

# NEO-EF

## Nueva elegancia femenina

Aplicación de la metodología  
Upcycling para la confección  
de vestimenta Slow Fashion con  
enfoque de género femenino.

Cristina Romero Caro



**NEO-EF**  
**Nueva Elegancia Femenina**

Aplicación de la metodología Upcycling para la confección de vestimenta Slow Fashion con enfoque de género femenino.

## DI801-5 PROYECTO DE TÍTULO

Escuela de Diseño  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo  
Universidad de Chile

Cristina Romero Caro  
Profesor Guía: Pablo Núñez  
Santiago de Chile. Junio 2021  
Portada imagen 01: Elaboración propia  
Logo: imagen 02: Elaboración propia

# Agradecimientos

En primer lugar agradecer a mi Familia; mi compañero Javier y mi hija Ágata. Por su confianza, contención y amor incondicional.

A todas las mujeres que han motivado desde el apañe y la sabiduría este largo proceso universitario. Agradecer a mi madre Gloria, por su ejemplo y apoyo, ya que sin ella este proyecto no vería la luz. También agradecer a Soledad y Carmina porque sin la obligación de cuidarme, lo hicieron como si hubiera sido su hija. A mi hermana Alejandra y a mi abuela Oriana por ser cómplices y referentes en este crecimiento. Sin duda esto es el resultado de toda esa fuerza femenina que han otorgado.

De la misma manera agradecer a mi padre Manuel por enseñarme el valor del trabajo y las ideas. También a mis hermanos Juan Manuel y Miguel Ángel; a Adolfo y Álvaro por alentarme con cariño.

Reconocer el trabajo del profesor Pablo Núñez quien a través de su conocimiento nutrió y acompañó todo este proceso de manera certera.

A todas las que participaron de este proyecto: Pía Montalva, Fernanda Montesi y Francisca Gajardo. Y a cada autor(a) citada(o) en este documento.

A las personas con las que he compartido durante estos años; Mención especial a mis amigas María Fernanda Araya, Leslie Caro, Camilo Varela, Francisca Ramírez, Camila Gutiérrez y Paula Araneda.

# Índice

Abstract	/8	<b>05. Proyecto</b>	<b>/108</b>
Elección del área de interés	/9	5.1 Objetivos	/110
<b>00. Fundamentación</b>	<b>/11</b>	5.2 Usuario	/111
<b>01. Oportunidad de Diseño</b>	<b>/12</b>	5.3 Contexto	/113
<b>02. Marco Teórico</b>	<b>/13</b>	5.4 Proceso productivo	/114
2.1 Conceptuales: La moda en la historia	/14	5.4.1 Anteproyecto	/114
2.1 Conceptuales: Moda sostenible, slow fashion y upcycling.	/30	5.4.2 Neo EF	/123
2.1 Conceptuales: Moda y género	/38	5.5 Gestión estratégica	/140
2.2 Estadísticos	/45	5.6 Propuesta de Diseño	/143
2.3 Complementarios	/64	<b>06. Conclusiones</b>	<b>/156</b>
<b>03. Levantamiento de información</b>	<b>/67</b>	<b>07. Bibliografía</b>	<b>/158</b>
3.1 Revista Galio	/68	<b>08. Anexos</b>	<b>/171</b>
3.2 Entrevista experto Bequelita	/74		
3.3 Taller moda y crisis: Pía Montalva	/76		
3.4 Conversaciones Fundamentales	/77		
3.5 Pasarelas Internacionales	/78		
3.7 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad	/82		
<b>04. Análisis de Información</b>	<b>/88</b>		
4.1 Supuestos y limitaciones	/88		
4.2 Variables de análisis	/90		
4.3 Diseño comparativo	/94		
4.4 Conclusiones preliminares	/103		

# Abstract

La ropa y la moda a lo largo de la historia han comunicado los diferentes contextos que vive una sociedad. En el contexto actual la sociedad está en búsquedas de cambios y soluciones relacionadas al cuidado y la conciencia ambiental; además de las nuevas formas en la que se está comunicando el género y el rol que este cumple. ¿Cómo re-configurar la industria de la moda para beneficiar al medio ambiente y a las personas?

Para introducir a esta investigación se presentan datos que permiten identificar la cantidad de ropa que se produce, las formas de consumo y los efectos que se están generando en el acto de vestir. Además de mostrar cómo la moda ha evolucionado en el tiempo en cuanto a los estilos y métodos productivos. También se exponen ideas sobre el género y cómo este funciona en la moda y en la sociedad.

La industria textil está viviendo una crisis debido a los altos niveles de contaminación ocasionados por la fabricación de esta. Bajo esta investigación se plantean como solución a esta problemática desarrollar una nueva forma de producir y consumir ropa a través del Upcycling y Slow Fashion. Asimismo en esta investigación se pone en evidencia que el género también vive una crisis en el cual los roles femeninos y masculinos experimentan nuevas formas de expresarse.

Para ello se propone una moda que sea amigable con el medio ambiente y el género a través de una Nueva Elegancia Femenina. Esta Nueva Elegancia Femenina busca una re-significación de los términos elegancia y femenino, los cuales se estudian con el fin de formular una propuesta de moda consciente con perspectiva de género que incluya las características de lo que actualmente se considera femenino.

## Palabras clave:

Moda / Slow fashion / Upcycling / No binario / Nueva elegancia Femenina

# Áreas de interés

## Moda

Nadie está exento de vestirse. En un inicio nos vestíamos para protegernos de los diferentes factores ambientales. Con la evolución y el pasar del tiempo esto mutó a la comunicación. Hoy en día expresamos a través de la ropa. La ropa ayuda a decodificar diferentes características de un individuo tanto a nivel emocional como a nivel físico. Es por ello que influir de forma positiva en la indumentaria de una persona puede llegar a ser hasta un acto de rebeldía.

## Upcycling

En la actualidad existe una enorme cantidad de residuos. Sobre todo por parte de la industria textil. Esta es la segunda más contaminante del mundo. Es por eso que la obtención de este material es mucho más sencilla. Es una oportunidad para aportar en las nuevas formas de producir. En este sentido el diseño cumple el rol de adaptar lo que hay con lo que se necesita dentro de esta misma industria.

## Slow Fashion

Nos hemos adaptado a una forma de vida veloz. Esto a largo plazo ha traído varias consecuencias negativas. Para combatir estas consecuencias debemos actuar a la inversa. Con una forma de vida más lenta. Cuando se trabaja lento o respetando los procesos los resultados son mejores. Se dota este con un valor positivo en diferentes aspectos como: manufactura. Producción. Emocionalidad y finalmente valor monetario.

## Elegancia

La elegancia se le atribuye al buen gusto. Las cosas sencillas y bellas. Una vez una amiga me dijo que los animales (exceptuando el humano) conviven de forma elegante con la tierra. Su paso por la tierra es necesario e imperceptible donde no alteran el entorno. Debemos ser la raza de animales que menos comprende la elegancia porque sin duda a la humanidad le hace falta. Comprender la elegancia es fundamental para poder contribuir en esta evolución más amigable con la tierra.

## No Binario

Baudrillard habla que se está viviendo un proceso trans en todos los niveles humanos posibles. En este sentido la sexualidad se transforma en no binaria. Ya no importa si biológicamente somos hombres o mujeres. Cada cual decide que quiere o no quiere ser. La forma en cómo nos vestimos también habla del género al cual representamos.

## Femenino

Desde que Simone de Beauvoir plantea “*no se nace mujer: una llega a serlo*” es que la deconstrucción del género ha experimentado una expansión. Determinando así al género como una construcción social y no una característica única de cada ser biológico. ¿A qué llamamos femenino hoy en día? ¿Todos podemos ser femeninos?.

## Fundamentación

**(..) La moda está en un contacto más constante y preciso con las cosas venideras merced a la intuición incomparable que posee el colectivo femenino para aquello que el futuro ha preparado. Cada temporada trae en sus más novedosas creaciones, ciertas señales secretas sobre cosas venideras. Quien supiese leerlas no sólo conocería por anticipado las nuevas corrientes artísticas, sino los nuevos códigos legales, las nuevas guerras y revoluciones. Aquí radica sin duda el mayor atractivo de la moda, pero también la dificultad para sacarle partido.**

*Walter Benjamin - Libro de los pasajes (Tiedemann 2011: 93)*

Cuando se habla de moda esta se relaciona principalmente al cuerpo y sus símbolos tanto sexuales como de estatus social. Muy por debajo se relaciona a la producción y los efectos que conlleva la creación de moda. Por causa de la actual crisis climática estos detalles que pasaban desapercibidos toman relevancia, debido a que más personas cuestionan y protestan contra la forma desenfrenada de producir ropa. ¿Cómo aportar a la industria de la moda que vive un proceso de crisis? Para ello se propone una **Nueva Elegancia Femenina**.

El presente proyecto nace con el fin de identificar información referente a la moda, su contexto histórico, sus procesos productivos y el impacto ambiental que la moda está generando. Todos esto para desarrollar un proyecto de **moda consciente** con el medio ambiente y las personas.

Al estudiar la moda desde un ámbito social se indaga cómo esta influye en las personas. Es por ello que se abarca sobre las problemáticas del género como construcción social. En donde la moda a partir de su función de vestir desarrolla y reproduce símbolos del género que hoy en día se están cuestionando.

Desde el ámbito productivo, en la actualidad, la moda principalmente **Fast Fashion**, se presenta como un problema debido a las grandes cantidades de residuos que genera tanto en la producción como en el consumo. Debido a estas problemáticas se requiere una reconfiguración de la moda, en donde se desarrolle un método productivo que considere los recursos naturales, las formas de trabajo y los enfoques del usuario de forma más consciente con el medio ambiente. Para analizar estas problemáticas y desarrollar una posible solución a través de una **Nueva Elegancia Femenina** se toman las ideas del **Slow Fashion y Upcycling**. Metodologías que de a poco comienzan a surgir en la moda y que responden a las demandas sociales y ambientales que se requieren.

El **Upcycling** se basa en el rescate o reutilización de materiales, para resignificarlos en nuevos productos de mayor valor; y el **Slow Fashion** se trata de una metodología consciente que busca la no explotación de los recursos naturales y laborales en la producción de ropa. Bajo estos dos conceptos se propone una **Nueva Elegancia Femenina** donde el término elegante no recae en la persona, sino que en los métodos productivos y el término femenino no recae en el género sino que en la categoría simbólica de lo femenino.

Plantear lo **femenino** como un atributo universal para posicionar al género como un igual, ya que por siglos lo **femenino** se ha subestimado a menos que este se relacione a la maternidad. Cuestiones que hoy en día están siendo replanteadas por los jóvenes.

A través de los datos expuestos se desarrolla una radiografía del escenario internacional y nacional con respecto a la moda, los métodos productivos, las formas de consumo y las identidades de género. Con esta información se determina finalmente cómo podría desarrollarse desde el diseño esta **Nueva Elegancia Femenina** en el contexto Chileno.

# 1.

## Oportunidad de Diseño

La sociedad en la última década ha generado toneladas de basura, la cual se tiende a incinerar y acopiar en vertederos. En el universo de la moda se dice que a cada segundo se bota o quema el equivalente a un camión lleno de basura textil<sup>2</sup>. Siendo esta industria la segunda más contaminante del planeta<sup>3</sup>. Problemática generada principalmente por las empresas de moda *Fast Fashion*<sup>4</sup>.

Chile es el país que más consume *Fast fashion*; y además el que recibe mayor cantidad de ropa usada en latinoamérica<sup>5</sup>. Es por ello que al considerar las enormes cantidades de ropa que circulan en el país se pretende tomar este material para re-significarlo en nuevas prendas a través del *Upcycling*. Estas serán desarrolladas con la metodología del *Slow fashion*; forma de producción que respeta los procesos de los materiales y las personas para luego generar una prenda de alta calidad. La unión de estos dos métodos productivos los denominaremos Elegantes.

La moda se distingue a través de los sexos masculinos y femeninos; Y Según plantea Butler (2013) el sexo es una construcción ideal que se ha materializado a través del tiempo, dejando fuera a los cuerpos abyectos (distintos a la norma)<sup>6</sup>. Es por ello que las prendas serán dirigidas principalmente a jóvenes que enfrentan la crisis sobre el rol del género<sup>7</sup>. Se toma como oportunidad la reivindicación del sexo y el rol que este cumple a través de un enfoque femenino no binario. Este enfoque femenino pretende ilustrar las nuevas sensibilidades que se están requiriendo para el desarrollo de una mejor sociedad.

El mundo está en medio de una crisis sanitaria, ambiental y en la cual emerge una cuarta ola feminista. A través del diseño se plantea una búsqueda profunda para generar cambios. Para ello se tomará la moda como una herramienta comunicacional de contextos históricos. Por lo cual se propone una moda contemporánea que identifique las problemáticas actuales que está viviendo el medio ambiente y la humanidad. A través de métodos productivos conscientes (*Upcycling* y *Slow fashion*) y el enfoque de género femenino se desarrollará una Nueva Elegancia Femenina, con el fin de generar una moda amigable con el medio ambiente y los cuerpos.

---

1\_ Idea planteada en el marco teórico de la investigación principalmente a través de los textos Lehnert, Bard, Montalva, Croci y Vitale.

2\_ Coutts, M. V. (2018, enero). ¿Qué haces con la ropa que ya no usas? La propuesta que busca cambiar la industria textil. El Definido. [revisar texto aquí](#)

3\_ información expresada en el informe 2019 de la Onu sobre las industrias más contaminantes del mundo.

4 y 5\_ González, V. F. (2020). La ruta del fast fashion en Chile: El impacto de la moda desechable. Doble Espacio Revista de Periodismo. <http://www.doble-espacio.uchile.cl/2019/10/02/del-maniqui-a-la-basura-el-alto-impacto-ambiental-de-la-moda-desechable/>

6 y 7\_ Idea planteada en el marco teórico de la investigación Revisar capítulo 2.1 Moda y género página 38

# 2.

## Marco Teórico

*“El cuerpo está también directamente inmerso en un campo político; las relaciones de poder operan sobre él una presa inmediata; lo cercan, lo marcan, lo doman, lo someten a suplicio, lo fuerzan a unos trabajos, lo obligan a unas ceremonias, exigen de él unos signos”.*

*Michael Foucault - Vigilar y Castigar (Croci & Vitale, 2018: 196)*

## 2.1 Teóricos conceptuales

En este capítulo se presentan los textos afines a la investigación. Los primeros son introductorios sobre la moda como un fenómeno social. Para ello se estudia la moda del siglo xx tanto a nivel mundial como local. Luego se exponen las ideas sobre **Moda Sostenible, Slow Fashion y Upcycling**. Donde se analizan las problemáticas del **fast fashion** y los métodos productivos que se están desarrollando en el mundo para afrontar la crisis ambiental. Finalmente se exponen las ideas del **género y el cuerpo** que facilitan el entendimiento de este en la sociedad actual.

### 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

## 2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

Para comprender mejor la moda, su importancia e influencia es necesario estudiar el siglo que antecede al nuestro. El siglo XX está enmarcado por dos guerras mundiales; momentos que generan cambios en la sociedad. La moda al ser social no está exenta de estos cambios.

Hasta finales del siglo XIX y a principios del XX se explica la moda como algo que concierne únicamente a las mujeres que aún vestían corsé; prenda que moldeaba el cuerpo de la mujer.

*“La dama **elegante** parecía estar dividida en dos partes: por un lado el pecho y, por el otro, la parte inferior del cuerpo separados por una mitad casi imperceptible y la cintura, el estómago y las caderas quedaban recogidos fuertemente.”  
(Lehnert, 2000: 12)*

El corsé al ser molesto y cuestionado por los reformadores (grupo constituido por médicos, pedagogos, artistas y sociólogos) comienza a desaparecer; dando un nuevo enfoque a la moda que ahora se interesaba por resaltar la figura natural de la mujer, otorgando así mayor libertad en los movimientos. Este cambio fue impulsado por el diseñador francés Paul Poiret entre los años 1908 y 1914; período previo a la primera guerra mundial.

La moda orientalista trae consigo un cambio en las materialidades y colores de los vestidos donde se aplican telas coloridas muy finas como la seda, terciopelo, muselinas; y adornos brillantes como lentejuelas y perlas. Esta moda estaba reservada a los grupos sociales de elite quienes experimentaron mayor sensualidad en su vestuario.

Con el comienzo de la Primera Guerra Mundial, período entre el 1914 al 1918, la moda y las diferentes áreas creativas vieron pausados sus procesos. Los elementos de la moda eran extraídos del vestuario militar, en el cual las mujeres vestían de forma más discreta y sencilla; esto debido a la falta de materiales y la tensión presente en ese momento.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

**Imagen 03:** Dibujo del vestido Ford de CHANEL-1926  
Recuperado: <https://inside.chanel.com>



Imagen 03

## Los dorados años veinte

Durante la primera guerra mundial (1914 - 1918) los hombres salieron a combatir y las mujeres se vieron obligadas a ser más autónomas adquiriendo mayor participación laboral. Al finalizar la guerra las mujeres ya estaban insertas en el mundo laboral por ende el vestuario femenino se ve intervenido por las nuevas necesidades que conlleva la inserción al trabajo.

La falda se acorta y las pantorrillas aparecen. Este sutil cambio significó mayor movimiento e independencia. *“En este momento las mujeres ya tenían piernas, con las que se aferraban a la vida o con las que podían pasear por las grandes ciudades.”* (Lehnert, 2000: 20)

En estos años se comienza la democratización de la moda gracias a sencillos procesos industriales; permitiendo la masificación de las prendas y la disminución de las diferencias sociales.

Coco Chanel se convierte en icono de la moda y la **elegancia** debido a sus modelos sencillos y funcionales; inspirados en el movimiento y la comodidad que debían poseer las mujeres modernas. La autora plantea

*“La tendencia de Chanel empezó con faldas monocromas, jersey o chaquetas que se decoraban únicamente con un pañuelo o algunas joyas, aunque*

*se combinaban con una blusa blanca formal, con cuello de colegiala. Lanzó la moda de los vestidos camiseros, cuyo cinturón fue reemplazado por un fajín en las caderas y, de este modo, aunque dominaba la sencillez, también se aportaba una nota de **elegancia.**”* (Lehnert, 2000: 22)

Para las mujeres de estratos medios se plantea una **elegancia** seria donde priman las prendas sobrias y cortas. Según la autora *“la ropa debía ser sencilla y práctica para garantizar la libertad de movimiento de la mujer, pero sin dejar de ser **elegante.**”* (Lehnert, 2000: 24).

En estos tiempos a través de la sexualidad se comienza a cuestionar los roles del género. Las mujeres al desempeñar labores masculinas comienzan a vestirse con prendas varoniles como pantalones y a utilizar el pelo corto; mientras que los hombres adquirieron un aspecto más femenino según la sexología de la época. Aunque las variaciones del traje masculino eran más sutiles.

La homosexualidad en estos años se percibía únicamente como la identidad sexual cambiada; los hombres con tendencias femeninas y las mujeres con tendencias masculinas. Debido a esto las mujeres que utilizaban pantalones fuera de los contextos socialmente aceptados representaban una amenaza para los sectores más conservadores.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

## Moda en crisis [1930-1945]

### Segunda Guerra Mundial [1939-1945]

Tras las constantes crisis financieras que presentan las potencias mundiales de esta época. Comienzan las tensiones políticas entre la mayoría de los países europeos y algunos del occidente.

*La moda por su parte percibió un vuelco “Muy pocas veces la historia ha dado un viraje tan evidente como el que permitió distinguir estas dos décadas de una forma tan clara. La jovialidad y deportividad características de los años veinte dejan paso a una femineidad más tradicional y elegante.”* (Lehnert, 2000: 32)

El rol de la mujer se direcciona a las labores domésticas y a la crianza de los hijos aunque debido a la industria armamentista de igual forma salieron a trabajar. La mujer no podía competir con el hombre por ende su imagen debía ser lo más femenina posible para ofrecer un aspecto agradable al varón. Vuelven las faldas largas y el pelo largo. Se popularizaron los vestidos tradicionales de cada región ya que existía propaganda nacionalista que era bien vista por la sociedad empobrecida de la época.

Con el surgimiento del cine sonoro se empezaron a comunicar las tendencias de moda. Los actores eran aquellos que interpretaban la vida cotidiana, en consecuencia este medio se vio cargado de significado.

*“El buen gusto se define con unos parámetros distintos a los anteriores. Se compone de la homogeneidad y la sencillez exquisita de la línea general, así como del brillo y la profusión de adornos.”* (Lehnert, 2000: 36)

Imagen 04



Imagen 05



Imagen 06



**Imagen 04:** Marlene Dietrich. El jardín de Alá (1936) Recuperado: <https://actricesactoresypeliculas.blogspot.com/2019/09/marlene-dietrich.html>

**Imagen 05:** Greta Garbo. Ninotchka (1939) Recuperado: <https://www.flickr.com/photos/30226428@N05/3506543903/>

**Imagen 06:** Fred MacMurray. Double indemnity (1944) Recuperado: <https://bamfstyle.com/2019/11/11/double-indemnity-sport-suit/dubinsuit2-main1/>

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

Si bien la crisis trajo consigo el cierre de varios talleres de moda a nivel mundial surgieron muchas diseñadoras las cuales competían con los colegas masculinos. Entre ellas se destacan Nina Ricci, Madeleine Vionnet, Madame Grés, Elsa Schiaparelli y Coco Chanel quien seguía adaptándose a los requerimientos de la década. Este fenómeno no volvió hasta después de los 60.



**Imagen 07:** Modelo vistiendo un vestido y abrigo de Nina Ricci en 1941. Recuperado: <https://www.flickr.com/photos/51732914@N04/6113533608/in/photostream/>

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.1 Historia de la moda siglo XX Gertrud Lehnert

Al término de la Segunda Guerra Mundial la cámara de comercio de los modistos franceses promocionó el Teatro de la Moda en 1945. Este espacio simulaba con muñecas una vida cotidiana con la moda más chic.

“Todo era auténtico: La ropa de las muñecas se había confeccionado con el mismo esmero que los modelos a tamaño natural, los zapatos eran obras de zapateros” (...) (Lehnert, 2000: 42). Todo lo que llevaban las muñecas era ostentoso y de alta calidad.

A pesar de la pobreza generalizada el Teatro de la moda fue muy exitoso lo que dio paso al New Look.

#### El New Look (1946-1959)

En 1947 el diseñador Christian Dior lanzó su colección New Look. “Se trataba de una moda femenina en todos los aspectos, ostentosa, que destacaba las curvas y, además, **elegantísima**, por todo lo que se ganó un éxito rotundo y se empezó a imitar en todas partes” (Lehnert, 2000: 43). Esta moda era muy parecida a la del siglo XIX.

Debido al carente escenario de la posguerra esta moda en un principio generó muchas críticas ya que los vestidos necesitaban muchos metros de tela y los trajes eran muy costosos. A pesar de las críticas las mujeres de la época querían vestirse con la moda del New Look. Existía una necesidad por olvidar las carencias que dejó la guerra.

Para el público menos adinerado existía una línea con materiales más económicos parecidos a los tejidos originales. Las telas sintéticas se adaptaron a los nuevos requerimientos del New Look.

**Imagen 08:** 12 de febrero de 1947: Christian Dior presenta avenue Montaigne su primera colección apodada “New Look” Recuperado: <https://twitter.com/ministerecc/status/565770589718454272>



Según Dior “el look debía ser perfecto de los pies a la cabeza” (Lehnert, 2000: 44). Accesorios como sombreros, guantes, bolsos y zapatos vuelven a tomar importancia dentro del vestuario femenino; y las normas sobre el código de vestimenta vuelven a integrarse a la sociedad.

Tras la guerra la **elegancia** se encuentra en la alta costura y el lujo del New Look, estilo que duró hasta mediados de la década de los 50.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.2 Historia política del pantalón Christine Bard

### 2.1.2 Historia política del pantalón Christine Bard [Tusquets, 2012]



Imagen 09: Patrón de costura de principios de los años 50. Pantalones largos sin puños o pantalones cortos. Recuperado: <https://www.pinterest.com.mx/pin/432838214186873445/>

El pantalón tiene una carga simbólica de poder y masculinidad. Hace menos de un siglo esta prenda era de uso exclusivo para el hombre; este era quien podía gozar de los beneficios funcionales del pantalón debido a que ellos desempeñaban labores *importantes* las cuales requerían libertad de movimiento.

Desde el 1914 y hasta los dorados veinte de a poco comienza a surgir el pantalón de forma más cotidiana en las mujeres, aunque este proceso se vio paralizado por la Segunda Guerra Mundial y el New Look instaurado por el Diseñador Christian Dior. Estilo que predominó hasta 1954.

Antes de la década de los 60 el pantalón representa una amenaza para los sectores más tradicionales que ven alterado el orden del género y las buenas costumbres. Las mujeres no tenían derecho a utilizar pantalón fuera de los contextos socialmente aceptados, los que se limitaban al trabajo, como prenda de dormir, para ir a la playa o hacer deporte. Esta última área es aquella que precede a la masificación del pantalón.

*En una palabra la prenda deportiva es emancipadora. Para las mujeres, pero también de manera menos espectacular, para los hombres. Es antes de la modernización que se inicia en 1960, un "Signo del cuerpo", que por otra parte se ve modificado por la actividad totalmente nueva que es el deporte (...), el mundo deportivo legítima a pesar de todo el uso del pantalón por parte de las mujeres. (Bard, 2012: 213).*

En los años 1960 con el movimiento Hippie nacido en EEUU, es cuando se comienza a generalizar el uso del pantalón en las mujeres. Es una época marcada por la guerra fría y consecuencia de los anteriores conflictos bélicos.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.3 Morir un Poco Moda y Sociedad en Chile. Pía Montalva

### 2.1.3 Morir un Poco Moda y Sociedad en Chile 1960-1976 Pía Montalva [Catalonia, 2015]

A través de este texto se expone la moda chilena de la década de los años 60 hasta mediados de la década de los 70. Tiempo en el cual Chile vive procesos importantes donde se define la actual identidad del país.

Hasta la década de los 60 todo lo referido al vestuario chileno era copiado desde Europa, principalmente de la moda francesa. Los sastres y modistos de la época reproducen muy bien los modelos extranjeros y las Chilenas eran las denominadas **elegantes** de Sudamérica.

*"Las mujeres fingen casi todo: curvas mediante rígidas fajas que aprisionan el cuerpo, cabello rubio gracias a decolorantes y tinturas, vacaciones en la playa producto bronceadores sin sol, bienestar emocional mediante el autocontrol y un tono de voz apropiado, medias en el verano con la ayuda de maquillaje para piernas, exclusividad a través de reproducciones de vestidos de alta costura, confeccionados tanto por imitadores de gran prestigio como por costureras de barrio." (Montalva, 2015: 288)*

Después del mundial de 1962 se vivió un proceso de identidad personal y colectiva donde las mujeres no sabían cómo vestirse. La juventud chilena que no quiere parecerse a sus padres busca cambios y nuevos referentes de imagen. Es ahí cuando comienzan aparecer revistas chilenas sobre moda y también boutiques en el centro de la capital. Las mujeres son aquellas que impulsan estas nuevas boutiques lo que constituye una vanguardia estética para la época; por otro lado comienza a irrumpir el arte popular americano propiciando así cambios en la vestimenta de esos años.

*Bajo esta escena el **reciclaje** se promueve como una resistencia al avance de la sociedad de consumo. "Satisface plenamente la necesidad aunque sin un quiebre que implique reemplazar una vieja estructura por otra nueva (...) para un sector social **reciclar** resulta una necesidad, para otro, una suerte de expresión de la creatividad individual, pero también una actitud políticamente correcta" (Montalva, 2015: 290-291).*

Eduardo Frei Montalva asume su cargo de presidente de la república en 1964, instancia en la cual existe un descontento social por parte de los sectores más pobres del país; esto da paso a la Revolución en Libertad. Debido a esta efervescencia colectiva el gobierno impulsó la Reforma Agraria y el Programa de Planificación Familiar polarizando aún más el escenario chileno.

Por otro lado y debido a la industria textil que está en pleno apogeo se desarrollan variadas modas. Las modas representaban las diferentes ideologías de la época donde la nueva juventud futurista vestía de gogo o lolita; aquella más retro con prendas más románticas. Los sectores políticos del centro vestían con la moda autóctona, las nuevas ideas de libertad y amor libre eran propiciadas por la moda hippie y aquellos de moda guerrillera se vestían con códigos militares.



Imagen 10



Imagen 11

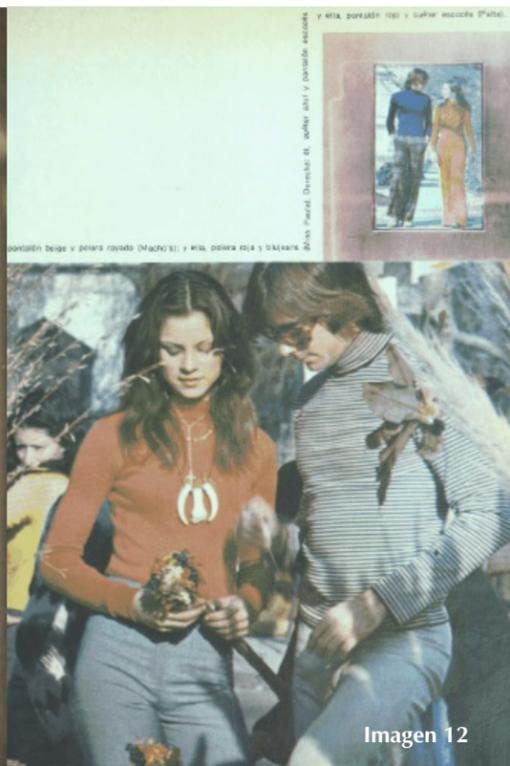


Imagen 12



Imagen 13



Imagen 14

Imagen 15

**Imagen 10:** Revista Paula. Santiago número 26, (Diciembre 1968), página 70 / **Imagen 11:** Revista Paula. Santiago número 26, (Diciembre 1968), página 72 / **Imagen 12:** Revista Paula. Santiago número 149, (septiembre 1973), página 68

**Imagen 13:** Revista Paula. Santiago número 5 (noviembre 1967), página 54 - 55 / **Imagen 14:** Revista Paula. Santiago número 16 (febrero 1968), página 53. / **Imagen 15:** Revista Paula. Santiago número 16 (febrero 1968), página 61.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.3 Morir un Poco Moda y Sociedad en Chile. Pía Montalva

Ya para el año 1970 Chile tuvo elecciones presidenciales; quien sale elegido es Salvador Allende. En este año el país se encuentra dividido en tres partes, momento en el que se desata la Crisis de la Falda. La mujer es la que representa los valores morales de cada sector político; la minifalda es utilizada principalmente por las jóvenes de la época que están a favor de la revolución, la falda midi es para aquellas que están a favor de la reforma y la maxifalda es utilizada por el sector más conservador. Bajo esta crisis y de acuerdo a variadas situaciones de tensión ocurridas en el país, Chile se desarrolla hasta 1972 bajo un ambiente diverso y caótico.

Después del golpe de estado en 1973 llega al poder el general Augusto Pinochet, momento en el cual se propaga el uso de la maxifalda. A través del discurso público de Pinochet invita las mujeres a ser unas colaboradoras activas del hombre con el rol doméstico de madre y esposa; y del país a través de su inserción laboral. En esta época se promueven las modas de la década de los 30, 40 y 50 donde el rol de la mujer se encontraba en la casa.

*Ya en 1975 el estilo retro está instaurado en las familias “los diseñadores dictadores de la moda, son quienes definen las pautas de respecto a lo que se entiende y no entiende por elegancia” (Montalva, 2015: 304).*

Bajo el mandato de Pinochet se expande la economía y se instaura el libre mercado abriendo las fronteras a nuevos intercambios comerciales de parte de extranjeros. La poca industria textil existente en el país desaparece casi por completo, empresas textiles y boutiques cierran. En estos momentos la población es depolitizada con valores que distancien la flexibilización de las costumbres y el relajamiento moral. (Montalva, 2015: 307).

*“El simulacro, la neutralidad, la efervescencia, la disputa y el disciplinamiento –que modelaron la historia de las apariencias femeninas en Chile, entre 1960 y 1976–, se activarán ahora en función del mercado.” (Montalva, 2015: 309).*

Imagen 16: Revista Paula. Santiago número 72 (octubre 1970), página 62.



## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.4 Diccionario de la moda: Los estilos del siglo XX Margarita Riviere

# 2.1.4 Diccionario de la moda: Los estilos del siglo XX

## Margarita Riviere

Para determinar los conceptos claves de esta investigación se definirán los siguientes términos encontrados en el diccionario de la moda de Margarita Riviere.

**“Elegancia:** En su acepción más clásica es aquella “forma bella de expresar pensamientos” o esa persona u objeto “dotado de gracias, nobleza, sencillez, airoso, bien proporcionado, de buen gusto”. En su sentido más restrictivo se considera elegante “a aquella persona que viste de acuerdo con la moda”. Durante largo tiempo y hasta la ruptura que supuso la explosión de la moda joven de los sesenta, la elegancia fue el punto de referencia básico de la moda. Si la gente iba a la moda era porque quería ser elegante, y la tradición marcaba que eso, para las mujeres, se conseguía siguiendo los cánones estéticos que marcaba la alta costura. Jean-Paul Sartre había definido la elegancia como aquella “cualidad de la conducta que transforma el máximo de la existencia en apariencia”.

*Apariencia, elegancia y moda formaron durante la primera mitad del siglo una síntesis afortunada y un lenguaje comprensible por ser el heredero de las convenciones decimonónicas que Oscar Wilde definió ajustadamente con su frase “Sólo un imbécil no juzga por las apariencias”. La crisis de la elegancia como punto de referencia básico de la moda, produjo una crisis en la moda, aunque no fue así con el sistema que estructura la apariencia. La búsqueda de la elegancia fue sustituida poco a poco por la búsqueda del “estilo” y del look.”*

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.4 Diccionario de la moda: Los estilos del siglo XX Margarita Riviere

**“Estilo:** Término que se ha transformado es su relación con la moda del vestir desde los profundos cambios que el gusto joven y la expansión de la industria de la confección introdujeron en el sistema de la moda durante los años sesenta. Hasta ese momento el estilo designaba periodos de tiempo más o menos largos en que imperaba una determinada línea de gusto. Fueron, por ejemplo, “Estilos” la moda femenina del año veinte o el New look. Individualmente era en esos momentos más valorado “ser elegante” que “tener estilo”, Expresión esta que se ligaba a rasgos específicos de la personalidad de cada creador o de los propios individuos.

A partir de los cambios de los años sesenta, la diversificación y producción masiva, así como la coexistencia de modas y tendencias múltiples propicia la utilización del término estilo más como cualidad individual, en sustitución de la elegancia, que como descripción de las características de una moda que define un tiempo concreto. Pero el tener estilo ya no se refiere, específicamente, a los rasgos originales de una personalidad individual, sino a la capacidad de vestirse de acuerdo con esta o aquella propuesta de la moda, con este o aquel estilo. Esta progresiva complicación da lugar a la profesión de estilista. Desde los años ochenta, los estilos son claramente propuestas de moda, simultáneas en el tiempo, a las que puedes acceder a los consumidores. Los creadores de moda por ejemplo pueden tener un estilo propio bien definido o bien trabajar diversos estilos simultáneamente.”

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.5 Sobre la elegancia

# 2.1.5 Tratado de la vida elegante

## Honoré de Balzac publicado en 1830 [edición 2013]

Honoré de Balzac fue un novelista francés, representante de la llamada novela realista del siglo XIX. Sus textos se basaron en la vida cotidiana del siglo XIX, la cual narra con aforismo y humor. En su libro, Tratado de la vida elegante, sugiere acordar los términos sobre lo que se llama vida elegante en aquella época, ya que con el surgimiento del dinamismo este se ve incierto.

Se recurre a este texto, ya que acierta en muchas de las declaraciones de lo que hoy concebimos como elegante. En aquellos tiempos a los Dandis se les llamaba elegantes, pero este grupo era mal percibido por la población debido a que se les atribuía el adjetivo de despilfarradores y ociosos. Es por ello que autor plantea que se debe concebir un tratado en el cual se delimitan las nociones de la vida elegante.

***La vida elegante es pues, esencialmente, la ciencia de las maneras*** (Balzac, 2013: 13). explicado bajo el aforismo de “No te hagas el príncipe - Dijo Solón -, Si no has aprendido a serlo”.

La elegancia del siglo XIX se relacionaba principalmente al lujo y los estratos más altos de la época, por lo que Balzac rebate esas ideas estipulando que la elegancia proviene de la inteligencia de los sentidos y que no toda la población aristócrata posee aquella inteligencia.

*Por lo tanto, para distinguir nuestra vida por la elegancia, ya no basta hoy en día con ser noble o ganar una cuaterna en una de las loterías humanas, también hay que haber estado dotado de la indefinible facultad (¡El intelecto de nuestros sentidos, quizá!) que nos lleva siempre a elegir las cosas verdaderamente bellas o buenas, las cosas cuyo conjunto concuerda con nuestra fisonomía, nuestro destino. Es un acto exquisito cuyo constante ejercicio, únicamente, puede hacer descubrir de pronto las relaciones, prever las consecuencias, adivinar el lugar o el alcance de los objetos, las palabras, las ideas y las personas; porque para resumir, el principio de la vida elegante es un alto pensamiento del orden y armonía, destinado a dar poesía a las cosas. De ahí el aforismo: “El hombre se vuelve rico. Nace elegante”* (Balzac, 2013: 18).

Tras definir esa idea se refiere a la moda como un acto que no se debe menospreciar utilizando el aforismo: *La mente de un hombre se adivina por la manera de sostener el bastón.* Considera que la moda es el acto metafísico de exponer el pensamiento con la vida exterior (Balzac, 2013: 19).

## 2.1.6 Sobre el estilo

Según la definición de Estilo de Margarita Riviere en la que establece que el estilo es un término más contemporáneo. *A partir de los cambios de los años sesenta, la diversificación y producción masiva, así como la coexistencia de modas y tendencias múltiples propicia la utilización del término estilo más como cualidad individual (Riviere, 2014).* Se indaga sobre cómo funciona el estilo en la actualidad con el texto de Patrizia Calefato y Tansy E. Hoskins

### 2.1.6.1 Manual anticapitalista de la moda

Tansy E. Hoskins [2017]

Tansy E. Hoskins es una periodista y activista inglesa. Este libro se adentra sobre el mundo de la moda, explorando sus fábricas, para mostrarnos a los auténticos beneficiarios de la explotación, y la relación vampírica de la moda con el planeta y con nuestros cuerpos para descubrir qué la hace tan dañina (Berger, 2014). Con una crítica al capitalismo y a los actuales modelos productivos y de difusión de la moda, E. Hoskins propone una reformulación de la moda para su posible revolución.

Sobre el estilo en el capítulo dos del texto se habla sobre los medios de comunicación en la moda. La cual ejerce influencia en las personas a través de estudios de tendencias, por esto mismo la plantea la moda como el **laboratorio del futuro**. *Las tendencias ayudan a las revistas a producir editoriales racionalizados con sencillas recomendaciones, permiten que la ropa sea producida en serie y dejan que las tiendas usen su espacio de forma eficiente para tener surtido de colores y estilos impuestos en numerosas tallas (E. Hoskins, 2017:79). Con la creciente influencia de blogs y sitios web de estilo actuando como look books gratuitos*

*Lleva a algunos analistas a preguntarse cuánto tiempo más existirá la industria (E. Hoskins, 2017: 83). Los múltiples estilos propician al actual mercado, ya que de acuerdo al libro de Calefato estos pueden mutar con mucha facilidad.*

*Si se toma al estilo por humanidad, entonces lo contrario también puede ser cierto. Presumiblemente si el hombre anónimo hubiera estado mal vestido, no habría merecido mi tiempo ni atención. Este planteamiento de "sin estilo no hay humanidad" gradúa el derecho de la gente a ser tratadas como seres humanos según su apariencia, algo que la historia, desde la trata de esclavos hasta la ideología nazi, ha demostrado que es aborrecible (E. Hoskins, 2017: 90)*

Bajo esta formulación se determina que el proyecto prescindirá del término estilo, posicionando la elegancia como el concepto adecuado para la investigación.

### 2.1.6.2 The clothed body

### Capítulo 3: Estilo y estilos entre moda y lo grotesco

Patrizia Calefato [2004]

Patrizia Calefato es profesora de sociolingüística en la Universidad de Bari, es investigadora de las teorías del lenguaje y de los signos, referentes a la moda y los estudios de la misma. En este libro la autora expresa su estudio sobre las funciones de la vestimenta moderna, la cual está cargada de significados. Para la investigación sobre el estilo se recurrió al capítulo tres de su libro. Este capítulo (*Estilo y estilos entre moda y lo grotesco*) toma ideas de Barthes las que analiza y explica a través de escenas de películas.

Según la Calefato, en la actualidad, la moda utiliza el término estilo como un sinónimo de elegancia. *Cuando hablamos de estilo, nuestro discurso implica no sólo estética y valoraciones formales, sino también consideraciones éticas, relativas a la plenitud de significado, y no solo al significado de los rasgos que reconocemos como cargados de valores (Calefato, 2004: 27).*

En cuanto el estilo hace su analogía con las subculturas de la moda, como la cyberpunk, estilo que representa la unión del cuerpo con la tecnología.

La plantea como una exageración que conforme a la apreciación de las personas que aceptan la tecnología con el mundo actual, el estilo es aceptado. *Como es habitual, el diseño de moda se inspira aquí en estilos y tendencias recogidos en la calle, entre jóvenes atraídos por lo vanguardista o estéticamente provocativo. También se inspira en espacios imaginarios, ya sea en la literatura o en el cine, donde los estilos de apariencia interpretan, aunque sea en forma exagerada, nuestra condición actual de cuerpos cubiertos por la ropa y la tecnología, desde el reloj digital hasta el teléfono móvil, desde el diario electrónico hasta el ordenador portátil (Calefato, 2004: 33)*

*Las figuras contemporáneas, replicantes en un mundo de estereotipos, se abren a una lectura semiótica del estilo como transformación de estos estereotipos hasta que explotan como exceso con respecto al mundo, pero permaneciendo profundamente en él. (Calefato, 2004: 39)*

## 2.1

### Teóricos conceptuales:

#### Moda Sostenible, Slow Fashion y Upcycling

#### 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.7 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo

### 2.1.7 Moda ética para un futuro sostenible

Elena Salcedo (2014)

Con el fin de generar un nuevo modelo en la industria de la moda se plantea cambiar el paradigma. Para ello es necesario comprender la sostenibilidad debido a que el actual modelo de desarrollo califica como insostenible, lo cual pone en peligro la continuidad del ecosistema.

#### 2.1.7.1 ¿Qué es la sostenibilidad?

*La sostenibilidad es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones (..) además la sostenibilidad es la habilidad de nuestra sociedad humana para perpetuarse dentro de los ciclos de la naturaleza (Salcedo, 2014: 12).*

Se plantea que actualmente existen dos problemáticas que impiden el desarrollo de vida sostenible.

1) Problema de concepto: La especie humana se considera superior en la escala evolutiva, pero se debe cambiar esta manera de entender el funcionamiento del mundo. En este nuevo funcionamiento se deja de pensar en los sistemas de economía, medioambiente y sociedad como separados e interdependientes a un sistema integrado.

2) Problema de comportamiento: A partir de la concepción errónea de que la naturaleza está al servicio de la humanidad. La actividad humana ha tenido una serie de efectos, en la cual se están consumiendo los recursos naturales a un ritmo más alto del que la naturaleza es capaz de reponer. Por otro lado, se generan residuos y contaminación a un ritmo más alto del que la naturaleza puede asimilar. Según The Natural Step se están dañando cuatro áreas:

- 1) *Grandes flujos de materiales procedentes de la corteza terrestre.*
  - 2) *Interferimos sistemáticamente componentes que no son comunes a la corteza terrestre.*
  - 3) *Interferimos sistemáticamente en los ciclos naturales a través de medios físicos.*
  - 4) *Creamos barreras que impiden que la gente satisfaga sus necesidades básicas.*
- (Salcedo, 2014: 16)

3) El impacto de los productos que consumimos en nuestra huella ecológica está ligada a la huella ecológica de los productos que adquirimos. Se considera que el ciclo de vida de los productos define sustancialmente la forma en que se contamina la tierra. Los ciclos de vida circulares permiten mayor control de los desechos.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.7 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo

### 2.1.7.2 Retos de la Industria de la Moda

Salcedo (2014) Después de la industria de alimentos viene la industria textil y de vestuario, la segunda más consumida por el comercio mundial. Por ende abordar esta área con el fin de mejorar la situación actual se sugiere como un reto donde existe una tendencia a una moda cada vez más rápida.

*Alrededor de 26,5 millones de personas trabajan para la industria textil (aproximadamente uno de cada seis trabajadores de la población mundial), la mayoría son de países asiáticos (Salcedo, 2014: 25).*

Según Salcedo (2014) El fast fashion o moda rápida nace con dos objetivos: 1) Que el consumidor encuentre diseños nuevos con más frecuencia; 2) Que el producto que ve el consumidor se adapte mejor a sus necesidades y gustos. La combinación de ambos objetivos genera el fin último y principal, que el consumidor compre más.

*Desde el punto de vista empresarial parece un objetivo lógico, pero detrás de este modelo tan seductor para el consumidor, se esconden realidades sociales y medioambientales inimaginables (Salcedo, 2014: 27).*

### 2.1.7.3 Moda Sostenible

La moda sostenible son todas aquellas iniciativas que permiten que la industria subsista en el tiempo. Promueve las buenas prácticas sociales y ambientales (Salcedo, 2014: 36). Para desarrollar una moda sostenible, existen tres formas de abordarla que son las siguientes:

**Eco Moda:** es una moda ecológica relacionada principalmente a la confección con materiales orgánicos o biomateriales. Esto con el fin de que se degraden con el tiempo.

**Moda Ética:** aquella enfocada en el medio ambiente y los consumidores. Se otorga un valor a la prenda que involucra además un compromiso social y con la naturaleza.

**Slow Fashion:** se basa en la calidad de la prenda, lo cual tiene una directa relación con el tiempo que se le dedica al desarrollo del producto. Para el Slow Fashion los consumidores y sus hábitos son fundamentales.

**Salcedo (2014: 40-48) propone en su investigación que para aplicar una moda sostenible dentro de estas tres áreas se tiene que pensar en las siguientes iniciativas:**

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.7 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo

- Pensar en el desmontaje de una prenda para su futuro reciclaje.
- Pensar en crear lazos emocionales, donde la prenda cuente una historia que conecte con las emociones de los consumidores.
- Pensar en el bienestar social de artesanos y agricultores.
- Pensar en minimizar las mermas de materiales evitando los residuos de moldes y textiles, ya que se calcula que el 15% del tejido utilizado en la industria textil acaba en los suelos de las fábricas (Salcedo, 2014: 44)
- Pensar en la durabilidad de la prenda retrasando al máximo la necesidad de reparar y en el caso que sea necesario facilitar el proceso de reparación. La calidad de los materiales es la principal forma de generar prendas duraderas.
- Pensar en el papel del usuario, en el cual se informe al consumidor sobre los cuidados y mantenimiento de las prendas.
- Pensar en alargar la vida de un producto con prendas modificables, multifuncionales o reversibles. También ofrecer la opción de alquiler de la prenda es una opción de alargar su vida útil.
- Pensar en la gestión del residuo como por ejemplo trabajar con materiales biodegradables.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.8 Moda lenta: Una invitación al Cambio de Sistemas Kate Fletcher

# 2.1.8 Moda lenta: Una invitación al Cambio de Sistemas Kate Fletcher 2010

[Slow Fashion: An Invitation for Systems Change]

Artículo realizado el 2010 por Kate Fletcher diseñadora de profesión y activista por la moda a partir del compromiso por el medio ambiente. En este artículo acuña el término Slow Fashion y lo explica como fundamento para combatir las consecuencias del fast fashion.

El Fast Fashion es un fenómeno por el cual se introducen colecciones de ropa que siguen las últimas tendencias de la moda que han sido diseñadas y fabricadas de forma acelerada y a bajo costo (Mira, 2018). Como consecuencia de la producción Fast Fashion se consume de forma rápida donde el promedio de uso de cada prenda es de siete veces (Mira, 2018). De esta forma es como se acumulan grandes cantidades de desperdicio textil, tanto por parte de la producción y del postconsumo. Estos desperdicios demoran años en degradarse por ende son muy contaminantes y nocivos para el medio ambiente.

*“La cultura lenta, en lugar de que se permita sembrar un nuevo enfoque radical, se pasa por el tamiz de la comprensión y jerarquía de prioridades y objetivos prevalentes en la industria actual y se absorbe no como los sistemas de alto nivel que cambian (donde las reglas y los objetivos de la industria se transforman) pero como un ángulo de comercialización o canal de distribución alternativo en el modelo actual, es una versión modificada de las prácticas de hoy” (Fletcher, 2010).*

El Slow Fashion es un movimiento socialmente consciente que busca cambiar la mentalidad de los consumidores de la cantidad a la calidad, alentando a las personas a comprar artículos de alta calidad con menos frecuencia (Fletcher, 2010) como plantea la autora (Fletcher, 2010) al desacelerar el ciclo de producción se permite que el medio ambiente se regenere. Sin explotar los recursos naturales, las materias primas crecen naturalmente. Lo que significa que el Slow Fashion es ecológico, ya que se baja la escala, por ende se reduce el consumo de recursos y la cantidad de desechos. Este concepto se aborda desde los aspectos de producción y consumo.

Del mismo modo, (Fletcher 2010) sugirió que el Slow Fashion trata de diseñar, producir, consumir y vivir considerando la sostenibilidad ambiental y social, produciendo prendas hermosas y construidas de manera minuciosa a una velocidad menor. A través de este sistema de Slow Fashion se aporta a que el consumidor conozca el proceso y sea consciente de cómo se hace una prenda.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.9 Una Investigación Teórica del Slow Fashion: Futuro Sostenible de la Industria del Vestido

Sojin Jung & Byounggho Jin

# 2.1.9 Una Investigación Teórica del Slow Fashion: Futuro Sostenible de la Industria del Vestido, Sojin Jung & Byounggho Jin 2014

[A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry]

Estudio del departamento de indumentaria y venta minorista de la universidad de Carolina del norte en Greensboro USA. A través del cual se desarrolla el Slow Fashion como teoría, determinando sus conceptos claves para así diferenciarla de la moda sostenible.

Según las autoras la sostenibilidad de la moda se puede resolver de diferentes maneras:

1. Controlando las emisiones de desechos para que no excedan la capacidad asimilativa del medio ambiente.
2. Manteniendo la tasa de extracción de recursos renovables dentro de las tasas de regeneración de la materia prima.
3. Minimizando la extracción de los recursos no renovables.
4. Manteniendo las tasa de agotamiento de recursos renovables para que no excedan la tasa de creación de sustancias no renovables.

Estas soluciones son aplicadas en su mayoría por la gran industria textil que de igual forma ha aumentado su producción en las últimas décadas. Al año se producen 62 millones de toneladas de prendas en el planeta y se estima que nuestro consumo se ha elevado a un 400 % más que hace dos décadas. A nivel mundial, según Forbes, compramos aproximadamente 100 billones de prendas nuevas. Todo esto debido a nuestra cultura de comprar lo que no necesitamos. (Freire & Torres , 2019)

El Slow Fashion por su parte busca desacelerar los procesos encontrados en la industria del Fast Fashion disminuyendo la producción y el consumo de las prendas. De acuerdo a este estudio en el Slow Fashion intervienen **5 conceptos**:

**Equidad:** Se relaciona principalmente al comercio justo que busca un equilibrio entre los productores y consumidores. Donde se promueve la dignidad de los trabajadores en cuanto a sus condiciones laborales y remuneraciones. Con el trabajo lento también se permite mejorar la calidad de vida de los trabajadores construyendo lazos con sus compañeros y el trabajo mismo.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.9 Una Investigación Teórica del Slow Fashion: Futuro Sostenible de la Industria del Vestido  
Sojin Jung & Byounggho Jin

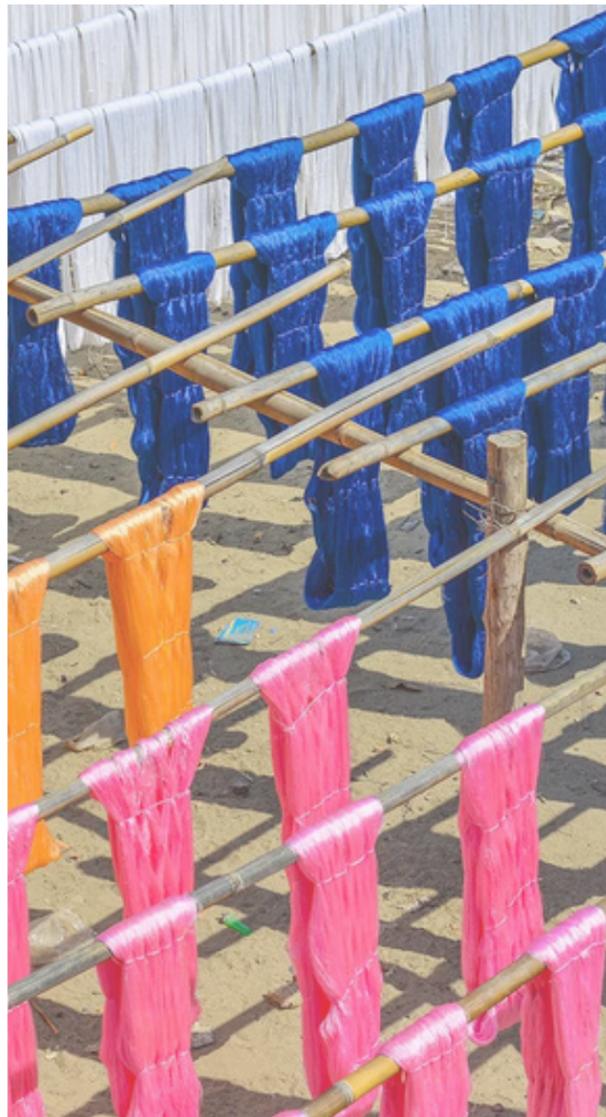
**Localidad:** Apoyar a las empresas o personas de la zona que presten servicios o productos con recursos locales. Para ello es importante conocer las posibilidades que presenta la zona en cuanto a materiales y capital humano.

**Autenticidad:** desarrollar productos calificados de alta calidad y de manufactura artesanal donde la prenda cuente una historia. Esto permite que se muestren las verdaderas dimensiones de la prenda, tanto como las horas de trabajo humano, el origen de los materiales y las condiciones en las cuales fueron creados.

**Exclusividad:** Es una moda diversa disponible a través de artículos heterogéneos y singulares producidos en pequeña cantidad. Esto para combatir la producción en masa donde se generan productos estandarizados donde se carece de diversidad lo cual bloquea las oportunidades para la autoexpresión.

**Funcionalidad:** Esto se visibiliza en la etapa posterior a la compra donde prima la versatilidad de la prenda con su longevidad. Se logra maximizar la vida útil y la eficiencia del producto para un entorno sostenible.

A través de este estudio también se determina que la selección de materiales ya sean de fibras naturales o sintéticas y opciones de eliminación reciclada no surgen como dimensión del Slow Fashion. Aparte se concluye que el Slow Fashion es un concepto más amplio que el de sostenibilidad ambiental, ya que es un movimiento social que busca cambiar la forma de consumir (Fletcher 2010). Algo que no se refleja en la sostenibilidad ambiental.



**Imagen 17:** Phuong Nguyen, D. (2019, 5 junio). El teñido de tejidos: el mayor problema de contaminación de la industria de la moda  
Recuperado en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/tintes-toxicos-ropa-problemas-contaminacion-industria-moda>

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.10 Ciencia Textil y Tecnología de Ropa Capítulo: Renovación de moda a través del Upcycling  
T. Vadicherla, D. Saravanan, M. Muthu Ram, K. Suganya

### 2.1.10 Ciencia Textil y Tecnología de Ropa

## Capítulo: Renovación de moda a través del Upcycling

Textile Science and Clothing Technology

Cap: Fashion Renovation via Upcycling

Springer Science+Business Media Singapore.

T. Vadicherla, D. Saravanan, M. Muthu Ram, K. Suganya 2017

Publicación realizada por Springer Science+Business Media Singapore el año 2017. Este estudio trata sobre la sostenibilidad y el **Upcycling** como una nueva metodología para generar nuevas prendas a través de materiales reciclados.

El término sostenibilidad significa capacidad de conservar un equilibrio ecológico, evitando el agotamiento de los recursos naturales. Por lo general esto se aplica en el concepto de las 3R (reducir, reutilizar y reciclar) aunque actualmente se incorpora una cuarta acción de recuperar. El nuevo concepto de **4R** incorpora la “reconstrucción de productos fabricados a partir de los materiales reutilizados, reciclados o recuperados”. (Springer 2017).

Los desechos se clasifican en 3 categorías: 1) Desechos textiles de pre-consumo, los cuales están constituidos por los desechos de los fabricantes; 2) Desechos textiles post-industriales que se generan durante el proceso de fabricación de los materiales primarios; 3) Desechos textiles de post-consumo los que provienen del consumidor, principalmente las prendas listas para su eliminación (Springer 2017).

*“La EPA (Agencia de Protección Medioambiental) de EE.UU estima que los desechos textiles ocupan casi el 5% de todo el espacio de los vertederos y la industria del reciclaje textil recicla aproximadamente el 15% de todo el post-consumo; el otro 85% queda en vertederos.” (Springer 2017).*

El término **Upcycling** fue acuñado por Reine Pils de Pilz GmbH en 1994, a través de este concepto se otorga valor a los productos viejos o usados. Esto es contrario al concepto popular de reciclaje que reduce el valor de los productos.

*“El proceso de **Upcycling** requiere una combinación de factores como la conciencia ambiental, la creatividad, la innovación y el trabajo minucioso, y da como resultado un producto único, sostenible y artesanal.” (Springer 2017).*

Según el estudio de Springer (2017) El **upcycling** tiene como objetivo el desarrollo de productos verdaderamente sostenibles, asequibles, innovadores y creativos. Esta metodología aún no es tan explotada por la industria de la moda, pero de igual forma se encuentran empresas pequeñas de construcción a baja escala que están incursionando en crear productos utilizando materiales rescatados, con trabajo socialmente sostenible.

## 2.1

### Teóricos conceptuales:

#### Moda y género

#### 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.11 Los Cuerpos Dóviles: Hacia un tratado sobre la moda. Paula Croci y Alejandra Vitale

### 2.1.11 Los Cuerpos Dóviles

#### Hacia un tratado sobre la moda

#### Paula Croci y Alejandra Vitale 2018

Este libro es un compilado de textos de diferentes autores. Las principales ideas se relacionan a la moda como un fenómeno moderno, social y de consumo, acto que permite la diferenciación de clases; la cual se expresa a través de signos y símbolos distintivos que representan ideas impuestas o tomadas por diferentes grupos sociales.

A continuación se expondrán los textos afines a esta investigación:

##### 2.1.11.1 Sociedad de Consumo y Producción - Karl Marx

Estamos insertos en una sociedad de consumo, esta consume en la misma medida que produce. Por ejemplo, una persona al desarrollar sus capacidades las consume automáticamente cuando las produce, ya que este debe consumir su fuerza vital. Por ende se entiende que sin producción no hay consumo, ni consumo sin producción, pero ¿cual de estos actos es más determinante en esta sociedad?

Marx (1976) expresa que la producción es mediadora del consumo, ya que a través de ella se define las fuerzas y los materiales para generar un objeto de consumo. Por otro lado el consumo es mediador de la producción ya que si no hay un consumidor detrás del objeto la producción deja de existir. La diferencia entre cómo influyen estos son los siguientes:

El consumo produce la producción de dos formas: 1) El producto se hace producto sólo en el consumo; 2) El consumo crea una nueva producción, es por ello que el consumo se establece como el impulso de la producción.

*En tanto la producción produce al consumo de tres formas: 1) Proporciona al consumo su material u objeto, un consumo sin objetos no es consumo; 2) La producción le da al consumo un carácter determinado. "No es únicamente el objeto del consumo, sino también el modo de consumo, lo que la producción produce no sólo objetivamente sino también subjetivamente. **La producción crea, pues, al consumidor.**" (Croci & Vitale, 2018: 61); 3) A través de la producción no sólo se genera un material a una necesidad, sino que también una necesidad al material.*

Es así como se comprende que a través del consumo el acto de producción vuelve a repetirse, retorna a sí mismo. Es por esto que el consumo aparece como un momento dentro de la producción. "**La producción es el verdadero punto de partida y por ello también el momento predominante.**" (Croci & Vitale, 2018: 61).

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.11 Los Cuerpos Dóviles: Hacia un tratado sobre la moda. Paula Croci y Alejandra Vitale

### 2.1.11.2 Las fuerzas de la moda - J.C Flügel

Para Flugel (1964) el fenómeno de la moda representa un misterio en cuanto al deseo que existe desde la sociedad por querer participar de esta. Es por ello que a través del texto explica ¿por qué los individuos obedecen a una moda antes de entenderla?

*“Es indudable que la causa última y esencial de la moda reside en la competencia; competencia de orden social y sexual, en la que los elementos sociales son más obvios y manifiestos y los elementos sexuales más indirectos, ocultos y no confesados escondiéndose detrás de los sociales”. (Croci & Vitale, 2018: 68).*

De acuerdo a lo anterior la moda conjuga el orden social y sexual impuesto por el sector predominante, ya que en términos psicológicos un individuo aspira a ser del grupo que está por encima de él y por ende tiende a imitar sus cualidades. Al momento que los sectores más bajos comienzan a parecerse a los grupos de posiciones más altas, estos buscan nuevas formas de diferenciarse. *“La paradoja de la moda está en que cada uno trata al mismo tiempo de parecerse a sus compañeros: parecerse a ellos en la medida en que los considera como superiores, no parecerse a ellos (en el sentido de estar más “a la moda”) en la medida en que piensa que están por debajo de él” (Croci & Vitale, 2018: 69).*

La moda implica que exista fluidez en la estructura social, donde esta debe parecer posible y deseable. Debido a la modernidad y los métodos de producción masiva ha sido posible que se genere esa fluidez, permitiendo que se abriera a grupos relativamente bajos.

A pesar que la moda se impone desde los sectores más altos, esta tiene la ventaja que también se puede imponer desde otros grupos más pequeños que tengan algo que expresar. **“Los grupos relativamente pequeños de individuos parecerían ejercer una influencia predominante” (Croci & Vitale, 2018: 70).**

### 2.1.11.3 Reconfiguraciones de la Moda - Susana Saulquin

Saulquin es una reconocida socióloga de la moda Argentina. A través de este texto ella expresa que la moda se reconfigura cada vez que la sociedad lo hace por ende existe la posibilidad de que la moda desaparezca reflejo de las transformaciones vividas en la sociedad.

*Aunque esto suceda se generará un “reordenamiento en base a nuevos ejes (...)en este nuevo sistema la indumentaria, se piensa en la reconversión de la industria basada en un **crecimiento de las pequeñas series.** (...) En la cual existirá una mayor valorización de la fabricación semi industrial y una revalorización de lo artesanal.” (Croci & Vitale, 2018: 100).*

Por otro lado, la incorporación de tecnología en la vestimenta la implementaran grandes marcas enfocadas en los estratos altos. Esto debido a lo expresado por Flügel en el texto anterior; se tiende a una polarización y diferenciación por parte de los sectores sociales. Mientras los sectores más altos utilizaran vestimenta que requiera de alta sofisticación tecnológica, los de estratos más bajos vestirán con prendas que provengan de materiales reciclados.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

2.1.11 Los Cuerpos Dóviles: Hacia un tratado sobre la moda. Paula Croci y Alejandra Vitale

El valor del vestido cambiará debido a que las personas “ya no tendrán interés en ser reflejo de los deseos colectivos” (Croci & Vitale, 2018: 101). Se abandonarían las condicionantes colectivas de status social para pasar a condicionantes personales como la valoración de la imagen personal. Con las nuevas actualizaciones del valor del uso de la prendas, las personas no utilizarán una vestimenta para estar a la moda, sino que de igual forma que las motivaciones primitivas y tribales la utilizarán como indumentaria<sup>1</sup>, la diferencia recae en que las prendas serán personalizadas en la medida que un individuo pueda. **“Ya las personas no serán vistientes de una prenda, sino que la prenda será vistiente de accesorios y modificadores, no solo de su imagen sino de su estructura” (Croci & Vitale, 2018: 101).**

### 2.1.11.4 Género y Cuerpo - Judith Butler

Judith Butler, filósofa que ha realizado grandes aportes al feminismo y sobre el entendimiento del género. En el libro **Género en disputa** cuestiona el rol que cumple el género en el cuerpo. Explica que la construcción social del género está sometida a normas preestablecidas.

*La producción disciplinaria del género produce una falsa estabilización de éste, en el marco de los intereses de construcción y regulación heterosexuales de la sexualidad, dentro del dominio de la reproducción. La construcción de coherencia tapa las discontinuidades*

*de género que ocurren en los contextos heterosexuales, bisexuales, de gays y lesbianas en los que el género no sigue necesariamente el sexo. (Croci & Vitale, 2018: 184).*

Cuando el cuerpo escapa a la norma se plantea como un problema para la ficción reguladora, ya que el modelo queda expuesto y pierde fuerza en cuanto a las normas sexuales que se imponen; Esto debido a que se revela la ausencia de bases que posee el modelo; *“En otras palabras, actos, gestos y deseo producen el efecto de un núcleo interior o sustancia, pero lo producen sobre la superficie del cuerpo, a partir del lugar de ausencias significativas, que sugieren pero nunca revelan, el principio organizador de **identidad como causa.**” (Croci & Vitale, 2018: 185).* Por ende se entiende que el acto de identidad es rebelde frente al sistema impuesto.

*“Los géneros no pueden ser ni verdaderos ni falsos, ni reales ni aparentes, ni originales ni desviados. Como portadores creíbles de estos atributos, de todos modos, los géneros pueden también volverse enteramente y radicalmente increíbles.” (Croci & Vitale, 2018: 186).*

Según Butler en la actualidad se presenta al género como una performance que al no ser obedecida es castigada. **“El género es, entonces, una construcción que regularmente oculta su génesis.” (Croci & Vitale, 2018: 188).**

1\_ Indumentaria: Genérico de la ropa que cubre y resguarda el cuerpo humano.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.12 Cuerpos que Importan. Judith Butler

Judith Butler es una filósofa estadounidense contemporánea que ha realizado importantes aportes en el campo del feminismo, la teoría queer, la filosofía política y la ética.

*Hay una tendencia a pensar que la sexualidad es algo, o bien construido, o bien determinado; a pensar que si es construida, es en algún sentido libre, y si es determinada, es en algún sentido fija.*

*Cuerpos que importan - (Butler, 2019: 115).*

## 2.1.12 Cuerpos que Importan Judith Butler 2019

Para definir el sexo y género Butler plantea que *el sexo es una construcción ideal que se materializa obligatoriamente a través del tiempo* valiéndose de actos performativos. Estos actos se definen como *las prácticas reiterativas y referenciales mediante las cuales el discurso produce los efectos que nombra* (Butler 2019, 18). Por otra parte define al género como las *significaciones sociales que asume el sexo* (Butler 2019, 23). Bajo estas definiciones se asume que el sexo es lo anterior al género, de modo que sin una definición del género no existe el sexo.

*Si el género es una construcción social del sexo y sólo es posible tener acceso a este "sexo" mediante su construcción, luego, aparentemente lo que ocurre es, no sólo que el sexo es absorbido por el género, sino que el sexo llega a ser algo semejante a una ficción (Butler 2019: 23).*

Motivada por la ambigüedad que definen los parámetros del sexo y el género Butler desarrolla su investigación sobre el cuerpo y los límites que lo dirigen; para finalmente determinar cuáles son los cuerpos que importan.

¿Cómo definir los límites del cuerpo? Judith Butler recurre a diferentes autores que mediante la filosofía, el psicoanálisis, el lenguaje y el estudio del comportamiento humano le ayudan a determinar esos límites del cuerpo, los que según Butler nunca se establecen completamente. Es una materia cambiante que se regula a través de la intangibilidad de lo simbólico.



Imagen 18: Judith Butler  
Recuperado:  
<http://paroledequeer.blogspot.com/2014/06/repensar-la-vulnerabilidad-por-judith.html>

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.12 Cuerpos que Importan. Judith Butler

Las principales ideas son tomadas de Luce Irigaray, una lingüista, filósofa y psicoanalista feminista que plantea desarrollar un nuevo lenguaje que involucre a las mujeres. Esta teoría nace debido a sus estudios sobre el lenguaje en la filosofía, en el cual declara que lo femenino siempre está excluido.

Por otra parte toma las ideas de Lacan un psiquiatra y psicoanalista francés conocido por los aportes teóricos que hizo al psicoanálisis las que desarrolla bajo los fundamentos Sigmund Freud. Aportando desde la lingüística estructural

### ¿Cuáles son los cuerpos que realmente importan?

Mediante este texto Butler hace un análisis de los cuerpos en la sociedad a partir del lenguaje. Bajo esta mirada demuestra cuáles son los cuerpos que importan determinando que son aquellos que se devuelven a partir de símbolos y significados que provienen de una matriz reguladora. *Entendiendo que esa esfera se afirma mediante un imperativo que impone la heterosexualidad* (Butler, 2019: 49). Bajo la norma heterosexual se excluye constantemente lo femenino, idea tomada de Irigaray **y sostiene que es así, porque la mujer es lo que fue excluido del discurso de la metafísica** (Butler, 2019: 68-69).

Además explica sobre la discursividad del cuerpo donde *el lenguaje y la materialidad no se oponen, porque el lenguaje es y se refiere a aquello que es material, y lo que es material nunca escapa del todo al proceso por el cual se le confiere significación (..)* Si bien el lenguaje no se opone a la materialidad, tampoco es posible reducir la materialidad a una identidad con el lenguaje. (Butler, 2019: 110). Butler plantea que el lenguaje emerge de la materialidad corporal y que los cuerpos están completos mediante una reproducción idealizada del cuerpo a través del nombre. **Tener un nombre es estar posicionado dentro de lo simbólico** (Butler, 2019: 115).

Cuando se piensa que la sexualidad es una construcción estamos determinando que esta construcción proviene de actos performativos (reiteración de la norma). Por ello se plantea que aunque esta construcción sea libre siempre estará influenciada por las restricciones de la norma. Una norma que se genera mediante un lenguaje que lo nombra todo.

Las restricciones de la norma basadas en la sociedad actual se interpretan al asumir un posición sexuada (Butler, 2019: 147). Cuando definimos un sexo estamos determinando los límites que este posee dentro del lenguaje que se interpreta en la materialidad del cuerpo. Bajo estos límites es donde ejercen oposiciones.

## 2.1 Marco Teórico: Conceptuales

### 2.1.12 Cuerpos que Importan. Judith Butler

#### Capítulo 4 - El género en llamas: Cuestiones de apropiación y subversión

*No hay ningún sujeto anterior a sus construcciones ni el sujeto está determinado por tales construcciones; siempre es el nexo, el no-espacio de una colisión cultural, en la que demanda resignificar o repetir los términos mismos que constituyen el “nosotros” no puede rechazarse sumariamente, pero donde tampoco puede acatarse en estricta obediencia. El espacio de esta ambivalencia es lo que da la posibilidad de reelaborar los términos mismos mediante los cuales se o no se da sujeción. (Butler, 2019: 183)*

Bajo esta formulación Butler estipula la resignificación del género en la cual pone como ejemplo el travestimiento que *refleja la situación más general de estar implicado en los regímenes de poder mediante los cuales se constituye al*

*(sujeto y, por ende, de estar implicado en los regímenes mismos a los que uno se opone Butler, 2019: 184).* En este capítulo hace un análisis de la película *París en llamas* en la cual se parodia al **queer**. Esta película la cataloga como subversiva, ya que las temáticas sobre el travestimiento y la homosexualidad ya sea de gay y lesbianas las representa a través de la falla de heterosexualidad expresándola como causa. Ejemplo, una mujer se hace lesbiana porque tuvo malas experiencias amorosas con hombres (falla heterosexual). Bajo esta mirada heterosexual los actos y deseos de las disidencia se manipulan bajo un gobierno de lo simbólico dicho en el lenguaje Lacan. *Bajo esta regla las elaboraciones aparentemente estáticas del orden simbólico se vuelven vulnerables a la repetición y la resignificaciones subversivas (Butler, 2019: 200).* En este sentido se invita a no desarrollar reiteraciones simbólicas que caigan en la reproducción de la falla heterosexual.

*“Desafortunadamente, los más pobres de la sociedad suelen ser los más perjudicados por la mala gestión de los desechos. Pero las cosas no tienen por qué ser así. Los recursos que tenemos deben usarse y reutilizarse continuamente, de manera que no terminen en los vertederos”. (World Bank, 2018)*

*“Como las marcas han estado centradas en el producto final, han descuidado conocer su cadena de suministro”, asegura Pablo Galaz, representante del capítulo chileno de Fashion Revolution Chile, movimiento mundial que busca cambios en el paradigma del vestuario” (H. Navarro, 2020).*

## 2.2

## Estadísticos

A continuación se exponen los datos estadísticos afines a la investigación. Con estos se pretende evidenciar la industria textil en Chile, el consumo textil, los residuos y el trato de estos. Además de exponer sobre estudios de identidad de género a nivel nacional.

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

### 2.2.1 Industria Textil en Chile

Los datos se obtuvieron de la fuente **es.datachile.io**. Plataforma virtual que presenta información de más de 15 fuentes distintas pertenecientes a más de 10 organismos de Gobierno. La información recopilada para este informe es proveniente del Registro de Exportación e Importación (año 2016), Servicio Nacional de Aduanas.

### 2.2.1 Industria textil en Chile

En 2016, Textiles fue el 14to producto más exportado por Chile, de un total de 21 categorías. Representó el 0,2% de las exportaciones a nivel nacional, siendo la Región Metropolitana Santiago la principal región exportadora, abarcando el 50,2% del total.

Hasta el 2016 las exportaciones de textiles han decrecido a una tasa anualizada de -5.5 %, de \$145.85 M en 2011 a \$103.57 M en 2016. En el mismo periodo, las importaciones de Textiles han decrecido a una tasa anualizada de -1.4 %, de \$2.70 B en 2011 a \$2.48 B en 2016 (DataChile, 2016). En el G.01 se muestra que EE.UU es el principal destino de los textiles Chilenos, seguido de Perú y Argentina.

Las exportaciones de Textiles fueron de \$103,57 millones, siendo Estados Unidos de América el principal destino de las exportaciones, alcanzando un 18,6 %, seguido de Perú e Italia, con un 13,4 % y 8,5 % respectivamente. Por otra parte, en el gráfico 02 se ven que las importaciones de Textiles fueron de \$2,48 miles de millones, siendo China la principal fuente de las importaciones, alcanzando un 68,6 %, seguido de India y Estados Unidos de América, con un 4,2 % y 2,8 % respectivamente (DataChile, 2016).

### G.01. Exportaciones textiles Chile 2016

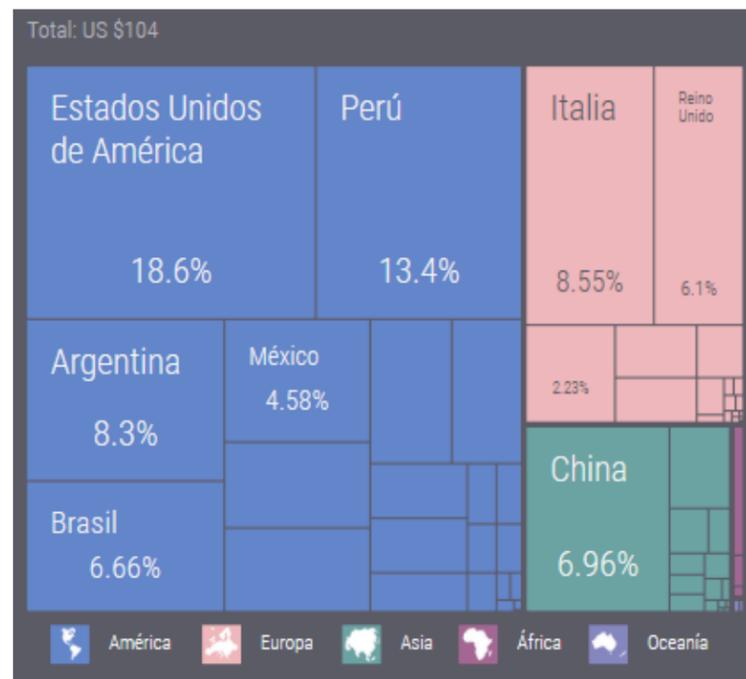


Gráfico 01: Treemap de importaciones textiles Chile 2016  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11>

### G.02. Importaciones textiles Chile 2016

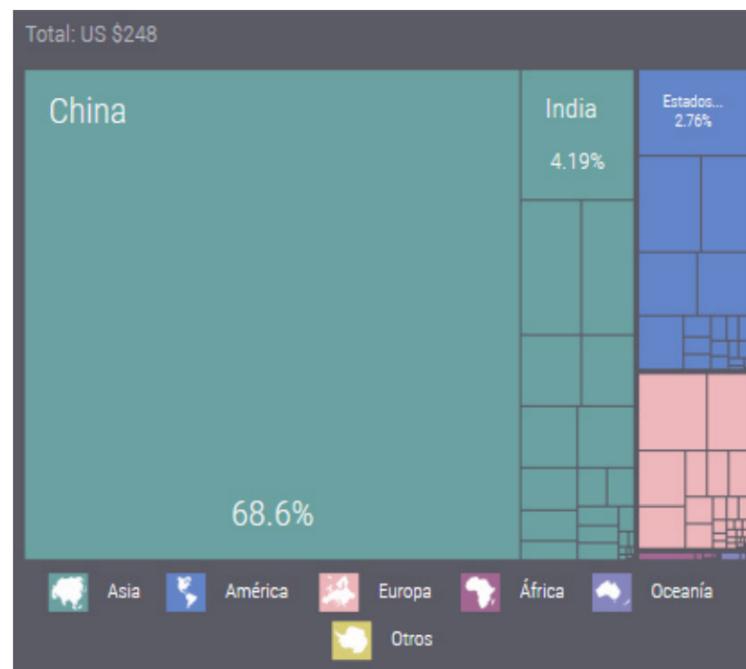
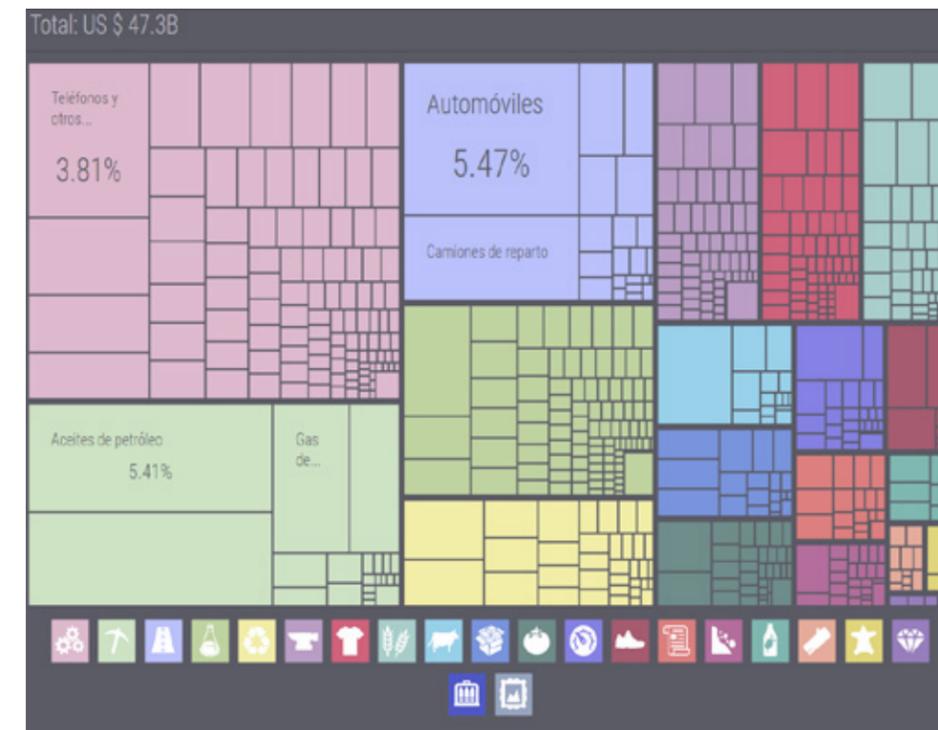


Gráfico 02: Treemap de exportaciones textiles Chile 2016  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11>

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

### 2.2.2 Consumo de los Chilenos

### G.03. Productos importados por empresas domiciliadas en Chile 2016



### 2.2.2 Consumo de los chilenos

Para el estudio sobre los hábitos de consumo de los chilenos, analizaremos las importaciones realizadas en el periodo del 2016. Al observar el gráfico 03 se muestra que los vehículos, el aceite de petróleo y teléfonos son los principales productos importados a Chile.

En 2016 las importaciones de empresas establecidas en Chile sumaron US \$47,34 miles de millones. Durante los últimos años, éstas han decrecido a una tasa promedio anual del -6%, desde US \$64,62 miles de millones en 2011 hasta US \$47,34 miles de millones en 2016 (DataChile, 2016). Se puede observar según el gráfico 04 que China y EE.UU son los principales países en enviar sus productos a Chile.

Gráfico 03: Treemap de los productos por tipo importados consumidos en Chile 2016.  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

### G.04. Origen de importaciones de empresas domiciliadas en Chile 2016

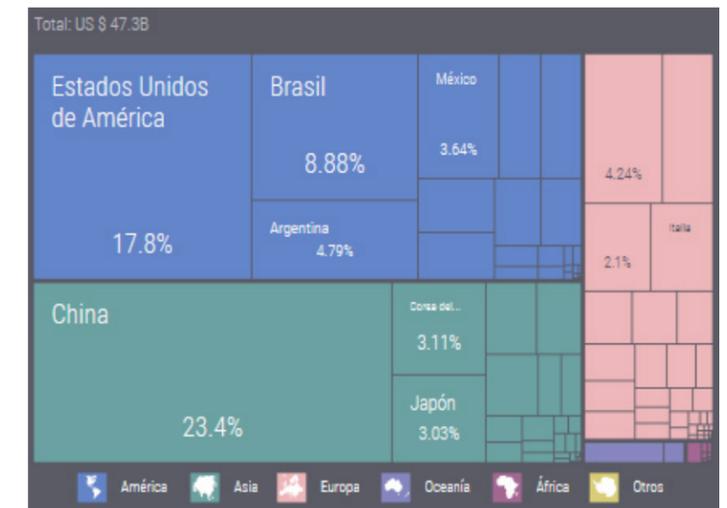


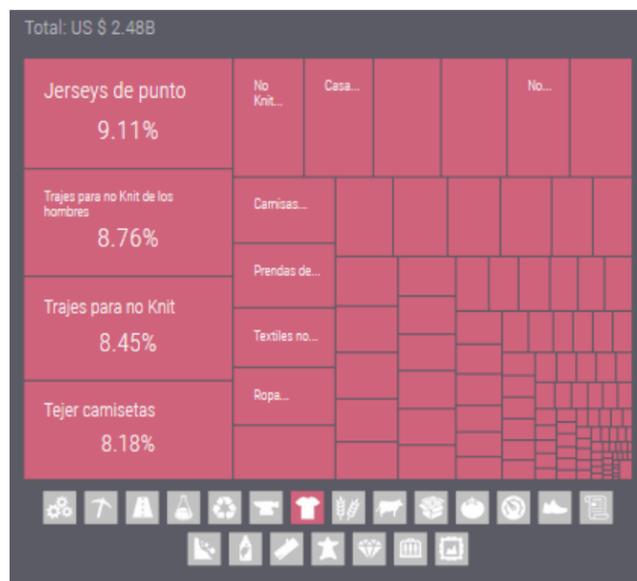
Gráfico 04: Treemap de importaciones por destino Chile 2016  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

**2.2 Marco Teórico: Estadísticos**  
2.2.2 Consumo de los Chilenos

**2.2.2.1 Consumo Textil**

**Las importaciones textiles equivalen al 5,3% del total de los productos importados a Chile (DataChile, 2016).** Mediante el siguiente gráfico 05 se evidencia cuáles son los principales textiles. Bajo este escenario Chile es el país con más consumo de ropa en Latinoamérica Según datos de Fashion Revolution, al año los chilenos compran cinco calzados y 20 prendas de vestir en promedio (Vivanco, 2019).

**G.05. Importaciones textiles por tipo**

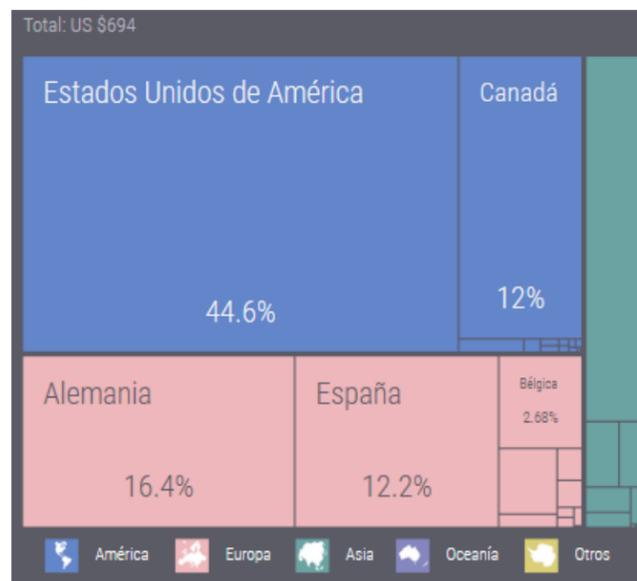


**Gráfico 05:** Treemap de importaciones textiles por tipo Chile 2016  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

**2.2.2.2 Consumo ropa usada en Chile**

**Entre los periodos del 2011-2016 las importaciones de Ropa Usada aumentaron en 2,8%. Por otra parte, las importaciones de Ropa Usada fueron de \$6,94 millones, siendo Estados Unidos de América la principal fuente de las importaciones, alcanzando un 44,6%, seguido de Alemania y España, con un 16,4% y 12,2% respectivamente. (DataChile, 2016).**

**G.06. Importaciones Ropa usada por país de destino**



**Gráfico 06:** Treemap de importaciones Ropa usada por destino Chile 2016  
Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11/ropa-usada-116309>

**2.2 Marco Teórico: Estadísticos**  
2.2.3 Residuos

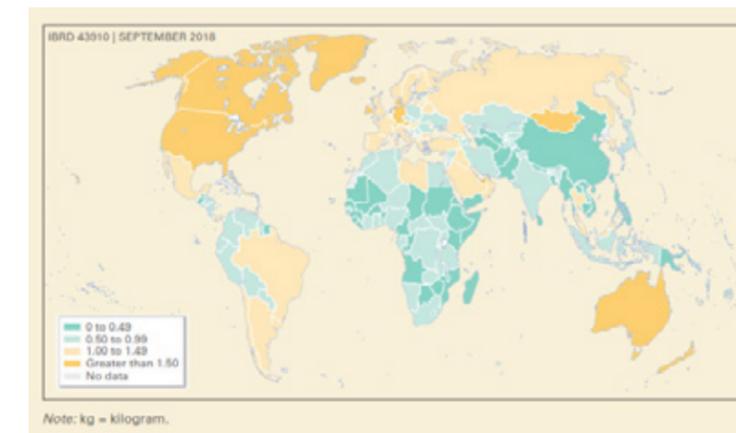
**2.2.3 Residuos**

Analizaremos los residuos a nivel mundial y latinoamericano con el fin de identificar ¿qué es lo que más contamina? y ¿cual es el manejo de estos residuos?. Para ello se presentarán los datos del informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 publicado el 2018.

**2.2.3.1 A nivel mundial**

*La generación de desperdicios es un producto natural de la urbanización, el desarrollo económico y el crecimiento de la población. A medida que las naciones y las ciudades se vuelven más pobladas y prósperas, ofrecen más productos y servicios a los ciudadanos y participan en el comercio y el intercambio global, se enfrentan a las cantidades correspondientes de residuos que gestionar mediante el tratamiento y la eliminación (Kaza et al., 2018, 18).* A nivel mundial la cantidad de desechos generada por los diferentes países se ve expresada en el mapa y gráfico 07 y 08 expuestos a continuación:

**G.07. Generación de basura Per Capita 2018**



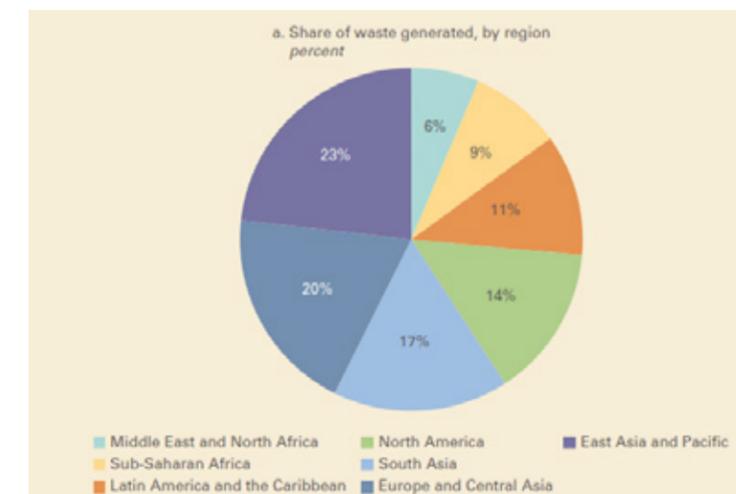
**Gráfico 07:** Mapa de generación de basura Per Capita 2018. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 Kaza et al., 2018: 19)

Siendo los países del este de Asia y el Pacifico aquellos que generan más residuos; y los países del medio Oriente con África del Norte los que menos residuos generan.

Los países de Latino America y el Caribe, presentan sólo el 11% del porcentaje total en la generación de desperdicios.

*La generación de residuos se atribuye principalmente a los niveles de ingreso. Los bienes consumidos en los países de ingresos más altos incluyen más materiales como papel y plástico que en los países de ingresos más bajos. (Kaza et al., 2018, 29)*

**G.08. Generación de basura por región 2018**



**Gráfico 08:** gráfico de porcentaje generación de basura por región 2018. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 19)

A través de este estudio se categorizan los tipos de materiales en los desechos sólidos municipales. La composición de los desechos generalmente se determina a través de una auditoría de desechos estándar, en la que se toman muestras de basura de los generadores o sitios de disposición final, se clasifican en categorías predefinidas y se pesan (Kaza et al., 2018, 29). Las categorías predefinidas son las siguientes: Alimentos y desechos verdes; vidrio; metales; papel y cartón; plásticos; caucho y cuero; madera y otros. La categoría de desechos más grande es la de alimentos y desechos verdes, que representan el 44 por ciento de los desechos globales (gráfico 09). Los materiales reciclables secos (plástico, papel y cartón, metal y vidrio) representan otro 38% de los desechos (Kaza et al., 2018, 29).

Los residuos textiles no quedan expresados de forma literal por lo cual se deduce que estos pertenecen a la categoría de "otros", ya que a través de la literatura expresada (Salcedo, 2014) se determina que los textiles son residuos sólidos.

G.09. Composición global de residuos 2018

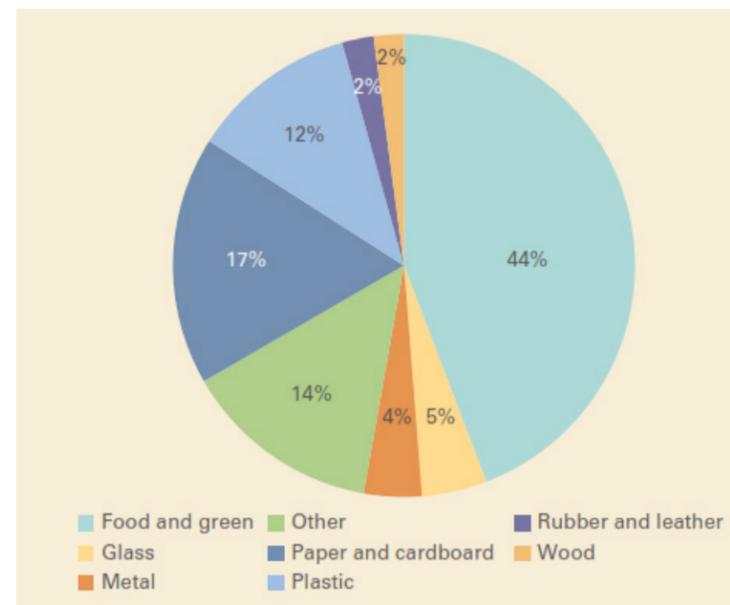


Gráfico 09: gráfico de porcentaje de la composición global de los residuos 2018.  
Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 29)

### 2.2.3.2 Residuos en Latinoamérica

Antecedentes y tendencias: La región de América Latina y el Caribe consta de 42 países que incluyen América del Sur y las islas del Caribe. La región tenía una población de 638 millones en 2016. Los sistemas de residuos sólidos en la región están en proceso de modernización, aunque las prácticas varían según el nivel de ingresos. A nivel urbano, muchas ciudades han iniciado programas de separación de fuentes y las tasas de reciclaje son más altas para materiales como aluminio, papel y plástico. El reciclaje es común en la región, excepto en las islas del Caribe, donde los mercados de reciclaje son incipientes. Una cantidad cada vez mayor de desechos se desecha en rellenos sanitarios, con o sin controles ambientales y sociales, pero una cantidad significativa de desechos todavía se tira, quema o utiliza como alimento para animales. (...) Desde la perspectiva de las políticas, la mayoría de los países y ciudades cuentan con al menos un mecanismo regulador para guiar las actividades de gestión de residuos. (Kaza et al., 2018, 53).

G.10. Tasa de generación de residuos: América Latina y el Caribe

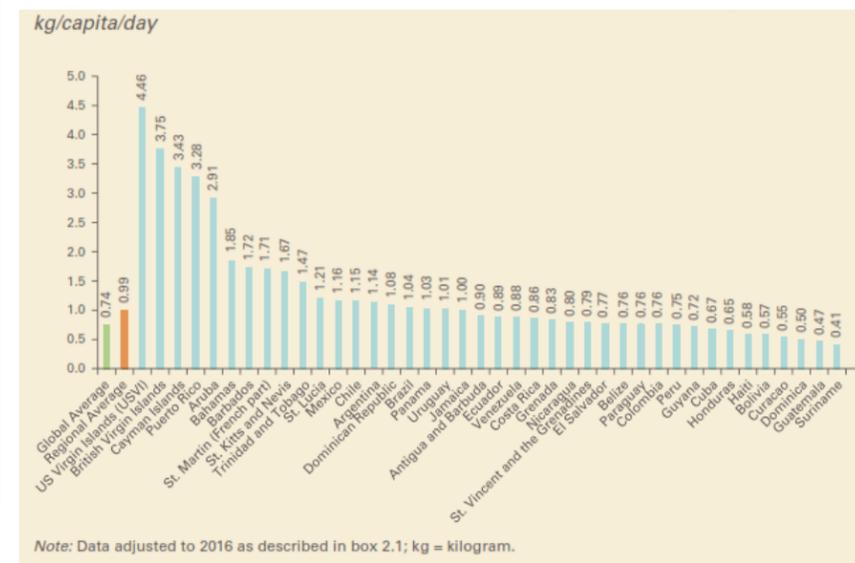


Gráfico 10: Tasa de generación de residuos: América Latina y el Caribe.  
Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 54)

G.11. Composición de residuos en América Latina y el Caribe

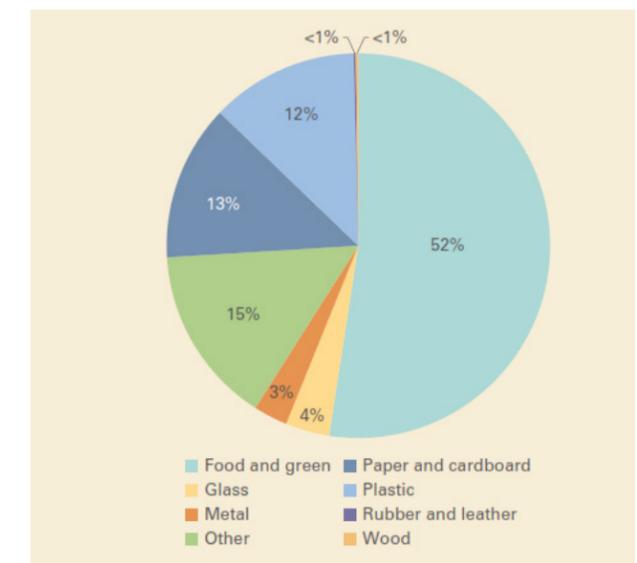
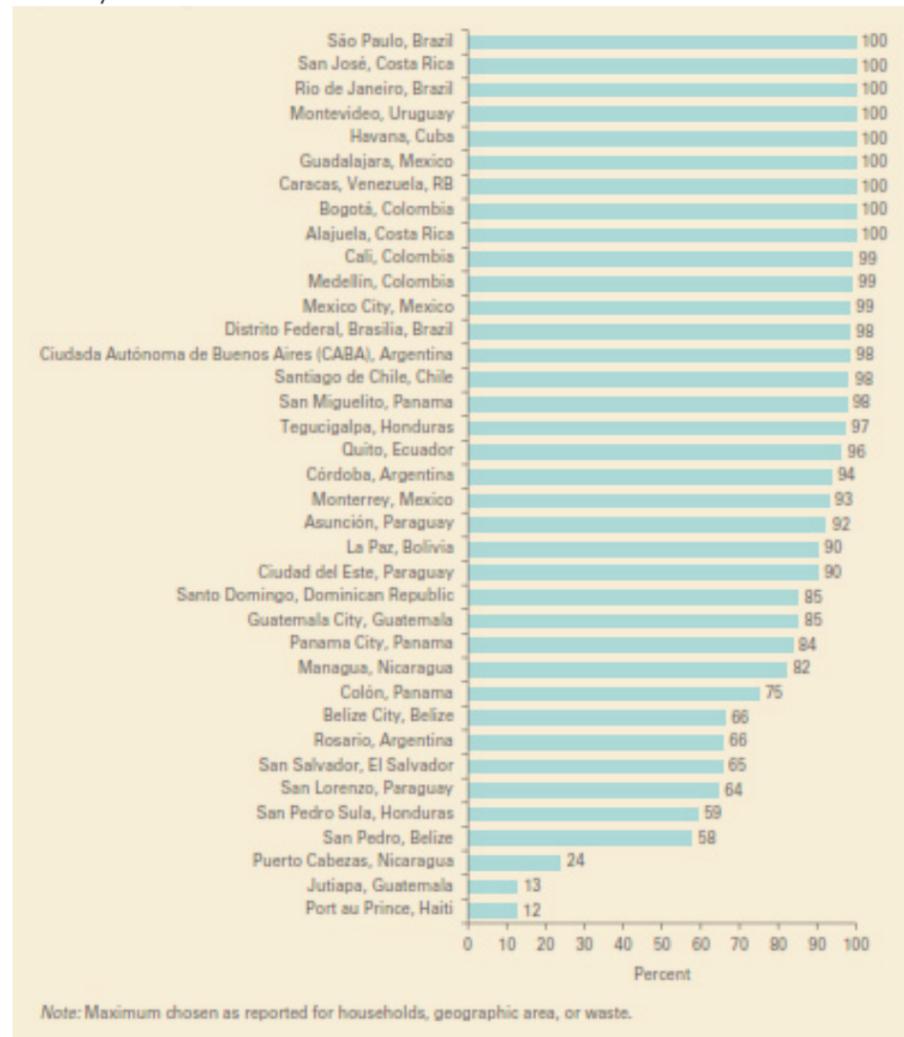


Gráfico 11: Composición de residuos en América Latina y el Caribe.  
Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 54)

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

### 2.2.3 Residuos

#### G.12. Tasa de recolección de residuos por ciudades de América latina y el caribe



**Gráfico 12:** Tasa de recolección de residuos por ciudades de América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 56)

### 2.2.3.3 Trato de Residuos en Latinoamérica

La cobertura de recolección de residuos es bastante alta para la región de América Latina y el Caribe en comparación con las tendencias mundiales. A nivel urbano, se recolecta alrededor del 85 por ciento de los desechos (gráfico 12), y la mayoría de los sistemas de recolección de desechos en América Latina y el Caribe son de puerta a puerta (Kaza et al., 2018, 54).

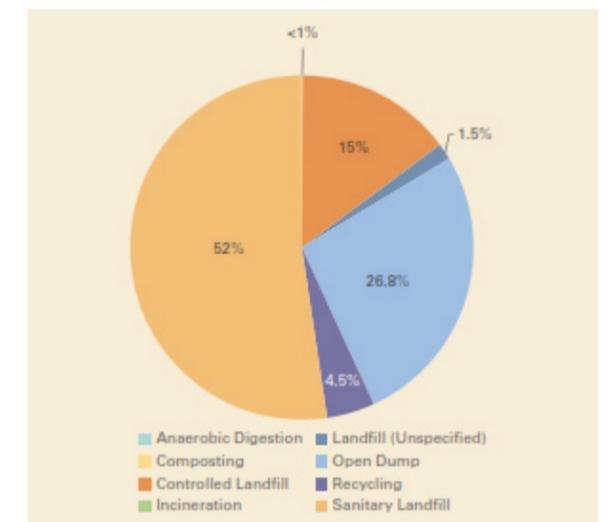
## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

### 2.2.3 Residuos

En el gráfico 13 se determina que el 52% de la basura se va a los rellenos sanitarios o vertederos. Más de la mitad de los desechos se eliminan en rellenos sanitarios con algunos controles ambientales, lo que refleja un enfoque regional general en métodos de eliminación sostenibles., mientras que sólo el 4,5% es reciclado. Muchas ciudades se centran en la recuperación de residuos; *por ejemplo, ciudades como Montevideo, Uruguay y Bogotá y Medellín, Colombia, reciclan más del 15 por ciento de los desechos.* (Kaza et al., 2018, 57)

*“La mala gestión de los desechos está perjudicando la salud humana y los entornos locales, agravando al mismo tiempo los desafíos que plantea el cambio climático”, afirmó **Laura Tuck, vicepresidenta de Desarrollo Sostenible del Banco Mundial.***

#### G.13. Eliminación y tratamiento de residuos en América Latina y el Caribe



**Gráfico 13:** Porcentaje de Eliminación y tratamiento de residuos en América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 58)

### 2.2.3.4 Residuos en Chile

Según los datos entregados por el Ministerio de Medio Ambiente (2018), Chile es el país de Sudamérica que genera la mayor cantidad de basura por persona, alcanzando 1,26 kilos de residuos al día, lo que se traduce en 8,1 millones de toneladas de basura anuales que llegan a parar a vertederos o rellenos sanitarios (Quilodrán, 2020). Esta cantidad es el 96% del total de la generación de residuos, una cifra preocupante y muy por debajo del promedio de la OCDE, lo que quedó de manifiesto en su última Evaluación de Desempeño Ambiental: Chile ocupa el **segundo lugar de reciclaje más bajo** de los 36 países miembros de esta organización.

En el quinto Reporte del Estado del Medio Ambiente indica que el 2017, se generaron cerca de 23 millones de toneladas de residuos. El 97,3% equivale a residuos no peligrosos y el 2,7% a residuos peligrosos. Los residuos no peligrosos, contemplan residuos de origen industrial (60,4%) y residuos sólidos municipales (35,3%) (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 66). Respecto a los residuos no peligrosos generados, el 76,4% fue eliminado y

el 23,6% valorizado. Los residuos son eliminados principalmente en rellenos sanitarios y vertederos. Si bien los rellenos sanitarios son instalaciones que cumplen las exigencias sanitarias y ambientales establecidas, los países cada vez se enfrentan a más desafíos en la gestión de sus residuos, debiendo potenciar la prevención y la valorización, donde todo residuo potencialmente valorizable deberá ser destinado a tal fin evitando su eliminación (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018:66).

Entre el 2015 y 2017, la generación de residuos a nivel nacional aumentó un 8%, pasando de 21,2 a 23 millones de toneladas. En 2017, el 97,3% del total de residuos generados a nivel nacional corresponde a residuos no peligrosos, de ese porcentaje, el 60,4% es de origen industrial, el 35,3% es de origen municipal y el 1,6% restante a lodos provenientes de las Plantas de Tratamiento de Aguas Servidas (PTAS). El 2,7% restante corresponde a residuos peligrosos. (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 67).

### G.14. Generación de Residuos a nivel Nacional

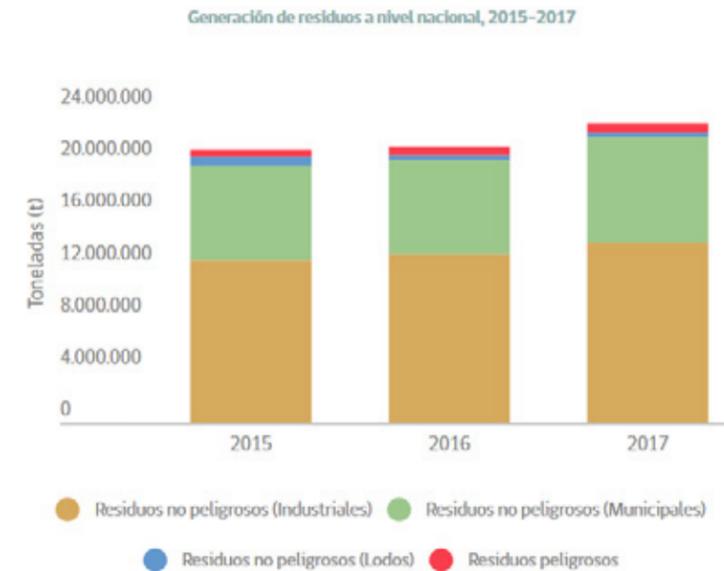


Gráfico 14: Generación de Residuos a nivel Nacional  
Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 67

### G.15. Generación de Residuos según origen

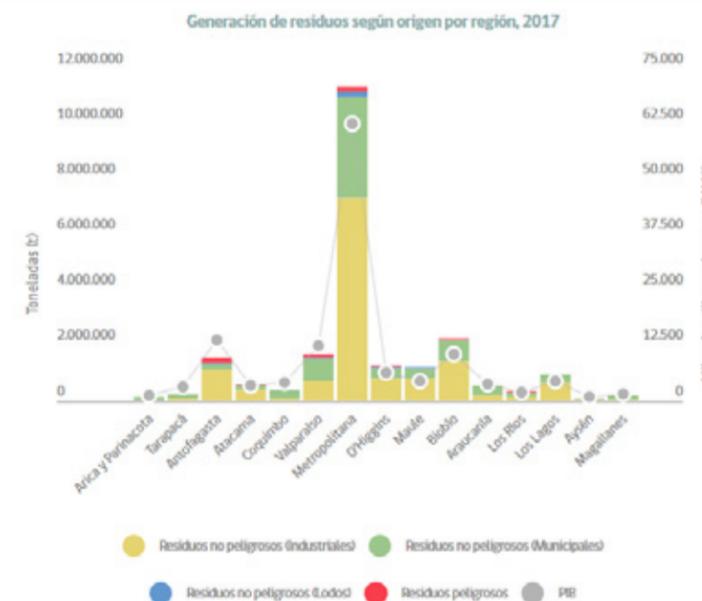


Gráfico 15: Generación de Residuos según origen por región  
Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 69

En el gráfico 14 y 15 se determina que se genera mayor cantidad de residuos no peligrosos del área industrial y municipal. Además se puede observar que los niveles en la generación de residuos a nivel regional son producidos principalmente por la región metropolitana.

G.16. Tasa nacional de valorización y reciclaje

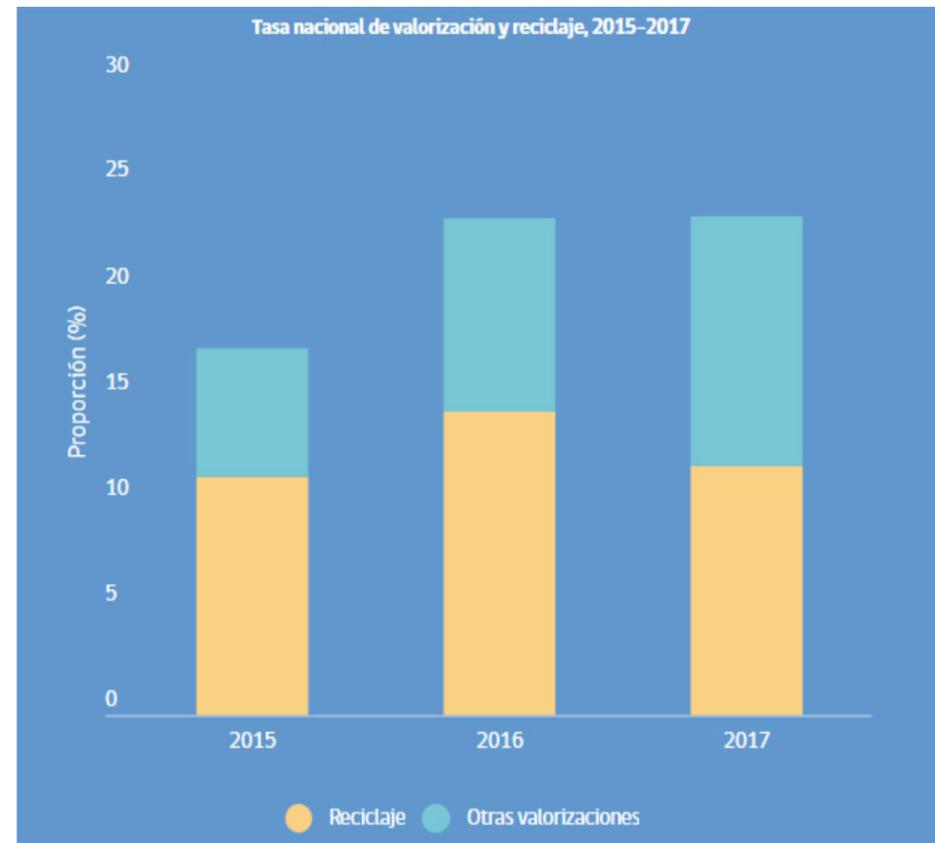


Gráfico 16: Tasa nacional de valorización y reciclaje 2017.

Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 79

El porcentaje de valorización nacional de residuos no peligrosos respecto al total generado, se mantuvo alrededor del 23% entre 2016 y 2017. En ese último año un 11,8% corresponde a reciclaje y un 11,9% a otros tipos de valorización (lombricultura, aplicación a suelo, recuperación de energía, entre otros) (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 79)

Este indicador pretende hacer seguimiento a la meta 12.5 de “reducir considerablemente la generación de residuos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y

reutilización” que forma parte de la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 80)

En Chile al ser los residuos eliminados principalmente en rellenos sanitarios y vertederos. Se plantea como una medida urgente **promover la transición hacia una economía circular, que permita minimizar los desechos y maximizar el uso de nuestros recursos naturales, para lo cual es fundamental generar hábitos de consumo y producción sustentable** (Reporte del Estado del Medio Ambiente, 2018: 7)

## 2.2.4 Impacto de la Industria Textil

### Moda ética para un futuro sostenible

#### Elena Salcedo 2014

A continuación se expone información sobre los impactos de la industria textil encontrada en el texto de Salcedo (2014). Estas láminas y esquemas aparecen de la página 28 a la 31 del libro Moda ética para un futuro sostenible.

#### 2.2.4.1 Impactos Ambientales:



#### QUÍMICA

**Con relación al total de la industria global, la industria textil es responsable del 20% de la contaminación de las aguas.**

El uso intensivo de productos químicos en los procesos de extracción y cultivo de las materias primas y en los procesos de producción tiene un gran impacto en el medio ambiente, especialmente en el entorno acuático (ríos y mares).



#### AGUA

**Una camiseta de algodón requiere un consumo de 2.700 litros de agua. Se calcula que la industria textil mundial utiliza 387.000 millones de litros de agua al año.**

Algunos productos textiles y algunas fases de la cadena de valor requieren un uso intensivo de agua, con la consiguiente escasez para la vida humana y otros seres vivos.



#### GASES DE EFECTO INVERNADERO (GEI)

**La industria textil es la responsable del 10% del total de emisiones de CO2 en el mundo, con un consumo anual de un billón de kilovatios/hora.**

La cantidad y la tipología de energía utilizada y de las emisiones generadas (CO2 y otros GEI) en la producción, el transporte, el uso y el mantenimiento de las prendas es un factor muy importante de la huella ecológica del sistema de moda.

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

2.2.4 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo



### RESIDUOS SÓLIDOS

**Los residuos de la industria textil suponen el 5% de los residuos totales (datos Estados Unidos).**

A lo largo de la cadena de valor se generan muchos residuos. Los más importantes son las prendas que acaban en el vertedero pero también lo son todos los embalajes no reutilizables o no reciclables que se desechan en esta cadena de valor.



### RECURSOS: TIERRA Y ENERGÍA

**El 58% de las fibras textiles producidas en el mundo deriva del petróleo.**

La fabricación de materias primas y, por extensión, la producción de materiales y productos acabados, por un lado, depende de recursos finitos y, por otro lado, requiere cada vez más un uso intensivo de la tierra, que se deja de dedicar a otros cultivos, como los alimentos.



### BIODIVERSIDAD

**En India se han perdido semillas de algodón debido a su contaminación por el algodón transgénico Bt. México, cuna del maíz, ha perdido el 80% de sus variedades. Dos ejemplos de la pérdida de la herencia de nuestras semillas.**

En la búsqueda de la eficacia y la eficiencia en los procesos y de la generación de economías de escala, el ser humano está apostando por el concepto de monocultura. No solo en lo relativo al diseño o los procesos de manufactura, sino también en los tejidos y las fibras y, por lo tanto, los cultivos y las especies. Este impacto no es fácil de medir, pero es importante reconocer una pérdida de biodiversidad.

En cuanto a los impactos ambientales el agua es el recurso que recibe mayor contaminación en la producción textil. Aparte se expresa que la mayoría de los residuos sólidos textiles termina en vertederos o en rellenos sanitarios. Esto coincide con la información expresada con anterior sobre los residuos y el manejo de estos en el mundo y en Chile.

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

2.2.4 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo

### 2.2.4.2 Impactos Sociales:

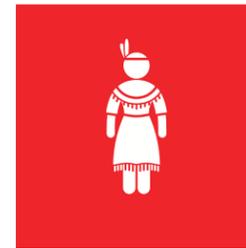
Al existir impactos ambientales estos repercuten a su vez en impactos sociales negativos presentes en la industria textil. Los cuales tienen que ver principalmente con las condiciones laborales. Esta industria según el informe The Sustainable Fashion Blueprint 2018 emplea alrededor de 300 millones de personas en el mundo. Por otra parte este mismo informe recalca que la industria textil es la segunda más contaminante, debido a la producción de monocultivos de algodón, contaminación de agua debido a los tintes y pesticidas. En el texto de Salcedo (2014) se evidencian estos datos a través de la siguiente información:



### CONDICIONES LABORES

**Solo entre 1 y 2% del coste de una prenda va a parar a manos del trabajador que la ha confeccionado. Eso significa que, por ejemplo, en el caso de una camiseta de 8 euros, el trabajador solo recibe 16 céntimos. En Bangladesh han muerto más de 1.100 trabajadores de la confección en los últimos 7 años (2006-2013).**

Las condiciones laborales de insalubridad e inseguridad en el sector textil, y la explotación del trabajador y de menores en los procesos de recogida de materia prima y producción son una injusticia social y un atentado contra el bienestar de la humanidad.



### IDENTIDAD CULTURAL

**el 40% de los residuos textiles se exporta a países del Tercer Mundo, principalmente en África.**

La monocultura de la moda se traduce en la uniformización de los mercados y en la invasión de los países en vías de desarrollo con los residuos de los países del Primer Mndo. Todo ello amenaza a la propia industria, así como a las indumentarias tradicionales de los países menos favorecidos.



### QUÍMICA

**El 2,4% del área cultivable del planeta se dedica a los cultivos de algodón, pero en ellos se emplea el 16% del consumo total de insecticidas del planeta. Una sola gota de aldicarb (pesticida muy común en la producción de algodón) absorbida por la piel puede matar a un adulto.**

El uso intensivo de productos químicos en la producción de fibras u tejidos, en la fabricación de las prendas, y también para su mantenimiento, implica una amenaza a la salud. Los afectados no son solo los trabajadores del sector textil, sino también la comunidad que vive cerca de los centros de producción y los consumidores en general.

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

2.2.4 Moda ética para un futuro sostenible Elena Salcedo

### 2.2.4.3 Impactos de las fases del ciclo de vida textil

De acuerdo los diferentes procesos de producción se determina un ciclo de vida textil; desde que este es creado hasta que es desechado. Los impactos presentados anteriormente tienen diferentes efectos, los cuales quedan expresados en el esquema 01. Se concluye que al inicio del proceso se generan mayores impactos ambientales y sociales.

Producción de la fibra	       
Producción del tejido	     
Diseño	 
Producción de la prenda	     
Logística y distribución	 
Uso y mantenimiento	  
Gestión del fin de vida	   

Impactos de las fases del ciclo de vida

Esquema 01: Impactos de las fases del ciclo de vida textil.

Recuperado en: Moda ética para un futuro sostenible. Salcedo, 2014: 31

## 2.2 Marco Teórico: Estadísticos

2.2.5 Identidad de Género

### 2.2.5 Identidad de Género

Un estudio de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) se plantea que Género y sexo son categorías construidas socialmente elaboradas cuyo significado ha evolucionado con el tiempo. *El termino sexo ha sido definido por la OPS como la suma de las características biológicas que define el espectro de los humanos como mujeres y hombres (...) el concepto de sexo ha evolucionado considerablemente, y abarca ahora no solo las características fisiológicas sino también la construcción social de los estereotipos, los prejuicios y las funciones esperadas en función del género, todos los cuales plantean nuevos obstáculos al ejercicio de la igualdad de los derechos económicos, sociales y culturales (OPS, 2011: 7).*

#### 2.2.5.1 Encuesta Casen 2017

En Chile el año 2017 en la encuesta Casen se incorporan las preguntas sobre la orientación sexual e identidad de género a personas mayores de 18 años. Los resultados se aprecian en la tabla 01 y gráfico 17 identificándose menos de un 2% como género transfemenino y transmasculino.

#### T.01. Distribución de las personas según identidad de género, 2017

Identidad de género	Porcentaje
Identidad masculina	45,5
Identidad femenina	51,1
Transgénero*	0,1
Trans femenino**	1,7
Trans masculino***	1,0
Prefiere no responder	0,0
No sabe	0,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>

Tabla 01: Distribución de las personas según identidad de género, 2017.

Recuperado en: Resultados Orientación Sexual e Identidad de Género Casen 2017

#### G.17. Distribución de las personas según identidad de género por tramo de edad, 2017

(Porcentaje, personas de 18 años o más)

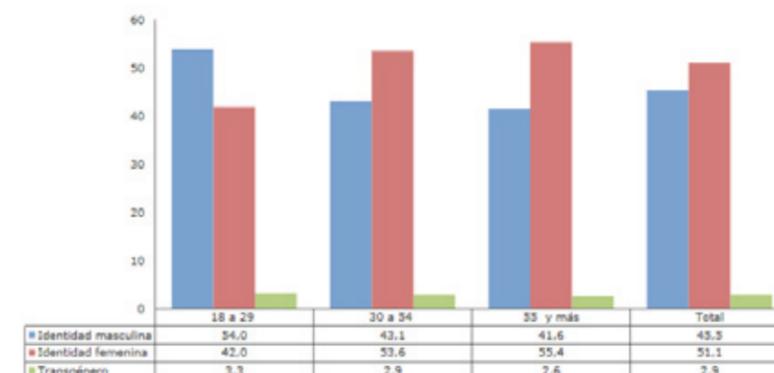


Gráfico 17: Distribución de las personas según identidad de género por tramo de edad, 2017.

Recuperado en: Resultados Orientación Sexual e Identidad de Género Casen 2017

### 2.2.5 Encuesta nacional: jóvenes con orientaciones sexuales e identidades de género diversas

Para el estudio estadísticos sobre la identidad de género se tomaron los datos del Informe Anual de Derechos Humanos publicado por el Movilh en marzo del año 2020.

*La IX Encuesta Nacional de la Juventud, aplicada por el Injuv entre diciembre del 2018 y abril de 2019, arrojó un aumento de las personas que se declaran con sexualidades diversas, así como de quienes dicen ser heterosexuales, disminuyendo quienes no saben o no responden, lo cual significa que hay menos temor para señalar o comentar la orientación sexual, sea cual sea esta.*

*El sondeo destacó muy especialmente por consultar por primera vez sobre identidad de género, mientras que el respaldo al matrimonio igualitario y a la adopción homoparental subieron 10 puntos en relación al sondeo previo efectuado en 2015.*

*El estudio fue aplicado a 9.700 jóvenes de entre 15 y 29 años, siendo su margen de error del +/-1% y su nivel de confianza del 95%.*

*El 90.5% se declaró heterosexual, cifra que en 2015 era del 82.9% y en 2013 del 84%.*

*En tanto, el 7.2% dijo ser parte de las diversidades sexuales o en proceso de exploración, cifra que era del 5.4% en 2015 y del 3% en 2013.*

*Del total de quienes se identifican con las diversidades sexuales, el 2,1% dijo ser homosexual; el 2.4%, bisexual; el 2.1% “en exploración” y el 0,6% se ubicó en “otra categoría”. En 2015 las cifras eran de 2,2; 1,6%, 1,6% y 0%, en forma respectiva. En tanto, en 2013 eran de 2%, 1%, 0% y 0%.*

*Interesante es que ha ido disminuyendo el número de personas que no sabe o no responde: en 2013 era del 12%; en 2015 del 11,3% y en 2019 del 2,3%.*

*Además, el 2.1% señaló tener una identidad de género diversa o, en palabras de la encuesta, un sexo asignado al nacer que “no coincide con la percepción del género”. Los hombres trans, según el sondeo, serían el 0.6% de los jóvenes y las mujeres trans el 0.9%, mientras que el 0.6% se declara transgénero.*

*El estudio también arrojó un aumento del apoyo de los jóvenes a los derechos LGBTI: el 68,5% respalda el matrimonio igualitario y un 60,7% la adopción homoparental. En 2015 los números eran de 58,6% y 50,1%, en forma respectiva. Estas consultas también fueron aplicadas por el Injuv a 1.480 personas adultas de entre 30 y 59 años, siendo el margen de error de +/-2,5% y el nivel de confianza de 95%. En este caso, el 46.7% apoya el matrimonio igualitario y el 33,9% la adopción. (Movilh, 2020: 33)*

A continuación se expone la imagen 19 con las cifras entregadas por la **Encuesta Nacional de la Juventud 2018** sobre la orientación e identidad de género expuestas anteriormente.

I.19: Orientación e identidad

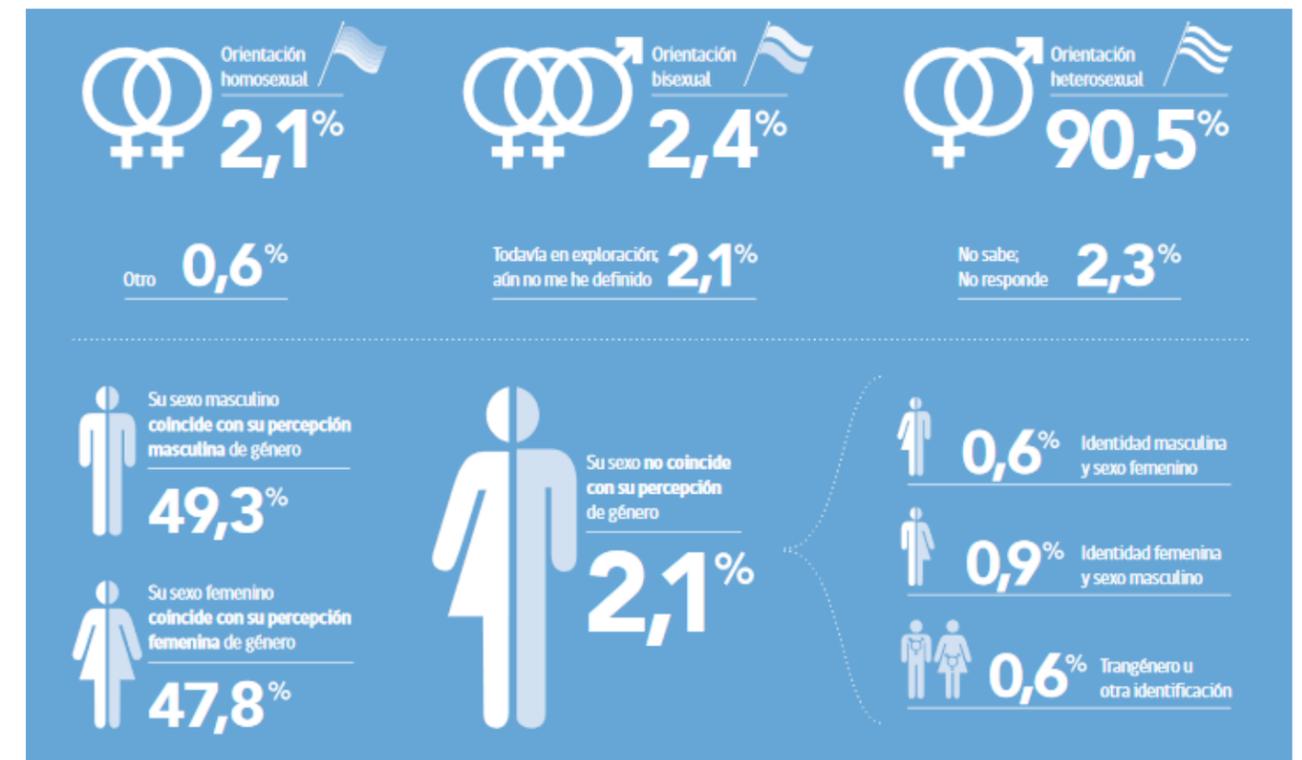


Imagen 19: Orientación e identidad  
Recuperado en: Encuesta nacional de juventud. Injuv (2018: 17)

## 2.3 Complementarios

### 2.3 Marco Teórico: Complementarios

#### 2.3.1 Ley REP

## 2.3.1 Ley REP [ Ley N°20.920 de Responsabilidad Extendida del Productor]

Promulgada el 01 de junio del año 2016 (Diario Oficial, 2016). Ley que obliga a los productores e importadores a gestionar los residuos que generan los productos que son comercializados en Chile. Se han definido una serie de 7 productos, que los que La ley establece como productos prioritarios, debido a su consumo masivo, tamaño, toxicidad, son factibles de valorizar y tienen una experiencia comparada a nivel internacional (Ley REP, 2016).

Los 7 productos prioritarios son los siguientes:

- **Aparatos eléctricos y electrónicos**
- **Pilas**
- **Envases y embalajes**
- **Diarios y revistas**
- **Neumáticos**
- **Baterías**
- **Aceite y lubricantes**

Dentro de los actores relevantes para el funcionamiento de esta ley se consideran:

#### 1) Los productores e importadores:

Deben asegurar que la gestión de sus residuos se maneje de la forma adecuada. Para ello deben tener algún punto de recepción de residuos para sus clientes

2) **Comercializadores:** Con esta ley propicia que los productores y comerciantes sean más responsables con el medio ambiente.

3) **Sistema de gestión:** es el mecanismo de gestión para que los productores den

cumplimiento a la normativa y sus metas. Este sistema puede ser individual o colectivo.

4) **Gestor de residuos:** Es el encargado de manejar los residuos de manera ambientalmente racional aplicando las mejores tecnologías posibles para su gestión y tratamiento.

5) **Municipalidades:** Tienen el fin de educar y facilitar las herramientas para que la comunidad maneje sus residuos. Es este sentido la municipalidad debe otorgar permisos para la instalación de puntos limpios. Además la municipalidad puede celebrar convenios con sistemas de gestión o con recicladores de base

6) **Ciudadanos:** tienen la obligación de organizar los residuos según su tipo. Además de entregar los residuos segregados a algún gesto autorizado o punto de recepción.

(Ley REP, 2016).

Si bien el material textil no está involucrado entre los productos prioritarios que deben gestionarse, se considera que esta ley potencia la reutilización y el reciclaje entre los productores y consumidores que estarán más conscientes sobre sus residuos. Por ende al considerar la Ley REP en cualquier empresa que no sea prioritaria será un beneficio de todas formas.

## 2.3 Marco Teórico: Complementarios

### 2.3.2 Ley de identidad de género

# 2.3.2 Ley de identidad

## de género

### [Ley N° 21.120]

*La Ley 21.120 que Reconoce y da Protección a la Ley de Identidad de Género fue publicada en el Diario Oficial el 10 de diciembre del 2018 y entró en vigencia el 27 de diciembre del 2019.*

*La ley define la identidad de género como “la convicción personal e interna de ser hombre o mujer, tal como la persona se percibe a sí misma, la cual puede corresponder o no con el sexo y nombre verificados en el acta de inscripción del nacimiento”.*

#### **Principios y derechos de la ley:**

- *Garantiza la dignidad en el trato a personas trans.*
- *Prohíbe la discriminación a las personas trans.*
- *Prohíbe tratar a personas como enfermas.*
- *Garantiza la confidencialidad de los datos privados de las personas trans.*
- *Reconoce la autonomía progresiva de los niños, niñas y adolescentes trans.*
- *Respetar el interés superior del niño para reconocer y respetar su identidad de género.*

*(Movilh, 2019)*

Esta ley permite la rectificación de partida de nacimiento sobre el nombre y sexo de las personas mayores de 18 años que requieran el cambio (transexuales). En el caso de los mayores de 14 pueden solicitar el cambio pero a través de representantes legales que avalen su condición. Aquellos menores de 14 años no están incluidos en la ley, pero se generó un programa de acompañamiento para los menores y la familia que requieran orientación sexual.

Con esta ley vigente se abren las posibilidades a la comprensión del género como una construcción social.

# 3.

## Levantamiento de información

A continuación se expone información sobre la moda en la actualidad tanto a nivel nacional como internacional. Esta información es obtenida principalmente de la revista digital Chilena **Galio**. También se realiza una entrevista a **Fernanda Montesi**, diseñadora de modas que realiza upcycling con la metodología slow fashion. Además se expresa la experiencia sobre el taller de **Moda y Crisis** realizado por la Diseñadora **Pía Montalva** (experta en moda) en el mes de junio del 2020. Finalmente se exponen las pasarelas internacionales las cuales debido a la pandemia Covid-19 han cambiado la forma de mostrar sus colecciones en plataformas virtuales; se pone principal atención a las marcas que tienen enfoque sostenible ya sea con **upcycling** o **slow fashion**; también aquellas que tengan enfoques de **género fluido** o **no binario**.

### 3. Levantamiento de Información

3.1.1 Galio: La búsqueda por reescribir la historia contaminante del vestuario César H. Navarro

## 3.1 Galio

Galio es una revista digital chilena que nace el año 2013 la cual difunde y promueve contenido sobre moda, diseño, arte y tendencias de América Latina y el mundo.

Reportajes a fines a la investigación:

### 3.1.1 La búsqueda por reescribir la historia contaminante del vestuario

César H. Navarro 01/2020

¿Cuáles son los efectos negativos que genera la industria de la moda? desde la explotación laboral, contaminación del agua, atmosférica, química y otros, es como afecta la moda finalmente a todo el entorno. A través de este reportaje se vislumbra la problemática a nivel mundial.

**La industria de la moda es la responsable de casi el 10% de todos los gases invernadero, lo que la convierte en la segunda más contaminante después de la del plástico** (H. Navarro, 2020). Muy poca gente conoce la realidad que conlleva la producción y venta del vestuario que trae puesto del cual solo seremos parte de su vida útil un porcentaje muy mínimo comparado al total de años que tardará en degradarse: 200 (H. Navarro, 2020). Transparentar las cifras que se esconden tras este mercado es un paso para cambiar la mentalidad de los consumidores.

Para la realización de una polera se parte desde la producción de algodón. La demanda de algodón crece sin parar y su producción debe ser cada vez más eficiente, por lo que los cultivos son rociados con químicos que afectan al ambiente, los trabajadores y comunidades cercanas. El estudio Trapos Sucios de Greenpeace, comprobó que las

plantaciones para textiles utilizan el 24% de todos los insecticidas y el 11% de todos los pesticidas en el mundo (H. Navarro, 2020). Además cabe considerar el desarrollo del material, desde el hilado, teñido y estampado por el que pasa la tela, proceso en el cual se gastan muchos litros de agua. Una vestimenta puede sumar hasta 15.000 litros de agua (15 bañeras de mil litros). Las zapatillas de deporte necesitan 4.400 litros; un pantalón vaquero de algodón, 3.000 litros; una camisa de fibra sintética, 1.000 litros y una camiseta de algodón requiere 1.200 litros (Medina, 2013).

Aparte se debe considerar todo el trabajo de manufactura donde se denuncia alto maltrato por parte de los empleadores. Según Carry Somers Cofundadora del movimiento global Fashion Revolution *“Muchas mujeres son obligadas a trabajar, tienen bajos salarios, sufren amenaza de violencia, hay trabajo infantil en las plantas de algodón, condiciones de servidumbre en las fábricas de ropa”* (Farfán, 2020).

Una vez que las prendas están listas para ser vendidas deben recorrer mucho kilómetros. Este modelo involucra miles de kilómetros en traslado terrestre y marítimo, cantidades enormes de energía y millones de puestos de trabajo. Según el informe Global Fashion Index, el consumo anual de ropa por hogar es el equivalente a manejar 6.000 autos. Es decir, 1.5 toneladas de CO<sub>2</sub> (H. Navarro, 2020).

### 3. Levantamiento de Información

3.1.1 Galio: La búsqueda por reescribir la historia contaminante del vestuario César H. Navarro

## El rol de los consumidores

*“Desde hace algunos años ha tomado cada vez más fuerza el “slow fashion”, movimiento que aboga por cuestionar y ser conscientes de nuestras prácticas de compra, cuidado y desecho de vestuario. Se impulsa el comprar cosas hechas localmente porque, al reducir el transporte, la huella de carbono es menor, además de elegir prendas de mayor calidad y versatilidad para alargar su vida útil, junto con el reparar y reutilizar siempre que sea posible, para aminorar el impacto del desecho.*

*Es importante que las personas no solo se preocupen por el precio. Sostenemos que todos pueden ser activistas y hacerse responsables. Presionar para que las empresas cambien, ya que un cambio del modelo necesita metas a corto, mediano y largo plazo. Que estas se cumplan, depende de la atención que pongamos en ello”, asegura Pablo Galaz, director ejecutivo de Fashion Revolution.*

*La moda, y sobre todo la del slow fashion, puede convertirse en un agente de cambio social. Una industria que emplea a 75 millones de personas en el mundo, de las cuales 75% son mujeres, tiene mucho que hacer por mejorar las condiciones laborales, involucrar a las comunidades y sus identidades, la revalorización de materias primas dejadas de lado y finalmente dar una vida digna hacia todo lo que hay detrás”* (H. Navarro, 2020).

---

Greenpeace. (2011). Un estudio de Greenpeace encuentra sustancias peligrosas en ropa de 14 conocidas marcas internacionales. <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/news/2011/August/Un-estudio-de-Greenpeace-encuentra-sustancias-toxicas-en-ropa-de-14-conocidas-marcas-internacionales/>

Medina, A. (2013). ¿Qué cantidad de agua hace falta para fabricar ropa? Expansión.com. <https://www.expansion.com/2013/04/25/empresas/distribucion/1366907722.html>

Farfán, C. G. (2020, 11 marzo). Carry Somers en Chile: la mayor activista de la moda en el mundo exige transparencia laboral y ambiental a las empresas. País Circular. <https://www.paiscircular.cl/consumo-y-produccion/carry-somers-en-chile-la-mayor-activista-de-la-moda-en-el-mundo-exige-transparencia-laboral-y-ambiental-a-las-empresas/>

### 3. Levantamiento de Información

3.1.2 El costo oculto de la ropa usada. César H. Navarro

#### 3.1.2 El costo oculto de la ropa usada

César H. Navarro 02/2020

Se considera que la ropa usada es en parte una solución a las problemáticas de la industria de la moda, pero un estudio comprobó que de los 4.3 millones de toneladas de ropa usada que se exportan desde las grandes potencias, apenas el 30% sirve para volver a ser usado (H. Navarro, 2020). ¿Qué ocurre con aquella que no sirve?

El comercio de la ropa usada crece año a año, principalmente en latinoamérica donde se importan grandes cantidades de fardos provenientes de EE.UU y Europa. Chile es uno de los principales países en importar ropa usada, **61 millones de dólares en prendas son traídos solo desde EE.UU.** No es exagerado decir que *al hablar de ropa americana, estamos hablando de parte de la idiosincrasia chilena* (H. Navarro, 2020).

Los puertos del norte de Chile son uno de los principales destinos para los fardos, ya que a través de ellos se revende a otros países del cono sur. En esta zona existe una altísima contaminación de CO2 cuando queman la ropa que no logra ser vendida. Además al cruzar la aduana, el SAG les aplica un desinfectante que al estar al contacto con el suelo contamina las napas subterráneas. Aquí hay una contaminación hacia arriba y hacia abajo, además de una contaminación visual porque hay ropa por todos lados”, explicó al medio Doble Espacio, Franklin Zepeda, ingeniero y creador de Ecofibra Alto Hospicio, iniciativa que busca frenar este tipo de contaminación.

*La perla del norte es un buen ejemplo local. En la Zona Franca de Iquique (Zofri) se importan alrededor de 29 mil toneladas cada año, y cerca del 80% de estas prendas terminan desechadas en el desierto al no lograr ser vendidas. La falta de un plan para el tratamiento de textiles, provoca que finalmente estas sean arrojadas en espacios ilegales. O, peor aún, muchas veces son quemadas para liberar espacio (H. Navarro, 2020).*

A nivel mundial la ropa usada genera varios problemas sanitarios; tanto así que países como Bolivia y México dejaron de importar fardos. “Este comercio es una cruel ilustración de las desigualdades e injusticias de la globalización. El comercio de ropa usada puede caracterizarse como una consecuencia del insaciable apetito de los países ricos por los artículos baratos, lo cual ha conducido a una caída en los salarios en la industria de ropa”, asegura Kate MacKlean, de la Universidad de Birbeck (H. Navarro, 2020).

*Una solución plantea tomar lo bueno de ambos lados: la economía circular local. Posicionar a la ropa usada como un elemento fundamental para el mercado y el ambiente, pero desde una perspectiva interna; sin pasar la responsabilidad de los desechos a otros. Trabajar en dar una nueva vida a las prendas hechas o compradas en el territorio, no en las que vienen desde afuera. Así, el ciclo de producción, desecho y reutilización se restringe a un espacio determinado (H. Navarro, 2020).*

### 3. Levantamiento de Información

3.1.3 Y.a.n.g Confeccionando el futuro desde la reutilización. Joaquín Vergara

#### 3.1.3 Y.a.n.g Confeccionando el futuro desde la reutilización

Joaquín Vergara 03/2019

Entrevista realizada por la revista Galio a Francisca Gajardo la diseñadora detrás de la marca Y.A.N.G (You Are The Next Generation). A través de esta entrevista Y.A.N.G expresa las causas que motivaron a realizar ropa **upcycling** y cómo trabaja los materiales.

*La moda sustentable fue el punto de reconciliación entre Francisca y su profesión. No convencida con los métodos tradicionales de confección que aprendió cuando estudió diseño de vestuario, incursionó en el upcycling, técnica que consiste en aprovechar los residuos o materiales en desuso para crear una nueva prenda con mayor valor (Vergara, 2019).*

Proveniente de Iquique, *creció cachureando ropa en las ferias de Alto Hospicio junto a su tía, siendo este pasatiempo el puntapié inicial*

*para confeccionar ropa* (Vergara, 2019). De esta zona es donde consigue principalmente su materia prima.

En la entrevista Y.A.N.G plantea la forma para desempeñar su trabajo, el cual ha ido perfeccionando hasta llegar a la reutilización casi completa de los materiales que encuentra. Para la diseñadora es muy importante no generar residuos en su proceso.

*Me enfrenté a problemas de técnica que he ido mejorando. Ahora, por cada prenda que reciclo se utiliza entre el 97 o 100% de ella, y hay muy poco residuo por diseño. Es algo muy reconfortante saber que estoy haciendo las cosas bien. (Vergara, 2019).*

En cuanto a su estilo lo define como futurista color pop, enfocado principalmente en mujeres con actitud, que tienen presencia en instagram.

Entrevista completa Vergara, J. (2019, 20 marzo). Y.A.N.G: confeccionando el futuro desde la reutilización. Galio. <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

Imagen 20: Y.A.N.G. (2017). Yang [Fotografía].

Recuperada: <https://www.quintatrends.com/2017/10/yang-ropa-consciente-para-nueva-generacion.html>.

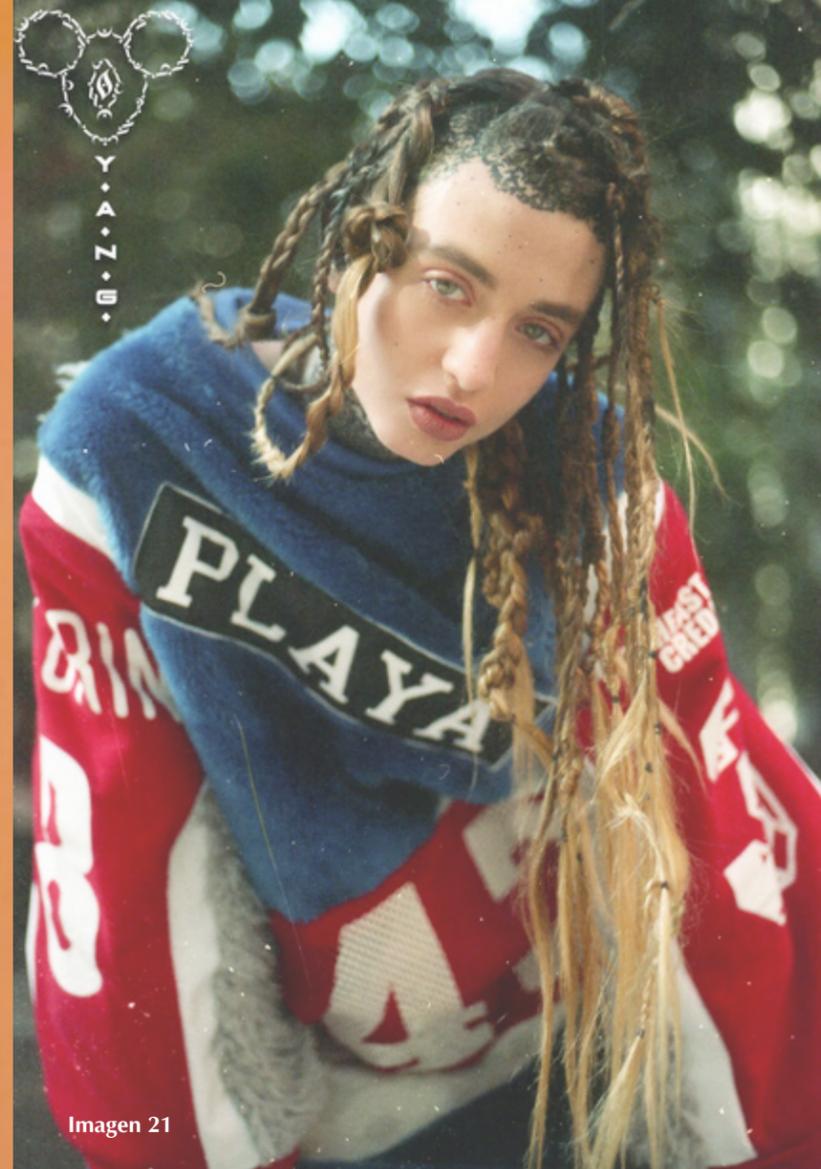
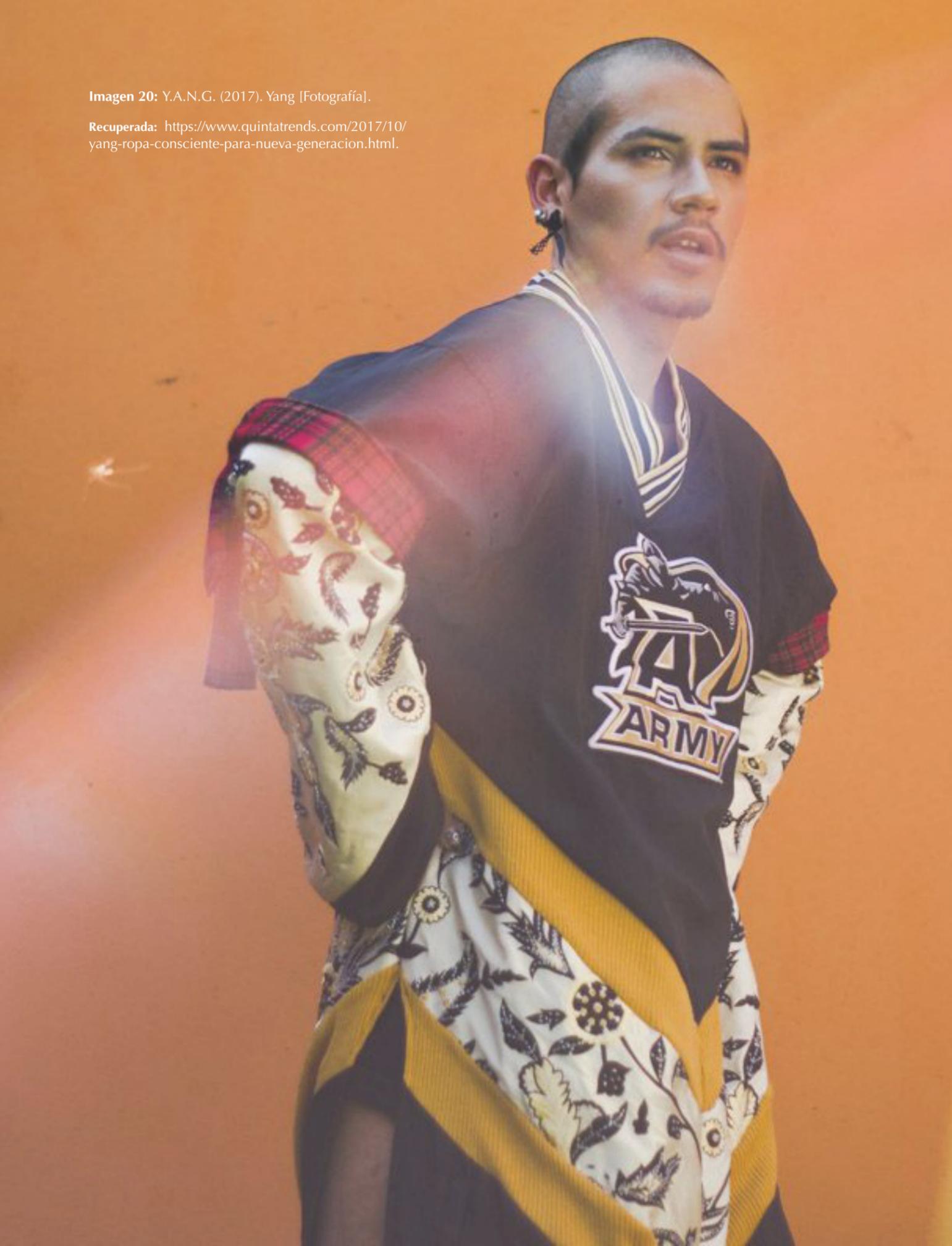


Imagen 21



Imagen 22

Imagen 21 y 22: Saveedra, C. (2020) Y.A.N.G: confeccionando el futuro desde la reutilización. [Fotografía].

Recuperadas:  
<https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.2 Entrevista a Experto: Baquelita

## 3.2 Entrevista a experto: Baquelita

Entrevista realizada el mes de julio del 2020 a Fernanda Montesi, diseñadora chilena. Montesi, a través de su marca, muestra un trabajo compuesto por prendas elaboradas a partir de piezas usadas de distinta procedencia que son seleccionadas para luego ser reconstruidas, modificadas y resignificadas. Mediante esta entrevista se permite conocer más profundamente sobre su trabajo y las motivaciones que llevaron a formar Baquelita.

*Todos tenemos moda, la compramos, heredamos o hacemos. Es por ahí cuando nace mi interés* (Montesi, 2020) De esta forma inicia su entrevista donde explica que comenzó su taller el año 2017, pero desde el 2012 viene incursionando en el rescate de telas. Baquelita se diferencia de su marca anterior por especializarse en el rescate de prendas. *Ver que es lo que puedo hacer con las prendas que voy a rescatar es una oportunidad de ejercer la creatividad* (Montesi, 2020). Con esa afirmación Fernanda plantea lo interesante de rescatar prendas.

Las prendas que rescata luego las transforma. El tiempo que demora este proceso depende de la modificación aunque en promedio tarda entre 4 o 5 horas por prenda. Dentro de sus métodos productivos, el que más utiliza es el de desteñir y teñir las telas explica: *Mi trabajo es muy sutil, porque finalmente saco una prenda nueva donde sólo un ojo muy clínico podría identificar que viene del rescate de prendas* (Montesi, 2020).

Tiene una opinión negativa sobre el fast fashion. Considera que las grandes marcas no van a cambiar a menos que los usuarios cambien su forma de consumir. Ella con su marca declara ser lo más coherente en cuanto a su pensamiento con el proceso creativo, el cual pasa desde el buen trato con los clientes hasta el trato con sus trabajadores donde ejerce el comercio justo. Considera que hace un tiempo la gente está interesada en estas nuevas formas productivas, pero no asegura que esto perdure en el tiempo.

Su opinión sobre la industria textil Chilena es que esta no existe y los materiales que llegan al país son de mala calidad o muy costosos; por lo mismo empezó a trabajar con el rescate de prendas para obtener buena calidad en sus productos. Además respecto al diseño de vestuario en Chile, recalca que las escuelas están muy centradas en el marketing antes que en enseñar sobre el oficio.

Como recomendación a este tipo de producción declara: ***Si tú tienes algo que decir es tuyo, es real, es propio y eso es lo que te tiene que importar. Lo bueno de trabajar en esto es que tu insumo habla mucho, entonces solo tienes que buscar qué cosas te llaman la atención y qué quieres hacer. Tu herramienta de trabajo más importante eres tú y tu historia. Aprender a depurar el gusto desde todas las aristas para que eso quede reflejado en tu trabajo*** (Montesi, 2020).

Entrevista completa Anexada al final del informe



Imagen 23



Imagen 24



Imagen 25



Imagen 26

Imagen 23, 24, 25 y 26: Prendas Baquelita [Fotografía]. Recuperadas: <https://www.instagram.com/baquelita/>

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.3 Taller Moda y Crisis. Pía Montalva

Pía Montalva (Santiago de Chile 1960). Diseñadora de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Magíster Artium en Historia por la Universidad de Santiago y Doctora en Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Chile. Especialista en historia de la indumentaria y la moda, ha publicado diversos artículos en revistas académicas y de difusión general. (Editorial Catalonia)

## 3.3 Taller Moda y Crisis Pía Montalva

Taller Moda y crisis realizado en el mes de junio y julio. Es un círculo de lectura en el cual los y las participantes comentan sobre los textos facilitados por Pía Montalva. Esta vez el taller fue impartido vía virtual por la plataforma zoom con una participación de 10 personas, principalmente mujeres; las cuales varían de estudiantes a profesionales de diferentes áreas. A través de este grupo diverso se expresaban las ideas con respecto al tema de moda y crisis.

En este círculo de lectura se compartieron ideas sobre el feminismo, política del cuerpo, crisis a nivel mundial y local; además de economía y pensamientos diversos sobre el tipo de vida actual que se está generando por la pandemia Covid-19. A través de este espacio se facilitó información e instruyó en temas relacionados a la moda, etapa primordial para el desarrollo de la investigación.

Los textos leídos para este taller fueron Historia de la moda siglo XX de (Gertrud Lehnert), Historia política del pantalón (Christine Bard), Morir un Poco: Moda y Sociedad en Chile 1960-1976 (Pía Montalva), Arte y contra



Imagen 27: Pía Montalva [Fotografía].  
Recuperado: <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/pia-montalva-lo-femenino-rasgos-los-los-hombres-renunciado/550227>



Imagen 28: Moda y Crisis [Fotografía].  
Recuperadas: [https://www.instagram.com/thinking\\_\\_fashion/](https://www.instagram.com/thinking__fashion/)

costura de: Genios pobres en el museo de arte moderno de Buenos Aires (Daniela Lucena) y En el subibaja. Emprendedores y empresas en la producción de indumentaria, textiles y su diseño en Argentina (Paula Miguel).

La mayoría de los textos están referenciados en la investigación. Para mayor profundización sobre el análisis de los textos dirigirse al capítulo 2.1 (Marco teórico: Conceptuales).

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.4 Conversaciones Fundamentales

## 3.4 Conversaciones Fundamentales: Pandemias, democracias y feminismos

Actividad organizada por la Vicerrectoría de Extensión y Comunicaciones de la Universidad de Chile. Las participantes Emilia Schneider, presidenta de la Fech; Faride Zerán, Vicerrectora de Extensión y Comunicaciones; y Judith Butler, filósofa y teórica feminista. Exponen su pensamiento sobre la pandemia, las democracias y el feminismo que se está viviendo en el año 2020 bajo el contexto de crisis sanitaria mundial por el Covid-19.

Las ideas fundamentales del conservatorio tratan sobre los derechos fundamentales básicos como la educación, la salud, crisis climática y sobre las libertades de expresión de las minorías raciales y de género. Derechos que bajo el sistema neoliberal no están asegurados para todas las personas. Critican que en el sistema actual *la idea de que todas las vidas importan* se opone a un sistema que rige con una métrica discriminatoria, la cual ejerce violencia sobre algunos cuerpos. Por ende declaran que hay vidas que valen más que otras.

Plantean que bajo este escenario son importante las alianzas y las comunidades de cuidados, ideas que nacen desde el feminismo, disidencias y minorías.

Revisar el conversatorio completo en: <https://www.youtube.com/watch?v=zeaVh1EC2fQ>



Imagen 29: Afiche de Conversaciones fundamentales  
Recuperado: <https://www.facebook.com/uchile/videos/292708901837445/>

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.5 Pasarelas Internacionales

**Imagen 30:** London Fashion Week [Fotografía].

**Recuperadas:** <https://londonfashionweek.co.uk/schedule/86/london-fashion-week-digital-day-three>



## 3.5 Pasarelas Internacionales

### 3.5.1 London Fashion Week 12 - 14 June 2020

Debido al Covid-19 presente el año 2020 la pasarela internacional London Fashion Week se realizó entre el 12 y 14 de junio 2020 de forma digital. A través de esta plataforma digital se encuentran marcas y diseñadores que muestran sus colecciones mediante lookbook digitales, videos de la marca, sesiones de preguntas y respuestas; y podcast. Todo el material depende de lo que los diseñadores pudieron producir durante el aislamiento.

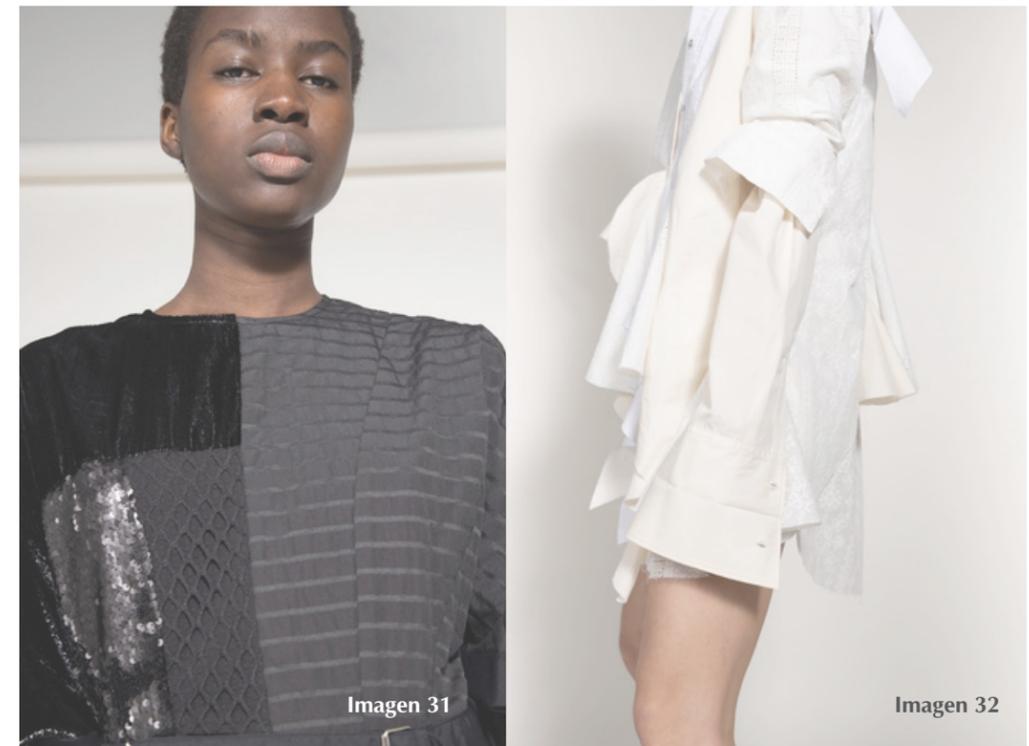
En la revista Vogue publicaron que la Semana de la Moda de Londres fue independiente de género, lo que permitió la participación de las marcas de ropa masculina, femenina y sin género. (Yotka, 2020) este enfoque de género neutro es realizado por primera vez en sus casi 40 años de historia (Schild, 2020).

Caroline Rush, directora ejecutiva del British Fashion Council, en un comunicado a la revista Vogue sobre London Fashion Week dijo: *“al crear una plataforma cultural para la semana de la moda, estamos adaptando la innovación digital para satisfacer mejor nuestras necesidades de hoy y algo sobre lo que construir como muestra global para el futuro (...) Rush también dijo: “Es esencial mirar hacia el futuro y la oportunidad de cambiar, colaborar e innovar. Muchas de nuestras empresas siempre han adoptado la Semana de la Moda de Londres como una plataforma no solo para la moda, sino también por su influencia en la sociedad, la identidad y la cultura. La pandemia actual nos está llevando a todos a reflexionar de manera más conmovedora sobre la sociedad en la que vivimos y cómo queremos vivir nuestras vidas y construir negocios cuando superemos esto. Esperamos que la otra cara de esta crisis sea la sostenibilidad, la creatividad y el producto que valoras, respetas y aprecias”.* (Yotka, 2020)

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.5 Pasarelas Internacionales

A continuación se presentan imágenes de la exposición de la marca Marques'Almeida en London Fashion Week del 12 de junio. En la cual presentó fotografías de los diferentes vestuarios. Por otro lado expuso un video de su proceso productivo con enfoque Upcycling.



**Imagen 31 y 32:** Colección Marques'Almeida [Fotografía].

**Imagen 33:** Captura de video proceso productivo Marques'Almeida

**Recuperadas:** <https://londonfashionweek.co.uk/designers/marquesalmeida>

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.5 Pasarelas Internacionales

#### 3.4.2 Milano Digital Fashion Week 14 - 17 July 2020

La semana de la moda en Milán fue realizada de forma digital entre el 14 y el 17 julio del año 2020. Esta medida fue tomada por la pandemia Covid-19. En la plataforma virtual se presentó contenido muy variado: videos, podcast, lookbook y showroom donde cada marca decidió qué mensaje entregar.

Capasa presidente de la Camera della Moda dijo a la revista Vogue: *Todos pueden decidir su propio mensaje. La ventaja es que en un mundo digital, eres completamente libre. Encuentra tu forma de expresión. Les dijimos a todos: Tienen de un minuto a 15 minutos y ustedes deciden lo que quieren mostrar (..) una película de moda, una entrevista o un lookbook más tradicional* (Yotka, 2020). En esta versión participaron reconocidas marcas tales como: Versace, Prada, Moschino, Gucci y Dolce Gabbana.

Gucci para esta semana de la moda presentó una colección dedicada tanto para hombres como para mujeres. Las imágenes 30, 31 y 32 son capturas de la pasarela virtual de Gucci, en las cuales se muestran tres modelos con un enfoque del género fluido.



Imagen 34



Imagen 35



Imagen 36

Imagen 34, 35 y 36: Colección Gucci, Captura de la pasarela virtual Milano Fashion Week [Fotografía].

Recuperadas: <https://milanofashionweek.cameramoda.it/en/brands/gucci-runway/>

### 3. Levantamiento de Información

#### 3.5 Pasarelas Internacionales

#### 3.4.3 Tendencia Overol, Louis Vuitton, Temporada Otoño invierno 2020

En la pasarela otoño invierno 2020 de Louis Vuitton. La distinguida marca presentó un look de overol.

Esta tendencia se ve en varias marcas de ropa. Debido a la pandemia la ropa utilitaria se ha vuelto una respuesta a las nuevas necesidades.

*“El famoso mameluco o mono es una prenda holgada que se suele utilizar para varios trabajos como protector de ropa que cubre todo el cuerpo, excepto la cabeza, las manos y los pies. Esta prenda también conocida como overol se impone como tendencia para el street style. (Nosotros, 2020).*



Imagen 37: Colección Louis Vuitton, Captura de la pasarela Louis Vuitton, pasarela otoño invierno 2020 [Fotografía].

Recuperadas: <https://nosotros.ellitoral.com/analisis-de-tendencias-de-invierno-de-la-mano-de-louis-vuitton/moda-estilo>

### 3. Levantamiento de Información

3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

## 3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

### 3.7.1 Encuesta:

Se desarrolló una encuesta de 30 preguntas el mes de febrero del año 2021. Esta permitió identificar datos afines a la investigación. La encuesta se dividió en tres partes: la primera parte (preguntas de la 1 a la 9) se enfocaron en las características del usuario y los hábitos de consumo de ropa. La segunda parte (preguntas de la 10 a la 26) se enfocó en las características de la elegancia. La tercera parte (preguntas de la 27 a la 30) estuvo dirigida al enfoque de género.

### 3.7.2 Análisis de resultados:

Se analizaron los datos de 44 personas pertenecientes al grupo “joven/adulto” de la población chilena, específicamente en el rango de edad 20 a 35 años. Donde se determinó que 20 de ellos fuesen mujeres y 20 hombres, además de 4 personas pertenecientes a la disidencia sexual.

A través de la encuesta realizada se vislumbran los atributos y colores relacionados a la elegancia y lo femenino. Además la encuesta entrega datos sobre los hábitos y el perfil de usuario que se aplicará al desarrollo del proyecto.

Para desarrollar las ideas conceptuales de lo elegante y femenino. Se recurre a la literatura estudiada, en donde se obtienen diferentes características de estos conceptos los cuales se dispusieron a los encuestados para que ellos fuesen los que definieran ¿qué es lo elegante?; ¿qué es lo femenino?. En cuanto a los atributos conceptuales de la elegancia se define como: sencillo, lujoso y complejo (revisar gráfico 20); En cambio lo femenino se define como: Sensible, creativo y autónomo (revisar gráfico 25).

A través de los gráficos 23 y 24. Se determina por los usuarios que las prendas trabajadas de manera responsable con el medio ambiente y de forma artesanal son elegantes.

Además se define que las materialidad textil más elegantes consideradas por los encuestados es el algodón y el lino (gráfico 21). Para saber sobre las demás materialidades consultadas revisar la encuesta anexada al final del informe.

Dentro de las preferencias de colores en relación a lo que los usuarios consideran elegante se encuentra la paleta de color negro y burdeo (revisar gráfico 22)

Mientras que las preferencias de colores en relación a lo femenino se encuentran en las tonalidades pasteles (revisar gráfico 26).

Por último los encuestados determinan de gran importancia la resignificación de los géneros. Revisar el gráfico 27.

A continuación se presentan los resultados pertinentes de la encuesta utilizados para el desarrollo de una “Nueva Elegancia”. La encuesta con sus resultados completos se encuentra anexada al final del informe.

### 3. Levantamiento de Información

3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

### G. 18: Edad

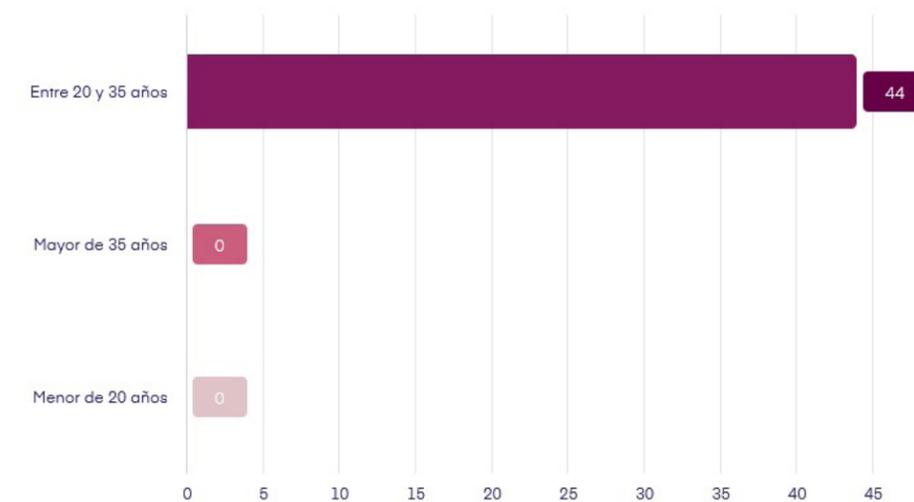


Gráfico 18: Tramo de edad encuestados .  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

### G. 19: Género con el que te identificas

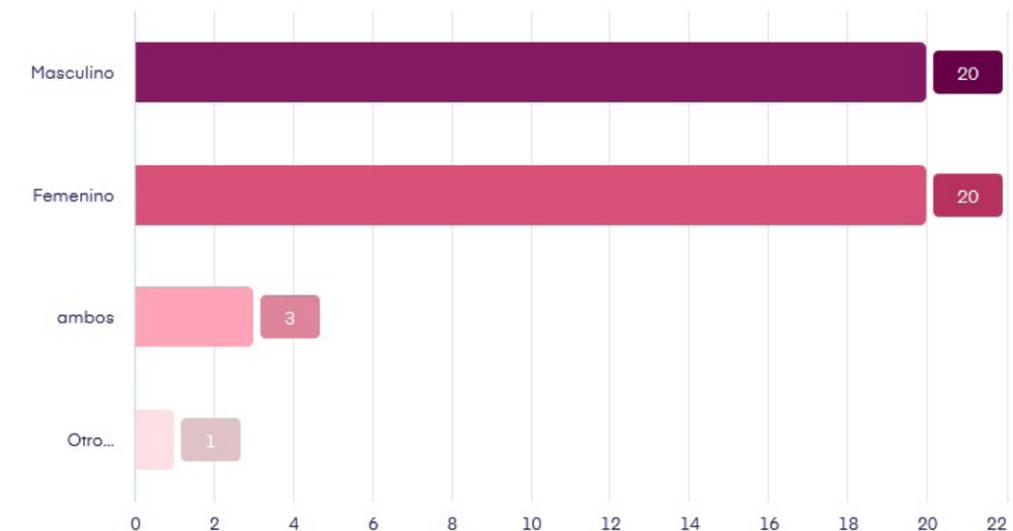


Gráfico 19: Género de los encuestados  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

### 3. Levantamiento de Información

3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

#### G. 20: La elegancia para ti es:

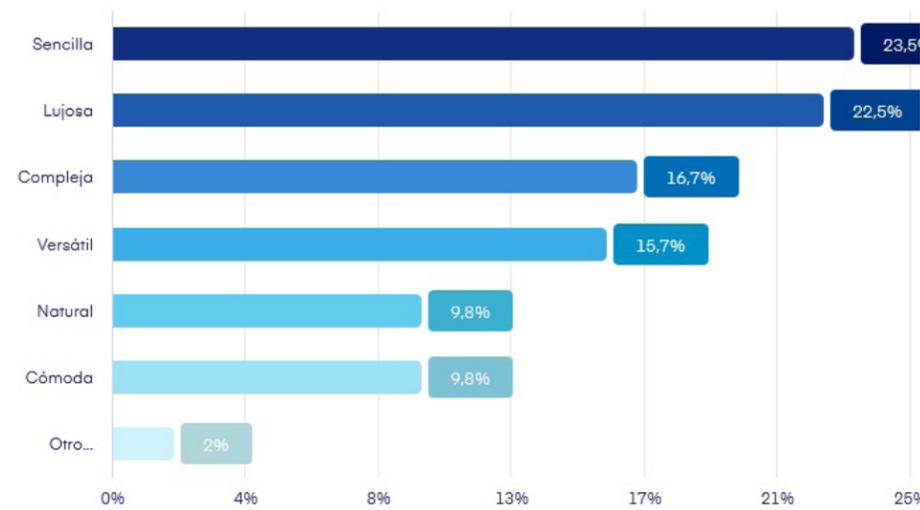


Gráfico 20: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

### 3. Levantamiento de Información

3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

#### G. 22: Elige la paleta de color que consideres más elegante

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
	19	43,2%
	18	40,9%
	6	13,6%
	1	2,3%
	0	0%
	0	0%

Gráfico 22: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

#### G. 21: En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees son las telas de origen natural (ej.: algodón y lino)?

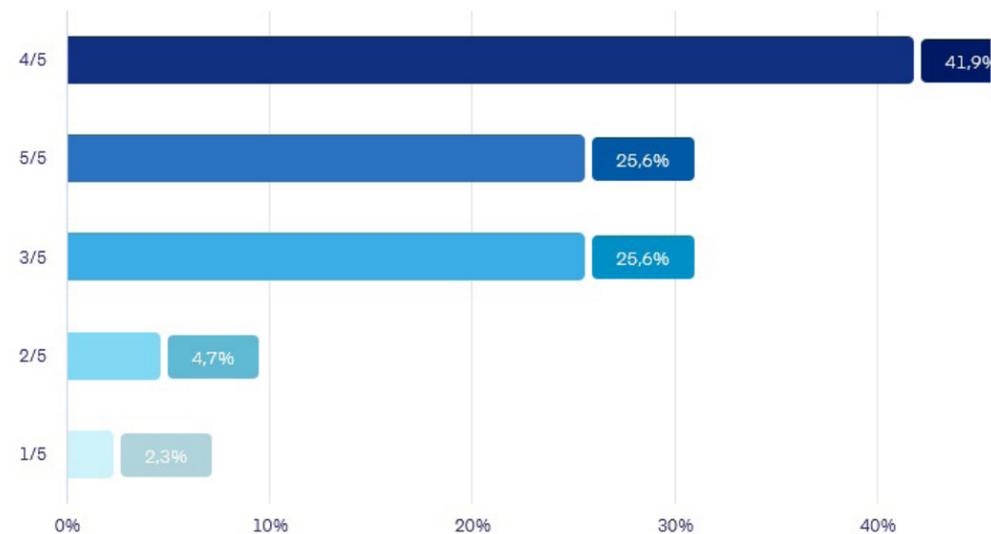


Gráfico 21: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

#### G. 23: ¿En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las prendas realizadas de forma responsable con el medio ambiente?

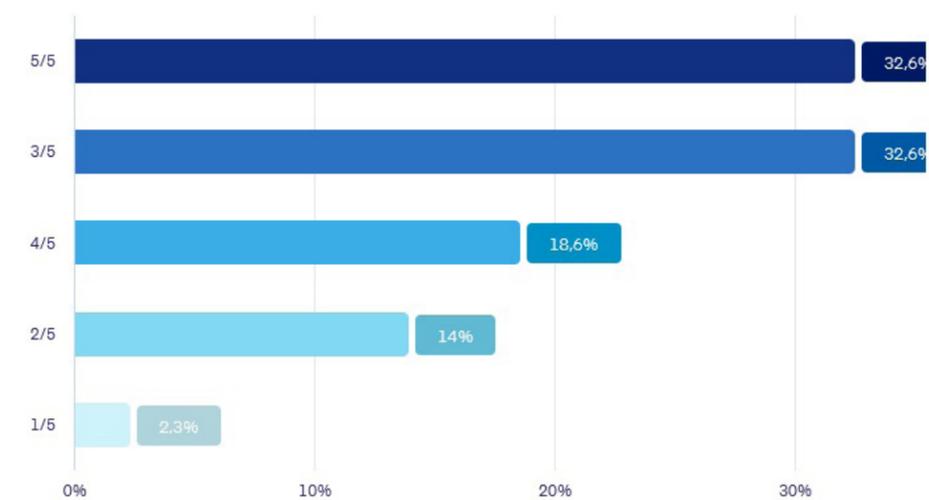
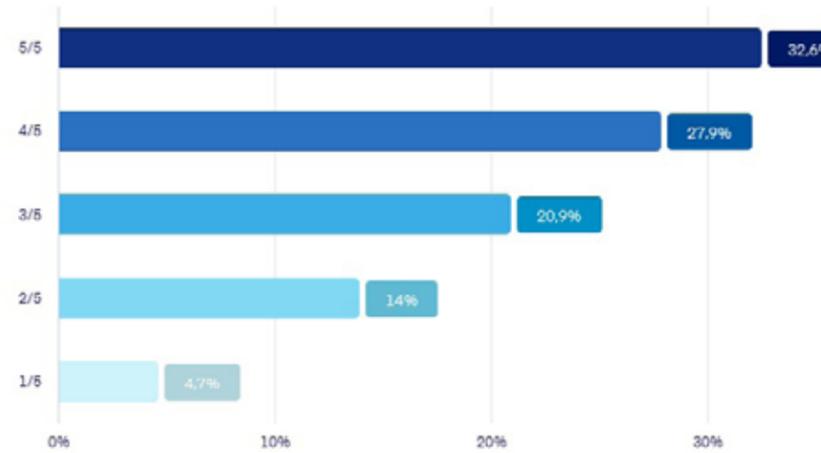


Gráfico 23: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveio.com>

### 3. Levantamiento de Información

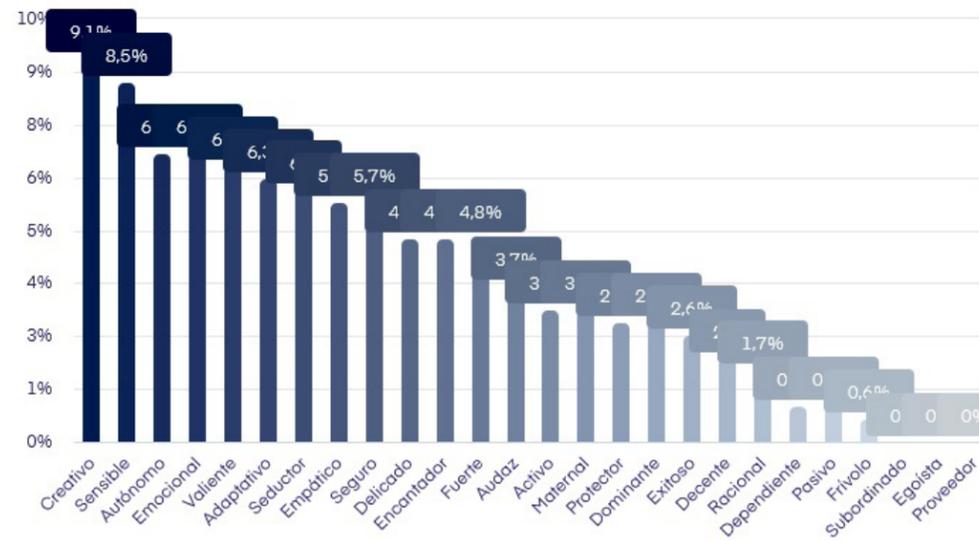
3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

**G. 24:** ¿En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las prendas realizadas con manufactura artesanal?



**Gráfico 24:** Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveo.com>

**G. 25:** Atributos femeninos:

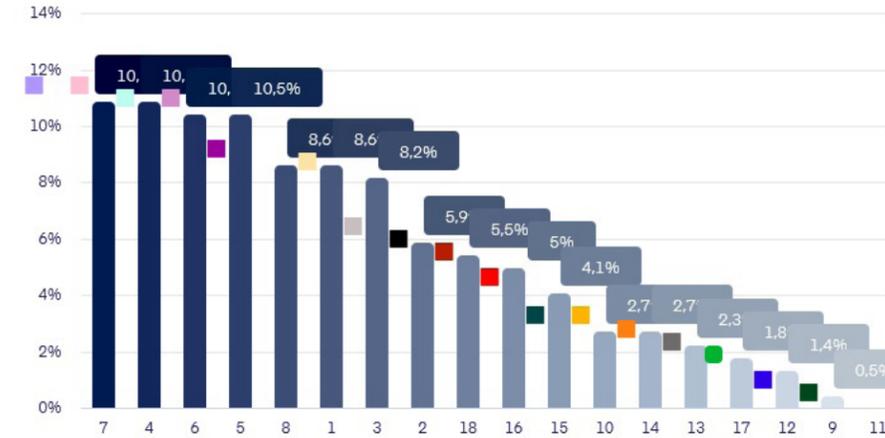


**Gráfico 25:** Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveo.com>

### 3. Levantamiento de Información

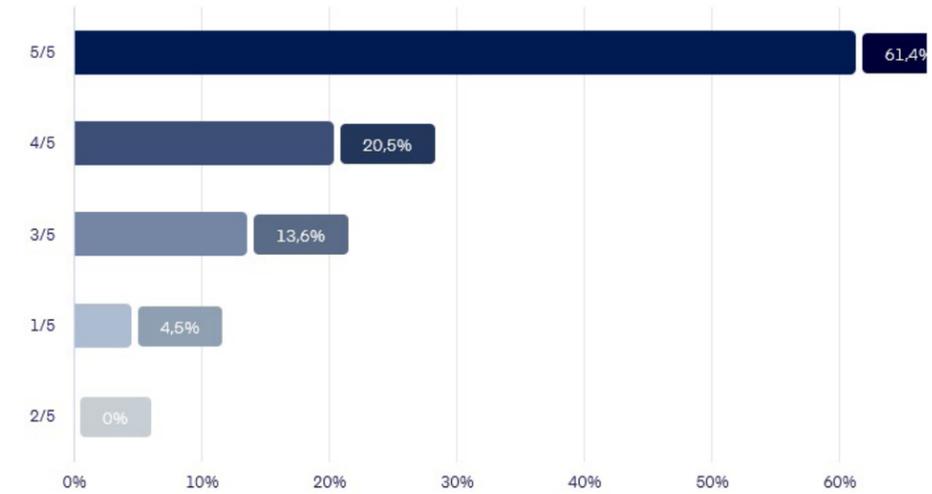
3.6 Encuesta sobre moda, elegancia y feminidad

**G. 26:** Elige 5 colores que consideres femeninos?



**Gráfico 26:** Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveo.com>

**G. 27:** En una escala de 1 al 5 que tan importante crees que es la resignificación de género.



**Gráfico 27:** Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.surveo.com>

# 4. Análisis de información

## 4.1 Supuestos y Limitaciones

### 4.1.1 Supuestos

La moda se presenta como un lenguaje que permite identificar las características de cada época de acuerdo a los contextos sociopolíticos, culturales y al mismo tiempo aquellos subjetivos .

La moda es una herramienta que propicia cambios en la sociedad y las personas.

La redefinición de estilo y elegancia ligados a los métodos productivos establece nuevos escenarios de belleza que no están relacionados directamente con el cuerpo. Sino que con los materiales y formas de construcción que se proponen en esta nueva elegancia.

La redefinición de los género en la moda constituyen un avance para el entendimiento de las conceptualizaciones de lo masculino y lo femenino que plantea un sector de la juventud chilena e internacional.

Los movimientos sociales impulsados por un sector de la juventud chilena e internacional necesitan representación en objetos y artefactos para instalarlos en la cultura.

El reciclaje es un valor fundamental y al mismo tiempo una metodología importante para la creación de los nuevos objetos amigables con el medio ambiente.

El diseño se presenta como herramienta para otorgar valor y dignidad a los objetos. Los sitúa en un contexto histórico determinado y crea una funcionalidad adecuada para sus usos.

El Slow fashion es una metodología que combate las problemáticas de la industria de la moda, ya que es crítico con la producción frenética del vestuario.

### 4.1.2 Limitaciones

La recolección de las prendas a reciclar será dentro del territorio chileno. Principalmente proveniente de ferias libres y donaciones convenidas.

Las prendas generadas deben estar construidas con la metodología Upcycling.

El Upcycling debe responder a la metodología del Slow Fashion y a sus 5 conceptos clave de equidad, localidad, autenticidad, exclusividad y funcionalidad.

Se definirán las cantidad de looks con un mínimo de 3 y un máximo de 5.

Las prendas deben ser versátiles y combinables entre sí.

La elegancia es un concepto que no está relacionado con el aspecto físico/estético de la persona, sino que con la prenda, sus materiales y sus formas constructivas.

Las prendas serán diseñadas para un sector de la juventud chilena, principalmente para aquellos que no se sienten identificados con un género en particular (no binaria) y que deseen experimentar los atributos de lo femenino y que el mercado no les provee de estos productos. Por otro lado también para aquellos que solo quieren endosar una prenda no binaria para estar en sintonía con un movimiento social actual.

## 4.2

### Variables de Análisis

11. T.02: Tabla de variables de análisis

Criterio		Dependiente	Independiente	Interviniente	Contextual
1. Obtención de las prendas usadas	<b>Ferias libres de Chile</b>	El proyecto depende de las ferias libres para obtener la materia prima			Puede ser de cualquier feria del territorio nacional.
	<b>Donaciones convenidas</b>		Sólo para casos puntuales se recurrirá a las donaciones		
2. Elección de las prendas usadas	<b>Buen estado de la prenda</b>			Factor fundamental para asegurar que la calidad de la prenda a confeccionar sea óptima.	
	<b>Costo prenda usada</b>			El valor monetario de la prenda usada no debe superar los \$8000 (CLP)	
	<b>Tipo de fibra</b>		Deben ser fibras orgánicas o sintéticas.		
3. Confección de las nuevas prendas	<b>Higienización de las prendas encontradas</b>	Con este proceso se garantiza la calidad de la prenda a confeccionar			
	<b>Corte y confección</b>			La prenda elegida se puede usar como paño, por piezas, retazos o para la extracción de un material hilado.	

11. T.02: Tabla de variables de análisis

Criterio	Dependiente	Independiente	Interviniente	Contextual
3. Confección de las nuevas prendas	<b>Tipo de fibra</b>	De acuerdo al criterio del Concepto de colección , se definirá la materialidad de las prendas a confeccionar.		
	<b>Rescate de botones, cierres, piedras, cintas, hilos, varios aplicaciones</b>		No siempre se utilizarán para la creación de una prenda.	Depende del material encontrado.
	<b>Versatilidad de la prenda</b>			Característica que debe manifestarse en cada prenda a confeccionar.
	<b>Estampados, bordados, tejidos, tejidos y plisados.</b>			Se recurrirá intervenciones de este tipo de acuerdo a la colección.
	<b>Usuario género fluido (cuerpo andrygino)</b>	Este proyecto depende de las características femeninas y masculinas que posee el género fluido.		
	<b>Concepto de colecciyn</b>			El concepto elegido en la colección determinará las características básicas para la obtención y creación de las prendas.

11. T.02: Tabla de variables de análisis

Criterio	Dependiente	Independiente	Interviniente	Contextual
4. Difusión /venta	<b>Sesiones Fotográficas</b>			Se requiere de un espacio para el registro fotográfico del proyecto.
	<b>Publicaciones web en redes sociales y medios digitales</b>		Este será el principal medio para difundir el proyecto.	
	<b>Venta web</b>		Canal donde se facilitarán las transacciones.	
	<b>Venta en ferias de moda y diseco</b>		Se participará de ferias físicas, pero estas no serán la principal fuente de ingreso.	

Tabla 02: Variables de análisis Elaboraciyn propia

# 4.3

## Diseño comparativo

Para esta etapa se comparan referentes relacionados al desarrollo de prendas *upcycling* con metodología *slow fashion* a nivel nacional. Esto con el fin de identificar sus características y métodos de trabajo.



### 12na

Marca fundada por Mercedes Martínez y Mariano Breccia. Su forma de trabajo es rescatando prendas usadas de última categoría. Esta es tratada y reconfigurada con diferentes técnicas artesanales. Sus prendas son de un estilo urbano y sin género, inspirado principalmente en lo vintage.

*Su propuesta es trabajar en colaboración, intercambiar asistencia profesional, fomentar el networking y el intercambio de ideas y experiencias vinculadas con el reciclaje y la artesanía textil tradicional. (Docena)*

Imagen 38: Colección 12na

Recuperado: <https://docena.net/ropa-doce-nada/>



### Juana Díaz

Proyecto de Juana Díaz, en el cual expresa diferentes temáticas a través del diseño textil. En su página se declara como Fashion Activist. Cada proceso se desarrolla bajo una mirada crítica tomando temáticas sociales.

Trabaja con retazos de telas, con prendas usadas o telas antiguas obtenidas principalmente del negocio local. Su líneas son principalmente femeninas y atemporales.

*Una vez generada la tela nueva, se procede a realizar con ella prendas u otros objetos textiles que aprovechen al máximo la nueva materia prima (Juana Díaz)*

**Imagen 39:** Colección Juana Díaz  
**Recuperado:** <http://juanadiaz.cl/?portfolio=coleccion-capitalismo>



### Y.A.N.G

Marca realizada por Francisca Gajardo, en la cual rescata prendas en ferias libres principalmente del norte de Chile para luego transformarla en una nueva prenda con la técnica del *upcycling*. Su enfoque es el *zero waste*, en el cual se evita generar desechos.

*Una vez obtenidas las prendas genera un concepto y trabaja en una colección. La cual está enfocada principalmente en mujeres. Su estilo es urbano, futurista y andrógono (Vergara, 2019).*

**Imagen 40:** Colección Y.A.N.G.  
**Recuperado:** <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>



**Baquelita**  
Marca realizada por Fernanda Montesi. Rescata prendas desde ferias las cuales escoge de forma consciente, discriminando desde el principio las telas y prendas que encajan con la marca. *Estas son principalmente de fibras orgánicas (algodón, seda, gasa, otras) (M360, 2017)*

Su trabajo se enfoca en crear piezas nuevas. Arregla de acuerdo al material que tiene. Uno de sus principales métodos de trabajo es el de teñir y desteñir las prendas. Su estilo se enmarca con líneas románticas y para usuarias femeninas.

**Imagen 41:** Colección Baquelita  
**Recuperado:** <https://galio.cl/2020/05/16/editorial-baquelita/>



**Ingrato**  
Marca de Sebastián Plaza, el cual trabaja principalmente con tejidos rescatados que deconstruye y luego recrea con esta misma técnica, en la que además interviene con otros textiles.

En su página se declara como una marca artesanal no binaria @ingrato. Su estilo tiene inspiración japonesa Harajuku (Millan, 2019).

**Imagen 42:** Detalle Colección Ingrato  
**Recuperado:** <https://galio.cl/2019/01/31/el-tejido-sustentable-de-ingrato/>



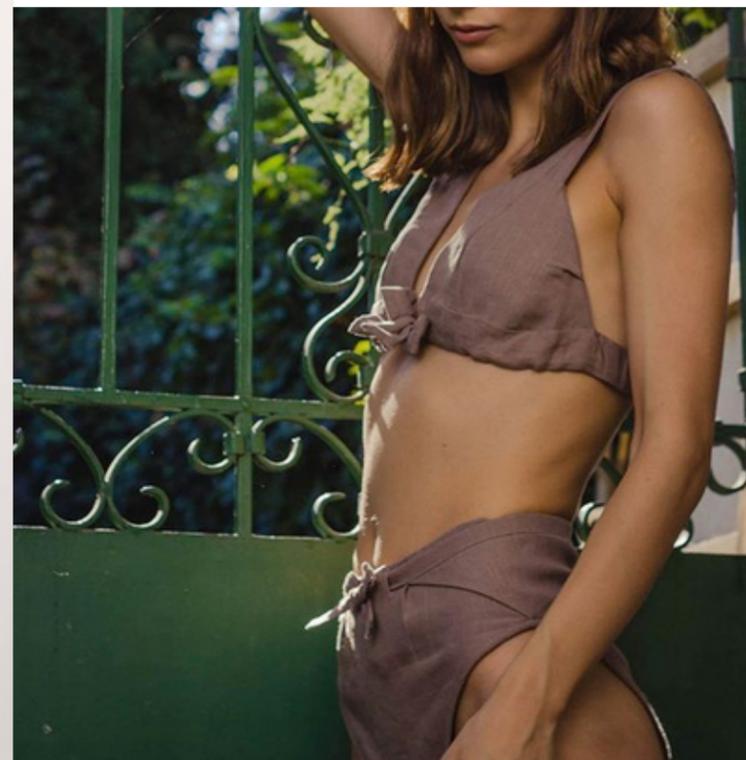
### SEVALI

Sevali es la marca dirigida por Sebastián Albornoz. Diseñador Chileno, residente en Europa. Desarrolla prendas a través de la metodología del upcycling.

*Sebastián Albornoz trabaja con colecciones cápsulas y diseño a pedido. En Sevali, cada pieza es única. "La idea es proponer una nueva forma de crear moda bajo los conceptos de la Alta Costura, en la cual prendas de segunda mano se convierten en diseños híbridos, frescos y vanguardistas",*

**Imagen 43:** Colección SEVALI

**Recuperado:** <http://www.blocdemoda.com/2019/04/chile-moda-sebastian-albornoz-el-disenador-mcqueen-tom-ford.html>



### H.era

Proyecto de título de la Universidad de Chile realizado por Rocío Zuñiga el año 2019. Este proyecto textil de ropa interior femenina tiene un enfoque sustentable relacionado a la pureza y biodegradación de las fibras de lino y a la creación de los patrones sin residuos.

El diseño es consciente con el medio ambiente y las usuarias, de las cuales se espera que tengan una experiencia confortable al momento de adquirir y usar la prenda. (Zuñiga, 2019)

**Imagen 44:** H.era

**Recuperado:** [https://www.instagram.com/h.era\\_undewear/](https://www.instagram.com/h.era_undewear/)



### Infinito

Proyecto de título de la Universidad de Chile realizado por Andrea Lara el año 2019. Este proyecto textil es una experimentación sobre cómo reformular un diseño en un producto. *El diseño continuo de un objeto permite al usuario hacer uso de él de la forma que desee, y, por tanto, permite ser un producto personalizado (Lara, 2019)*

Se trata de un diseño sustentable debido a que alarga la vida del producto, el que aparte genera una experiencia en los usuarios.

Este proyecto tiene la característica de utilizar tecnología digital a través de corte textil con láser y además por no poseer costuras en su armado.

**Imagen 45:** Infinito

**Recuperado:** Lara Sepúlveda, A. (2019). Infinito: diseño de un producto textil que permite rediseñarse continuamente a través del tiempo. Universidad de Chile

#### **Pedazo de Cocina**

María Varela desarrolló un proyecto de título el año 2011 en la universidad Diego Portales. En el cual generan un producto a través de reciclaje textil.\*

#### **Membrana elaborada con descartes textiles para la fabricaciyn de mobiliario**

Javiera Manzur desarrolló un proyecto de título con descarte textil el año 2011 en la universidad Diego Portales.\*

#### **VOQUI : eco textil a partir de maleza endémica de Chile para equipo outdoor**

María Quiroga desarrolló un Eco textil de fibras vegetales con maleza endémica chilena. Proyecto de título realizado el año 2011 en la Universidad Diego Portales.\*

#### **Mano de Obra**

Proyecto de título de la Universidad de Diego Portales realizado por Mariana Concha el 2015 en el cual sus productos se desarrollan a partir de guantes de cueros desechados por la construcción.\*

**MSTZA** : proyecto de investigación de diseño que explora las posibilidades de expresión de identidad latinoamericana, a través de la reutilización de desecho textil aplicado en joyería contemporánea

Proyecto de título realizado por Daniela Rivera en la universidad de Diego portales el año 2015. En el cual utiliza desecho textil.\*

## 4.4 Conclusiones preliminares

Para combatir las problemáticas de la industria textil (saturación, explotación y contaminación) se necesita promover una cultura enfocada en nuevas formas de producción y consumo; una de ellas podría estar centrada en el rescate de prendas y transformación confeccionadas con la metodología del *upcycling* y el desarrollo conscientes (procesos amigables con las personas y sus sensibilidades; y el medio ambiente) mediante una producción *Slow Fashion*. Todo esto propiciará una reformulación de los conceptos de elegancia y femenino en la industria de la moda bajo una propuesta de una **Nueva Elegancia Femenina**: la cual está enfocada en la prenda y no en la persona, ya que este proceso se centra en los materiales, métodos constructivos y nuevas sensibilidades para lograr mayor conciencia con el medio ambiente y sociedad.

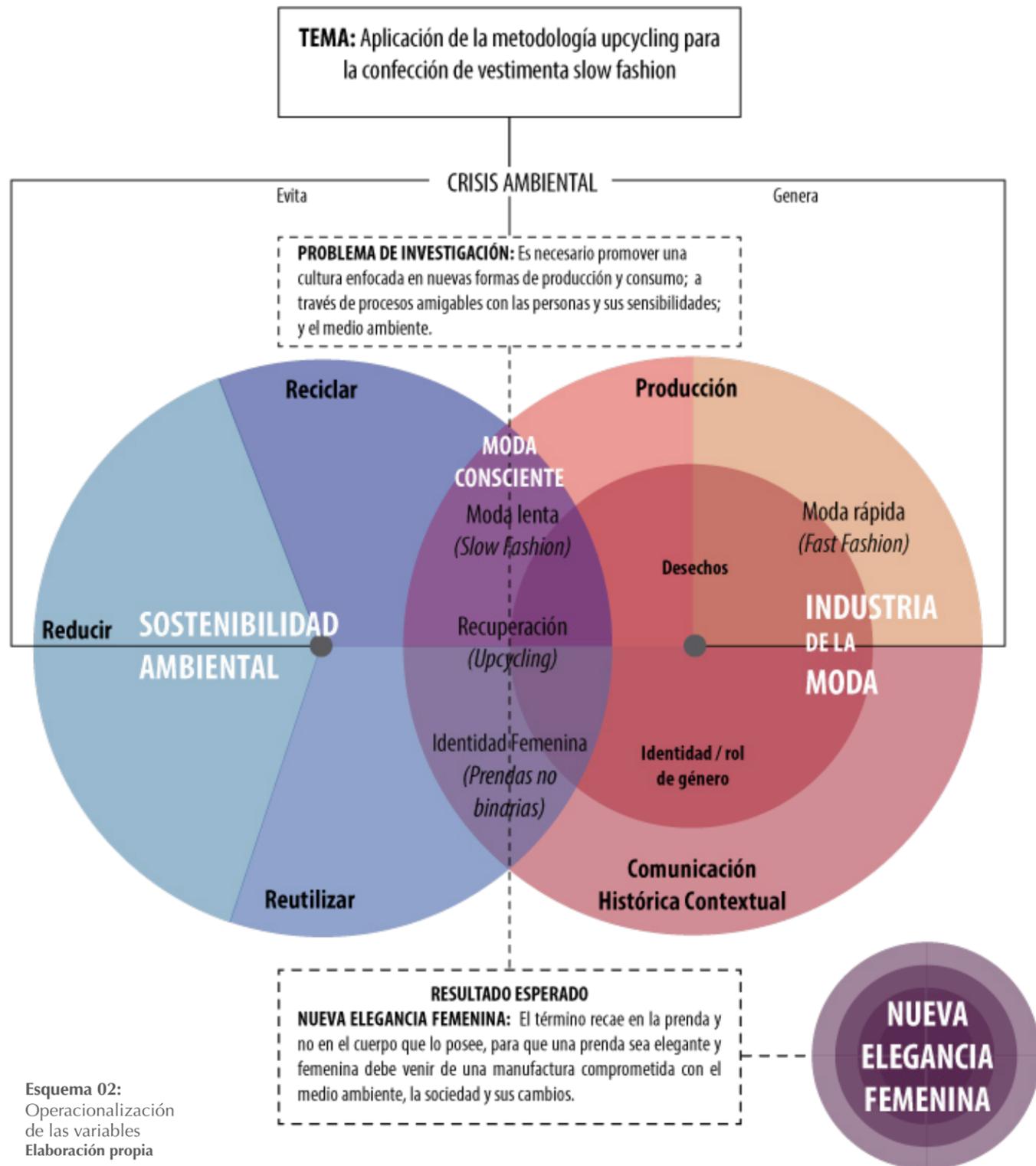
Para lograr el desarrollo del proyecto en una primera instancia se tomarán las prendas a modo de observación, en el cual se estudiarán sus formas y características para luego configurarlas a través de cortes y/o aplicación de técnicas (teñidos, estampados, bordados, entre otros). Al momento de configurarlas se maximizará su reciclaje.

Se experimentará con mezclas de colores, texturas y tipos de cortes. En cuanto al color se trabajará con bloques de contraste entre forma y fondo; las texturas se desarrollarán de acuerdo a los tipos de telas; y para los cortes se trabajará con diferentes moldes fabricados de acuerdo al concepto de la colección. En este proceso no se descarta la utilización de herramientas digitales (ej: cortadora láser).

---

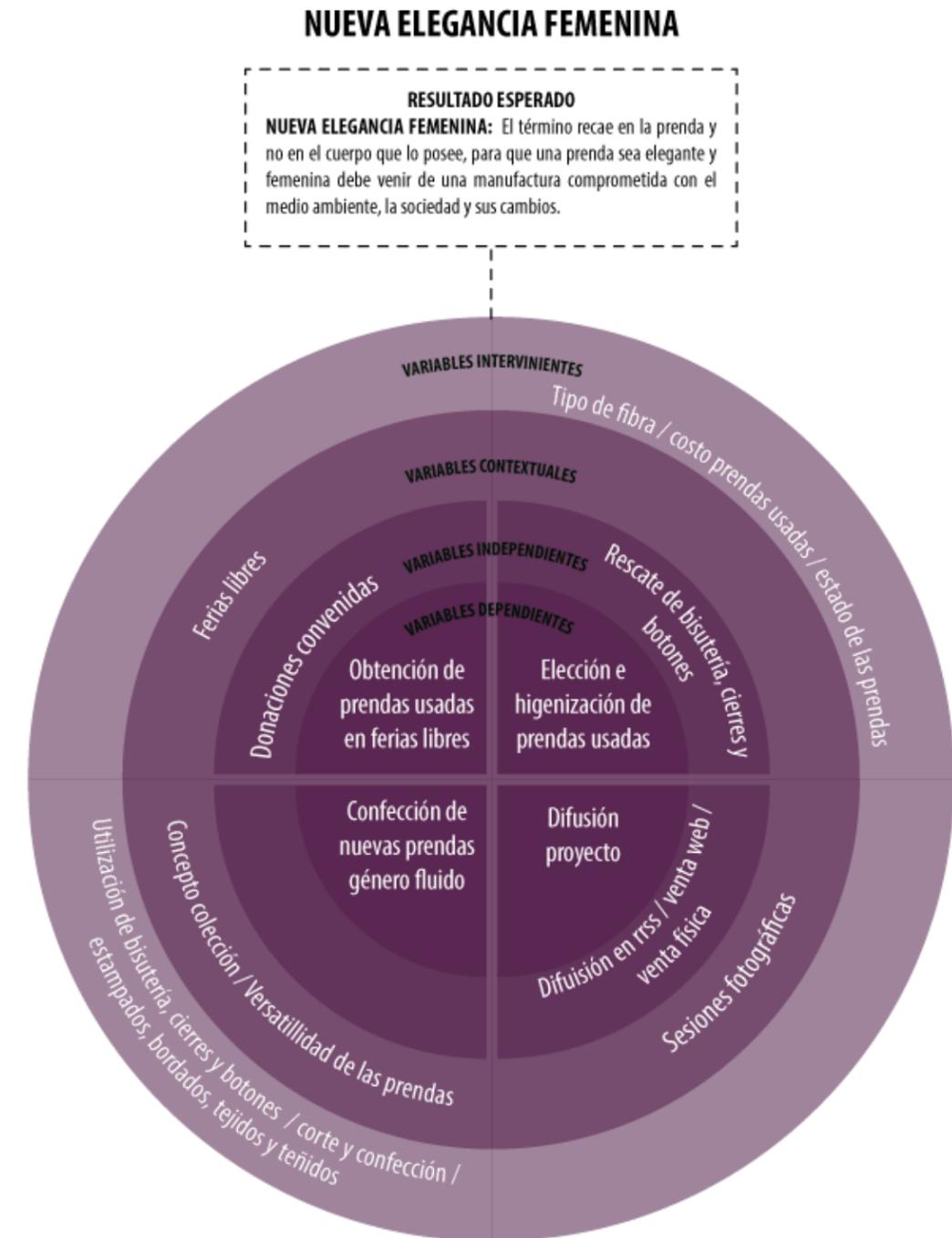
\*No se tuvo acceso directo a la tesis debido al contexto Covid-19.

## 4.4.1 Nivel general



Esquema 02:  
Operacionalización  
de las variables  
Elaboración propia

## 4.4.2 Nivel específico



Esquema 03: Nueva elegancia femenina. Variables.  
Elaboración propia



Moda co nsciente



Moda conscien te



Moda e onsciente



Moda e onsciente



Moda e onsciente



Moda e onsciente



Moda co nsciente



Moda conscien te

## 5. Proyecto

### NEO - EF

## Nueva elegancia femenina

Rescatar prendas en desuso dotándolas con un nuevo valor a través de un trabajo consciente. Este proceso de reconfiguración se centrará en procesos amigables con el ambiente y las personas, en el cual exista un nuevo enfoque de los roles e identidades de género.

A través de la historia la **elegancia** en la vestimenta se presenta como una forma de imponer o proponer ciertas modas. En la actualidad la **elegancia** se ha reemplazado por los estilos de moda ya que estos pueden cambiar rápidamente, lo cual es muy conveniente para la industria del **Fast Fashion**.

Mientras tanto lo **femenino** en la historia ha sido sinónimo de debilidad. Siendo la moda la encargada de poner los parámetros en los cuerpos **femeninos**, los cuales hasta la actualidad se explotan para el beneficio del consumo.

La **Nueva Elegancia femenina** viene a resignificar los términos de **elegancia** y **femenino** dentro de la industria textil. Llamaremos elegante a la vestimenta que nace de procesos productivos donde se toma en cuenta el impacto ambiental que conlleva su creación. El término recae en la prenda y no en el cuerpo que lo posee. Para que una prenda sea elegante debe venir de una manufactura comprometida con el medio ambiente, la sociedad y sus cambios.

De igual forma lo femenino debe ser plasmado a través de prendas no binarias, las cuales serán trabajadas con un enfoque de género femenino con el fin de promover la feminidad como un atributo universal dentro de la sociedad.

Como resultado de estas oportunidades, se define generar tres looks. El primero de mañana, el segundo de tarde y el tercero de noche. A través de estos looks se busca sintetizar de manera concreta las ideas desarrolladas en el proyecto de título.

Elegancia

Reutilización /  
Sencillez / Lujo

Creativa / Sensible  
/Autónoma

Femenina

## 5.1 Objetivos

### 5.1.1 General

Aportar a la moda chilena desde una nueva visión más comprometida con el medio ambiente y los procesos de transformación del género vividos por un sector de la juventud chilena.

Este objetivo general se llevará a cabo a través de una metodología de producción que reutilice materiales textiles fuera de uso para luego ser transformados y dignificados en nuevas prendas.

El resultado final se visualizará mediante vestimentas que promuevan la empatía con el medio ambiente y los cuerpos de los usuarios.

### 5.1.2 Específicos

Desarrollar un método de producción desde el **Upcycling** para la fabricación de vestimenta **Slow Fashion**.

Utilizar la moda para comunicar los cambios que son promovidos por una parte de la juventud chilena actualmente.

Producir una moda no binaria con enfoque de **género femenino**

Resignificar el término **elegante** a través de nuevas formas constructivas.

Elaborar una propuesta de **Nueva Elegancia Femenina** que defina el tiempo actual.

Imagen 46: Seda look 2  
Elaboración propia

## 5.2 Usuario/a

### Perfil Usuario/a:

Se determina que el usuario del producto pertenece al rango etario de 20 a 30 años aproximadamente, pueden ser hombres o mujeres que busquen prendas no binarias.

Personas que no comprenden generalmente en el retail y consideran los procesos de manufactura artesanal valiosos. Además se interesan por cuidar el medio ambiente y por la resignificación de los géneros.

Principalmente utiliza prendas de colores lisos, gusta de encajes y estampados en menor proporción. Prefiere prendas de origen natural (vegetal) como algodón y lino, además de sedas y lanas.

Mujeres y hombres

Jóvenes / adultos de 20 a 30 años

Fashionistas no binarios / fashionista interesados en moda femenina

Imagen 47: Seda look 1  
Elaboración propia



Imagen 48: Contexto feria libre  
Elaboración propia

## 5.3 Contexto

El proyecto **Neo EF** se realizó en la Región Metropolitana (RM) entre los años 2020 y 2021 bajo el contexto de la pandemia Covid-19.

La materia prima del proyecto (prendas usadas) se consiguieron desde ferias libres, principalmente de la comuna de Santiago, Maipú, Estación Central y Puente Alto. Estas comunas fueron elegidas bajo el criterio de movilidad del estudiante, ya que debido a la pandemia la movilidad de los ciudadanos está reducida por el control sanitario. Cabe destacar que en una situación de pandemia este proyecto se puede emplear sin mayor dificultad con los protocolos correspondientes en las diferentes zonas del país que cuenten con ferias libres.

Para el desarrollo de las prendas se trabajó desde el domicilio personal con una máquina de coser casera y una overlock. También se recurrió a una modista quien trabajó desde su domicilio en la comuna de Puente Alto.

El enfoque de usuario de este proyecto se dirige a jóvenes de la RM, esencialmente de la zona oriente (santiago, providencia, ñuñoa, lo Barnechea, las condes y la reina). No obstante estas zonas pueden variar, ya que el proyecto no excluye a usuarios fashionistas de otras comunas.

Se llevan a cabo tres looks proyectados para la temporada de primavera / verano: el primero de mañana, el segundo de tarde y el tercero de noche. Sin embargo dependiendo de la interacción que exista entre el usuario y la prenda; se define el momento del día para ser utilizadas.

Finalmente se define que el proyecto puede ser expuesto a través de las plataformas digitales como página web y redes sociales, debido a que estas facilitan la difusión y ventas a distancia. No se excluyen las ventas presenciales en caso de que el escenario sea óptimo para su realización.

# 5.4 Proceso Productivo

## 5.4.1 Anteproyecto

Para el mejor desarrollo de *NEO EF* se realizó un anteproyecto. Esto con el fin de conocer y aplicar de manera correcta la metodología de upcycling.

Se participó del taller online de upcycling impartido en marzo del 2021 por la diseñadora de modas *Francisca Gajardo (Y.A.N.G)*. A través de este taller de 5 clases se desarrolló la metodología del Zero Waste, la cual se utilizó posteriormente en el proyecto Neo Ef.

La metodología utilizada se compone de 6 Etapas. Estas son:

**1) Desarrollo de idea:** Se genera a partir de conceptos y referentes afines al proyecto personal de cada participante. En el caso de la estudiante, estas ideas provenían del proyecto de título.\*

**2) Recolección de prendas:** Una vez definida la idea se buscan las prendas adecuadas para la realización del Upcycling. \*

\* El punto 1 y 2 puede variar en su orden dependiendo del proyecto.

**3) Propuesta formal:** Precisando la idea y las prendas recolectadas se desarrolla la propuesta formal, la cual puede ser a través de bocetos o fotografías intervenidas por una aplicación de celular (mirror image). Vease imagen x

**4) Desarme de prendas:** A través de la forma seleccionada se determinan las zonas que deben desarmarse con un descosedor manual para su posterior armado. Por ejemplo: desarmado de pretina, mangas, costados, cuello o bolsillos.

**5) Armado de prenda Upcycling:** Las prendas desarmadas luego se cortan y amoldan a la nueva forma que se quiere lograr. En esta etapa puede variar la idea inicial, con el fin de optimizar los materiales.

**6) Resultado:** Al finalizar el taller se genera una instancia en la cual se presentan los proyectos de cada participante a través de fotografías de la(s) prenda(s)

Todo el proceso es acompañado por la Diseñadora de Y.A.N.G. Que guía de principio a fin las decisiones del proyecto.

A continuación se expone el resultado final (presentación) realizado por la estudiante para el taller de Upcycling:



Imagen 50: pantallazo presentación taller Y.A.N.G. Elaboración propia



(2) Recolección de prendas:

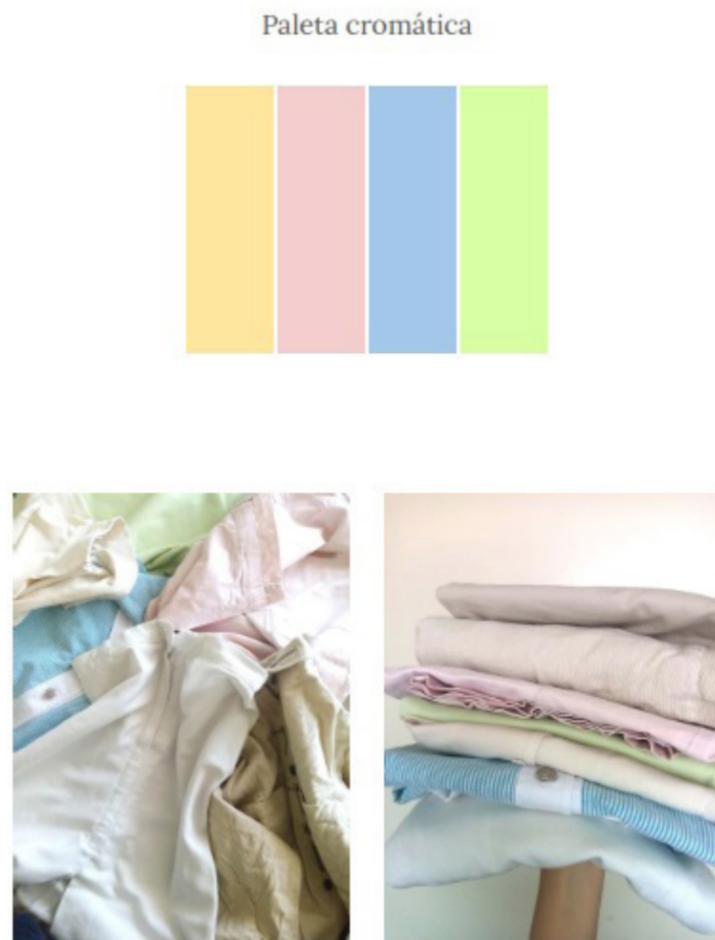


Imagen 54

Imagen 53: captura presentación Y.A.N.G.  
Recolección prendas  
Elaboración propia

(3) Propuesta formal:

Exploración de forma  
(Mirror image)



Imagen 55

Imagen 54: captura presentación Y.A.N.G.  
Exploración formal  
Elaboración propia

(3) Propuesta formal:

(4) y (5) Desarme y armado de prenda:

(6) Resultado:

Elección



Imagen 55

Desarrollo prendas



Imagen 56



Imagen 57



Imagen 58



Imagen 59



Imagen 60

Imagen 55 y 56: captura presentación Y.A.N.G.  
Exploración formal / collage desarrollo prenda  
Elaboración propia

Imagen 57, 58, 59, y 60: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia

(6) Resultado:



Imagen 61

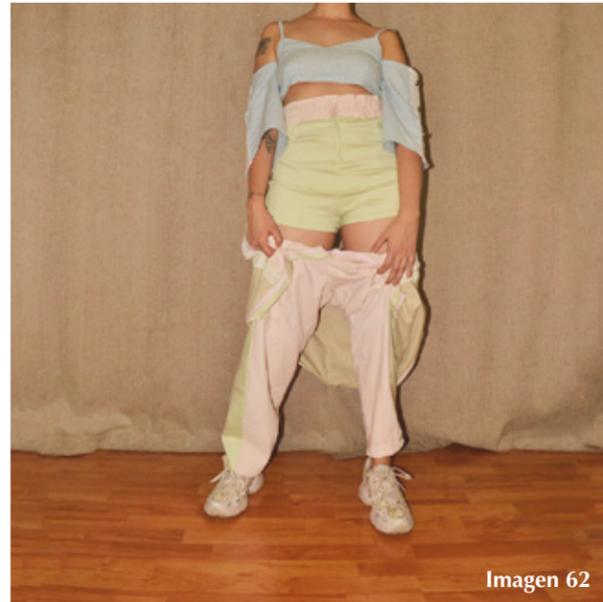


Imagen 62

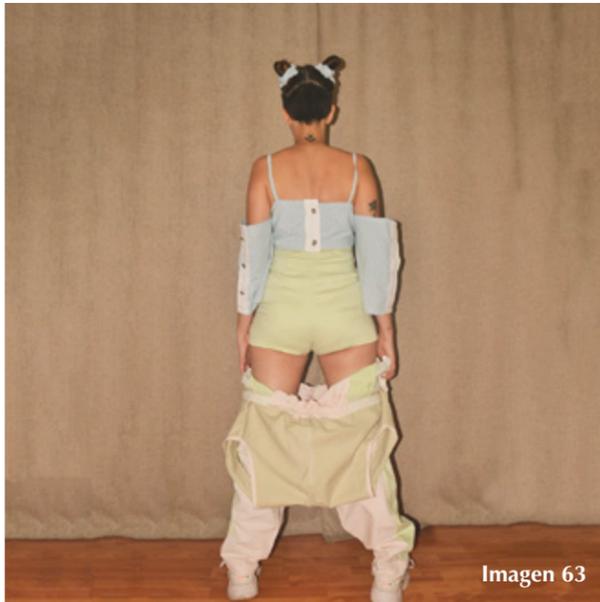


Imagen 63

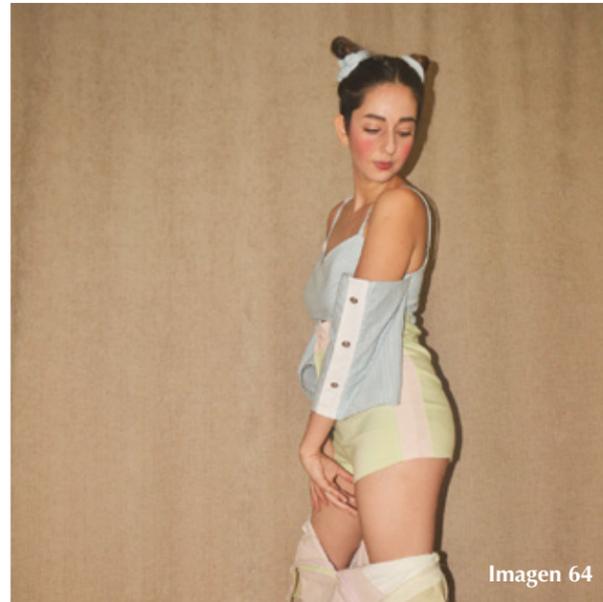


Imagen 64

Imagen 61, 62, 63, y 64: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia

## 5.4.2 Proceso productivo NEO EF



Imagen 65: Prenda en proceso de desarme  
Elaboración propia

## 5.4.2 Proceso productivo NEO EF

Para el desarrollo de los tres looks (mañana, tarde y noche). Se define la siguiente línea de acción:

### 5.4.2.1 Encuesta

Antes de aplicar la metodología aprendida en el anteproyecto (véase capítulo 5.4.1. página 114) para el proceso productivo de Neo EF. Se realizó una encuesta en diciembre del año 2020 (véase capítulo 3.6 página 82).

A partir de los datos obtenidos en la encuesta se desarrollaron las características del concepto, **Nueva Elegancia Femenina**. Con estas características de usuario, materialidades, paleta de color y atributos a trabajar es que se emplea una metodología de moodboard expuesta por el profesor guía Pablo Núñez.

### 5.4.2.2 Metodología de Moodboard

A través de los moodboards se expresa visualmente los materiales, texturas y paleta de color. No obstante en el caso del proyecto Neo EF se utilizó principalmente para obtener las formas, volúmenes y modos de hacer o confeccionar junto con detalles técnicos necesarios para el proyecto a desarrollar (Núñez, 2021).

La cualidad de esta metodología de moodboard es construir a través de un conjunto de imágenes unidas formalmente en un solo enunciado visual (Núñez, 2021) Véase las imágenes ejemplificadoras de la página X. Primeras propuestas descartadas del proyecto.

El concepto que inspira la creación de los moodboards utilizados para el proyecto es el de **Antigua Elegancia Femenina**. La que se representa a través de accesorios desarrollados por grandes marcas europeas de lujo (Gucci, Chanel y Dior). Mezclados con imágenes de naturaleza y paisajes que se refieren a la sensibilidad femenina.

A través de esta visualidad elegante, lujosa y sensible. Se busca responder a las ideas de reutilización, sencillez, creatividad y autonomía del proyecto **Neo EF (nueva elegancia femenina)**.



Imagen 66: Moodboard exploratorios (descartados para el proyecto)  
Elaboración propia



Imagen 67: Prenda en feria libre  
Elaboración propia

#### 5.4.2.3 Recolección de prendas

Determinando los moodboards y paleta de color de cada look. Se prosigue a la recolección de materia prima (prendas usadas). Estas prendas se obtuvieron entre los meses de febrero y marzo del año 2021 desde ferias libres. Se determina que las prendas a recolectar deben calificar con los siguientes criterios:

- 1) Prendas 100% algodón o 100% seda.
- 2) Prenda en buen estado (más del 70% de la prenda se puede reutilizar).
- 3) Prendas usadas con un costo menor a \$5.000 (pesos chileno).

#### 5.4.2.4 Higienización de las prendas

Las prendas encontradas fueron higienizadas a través del lavado, secado y planchado de cada una. Además se utilizó apresto para resaltar el color de las prendas.

La máquina lavadora y plancha pertenecían a la estudiante.



Imagen 68: higienización prendas  
(prendas en lavadora)  
Elaboración propia

### 5.4.2.5 Aplicación de la metodología Upcycling Y.A.N.G. Mirror image en base a la idea del Moodboard.

Al tener las prendas recolectadas e higienizadas se procede a la búsqueda formal de cada look.

Estas formas se trabajan con la metodología Mirror image aprendida en el anteproyecto del taller de upcycling impartido por Y.A.N.G

Para desarrollar esta metodología se necesita un celular con la aplicación, Mirror Image. Esta aplicación gratuita permite reflejar simétricamente las fotografías en distintos ejes.

Con la aplicación y las prendas elegidas de cada look. Se disponen las prendas en el suelo dobladas a la mitad. Se dibuja con las prendas la mitad del look que se pretende generar; finalmente se toma una fotografía con la aplicación de celular mirror image, dando como resultado el boceto del look.

Es importante que al aplicar esta metodología las prendas estén dobladas, ya que así se garantiza que el material alcance de manera óptima en el look generado.



La imagen 69 son las exploraciones de forma descartadas para los looks de mañana, tarde y noche.

A continuación se presentan los moodboards, exploraciones de forma y prendas seleccionadas para el proyecto **Neo EF**.

**Imagen 69:** Exploración formal Mirror Image (descartados para el proyecto)  
Elaboración propia

## 5.4.2.5

### a. Look de mañana



Imagen 70: Moodboard seleccionado look día  
Elaboración propia



Imagen 71



Imagen 72



Imagen 73



Imagen 74

Imagen 71: Exploración formal seleccionada look día  
Imagen 72, 73 y 74: prendas seleccionada  
Elaboración propia

# 5.4.2.5

## b. Look de tarde



Imagen 75: Moodboard seleccionado look tarde  
Elaboración propia



Imagen 76



Imagen 77



Imagen 78



Imagen 79

Imagen 76: Exploración formal seleccionada look tarde  
Imagen 77, 78 y 79: prendas seleccionada  
Elaboración propia

# 5.4.2.5

## c. Look de noche



Imagen 80: Moodboard seleccionado look noche  
Elaboración propia



Imagen 81



Imagen 82



Imagen 83



Imagen 84



Imagen 85

Imagen 81: Exploración formal seleccionada look noche  
Imagen 82, 83, 84 y 85: prendas seleccionada  
Elaboración propia



Imagen 86: Descosedor con prenda  
Elaboración propia

#### 5.4.2.5 Desarmado y armado de prendas.

Según lo aprendido en el anteproyecto se aplica el proceso de desarmado y armado de prendas. Para esta etapa se requieren de las siguientes herramientas:

- **Prendas a intervenir**
- **Descosedor manual**
- **Herramientas de costuras como:** Tijeras para tela, marca telas, alfileres, hilos, entre otros.
- **Máquina de coser casera.** En el caso de la estudiante se utilizó una Singer confidence quilter 7469q
- **Overlock** (opcional).

En el desarmado se utiliza un descosedor manual. Este proceso es de baja dificultad, pero es una etapa larga y repetitiva. Por ende tienden a fatigarse las manos y los ojos.

El proceso de armado, es de media complejidad, ya que requiere nociones del uso de la máquina de coser y overlock; Además sobre procesos de corte y confección de prendas.

En el proceso de armado se determina el diseño de la prenda de acuerdo a los materiales a utilizar. Además se estudia el molde de la prenda a generar.

Una vez definido el punto anterior se cortan las prendas a intervenir de acuerdo a cada molde estudiado. En esta etapa puede variar la idea inicial en favor al material que se posee.

Para este proyecto en general se puso énfasis en bolsillos y la unión de la parte superior e inferior de los enteritos. Pero las intervenciones dependen de cada propuesta.



Imagen 87

En la imagen 87. Se observa la camisa desarmada.

En la imagen 88 y 89. Se observa la falda de desarmada y el proceso de foliado (copia del molde a través de otra prenda base). En este caso se toma como referencia un pantalón mom jeans.



Imagen 88



Imagen 89

Imagen 87, 88 y 89: proceso de armado prenda look tarde  
Elaboración propia

Como ejemplo, se explica a grandes rasgos el proceso del enterito desarrollado para el look de tarde (enterito falda pantalón)

1) En las prendas a intervenir se define el área a desarmar. En el caso de la camisa el área de las mangas. Y en el caso de la falda de algodón se desarma la pretina y los costados.

2) Para desarrollar la falda pantalón del enterito primero se estudia el molde de la falda pantalón. Teniendo claro como es el molde se folia (copia) desde la base de un pantalón tiro alto y se aplica los fundamentos del molde de la falda pantalón.

3) Se unen las mangas de la camisa a la falda para agregar centímetros faltantes.

4) Se corta la camisa de forma que esta calce con la falda en el área de la cintura.

5) Se genera una pretina para unir la parte superior con la inferior.

6) Finalmente se trabaja en los detalles de vastas, mangas, cuello y escote.



Imagen 90



Imagen 91

Imagen 90 y 91: proceso de armado prenda look tarde  
Elaboración propia



Imagen 92



Imagen 93

La imagen 92 y 93 muestra el detalle de la overlock. Proceso repetido en cada look para dar buen acabado en las prendas.

Las mangas desarmadas (imagen 90) se cortan y unen con la base del pantalón (imagen 91, 94 y 95). Luego se une la camisa cortada, la pretina y el pantalón del enterito.



Imagen 94



Imagen 95

Imagen 92, 93, 94 y 95: proceso de armado prenda look tarde  
Elaboración propia



## 5.5 Gestión Estratégica



Imagen 96

Fuente de imagen: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)



### 5.5.1 Branding NEO EF

#### [Identidad de marca]

El nombre *Neo EF* proviene del concepto *Nueva Elegancia Femenina*. A través de la identidad se pretende transmitir los atributos del concepto *Neo EF*: reutilización, sencillez, lujo, sensibilidad, creatividad y autonomía. La tipografía utilizada es Mirtha Display. Una tipografía contemporánea, versátil y femenina.

Las argollas compuestas por la letra O se refieren al ciclo circular de la economía en el cual se desenvuelve el proyecto *Neo EF*. Además de significar la unión de los géneros femenino y masculino.

El logotipo de la marca se trabaja con colores pasteles como el rosado, morado y celeste; y convencionales como blanco y gris.

#### 5.5.1.1 Packaging y etiquetas

La identidad de marca en el proyecto *Neo EF* se visibiliza a través del packaging y etiquetas; Hasta la fecha la propuesta sigue en desarrollo.

Se define los componentes para el desarrollo de packaging y etiquetas:

- Etiqueta con logo para el interior de la prenda. Materialidad 100% algodón.
- Etiqueta de composición textil y cuidados. Materialidad por definir.
- Etiquetas de cartón colgante para ropa.
- Bolsa de papel kraft.
- Papel seda para embalaje personalizado con el logo.
- Adhesivo para el cierre de las bolsas.

#### 5.5.1.2 Página web y redes sociales (RRSS)

*Neo EF* en la actualidad no posee página web ni redes sociales. Pero se proyecta a que en el futuro este pueda participar del mundo digital a través de estos medios.

## 5.5.2 Costos del proyecto

Los costos asociados al proyecto se obtienen a través de los servicios y productos utilizados en el desarrollo del proyecto. Para esto se cotizó a través de diferentes páginas y empresas los valores estimados contenidos en la tabla:

En cuanto a los costos de la materia prima, cabe destacar que al ser un proyecto de reutilización los costos son bajos. Donde los precios de las prendas adquiridas varían desde los \$100 y \$5.000 (CLP)

A continuación se exponen los costos del proyecto *Neo EF*:

**T.03: Tabla Costos del proyecto**

ítem	Costos	Horas de trabajo
Look día (materia prima + insumos)	\$1.500	8 hrs
Look tarde (materia prima + insumos)	\$3.100	6 hrs
Look noche (materia prima + insumos)	\$3.500	10 hrs
Tipografía Logo	\$9.800	
Identidad de marca	\$120.000	
Sesión de fotos	\$60.000	
Modelos	\$120.000	
Maquillaje	\$60.000	
Costurera (10.000 x cada look)	\$30.000	
Dominio Web	\$10.000	
Diseño Web ( <a href="https://cargo.site">https://cargo.site</a> )	\$120.200	
Merchandising	\$30.500	
<b>Sub total</b>	<b>\$568.600</b>	
<b>Valor horas de trabajo</b> (Valor hora \$5.500)	<b>\$55.014</b>	
<b>Total proyecto</b>	<b>\$623.614</b>	

**Tabla 03:** Costos del proyecto  
Elaboración propia

## 5.6 Propuesta de Diseño



**Imagen 97:** Detalles Looks proyecto Neo EF  
Elaboración propia

## 5.6.1 Prototipo

### Look mañana

Look producido a partir de tres prendas reutilizadas: una camisa de algodón, una blusa de seda y un pantalón de algodón.

El enterito se realizó con la unión de la camisa y el pantalón 100% algodón. Mientras que la blusa es 100% seda. Se rediseño a partir de la misma prenda.

De la página 145 la página 147 se muestra el resultado del prototipo.

Las imágenes 99, 100 y 101 muestran los detalles del enterito de mañana.



Imagen 98: Look mañana delantero  
Elaboración propia



Imagen 99



Imagen 100



Imagen 101



Imagen 102: Look mañana abierto  
Elaboración propia



Imagen 103: Look mañana espalda  
Elaboración propia

## 5.6.2 Prototipo

### Look Tarde

Look producido a partir de tres prendas reutilizada: una camisa de algodón, una falda de algodón y una falda de seda.

El enterito se realizó con la unión de la camisa y la falda 100% algodón. Mientras que la blusa 100% seda. Se obtuvo a partir de la transformación de la falda.

De la página 149 la página 151 se muestra el resultado del prototipo.

Las imágenes 105, 106 y 107 muestran los detalles del enterito de tarde.



Imagen 104: Look tarde delantero  
Elaboración propia



Imagen 105

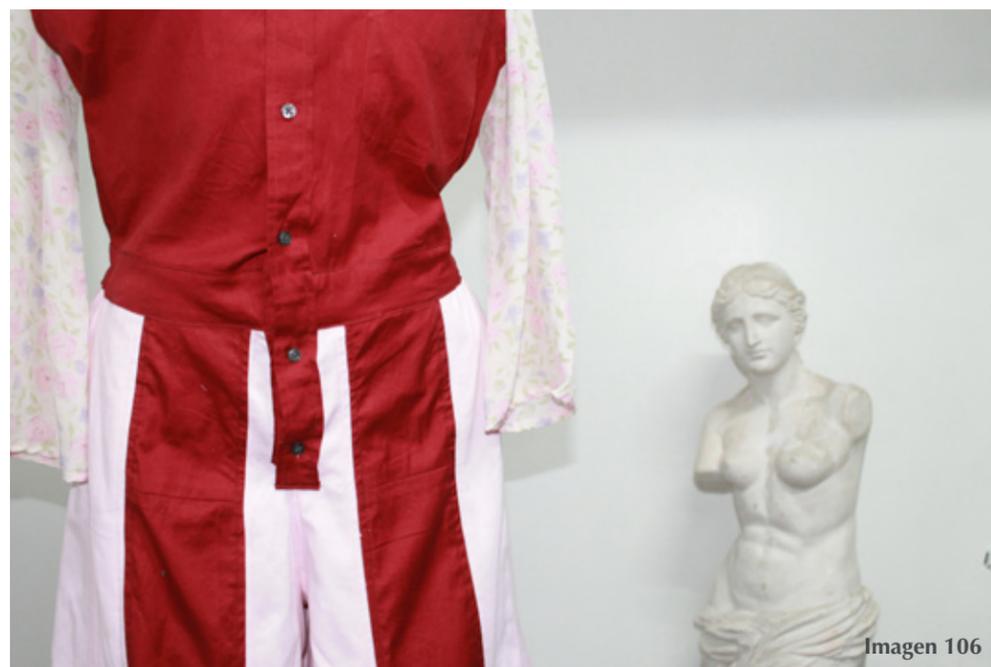


Imagen 106



Imagen 107



Imagen 108: Look tarde abierto  
Elaboración propia



Imagen 109: Look tarde espalda  
Elaboración propia

## 5.6.3 Prototipo

### Look Noche

Look producido a partir de tres prendas reutilizada: una camisa de algodón, dos pantalones de algodón y una blusa de seda.

El enterito se realizó con la unión de la camisa y los dos pantalones 100% algodón. Mientras que la blusa es 100% seda. Se rediseño a partir de la misma prenda.

De la página 153 la página 155 se muestra el resultado del prototipo.

Las imágenes 111, 112 y 113 muestran los detalles del enterito de noche.



Imagen 110: Look noche delantero  
Elaboración propia



Imagen 111



Imagen 112



Imagen 113



Imagen 114: Look noche abierto  
Elaboración propia



Imagen 115: Look noche espalda  
Elaboración propia

## 6. Conclusiones

Si bien la moda en muchos aspectos se puede determinar como un acto somero. A través del proyecto **Neo EF** se revela que la moda funciona como herramienta comunicacional y de control. Por lo cual concebirla como tal implica desarrollarla de forma consciente de modo que sea un beneficio para la sociedad.

Además de acuerdo al estudio se determina que la juventud chilena está consciente sobre las problemáticas del género. Por lo que al propiciar una moda con enfoque de género femenino se estará aportando a las demandas existentes en este ámbito. Es importante concebir lo femenino en todas sus dimensiones y tanto hombres como mujeres deberían poder experimentar estos atributos de igual manera sin sentirse incómodos al expresar estas sensibilidades. Lo femenino ya no es sinónimo de debilidad.

La crisis sanitaria y ambiental visibiliza las carencias que posee el sistema de vida actual. Es por ello que promover una cultura comprometida con el medio ambiente y la sociedad aportará a las necesidades que está exigiendo el mundo en la actualidad.

Existe mucho material disponible para su reutilización. Al aplicar la metodología del **Upcycling y Slow fashion**, Chile se presenta

como una oportunidad, puesto que por una parte somos el país de latinoamérica que más consume ropa **Fast Fashion** y de segunda mano (lo que ha traído consecuencias negativas en nuestro ambiente). Por otra parte, se están generando políticas de responsabilidad ambiental, lo que motiva a la población a implementar estos cambios.

Debido a la pandemia se ha generado escasez y encarecimiento en los precios de telas e insumos importados. Por lo tanto, recurrir a la reutilización de prendas usadas se presenta como una buena opción. Además debido a que el escenario nacional está más empobrecido, muchos han optado por el trabajo informal en ferias libres. La venta de ropa usada ha aumentado en respuesta a las necesidades de la gente. Si bien no se puede estar de acuerdo con el trabajo informal es importante entender que son parte de la realidad actual. Por lo tanto el proyecto **Neo EF** se enmarca dentro de esta nueva realidad. .

A través de la moda se validan ideas, tecnologías y materiales. Es por ello que al aplicar **Upcycling** desde el mundo de la moda, se promueve la idea de reutilización creativa. Aportar al desarrollo de esta metodología es aportar a las nuevas formas sostenibles de producir.

En cuanto a la realización del proyecto **Neo EF** se puede seguir desarrollando y experimentando para lograr resultados más depurados. Por ejemplo aplicaciones o intervenciones como: estampados y teñidos; desarrollo con tecnologías de corte láser y 3D. Esto con el fin de generar prendas más personalizadas.

La difusión a través de plataformas virtuales como página web y redes sociales es de vital importancia para este y otros proyectos similares. Ya que el escenario en el cual se desenvuelve la humanidad hoy en día facilita el intercambio de ideas a través del mundo digital.

Por último, no existe una potencia mundial que no posea una industria de la moda desarrollada. Es por ello que aportar a la industria textil chilena por medio de un proyecto de moda sostenible, es aportar al desarrollo del país. Ya que la moda es el reflejo de la sociedad y sus habitantes. Y dado a las condiciones que posee el territorio chileno (puerto de ropa usada). Este se puede proyectar como la capital del reciclaje textil en latinoamérica.

# 7. Bibliografía

Balzac, D. H. (2013). *Tratado de la vida elegante (Tra ed.)*. Impedimenta.

Bard, C. (2012). *Historia política del pantalón*. Tusquets .

Butler, J. (2019). *Cuerpos que importan*. Barcelona, España: Paidós

Calefato, P. (2004). *The Clothed Body*. Berg.

Croci, P., & Vitale, A. (2018). *Los cuerpos dóciles (4.a ed.)*. La Marca Editora.

Cruz, J. C. (2019, septiembre 4). ¿Qué es la elegancia? Recuperado mayo de 2020, de <http://www.leynatural.es/2013/01/09/que-es-la-elegancia/>

DataChile. (2016). Chile. <https://es.datachile.io/geo/chile>. <https://es.datachile.io/geo/chile>

DataChile. (2016). Ropa Usada (Textiles). DataChile. <https://es.datachile.io/products/textiles-11/ropa-usada-116309>

DataChile. (2016). Textiles. <https://es.datachile.io/products/11>

Diario Oficial. (2016, 1 junio). Promulgación Ley REP Diario Oficial. <https://mma.gob.cl/wp-content/uploads/2015/06/do-20160601-web.pdf>

Farfán, C. G. (2020, 11 marzo). Carry Somers en Chile: la mayor activista de la moda en el mundo exige transparencia laboral y ambiental a las empresas. País Circular. <https://www.paiscircular.cl/consumo-y-produccion/carry-somers-en-chile-la-mayor-activista-de-la-moda-en-el-mundo-exige-transparencia-laboral-y-ambiental-a-las-empresas/>

Freire, V., & Torres, F. (2019, noviembre). La Ruta del Fast Fashion en Chile. Doble Espacio. <http://www.doble-espacio.uchile.cl/2019/10/02/del-maniqui-a-la-basura-el-alto-impacto-ambiental-de-la-moda-desechable/>

Greenpeace. (2011). Un estudio de Greenpeace encuentra sustancias peligrosas en ropa de 14 conocidas marcas internacionales. <http://archivo-es.greenpeace.org/espana/es/news/2011/August/Un-estudio-de-Greenpeace-encuentra-sustancias-toxicas-en-ropa-de-14-conocidas-marcas-internacionales>

H. Navarro, C. (2020, julio 27). La búsqueda por reescribir la historia contaminante del vestuario. Galio. <https://galio.cl/2020/01/27/la-busqueda-por-reescribir-la-historia-contaminante-del-vestuario/>

Hidalgo, F. (2020, febrero 20). Upcycling: la tendencia que busca evitar el costo ambiental de «estar a la moda». Recuperado mayo de 2020, de <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/upcycling-evitar-costo-ambiental-de-estar-a-la-moda/1012464/>

Hoskins, T. E. (2020). *Manual anticapitalista de la moda*. Txalaparta.

Jung, Sojin, & Jin, Byounggho. (2014). Theoretical investigation of slow fashion: Sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 510-519.

Lehnert, G. (2000). *Historia de la moda del siglo xx*. Madrid, España: Konemann.

Kaza, Silpa; Yao, Lisa C.; Bhada-Tata, Perinaz; Van Woerden, Frank. 2018. *What a Waste 2.0 : A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050*. Urban Development;. Washington, DC: World Bank. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/30317>

Ley REP. (2016). Ley REP. LeyREP.cl. <https://www.leyrep.cl/que-es>

M360. (2017). Taller Baquelita, un espacio colaborativo para diseñadores nacionales - m360.cl. <https://www.m360.cl/noticias/moda-estilo/insiders/taller-baquelita-un-espacio-colaborativo-para-disenadores-nacionales/2017-08-28/140524.html>

Medina, A. (2013). ¿Qué cantidad de agua hace falta para fabricar ropa? Expansión.com. <https://www.expansion.com/2013/04/25/empresas/distribucion/1366907722.htm>

Milan Fashion Week. (2020, julio). Milan Digital Fashion Week 2020. Fashion Week. <https://milanofashionweek.cameramoda.it/>

Millan, V. (2019, 31 enero). El tejido sustentable de Ingrato. Galio. <https://galio.cl/2019/01/31/el-tejido-sustentable-de-ingrato/>

Ministerio del Medio Ambiente. (2018). Quinto Reporte del estado del Medio Ambiente – SINIA. <https://sinia.mma.gob.cl>. <https://sinia.mma.gob.cl/quinto-reporte-del-estado-del-medio-ambiente/>

Mira, D. (2018). ¿Qué es el «fast fashion» y por qué está haciendo de la moda un negocio insostenible? Contreebute. <https://www.contreebute.com/blog/que-es-el-fast-fashion-y-por-que-esta-haciendo-de-la-moda-un-negocio-insostenible>

Montalva, P. (2015). *Morir un poco (2.a ed.)*. Catalonia

Moreno, P. (2019, mayo 28). ¿Qué es el «upcycling», el considerado milagro que salvará la moda? Recuperado mayo de 2020, Vogue <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/upcycling-reciclaje-moda-ecologica-sostenible/34151>

Movilh. (2020, marzo). INFORME ANUAL DE DERECHOS HUMANOS Diversidad sexual y de género en Chile (N.o 18). <http://www.movilh.cl/documentacion/Informe-DDHH-Movilh-2019.pdf>

Movilh. (2019, 20 noviembre). Ley de identidad de género – Chile Trans. Movilh. <https://www.movilh.cl/trans/ley-de-identidad-de-genero/>

Nosotros. (2020, abril). Análisis de tendencias de invierno de la mano de Louis Vuitton. Revista Nosotros - nosotros. <https://nosotros.ellitoral.com/analisis-de-tendencias-de-invierno-de-la-mano-de-louis-vuitton/moda-estilo>

Organización Panamericana de la Salud (OPS). (2011). *Derecho a la salud de los jóvenes y las identidades de género*. <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2012/trends-final-spa.pdf>

Radio UC. (2019, 14 mayo). Fast Fashion: Chile es el mayor consumidor de ropa en Latinoamérica | Radio UC. de <http://www.radiouc.cl/fast-fashion-chile-es-el-mayor-consumidor-de-ropa-en-latinoamerica/>

## 7.1 Imágenes

Riviere, M. (2014). *Diccionario de la moda (edición actualizada)*. DEBOLSILLO.

Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible (1.a ed.)*. Gustavo Gili. <https://www.ggili.com>

Schild, D. (2020, 26 abril). *London Fashion Week will be a gender-neutral event for the first time in its nearly 40-year history*. Insider. <https://www.insider.com/london-fashion-week-gender-neutral-virtual-2020-4>

University of Cambridge MBA, Albouy, D., & Adesida, O. (2018). *Blueprint de Moda Sostenible 2018 (N.o 1)*. <http://www.technofashionworld.com/files/2018/07/Mamoq-Sustainable-Fashion-Blueprint-2018.pdf>

Vadicherla, T., Saravanan, D., Muthu Ram, M., & Suganya, K. (2016). *Fashion Renovation via Upcycling*. *Textile Science and Clothing Technology*, 1-54. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-2146-6\\_1](https://doi.org/10.1007/978-981-10-2146-6_1)

Vergara, J. (2019, 20 marzo). *Y.A.N.G: confeccionando el futuro desde la reutilización*. Galio. <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

Vivanco, A. (2019, julio). *Comprar, botar, comprar: ¿Se puede terminar con el círculo vicioso del endeudamiento?* CNN. [https://edition.cnn.com/tendencias/fast-fashion-entrevista-pamela-victoria\\_20190707/](https://edition.cnn.com/tendencias/fast-fashion-entrevista-pamela-victoria_20190707/)

World Bank. (2018, 20 septiembre). *Sin medidas, los desechos crecerán un 70 % para 2050*. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/09/20/global-waste-to-grow-by-70-percent-by-2050-unless-urgent-action-is-taken-world-bank-report>

Yotka, S. (2020, 21 abril). *London Fashion Week Will Go Forward in June With a New Digital, Men's and Women's Platform*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/london-fashion-week-goes-digital-for-june-2020>

Yotka, S. (2020, 6 mayo). *Milan Fashion Week to Go Digital With a Special July Edition*. Vogue. <https://www.vogue.com/article/milan-fashion-week-to-go-digital-with-a-special-july-2020-edition>

Imagen 01: Gearon, T. (2019, septiembre). *7 Designers On Where They Source Their Chicest Upcycled Looks* [Fotografía]. Recuperado en: <https://www.vogue.com/article/7-designers-source-upcycled-looks>

Imagen 02: Muñoz, A. (2020, febrero). *El costo oculto de la ropa usada* [Ilustración digital]. Galio. Recuperado en: <https://galio.cl/2020/02/02/el-coste-oculto-de-la-ropa-usada/>

Imagen 03: Imagen 03: *Dibujo del vestido Ford de CHANEL-1926*. Recuperado: <https://inside.chanel.com>

Imagen 04: *Marlene Dietrich. El jardín de Alá (1936)*. Recuperado: <https://actricesactoresypeliculas.blogspot.com/2019/09/marlene-dietrich.html>

Imagen 05: *Greta Garbo. Ninotchka (1939)* Recuperado: <https://www.flickr.com/photos/30226428@N05/3506543903/>

Imagen 06: *Fred MacMurray. Double indemnity (1944)* Recuperado: <https://bamfstyle.com/2019/11/11/double-indemnity-sport-suit/dubinsuit2-main1/>

Imagen 07: *Modelo vistiendo un vestido y abrigo de Nina Ricci en1941* Recuperado: <https://www.flickr.com/photos/51732914@N04/6113533608/in/photostream/>

Imagen 08: *12 de febrero de 1947: Christian Dior presenta avenue Montaigne su primera colección apodada "New Look"*. Recuperado: <https://twitter.com/ministerecc/status/565770589718454272>

Imagen 09: *Patrón de costura de principios de los años 50 Pantalones largos sin puños o pantalones cortos*. Recuperado: <https://www.pinterest.com.mx/pin/432838214186873445/>

Imagen 10: *Revista Paula. Santiago número 26, (Diciembre 1968), página 70*

Imagen 11: *Revista Paula. Santiago número 26, (Diciembre 1968), página 72*

Imagen 12: *Revista Paula. Santiago número 149, (septiembre 1973), página 68*

Imagen 13: *Revista Paula. Santiago número 5 (noviembre 1967), página 54 - 55*

Imagen 14: *Revista Paula. Santiago número 16 (febrero 1968), página 53.*

Imagen 15: *Revista Paula. Santiago número 16 (febrero 1968), página 61.*

Imagen 16: *Revista Paula. Santiago número 72 (octubre 1970), página 62.*

Imagen 17: *Phuong Nguyen, D. (2019, 5 junio). El teñido de tejidos: el mayor problema de contaminación de la industria de la moda*. Recuperado en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/tintes-toxicos-ropa-problemas-contaminacion-industria-moda>

Imagen 18: *Imagen 18: Judith Butler .* Recuperado: <http://paroledequeer.blogspot.com/2014/06/repensar-la-vulnerabilidad-por-judith.html>

Imagen 19: Orientación e identidad. Recuperado en: Encuesta nacional de juventud. Injuv (2018: 17)

Imagen 20: Y.A.N.G. (2017). Yang [Fotografía]. Recuperada: <https://www.quintatrends.com/2017/10/yang-ropa-consciente-para-nueva-generacion.html>.

Imagen 21: Saveedra, C. (2020) Y.A.N.G: confeccionando el futuro desde la reutilización. [Fotografía]. Recuperadas: <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

Imagen 22: Saveedra, C. (2020) Y.A.N.G: confeccionando el futuro desde la reutilización. [Fotografía]. Recuperadas: <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

Imagen 23: Prendas Baquelita [Fotografía]. Recuperadas: <https://www.instagram.com/baquelita/>

Imagen 24: Prendas Baquelita [Fotografía]. Recuperadas: <https://www.instagram.com/baquelita/>

Imagen 25: Prendas Baquelita [Fotografía]. Recuperadas: <https://www.instagram.com/baquelita/>

Imagen 26: Prendas Baquelita [Fotografía]. Recuperadas: <https://www.instagram.com/baquelita/>

Imagen 27: Pía Montalva [Fotografía]. Recuperado: <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/pia-montalva-lo-femenino-rasgos-los-los-hombres-renunciado/550227>

Imagen 28: Moda y Crisis [Fotografía]. Recuperadas: [https://www.instagram.com/thinking\\_\\_fashion/](https://www.instagram.com/thinking__fashion/)

Imagen 29: Afiche de Conversaciones fundamentales  
Recuperado: <https://www.facebook.com/uchile/videos/292708901837445/>

Imagen 30: London Fashion Week [Fotografía]. Recuperadas: <https://londonfashionweek.co.uk/schedule/86/london-fashion-week-digital-day-three>

Imagen 31: Colección Marques'Almeida [Fotografía]. Recuperadas: <https://londonfashionweek.co.uk/designers/marquesalmeida>

Imagen 32: Colección Marques'Almeida [Fotografía]. Recuperadas: <https://londonfashionweek.co.uk/designers/marquesalmeida>

Imagen 33: Captura de video proceso productivo Marques'Almeida. Recuperadas: <https://londonfashionweek.co.uk/designers/marquesalmeida>

Imagen 34: Colección Gucci, Captura de la pasarela virtual Milano Fashion Week [Fotografía]. Recuperadas: <https://milanofashionweek.cameramoda.it/en/brands/gucci-runway/>

Imagen 35: Colección Gucci, Captura de la pasarela virtual Milano Fashion Week [Fotografía]. Recuperadas: <https://milanofashionweek.cameramoda.it/en/brands/gucci-runway/>

Imagen 36: Colección Gucci, Captura de la pasarela virtual Milano Fashion Week [Fotografía]. Recuperadas: <https://milanofashionweek.cameramoda.it/en/brands/gucci-runway/>

Imagen 37: Colección Louis Vuitton, Captura de la pasarela Louis Vuitton, pasarela otoño invierno 2020 [Fotografía].  
Recuperadas: <https://nosotros.ellitoral.com/analisis-de-tendencias-de-invierno-de-la-mano-de-louis-vuitton/moda-estilo>

Imagen 38: Colección 12na  
Recuperado: <https://docena.net/ropa-doce-nada/>

Imagen 39: Colección Juana Díaz  
Recuperado: <http://juanadiaz.cl/?portfolio=coleccion-capitalismo>

Imagen 40: Colección Y.A.N.G.  
Recuperado: <https://galio.cl/2019/03/20/y-a-n-g-confeccionando-el-futuro-desde-la-reutilizacion/>

Imagen 41: Colección Baquelita  
Recuperado: <https://galio.cl/2020/05/16/editorial-baquelita/>

Imagen 42: Detalle Colección Ingrato  
Recuperado: <https://galio.cl/2019/01/31/el-tejido-sustentable-de-ingrato/>

Imagen 43: Colección SEVALI  
Recuperado: <http://www.blocdemoda.com/2019/04/chile-moda-sebastian-albornoz-el-disenador-mcqueen-tom-ford.html>

Imagen 44: H.era  
Recuperado: [https://www.instagram.com/h.era\\_undewear/](https://www.instagram.com/h.era_undewear/)

Imagen 45: Infinito  
Recuperado: Lara Sepúlveda, A. (2019). Infinito : diseño de un producto textil que permite rediseñarse continuamente a través del tiempo. Universidad de Chile

Imagen 46: Seda look 2  
Elaboración propia

Imagen 47: Seda look 1  
Elaboración propia

Imagen 48: Contexto feria libre  
Elaboración propia

Imagen 49: Seda look 3  
Elaboración propia

Imagen 50: pantallazo presentación taller Y.A.N.G.  
Elaboración propia

Imagen 51: captura presentación Y.A.N.G. desarrollo del concepto  
Elaboración propia

*Imagen 52: captura presentación Y.A.N.G. Prenda referente  
Elaboración propia*

*Imagen 53: captura presentación Y.A.N.G.Recolección prendas  
Elaboración propia*

*Imagen 54: captura presentación Y.A.N.G. Exploración formal  
Elaboración propia*

*Imagen 55: captura presentación Y.A.N.G. Exploración forma  
Elaboración propia*

*Imagen 56: captura presentación Y.A.N.G Collage desarrollo prenda  
Elaboración propia*

*Imagen 57: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 58: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 59: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 60: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 61: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 62: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 63: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 64: Fotos resultado anteproyecto  
Elaboración propia*

*Imagen 65: Prenda en proceso de desarme  
Elaboración propia*

*Imagen 66: Moodboard exploratorios (descartados para el proyecto)  
Elaboración propia*

*Imagen 67: Prenda en feria libre  
Elaboración propia*

*Imagen 68: higienización prendas (prendas en lavadora)  
Elaboración propia*

*Imagen 69: Exploración formal Mirror Image (descartados para el proyecto)  
Elaboración propia*

*Imagen 70: Moodboard seleccionado look día  
Elaboración propia*

*Imagen 71: Exploración formal seleccionada look día  
Elaboración propia*

*Imagen 72: prenda seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 73: prenda seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 74: prenda seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 75: Moodboard seleccionado look tarde  
Elaboración propia*

*Imagen 76: Exploración formal seleccionado look tarde  
Elaboración propia*

*Imagen 77: prendas seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 78: prendas seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 79: prendas seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 80: Moodboard seleccionado look noche  
Elaboración propia*

*Imagen 81: Exploración formal seleccionada look noche  
Elaboración propia*

*Imagen 82: prendas seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 83: prendas seleccionada  
Elaboración propia*

*Imagen 84: prendas seleccionada*  
*Elaboración propia*

*Imagen 85: prendas seleccionada*  
*Elaboración propia*

*Imagen 86: Descosedor con prenda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 87: proceso de armado prenda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 88: proceso de armado prenda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 89: proceso de armado prenda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 90: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 91: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 92: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 93: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 94: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 95: proceso de armado prenda look tarde*  
*Elaboración propia*

*Imagen 96: Referente de etiquetas*  
*Fuente de imagen: [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com)*

*Imagen 97: Detalles Looks proyecto Neo EF*  
*Elaboración propia*

*Imagen 98: Look día delantero*  
*Elaboración propia*

*Imagen 99: Look día detalle delantero y blusa*  
*Elaboración propia*

*Imagen 100: Look día detalle sistema de cierre*  
*Elaboración propia*

*Imagen 101: Look día detalle puño pierna*  
*Elaboración propia*

*Imagen 102: Look día abierto*  
*Elaboración propia*

*Imagen 103: Look día espalda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 104: Look tarde delantero*  
*Elaboración propia*

*Imagen 105: Look tarde detalle superior delantero*  
*Elaboración propia*

*Imagen 106: Look tarde detalle frontal*  
*Elaboración propia*

*Imagen 107: Look tarde detalle basta*  
*Elaboración propia*

*Imagen 108: Look tarde abierto*  
*Elaboración propia*

*Imagen 109: Look tarde espalda*  
*Elaboración propia*

*Imagen 110: Look noche delantero*  
*Elaboración propia*

*Imagen 111: Look noche detalle frontal cierre*  
*Elaboración propia*

*Imagen 112: Look noche detalle cordón cintura*  
*Elaboración propia*

*Imagen 113: Look noche detalle bolsillo*  
*Elaboración propia*

*Imagen 114: Look noche abierto*  
*Elaboración propia*

*Imagen 115: Look noche espalda*  
*Elaboración propia*

## 7.2 Gráficos

Gráfico 01: Treemap de importaciones textiles Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11>

Gráfico 02: Treemap de exportaciones textiles Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11>

Gráfico 03: Treemap de los productos por tipo importados consumidos en Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

Gráfico 04: Treemap de importaciones por destino Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

Gráfico 05: Treemap de importaciones textiles por tipo Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/geo/chile>

Gráfico 06: Treemap de importaciones Ropa usada por destino Chile 2016. Recuperado en: <https://es.datachile.io/products/textiles-11/ropa-usada-116309>

Gráfico 07: Mapa de generación de basura Per Capita 2018. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 Kaza et al., 2018: 19)

Gráfico 08: gráfico de porcentaje generación de basura por región 2018. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 19)

Gráfico 09: gráfico de porcentaje de la composición global de los residuos 2018. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 29)

Gráfico 10: Tasa de generación de residuos: América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 54)

Gráfico 11: Composición de residuos en América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 54)

Gráfico 12: Tasa de recolección de residuos por ciudades de América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 56)

Gráfico 13: Porcentaje de Eliminación y tratamiento de residuos en América Latina y el Caribe. Recuperado en: informe del Banco Mundial What a Waste 2.0 (Kaza et al., 2018: 58)

Gráfico 14: Generación de Residuos a nivel Nacional. Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente (2018: 67)

Gráfico 15: Generación de Residuos según origen por región Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente (2018: 69)

Gráfico 16: Tasa nacional de valorización y reciclaje 2017. Recuperado en: Reporte del Estado del Medio Ambiente (2018: 79)

Gráfico 17: Distribución de las personas según identidad de género por tramo de edad, 2017. Recuperado en: Resultados Orientación Sexual e Identidad de Género Casen 2017

Gráfico 18: Tramo de edad encuestados .  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 19: Género de los encuestados  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 20: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 21: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 22: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 23: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 24: Percepción sobre la elegancia  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 25: Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 26: Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

Gráfico 27: Percepción sobre lo femenino  
Elaboración propia. Recuperado en: <https://my.survio.com>

## 7.3 Tablas y esquemas

Tabla 01: Distribución de las personas según identidad de género, 2017. Recuperado en: Resultados Orientación Sexual e Identidad de Género Casen 2017

Tabla 02: Variables de análisis Elaboración propia

Esquema 01: Impactos de las fases del ciclo de vida textil. Recuperado en: Moda ética para un futuro sostenible. Salcedo, 2014: 31

Esquema 02: Operacionalización de las variables. Elaboración propia

Esquema 03: Nueva elegancia. Variables. Elaboración propia

## 8. Anexo

### 8.1. Entrevista

#### Fernanda Montesi (Baquelita)

Entrevista realizada el mes de julio del 2020 a Fernanda Montesi, diseñadora chilena. Montesi, a través de su marca, muestra un trabajo compuesto por prendas elaboradas a partir de piezas usadas de distinta procedencia que son seleccionadas para luego ser reconstruidas, modificadas y resignificadas. Mediante esta entrevista se permite conocer más profundamente sobre su trabajo y las motivaciones que llevaron a formar Baquelita.

##### **¿Cómo comenzaste en la moda e inicia Baquelita?**

*Todos tenemos moda, la compramos, heredamos o hacemos. Es por ahí cuando nace mi interés. En un principio tenía una marca llamada A de Antonio, en la que reciclábamos los saldos de telas que dejaban algunas empresas textiles, es ahí cuando ya me interesaba el tema del reciclaje; habían algunas piezas que armábamos reciclando otras, fue cuando descubrí que eso era lo mío. Una vez que terminé ese proyecto comencé con Baquelita. En un principio el taller Baquelita empieza como un modelo de negocio que nace con el fin de la colaboratividad, donde nosotros aportamos con el conocimiento de confección, acompañábamos desde la campaña de fotos hasta dejar los modelos vendiéndose en una tienda, a la larga eso no fue tan factible por lo cual empecé a trabajar mis propias colecciones. Por ende es un proyecto muy personal donde todo lo que se proyecta es personal.*

##### **¿Qué es lo interesante al rescatar prendas?**

*Teniendo en cuenta mis capacidades, mis conocimientos, a los materiales que tengo acceso veo como voy a rescatar una prenda; y veo que error tiene la prenda, si es que merece ser transformada o no, porque de repente hay cosas que están en buenas condiciones entonces no necesitan que las rescaten. Ver que es lo que puedo hacer con las prendas que voy a rescatar es una oportunidad de ejercer la creatividad.*

##### **¿Cuánto tiempo requieres para fabricar una prenda? ¿Cómo trabajas?**

*Depende mucho del tipo de arreglo, hay cosas que se demoran 1 o 2 horas, mientras que otros proyectos pueden demorarse días. Me cuesta cuantificar el tiempo de trabajo pero en promedio la producción es de 4 o 5 horas mínimo. Dentro de los procesos que trabajo el teñir y desteñir una prenda es lo que más me demora; por ejemplo esta blusa de gasa negra, la decoloré; tenía un piquete el cual corte, le cambié los botones y la volví a teñir de un color palo rosa. Mi trabajo es muy sutil, porque finalmente saco una prenda nueva donde sólo un ojo muy clínico podría identificar que viene del rescate de prendas.*

##### **¿Cuál es tu opinión sobre el fast fashion?**

*Detrás de las grandes marcas hay algo perverso, donde las calidades de las prendas son malas, están construidas de forma rápida y las personas que trabajan detrás de esas marcas son super mal pagadas. Las empresas se preocupan por “vender una campaña” y al parecer a la gente aún le interesa tener ese status y aparentar lo que se les está vendiendo. Creo que las empresas no van a cambiar porque no les interesa, por eso creo que el cambio debe venir desde los que compran la ropa.*

##### **¿Te declaras una moda consciente?**

*Esto tiene que ver con el discurso que uno tiene, intento ser lo más coherente sobre lo que pienso y hago, donde todo lo que creo se proyecte en el proceso, desde el trato con los clientes hasta de cuanto le pago a los trabajadores; también me importa mucho lo que genera el producto en la gente, por ejemplo no me interesa que la ropa cause ansiedades teniendo técnicas de marketing ansiosas. Hay que tratar de ser lo más consciente posible, porque hay actos que están destruyendo el planeta y dañando a mucha gente.*

##### **¿Crees que la gente está interesada en el slow fashion? ¿cómo llegas a ellos?**

*A veces creo que sí y otras no. Obviamente pienso que ahora la gente está más interesada en los procesos que hace 20 o 30 años y podría decirte que en 3 años se ha generado un cambio radical. Creo que hay más interés y la gente entiende mejor pero no estoy segura de que eso se va a transmitir a largo plazo.*

*Por otro parte mi trabajo llega del boca a boca y ahora ultimamente con el tema de la pandemia he estado utilizando el instagram, aunque siendo muy honesta no me gusta mucho la plataforma, ya que prefiero atender en mi taller para que la gente vea y se pruebe las prendas, si es que hay que arreglar algo, ya que es una retroalimentación donde una también aprende del cliente.*

## 8.2 Anexo: Resultado Encuesta

### ¿Cuál es tu opinión sobre la industria textil y el diseño de modas en Chile?

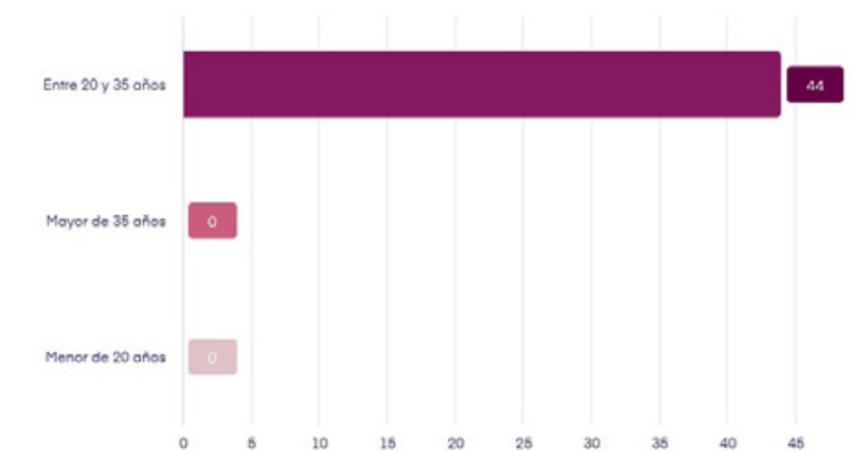
Chile tiene pocas tiendas con insumos de calidad y si son buenos son super caros. Cuando partí descubrí que no había industria textil en Chile, ya que nosotros comprábamos los saldos de las empresas que ya habían cerrado y eran difíciles de conseguir pero nos gustaban porque eran de mejor calidad que las actuales y por lo mismo decidí trabajar con las prendas usadas, porque una encuentra más variedad.

En cuanto al diseño la mayoría de las personas que conozco y admiro no estudiaron diseño de vestuario, con mi experiencia he visto que el diseño de vestuario en las escuelas está muy enfocado en el marketing más que enseñar a diseñar prendas; se pierde un poco el arte y el oficio que hay detrás de hacer ropa. El panorama para el diseño de vestuario se ve complejo si es que no logran reinventarse y yo creo que en esa reinversión mucha gente se va a dedicar al upcycling.

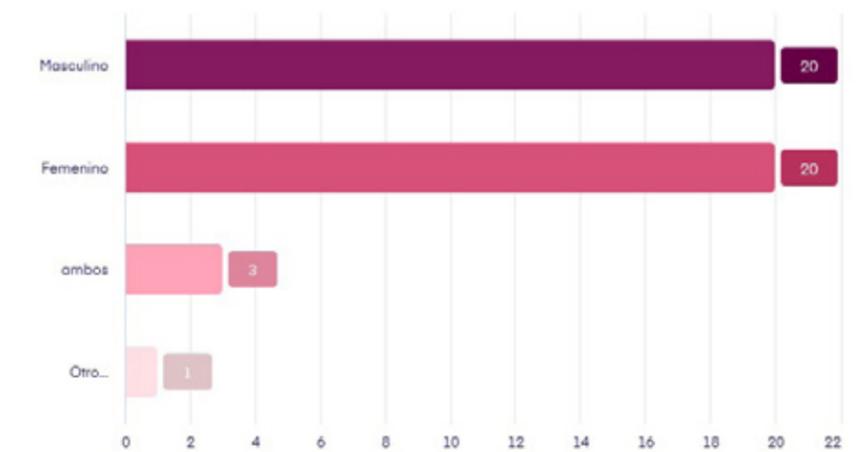
### ¿Qué recomendaciones darías a los nuevos diseñadores que se están interesando por estos métodos de trabajo?

Que no copien. Si tú tienes algo que decir es tuyo, es real, es propio y eso es lo que te tiene que importar. Lo bueno de trabajar en esto es que tu insumo habla mucho, entonces solo tienes que buscar qué cosas te llaman la atención y qué quieres hacer. Tu herramienta de trabajo más importante eres tú y tu historia. Aprender a depurar el gusto desde todas las aristas para que eso quede reflejado en tu trabajo.

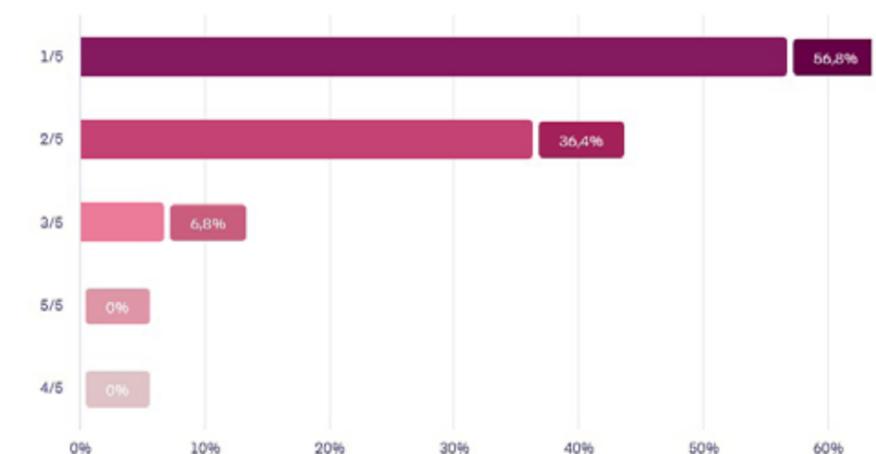
### 1. Edad



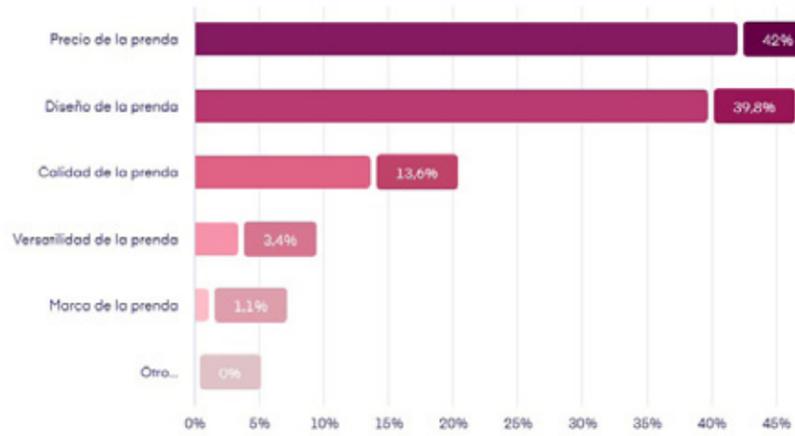
### 2. Género con el que te identificas



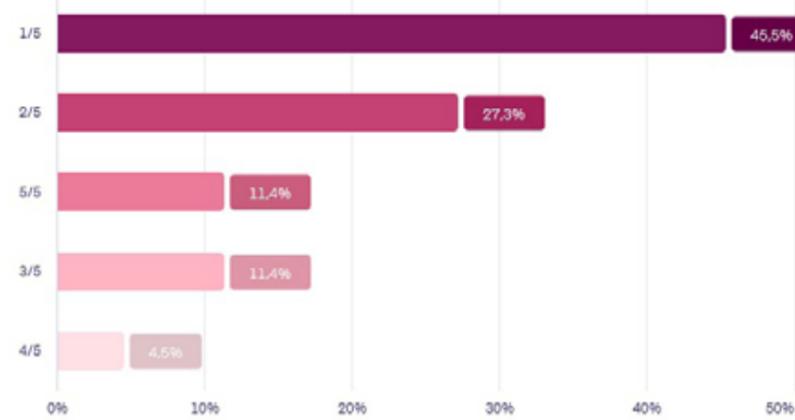
### 3. ¿Con cuánta frecuencia compras ropa? (incluyendo zapatos y ropa interior)



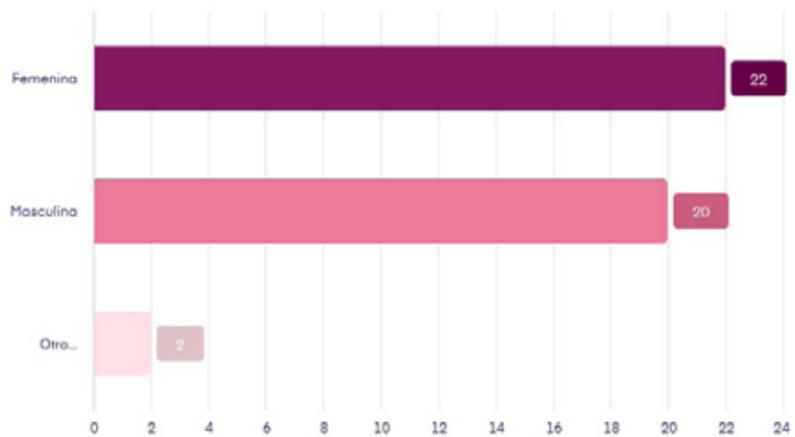
### 5. ¿En qué te fijas cuando compras una prenda?



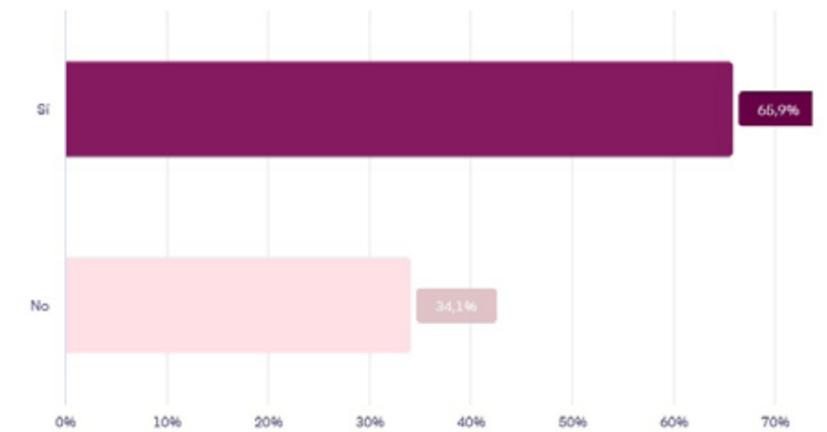
### 4. ¿Con cuánta frecuencia compras ropa al Retail? (grandes tiendas ej: falabella)



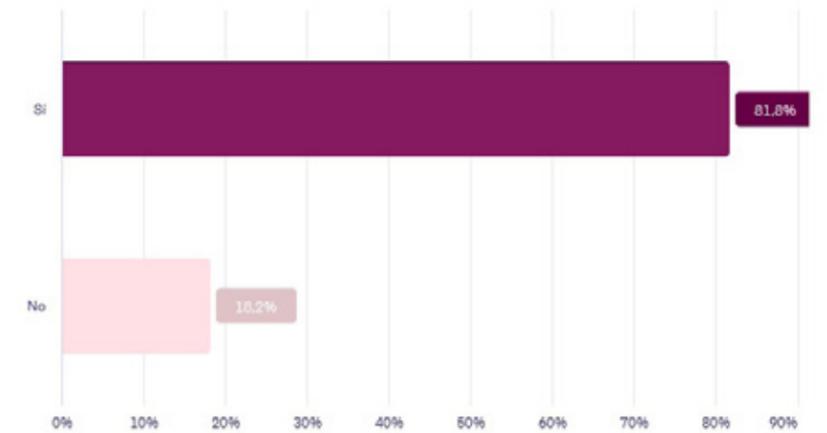
### 6. ¿En qué sección compras generalmente ropa?



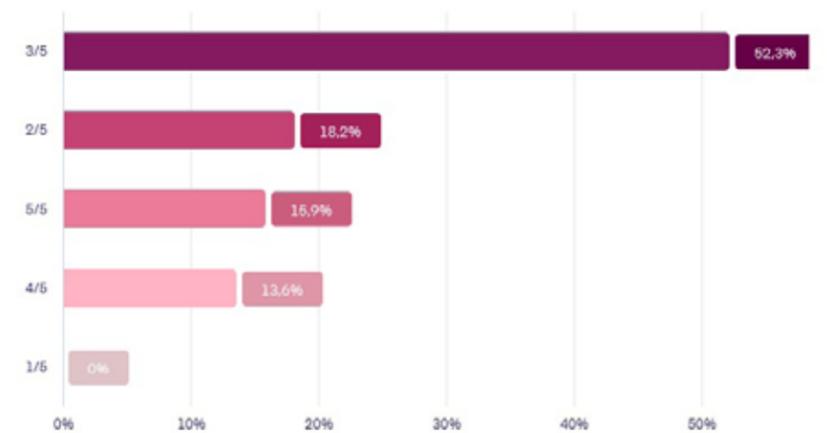
### 7. ¿Compras ropa al comercio local? (ropa de autor, diseño local o artesanal)



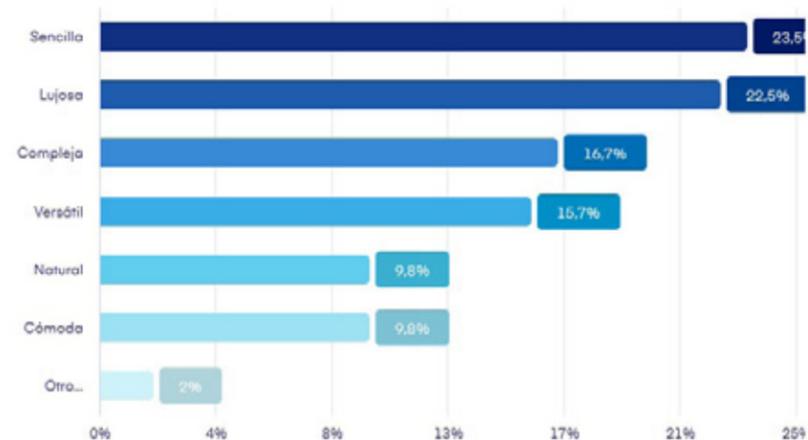
### 8. Compras ropa usada?



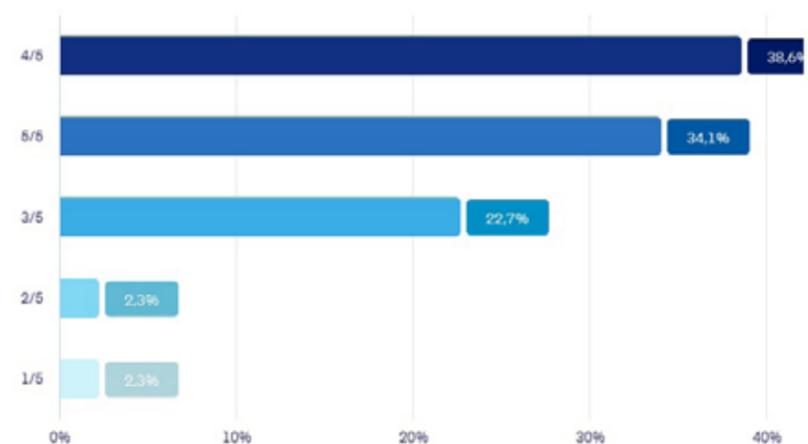
### 9. En una escala de 1 a 5 ¿qué tanto conoces sobre los impactos ambientales que genera la fabricación de ropa?



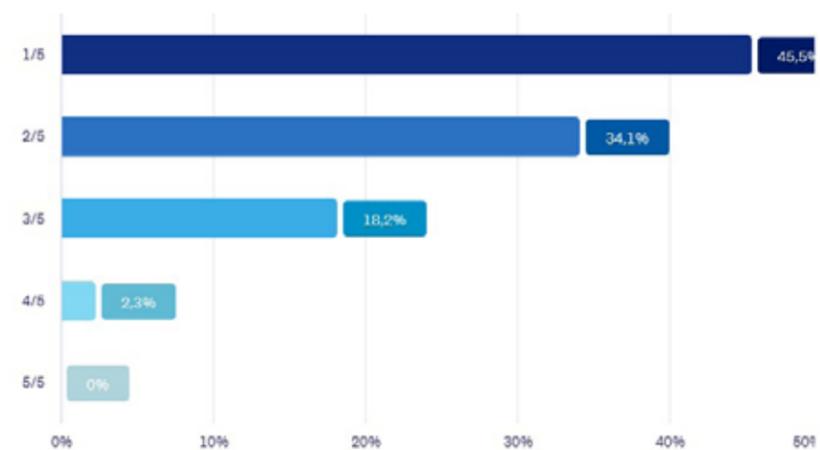
### 10. La elegancia para ti es:



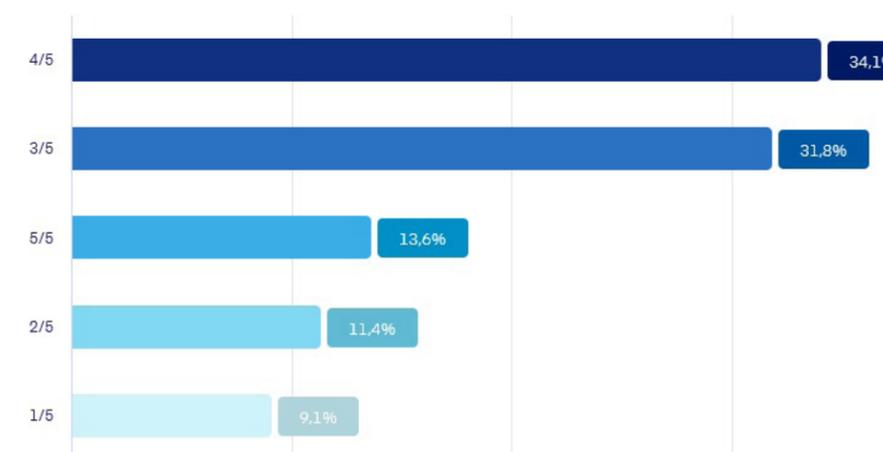
### 11. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las prendas de colores lisos?



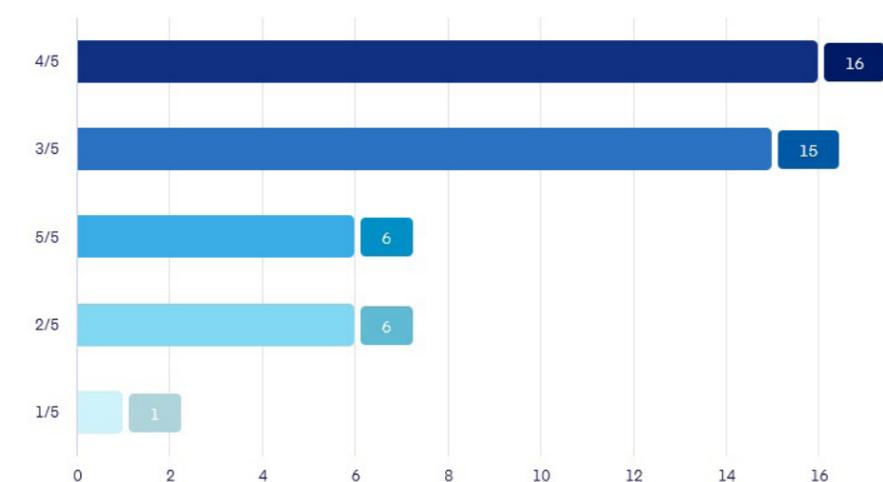
### 12. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son los adornos?



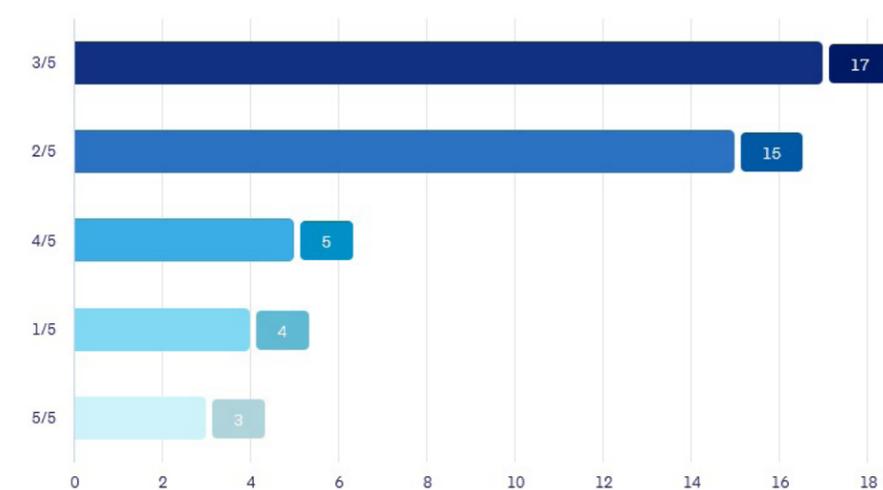
### 13. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son los estampados?



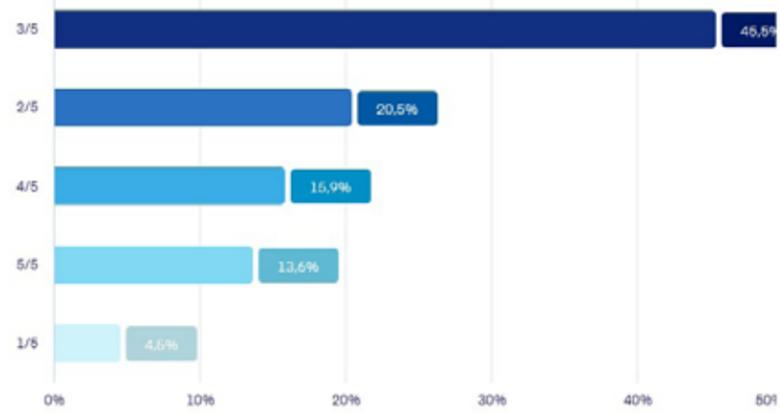
### 14. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son los encajes?



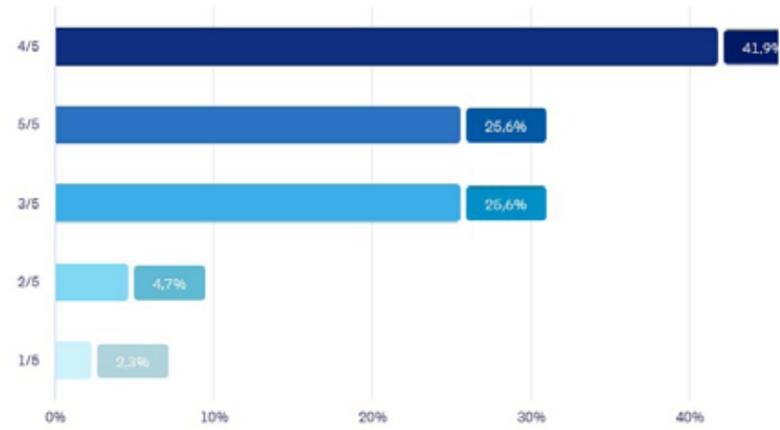
### 15. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son los brillos?



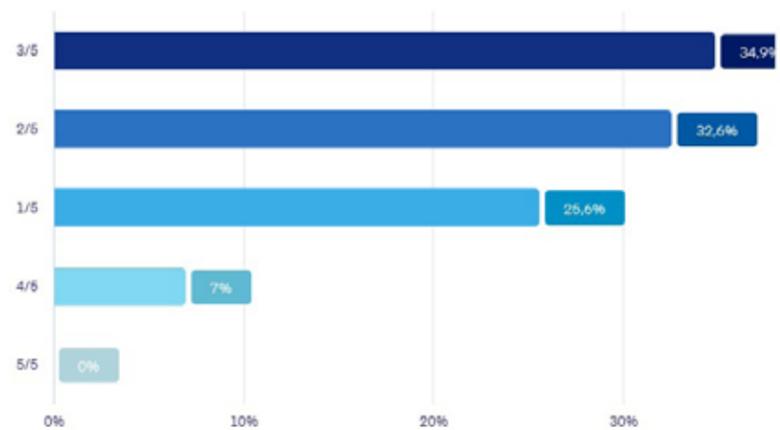
16. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las transparencias?



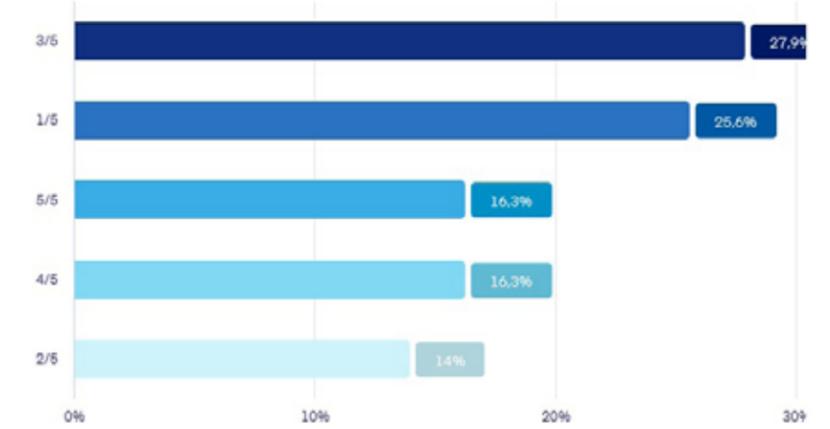
17. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees son las telas de origen natural (ej.: algodón y lino)?



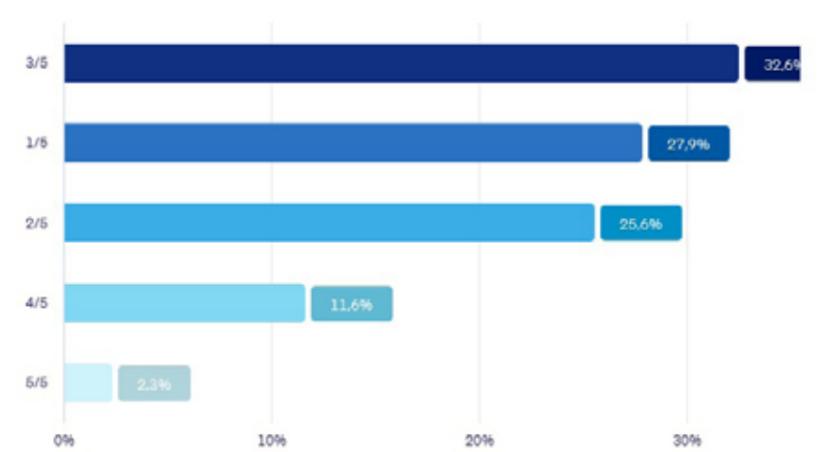
18. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees son las telas de origen sintético (ej.: poliéster, poliamida, acrílico, entre otras.)?



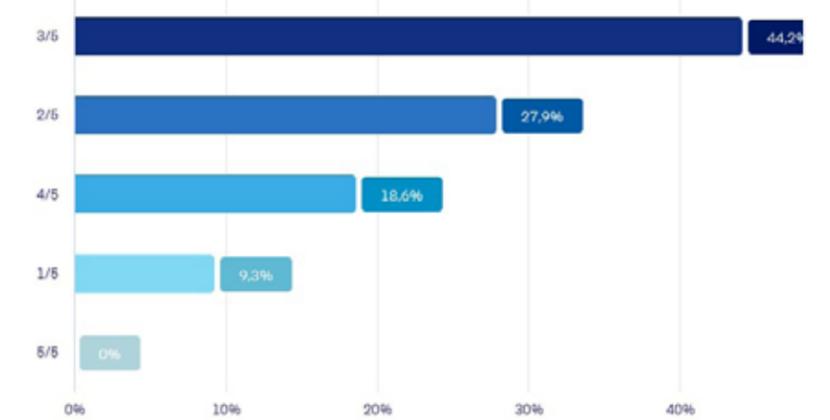
19. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees son las telas de origen animal (ej.: seda, cuero, lana, entre otras.)?



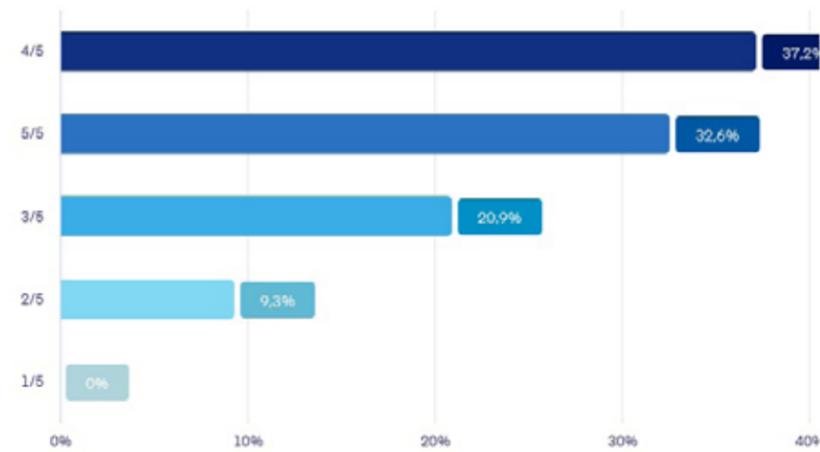
20. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees es el estilo urbano?



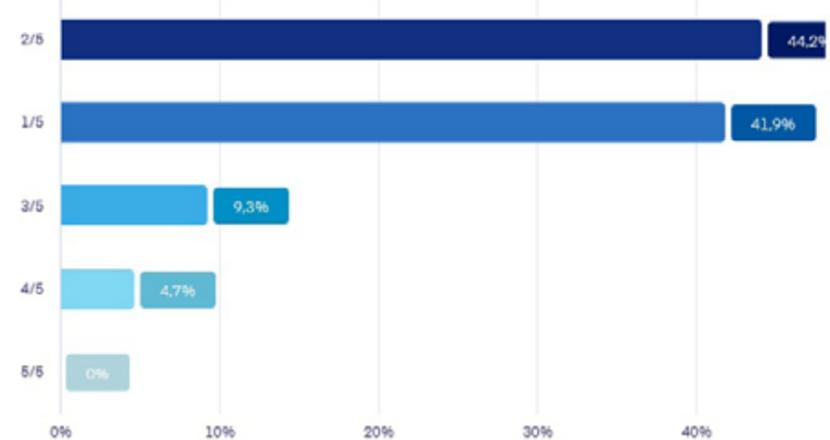
21. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees es el estilo Casual?



22. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees es el estilo formal?



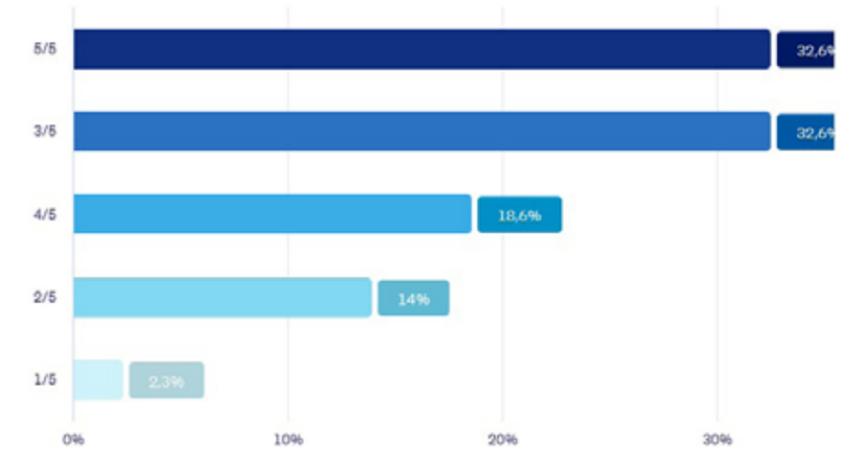
23. En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees es el estilo deportivo?



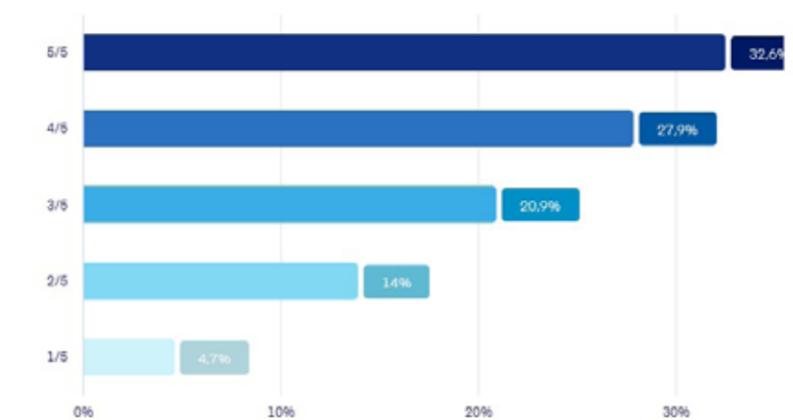
24. Elige la paleta de color que consideres más elegante

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
	19	43.2%
	18	40.9%
	6	13.6%
	1	2.3%
	0	0%
	0	0%

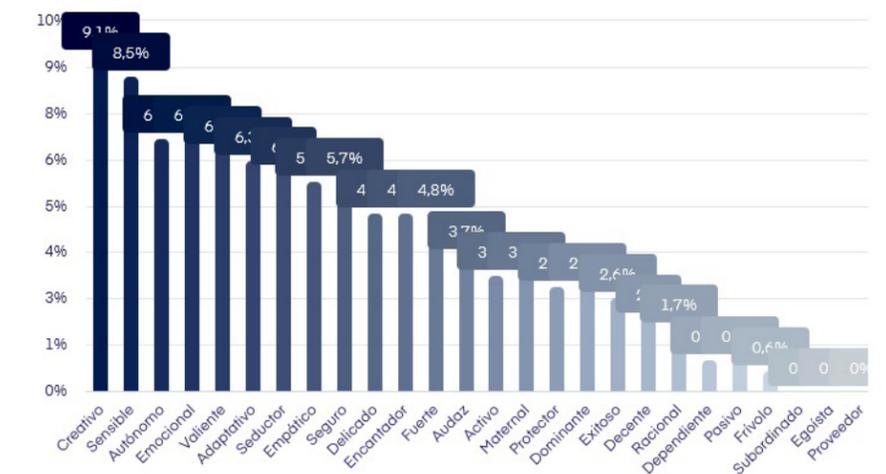
25. ¿En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las prendas realizadas de forma responsable con el medio ambiente?



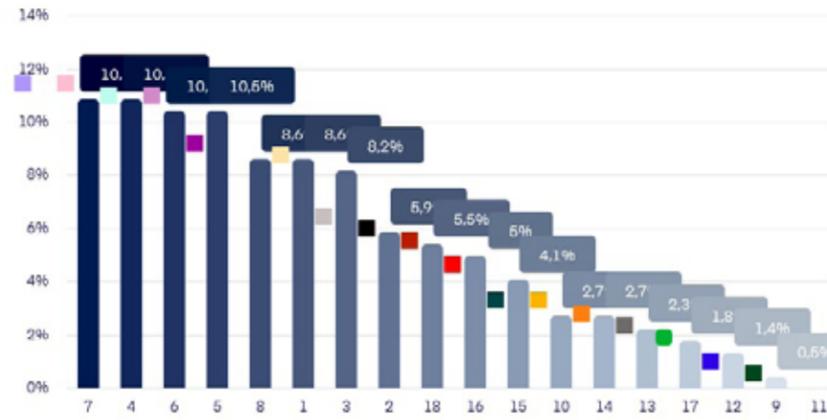
26. ¿En una escala de 1 a 5 que tan elegante crees que son las prendas realizadas con manufactura artesanal?



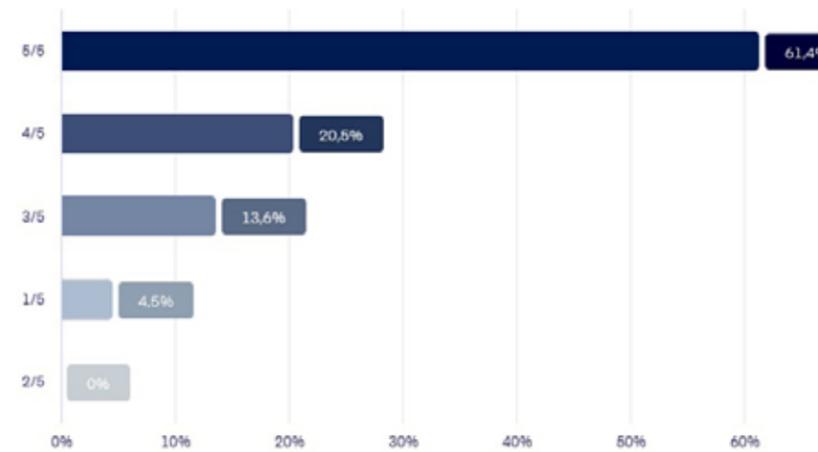
27. Atributos femeninos:



## 28. Elige 5 colores que consideres femeninos?



## 29. En una escala de 1 al 5 que tan importante crees que es la resignificación de género.



## 30. ¿Tienes alguna opinión personal sobre los roles y enfoques de género?

RESPUESTA	RESPUESTAS	RATIO
	20	63.6%
Todos tenemos las mismas capacidades y en relación a la moda, no debería importar el género en cómo nos vestimos, si nos sentimos cómodos y bellos con eso.	1	2.3%
ambos géneros son distintos tanto física como mentalmente, por ende hay cosas que son distintas tanto como en gustos, como cosas que se les da mejor (en general), aparte que es algo un poco cultural	1	2.3%
Ambos son una construcción social, hemos heredado la visión de una sociedad en que el hombre ha tomado por la fuerza el rol protagónico, sin embargo estamos en un punto de construcción de una nueva forma de concebir el mundo, en ese sentido la mujer está avanzando gracias a las acciones de todas las feministas del mundo en romper con los viejos roles.	1	2.3%



DI801-5 PROYECTO DE TÍTULO  
JUNIO 2021