno de los medios que incorporados a la moda, ofrecen alternativas para pensar un mundo distinto y sostenible (Al dar *click* lleva al siguiente *link*- tomado de investigación sobre nanotecnología y moda, encontrado durante la revisión de proyectos de grado: http://www.acta.es/medios/articulos/ciencias_y_tecnologia/056069.pdf)
- La moda da a individuos una voz, permitiéndoles expresarse sin miedo, trabajar conjuntamente y unidos en contra de la represión para conocer y negociar las condiciones que enmarcan la vida de comunidades. La moda debe ser un medio para fomento de la participación y el encuentro con el otro (al dar *click* lleva al siguiente *link*. Asociado directamente a la iniciativa FR, construido como un manual: (<http://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2015/11/HowToBeAFashionRevolutionary.pdf>).
- La moda respeta la cultura y la herencia artesanal. Cultivando, celebrando, protegiendo y compensando las habilidades del artesano y su arte. Reconociendo la creatividad como motor del trabajo y tradición local La moda debe respetar y nunca apropiarse, o robar ideas y saberes sin consentimiento (al dar *click* lleva al siguiente *link*. Tomado del proyecto de tejeduría Wayuu, presentado por la estudiante Carolina Martínez: http://www.artesaniadescolombia.com.co/PortalAC/C_noticias/nuestros-oficios-artesanales-en-movimiento_5891)
- La moda no malgasta innecesariamente recursos, siempre encuentra formas creativas de reutilizar y re plantear diseños para promover alternativas al uso de prendas y consumo de las mismas. Los armarios no deben estar sobrecargados de prendas, sino

estar llenos de vestuario que cuente la historia de quienes somos (al dar *click* lleva a este *link*, encontrado en la propuesta del proyecto de grado denominado Boshell: <https://www.youtube.com/watch?v=esS7NmKMMnA>).

- La moda existe como medio para expresar, reflexionar, protestar y disfrutar. La moda no debe subyugar, denigrar, marginalizar, sesgar o estereotipar a los cuerpos. La moda celebra la existencia, da valor al otro y su realidad, siendo una muestra de la conciencia de nuestros cuerpos y de los demás (al dar *click* lleva al siguiente *link*, encontrado durante el proceso de investigación y revisión de antecedentes y marco teórico en esta *tesis*: <https://www.youtube.com/watch?v=H1C-vG4yBMI>).

6. Testimonios docentes en torno al concepto de moda, moda sostenible, cambio social y moda para el cambio social. Este ítem busca ser un espacio donde residen las concepciones y las voces de los docentes de estas instituciones. Esta herramienta puede ser utilizada a modo de ejercicio de escucha en el aula, invitando a estudiantes a indagar, reflexionar, debatir y posteriormente construir sus propias definiciones. En la página principal se tiene acceso a tres definiciones distintas (moda y moda sostenible – cambio social- y moda para el cambio social), lo que lleva a las grabaciones editadas de cada definición dada por los docentes. Este elemento se construye partiendo de las entrevistas a docentes de las 3 instituciones.

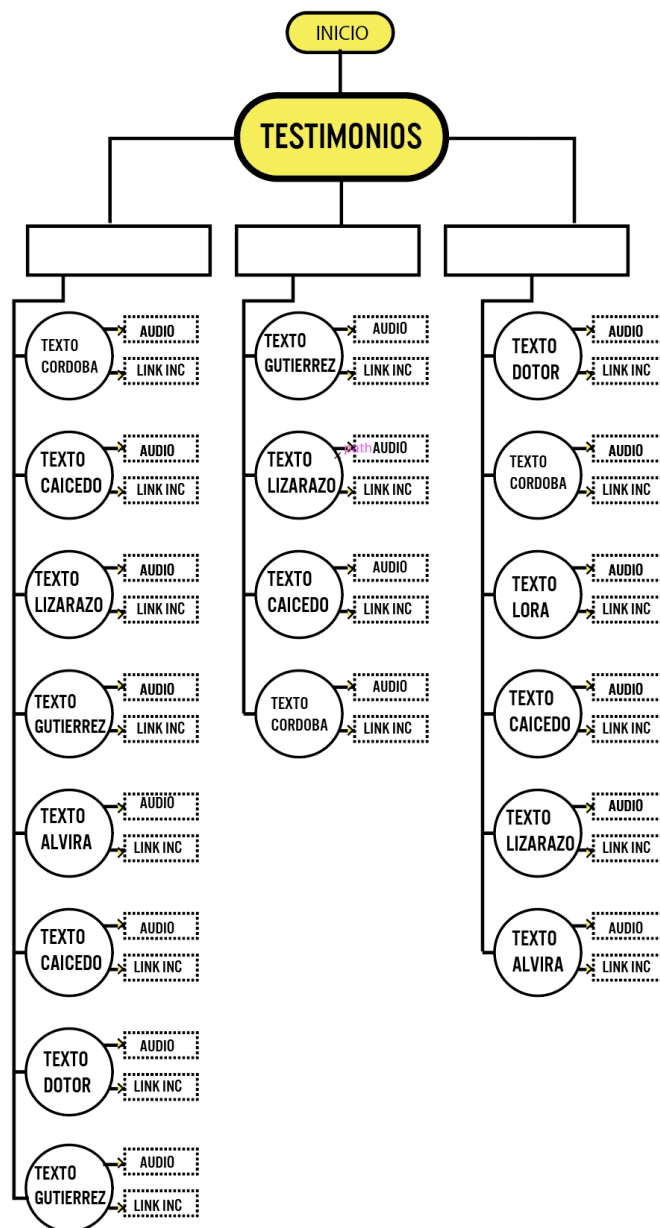


Figura 12. Diseño interactividad Testimonios docentes

Fuente: elaboración propia

7. Contáctanos, antes de dialogar conocer. Este elemento recalca la importancia de aprovechar el entorno web para de forma rápida, fácil y anónima generar contactos con la plataforma MOMED, este espacio es principalmente concebido para trabajadores de la industria, estudiantes/practicantes, diseñadores y otras personas que trabajan en la industria de la moda y nunca hayan tenido la oportunidad de narrar su historia frente a la moda y las

distintas afectaciones en términos ambientales y sociales que no han sido tratadas por el entorno académico, estado o la industria. Este elemento cuenta con un video que invita a reevaluar que la moda esta, no en las pasarelas, sino en las historias de vida de quienes las crean. Por otra parte, y de forma dinámica explica los distintos pasos que promueve MOMED para iniciar acciones conjuntas construidas desde la web.

8. Tienda: este apartado refiere directamente a la página web de True Love&Poems, con la cual se tiene una fuerte cercanía, esta iniciativa promueve el consumo de moda vintage a modo de promover la sostenibilidad y disminuir el consumo de marcas de pronta moda, adicionalmente esta iniciativa promueve marcas e iniciativas de diseñadores locales y será también a futuro un espacio para la venta y distribución de las propuestas únicas de estudiantes de diseño de modas, buscando aprovechar la trayectoria, seguidores y visibilidad de la iniciativa TLVPMS como ventana para dar visibilidad y apoyar a proyectos de estudiantes, que en su mayoría quedan relegados al olvido.
9. Contáctanos y redes sociales: este apartado posee conexión directa con el correo electrónico del proyecto MOMED. Allí se busca que usuarios se inscriban al “*newsletter*” de la plataforma, para así enviar actualizaciones sobre artículos, encuentros y temas contenidos asociados (como bibliografías para docentes), en torno a los conceptos de moda, sostenibilidad y cambio social. Adicionalmente, invita a interesados a suscribirse a las redes sociales de la iniciativa que son un espacio de visibilización del entorno académico local, sus iniciativas, procesos, textos, videos y posturas, adicionalmente se incluye información frente a temas como normatividad, leyes, iniciativas propuestas en MOMED y es un espacio para visibilizar futuras acciones entorno al trabajo con comunidades, donde se evidencian los cambios y distintas necesidades de estas para que estudiantes y diseñadores, estén conectados e informados de que ocurre con estas poblaciones y cambios en la industria local.

Posteriormente esta muestra del diseño de interactividad, junto a un breve sustento de los elementos principales que componen esta página web, se presentan a continuación, los elementos gráficos que componen esta propuesta web a modo de *brief* de diseño.

11.5 Contenido multimedia

Este *brief* se presenta como un resumen de los elementos visuales y gráficos principales que enmarcaron la creación de esta propuesta web, a modo de mostrar y dar sustento a su procedencia. Se empieza explicando la paleta de color de la propuesta, el uso de tipografía, propuestas de logotipo MOMED, botones y elementos gráficos. Se recalca que esta es una propuesta de *brief*, dado que por extensión en este documento y la existencia ya de los distintos elementos expuestos en la página web directamente, se muestran los elementos más importantes en el marco de esta propuesta web, evidenciando para el lector la procedencia y relación que tienen los elementos visuales de esta iniciativa web. Seguidamente, se presentan propuestas de LOGO para página web MOMED.



Figura 13. Propuestas de LOGO

Fuente: elaboración propia

Durante la creación de esta propuesta se buscó incorporar elementos gráficos que trastocaran imágenes asociadas a la moda (como etiquetas, agujas y vestidos), para posteriormente unir a elementos visuales que representaran el medio ambiente, la naturaleza (hojas), el diálogo (nubes de conversación) y las manos, como símbolo conjunto del trabajo; en este caso representando el instrumento del cuerpo con el que se construye. Con el fin de no generar confusiones, se seleccionó un LOGO sin elementos visuales notorios o muy cerrados, buscando mantener sobriedad y simular desde la letra M, el ejercicio de puntada e hilado que realizan las máquinas de coser. Haciendo alusión a un proceso que hace parte de la vida de trabajadores y personas que impulsan con sus manos esta industria creativa. El resultado final fue el siguiente:

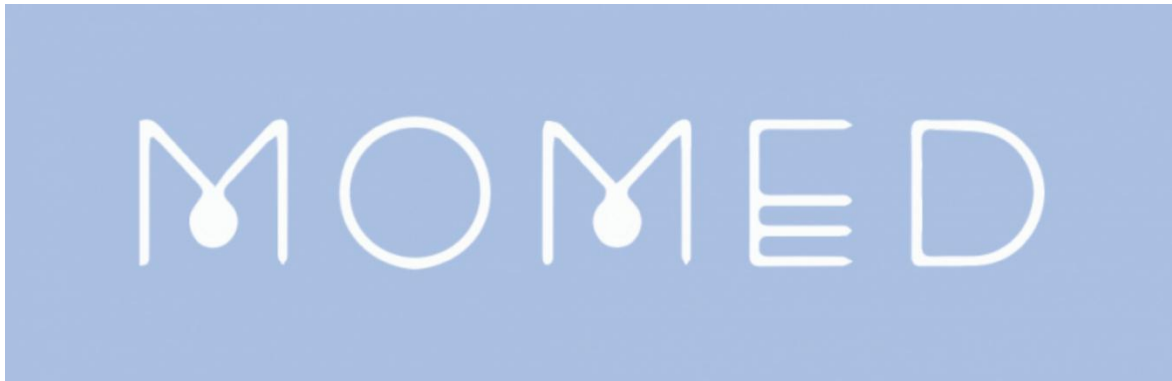


Figura 14. Logo MOMED definitivo.

Fuente: elaboración propia

Partiendo de la creación del logo, se realizan *mock ups* de papelería, tarjetería, etiquetas, sobres y papel como elementos corporativos de posible uso a futuro para la propuesta:



*Figura 15.*Mock Ups MOMED.

Fuente: elaboración propia



*Figura 16.*Mock ups 2 MOMED.

Fuente: elaboración propia

Se presenta a continuación la paleta de color trabajada en las páginas del proyecto, junto a descripción de fuentes tipográficas. Esta paleta de color se divide en colores principales, colores que enmarcan la mayoría de la propuesta web, colores secundarios, entendidos como colores que hacen parte de elementos visuales asociados a la propuesta y colores terciarios, propuestas a modo de fondos para el elemento de iniciativas nacionales e internacionales del sector externo, se presentan las propuestas con su respectivo código CMYK.

Paleta de colores principales:



Figura 17. Paleta de colores principales

Fuente: elaboración propia

Paleta de colores secundarios:



Figura 18. Paleta de colores secundarios

Fuente: elaboración propia

Paleta de colores terciarios:

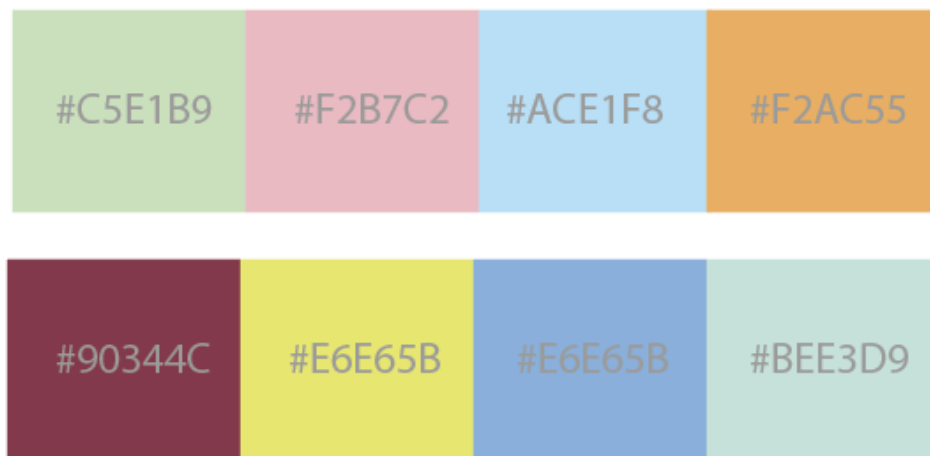


Figura 19. Paleta de colores terciarios

Fuente: elaboración propia

A continuación, se enuncian el nombre de las tipografías incorporadas en este proceso:

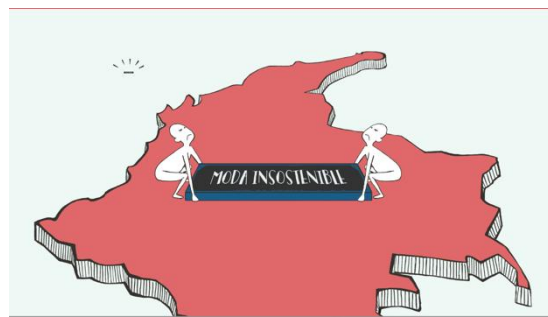
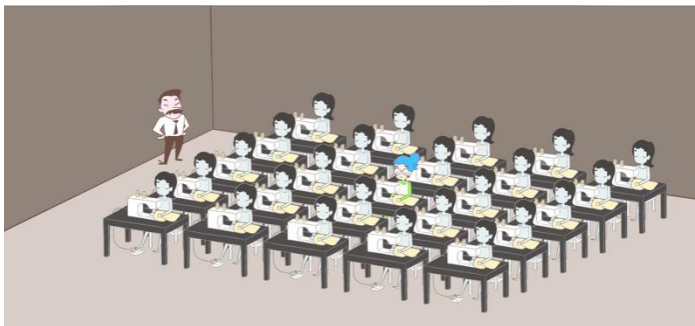
-Lato (300 light 700 bold)

-Abril FattFace (400 normal)

Continuando con la muestra de los elementos visuales, animados o gráficos entorno a contenidos de la página principal y demás elementos de la web, vale la pena rescatar que posteriormente a un conteo del número de animaciones que enmarcan la página principal se encontró que el proyecto cuenta con un total de 40 animaciones (contando la apertura de la barra de navegación) solamente en la página principal. Además, se adicionan imágenes del proceso de *storyboard* de animación que enmarca la justificación de la investigación, que llevo a la creación de un animado de 2 minutos, que fueron más de 2 meses de construcción de guión, *storyboard*, personajes, gráficos y animación. Adicionalmente se adjunta uno de los primeros borradores de la propuesta animada. Con respecto a la imagen de inicio que presenta la propuesta web, esta se construye realizando un retoque y sobre saturación hacia el tono amarillo de binoculares que hacen parte del museo del techo en el museo del traje en Madrid, esta imagen fue tomada por el investigador en el año 2014, se vincula como un homenaje a este importante museo, un recordatorio de ese viaje que incito el estudio de la MCDSC y se planteo como una asociación frente a la importancia de ver más allá, buscar más allá de la distancia en el horizonte, siendo este una de las apuestas de la web entorno a la forma en que se ve y se piensa la moda en el país.



X 1134



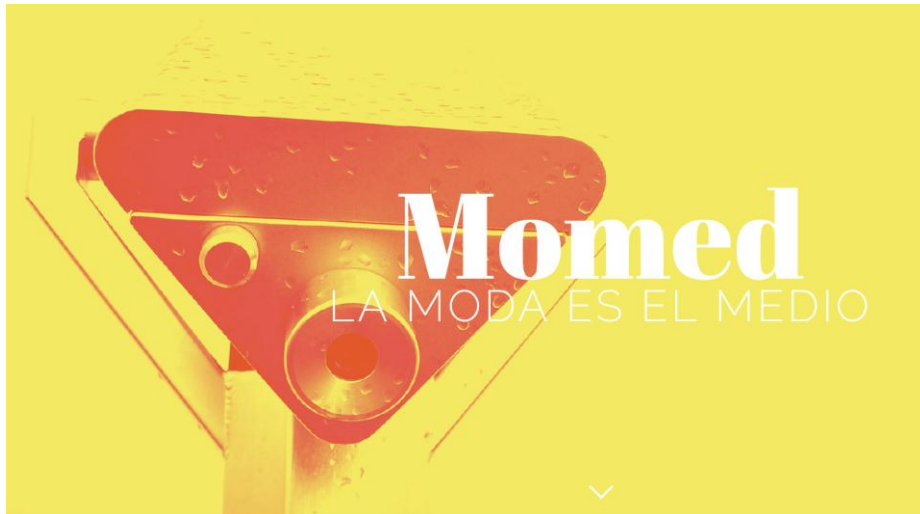
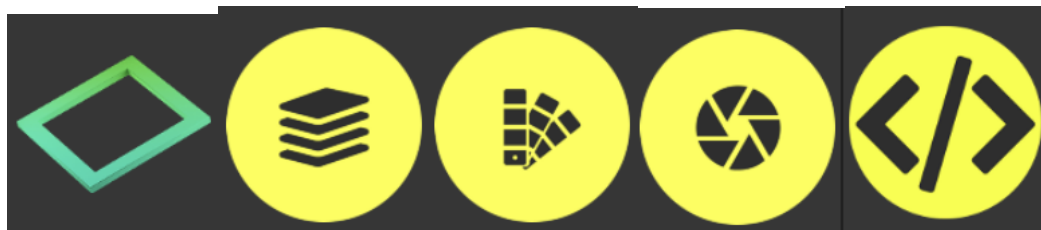


Figura 20. Elementos gráficos y styoryboard animado MOMED.

Fuente: elaboración propia

Continuando con la muestra y descripción de los componentes gráficos se presentan otros elementos que hacen parte de la propuesta visual de la página principal de MOMED se diseñaron más de 16 iconos y ocho botones interactivos:



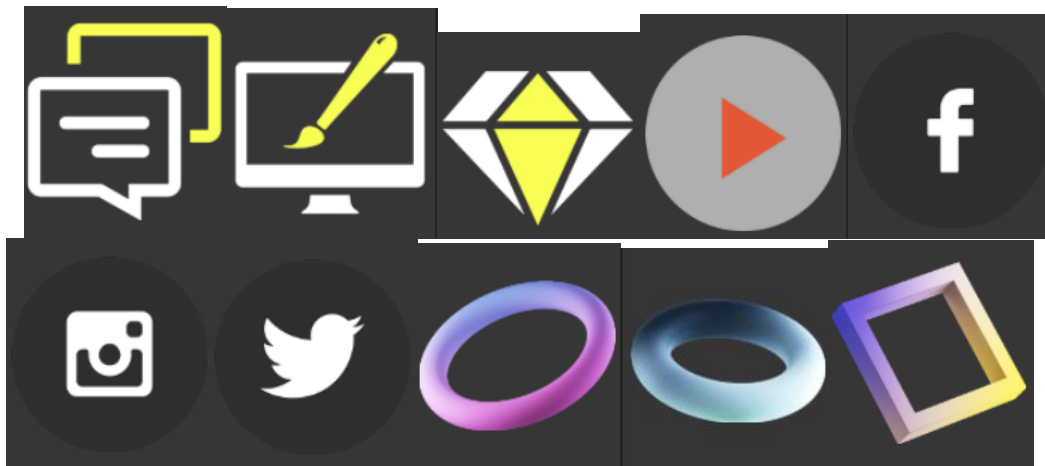


Figura 21. Iconos

Fuente: elaboración propia

Botones:



Figura 22. Botones interactivos

Fuente: elaboración propia

De otro lado, se muestran aquí las distintas propuestas gráficas, tomadas y construidas por el investigador que dieron color y vida a la propuesta de blog, estas imágenes responden a los textos incluidos en el blog:

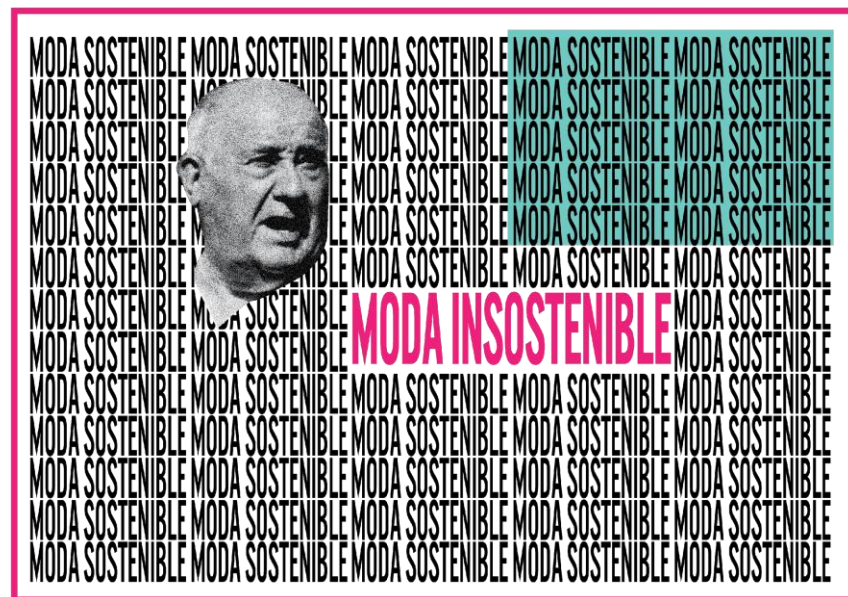


Figura 23. Imagen intro Blog.

Fuente: elaboración propia

Esta primera imagen se encuentra ubicada en el primer texto del blog, el cual plantea la importancia de reflexionar sobre una moda para la sostenibilidad y el cambio; adicionalmente se critica al concepto de moda sostenible actual, planteando que este es incompleto y no ha logrado

incorporar aún factores locales importantes para su desarrollo. La imagen muestra a Amancio Ortega, dueño del conglomerado Inditex, gigante productor del *fast fashion* en el mundo. A continuación, se muestra la imagen creada para el artículo del blog “Tecnología, moda y diseño funcional, el *patchwork* para pensar una moda para el cambio”.

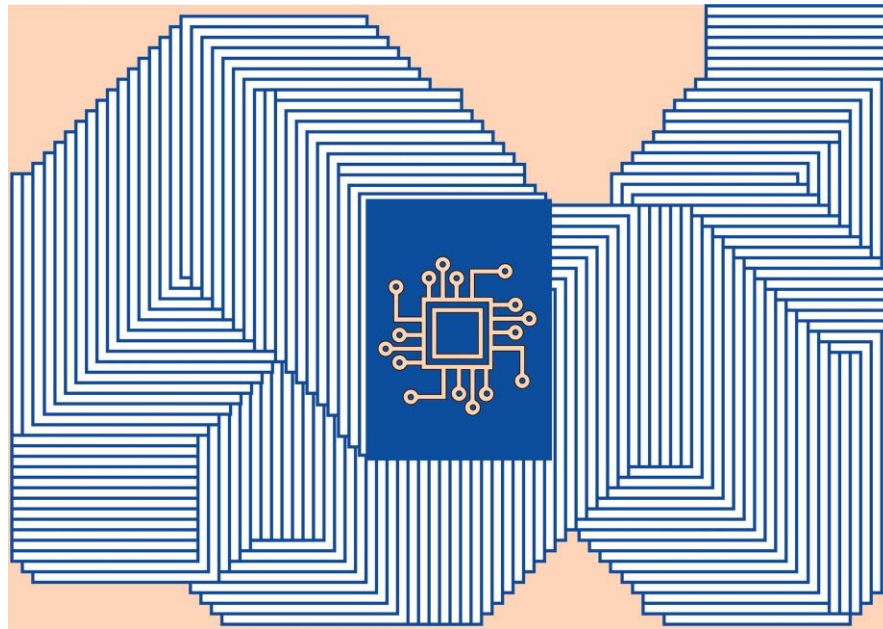


Figura 24. Imagen momed tecnología.

Fuente: elaboración propia

Esta imagen simula las distintas ventanas que se abren a la hora de navegar en la web, donde se presenta un error o falla en el sistema y es desde el icono de chip central (tomado de un micro chip que se incorpora a textiles para medir sudoración), una metáfora que da a entender que no todos los procesos tecnológicos son malos y en palabras de la docente Alejandra Córdoba: “La tecnología existe para ayudarnos también a hacer mejor nuestras vidas” (comunicación personal). Si bien algunos no estarán de acuerdo con esto, es importante entender que en el marco de la investigación, la tecnología fue en el caso de la sostenibilidad y el cambio un elemento que estudiantes consideraron importante incluir en sus propuestas; por ende, el artículo narra también la importancia de construir desde la academia ciencia en pro de una moda que redefina su función estética e incorpore la tecnología en pro de problemáticas y necesidades humanas.



*Figura 25.*Imagen MOMED sector académico.

Fuente: elaboración propia

La anterior imagen fue utilizada para el artículo “El porqué la moda en Colombia y su sistema educativo necesitan transformarse”, este texto refiere directamente al último objetivo de esta investigación frente a las problemáticas de la industria y formas en que el entorno necesita replantear sus saberes, con el propósito de ser cercano a los cambios y realidades de la industria local, partiendo de una discusión sobre la copia y los valores humanos que todo diseñador debe tener, la imagen que se observa arriba es la de Jhon Galliano, importante diseñador que vio casi por terminada su carrera al realizar comentarios antisemitas que trajeron una enorme caída a su carrera como diseñador, al referirse de forma despectiva a judíos. Galliano es un ejemplo del prospecto e imaginario de diseñadores de moda del pasado, banales, egocéntricos y sin duda alguna un modelo negativo, un ejemplo de lo que diseñadores de moda, con todo y su talento creativo, no deben ser.



*Figura 26.*Imagen MOMED comunicación.

Fuente: elaboración propia

Esta imagen es la utilizada para comenzar el texto denominado “Comunicación social, el eslabón perdido para pensar una moda para el cambio y la sostenibilidad”, se plantea que la moda y la comunicación tienen mucho más en común de lo que parece, ambas han sido rezagadas por personas ajenas a las disciplinas a ser simplificadas a objetos, la moda a vestidos, pasarelas y modelos, la comunicación a los medios, plasmados aquí por elementos gráficos de televisión y radio, junto a la modelo Twiggy, ícono de la moda de los años 60 y cara visible de artistas como Andy Warhol. En ese sentido, el texto invita a entender comprender que la comunicación desde la ruptura entre comunicación participativa y modernizadora, tiene mucho más que ofrecer a modo de conocimiento y saber interdisciplinar, que los famosos “descuentos” que estudiantes enmarcaron en sus proyectos como estrategia comunicativa y que Alejandra Córdoba mencionó en su testimonio. El texto plantea también que es la comunicación la disciplina base, que da conocimiento frente a formas en que construir conjuntamente procesos productivos y creativos de forma participativa, haciendo uso del diálogo y cercanía directa con comunidades o poblaciones si se quiere hablar de una moda sostenible o pensada para el cambio

que haga desde un ejercicio de diseño y entendimiento de las necesidades, una propuesta de producto efectivo y no solo con fines comerciales o económicos.

Por último, la siguiente imagen se relaciona con el texto “La moda sostenible incompleta. ¿Apropiación cultural o copia?”, esta fotografía fue tomada durante un viaje a la costa, donde se tuvo relación con comunidades aborígenes del país, allí se encontró una fábrica informal de producción de artesanía. Dicha imagen representa el espíritu de este texto, al plantear que el concepto occidental de moda sostenible, no incluye de forma clara la riqueza y valor cultural que tienen estos saberes manuales y simbología, partiendo del supuesto de que la moda ve en la artesanía y los saberes culturales un insumo referencial creativo y no un importante saber que debe sostenerse y si bien comercializarse, hacerlo desde una perspectiva que sea cómoda y útil para las comunidades.



Figura 27. Imagen MOMED apropiación cultural.

Cabe recalcar la construcción de elementos gráficos –tipo collage-, los cuales se construyen partiendo de dos corrientes y tendencias gráficas asociadas al diseño web elementos decorativos en el marco de esta propuesta web. Estas tendencias gráficas son conocidas como Web punk²⁵ y Vaporwave²⁶.

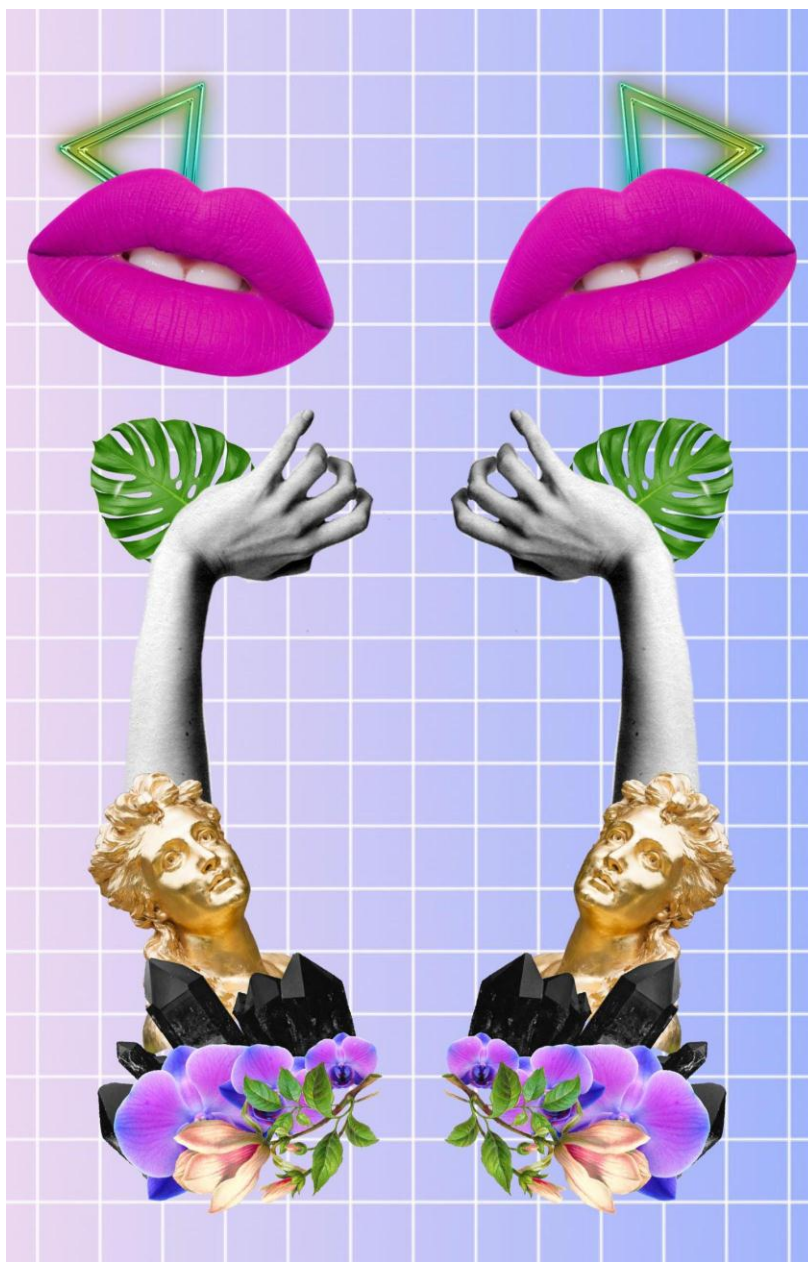


El primer elemento (de izquierda a derecha se encuentra en la página de iniciativas del entorno), el segundo elemento (lado derecho) se encuentra en las páginas de iniciativas del sector

²⁵Tendencia gráfica que usa elementos comunes en la web como cursores, pestañas y otros elementos gráficos pertenecientes a la cultura de los años 90s- por eso el uso del Renault 9- como base visual y estética. Esta tendencia nace desde el uso de la aplicación Tumblr en el 2011 y se asocia a la moda, el arte digital e iconografía web.

²⁶Proviene de un micro genero musical. Esta tendencia musical construye una crítica y parodia al consumo y la cultura yuppie de los años 80's a través del uso de elementos visuales que mezclan neones con una nostalgia y fascinación por artefactos y la estética retro, muy similar al vintage.

externo. Finalmente, se llevó a cabo un ejercicio de collage, para hacer visualmente más atractivo los testimonios de docentes:



*Figura 29.*Fondo testimonios MOMED.

Fuente: elaboración propia

MOMED, como iniciativa web, es una propuesta que busca empatar las distintas tendencias gráficas y teóricas construidas por creativos del diseño y las artes, en el marco de una moda pensada para la sostenibilidad, haciendo que a través de los elementos gráficos expuestos aquí, estudiantes se interesen, fuera y dentro del aula, por construir también sus propias propuestas gráficas y empezar, desde las iniciativas de universidades, externas, textos y demás contenidos a manifestar un interés teórico y visual en pro de una disciplina que requiere importantes transformaciones. El diseño de modas es un campo desconocido para muchos, pero para otros es un lugar que atrapa la curiosidad e incita a querer conocer la belleza y hacer de esta un quehacer creativo y productivo, el cual más que ser el crear un vestido o una prenda, representa el trabajo y saber artesanal, manual y conceptual de la humanidad. Se espera que este proyecto de investigación y posterior propuesta web inspire a otros diseñadores de moda y comunicadores a sumarse a esta iniciativa o incentivar la creatividad, de tal forma que se avance mucho en el creciente debate frente al diseño de modas como un instrumento que también puede aportar a la sostenibilidad y el cambio, esperando que MOMED permita dar a conocer si efectivamente como mencionó Monneyron, es precisamente hablando de trapos como empieza cualquier cambio social importante.

12. Bibliografía

- ADIFF. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.adiff.com/>
- Baldé, G. (2018). *El fast fashion, emergencia medioambiental según la ONU*. Obtenido de ECO ECO: <http://www.itfashion.com/moda/el-fast-fashion-emergencia-medioambiental-segun-la-onu/>
- Beller, W. (2015). *Érase un tópico en filosofía: la lógica dialéctica*. México, D.C.: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Benaim, L. (1993). *Yves Saint Laurent*. París: Grasset.
- Benítez, A. (2010). La artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural: a la luz de los nuevos conceptos de cultura y desarrollo. *Revista Cultura y Desarrollo*. (6), 3-19.
- Bernal, L., & Godoy, N. (2015). *Producción de contenidos en las emisoras comunitarias de la ciudad de Medellín, en el marco de la sostenibilidad, la construcción ciudadana y el desarrollo humano, en el periodo comprendido entre el 2007 -2015*. Medellín: Universidad de Medellín.
- Bonilla, E., & Rodríguez, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos. La investigación en las ciencias sociales*. Bogotá, D.C.: Norma / Uniandes.
- Bordenave, J. (2016). La Comunicación como Herramienta Esencial del Desarrollo Sostenible. *Población y Desarrollo*. (14), 10-18.
- Camacho, K. (2008). *Las confesiones de las confecciones: condiciones laborales y de vida de las confeccionistas de Medellín*. Medellín: Escuela Nacional Sindical.
- Camara de Comercio. (2017). *Moda 360 - Cómo participar en el mercado global de la moda*. Obtenido de Sala de prensa: <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Fortalezca-su-empresa/2017/Marzo/Moda-360-Como-participar-en-el-mercado-global-de-la-moda>
- Casa Rosada. (s.f.). *Quiénes Somos*. Obtenido de Inicio: <http://www.lanascasarosada.com/home.html>

- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*. 1, 238-266.
- Castells, M. (2016). Cuaderno 2. Modelos de desarrollo en la era de la información. Globalización, tecnología y empresa RED. *Serie Cuadernos CIETIC*. (2), 1-7.
- Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. 3era Edición. Buenos Aires: Editorial Marzo.
- Chávez, Y., & Falla, U. (2004). Realidades y falacias de la Reconstrucción del Tejido Social en población desplazada. *Revista Tabula Rasa*. (2), 169-187.
- Cobbing, M., & Vicaire, Y. (2016). *Timeout for fast fashion*. Hamburg: Greenpeace Organization.
- Cociancih, M. (2011). *Mujeres golpeadas. Diseño con conciencia social [Proyecto de grado]*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Colorganics. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://colorganics.co/es-co/>
- Conciencia Eco. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.concienciaeco.com>
- Congreso de la República de Colombia. (1993). Ley 99 del 22 de diciembre de 1993. [Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional ...]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Congreso de la República de Colombia. (1997). Ley 373 del 6 de junio de 1997. Diario Oficial No. 43.058. [Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Crane, D. (1999). Fashion Design and Social Change: Women Designers and Stylistic Innovation. *Journal of American Culture*. 22 (1), 61-68.
- Crewe, L. (2013). When virtual and material worlds collide: democratic fashion in the digital age. *Environment and Planning A*. 45 (4), 760-780.
- Cyclus. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.cyclus.com.co/>

- DDU. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://dduinnovacion.wixsite.com/ddu-eco>
- Demano. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://demano.net/es/>
- Diario El Tiempo. (2007). *En mayo llega Zara a Bogotá y Medellín*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2430538>
- Diario El Tiempo. (2016). *Paz Wear, una nueva oportunidad para las víctimas del conflicto*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/proyecto-textil-paz-wear-en-ibague-33342>
- Díaz, J. (1985). *Comunicación y sociedad*. Buenos Aires: Busqueda de Ayllu Ediciones.
- Ditty, S., Cook, I., & Hunter, H. (2015). *How to be a Fashion Revolutionary*. Recuperado el 2016 de Octubre de 20, de Fashion Revolution: <http://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2015/11/HowToBeAFashionRevolutionary.pdf>
- Eco Fashion Latam. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://ecofashionlatam.com/>
- El Nuevo Diario. (2012). *Comunicación para el cambio social*. Obtenido de <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/266168-comunicacion-cambio-social/>
- Empowerment Plan. (s.f.). *About*. Obtenido de Home: <http://www.empowermentplan.org/about>
- Enka. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.enka.com.co/enka/>
- Escobar, A. (1986). La invención del desarrollo en Colombia. *Lecturas de Economía*. (20), 9-35.
- Escobar, A. (1995). El desarrollo sostenible: diálogo de discursos. *Revista Foro: Ecología y desarrollo*. (9), 7-25.
- Escobar, A. (1998). *La invención del Tercer Mundo: construcción y desconstrucción del desarrollo*. Bogotá, D.C.: Norma.
- Escobar, A. (2016). *La autonomía y diseño, la realización de lo comunal*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca. Obtenido de <http://www.maestriadesarrollo.com/sites/default/files/publicaciones/autonomia-y-diseno-arturo-escobar-ok.pdf>
- Faerm, S. (23 de 12 de 2012). Towars a future pedagogy: The evolution Of Fashion Design Education. *International Journal of Humanities and Social Science*. 2 (23), 210-219.

Fashion Research Network. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://fashionresearchnetwork.co.uk/>

Fernández, C., & Zuleta, F. (2015). Los retos de la formación en investigación en diseño de vestuario. *XIV Jornadas II Congreso Internacional "investigar en educación y educar en investigación"* (págs. 1-22). Medellín: Universidad Pontificia Bolivariana. Obtenido de <https://proyctomedussa.files.wordpress.com/2015/10/los-retos-de-la-formac3b3n-en-investigac3b3n-en-disec3b1o-de-vestuario.pdf>

Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*, 1era edición. Nueva York: Routledge.

Fletcher, K. (2016). *Kate Fletcher Sustainability Fashion Design*. Nueva York: Earthscan. Recuperado el 0 de Octubre de 2016

Fundación Promedio. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://fundacionpromedio.wordpress.com/>

Globe Hope. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.globehope.com/en>

Gómez, J. (2016). *Estas valientes mujeres lideran proyectos que están ayudando a cambiar la realidad social en la que vivimos*. Obtenido de Historias: <http://www.furiamag.com/mujeres-lideran-proyectos-que-estan-ayudando-a-cambiar-la-realidad-social-en-la-que-vivimos/>

G-Star Raw. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de https://www.g-star.com/en_nl

Gumucio, A. (2006). *Tiempo de Milagros: Tres retos de la Comunicación para el Cambio Social*. Lima: Centro de competencia en Comunicación para América Latina.

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo. *Signo y pensamiento*. 30 (58), 26-39.

Gumucio, A., & Tufte, T. (2008). *Antología de la comunicación para el cambio social. Lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Plural.

Habermas, J. (1981). *Teoría de la Acción Comunicativa, I: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Taurus.

Harwin Jeans. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.harwinjeans.com/index2.html>

- Hernández, C. A. (2011). *Voluntad, Imaginación y apropiación de la palabra [Tesis Doctoral]*. Bogotá, D.C.: Universidad Pedagógica Nacional.
- Hernández, F., Fernández, C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la investigación, 3era edición*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación. 4ta edición*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Intermón Oxfam. (2004). *Moda que aprieta. La precariedad de las trabajadoras de la confección*. Madrid: Departamento de Estudios y Campañas de Intermón Oxfam.
- Jeanología. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.jeanologia.com/>
- Lamprecht, E. (20 de 04 de 2018). “*The Difference Between UX and UI Design - A Layman's Guide,*”. Obtenido de CareerFoundry: <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>
- Loaiza, K. (2012). *Historia íntima de la ropa para trans*. Obtenido de <https://www.publimetro.co/co/categoria/2012/11/13/historia-intima-de-la-ropa-para-trans.html>
- Manlow, V. (2009). *Industry, Designing Clothes: Culture and Organization of the Fashion*. Brooklyn: Transaction Publishers.
- Marcangeli, S. (2015). *Undressing the power of fashion: The semiotic evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen*. Lewisburg: Bucknell University.
- Marcelo, C. (1995). *Desarrollo profesional e iniciación a la enseñanza*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- Martínez, A. (2015). Moda y Sostenibilidad. En A. Almarcha, P. González, & L. Román, *Donde la sociología te lleve: miscelánea en torno a la figura de Benjamín González Rodríguez* (págs. 111-120). Barcelona: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións.
- McLuhan, M. (1967). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- Milenio Digital. (2015). *Diseñadora plagió diseño mixe, pero no lo registró a su nombre*. Obtenido de http://www.milenio.com/tendencias/Isabel_Marant-Santa_Maria_Tlahuitoltepec-Erasmo_Hernandez_Gonzalez_0_631137163.html

- Ministerio del Interior. (2015). *Grupo de víctimas del conflicto que exponen en Colombia moda 2015*. Obtenido de <http://gapv.mininterior.gov.co/sala-de-prensa/noticias/grupo-de-victimas-del-conflicto-que-exponen-en-colombia-moda-2015>
- Monneyron, F. (2006). *50 Preguntas sobre moda*. Buenos Aires: Editorial Gustavo Gili.
- Monterroza, A. (2017). *Moda Sostenible | Angélica Salazar líder de Fashion Revolution Colombia*. Obtenido de Entrevistas: <http://outfears.com/moda-sostenible-esp-fashion-revolution/>
- Museo de Trajes. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://museodetraj.es.com.co/>
- Nudie Jeans. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.nudiejeans.com/>
- Obregón, C. (2014). *The Future is Now: Designing a Sustainable Fashion Program for an Age of Austerity*. Dublin: Cumulus.
- ONU. (s.f.). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. Recuperado el 29 de Octubre de 2016, de Home: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
- Patagonia. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.patagonia.com/home/>
- People Tree. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.peopletree.co.uk/>
- Presidencia de la República de Colombia. (2002). Decreto 1713 del 6 de agosto de 2002. Diario Oficial 44893. [Por el cual se reglamenta la Ley 142 de 1994, la Ley 632 de 2000 y la Ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 ...]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Presidencia de la República de Colombia. (2003). Decreto 1140 del 7 de mayo de 2003. [Por el cual se modifica parcialmente el Decreto 1713 de 2002, en relación con el tema de las unidades de almacenamiento, y se dictan otras disposiciones]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Presidencia de la República de Colombia. (2005). Decretos 838 del 23 de marzo de 2005. Diario Oficial 45862. [Por el cual se modifica el Decreto 1713 de 2002 sobre disposición final de residuos sólidos y se dictan otras disposiciones]. Bogotá, D.C., Colombia.
- Queen, B. (2003). *The Fashion of Architecture*. Oxford: Berg.

- Ramírez, K. (2015). *Wayuu Bag: un negocio redondo a costa del patrimonio cultural*. Obtenido de Nota ciudadana: <https://www.las2orillas.co/wayuu-bag-asi-se-roban-nuestro-patrimonio-cultural/>
- Rebeca Duncan, Arte, Moda y Cintas. (s.f.). *Publicaciones*. Obtenido de Inicio: <https://www.facebook.com/Rebeca-Duncan-Arte-Moda-y-Cintas-515222941940572/>
- Reiley, K., & De Long, M. (2011). A Consumer Vision for Sustainable Fashion Practice. *Fashion Practice*. 3 (1), 63-84.
- Ricoeur, P. (1984). *Educación y Política*. Buenos Aires: Editorial Docencia.
- Risso, E. (2012). *Moda ecológica (Sobre los textiles y la indumentaria sustentable) [Proyecto de Graduación]*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Rosenbaum, J. (2000). *Diálogo social sobre formación en Uruguay*. Montevideo: Cinterfor.
- Rosenbaum, J. (2000). *Negociación colectiva, diálogo social y participación en la formación profesional: la experiencia uruguaya*. Montevideo: Organización Internacional del Trabajo / CINTERFOR.
- Salazar, A. (2018). *Semana de fashion revolution en Colombia*. Obtenido de Colombia: <http://fashionrevolution.org/country/colombia/>
- Sen, A. (2000). *Development as freedom*. Nueva York: Anchor Books.
- Serna, E. (2011). *¿Hay alternativas REALES para el cambio social a través de los medios de comunicación?* Obtenido de <https://repensandoloscolores.wordpress.com/2011/08/21/hay-alternativas-reales-para-el-cambio-social-a-traves-de-los-medios-de-comunicacion/>
- Seven Senses. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.sevensensesfabrics.com/>
- Silva, W. H. (08 de 2015). *Repositorio Universidad Pedagogica*. Obtenido de <http://repositorio.pedagogica.edu.co/xmlui/bitstream/handle/123456789/617/TO-18371.pdf?sequence=1>
- Slow Fashion Next. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.slowfashionnext.com/>

- Suárez, M. (2016). *Protela, Inexmoda y Lafayette apoyan la moda sostenible*. Obtenido de Responsabilidad Social: http://www.larepublica.co/protela-inexmoda-y-lafayette-apoyan-la-moda-sostenible_375736
- Sue, T. (2008). From “Green Blur” to Ecofashion: Fashioning an Eco-lexicon. *Fashion Theory*. 12 (4), 525-539.
- Sumiprint. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <http://www.sumiprint.com/>
- Taboada, S. (2011). *Diseño de autor. (La inserción del diseño de autor en el mercado argentino)*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- TEDx Talks. (2016). *Design Intervention For Global Issues | Angela Luna | TEDxCoventGardenWomen*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=t0FljT15Dvs>
- Torras, M. (2018). *Ethical Time: la primera app de moda sostenible*. Obtenido de Moda: <http://www.itfashion.com/moda/ethical-time-la-primera-app-de-moda-sostenible/>
- Tufte, T. (2015). *Comunicación para el cambio social: La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Barcelona : Icaria eitorial.
- Villalta, S., & Gutierrez, T. L. (2015). *El conocimiento sobre moda sostenible y su impacto en el diseño de indumentaria en el cluster y confecciones de la ciudad de Ambato [Proyecto de Investigación]*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Viloria, N. (2015). *Comunicación para el cambio social: Propuesta y validación de un modelo para medir los efectos en la Reconstrucción de Tejido Social, aplicado a tres acciones comunicativas realizadas en la ciudad de Medellín entre los años 2008 -2011 [Tesis de grado]*. Medellín: Universidad de Medellín.
- W.Wilches. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://wwilches.com>
- Wanabana Design. (s.f.). *Inicio*. Obtenido de <https://www.wanabanadesign.com/nixa-sierra-designe>

Williams, D. (2016). Transition to Transformation in Fashion Education for Sustainability. En W. Leal, & L. Brandli, *Engaging Stakeholders in Education for Sustainable Development at University Level* (págs. 217-232). Ginebra: Springer International Publishing.

Winge, T. (2008). Green is the New Black: Celebrity Chic and the "green" commodity fetish. *Fashion Theory*. 12 (4), 511-523.

13. Anexos

Anexo 1. Matriz de revisión de proyectos de grado

Se presenta a continuación la matriz realizada y que responde al análisis de los documentos de proyectos de grado de las instituciones académicas mencionadas anteriormente. Mas, dada la extensión de la matriz para ser incluida en este documento, se entrega también en un CD adicional (junto a los audios de las entrevistas y la transcripciones completas de las mismas) para su revisión.

MATRIZ DE ANÁLISIS PROYECTOS DE GRADO			
Nombre de o los estudiantes.	Relación con el concepto desarrollo y sostenibilidad incluyendo perspectiva de la moda (Desarrollo humano, desarrollo económico, críticas al desarrollo, modos de sustentabilidad y moda sostenible).	Datos útiles para catálogos de iniciativas sostenibles/ referencias web, textos, videos y páginas para usar incluir en la propuesta web.	CONCLUSIONES Y TEMAS EMERGENTES
Ana Díaz / Ana Andújar			- Esta investigación, a pesar de querer expresar una intención de cambio, carece de fundamentos conceptuales para sustentar un aspecto muy importante, como el estudio de desarrollo de productos y la variedad de herramientas que desde el diseño podrían integrarse, con fines sostenibles y posiblemente de cambio. - Aporta el concepto de " Fashion product management" (Funciona para contenidos/Que tiene que ver el manejo de producto de moda o análisis de ciclo de producto de vida con la sostenibilidad?) - Dado que el documento que se presenta pertenece a una modalidad de grado llamada " Diplomado" los estudiantes realizan un proyecto dentro el temario de la clase, este documento no posee mucha información en relación a los temas de sostenibilidad y cambio social, si los demás documentos de modas no promueven o profundizan en estos aspectos, esta intención mejorar contenido web, que de forma breve y para "impedimentos" explican estos conceptos, para poder ser incluidos y estudiados. - Por otra parte, la actividad a realizar, aspecto que en mi caso, me lleva a cabo un análisis de los procesos de comercialización, distribución, retail, entre otros, lo que habrían aportado (porque esta información se consigue en internet fácilmente y esta marca pertenece a uno de los conglomerados muy ostentadamente reconocidos por sus prácticas dudosas e impacto ambiental) con muchísimo material para apoyar, analizar y proponer alternativas, líneas de negocio o comercio para una marca en el ojo del humano.
Fashion product management - SED Barcelona	Dentro del análisis realizado a la marca am, no se contempla un estudio de los ciclos de desarrollo de su producto, en relación a materiales de baja calidad, ciclos de producción (procesos de agua, tintes, etc), mucho menos discute prácticas laborales dudosas a las que se asociada el grupo hufine, que a la hora de trabajar en los sistemas de producción y estrategias de distribución, seguramente hablara de esos aspectos. Adicionalmente no propone nada novedoso en términos de diseño o estudio de impacto ambiental o social, tampoco plantea la posibilidad de estudiar, analizar o profundizar en los ciclos de vida de producto, aspecto que consecuentemente podría llevar a nuevas oportunidades de negocio desde un enfoque humano, o incluso participativo, lo cual es el fin de esta investigación.	No se encuentra información.	
Cecilia Martínez / Ana Andújar (2016)	- Esta investigación, sin tener una base teórica fuerte sobre la sostenibilidad y el desarrollo, busca a través del relacionamiento y apertura desde el diálogo de saberes y el trabajo de campo, conservar el patrimonio humano, dando así relevancia al valor cultural y humano que la teoría del desarrollo económico sugiere (donde se critica que las limitaciones de desarrollo de los países, vienen de sus prácticas culturales), las estudiantes adicionalmente muestran que dado el avance de la globalización y la importancia que se da a la tecnología en las sociedades actuales, estas comunidades surgen en estas posturas, empiezan lentamente a perder sus tradiciones culturales y costumbres. Por ende, generar nuevos y distintos espacios de inclusión e intercambio de saberes, puede, como mencionan las estudiantes partiendo del respeto a sus tradiciones e integridad cultural, aportar a que estas tradiciones se mantengan, se conserven y por ende se valoren partiendo también desde lo económico a modo de sustrato para la comunidad. (Se toca aquí un punto muy importante en el proyecto y esto en los derechos de autor. En una sociedad que busca hacer uso del patrimonio cultural con beneficios exclusivamente económicos, las investigadoras muestran el uso de la diseñadora Stella McCartney quien hizo uso de modales wayuu y las comercializó como si fueran propias en su país. En este caso no pudo hacerse nada, dado que las leyes de propiedad intelectual, se rigen por derechos territoriales, lo que lleva a que la diseñadora, desde lo legal, no recibiera ningún tipo de sanción. Por casual como esto, es que el trabajo con las comunidades indígenas en conjunto, dado los múltiples temas que surgen sobre los patrimonios culturales ancestrales)	Sobre los derechos de autor en Colombia -- ACPI. (1 de Abril de 2014). Asociación Colombiana de la Propiedad Intelectual. Obtenido de Asociación Colombiana de la Propiedad Intelectual: http://acpi.org.co/2014/04/01/intervista-al-superintendente-delegado-josé-luis-mora-contreras-en-el-caso-de-las-mochilas-wayuu/ Quines son los Wayuu Quines son los wayuu (Buenavista, 2000) (Buenavista, O. E. (2000). Estructuración de la cadena productiva de los tejidos, chunchos y harapos en el departamento de la guajira. Bogotá: Arrematar de Colombia, 2000. Obtenido de Arrematar de Colombia: http://repositorio.antesandicolombia.com.co/handle/001/2339 Hablando de simbolismo y la lengua wayuu http://tesis.hac.edu.ve/de_archivo/93/TDE-2013-09-19T10:21:41Z-4099/Publicaciones_x_carolina_h.pdf Quié es patenazgo mágico? http://temazo.blogspot.com/2012/04/definición-y-servicio-de-trazo.html	- Durante esta investigación y se proceso se observa un gran trabajo investigativo de moda, una gran curiosidad y detalle riguroso al trabajar en campo, es el único trabajo que busca cercanía a la comunidad con interés de cambio. Esta investigación (que pertenece al único semillero del Ana Andújar), se intenta por estudiar formas para cuidar el patrimonio cultural a través del diálogo e intercambio de saberes, generando espacios de participación con la comunidad. Esta intención de cambio debe ser un referente para otros procesos, particularmente los que involucren trabajo con todo tipo de comunidades o una perspectiva de cuidado al patrimonio cultural. - De este proyecto puede hacerse fácilmente un contenido relacionado al cuidado del patrimonio y métodos (desde la comunicación para el cambio social) para lograrlo. - Esta investigación es un ejemplo de modas en los que la moda puede ser un lugar de cambio que busque construir colectivamente y generar aportes, sin necesariamente explotar, exotizar a la comunidad o utilizarla por un beneficio económico. - Por otra parte, este proyecto ofrece contenidos interesantes en torno al concepto de género y las funciones ancestrales de los géneros en la comunidad wayuu, sus simbologías y rituales, que cuentan y narran historias de la experiencia de cada día, convirtiéndose el tejido y las técnicas en una forma particular de comunicación para ser escuchada y aprendida entre otros temas de contenidos para la web. - Desde esta investigación se aportan temas para contenidos como lo son: - El manejo de materiales de tejido en conjunto con el patenazgo mágico como técnica (Que son arcos? Es posible pensar de forma interdisciplinar en la moda? - técnicas de tejido artesanales, cuáles son?, medio para conservar algo sobre patrimonio) - El acortamiento y uso a tener con una comunidad al realizar investigación (Recomendaciones, que hacer y que no?) - La importancia de la recuperación y los procesos de hibridación cultural en el trabajo artesanal. - La moda, los géneros y la organización de trabajo. Debates sobre qué aspectos en su mundo globalizado son los más importantes para las comunidades y cómo se relacionan con el patrimonio y la sostenibilidad de las comunidades indígenas y cómo la industria de la moda puede ser un actor responsable por ambiente, la industria de la moda, diseñadores y también las escuelas han comenzado a incluir la importancia de cuidar el medio ambiente, ya este proyecto ejemplifica la importancia de mirar y tomar el uso de bases textiles naturales, incluyendo procesos que denominan como ecodiseño y la customización de prendas. - Temática: Que proyectos sostenibles realizan escuelas -- en colombia- Mundo?
Temática: sostenibilidad y comercio justo (Ana Andújar) • Jessica Viviana López Pedraza • Luz Ángela Torres Hernández	- Se llevan a cabo procesos que evidencian la intención de aplicar conceptos de sostenibilidad como el ecodiseño y el abuso de prendas, junto a la incorporación de técnicas de tintado amables con el medio ambiente. Se incorpora el concepto de diseño sostenible a través del uso a prendas de vestir realizadas por estudiantes en sus círculos cercanos, aprovechando la viabilidad amplia y el bajo costo del uso de este material reciclado. Por otra parte se utilizan solventes químicos que no son derivados del petróleo, sino que provienen de aceites y son completamente naturales, este proceso de tintado biodegradable se conoce como solfiteo. (Adicionalmente el proyecto explica, cuales son las características de la tintura biodegradable conocida como solfiteo, esta técnica se usa con la técnica de tinte de tie dye. El proyecto ofrece un listado y descripción de muchos procesos y métodos que se pueden utilizar para dar vida, moverse, transformar el material, allí se incluyen procesos como el tie dye, denim, batik, volantes, glau, grey blue y sin heat	No se encontró información, textos, audios, etc, más memoria la para subir empresas o personas en relación a los procesos de : como el tie denim, batik, volantes glau, grey blue y sin heat	- La importancia de la recuperación y los procesos de hibridación cultural en el trabajo artesanal. - La moda, los géneros y la organización de trabajo. Debates sobre qué aspectos en su mundo globalizado son los más importantes para las comunidades y cómo se relacionan con el patrimonio y la sostenibilidad de las comunidades indígenas y cómo la industria de la moda puede ser un actor responsable por ambiente, la industria de la moda, diseñadores y también las escuelas han comenzado a incluir la importancia de cuidar el medio ambiente, ya este proyecto ejemplifica la importancia de mirar y tomar el uso de bases textiles naturales, incluyendo procesos que denominan como ecodiseño y la customización de prendas. - Temática: Que proyectos sostenibles realizan escuelas -- en colombia- Mundo? - El proyecto presenta una forma de reutilizar materiales alejando su ciclo de vida útil, en este caso del denim (muy conocido como jeans o de mulitas. Este proyecto da relevancia al análisis del ciclo de vida de producto, aprovechando la sostenibilidad del denim para que este en producción y confeccionado nuevamente (Conceptos que se relacionan a esta idea no fueron tratados: Cradle to Cradle design: Diseño de la cuna a la cuna y la moda vintage -- que busca dar nueva vida a prendas que ya no se usan, reusarse y reinventar su diseño). - Temática: Que es el ecodiseño o ecodile y la moda vintage- Como ambos fomentan la sostenibilidad? - Antes que el proceso busca mostrar que empresas utilizan procesos ecofriendly y el uso de materiales sostenibles en sus procesos, no se discute que empresas incluyen estos procesos, de qué forma o incluso su impacto. (Es importante incluir, mostrar y analizar cuáles son los aportes verdaderos que realizan empresas dentro de la industria de la moda. Dado que esto evidencia una intención de cambio de sus prácticas, y claramente se sabe entiendo que son un referente para el entorno académico y los estudiantes.
Modas en reconstrucción, denim en evolución	- Se llevan a cabo procesos que evidencian la intención de aplicar conceptos de sostenibilidad como el ecodiseño y el abuso de prendas, junto a la incorporación de técnicas de tintado amables con el medio ambiente. Se incorpora el concepto de diseño sostenible a través del uso a prendas de vestir realizadas por estudiantes en sus círculos cercanos, aprovechando la viabilidad amplia y el bajo costo del uso de este material reciclado. Por otra parte se utilizan solventes químicos que no son derivados del petróleo, sino que provienen de aceites y son completamente naturales, este proceso de tintado biodegradable se conoce como solfiteo. (Adicionalmente el proyecto explica, cuales son las características de la tintura biodegradable conocida como solfiteo, esta técnica se usa con la técnica de tinte de tie dye. El proyecto ofrece un listado y descripción de muchos procesos y métodos que se pueden utilizar para dar vida, moverse, transformar el material, allí se incluyen procesos como el tie dye, denim, batik, volantes, glau, grey blue y sin heat	No se encontró información, textos, audios, etc, más memoria la para subir empresas o personas en relación a los procesos de : como el tie denim, batik, volantes glau, grey blue y sin heat	- La importancia de la recuperación y los procesos de hibridación cultural en el trabajo artesanal. - La moda, los géneros y la organización de trabajo. Debates sobre qué aspectos en su mundo globalizado son los más importantes para las comunidades y cómo se relacionan con el patrimonio y la sostenibilidad de las comunidades indígenas y cómo la industria de la moda puede ser un actor responsable por ambiente, la industria de la moda, diseñadores y también las escuelas han comenzado a incluir la importancia de cuidar el medio ambiente, ya este proyecto ejemplifica la importancia de mirar y tomar el uso de bases textiles naturales, incluyendo procesos que denominan como ecodiseño y la customización de prendas. - Temática: Que proyectos sostenibles realizan escuelas -- en colombia- Mundo? - El proyecto presenta una forma de reutilizar materiales alejando su ciclo de vida útil, en este caso del denim (muy conocido como jeans o de mulitas. Este proyecto da relevancia al análisis del ciclo de vida de producto, aprovechando la sostenibilidad del denim para que este en producción y confeccionado nuevamente (Conceptos que se relacionan a esta idea no fueron tratados: Cradle to Cradle design: Diseño de la cuna a la cuna y la moda vintage -- que busca dar nueva vida a prendas que ya no se usan, reusarse y reinventar su diseño). - Temática: Que es el ecodiseño o ecodile y la moda vintage- Como ambos fomentan la sostenibilidad? - Antes que el proceso busca mostrar que empresas utilizan procesos ecofriendly y el uso de materiales sostenibles en sus procesos, no se discute que empresas incluyen estos procesos, de qué forma o incluso su impacto. (Es importante incluir, mostrar y analizar cuáles son los aportes verdaderos que realizan empresas dentro de la industria de la moda. Dado que esto evidencia una intención de cambio de sus prácticas, y claramente se sabe entiendo que son un referente para el entorno académico y los estudiantes.

No específicos (Ana Andina)			- Este producto es una clara evidencia de lo mucho que puede aportar el diseño de medidas de procesos como el cambio social desde la perspectiva de la comunicación, en este caso particular para no caer en prácticas que puedan atentar contra la misma población con la que se desea participar, particularmente en relación a temas importantes como la salud y la percepción que tienen las personas de tallas más grande de sí mismas. Se pretende esto para no caer en juagamientos y la creación de daños o malentendidos que originarían particularmente el cuerpo de la mujer. - Tematicas: Que es el cambio social, perspectiva de la comunicación. (una explicación y entendido con el ejemplo de este proyecto, mujeres con peso grande, como se puede utilizar el dialogo y la participación en la gestión y en el proyecto?) - Nuevamente se hace relevante, dar un contexto y explicar el concepto de sostenibilidad y el cuidado ambiental, para que sea considerada como una práctica verdaderamente importante para el mundo actual y no solo un medio para conseguir promover prácticas de consumo, cambiadas desde el concepto de sostenibilidad y cuidado ambiental. - Tematicas: Que es la sostenibilidad? Como funciona la sostenibilidad en la moda? - Aunque este producto puede contener un concepto de inclusión (entendido así por los estudiantes), ya que hacen ver un sector específico de mujeres que cuenta con "serios problemas de salud" debido a la falta de un producto que brinde su cuerpo y permita evitar
AFRODITA Diplomado.	No hay información	No se encuentra informático.	
Indy Yanna Viquez del Rio (Ana Andina)	- En la clase que se profundiza sobre sostenibilidad, en este proceso se evidencia una indagación teórica que busca dar importancia en explicar y entender este concepto, positivamente se fue la investigación a un contexto local, al poner sobre la mesa, las acciones que desde el estado (la Ley 373 de 1997 y la Ley 99 de 1993) se involucran con la sostenibilidad y discute sobre la importancia de exigir a las empresas acciones un camino ético y sostenible, en pro de disminuir el impacto ambiental, considerando que deben tomarse acciones que adicionalmente transformen la forma en que percibimos el planeta. - De forma muy interesante el proyecto tiene tres líneas para desarrollo de producto en las cuales manifiesta que tendrá tres líneas de producto, partiendo de uso de materiales y variando su calidad, desde la reutilización. Esto promueve el pensamiento sostenible de la moda en relación al vintage y a el diseño como a una y adicionalmente aboga por el cuidado del medio ambiente, y por una transformación en la mentalidad de las personas con respecto al uso de sus prendas, a través del uso de propuestas de sensibilización sobre la importancia del cuidado al medio ambiente. Temáticas utilizadas: patch work y re uso textil - Tiene como principal objetivo la gestión de residuos de los retazos, pero adicionalmente plantea la importancia de tener un programa de abom de energía, dentro de las opciones de ensamblar y de planchado al realizar procesos de confección. Por otra parte, aunque solo la muestra y no se observa un aporte claro en relación a producto final, este proyecto apunta al desarrollo e investigar sobre los impactos insostenibles más relevantes entre de la industria (Química y contaminación a aguas y ríos. Agua en relación a su uso para los ciclos de vida de productos, emisiones e impacto de co2 por parte de la industria y sus procesos y por último, condiciones laborales, explotación, insalubridad de los trabajadores que realizan se se involucran en procesos de confección de moda.	- COLOMBIANAS en una empresa colombiana, dedicada al aprovechamiento sostenible de la biodiversidad Colombiana, a partir de, la investigación, desarrollo y la aplicación de colecciones naturales. https://web.facebook.com/Colombianas2/, site - FABRICATO: empresa que produce y comercializa textiles bajo estándares de calidad internacional altamente especializados. Con su alianza con la empresa ENKAJ, empresa colombiana que brinda productos ecológicos a través de la línea EKO que es manufacturada a partir de materiales reciclados. Ena unidad productos ecológicos. Teléfono: +57 (4) 448 35 00 Email: contacto@fabricato.com - TOLIMA TEX GREEN: iniciativa para la producción de prendas de algodón orgánico y certificado de tulla mundial. - LA CASA ROSADA: negocio dedicado a la venta de materiales textiles con propósitos atrevidos Dirección: Cl. 64 #44-6, Bogotá, Cundinamarca Teléfono: (1) 2439363 - ARTEXTEL: empresa colombiana que promueve el reciclaje al desarrollo de procesos por para producción más amigable con el medio ambiente. Dirección: Calle 72 # 42-26 Bogotá, Antioquia, Colombia Teléfono: +57 431 326 0660	- Se observa que para la disolución el factor económico es la herramienta más importante para generar impacto y fomentar el desarrollo, claro está debido a su flexibilidad y la figura de proyecto de grado de la investigación "creación de empleo". Pasa de forma interesante, esta investigación, en su indagación teórica apunta un claro referente a otras investigaciones, que a pesar de mencionar la sostenibilidad, el impacto ambiental o hablar de un impacto positivo no dan claridad frente a la forma de alcanzar estas expectativas. - Tematicas: Es el factor económico la herramienta más importante para generar impacto y fomentar el desarrollo. (En las escuelas de moda en Colombia educado a sus estudiantes exclusivamente pensando en el factor económico) (Que pasa con el componente social? Artículo como) - Claro, esto quiere decir también que la profundización en conceptos como el desarrollo humano o el cambio social desde el dialogo aportaría y constituiría de forma mucho más amplia y profunda el entendido de conceptos que este proyecto busca incorporar como idea de negocio, esta claro que esta investigación si posee una intencion clara de generar nuevas firmas y otros espacios de dialogo (otras empresas, o inclusive con la misma comunidad) acercamiento en su fin de transformar la perspectiva de las personas frente al consumo de prendas vintage e recicladas (siendo uno de los factores más importantes y difícilmente cuantificables en este proceso) inclusive sobre problemáticas múltiples (agua, químicos, etc) que son muy palpables dentro de la industria, más dada la figura de "creación de empresas" se puede entender que aunque se mencionan a profundidad, lo que lleva a pensar que este proyecto apunta varios categorías para la constitución de los productos que surgen en la web "Tematicas: Que es el desarrollo humano?" (Video) Que es el dialogo desde la perspectiva del cambio social? (video) Casos en que empresas y la comunidad de la moda trabajan de forma conjunta partiendo del dialogo. - Puede el consumo de prendas vintage aportar a construir un pensamiento sostenible. (Que pisan los Colombianos del museo o multiplicación de prendas?) (artículo). - Tematicas: Que es (como la Ley 373 de 1997 y la Ley 99 de 1993). Cules son las leyes ambientales en Colombia. - Cules son las principales problemáticas relacionadas a la sostenibilidad (Desecho de agua, Químicos, gases efecto invernadero, explotación laboral) Indagación llevada sobre estos temas. (Incluye una de Desecho de agua). - Tematicas: De que forma usar la comunicación para hablar de sostenibilidad (documentales, fundaciones y medios que promueven a través de medios temáticas de sostenibilidad: Oxifen, Fashion revolution, The true cost, documentales a video) Video e Indagación.
Monica Sanchez (Ana Andina)			- Nuevamente se evidencia una falta de implementación de conceptos e ideas que pueden ser transformados a futuro y generadores de impactos positivos en temas como el manejo humano dentro de las empresas del sector moda en el país. - Lo anterior posee una gran relevancia no solo porque el manejo humano dentro de empresas cada día demandan más de sus trabajadores y aportan menos a su calidad de vida, sino porque la moda sostenible a través de múltiples instituciones, demanda el ejercicio de cuestionar la forma en que las modas se producen, y más allá de buscar sus respuestas en otros países o a nuevas transformaciones que ejecuten estas mismas prácticas, el ejercicio de construir una cultura mundial y de igualdad con el trabajador en países como Colombia es muy relevante, entre un sector recordado de las industrias de nuestro país. Recordemos que como fue dicho en el mismo texto de esta tesis: "Colombia está dentro de los 49 países etiquetados como de riesgo extremo en el índice de trabajo forzoso [...] Clases publicadas por la OMT y Euromonitor muestran que en Colombia un empleado del sector de confecciones gana en un día 11 dólares por una jornada de 8 horas de trabajo, mientras que en China, el salario ya se está elevando a 146 dólares por la misma jornada (Shahar, 2017). - Tematicas: Pensamos que en Bangladesh y India son los únicos países, donde la explotación laboral es un problema? - Y el caso de Colombia? - Que factores de temáticas la calidad de vida de las personas en su entorno laboral? (Indagación-video)
BILLYCOCK proyecto de diplomado.	No genera aportes en este campo, no menciona los conceptos o posee un acercamiento a claro a estos ideas.	https://www.facebook.com/Billycock410393192188167/	

Alejandra Betancourt Soan (CUN)		- Cuerpo: Posibilidad de cristalizar su proyecto de vida a través de la implementación una estructura sensible que estimule la generación de ideas de negocio, consolidación de planes de negocio y la consolidación de empresas establecidas con énfasis en las tic. - Fondo Emprender: Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por emprendedores o asociaciones entre emprendedores, emprendedores universitarios o profesionales. - Tecnoparque: Es un subsector para el desarrollo de proyectos que integran prototipos en cuatro líneas tecnológicas: Bioelectrónica y Telecomunicaciones, Tecnología Virtual, Ingeniería y diseño y Biotecnología nanotecnología. - Bogotá Emprende: Es un programa de la Alcaldía Mayor de Bogotá y la Cámara de Comercio de Bogotá. El centro de emprendimiento: Bogotá Emprende, se creó con el fin de generar una cultura del emprendimiento y de apoyar a emprendimientos y empresarios en el camino de la creación, crecimiento y consolidación de sus negocios. - Bancolides: Bancolides es el banco para el desarrollo empresarial y el comercio exterior. Financia cualquier necesidad de crédito que tengan las mismas, pequeñas, medianas y grandes empresas, con destinaciones para capital de trabajo, inversión fija, consolidación de pasivos y capitalización empresarial. - Cámara de Comercio Bogotá: Las cámaras de comercio de cada ciudad...	- Interesante proyecto, más no aporta datos suficientes en relación a los conceptos de cambio social y sostenibilidad, más si mucha variedad de temas, sobre todo tendido a un nivel local-para productos de la web - A modo de conclusión se evalúa la importancia de generar contenido que explique información y conceptos relacionados a sostenibilidad o cambio social y esto lleve a la necesidad de indagar y buscar más información sobre los conceptos y conceptos que aporta este documento. Vale la pena señalar que unos contenidos se hacen a modo educativo y otro a modo de promoción (de las iniciativas de los estudiantes, sus proyectos, contenidos laborales o sus fundaciones, etc) - Uno de los importantes apoyos de este proyecto, es una gran base de datos de iniciativas que promueven la sostenibilidad y el desarrollo a nivel local en pro de la sostenibilidad y apoyo a empresas con impacto a sectores, personas, especiaiones, etc. - Por último no se observa en el proyecto una intención de dialogo y participación fuerte, dado que no abarca o indaga por una problemática social, dado que no involucra problemas sociales por serlo. Más, es en palabras la existencia de un posible escenario de cambio e impacto social, desde un ejercicio comunicativo y de dialogo, de acercarse a una familia para conocer que pensaban de las practicas deportivas de sus seres queridos y sus riesgos, y posteriormente del de cuidado de salud que el uso de veniales con neopreno y neoflex puede ofrecer para jóvenes deportistas en su ciudad. - Palabras clave: - Es el Active wear y tecnología el futuro de la moda? Como aporta estas categorías al cambio social y la sostenibilidad? - Sostenibilidad, multifunción y diseño desde la creatividad (Diseño de indumentaria sobre estos temas) - Proyecto apunta múltiples contactos y referencias en relación a sostenibilidad empresarial, investigación, innovación y emprendimiento social, entre otros. - Pregunta: ¿se podría agregar un objetivo a la investigación, para la constitución de contenidos de la web?
Marta Cruz.	Intento por incluir procesos de sostenibilidad en relación a los ciclos de producto (más no profundiza demasiado en esto). Evidencia al igual que muchos proyectos, la viabilidad y facilidad que tiene la moda, de hacer uso de distintos métodos para creación de producto, partiendo de nanotecnología o el uso de tallas biodegradables más amigables con el medio ambiente.		
SOROS LUISA BRIONES MARTINEZ, Vicky Pauline Sánchez Rivera, Corinna Edith Portilla Jaimes. (		Vídeo Ashley graham sobre tallas grandes: https://www.youtube.com/watch?v=A9agw3jgkde-en Historia de las tallas grandes: https://medium.com/voices/talking-about-plus-size-fashion-4874184242	- Si bien es interesante el rol del diseño en función de la belleza corpora, no se plantea dentro de este proyecto o mejor dicho, no se menciona un contenido que indague o trabaje con una comunidad de mujeres, para conocer las formas en que quieren que la moda aporte a cambiar o generar un impacto en su imagen. - El proyecto no plantea verdaderamente una experiencia transformadora, sino ofrece un servicio a mujeres de tallas grandes, a las cuales clasifica como abejas por defectos a lo largo del proyecto. Por otro aporte un punto interesante para la creación de contenidos, parte de la forma en que se perciben los cuerpos, y practicas alternativas actuales que buscan medir los estándares de belleza al mejorar los cuerpos, no recordados en prendas o colores que malhan la delgada. - De este proyecto se pueden tomar otros temas como la salud femenina en relación a la moda y el desarrollo humano impulsado por la moda (un ejemplo de esto sería el uso de corset o prendas antiguas que hacían dard, y como los cuerpos femeninos se llenaban de prendas que las impedían hacer a trabajar o que generaban enfermedades en ellas), y las nuevas comunicaciones de belleza e imaginarios de cuerpos no convencionales (esto incluye a la comunidad de mujeres de tallas grandes, más también a trans, personas con discapacidad y otros cuerpos) que nominalmente no son tenidos en cuenta por la moda. - Tematicas: Diversa o incluso de la moda de tallas grandes, campañas de tallas grandes. (Vestir nuestro cuerpo con orgullo: Los estereotipos solo frenan el crecimiento- debemos amar nuestro cuerpo) - El desarrollo humano y la salud (video) - La liberación femenina y la moda (Video sobre historia del vestuario y prendas icónicas - El corset, la minifalda, el pantalón-Referencia Leona 14- discusión sobre los géneros y la vestimenta) - Cuerpos no convencionales, (Moda para trans, marcas nacionales que abarcan el tema dragqueen como papi, billos en resistencia, boussierparanata, mis amigas drag)
Quar David Diaz Viquezhi - CUN			
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD CON INVESTIGACIÓN EN IDENTIDAD COLOMBIANA PARA LA IMPLEMENTACIÓN Y REINVENCIÓN DE INDUMENTARIA MASCULINA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C	El producto no posee relación con los conceptos de sostenibilidad, desarrollo, desarrollo humano etc, su enfoque en pensamiento estético y comercial. En algún momento menciona la masculinidad de los hombres al usar ropa de polipropileno 100% la que lleva a la sudoración o males oloros, más no se plantea o evidencia una problemática social o de salud.	No se encuentra informático.	- El factor estético es el factor determinante a la hora de concebir prendas de moda, por lo que los conceptos de sostenibilidad, cambio social o formas de desarrollo no son tenidos. Por otra parte, uno de los factores mencionados mediante el cual, se da valor a la propuesta, parte de la identidad masculina y el estudio de su evolución. Lo anterior apunta desde la perspectiva del cambio social desde la moda, el indagar - para el diseño web- por formas en que el vestuario masculino ha, producido nuevas formas de identidad (el posible con lo femenino, procesos a lo largo de la historia y el valor del cuerpo masculino en relación a procesos como se puede ver en otro proyecto), acercando de esta forma a la constitución o procedimiento de cambios sociales, como fue mencionado por monneyrsson en Cines en el marco teórico. - En relación a temáticas: Podría hablarse de nanotecnología y textiles inteligentes como aporte a la salud masculina. - La palabra sostenibilidad no es mencionada una sola vez.

Paula Vargas y Jose Paul Cubillos (Ana Andina)	• Aunque la introducción del documento promete un acercamiento a la temática de sostenibilidad, el cuidado por el medio ambiente y una forma de comercialización justa y acorde a las necesidades de la comunidad, esto no se toma, no se logra plasmar o leer en el texto. • Se discute la importancia del uso de materiales ecológicos, pero no se indaga sobre estos (al menos no se evidencia en el documento) aspectos. El proyecto que nace desde un quincio de diplomado busca aprovechar el título y la nacionalidad colombiana para promover un valor al público extranjero. Por otra parte las estudiantes consideran desde la necesidad en el proyecto que la sostenibilidad y lo ecológico es una herramienta que vende y por ese motivo el uso de prendas con diseño artesanal, es una herramienta para promover un valor cultural, ideológico y posturas en relación a el trabajo artesanal, sino la consideran como un instrumento para aumentar sus ventas.	No se encuentra información.	• Este proyecto es un claro ejemplo de la importancia de incluir e indagar sobre los conceptos de sostenibilidad y cambio social en el entorno de moda, particularmente a docentes quienes tienen estos procesos para que sea transmitido a sus estudiantes. De esta forma, al estudiar más estos conceptos, sus consecuencias e implicaciones sociales, culturales partiendo del insostenible uso del valor artesanal colombiano se podrían generar proyectos que en su esencia beneficien, no solo económicamente, sino puedan tener nuevos alcances o compensaciones, partiendo del que hacen cambio de los estudiantes. Inclusive la misma consideración instrumental de uso de concepto de sostenibilidad y el diseño ecológico sin un verdadero rol aplicado y buscando medir un impacto ambiental positivo al menos, sino tomado como una herramienta para embellecer una práctica de consumo, pueden ser muy peligrosos en los entornos educativos, no solo del diseño de moda.
Luz Maribel Gaitan Baquero y Myriam Triviño Ramírez (CUN)	Producto que aporta a la conservación de los muestres naturales a través de el uso de materiales primos y textiles reciclados (más no indaga sobre el diseño cosa a cosa como concepto tanto) y muestra la importancia de volver al trabajo elaborado a mano y el valor artesanal en una época completamente influenciada por la globalización, a modo de estar preparado para un mayor desarrollo comercial, más esto se piensa con una finalidad puramente relacionada al desarrollo económico exclusivamente, no se discute en ningún momento el valor humano, cultural y social que implican estos procesos. Se menciona nuevamente una preocupación por el manejo ambiental de los residuos textiles que va al vertimiento de Doña Juana. Comenta adicionalmente cuales son los decretos municipales legislativamente que refieren al el manejo de residuos sólidos (1713 de 2002, se ha modificado con los decretos 838 de 2005 y 1140 de 2003) Debatir sobre las consecuencias que ha tenido el desarrollo industrial en la sociedad y el medio ambiente, transformando la movilidad y salud física de la humana (enfatiza desde la sostenibilidad debe dar a entender que no solo el abastecimiento del planeta, sino a nosotros mismos y nuestra propia salud). Se promueve el uso de materiales tejidos junto a manutidas situaciones que requieren de menor uso de procesos de lavado (esta idea es buena, pero se puede generar un video que aporte o de información sobre las problemáticas a otros temas en relación al lavado de prendas).	A donde van a parar las prendas y desechos de la ciudad de Bogotá. http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16536476 Aldama, C. (2013). <i>Fast Fashion, the dark side of the fashion</i>, una exposición del MGG. [En línea]. Recuperado en febrero 24 de 2017 desde http://www.experimenta.es/tematicas/museos/los-fast-fashion-dark-side-fashion-exposicion-mgg-banthergo-4995/ Muñoz, M. (2016). <i>¿Qué es el Slow Fashion?</i> [En línea]. Recuperado en febrero 24 de 2017 desde http://www.derechos.org/nizkor/es-el-slow-fashion.html	• Realizar contenido de video a estudiantes, como lecturas sobre el concepto de sostenibilidad, cambio social, mejor educación, mejor texto. • Las investigaciones al tomar sobre sostenibilidad, se debe considerar pensar y generar materiales, no plantearse en sus conclusiones de sostenibilidad, desde cosa a cosa o desarrollo humano. Adicionalmente es tonto el valor cultural y el patrimonio, notemente como un instrumento para generar ingresos más no se asocia o menciona su importancia humanitaria y valor social, fírmel del contexto económico a plenitud (no se habla de cultura y patrimonio). • Nuevamente el contexto del vertimiento de doña Juana suena por tener ver, esto es muestra de una intención por tener al contexto local las problemáticas ambientales más importantes para los distintos estudiantes/investigadores. • Temática: ¿Que ocurre con los deshechos sólidos en doña Juana? • Adicionalmente la documentación aporta información sobre algunos de los decretos municipales legislativamente que refieren al el manejo de residuos sólidos (1713 de 2002, se ha modificado con los decretos 838 de 2005 y 1140 de 2003) • Temática: Que legislación debe conocer el diseñador a la hora de pensar en sostenibilidad a nivel local? • Valdría la pena generar contenidos que hablen sobre el manejo laboral en temas de remuneración, capacitación y más justo a todos los involucrados, promoviendo su crecimiento personal y profesional.
(Ana Andina)	Por otra parte el proyecto evidencia distintas problemáticas, que desde la perspectiva del desarrollo podrían ser tóxicas, estudiadas o al menos abordadas desde la industria y el entorno educativo de la moda en Colombia, como por ejemplo el limitado desarrollo tecnológico en relación a los procesos de estampación en Colombia donde "las máquinas que se necesitan para estampar los diferentes materiales no las hay o son muy costosas y como vamos nos adherimos a las herramientas que tenemos", esto se comenta en relación a los altos costos que cuesta generar estampados de calidad, haciendo uso de nuevas tecnologías y máquinas a las que no se tiene acceso en el país. La intención en pruebas de las tensiones, limitaciones y restricciones existentes entre países desarrollados y otros "países desarrollados", en relación al acceso y uso de la tecnología, para poder medir las lógicas dentro del comercio capitalista internacional, más esto no se promueve tanto en el texto a profundidad, más dado el interés y presión de las investigadoras, como no se limitan a procesos finos para la producción e sus bienes y encuentros entre alternativas desde la estampación para su negocio. Si bien la investigación se origina desde el modelo de creación de empresa y busca notemente satisfacer la necesidad de un mercado emergente en Colombia, si pone en evidencia múltiples tensiones que se relacionan con la globalización, el desarrollo económico y sus lógicas. La investigación refleja estas tensiones partiendo de una de las crisis vividas por la industria textil de Colombia en el año 2013, proveniente del fluctuante valor del dólar (matando la teoría de la dependencia económica en relación a la producción de moda nacional), y la creciente expansión del mercado chino (la deslocalización de la producción de bienes materiales) que al desplazar al producto colombiano, subvencionando la producción nacional y generando flujos de desempleo y pérdida de acceso al trabajo.	No ofrece contenidos o información relevante.	• Aunque este proyecto de creación de marca no critica o cuestiona modelos y tensiones provenientes del desarrollo, claramente si evidencia algunas, particularmente relacionadas a una de las crisis actuales de la industria, frente a la necesidad de productos chinos al país y la grave afectación del dólar que viene desde el año 2013. • Temática: Crisis del sector moda, la globalización, el dólar y la llegada de productos chinos al país. (Video). • Conceptos como la teoría de la dependencia desde una perspectiva tecnológica y económica, son el fundamento que da vida a la imaginación y preocupación de los estudiantes, que de forma organizada plasman un gran tema por la creación de empleo a nivel nacional y el generar acceso a un bien material representado desde una cultura japonesa como lo es la ropa, evidenciando también un oculto proceso de globalización que se juegan en la realidad local de Colombia, desde prácticas económicas y culturales. • Temática: Que es la teoría de la dependencia? (Tecnología, acceso a maquinaria en Colombia - Economía, porque dependemos tanto del dólar? La industria de la moda y el valor del dólar) • No se detecta una perspectiva crítica o reflexiva profunda a los sistemas económicos y excluyente como la globalización o la metición tecnológica. Más si se comenta desde la perspectiva de las diseñadoras, como la globalización fue el medio que dio apertura al mercado del cosplay en Colombia. • Temática: Porque la globalización es excluyente? (perspectiva desde el diseñador y la cultura)? Porque la globalización fomenta la cultura (caso de otaku o cosplay). • Sin criticar a profundidad la lógica del mercado globalizado, el proyecto busca aprovechar la apertura de un mercado local del cosplay, para así incentivar la actividad cultural y generar la economía nacional de otros países a través de la actividad cultural, cuidando el capital nacional a través de la creación de una marca y fomentando el empleo a nivel local.

Nina Ruiz Kida- Maria Ineflexi con un impacto social.	• (Objetivos incluyen el concepto de responsabilidad social, impacto sostenible, más no es claro en el resto del documento, de que forma se implementan esta idea, forma de la motivación de materias primas, dado que tampoco se entregan propuestas de diseño que hablen sobre los productos que venden de esa motivación. Por otra parte el nuevo tejido y lo oculto no discute o plantea que es responsabilidad social, tampoco que son procesos responsables con el medio ambiente, ni sostenibilidad) • Por otra parte lo oculto por la estudiante, evidencia un claro reflejo de las tensiones que genera la llegada de multinacionales de la moda a nuestro país, particularmente ZARA, la cual por sus precios y calidad ha cambiado la forma en que las personas adquieren productos. Las personas dejan de consumir productos nacionales y adquieren productos internacionales por su costo y su posicionamiento a nivel global. Se entiende entonces, que en esta competencia es la que lleva a una idea a buscar herramientas (diferenciación a través de los temas de impacto positivo mencionados anteriormente) • (Se puede observar una clara perspectiva del desarrollo, pero solamente en relación al desarrollo tecnológico, como factor muy importante relevante en la moda. No se discuten aspectos en relación al desarrollo humano o el impacto ambiental de la industria a nivel nacional.)	No ofrece contenidos o información relevante.	• Esta investigación es prueba de una investigación en la inclusión de proyectos con una intención de cambio, sostenibilidad y con impacto social, más también nuevamente se puede ver, como en muchos casos solo a modo de discurso es aplicado y hace falta indagar primero en los conceptos mencionados como sostenibilidad, cambio, impacto social e incluso responsabilidad social (que entra en el marco del desarrollo económico). • Temática: ¿Que es la responsabilidad social? - relación con el desarrollo económico. (video) • Segundo, hacer mal, desde el diseño de producto, los métodos, productos y procesos que buscan marcar una huella con impacto positivo y tener gran cantidad de comunicación que promuevan estas posturas, sus resultados y formas de generar participación y diálogo desde las intenciones de cambio de cada proyecto. • Temática: Espacios de diálogo y participación en el que las personas puedan encontrarse para discutir sobre responsabilidad social o impacto ambiental (Cursos de consumo 346) • Temática: Los peligros del marketing que promueve la responsabilidad social, solo con fines económicos. • Proyecto no evidencia el alcance, la importancia, canales de comunicación, o destino de los juguetes molinados con objeto a modo de mitigación del impacto ambiental, no se entiende una organización de este asunto al que desde el discurso da tanta relevancia. • Es increíble la idea, pero falta atención a un público, problemática social o público específico, particularmente al hablar de regalar juguetes o generar formas de autoalimentación a través de fundaciones (que tampoco son mencionadas en el documento). Lo anterior hace pensar que el mitigar el impacto ambiental y el impacto social que puede tener el proyecto es una herramienta para vender la marca, más no busca concretamente generar un aporte transformador, lo que abre posibilidades, frente a los consumidores de la web, que deben entender en explicar (simplificando y de forma discursiva), la importancia de buscar la sostenibilidad y el cambio social, que deben entender en las personas involucradas en los procesos, no solo en por de la marca. • Temática: Porque el impacto social de una marca debe tener un fin transformador y no solamente comercial o económico? (video). • Además, la industrialización de la moda, como una idea transformadora, es una idea transformadora.
Marjorie Yessica Cerezo Chamorro (CUN)	No aporta información diferencial en este punto.	Texto: http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001471/147132s.pdf Craft Revival Trust, Antanasia de Colombia S.A. y la UNESCO (2005). Encuentro entre diseñadores y artesanos	• Este proyecto aporta a la reflexión: Porque se piensa que solo mujeres están interesadas en aportar a la generación de productos de moda, seguramente hombres también poseen necesidades económicas y personales (se pueden indagar sobre estos aspectos tomando como referencia los hombres molinados en Chile, más se puede debatir sobre roles de género y mostrar debates frente a el rol masculino en las industrias de la moda.) • Temática: El rol de los hombres en los procesos de diseño de moda y (video) de pensamientos masculinos involucrados en la historia de la moda, quienes ejercen impacto en la sociedad? Gaudier y las pasiones, pilanos y su salida anterior por decir. • Una de los puntos clave y aporte de esta investigación, es el tema de las remuneraciones que trae consigo el trabajo artesanal, el debate sobre si es bueno o malo que se industrialicen estos procesos, por otra parte, cuál es el rol de las entidades que apoyan los procesos artesanales en el país. • Temática: Porque la industrialización es mala para la artesanía? (Se tiene el documento de donde fue sacada esta información, escrito por Craft Revival Trust, Antanasia de Colombia S.A. y la UNESCO) • (para el estudiante/investigador el valor de las artesanías radica en su exclusividad y el no repetirse de una misma forma).
Diana Colomana Muñoz (CUN)	El proyecto expresa múltiples medios por los cuales generar impacto ambiental al momento de crear una empresa, por ejemplo el consumo responsable de energía, dentro de la zona de producción, uso de bombillas de ahorro de energía y una apropiada desconexión, cuidado frente al gasto de papel (uso de papel ecológico y reducción del consumo de hojas plásticas).	No ofrece contenidos o información relevante.	• Este proyecto aporta a la construcción de debates y diálogos sobre tensiones relacionadas con los animales, sus cuidados y la forma en que la relación que tenemos con estos ha evolucionado (el cambio social y su perspectiva aplica para animales? desde el vegetariano? ,son positivo usar materiales que poseen olores que disminuyen los olores naturales de los animales? parte de nuestras necesidades sociales, teniendo entre una importancia vital dentro del núcleo familiar, lo que lo llevado a preocuparnos por su salud. • Cifras para infografías relación familias, animales: una muestra de 12.331 personas en 3.239 hogares de la ciudad, hay un niño por cada tres hogares. (Información Recopilada de diario "EL TIEMPO" http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4161805). • Temática: La moda y el cuidado de la salud animal (debate sobre el cambio social y su perspectiva aplica para animales? desde el vegetariano también? ,en positivo usar materiales que poseen olores que disminuyen los olores naturales de los animales? (video) (infografía) (texto) - incorporen textiles hipoalérgicos y funcionales. Parte de las funciones que ofrecen estos textiles pueden ayudar a prevenir hipotermia en el caso de perros viejos, muy pequeños y enfermos. Adicionalmente algunos textiles y vestir a los perros, puede ayudar a cuidar enfermedades crónicas felino-congénitas, como la dermatofitosis, por otra parte el cubrir a los animales que poseen esas enfermedades, evita la diseminación de esporas y reduce posibilidad de contagio. • Nuevamente aparece el indicador del PIB al hablar de desarrollo (Única forma de medir el desarrollo, que otros indicadores de desarrollo existen?, contenidos web sobre esto.) • Temática: Porque el PIB es importante, pero no debe ser todo al hablar de desarrollo? (video) Cuanto aporta la moda nacional (Colombia a PIB) • Practicas bases para el cuidado ambiental (apagar la luz, apagar equipos, utilizar bombillas que hagan esto este o aquello), más no se profundiza ni conceptual ni de forma práctica en estos conceptos (en reflejo a profundidad en forma acciones, maneras de las bombillas e indagar a profundidad por este aspecto. • Temática: 3 tips que deben conocer para aportar al planeta y al cuidado ambiental al times una empresa. (Video) (infografía).

[illegible]

Anexo 2. Transcripciones de entrevistas a los docentes

Dada la extensión de las transcripciones de las entrevistas realizadas a docentes, se evidencian aquí solamente una parte de estas, aquellas que responden a las definiciones entorno a la moda, la moda sostenible y moda para el cambio social. Este recorte se realiza principalmente por que las transcripciones reunidas suman en extensión más de 40 páginas, por ende entregan por separado en un CD junto a otros anexos, para que puedan de ser requerido consultadas por los jurados.

Angela Dotor.

a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el termino moda?

(00:26) Si, bueno eh la moda, es que hay una gran diferencia, entre efectivamente los usos de la palabra moda, el concepto moda esta ligado plenamente al sistema. Moda es una estadística y un carácter productivo y es un sistema creado para vender, bajo un sistema de capital, eso es moda.

(00: 50) Sistema, capital, producción, industria.

a. ¿Que conoce sobre el termino moda sostenible? ¿Por qué medios ha conocido o escuchado hablar de este término?

(00: 55) Te diría que no existe, porque hay muchos estudios enfrente a que el sistema de moda ya esta caído, es rentable, pero afecta el medio ambiente por el sistema mismo de producción, y como el tema es producir bajo un sistema de capital y de ganancia no se tiene en cuenta el impacto ambiental, el desarrollo de mano de obra no se tiene en cuenta como es, las grandes multinacionales se encuentran muy cuestionadas por el tema de responsabilidad social, responsabilidad ambiental y por el manejo de la mano de obra. (01: 34) Te diría que se podría hablar de indumentaria sostenible, pero no de moda sostenible.

(01:52) Si tu miras la bibliografía de Kate Fletcher, Carla Fernández, si te miras la bibliografía de los pilares de sostenibilidad, te miras el international fashion conference and costume, ahí encuentras todo. Entonces la moda no existe en sostenibilidad la moda es imposible, pero la indumentaria es el vestido. Es el vestuario, (02:13) puede existir vestuario, pueden existir textiles sostenibles, pero no moda sostenible. Tendríamos que hacer todo un cambio de sistema, producción de economía naranja, cooperativa, es otra cosa.

(03:03) Te diría que trabajos textiles producidos de diferentes maneras, si tengo bibliografía para recomendarte, lo que haría es enviártela digitalmente. Y creo que vale la pena ver las memorias de lo que te dije, las internacional fashion conference, son vitales. Es lo ultimo que hay en bibliografía textil.

b. ¿Que conoce sobre el termino cambio social?

(04: 03) Cambio social es una ruptura que hay, que tiene que haber, más bien, dentro de una cultura de pensamiento y una cultura y una forma de pensamiento. Y ya, es un cambio de pensamiento.

c. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(04: 17) Es que depende, porque el cambio social puede ser definido dentro de lo político, dentro de lo social, dentro de la economía. Tendrías que enmarcarlo bien, yo te diría que si el enfoque es social para un ejercicio digamos de cooperativismo, valdría la pena revisar, ¿como en que lo quieres enmarcar no?, yo que entendería...entendería que estás pensando un poco en el pilar social (04:51), dentro de la sostenibilidad y el pilar social seria pensando en una responsabilidad en contratación, mano de obra digna, derechos de autor dignos, un ejercicio limpio dentro del marco social del trabajo.

(05:46) Pienso que esta mal utilizado el termino también, porque creo que estabas hablando de una construcción de un imaginario social frente a la mujer, esos son imaginarios sociales y construcciones sociales. Los cambios sociales (06:03) se supone que se hablan o en teoría están dados sobre las actividades y los hechos. Sobre cosas tacitas, conocimiento tácito. (06:20)

Alejandra Córdoba

a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el termino moda?

(01:00) Ehhhh belleza, estética, democratización. Pienso que la moda tiene que ver principalmente con la democratización de muchas cosas. Ella no se ve, como un....un por encima de imaginarios. (Alejandra)

(01:35) Considero que uno tiene que tener mucho cuidado con los ataques al tema de la pronta moda, porque: no podemos negar que existe una explosión demográfica, ósea que, Latinoamérica, china, todos estos países tienen problemas de explosión demográfica, tienen

demasiadas personas. ¿Y cuantas personas tienen empleo dentro de estas marcas de pronta moda?, cuantas personas tiene permoda dentro de su tienda, planta? (02:03) Si estas personas tienen 3 o 4 personas en su familia, realmente a cuantas personas impacta este trabajo?. Entonces a veces nosotros solamente hablamos desde el punto de vista, es decir, es que los están explotando, los están utilizando ta-ta-ta, pero nosotros también debemos ser conscientes de que tenemos unos problemas de hiper reproducción humana, que también tienen que cubrirse de algún modo, estas personas tienen que alimentarse de alguna manera (02:28). (Alejandra)

(02:29) Las políticas de estos países son las que no están funcionando, pero a la hora de la hora, la empresa simplemente esta, obviamente aprovechando la parte que necesita su producción, pero también está impactando económicamente a otras personas (2:43). (Alejandra)

No lo podemos decir en todas las marcas No podemos decir que sea de todas las empresas, no todo el fast fashion funciona bajo esa misma premisa. Y si nosotros miramos entonces cuales son las proyecciones sociales, como las empresas que te estaba nombrando, o las proyecciones sociales de una empresa nacional como TOTO, que ayudan a las personas a estudiar, a comprar su casa, etc etc, siguen siendo pronta moda, y estamos claros que siguen siendo pronta moda y que tienen sus producciones en oriente y otras en Colombia, pero impactan gente, que yo vuelvo y pregunto: ¿ Donde las vas a ubicar?. Porque muchas veces dicen como, aaahhh es que toda esa gente que tiene trabajando en la planta ta-ta-ta-ta. Ok, ¿ Donde las vas a ubicar? , estas personas tienen que trabajar, el estado tampoco tiene como proveer a todas las personas, porque el estado vive de los impuestos y del trabajo de la gente. Entonces no se pueden alimentar de gratis tampoco (03:50).

Si yo lo pongo desde el punto de vista practico, político, económico pues realmente no estamos en pronta moda (04:01). Si tiene unos procesos contra estamos claros que también el tema de los principios ecológicos que se tienen, pues el manejo de los materiales residuales y todo eso, pues son cosas que se tienen que tener con cuidado. Y muchas empresas pronta moda, tienen políticas de manejo residual. Lo que pasa es que contamos la mitad de la historia, entonces uno va a permoda (04:23), y ellos tienen unas políticas de manejo residuales, tienen mucho cuidado con el tema de manejo de sus retales, tienen mucho cuidado con el tema del agua y el tema de la estampación, pero contamos la mitad de la historia normalmente (04:33).

(04:47) Yo creo que lo principal que uno encuentra con el tema de moda sostenible es la academia, la academia es como donde más se esta repitiendo la información porque es difícil que la industria la repita. Es muy complicado. (04:56) Con quien lo había escuchado? Con una empresa que se llama “genialogia”, ellos son desarrolladores, básicamente de tecnología para la industria de la moda, para industria Jeanswear. No, es española, pero ellos venden aca en Colombia su maquinaria entonces genialogia hace maso menos unos 8 años desarrollo una maquina que se llama ehhh...” el Stone wash de ozono” (05:16) Es una maquina que usa el aire del ambiente y lo convierte en ozono para cambiar las moléculas del denim, y entonces reducimos el consumo de agua de 200 litros a 1 por prenda (05:28).

(05:40)Girbaud, tiene maquinas de ginealogia , es que ellos son los que desarrollan esas maquinas. Girbaud, Medejeans, eeee diésel y g-star tienen maquinas desarrolladas por ginealogia. El laser y las ozono de ginealogia. Aquí en Colombia creo que hay 4 empresas que tienen esas maquinas (05:58).

b. ¿Que conoce sobre el termino cambio social?

(12:36) Pues es que el cambio social, requiere, es una palabra demasiado grande, porque es que yo tenga que cambiar básicamente el insight en la cabeza de las personas, tendría que cambiar completamente la forma, osea hay, yo lo llamo “problemas épicos” y es, que cosas yo no puedo cambiar, que ya está dentro de la mente de la gente: Yo no puedo cambiar que el empresario dentro de san Victorino quiera competir con precios, yo no puedo cambiar que las personas piensen que el empleador es malo(13:05). Yo no puedo cambiar que la gente, de pronto puedo empezar a educarlos, pero eso es un tiempo que va a llevar un lapso muy grande (13:14) que necesita una crisis para que la gente tome conciencia, aunque suene un poquito crudo. – interrupción Andrés, hablar de dhka para hacer un click- (13:31) Tiene que aver un click, lo que paso con san Benito. En san Benito, para que decidieran detener las curtiembres en san Benito, tuvo que aver pasado, pasaron 30-40 años de daño al rio, de daño a la salud de las personas, y aun así tu todavía pasas por san Benito y huele a cuero, huele a curtiembre. Entonces pasaron años para que empezaran a tomar cartas en el asunto, tuvieron que morir muchas personas por cáncer, muchos problemas con problemas mentales por manejo del cromo. (14:12) Y tuvo que pasar todo esto, para que se decidiera, no, se eliminan las curtiembres en san Benito.

c. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(14:40) Pues en principio si hablamos de moda para el cambio social, primero, tiene que ser marcas sin marca, mas sin marca, más que si marca con comunicación y mensaje, osea que tenga que ver más con que es lo que transmite este producto, con que es lo que transmite esta moda, más allá de la estética del producto que es súper importante, de todos modos. Tendría que ser una moda muy consciente (15:05), pero entonces tengo que enseñarle a mi cliente que este producto no tiene los mismos procesos de un fast fashion, que es una masa enorme, a la que yo puedo ofrecerle este precio (15:13) que en este caso, tiene una serie de este tamaño, te voy a ofrecer un precio muchísimo más grande, pero serán productos de mayor durabilidad, obviamente van a ser productos de mayor cuidado, productos con mejor impacto . Cuando yo le cuente una historia a un cliente sobre quien se esta beneficiando por la compra de su producto tal vez estoy también creándole un click ahí a esta persona , estoy ayudando a alguien mas al consumir este producto, más allá del como nosotros vemos como las empresas sin rostro (15:46).

Hay otra cosa que se está viendo como tendencia mundial, y aquí en Colombia no ha empezado a sonar y es el tema de unbranding, marcas sin marca. No es la marca, es el mensaje, es la estética, es lo que transmite entonces ahí ya, desde ese punto se puede hablar de un cambio social. (16:08)

Lida Lora:

a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el termino moda?

(00:12) Para mi la moda es evolución. Con que lo asocio con personalidad, con sentimiento, con autoestima y con expresión.

d. ¿Que conoce sobre el termino moda sostenible? ¿Por qué medios ha conocido o escuchado hablar de este término?

(00: 28) Conozco harto está bastante ya, la gente ya lo está prostituyendo, la gente habla de moda sostenible pero no lo manejan, ni lo entienden. Pero si, en mi carrera y trabajo, trabajo mucho con moda sostenible.

(00:43) En la universidad se oye muchísimo hablar de moda sostenible, de que necesitamos dejar que el planeta se intoxique, en lo de el informe ISCI, hablábamos de moda sostenible, en el periódico en las noticias, se oye mucho de que necesitamos tener una moda sostenible.

e. ¿Que conoce sobre el termino cambio social?

(01:08) Cambio social es una idea de innovación, hacia el consumidor de la moda para que se vuelve más ecológico y que piense un poquito más en la tierra.

f. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(01: 24) Moda para el cambio social nos lleva a una evolución del consumidor donde busque estar a la moda y hacer toda su expresión sin ser tan toxico.

Christian Caicedo:

a. ¿Para usted que es la moda? ¿ como la definiría? ¿ Con que palabras asocia a la moda?

(00:41) Para mí la moda es un conjunto de costumbres, gustos, estilos, formas de pensar, que se basan en tendencias que son usadas o desarrolladas por un periodo de tiempo.

(01:02) La defino como una forma de presión social, ya que le indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer y se convierte en un hábito repetitivo que identifica a una persona o a un grupo de personas, se puede ver reflejado en ciertos tangibles como la ropa que usas, el peinado que llevas, el color de ciertas cosas, pero también en intangibles que están ligados a un modo de actuar y un modo de comportamiento frente a diversas situaciones cotidianas.

(01:48) Asocio el termino moda con palabras como: estilo, identidad, tendencia y significado. Como que reúnen lo que para mi es el concepto de moda.

b. ¿Que conoce sobre el termino moda sostenible? ¿ Por que medios ha conocido o escuchado hablar de este termino?

(02: 05) Para mi el concepto de moda sostenible en primera instancia, da respuesta a tener que desarrollar procesos que cambien el consumo masivo por un consumo más responsable y medido. Obviamente que lleva también contiguo un sistema donde se generen productos considerando el impacto ambiental y social del mismo. Esto aplicado tanto al consumidor social

como al productor como tal. Entonces engloba como toda esa parte de sostenibilidad, pues digamos que ese tipo de procesos que pueden llegar a ser responsables con el medio ambiente.

(03: 05) Pues si como tu lo dices, He conocido y escuchado este término y soy muy sensible al termino, digamos que desde el ejercicio de mi labor, no solamente como empresario, que en algún momento tuve la oportunidad de ser . Como consumidor que actualmente soy, de productos de moda, sino también desde el aula de clase, donde se pueden llegar a generar proyectos que atacan directamente a esta realidad actual puntualmente hablando de términos de moda, entonces básicamente desde el aula, empezar a crear esa cultura en el estudiante, de la sostenibilidad, aprovechando el ejercicio de mi labor desde el ejercicio de diseño de vestuario.
(03:49)

c. ¿ Que conoce sobre el termino cambio social?¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(03:58) Para mi el cambio social esta ligado a la alteración de algunas estructuras, estas estructuras vienen basadas de pronto en normas, valores, productos como tal, que son determinados o impuestos por la misma sociedad.

(04:25) Bueno en mi concepto, entiendo Moda para el cambio social como la alteración de esas estructuras, pero desde una perspectiva de estilo y tendencia, que de igual manera la defino como una presión social que impone y le indica a la gente que debe consumir, como debe pensar y como debería actuar para estar dentro de lo que denominamos “fashion”.

Cielo Lizarazo

a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el término moda?

(00:45) Pues yo creo que la moda es, son varias cosas....una digamos como, una actitud humana a repetir algo que quieren, que están haciendo otros y lo adaptan y lo vuelven masivo. Es también un estatus, que las personas, o una forma de expresión. (01:05). Lo asocio mucho a la ropa y el calzado.

(01:59) Estilo de vida, como un status, mmm...el gusto, estética y negocio.

- b. ¿Que conoce sobre el termino moda sostenible? ¿Por qué medios ha conocido o escuchado hablar de este término?

(02:17) Bueno, lo asocio a varios conceptos, pienso en el termino de sostenibilidad desde la parte económica, socia, ambiental, y del impacto que tiene eso en la sociedad. El entorno donde se esta dando la moda.

- c. ¿Que entiende por cambio social?

Un cambio de actitud en una comunidad liderada por varios, por un ente o por una persona que quiera mejorar ciertas condiciones en un grupo. Casi lo veo es como una nueva postura para conseguir algo en común. (03:14)

- d. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(03:16) o pienso un poco del impacto que puede tener, hablando de la moda como una industria o pensándolo así, es como que impacto puede tener esta industria en la comunidad, en mejorar muchos aspectos como calidad de vida, integración, dar oportunidades laborales, en general de incluir cierta población en una actividad, en este caso que tiene un fin comercial.

Lidia Esperanza Alvira:

- a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el termino moda?

(0025) Moda es lo que se usa, lo que apropian las comunidades, son los grupos sociales los que deciden que esta o no esta de moda. Pero la moda no se cierra solo a la indumentaria, sino también esta abierta a la tecnología, a los vehículos, a la arquitectura al arte. Entonces no es cerrarla solamente a la indumentaria, sino que esta hasta en la comida, esta la moda.

(01:03) Palabras asociadas a la moda: Comunidad, estilos de vida, tecnología, indumentaria, música.

- b. ¿Qué conoce sobre el termino moda sostenible? ¿Por qué medios ha conocido o escuchado hablar de este término?

(01:46) Moda sostenible seria hablar de algo que tiene unos principios que no atentan contra el equilibrio de los ecosistemas.

¿A través de que medios? (02:04). Bueno es que, la moda sostenible es un tema que no ha sido ajeno a lo que nosotros trabajamos aquí en investigación, lo hemos encontrado en artículos, lo hemos encontrado en periódicos., lo he encontrado en las noticias, esta en las encíclicas papales, esta en los movimientos desde los 60`s, de los hippies, esta en las instituciones de derecha, de la UNESCO y de la ONU. Moda sostenible es el boom del siglo 20, pero que en los países que estamos en, emergentes, es un tema que empezamos a tocar ahora en el siglo 21.

e. ¿Qué conoce sobre el termino cambio social?

Cambio social, entiendo yo como, las comunidades se apropian de la comunicación para poder impactar de manera positiva en sus mismos entornos. (03:19)

f. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(03:25) La moda como instrumento, facilitadora para permitir que las comunidades se apropien de su identidad y de su cultura, y que la puedan manifestar.

Martha Gutierrez:

a. ¿Cómo definiría la palabra moda y con qué otras palabras asocias el termino moda?

(00: 40) La palabra moda tiene un contexto muy grande, en la vida de los seres humanos, porque al moda tanto va desde el vestuario, como va de complemento, va también ligado a estilos de vida, comportamientos, es como una cadena de esa persona o de un grupo cultural, que sea étnico sea posmoderno, medioeval, tiene un contexto de moda por toda su propuesta de valor en el vestuario y el actuar.

(01:24) Materiales textiles, tendencias, usuarios, colores, estilo de vida.

b. ¿Que conoce sobre el termino moda sostenible? ¿Por qué medios ha conocido o escuchado hablar de este término?

(01:48) El termino de moda sostenible ha sido digamos, como una propuesta que ha venido ya de unos años para atrás, precisamente de todo el impacto ambiental que se ha venido dando y todo lo que es el ciclo de la moda, en cada una de sus fases. Empiezan a impactar de forma fuerte el ambiente. (02:10) Entonces esa moda o esa construcción de un vestuario o de un tipo de colecciones que hacen referencia a este ciclo, en cada parte está generando un impacto ambiental, que ha sucedido que cada uno de estos procesos se están viendo, devaluados, frente a

todo este proceso, pero está generando un sentido de conciencia, precisamente porque todo ese modelo de moda rápida, no está ligado a lo que es nuestro entorno natural, precisamente por todo su impacto.

(03: 32) Bueno, esto de moda sostenible, lo he encontrado tanto en libros como ecofashion , de algunos diseñadores emergentes, precisamente viendo en su entorno, toda esa transformación, están generando procesos más amigables en la creación de prendas, o en la creación de artículos que se vendan en el área de la moda. (04:10) Entonces a ver sobre todo desde los libros, pero lo que tiene que ver con los protocolos de estos países, que se están aliando, se están uniendo pues para generar unas políticas y una normatividad frente al impacto que están generando con tanta industria , eso también ha empezado a generar esa transición a un modelo de sostenibilidad y sustentabilidad.

g. ¿Que conoce sobre el termino cambio social?

(04: 57) A ver cuando hablamos de cambio social lo relaciono mucho a un proyecto emprendedor, bien sea de una comunidad, bien sea de una parte de un entorno económico o de un entorno empresarial, donde hacen un cambio social frente a ese modo de vida de la sociedad, y que le dan una oportunidad de transformación para volverse emprendedores, para ser personas diferentes, que tengan herramientas de sustentos, eso seria un cambio social para un entorno.

h. ¿Que entiende por Moda para el cambio social?

(05:37) Moda para el cambio social hoy dado, en un espacio donde la diversidad género se esta visibilizando, eso que nos ha permitido, que la misma moda, tenga la caracterización en cada uno de estos referentes, ese es como lo relaciono. Porque es mi estilo de vida, porque yo ya no pertenezco a un genero femenino o masculino, ya hay todo un conglomerado de diversidad de género donde puedo identificarme a través de mi atuendo.

Anexo 3. Audios de los docentes

Estos audios se entregan en un cd adicional para poder se consultados por los jurados de esta tesis, se entregan los audios completos por una parte, y por otra parte otros separados, los cuales fueron usados en la propuesta web MOMED.