

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Rediseño solidario para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima

Colección cápsula de autor a partir de prendas donadas

Emilia María Mercado

84653

Diseño Textil y de Indumentaria

Categoría: Proyecto Profesional

Línea temática: Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes

Fecha de entrega: 17/09/2020



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Agradezco y dedico este Proyecto de Graduación a todas las personas que me acompañaron en estos cuatro años y medio de carrera, principalmente a mis padres, a mi hermana y a mi novio, quienes me alentaron y apoyaron constantemente a lo largo de esta.

A su vez, agradezco al resto de mi familia y amigos por haberme acompañado siempre, durante el paso de los cuatrimestres y en los desfiles de fin de cursada.

Por otro lado, quiero agradecerle a la Universidad de Palermo por abrirme sus puertas y hacerme conocer nuevos conocimientos y amistades; como así también, a los profesores que me fueron formando a lo largo de todos estos años.

Por último, quiero agradecer a mis profesoras de las materias de Seminario I y Seminario II, Mercedes Pombo y Marisa Cuervo; quienes, con constancia, paciencia y la dedicación de su tiempo, me fueron ayudando a poder lograr el presente proyecto.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. Indumentaria sustentable y el diseño de autor	13
1.1. La sustentabilidad	13
1.2. Diseño de indumentaria sustentable	17
1.3. Diseño de autor y la recuperación de desechos textiles	19
Capítulo 2. Moda <i>vintage</i> y el reciclaje textil	23
2.1. Moda <i>vintage</i>	23
2.2. ¿Qué es el reciclaje?	25
2.3. Reciclaje textil	29
2.4. Diseñadores de indumentaria que trabajan con prendas recicladas	35
2.4.1. Sr. Amor	33
2.4.2. 12NA	35
Capítulo 3. Tendencias de consumo y consumidores de indumentaria	37
3.1. Definición de consumismo vs. consumo	37
3.1.1. El porqué del consumismo	39
3.2. El constante cambio de las tendencias	41
3.3. Oniomanía o compra compulsiva	43
Capítulo 4. Organización Humanitaria: Cáritas Argentina	46
4.1. Cáritas Argentina	46
4.2. Trabajo de campo	47
4.3. Plan de acción con Cáritas	50
4.4. Público objetivo	52
Capítulo 5. Rediseño solidario para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima	55
5.1. Proceso creativo	55
5.1.1. Concepto de colección cápsula	56
5.2. Elección de prendas para revalorizar	56
5.2.1. Colorimetría y <i>board</i> conceptual	59
5.3. Procesos para lograr el rediseño de las prendas	60
5.3.1. Figurines y fichas técnicas	61
5.3.2. Desarrollo y confección de la Camisa con tablas	62
5.3.3. Desarrollo y confección de la Polera camisera	66
5.3.4. Desarrollo y confección del Pantalón aplique	71
5.3.5. Desarrollo y confección del Pantalón capri ancho	75
5.3.6. Desarrollo y confección del Saco <i>smoking</i>	79
5.3.7. Desarrollo y confección del Saco solapa muesca	83
Conclusiones	89

Lista de referencias bibliográficas	95
Bibliografía	100

Introducción

El presente proyecto de grado titulado *Rediseño solidario para Cáritas* busca proponer una manera creativa e innovadora de involucrar el diseño de indumentaria en la problemática social actual de la Argentina; ya que, el porcentaje de pobreza en el país indica que el 35,5% de la población, conformado por quince millones novecientos mil personas, carecen de recursos como para cubrir sus necesidades básicas.

Según publica el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) en su informe técnico del segundo semestre del 2019, la pobreza abarca a todas las regiones del país. La región Noroeste encabeza las cifras con un 40,7%; y siguiéndola, la región Noreste con un 40,1%. La región de Cuyo, se encuentra en tercer lugar con un porcentaje del 36,3%, cercana al 35,2% del Gran Buenos Aires; mientras que, en el quinto lugar, encontramos a la región Pampeana con un 33,7%. Para concluir, la Patagonia presenta la menor cantidad de personas en situación de pobreza con una cifra del 30,0%. (INDEC, 2020).

A raíz de lo recién planteado, surge la Pregunta de investigación en la cual se basa el proyecto: ¿Cómo se puede generar un valor agregado en prendas donadas a partir del rediseño de autor de las mismas, para fomentar la ayuda social? Frente a esta pregunta-problema, resulta importante el proceso de la revalorización de prendas en desuso o también llamadas *vintage*. El objetivo principal, es diseñar una colección cápsula para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima tomando algunas prendas donadas por la gente que se acerca a esta fundación, y revalorizando las mismas a través del diseño de autor.

Hoy en día, el proceso de la ropa en desuso que llega al centro de beneficencia es manejado por voluntarios a cargo de ésta, el cual se ocupa de separar por categorías las distintas prendas. Se separan de tres maneras: la que se dona a las familias asistidas por la organización caritativa; la que se guarda para venderse en ferias a muy bajo costo; y, la que directamente no sirve para ninguna de las dos anteriores, ya que está en muy mal estado.

Se solicita que esta ropa se entregue limpia, aunque que en muchos casos no se cumple, para así simplificar la categorización recién mencionada y agilizar el sistema de su paradero final.

Aunque las prendas donadas no estén dentro de la última tendencia de la moda; la intención es que puedan volver a tener una nueva vida útil, y luego subastarlas a cierto target previamente fijado. Una vez que éstas ya estén intervenidas, a través del agregado de recursos de diseño creativos y novedosos, se intentará lograr la ayuda social que se mencionaba.

A su vez, en efecto a la reutilización de estas prendas *vintage*, se quiere hacer hincapié en el beneficio que esto brinda en el medioambiente. Volviendo a poner en el mercado prendas que ya no se utilizan más, se disminuyen las cifras del consumo masivo de la moda e impulsa a frenar la contaminación que generan los procesos de creación de nuevas prendas, tan dañinos para el planeta.

La categoría en la cual se encuentra este proyecto de graduación es en la Proyecto Profesional, y la línea temática a la que pertenece, es a la de Diseño y producción de objetos, espacios e imágenes; ya que, se está proponiendo una idea creativa e innovadora. A su vez también se está contribuyendo con el objetivo mencionado en el párrafo anterior, con la situación medioambiental en general, y la situación social en la Argentina; involucrando el diseño de indumentaria como motor para llevarla a cabo. Esto será posible mediante la intervención y el rediseño de las mismas, brindándoles una nueva imagen, que las volverá comercialmente atractivas a cierto target previamente establecido.

La materia a la cual corresponde este proyecto de investigación es a la de Diseño de indumentaria III. Como en ésta se enseña el proceso de creación de una colección y todo lo que su desarrollo conlleva, se puede hacer un nexo con esta materia; ya que, en este PG, la

idea es crear una colección cápsula de prendas en desuso con un fin benéfico, para revalorizarlas y volverlas a hacer atractivas comercialmente.

Como objetivos secundarios que complementan el objetivo principal del PG, se va a conocer la el concepto de sustentabilidad; se va ahondar en el concepto de diseño de autor; se investigará sobre proyectos similares a esta propuesta para ver su funcionamiento, éxito y desarrollo; se va a indagar sobre el uso de la ropa *vintage* (pasada de moda o no perteneciente a la tendencia del momento) en la actualidad; se investigará sobre el diseño de autor como propuesta opuesta al diseño masivo; se va a ahondar en la importancia de reutilizar prendas *vintage* y no comprar nuevas; y, se indagará sobre las consecuencias en el medio ambiente respecto al deshecho constante de prendas que no pertenecen más a la tendencia del momento.

Para conocer sobre el Estado del Arte institucional se realizó una investigación entre los Proyectos de Graduación de los alumnos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo; entre ellos, el primero que se puede tomar como antecedente es el PG titulado *Prendas desmontables para personas en situación de calle* de Cúcolo, A. (2018). Éste tiene como objetivo, crear una colección de indumentaria compuesta por seis prendas para personas que están en situación de calle, individuos que no poseen de recursos para satisfacer sus necesidades básicas. La idea de estas prendas es que sean desmontables y su vez impermeables, manteniendo la piel protegida de los cambios climáticos; ya que, la mayoría de las fibras que componen los textiles son sintéticas. También, otra de las cualidades de este proyecto de graduación es que tenga un aporte comercial; queriendo decir con esto, que la compra de una de ellas contribuya con la donación de otra, incluyendo así las políticas de asistencia social mediante las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y las ventas directas en comercios de características similares como camping, pesca, entre otras.

En segundo lugar, el PG titulado *Vistiendo una necesidad*, de González Castro, A. (2013) plantea desarrollar una colección de indumentaria para niños en situación de calle en la Argentina, a partir de la realización de prendas con un propósito de refugio multifuncional; utilizando la metodología de diseño llamada deconstrucción, y así logrando un análisis de transformación en ciertas tipologías para generar una nueva prenda. A su vez con esto, la intención de la autora es lograr integrar este grupo social y generar conciencia social para lograr un cambio de postura en la sociedad.

En tercer lugar, el Proyecto de Graduación titulado *Sastrería sustentable*, de Saldivar Romañach, J. (2014) tiene como objetivo promover, mostrar y concientizar el diseño de indumentaria sustentable a través de la creación de tres tipologías sastreras. Mediante la reutilización de prendas ya confeccionadas, que fueron descartadas por haber pasado de moda; la diseñadora propone generar un saco, un chaleco y un pantalón por medio de la deconstrucción de ropa en desuso.

También será considerado el PG titulado *Multifuncionalidad en indumentaria para Homeless*, de De Roia, N. (2018), el cual plantea la creación de una prenda multifuncional que se pueda transformar en una bolsa de dormir para la gente en situación de calle; que se adapte a las distintas variaciones climáticas por las que atraviesa el individuo, lo albergue ante estas y le sirva como refugio. Por otro lado, la autora propone materializar esta prenda objeto con textiles reciclados; para así darle lugar nuevamente a todos aquellos que han dejado de ser usados y así extender su vida útil.

En quinto lugar, el PG titulado *Moda reformulada*, de Harsh, V. (2017) surge como consecuencia a los daños ambientales que produce la industria textil, ya sea por la cantidad de agua y energía utilizada en procesos, o por los colorantes contaminantes que emplean. Este proyecto de graduación que tiene como objetivo rediseñar ropa usada. Esta diseñadora plantea revalorizarlas agregándoles elementos novedosos y creativos, para así darles un

nuevo uso; y mediante la transformación de diferentes tipologías, también darles una nueva imagen.

En sexto lugar, el Proyecto de Graduación titulado *Reutilizar es moda*, de Damiani, C. (2015) tiene como objetivo generarles una segunda vida útil a prendas de marcas nacionales, en este caso María Cher, que no pueden comercializarse por fallas en su confección. A partir de la reutilización de materias primas, se pretende intervenir la ropa implementando diversos recursos de diseño, para así lograr revalorizar las mismas.

Por otro lado, el PG titulado *Prendas en abandono*, de González, A. (2013) surge ante el problema de la cantidad de prendas en desuso que las mujeres poseen, la diseñadora y autora de este proyecto de graduación, ideó un servicio de asesoramiento de imagen y de customización para las clientas más importantes de una empresa de indumentaria femenina. Con el fin de insertar nuevamente esta ropa en la tendencia del momento, satisfacer específicamente las necesidades de las clientas, incentivar en las mujeres el correcto uso del término *vintage*, y concientizar sobre el consumo masivo de la moda, surgió este proyecto.

El Proyecto de Graduación titulado *Eco vintage experimental*, de Nieto, M. (2015) también le será un antecedente útil a este PG; ya que tiene como objetivo presentar una propuesta creativa de minicolección, reciclando y reutilizando prendas en desuso, promoviendo así la conciencia social ambiental en el área del diseño de indumentaria mayormente. También por otro lado, se pretende mostrar la alternativa del diseño experimental a través del trabajo sobre un maniquí.

En anteúltimo lugar, el PG titulado *Diseño para la unión social*, de Massa, M. (2014) tiene como objetivo demostrar que, por medio del reciclaje, el marketing verde, y el consumo responsable; se puede contribuir a reducir la basura, y construir una cultura ecológica que se oponga a la sociedad de consumo que compra para satisfacer necesidades impuestas por la sociedad en la que vive el individuo. A su vez, muestra la responsabilidad que tiene un

diseñador consciente de todo esto a la hora de ejecutar un proyecto; para así no seguir destruyendo las fuentes naturales de extracción de recursos.

En último lugar, el Proyecto de Grado titulado *Economía compartida aplicada a la moda*, de Pucharcos, A. (2015) tiene como objetivo hacer una investigación sobre el hiperconsumo en la moda, su impacto negativo y cuáles son las alternativas para combatirlo. Entre estas se encuentra la economía compartida; las marcas *ecofriendly* que se dedican a utilizar materiales reciclados; las marcas *slow fashion*, las cuales tienen una producción con procesos más cuidados y menos en serie; y, por último, la idea de la reutilización de prendas o materiales previamente usados.

Con respecto al Estado del Arte fuera de la Universidad de Palermo, se tienen en cuenta principalmente tres textos que resultan pertinentes; primero se encuentra el trabajo titulado *Guía de procesos para la fabricación de objetos textiles para generar fuentes de trabajo desde una conciencia social y medioambiental*, de Chumbi Rivera, K. (2016). El objetivo de éste es dar a conocer la posibilidad de reutilizar residuos desechados por grandes fabricantes de moda que están en condiciones de cumplir un nuevo uso, o de crear prendas nuevas a partir de estos; generando así conciencia social, medio ambiental, y a su vez fuentes de trabajo. En segundo lugar, la investigación titulada *Plan de negocio para creación de boutique sustentable online*, de Zamora Politis, P. (2016); la cual tiene como objetivo presentar un plan de negocios para crear una Boutique online con la idea de que sea a su vez, sustentable. A lo que se refiere con esto es a que las prendas vendidas sean prendas usadas, revalorizándolas mediante la limpieza y transformación, ayudando a no contaminar al medio ambiente y volviéndoles a brindar una nueva vida útil. En tercer y último lugar, *Prendas de segunda mano, alternativa de innovación en el diseño de vestuario en El Salvador* es el título del trabajo en conjunto de Valle Salazar, Z. y Trigueros Menjivar, A. (2013); el cual se origina ante la problemática de la cantidad de ropa con vida útil que se convierte en basura textil por

las tantas toneladas que se fabrican. Tiene como objetivo, investigar sobre la utilización de prendas de segunda mano; revalorándola y dándole la oportunidad de alargarle su ciclo de vida, ayudando en lo social con el beneficio de disminuir los recursos que dañan el medio ambiente.

Este Proyecto de Graduación se estructura a partir de cinco capítulos. El primer capítulo llamado *Indumentaria sustentable y el diseño de autor*, hará una introducción sobre el concepto de sustentabilidad, y luego se adentrará en el diseño de indumentaria sustentable. Continuará informando sobre los impactos medioambientales de la industria textil; el empleo de desechos recuperados en la misma industria; y concluirá con la aclaración del término de diseño de autor.

El segundo capítulo llamado *Moda vintage y el reciclaje textil*, comenzará con la definición del término *vintage*, y procederá con la aclaración a la pregunta ¿Qué es el reciclaje?. Más adelante relatará el surgimiento de la necesidad de reciclar, y qué es el reciclaje textil. Para concluir este capítulo, se expondrá la importancia de la reutilización de prendas en desuso, y algunos diseñadores de indumentaria que trabajan con prendas recicladas.

El tercer capítulo llamado *Tendencias de consumo y consumidores de indumentaria* comenzará haciendo una comparación entre el consumo y el consumismo, ahondando luego en el porqué del último, y continuando con las problemáticas que éste desencadena. Hará una explicación sobre el constante cambio de las tendencias; y finalizará con la exposición y descripción de la oniomanía o también llamada, compra compulsiva.

El cuarto capítulo dará a conocer la organización humanitaria llamada Cáritas; se detallará todo el trabajo de campo realizado para la obtención de información; informará el plan de acción de la autora; y se nombrará el público objetivo al cual se planea apuntar con este PG.

El quinto y último capítulo de este Proyecto de Graduación, llamado *Rediseño solidario para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima*, comenzará narrando directamente el proceso

creativo del proyecto; continuará con la explicación del concepto de colección cápsula; la elección de prendas para revalorizar; y, finalizará con todos los procesos para lograr el rediseño y desarrollo de las mismas.

Capítulo 1. Indumentaria sustentable y el diseño de autor

En este primer capítulo llamado Indumentaria sustentable y el diseño de autor; se comenzará haciendo una introducción sobre el impacto de la industria textil en el medioambiente, para luego aclarar el concepto de sustentabilidad como se lo conoce hoy en día, y su surgimiento. Una vez aclarado el término recién mencionado, se adentrará directamente en el diseño de indumentaria sustentable, mostrando lo que este pretende y en que se basa para serlo; y por último, se expondrá el concepto de diseño de autor junto con la manera de recuperar los desechos de la industria textil.

1.1. La sustentabilidad

Es inminente la situación de peligro en la que se encuentra el planeta, debido a la contaminación en los últimos años. Se han publicado numerosos trabajos acerca de la materia en cuestión, los cuales han expuesto abiertamente la gravedad de continuar con el sistema de producción inconsciente e irresponsable basado en el consumismo, el cual se ha fomentado y perpetrado en las últimas décadas.

El documental *Chasing the Coral* de Jeff Orlowski, publicado en el año 2017, expone de manera muy didáctica la situación de emergencia que está sucediendo en los océanos debido al calentamiento global. Como consecuencia de esto, en los últimos 30 años se ha perdido un 50% de los corales del mundo, y si esto no se detiene, se estima que para el año 2050 desaparecerán en su totalidad.

Según un estudio de la Universidad de Cook, el 30% de la gran barrera de coral en Australia, el arrecife más grande del mundo ha muerto debido al blanqueamiento entre el 2014 y 2016. (Hughes, 2018).

La gravedad de esta catástrofe natural es mayor de lo que se imagina. A pesar de que no se le otorgue la publicidad que se merece, y de que sus investigaciones no hayan producido una

ola de activistas sociales luchando por ellos; la realidad es que, los corales albergan al 25% de la fauna oceánica, evitan inundaciones, y su materia prima es utilizada para múltiples medicamentos.

Una noticia de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en marzo del 2018 alertó que:

De los 124,000 arrecifes coralinos que fueron evaluados, 89% de aquellos cubiertos de plástico enfrentaban la amenaza de enfermedades, en comparación con solo 4% de los corales libres de plástico. Los restos de plástico privan a los corales de oxígeno y luz vitales y liberan toxinas que permiten la invasión de bacterias y virus. (ONU, 2018).

Resultando que no solo el calentamiento global es responsable de esto, sino que también lo son otros factores, como la contaminación de las aguas y la pesca furtiva.

El hecho de mencionar este efecto que se está produciendo, en el presente trabajo, tiene relevancia en razón de que la industria textil es una de las grandes responsables en la producción de materiales tóxicos y desechos que provocan el calentamiento global y la contaminación del agua.

Se puede destacar que la industria textil ocupa el segundo lugar en la emisión de dióxido de carbono (CO₂). Es responsable de aproximadamente un 20% de la contaminación del agua, generando más de 21.000 millones de residuos por año, cifra que aumenta año tras año, debido al aumento del consumo y la cultura de lo descartable en la moda. Según la ONU, para la confección de un solo pantalón se utilizan 3781 litros de agua; aunque también, otros estudios de mayor precisión revelan que para dicho proceso se utilizan alrededor 9000 litros de agua.

Se tiene en cuenta que solo el 0,01% del agua que hay en la tierra puede ser utilizada por los seres humanos, y de ese mínimo porcentaje un 70% se destina a irrigación; un 22% al sector industrial; y para concluir, sólo un 8% para las personas. Sin dejar de lado que además el proceso industrial; como por ejemplo en el negocio de la moda, la cual tiene como principal sustento al algodón, el cual comprende el 90% de las fibras naturales utilizadas, y se

encuentra en más del 40% de la producción textil, siendo un cultivo con gran necesidad de agua para su crecimiento. (ONU, 2018).

Resulta claro entonces porqué hay tantos lugares del mundo donde las personas no tienen la posibilidad de acceder al agua potable. Más de 2,1 millones de personas se ven despojadas de dicha posibilidad por la mala distribución, el exceso desproporcionado del consumo, y por la inconsciencia de su contaminación.

Los pesticidas y agrotóxicos utilizados durante el cultivo del algodón y de otras materias prima, comprende solo un primer paso en el proceso de contaminación de la industria en cuestión. Se estima que, para el proceso de acabado de las prendas se utilizan alrededor de 8000 químicos.

El informe de la Federación Europea de Empresas Sostenibles del año 2019 revela que: El 73% de los materiales utilizados para la ropa se envían a vertederos o se incineran. Actualmente, menos del uno por ciento del material utilizado para producir ropa es reciclado. La producción de textiles genera emisiones de gases de efecto invernadero mayores que las del transporte internacional. Las sustancias peligrosas se escapan al medio ambiente y afectan la salud de quienes fabrican y usan las prendas. Las microfibras de plástico liberadas de la ropa en la lavadora están contaminando los océanos. (Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria, 2019).

De todo esto surge el famoso dicho de que los ríos de China tienen el color de la tendencia, siendo ésta una de las frases más repetidas cuando se habla de la industria textil y el agua. Sin embargo, la situación actual parece estar cambiando, los comunicados de la ONU, como así también la creación de organismos destinados a denunciar los estragos que causa la industria de la moda y proponer alternativas diferentes, como *Fashion Revolution* y la incursión en nuevas formas de sustentabilidad de Levis, entre otros, pretende dar a conocer un nuevo paradigma de producción y de conciencia ecológica, disminuyendo la utilización de

agua en la producción textil, elaborando prendas que no sean descartables en el corto plazo, y disminuyendo el uso de químicos.

Brown fue el primero que utilizó el término desarrollo sustentable, quien se basó en el eco-desarrollo propuesto en los años 70 por Ignacy Sachs y Maurice Strong. Éstos apostaban por un modelo de acciones voluntarias que lograran hacer realidad la equidad social, el desarrollo económico y el cuidado medioambiental; ya que, como afirma Gudynas (2004):

(...) durante las décadas de 1960 y 1970 se acumuló información en hechos como la contaminación creciente en las ciudades, el impacto de los efluentes industriales sobre los cursos de agua, los problemas debidos al sobreuso de agroquímicos, y los riesgos de las centrales nucleares. (p. 48)

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medioambiente y el Desarrollo, en el año 1972 en Estocolmo; Strong no logró instaurarla y su propuesta fue vetada. Finalmente, quince años más tarde, la expresión desarrollo sustentable se popularizó e incorporó en el vocabulario de las Naciones Unidas a través del Informe de Brundtland. Esta publicación del año 1987 formuló por primera vez su definición más aceptada y comúnmente más conocida por la sociedad:

La capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras. (Calvente, 2007, p.3).

La expresión recién mencionada, simboliza el equilibrio del manejo del mundo en el ámbito económico, ambiental y social; tomando constantemente en consideración: que ninguno de los recursos renovables se utilizará en mayor medida que el ritmo de su generación; que nada que contamine se generará a mayor velocidad de lo que tarde en ser absorbido, reciclado o neutralizado por el medio ambiente; y que los recursos no renovables, no se deberán aprovechar a un ritmo superior de lo que se los necesiten realmente, para reemplazarlo por un recurso renovable que se utiliza de manera sostenible (Cortés Mura y Peña Reyes, 2015).

A su vez, se establecieron seis acciones estratégicas para alcanzar esa meta: la primera fue mejorar y profundizar el crecimiento; a continuación, satisfacer las necesidades básicas en términos de alimentación, empleo, salud, agua y energía; en tercer lugar, mantener a un nivel sostenible el tamaño de la población mundial; en cuarto lugar, realzar y conservar los recursos naturales; en quinto lugar, controlar los riesgos ecológicos a través de la reorientación tecnológica; y en último lugar, integrar las cuestiones económicas con las ambientales en los procesos decisionales.

Más adelante, en la Cumbre de la Tierra de Río en 1992, la comunidad internacional consintió al principio de responsabilidades comunes pero diferenciadas; en el cual se manifiesta que todos los países son responsables de la salud del planeta, pero deben cumplirlo de diversas maneras. Los países subdesarrollados, deben aceptar la transformación de sus modos contaminantes de producción y de sus economías, a pesar de los costos elevados de dicha transición; y los países desarrollados, los cuales son responsables del modelo de desarrollo dominante, deben alterar sus modelos actuales de consumo y producción. A su vez, estos tienen la obligación de transferir a los países en vías de desarrollo las tecnologías, los recursos y los capitales necesarios para que éstos puedan comenzar con este cambio.

En conclusión, del ideal recién expuesto de desarrollo sustentable, tiene su origen la noción de sustentabilidad. Siendo este término proveniente de la palabra sostenible, el cuál según el diccionario de la Real Academia Española (RAE), lo define como: “que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente”. (2019).

1.2. Diseño de indumentaria sustentable

La forma tradicional de producción de indumentaria se ha convertido en los últimos años en una de las grandes enemigas del planeta. Como ya se expuso, la industria textil es la segunda emisora mundial de CO₂, solo por detrás de la industria petrolera. El impacto en el medio ambiente lleva de forma directa a tratar de combatir y frenar a las grandes empresas que

luchan por perpetrarse en el mundo de la moda, prevaleciendo un interés monetario particular, por sobre el respeto ambiental y laboral general. El sistema de consumo en masas y el reciente *fast fashion*, pone en peligro la sustentabilidad, ya que gran cantidad de las cadenas productoras de indumentaria intentan minimizar sus costos de todas las maneras posibles, para lograr una mayor ganancia. Dichos principales factores son: la explotación laboral y la contaminación del agua sin responsabilidad. (Colorado, 2018).

Según Rieradevall “Los diseñadores son clave para una sociedad mejor” (Retamozo y Bengoa, 2016, p. 79). También Clarimon plantea que “La necesidad de poner frenos a los grandes impactos pasan por “re – pensar” nuestro modo de producir, de consumir y, en definitiva, nuestro modelo de desarrollo.” (Retamozo y Bengoa, 2016, p. 80)

En razón de lo expuesto, se destacan dos formas de favorecer al desarrollo sostenible: por un lado, la reutilización de material textil que quedó en desuso para reinventar cosas nuevas; y, por otro lado, la utilización de productos que no dañen al medio ambiente, es decir productos naturales y orgánicos.

Por supuesto que no es posible obviar la gran utilización de plásticos y papeles que se utilizan, no solo en prendas sintéticas, sino también en todo el proceso de *packaging* y entrega de los productos. No es la intención enemistarse frente a la industria, sino presentar soluciones para un nuevo modelo de desarrollo industrial. En tal sentido, considerar que el reciclaje sería una buena alternativa para comenzar; pero que se debería apuntar a la incrementación de materiales biodegradables en el corto plazo, en consecuencia, de todo el proceso de embalaje.

Gotelli asegura que “Para que un proyecto textil sea sustentable hay que tener una mirada holística relacionada con la innovación, el marketing, el diseño, las materias primas y el cuidado del ambiente” (Tais Gadea, 2017, s.p); quien también agrega que, la responsabilidad de los diseñadores va más allá:

No nos tenemos que quedar en que la sustentabilidad está de moda. El desarrollo sostenible se vincula al compromiso que tenemos los diseñadores como transformadores de una conducta social de ser creíbles, de mostrar la transparencia de la cadena de valor. (2017, s.p).

El diseño de indumentaria sustentable pretende modificar los preceptos establecidos en la actualidad como indispensables, generando una responsabilidad activa en los futuros diseñadores. El impacto ambiental del que hemos sido alertados en los últimos años pone en jaque un sistema de producción inconsciente de las consecuencias no solo ambientales, sino también sociales que ocasiona.

Proyectos como *Cosecha Vintage* de Gougy, *Cúbreme* de Gotelli, *Daravi* de Gonzalez, y *Biótico* de Pullo; nos revelan la existencia de nuevas formas de concebir la moda, de crecimiento, de progreso, y sobre todo de un gran respeto de las condiciones laborales y el impacto de su actividad.

1.3. Diseño de autor y la recuperación de desechos textiles

Saulquin (2006) define al diseño de autor como:

Un diseño es considerado de autor cuando el diseñador resuelve necesidades a partir de su propio estilo e inspiración, sin seguir las tendencias que se imponen desde los centros productores de moda. Estos creadores ocupan un lugar cada vez más importante y representan el otro polo del nuevo sistema de la moda, con una concepción de cierta identidad. En tal sentido, más que adscribir al pensamiento global, representan a las personas de acuerdo con sus gustos e intereses; por eso, sus prendas se obtienen con criterios de compra y no por deseos basados en el mecanismo de consumo masivo. Además, revalorizan la actividad artesanal que desconocen las series industriales, y ponen al alcance de las personas modas múltiples que descreen de mandatos únicos. No obstante, ambas lógicas conviven en la actualidad, y de hecho se complementan. Mientras el diseño puede entablar diálogos con el arte, la moda es cortejada por la industria. (p. 44).

Este comenzó a plasmarse hacia fines del año 2001 con la llegada de una cultura que privilegiaba la individualidad, y se superponía a la cultura masiva que había ejercido su poder desde el año 1963 hasta la catástrofe de las torres gemelas en Nueva York, Estados Unidos. Lo que se conoce como diseño de moda y diseño de autor difiere en que el primero, diseña

con criterios masivos que impulsan un consumo generalizado siguiendo ciegamente las tendencias de la moda actual; mientras que el segundo se nutre para crear, en las vivencias propias del diseñador; compartiendo por esto, criterios con el arte.

En el caso de la Argentina, el cual se caracteriza como un país que tradicionalmente copia y sigue las tendencias de la moda extranjera, la instauración del diseño de autor en ella fue una sorpresiva consecuencia a la crisis socioeconómica que afectó actitudes y comportamientos de sus habitantes. Fue de tal modo, que la moda generalizada y autoritaria que se conocía hasta ese momento se vio forzada a compartir su poder con los diseños de autor. (Saulquin, 2006).

Este creciente movimiento de generación de diseño diferenciado estaba representado hasta el año 2017, a través de 287 empresas; las cuales, hablando en cifras, alcanzaban los \$1000 millones anuales, las 809.000 prendas vendidas anualmente aproximadamente, junto con 19.000 accesorios, 6000 unidades de bijouterie y joyería, y 2000 pares de zapatos. Lo que hace al diseño de autor aún más valorable es el hecho de que, para producir sus prendas, la mayoría de los diseñadores optan por abastecerse de tejidos de punto y plano principalmente nacionales. (Drovetto, 2017).

El caso de Biótico es un claro ejemplo de diseño de autor sustentable. Este emprendimiento de indumentaria fusiona desde el 2014, moda, diseño y arte; planteando un paradigma en la producción de accesorios y prendas, capacitando y empleando poblaciones más vulnerables, revalorizando y transformando en materia prima apta para producir su colección, los desechos textiles y urbanos. Cuando se habla del caso de los desechos textiles, provienen de descartes de los diseñadores más destacados de Buenos Aires, garantizando la alta calidad de las nuevas prendas creadas; y para el caso de los descartes urbanos y/o domésticos, se refiere a bolsas plásticas, sachets de leches o paquetes de papas fritas. De

esa manera, esta marca revaloriza los desechos, transformándolos y dándoles un nuevo uso para crear sus colecciones. (Biótico, 2019).

La diseñadora de indumentaria María del Mar Romero (2018) explicó:

Un diseño es un producto que facilita la vida de las personas, en el caso de la moda es la prenda. Por otro lado hay una definición de desarrollo sustentable que dice que es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer las necesidades del futuro. Esta definición sigue vigente aún hoy y se traslada a todos los ámbitos. No solo el diseño, también tiene en cuenta lo que usamos y lo que extraemos de los recursos naturales pero también lo que devolvemos y cómo se lo devolvemos. (Echegaray, 2018)

Una vez más se observa como la definición de desarrollo sustentable se hace presente, pero en este caso, directamente en el ámbito de la moda; y cómo influye también, en el uso responsable de los recursos naturales que se extraen, teniendo en cuenta lo que se devuelve y en qué estado. Luego, agrega que:

La ropa que se vende en general es 60 por ciento poliéster, que es derivado del petróleo tóxico. El textil tiene tóxicos desde que se forma la fibra para la preparación del hilo, durante la producción y después también. Cuando uno compra una prenda compra todo eso, un montón de tóxicos que usa y tira y que tardan muchísimo en degradarse. Una prenda tiene que ser sostenible desde el origen, desde su materia prima hasta las condiciones laborales en las que trabajan las personas que la fabrican. (2018)

Si bien la industria sustentable está creciendo con los años, la responsabilidad no es solo del productor, sino también del consumidor, para ello, es indispensable la comunicación. El transmitir todo lo que ocasiona la industria tal como se lleva a cabo hoy en día, y comprometer a las personas consumidoras a tomar un rol activo en relación a esta actividad, va a ser de gran importancia para su desarrollo y progreso. El hecho de involucrar a los consumidores y de otorgarles responsabilidad, siendo por la aplicación de un impuesto a la prenda por contaminación ambiental, o por medidas de marketing y publicidad que hagan visible su rol y su incumbencia en el sistema actual.

El informe de la *European Clothing Action Plan* (ECAP), reveló que, debido a las directivas de la Unión Europea respecto a la recolección y reutilización de prendas textiles, se había logrado en gran cantidad de ciudades europeas lograr un avance significativo.

Los municipios cada vez se involucran más en la materia, al verlo como una posibilidad de combinar objetivos ambientales y sociales, mediante el apoyo a grupos desfavorecidos que resultan de gran importancia en la recolección de material textil.

El CEO de la firma Lefrik, Curra Retondo, que fabrica mochilas a partir de la reutilización de botellas plásticas afirma que: “La industria textil utiliza más PET que el sector de consumo, la mayoría de las fibras están hechas de plásticos, y el plástico al final contamina”. (Martín, 2019, s.p).

La ropa no es basura, y Retondo asegura que cada prenda puede tener hasta siete u ocho vidas más. En virtud de lo expuesto, se puede mencionar que la tecnología y la moda ya se han fusionado. Sainz de Robles ha creado ya, una fibra que no se arruga, no se mancha y no genera olores; de esta manera, su uso evita ensuciar el agua y gastar energía en el lavado y planchado de la prenda. (Martín, 2019).

Carvajal, fundador de *The Second Self*, expuso respecto a esta idea: “El futuro de la moda pasa por la tecnología y la sostenibilidad”, se necesitan prendas de larga duración y que luego se reutilicen. El futuro está en apostar por un armario reducido y de calidad. (Martín, 2019).

Capítulo 2. Moda *vintage* y el reciclaje textil

En el presente capítulo se analiza el mundo de la moda para poder profundizar en la denominada moda *vintage*, y así comprenderla conceptual y lógicamente. Luego se reflexiona acerca del reciclaje de forma general como también del textil, para comprender sus características y beneficios; y, se finaliza con el análisis de dos casos argentinos donde los diseñadores crean a partir de prendas en desuso.

2.1. Moda *vintage*

Para comprender qué es la moda, la RAE (2020) propone las siguientes definiciones: “uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país; gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos; conjunto de la vestimenta y los adornos de moda.” Pero la moda no es sólo aquella vestimenta y accesorios que pueden llevarse en un área geográfica determinada y durante un período de tiempo concreto. Con el pasar de los años, la indumentaria ha sido utilizada para transmitir información social y personal; es, por tanto, capaz de reflejar un contexto político, económico, y social, así como también tiene el poder para comunicar, de forma no verbal, los deseos, gustos, profesión, edad, clase social, o procedencia, entre otros, de la persona que la porta. (Jones, 2007).

Casablanca y Chacón (2014) proponen una definición más general de la moda al sintetizar que es “un mecanismo interdisciplinar donde confluyen fenómenos económicos, sociológicos, etnológicos, psicológicos, estéticos, antropológicos, ecológicos y medioambientales, y comunicativos” (p.18). Esta definición simplifica situaciones como fue la vida durante la Segunda Guerra Mundial, en la que se otorgaban cupones de ropa y racionamientos en el tejido, que exigieron tanto a modificar estilos como a reciclar materiales. En cambio, en los años sesenta la indumentaria se volvió más liberal y colorida, con la aparición de los

pantalones *Oxford* y la minifalda, marcando así un cambio generacional caracterizado por una sociedad más idealista y reivindicativa. Por lo tanto, la moda es una forma de entender la sociedad y su contexto, además de ser una importante herramienta del lenguaje no verbal. El término *vintage*, está vinculado a la moda y es muy utilizado dentro de las significaciones que se le atribuyen a la ropa de tendencias o épocas pasadas. Esta palabra proveniente del idioma francés es utilizada para designar diseños o productos que se caracterizan por ser revalorizados con el pasar de los años. Esta designación de la moda se encuentra dividida en dos partes; la primera, es que lo *vintage* es original de una época puntual; y, la segunda, tomar esos discursos formales para reinterpretarlos y adaptarlos a las tendencias actuales. En la etnografía virtual sobre *vintage* se encontró que es un término reconocido por la Real Academia de la Lengua Española, y se utiliza en nuestro idioma para designar a los objetos antiguos de diseño artístico y buena calidad. Al momento de determinar el origen del término *vintage* en cuestión, se deja en claro su procedencia del vocablo francés antiguo *vendage*, que a su vez es fruto de la palabra latina *vindemina*. El significado del concepto proviene de la antigüedad, en donde las bodegas vinícolas utilizaban el término para nombrar a los vinos que eran añejados y producidos con sus mejores cosechas. La idea de *vintage* luego se extendió a otros productos, sobre todo a aquellos relacionados con el diseño y la moda. (Fernández Mantilla, 2017).

El término *vintage* asociado a las tendencias contemporáneas ayuda a reducir el impacto de contaminación textil en el medio ambiente por varias razones. La primera es el uso de estas prendas por su época de confección, y sus insumos textiles que poseen condiciones menos contaminantes; la segunda, es que la moda es cíclica al reinterpretarse con nuevos conceptos o cambios mínimos en su silueta y textura; la tercera, es la calidad de las mismas; la cuarta, es por el retorno como discurso contemporáneo de una moda de años o décadas anteriores;

y, la quinta, es que ocasionalmente se consumen por el placer artístico de conservarlas. (Fernández Mantilla, 2017).

Otro aspecto atractivo de las prendas *vintage* es su bajo costo, ya que, por el simple hecho de haber pasado de moda, se reduce notoriamente el precio de las mismas; contribuyendo con el *slow fashion*, ayudando a la economía de los consumidores y al medioambiente. Sumado a lo recién mencionado, una gran cantidad de estos indumentos tienen un alto nivel de calidad por la época en el que fueron confeccionados, muchas veces elaborada por artesanos, indicando exclusividad, poca producción del diseño y por ende un uso exclusivo. (Fernández Mantilla, 2017).

Asimismo, se lo suele aplicar también a dichas prendas u objetos de grandes diseñadores que se conservan en buen estado, por lo que siguen conservando un alto valor económico. (Parra Voroiba, 2015).

2.2. ¿Qué es el reciclaje?

El término de las 3 R hace referencia a los tres conceptos principales de la cultura ecológica respecto a la producción de bienes y servicios. Dichas iniciales corresponden al Reciclaje, a la Reutilización y a la Reducción. Estos nombres hacen referencia a estrategias para el manejo de residuos que buscan ser más sustentables con el medio ambiente. Eduardo Mari (2000) subraya el término Reciclaje a una serie de procedimientos en los cuales un material que cumplió su ciclo de vida vuelve a introducirse de nuevo en el proceso productivo, ya sea de forma directa o tras ser sometido a algún tipo de tratamiento. Esta técnica permite reducir el consumo de nuevas materias primas, economizar espacio en los vertederos, además de obstaculizar la emisión de dióxido de carbono a la atmósfera. El reciclaje es una práctica que se impuso hace varios años en la Argentina. Asociado comúnmente con el papel, cartón,

plástico, vidrio y las industrias relacionadas con dichos productos o materias primas. La industria textil de a poco se va sumando a esta tendencia.

El termino Reutilizar, según señala Mari (2000) es una práctica cotidiana que partiendo del mismo concepto se distingue de la anterior, ya que consiste en que el objeto tal cual es, por medio de un tratamiento de limpieza, se vuelve a utilizar, ya sea dentro de la industria o bien dentro de un ámbito doméstico. Cuanta menos basura se produzca, menos recursos agotables se tendrán que gastar. Por último, reducir equivale a disminuir la cantidad de residuos generados evitando utilizar o malgastar lo innecesario. Este concepto puede ser de los tres el más importante, pues si se parte como ítem principal a emplear reduciendo el consumo innecesario, se evitaría generar tanta basura superflua, y de esta manera se utilizarían los productos correctamente. Del mismo modo se evadiría de una gran cantidad de problemas ambientales. Estos conceptos señalan una solución integral en la que el término de deshechos se minimizaría.

Existen varias iniciativas para reducir o resolver el problema, pero éstas dependen principalmente de los gobiernos, las industrias, las personas o la sociedad en su conjunto. Eduardo Mari (2000) destaca que en la Argentina hay quienes piensan que no se está en una sociedad desarrollada industrialmente como para que la contaminación sea un peligro. Afortunadamente, cada vez más funcionarios y empresarios comienzan a pensar distinto. Varias empresas del sector textil se han unido a la tendencia del reciclaje a través de procesos específicos como la producción de un indumento a partir de materiales reciclados, como por ejemplo las botellas de polietileno (PET), del cual se obtiene la fibra *fleece*; textil comúnmente utilizado para la realización de camperas deportivas.

Por otra parte existe la reutilización de textiles, la cual puede ser reutilizada de tres maneras distintas; ser seccionados en retazos para luego unirlos nuevamente creando nuevas prendas o textiles; convertirlos en fibras; o ser distribuidos como están, tratándose de la

donación o venta de los mismos para ser reutilizados. La crisis medioambiental ha avivado la conciencia de las personas ante la necesidad de proteger el ecosistema en donde se habita, y para preservarlo para futuras generaciones. Es imprescindible lograr un cambio en la actitud y hábitos de consumo de los consumidores, lo que favorecerá un cambio en las formas de producción de múltiples empresas. (Mari, 2000).

El reciclaje es una práctica que se aplicó desde hace varios años en las industrias, pero no en el de la moda. Se asocia comúnmente con el plástico, el cartón, el papel, el vidrio, y las industrias directamente relacionadas con dichas materias primas o productos. Sin embargo, y gracias al esfuerzo de algunas Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), la industria textil y de confección en ciertos países se ha puesto al día con esta tendencia. El reporte de la organización inglesa llamada *Textiles Intelligence*, responsable de proveer información sobre la industria mundial de los textiles, las fibras, y las confecciones, hace referencia a las oportunidades existentes en materia de reciclaje para el sector; y sintetiza las principales ideas expuestas, con el propósito de dar a conocer a los adelantos que se están logrando en al ámbito internacional. (Proexport Colombia, 2020).

En el caso de la lana, se utiliza para formar materiales aptos para el aislamiento acústico o hilos de baja calidad. El algodón, por otra parte, también se utiliza para aislamiento acústico o para fabricar trapos de limpiar. De igual manera, los desechos resultantes del proceso de fabricación de telas de algodón, de poliéster y nylon, de mezclas de fibras naturales y sintéticas, y de telas pesadas de nylon, pueden ser triturados y reutilizados en la manufactura de hilos y fibras. La segunda, es la producción de un textil o prenda de vestir a partir de materiales reciclados. En este caso, el material más comúnmente utilizado es el de las botellas de polietileno tereftalato (PET), del cual se fabrica especialmente *fleece*, textil previamente mencionado comúnmente utilizado en la confección de camperas deportivas para hacer *trekking* o caminatas. El mecanismo de reciclaje de las botellas, posterior a la

separación por color, es mediante el aplastado, y triturado hasta que queden pequeños escamas o fragmentos de PET puro, que luego es lavado y derretido hasta formar astillas de poliéster. Posteriormente son procesadas como fibra normal de poliéster hasta convertirse en hilos de este mismo material. En promedio se necesitan 25 botellas del material PET para confeccionar una campera de *fleece*. (Proexport Colombia, 2020).

Gracias al fenómeno contemporáneo llamado *fast-fashion*, en el cual países desarrollados compran nuevas prendas y se deshacen de otras en buen estado por no pertenecer a la última tendencia; se han beneficiado proveedores de textiles que luego exportan la ropa a países de Europa del este, África y Asia; ONG's como la Cruz Roja, Emmaus International, Cáritas, Ejército de Salvación, entre otras; y, el nuevo tipo de moda llamado *ecofashion*, el cual consta del recorte en pedazos de las prendas, para luego ser confeccionados, y darle vida a nuevos indumentos. (Proexport, Colombia, 2020).

Los beneficios del reciclaje en el mundo de la moda son: a) Reducción de la emisión de gases que contribuyen a generar el efecto invernadero. b) Reducción del volumen de desechos, textiles y confecciones, que cada año son enviados a rellenos sanitarios. c) La reducción, según el tipo de reciclaje implementado, del consumo de recursos escasos como tierra, energía, pesticidas y agua, que normalmente son requeridos en la cadena de producción del sector. d) La menor dependencia de materias primas derivadas del petróleo, sobre todo para las empresas que producen telas a partir de botellas de PET. e) La imagen positiva que puede mostrar a sus clientes en sus estrategias de mercado y ventas, lo cual se puede traducir en un factor de diferenciación, de valor agregado y en una ventaja competitiva. Los países pioneros en el reciclaje de textiles y confecciones son: Alemania, Japón, el Reino Unido y Estados Unidos; los cuales se destacan como los países que más han incursionado en el reciclaje de la industria textil. Alemania se deshace de aproximadamente 1,9 millones de toneladas de ropa usada al año, de las cuales el 42% es recolectada para ser reciclada.

Japón, produce 1 millón de toneladas de prendas de vestir usadas al año, de las cuales el 12% son reutilizadas. En el Reino Unido, de los 1,1 millones de toneladas de ropa que desechan en un año, reciclan o reutilizan el 27%; y, en Estados Unidos, de los 2,5 millones de libras de ropa desechada al año, proveen 1,2 millones a organizaciones de caridad y 500 millones de libras son recicladas. (Proexport Colombia, 2020).

Las compañías involucradas con el reciclaje de textiles y prendas cada vez son más, a continuación se enumerarán algunas: a) La compañía estadounidense de ropa deportiva Patagonia, por ser pionera en la producción de *fleece* a partir de PET reciclado. b) La cadena de supermercados *Walmart*, que desde 2005 fijó unos objetivos con respecto al ámbito ecológico que incluyeron la inclusión de fibras recicladas en varios de sus productos. Desde entonces introdujeron una variedad de medias de hilazas de algodón recicladas. c) La marca llamada *American Apparel* es una empresa que tiene un acuerdo con *Environmental Textiles*, compañía de reciclaje de Estados Unidos, que recicla los desechos y retazos que produce la firma, y los transforma en fibras de alta calidad. d) La cadena inglesa *Marks & Spencer* (M&S) lanzó en enero de 2008, junto con Oxfam, su programa de intercambio de ropa usada, en la cual la gente que donaba ropa usada a la marca M&S, recibía a cambio un vale de 5 libras esterlinas para ser descontado en su próxima compra superior a 35 libras esterlinas. Otras compañías involucradas en reciclaje de textiles y confecciones son: Uniqlo, Tijin, *Jimtex Yarns*, Unifi, Polartec, entre otras. (Proexport Colombia, 2020).

2.3. Reciclaje textil

En la sociedad de consumo actual es muy común que la ropa sea desechada tan pronto presente un desperfecto o rotura fácilmente reparable. Usar y tirar vestidos y prendas que a veces inclusive se han utilizado pocas veces, es una norma de la moda que suele cumplirse. (Espinosa, 2020).

Resulta que la ropa también se puede reciclar tal cual está, agregándole detalles distintivos que renovarán su aspecto a muy bajo costo. Son numerosas las posibilidades creativas, que a su vez convendrán por cuestiones de un ahorro económico significativo.

Prácticamente, toda la ropa que se utiliza ha sido elaborada con fibras de algodón, seda, lana o las llamadas fibras sintéticas. Los tres primeros tejidos son de origen natural, como bien enseñan desde los primeros años escolares; y, las fibras artificiales o sintéticas, se obtienen a través de procesos químicos derivados del petróleo, de este combustible fósil tan contaminante que sigue contribuyendo a elevar la temperatura global del planeta.

A su vez, a la par de los procesos de confección de las prendas, también intervienen procesos de naturaleza química nocivos para el medioambiente, como lo son la utilización de procesos de mercerización en los hilos de algodón para que resulten brillantes, recubrimientos, y tintes. Hay fibras en la ropa deportiva como el nylon, la lycra, y el perlé, las cuales se logran a través de procesos complejos de alta contaminación química, a partir de la extracción y combustión del petróleo, una mezcla de compuestos orgánicos no renovable de color oscuro, altamente contaminante. (Espinosa, 2020).

Por eso es de suma importancia comenzar a concientizar sobre la reutilización de prendas y textiles en desuso; ya que de esta forma, se está contribuyendo decididamente a reducir el impacto sobre el medioambiente de prácticas contaminantes, desde el ahorro de energía eléctrica, hasta el ahorro de los miles de litros de agua involucrados en la elaboración de las prendas.

Con relación al dióxido de carbono (Co₂) emitido en los procesos previamente nombrados, se relacionan estas emisiones directamente a la contribución del cambio climático; por lo tanto, percatarse y asumir esta tarea es otro cambio que puede ayudar a la mejora del ecosistema, y garantizar una vida saludable a las generaciones futuras de la raza humana. (Espinosa, 2020).

La ropa puede renovarse para nuestro propio beneficio de diversas maneras. Existen varias opciones creativas, y la filosofía de hacerlo uno mismo se ha puesto de moda en muchos lugares dejando a la altura de los usuarios, esta iniciativa de alta imaginación. Un accesorio llamativo puede modificar el aspecto de una blusa, de un *sweater* o de un pantalón que ya no se usa, o porque se piensa que ha pasado de moda.

Bufandas, broches, cinturones, pulseras y carteras de tela hechas al gusto de cada uno, y hasta botones de colores afines a las tendencias actuales, son de gran ayuda para renovar un conjunto.

También, se pueden hacer juguetes, es decir reciclar ropa en juguetes; hacer elementos para los más chicos, como títeres o peluches; o se les puede pedir a ellos que ayuden a crear un personaje con materiales tales como un textil, tijeras, entre otras cosas.

Otra opción viable, es llevar la ropa usada en buen estado hasta los locales de segunda mano tipo ferias americanas. (Espinosa, 2020).

Son muchas las ventajas de fomentar la práctica del reciclaje de ropa, especialmente bajo la técnica de *Hágalo usted mismo*. La primera es la protección del medioambiente, la capa de ozono y la atmósfera. Como es sabido, la cultura del reciclaje favorece a un ambiente más equilibrado, donde las materias primas provenientes en su mayoría de la naturaleza se ahorran para beneficio de todos, gracias a prácticas alejadas del consumismo. Obviamente, reciclando ropa se reduce la contaminación de forma indirecta de los mares, ríos, lagos, suelos, y el aire; pero lo más importante es que, con el reciclaje de prendas de vestir, se evita la emisión de gases de efecto invernadero muy contaminantes a la atmósfera terrestre. Estos gases lamentablemente están implicados en la producción de materiales, tejidos o textiles de distinto origen sintético, así como el uso de tintes para teñirlas. La segunda ventaja es que se mejora el potencial creativo; ya que, reciclar ropa, mejora sustancialmente la creatividad, pone a prueba la imaginación, y la mente se ejercita sanamente. (Espinosa, 2020).

La biodiversidad y la no contaminación atmosférica es una actividad que es posible desarrollar en el núcleo familiar, imponiendo metas comunes que darán seguramente grandes resultados, al tiempo que se cultivan valores como el respeto mutuo, el trabajo colaborativo y el cuidado del medioambiente.

La tercera ventaja, es una mejora en las finanzas por el ahorro económico generado con la revalorización de algunas prendas del ropero de cada uno con la práctica antes mencionada.

La cuarta ventaja, es que la reutilización conlleva a darle al planeta la oportunidad de mejorar la salud de sus ecosistemas.

La quinta ventaja, es que existe una disminución del vertido de aguas residuales que se consume y se genera en los procesos de producción de origen textil. Esta última puede contaminar mucho al medioambiente, por lo que es recomendable disminuir la producción o compra excesiva de ropa; ya que, por ejemplo, solo el cultivo a gran escala del algodón responsable de producir una remera consume entre 2.000 a 2.900 litros de agua. (Espinosa, 2020).

La sexta y última ventaja, es la reducción en el empleo de químicos y fertilizantes, los cuales no suelen tenerse en cuenta a la hora de pensar que mucha de la ropa que se utiliza, antes de llegar al comprador, ha pasado por una serie de procesos químicos altamente dañinos para el medioambiente; como, por ejemplo, volviendo al caso de los cultivos de algodón donde se emplean pesticidas y fertilizantes para evitar, y potenciar al mismo tiempo, daños en la cosecha. (Espinosa, 2020).

Otra cuestión a tener en cuenta es el aprovechamiento de textiles destruidos. Soex, es una planta de reciclaje de textiles suiza ubicada en Alemania, donde se reciben a diario unas 750 toneladas de ropa usada provenientes de toda Europa. Las prendas recibidas se dividen en dos grupos, el primero siendo las prendas aptas para ser vendidas en tiendas de segunda mano en África y Europa del Este; y el segundo, las prendas no reutilizables que mediante

una máquina trituradora de gran tamaño, las convierten en una mezcla especial para producir ropa nueva; como así también, en un material aislante para viviendas en forma de ladrillo, utilizados para forrar los techos de las casas; en otro material aislante para la industria automovilística; y, para la producción de Bayetas para limpieza. (Espinosa, 2020).

En el reportaje publicado por la periodista Galindo (2015) en el diario *El País* de España, sobre esta experiencia alemana de reciclaje textil, hace referencia a que en Europa se desechan unos 6 millones de prendas anualmente, aprovechándose apenas un 25% de ese volumen de ropa gracias al reciclaje o la reutilización. Las Naciones Unidas, por su parte, han calculado que a nivel mundial se consumen unos 70 millones de toneladas de ropa al año. Vale la pena entonces revisar el ropero para reciclar y reutilizar lo que se pueda, con mucha creatividad sostenible, y así contribuir con el medioambiente.

2.4. Diseñadores de indumentaria que trabajan con prendas recicladas

Con respecto a los diseñadores de indumentaria que trabajan y realizan sus diseños utilizando prendas recicladas; a continuación, se expondrá el trabajo colectivo de Sr. Amor, una idea innovadora, simple e íntegramente solidaria a beneficio de las obras del Ejército de Salvación; y, el trabajo de la marca argentina llamada 12NA.

2.4.1. Sr. Amor

Sr. Amor es un proyecto solidario realizado en el año 2010 por los diseñadores argentinos Mariano Toledo, Pablo Ramírez, Alejo y Javier Estebecorena, Martín Churba, Mercedes Martínez y Mariano Breccia, para la organización internacional religiosa de beneficencia sin fines de lucro llamada Ejército de Salvación.

La institución solidaria recién mencionada nace en 1865, gracias a William Booth, en la ciudad y capital del Reino Unido, llamada Londres. En el año 1890 se instala en Argentina y

comienza con sus programas de asistencia social, los cuales hoy en día ya superan los 134. Entre estos se encuentran clínicas, escuelas, hogares, comedores, centros de salud, entre otros. (Clarín, 2010).

Día a día, el equipo de Salvacionistas les da contención a al menos 1000 individuos ofreciéndoles comida y un lugar donde dormir. Esto es posible gracias a la ayuda recibida de la gente que acerca sus donaciones de todo tipo a la organización. (Clarín, 2010).

El nombre del proyecto, Sr. Amor, surge a raíz de la intención de Booth al crear esta institución, el cual la fundó con el estandarte de amar al prójimo, a través de la solidaridad y la prédica. El objetivo de la colección de indumentaria benéfica presentada con un desfile el 10 de junio de 2010 en la Ciudad Cultural Konex, es instalar conciencia social, y una cultura solidaria entre los más jóvenes. (Clarín, 2010).

Los directores generales creativos de la agencia de publicidad JWT, James Walter Thompson Argentina, Pablo Álvarez Travieso y Gonzalo Vecino, encargados de llevar a cabo la campaña publicitaria del proyecto, detallaron que “Sr. Amor es una marca, que más que generar ganancias, tiene como principal objetivo crear una conciencia solidaria.” (Adlatina, 2010).

Los diseñadores convocados, previamente nombrados, reciclan y recrean prendas a partir de la selección de tipologías donadas al Ejército de Salvación; donde cada uno diseña según sus características y criterios como diseñador. “Cada uno se encargó personalmente de seleccionar las prendas en la gran tienda que tiene el Ejército de Salvación en Pompeya, donde -entre las miles de prendas donadas- encontraron la mejor materia prima para sus creaciones.” (Adlatina, 2010). En general, todos los diseñadores presentan minicolecciones que cuentan con cinco y seis prendas.

El renombrado diseñador Martín Churba, junto con un equipo formado especialmente para desarrollar esta serie, conformado por una artista plástica, una diseñadora y un realizador de trajes del Teatro Colón; expresa lo siguiente:

Reinventamos y resignificamos con estampados y tratamientos textiles, plastificados y toques ópticos camisas de sastrería de los años 60 y 70 hechas en jacquard, tweed de lana y brocato. Dejamos al descubierto el esqueleto de las prendas, utilizamos los interiores hacia afuera. Develamos el alma de la ropa. Todo un acto de amor, ¿no? (La Nación, 2010).

Para el caso de Pablo Ramirez, caracterizado por realizar creaciones acromáticas, esta vez se inclina por la selección de piezas en base a sus colores, textiles y tipologías. Opta por una colorimetría de rojos, grises y blancos, sin olvidarse de su color emblemático, el negro. Utiliza el proceso de desarme de las prendas para aprovechar los textiles, y luego, con el uso de sus moldes lograr prendas nuevas. (La Nación, 2010).

Los hermanos Estebecorena, escogen sacos militares, sastreros, de cuero y hasta pieles para llevar a cabo su propuesta; interviniéndolos hasta convertirlos en diseños únicos como pantalones, camisas, chalecos y tapados. En cambio, Mariano Toledo, arquitecto de profesión, pero diseñador de moda por elección, actualiza piezas de otros tiempos con su impronta arquitectónica. (La Nación, 2010).

Por último, se encuentra la pareja compuesta por Mariano Breccia y Mercedes Martínez; que acostumbrada a desarmar, reinterpretar y adaptar prendas para su marca llamada 12NA, logran en esta colección, implementar esos recursos y construir tipologías nuevas. (La Nación, 2010).

2.4.2. 12NA

La firma de ropa reciclada llamada 12NA, nació en agosto del año 2004, gracias al dúo y pareja argentina nombrados en el párrafo anterior. A raíz del diseño de 12 prendas limitadas para su primera colección, surge el nombre de la marca en cuestión. El proyecto que hoy en día es reconocido por ser sinónimo de arte, educación, diseño, sustentabilidad, *upcycling* y pura creación; se origina gracias a la atracción estética de sus creadores por lo *vintage* y el conocimiento de los beneficios ambientales del reciclaje. (Maldonado, 2016).

En el año 2014, instalaron su centro de operaciones en el cerro Playa Ancha de Valparaíso, Chile; ya que según cuentan Martínez y Breccia, “Descubrimos que acá hay libre ingreso de ropa usada, se importan toneladas y toneladas de prendas y para nosotros conseguir ropa usada en Buenos Aires no era fácil”. (Ijelman, 2019).

Su propuesta de indumentaria se basa en confeccionar nueva vestimenta a partir de ropa usada seleccionada en ferias, fomentando la moda circular y logrando que sus productos sean únicos, pero a la vez repetibles; debido a que todos los diseños se pueden volver a elaborar en distintos materiales. La marca no crea ni fabrica por colecciones, sino que se maneja a través de distintos conceptos que rigen sus diseños. (Ijelman, 2019).

En 2017 empezamos con NAKAMA (personas que tienen una misión en común por sobre el beneficio individual) e hicimos una serie de piezas para el MBFW de Santiago. Ese concepto lo seguimos trabajando en una cápsula que se llama “Linares”, que es un lugar donde estuvimos de residencia en el sur de Chile, nos conectamos con gente de ahí y descubrimos una escena de autogestión muy inspiradora. La cápsula está inspirada en el hip hop y el rap que tiene que ver con el universo que encontramos en ese lugar. (Ijelman, 2019).

Según cuentan sus dueños, con el paso de los años, 12NA se ha convertido en un pentágono creativo, lo cual significa que son cinco los aspectos que forman la marca. El primero es la ropa, la cual como fue mencionado previamente, se base en prendas recicladas confeccionadas en su taller de Valparaíso. El segundo es el arte, mayormente instalaciones artísticas realizadas en gran escala. El tercero son los videos, las producciones audiovisuales para grupos musicales y para la marca. El cuarto es la educación, brindada por medio de *workshops* artísticos y talleres realizados alrededor del mundo. Por ultimo y como quinto aspecto, se encuentra el activismo que realizan, comparten y expresan, demostrando los valores de la marca a la comunidad. (Maldonado, 2016).

Capítulo 3. Tendencias de consumo y consumidores de indumentaria

El presente capítulo presenta un análisis pormenorizado acerca del consumo y del consumismo en particular. Se plantea una diferencia entre ambos conceptos para comprender sus impactos en la sociedad. Se expresan las desventajas en cuanto a los perjuicios al planeta, las lógicas dañinas del mundo y la paradoja con la necesidad de consumir para generar empleo. Se finaliza con una reflexión desde los consumidores analizando la oniomanía o compra compulsiva, situación extrema que desencadena lo anteriormente enunciado.

3.1. Definición de consumismo vs. consumo

Según Bauman (2007):

(...) el “consumismo” es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema) en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de autoidentificación, y en la selección y consecución de políticas de vida individuales. (2007).

El consumismo es una característica de la sociedad, mientras que el consumo, es una ocupación y un rasgo propio de las personas. Para que una sociedad sea digna de esa característica, la capacidad individual de desear, anhelar y querer debe ser separada de los individuos y debe ser restituida como motor capaz de poner en movimiento a la sociedad de consumidores, para mantener su rumbo como comunidad humana, fijando a su vez los parámetros específicos de estrategias de vida determinadas; y así logrando llevar de otra manera las elecciones y conductas individuales. (Bauman, 2007).

Constantemente se piensa que aquello que las mujeres y los hombres influenciados por un estilo de vida consumista aspiran y desean con mayor intensidad es la acumulación,

posesión, y apropiación de objetos, cuyo valor se encuentra en el efecto que puede generar en sus dueños. (Bauman, 2007).

En cuestiones macroeconómicas, se dice que la economía de un país aumenta cuando su producción y consumo crecen, ya que ambos aspectos están interrelacionados. Las políticas de crecimiento animan la demanda de productos, por lo cual los consumidores son los propulsores de la economía. Entre otras circunstancias, un país se considera desarrollado cuando la gran mayoría de su población pertenece a la clase media, ya que una de sus cualidades es que los ingresos que reciben les permiten consumir más bienes y servicios de los necesitados para vivir. En otros términos, la abundancia de la clase media es la base del desarrollo. (Martínez y Porcelli, 2016).

Asimismo, otra fórmula dentro de la sociedad de consumo para asegurar la rentabilidad y la constante producción de las empresas, como así también el del sistema financiero otorgando créditos para el consumo, es a través de la obsolescencia programada. El gran perjudicado en este caso es el consumidor, ya que, al provocar el hiperconsumo, comprando y contratando por encima de lo necesario, se autoproduce la necesidad de gastar dinero nuevamente para reemplazar el producto anterior. Esto le ocasiona al consumidor un deterioro económico, generando además la sensación de angustia y de frustración, por haber hecho una gran inversión en la compra de un producto tecnológico y quedando obsoleto al poco tiempo. (Martínez y Porcelli, 2016).

Por otra parte, los fabricantes de productos tecnológicos no solo fabrican sus productos casi obsoletos al momento de su lanzamiento al mercado, si no que ni siquiera ofrecen la posibilidad de prolongar su vida sustituyendo algunas piezas para su arreglo. Así sucede con el mercado informático: se lanzan nuevos softwares, los cuales fueron diseñados para no soportar versiones de dispositivos más antiguos y obligan al consumidor a cambiar su producto actual al poco tiempo de haberlo adquirido. (Martínez y Porcelli, 2016).

Desde otro ángulo, la fusión entre la economía y la tecnología termina dejando afuera lo que no forma parte de sus intereses inmediatos; en consecuencia, la degradación ambiental y la degradación ética y humana están íntimamente unidas. Actualmente, lo único que le interesa al mundo globalizado es extraer lo máximo posible de las cosas, ignorando la realidad de lo que tiene adelante, la limitación de los bienes finitos del planeta y las eventuales consecuencias negativas para el ser humano. (Martínez y Porcelli, 2016).

3.1.1. El porqué del consumismo

Entre los años 1961 y 2007, la población compuesta por Estados Unidos y Canadá creció un 39%. A su vez, en el mismo período de tiempo, su huella ecológica creció un 160%. Ésta se caracteriza por ser una medida de impacto ambiental elaborada a partir de la superficie de agua o tierra necesarios para sustentar el nivel de consumo. Según datos presentados por Frédéric Julien, investigador del Departamento de Geografía del *King's College London*, ambos países reúnen solamente un 5% de la población mundial, pero generan un 17% de la huella ecológica global. (Mizrahi, 2015).

El sociólogo de la Pontificia Universidad Católica de Chile y doctor en Desarrollo Humano y Participación Social de la Universidad de Valencia, Antonio Elizalde Hevia asegura que:

Esto es una bomba de tiempo. Vivimos en un planeta que tiene límites y que no puede trascender su propia finitud. Ya estamos en los bordes del planeta, consumiendo un 150 por ciento de la capacidad de carga del ecosistema. Se están socavando las bases biofísicas de nuestra sustentación. (Mizrahi, 2015).

Según Mizrahi (2015), ningún país es viable económicamente si no crece su producción; ya que se detiene el consumo, se paraliza la economía. Al estar sometidos al sistema económico actual, los países necesitan consumir constantemente para prosperar. Esta necesidad les permitió a las empresas poner a disposición de los consumidores una variada y enorme cantidad de bienes y servicios.

La sociedad posee y se acostumbró a un confort material no existente en la antigüedad. Gracias al aporte de la tecnología en los últimos años, se abarataron los costos de producción, permitiendo una libertad de elección sin precedentes, pero al precio de relaciones más inestables y cambiantes. Es así como las personas le dan una gran importancia a la satisfacción de sus placeres individuales: en una sociedad en la que los vínculos son cada vez más impersonales y precarios, en el que se buscan salidas fáciles ante situaciones desafiantes, comprar es la mejor solución. (Mizrahi, 2015).

El impacto del exceso de consumo sobre el planeta, según el Doctor en Agroecología y Profesor de educación ambiental en la Universidad de Costa Rica, Róger Martínez Castillo es:

El ciclo económico se acelera en detrimento del ciclo ecológico, lo que se manifiesta en el agotamiento de la biocapacidad del planeta, y de los bienes naturales. El modelo actual no puede sostener ese ritmo de uso de los recursos, que se van desgastando en beneficio de pocos y en detrimento de todos. (Mizrahi, 2015).

La comunidad europea bajó su edad promedio de vida de 80 a 78-79 años. Así también es el caso de China, país que está produciendo para el mundo y ya son visibles las consecuencias, ya que la edad promedio de vida era de 75 años y en la actualidad comenzó a descender a 70-68 años. Esta información deja en evidencia que de nada sirve tener mucho dinero si las condiciones de alimento, agua, aire, y de la vida en general están contaminadas. Se debe producir en base a lo que se necesita. (Mizrahi, 2015).

Mujica, en su texto señala:

La gran crisis no es ecológica, es política. (...) Tenemos que darnos cuenta de que la crisis del agua y de la agresión al medio ambiente no es la causa. La causa es el modelo de civilización que hemos montado. Y lo que tenemos que revisar es nuestra forma de vivir. (Mizrahi, 2015).

A raíz del avance del individualismo, las personas habitantes de las grandes ciudades se resisten con mucha fuerza cuando un gobierno o cualquier entidad superior intenta limitarlos

o controlarlos; es por esto que resulta complejo que el modelo de vida empleado en la actualidad se logre transformar y modificar en un corto plazo. (Mizrahi, 2015).

3.2. El constante cambio de las tendencias

Lettieri (2020) plantea que expresar y captar el actual espíritu de la época en la que se vive es lo que hacen los grandes creadores de moda. Pierre Bourdieu remarca que los creadores de moda sólo logran imponer sus diseños innovadores si se encuentran en consonancia con un sentimiento general que aún no se había expresado.

Las revoluciones específicas tienen cierta relación con los cambios externos. ¿Por qué Courrèges hizo una revolución, y en qué se diferenció el cambio introducido por él de los que se hacían cada año bajo la forma “un poco más corto, un poco más largo”? (Lettieri, 2020).

André Courrèges fue uno de los diseñadores más revolucionarios de la moda del siglo XX. Éste no hablaba de la moda; hablaba del estilo de vida, y dijo: “Yo quiero vestir a la mujer moderna que debe ser a la vez activa y práctica”. (Lettieri, 2020). Courrèges tenía un gusto que abandonaba la moda tradicional, es por esto que optaba por una mujer que mostrara el cuerpo, que permitiera que éste se viera y se contemplara. “Courrèges hace una revolución específica en un campo específico porque la lógica de las distinciones internas lo ha llevado a encontrarse con algo que ya existía fuera.” (Lettieri, 2020).

Según manifiesta Giorgio Lomazzi, actualmente la encargada de imponer la moda es la publicidad:

Una moda se impone publicitariamente; sobre todo, gracias a la conciencia de su función social y psicológica. La identificación del grupo social al que hay que dirigirse puede proporcionar los elementos para valorar por anticipado el alcance de la acción que se va a realizar para establecer el tipo de discurso que hay que hacer. Una vez realizada esa delimitación, el modista es quien tiene la palabra. (Lettieri, 2020).

Hoy en día, las grandes empresas, que no quieren arriesgar su capital sin tener un éxito garantizado, buscan mediante investigaciones directas de las calles de las grandes ciudades,

las delimitaciones de su moda por imponer. Es así como surgieron, hace ya algunos años, los *cool hunters*: jóvenes atentos, curiosos y perceptivos, arquitectos estudiantes de diseño, publicistas y fotógrafos que se mueven en las ciudades buscando entender el consumo actual. Observan qué pasa en las calles de las ciudades más emblemáticas como New York, Tokio, Milán, Bangkok o Buenos Aires, cómo se comporta la gente y qué eligen a la hora de vestirse, de diseñar o de comer. En otras palabras, los *cool hunters* interpretan y captan las nuevas tendencias que nacen de la calle. También se los llama etnógrafos urbanos, investigadores o sociólogos de la calle. Sus informes les permiten a sus clientes entender a la gente y dirigirse en la dirección correcta de una manera informada. (Lettieri, 2020).

El término de tendencia en el diseño es la utilización de las sensaciones, sentimientos y manifestaciones que se instalan en las personas a partir de la evolución social y que se ven reflejados en las prendas o productos. Estas tendencias pueden ser desde cambios de hábitos, adelantos científicos y tecnológicos, como también sucesos históricos. (Lettieri, 2020).

A su vez, gran cantidad de personas señalan que las tendencias surgen de la cultura *pop*, el arte, la alta cultura, el cine, la música, la literatura, el teatro, la televisión, las subculturas y las tribus urbanas; y muchas otras veces, la moda autoriza variaciones que no tienen otra justificación que ser un gusto pasajero. Antropólogos han observado este fenómeno en sociedades tradicionales, donde, por ejemplo, “el paño subía y bajaba, que los cinturones se llevaban anchos o angostos y que los anillos llevados en la nariz eran más sentadores en hueso que en madera pulida”. (Lettieri, 2020). Estas variaciones se difunden por las leyes de la imitación, como fueron expuestas en el manifiesto de antropología de Kant; el cual expresa que, de la misma forma que se da el mimetismo entre los animales, estas leyes conducen naturalmente al hombre a querer parecerse a un modelo. (Lettieri, 2020).

Max Horkheimer es un filósofo alemán que sostiene que en la sociedad moderna el único camino para la supervivencia en el mundo es el mimetismo.

El individuo se transforma de un ser humano en miembro de organizaciones: su grupo de juegos, sus compañeros de clase, su equipo deportivo y demás grupos sociales obligan a un conformismo más estricto, a un sometimiento más radical que el que hubiera podido exigir un padre o un maestro del siglo XIX.” (Lettieri, 2020).

Igualmente, la imitación no lo es todo. Cuando lo que está de moda es rápidamente imitado, se lo abandona por otro más nuevo e individualizante. El constante dinamismo es el resultado de otro proceso puesto en evidencia por el sociólogo alemán Georg Simmel: la distinción. Este sintetizó la incansable evolución de la moda en “el deseo de la clase social más evolucionada de diferenciarse, con el último grito, de las otras clases; y, por imitación, el deseo de las clases inferiores de imitar la clase superior.” (Lettieri, 2020).

Este estudio se apoya sobre la observación de la rivalidad social por parte de las élites que buscan diariamente distinguirse de las masas. La moda de la clase alta se diferencia de las de la clase inferior a grandes rasgos y es abandonada en el momento en que esta última empieza a acceder a ellas. Si se estudia la historia de la moda desde el punto de vista de su significado como forma del proceso social, se observará que es un constante intento de adecuar de manera inmejorable la satisfacción de estas dos tendencias opuestas al estado de la cultura individual y de la cultura social en cada momento. (Lettieri, 2020).

3.3. Oniomanía o compra compulsiva

El trastorno de compra compulsiva (TCC) o también llamado oniomanía, se caracteriza por ser un comportamiento en donde las personas compran constante e irresistiblemente, causando graves consecuencias negativas en el propio individuo, como así también ocasionando conflictividad en su entorno familiar o con su pareja, disminuyendo el rendimiento a nivel escolar o laboral, y muchas veces resultando en problemas financieros.

La edad promedio de la manifestación del trastorno se ubica entre los 18 y 30 años de edad. (Marcet, 2015).

En la mayoría de los casos, se presenta junto a otros trastornos psiquiátricos: trastornos del estado de ánimo, de la conducta alimentaria, por dependencia de sustancias, de ansiedad, y otros trastornos del control de impulsos. El TCC se desarrolla con más frecuencia en mujeres que en hombres; y en la población general, la proporción se ubica entre un 1% y un 11,3 %. Con respecto a las cuestiones mencionadas, las mujeres suelen comprar objetos relacionados con la belleza y la salud emocional; mientras que los hombres tienden a comprar objetos relacionados con la actividad y la independencia, como instrumentos, entre otros. (Marcet, 2015).

Los nuevos métodos de compra online contribuyeron a potenciar este trastorno, ya que como varios autores destacan, el hecho de que la compra por internet permite realizar las operaciones sin ser observado, se obtiene una gratificación veloz y se evita la interacción social. (Marcet, 2015).

El trastorno de compra compulsiva es caracterizado por la presencia de impulsos, preocupaciones o comportamientos desadaptativos de compra constante que experimenta una persona. Estos impulsos se sienten irresistibles y ocasionan daños al individuo y/o a otras personas de su entorno cercano. Los episodios de compra del TCC son muy frecuentes, y habitualmente constan en la adquisición de bienes u objetos que no se necesitan realmente. (Marcet, 2015).

El TCC fue descrito clínicamente por primera vez a principios del siglo XX, por los psiquiatras Bleuler y Kraepelin, bajo el nombre de Oniomanía. Como se mencionó anteriormente, la edad media de inicio del trastorno es entre los 18-30 años de edad, sin embargo, se ha comprobado que los pacientes tardan unos diez años en buscar ayuda o un tratamiento especializado. Generalmente es una acción que se realiza en solitario, en cualquier establecimiento y tiene

muy poca relación con el poder adquisitivo de la persona; aunque ésta variable se observará reflejada en el tipo de producto o establecimiento de compra. (Marcet, 2015).

La duración del trastorno tiende a ser crónico y con episodios de compra mensuales; experimentando una notable reducción de la ansiedad, elevando la excitación y otras emociones positivas durante el proceso del acto. Sin embargo, esas sensaciones son velozmente seguidos por sentimientos de tristeza, enojo o culpa cuando se ha adquirido el producto. A raíz de esto, en muchas ocasiones los productos son directamente almacenados y no se los utiliza. Diversos estudios demuestran que la compra compulsiva afecta hasta un 11,3 % de la población general. Entre los distintos países, se encuentra España con un 7,1%, Alemania con un 7 %, y EEUU con un 5,8 %. (Marcet, 2015).

Capítulo 4. Organización humanitaria: Cáritas Argentina

A lo largo del presente capítulo se analizarán varios aspectos necesarios para el desarrollo posterior del proyecto en cuestión. Se conocerá la obra y misión de la organización de la Iglesia Católica Romana llamada Cáritas; y luego, se profundizará en la sede seleccionada para desarrollar la colección cápsula de autor, llamada Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima. Se relatará la manera de trabajo que esta emplea y a quienes asiste semanalmente; para poder narrar el plan de acción ideado, y dar a conocer el público objetivo seleccionado.

4.1. Cáritas Argentina

La agencia de la Iglesia Católica a cargo de las cuestiones sociales llamada Cáritas, se establece en la Argentina, posteriormente al golpe de 1955. El rol de las instituciones religiosas en actividades caritativas ha sido y es muy importante en el país. A nivel mundial, *Cáritas Internationalis* fue creada en los años 50, con el objetivo de ayudar a sus miembros a difundir justicia social y caridad en el mundo. Para el caso de Cáritas Argentina, fue creada inicialmente bajo el nombre de fraterna ayuda cristiana, cambiándolo al que hoy se conoce 11 años después. Como parte de una organización tan grande como es la Iglesia Católica Romana; Cáritas actúa de un modo heterogéneo y en diferentes niveles. Estos se dividen por orden jerárquico en nacional, regional, diocesano y parroquial; y, la mayor parte de sus recursos, son provenientes de donaciones que luego son divididas en tres partes equitativas entre los niveles parroquiales, diocesanos y nacionales. (Cáritas, 2020).

En cuanto a la Acción Pastoral Caritativa Cáritas se define como amor en obras. “Nuestro servicio y nuestras acciones se inspiran en el amor a Dios y al prójimo”. (Cáritas, 2020). En la búsqueda de la verdadera dignificación de los hombres, Cáritas se enfoca en tres instancias claves para llevar a cabo su misión. La primera es la asistencia a las comunidades más vulnerables, caracterizándose por ser su forma de animar la caridad, ya que brindan

respuestas y soluciones ante las situaciones de emergencia de estas personas; desde ofrecerles abrigo, un plato de comida, escucharlos, contenerlos y guiarlos en la medida que se pueda. La segunda es la promoción humana, que busca modificar y mejorar las condiciones de vida de los más carenciados de diversas maneras; y, la tercera y última, es la caridad transformadora, que intenta transformar las estructuras injustas, y trata de producir cambios en toda la sociedad. (Cáritas, 2020).

Los principales destinatarios de la misión de Cáritas son los más vulnerables y excluidos de la sociedad, asegurándose que crezcan en dignidad y sean protagonistas de su propio desarrollo, personal y comunitario. Cáritas actúa con la constante búsqueda de realizar acciones que sean eficaces, y procurando lograr una transformación cultural del contexto en el que se desenvuelve, sin desear reemplazar la acción de otras instituciones o del Estado en sus diferentes niveles. (Cáritas, 2020).

La organización caritativa es considerada como mucho más que una bolsa de alimentos, la alcancía, o el ropero de la parroquia; es considerada como un amor cercano que transforma, incluye, y cuida la vida de las personas o comunidades en situaciones de pobreza o emergencia, mediante el acompañamiento, la contención integral, y la ayuda material y presencial a todas las personas que sufren, desde una mirada del bien común. (Cáritas, 2020).

4.2. Trabajo de campo

Se han realizado dos entrevistas a personas directamente vinculadas con la organización seleccionada, a fin de conocer el manejo de las prendas donadas y el modo de operar de la sede de Cáritas. A su vez, se ha utilizado esta técnica para poder definir acciones y para recolectar información pertinente para el presente proyecto. Se elaboraron preguntas específicas y previamente planeadas para poder reunir toda la información precisada para su

desarrollo. Las entrevistas fueron realizadas al presidente y a la directora de Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima.

La primera entrevista fue realizada al señor José de Estrada, presidente y sacerdote de la parroquia en la que se sitúa la sede de Cáritas en cuestión. En ésta, informa la procedencia de la ropa donada hacia la institución, refiriéndose a los *countries* Club de Campo Pueyrredón y el Mayling Club de Campo como los dos principales responsables de dicha acción. (de Estrada, comunicación personal, 6 de mayo, 2020).

Para el caso de la segunda entrevista, la comunicación fue con Lorena Villar, directora y voluntaria hace tres años de Cáritas parroquial Santa Rosa Lima, ubicada en la localidad de Villa Rosa. Señala que el grupo de siete voluntarios que se encarga de que la institución funcione, es un grupo nuevo que se formó luego de la Colecta Anual de Cáritas 2017 en la Parroquia Santa Rosa de Lima, bajo la dirección del Padre José de Estrada. (Comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

La mayoría de las familias que van a donde ellos se encuentran son familias numerosas, que no suelen tener el medio económico para poder acceder a comprar la vestimenta para todos los miembros que la integran; de esta manera, el ropero de Cáritas es una ayuda que se les da acceso a ropa, abrigos, y sumándole otros elementos como sábanas, toallas, ropa interior y todo tipo de vestimenta que es esencial para lo cotidiano. La asistencia a las 120 familias que acuden a Cáritas es personalizada, semanal y completamente gratuita. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

Los días que vienen las familias asistidas, seleccionan la ropa que necesitan y después cada una cuenta con una ficha en donde se registra la ropa que se llevan. Como son muchas las familias, les pedimos que por favor se lleven tres prendas por integrante más o menos. Por ejemplo, tres prendas para el de cuatro años, tres para el de cinco años, y tres para el de siete años; para que así quede ropa para la próxima familia que viene después. Este servicio es sin costo. Así es como nosotros trabajamos. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

Señala que están ubicados en frente a la Parroquia Santa Rosa de Lima, en Villa Rosa, Provincia de Buenos Aires, donde atienden los miércoles y jueves de 15 hs. a 17 hs. (Comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

Cáritas Santa Rosa de Lima, pertenece a la diócesis de Zarate-Campana; y trabajan en conjunto con Cáritas Pilar. Se les deriva gente desde Cáritas Pilar, y atienden todos los barrios de Villa Rosa, incluyendo 9 de julio, Manzanares, San Jorge, San Antonio, Luchetti, entre otros. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

El modo de entrega de las donaciones de la gente hacia la institución suele ser en bolsas; o en el caso de que las personas no se puedan acercar, es viable que se comuniquen con alguna de las voluntarias y así coordinar un día y un horario para que se puedan pasar a retirar. Los días establecidos para recibir las donaciones son los miércoles y jueves en el horario de atención mencionado previamente. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

Se pide como requisito a la hora de donar la ropa que esté limpia y en condiciones para poder volver a donarla y usarla; igualmente se reciben todo tipo de donaciones. Es por eso que todas pasan por un proceso de selección. Hay prendas que quizás están para seguir usándose, pero están muy sucias, entonces hay que higienizarlas y ponerlas en condiciones; o algunas otras vienen rotas o descocidas, resultando en la parada obligatoria por el taller para ponerlas en condiciones nuevamente. También hay ropa que directamente está en condiciones de descarte y otras que están para reciclado. Las que están para reciclar, van al taller de costura donde son convertidas en mantas, en material para realizar manualidades, o algún otro propósito. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

A su vez, como las familias se acercan no solo a pedir vestimenta, sino que también piden alimentos, se organizan ferias cada tres o cuatro meses donde lo recaudado va destinado a la compra de alimentos. Hay cierta cantidad de familias que son asistidas todos los meses

con una bolsa de alimentos, y hay otras que son solamente ropero, es decir que se las ayuda únicamente con ropa. Las prendas que se venden en las ferias son únicamente las que están autorizadas para hacerlo; ya que cada vez que entra una donación, se le pide autorización a la persona que la dona, para ver si está de acuerdo o no. Si accede, se guarda y se pone a la venta el día de la feria, y si no se utiliza exclusivamente para donación. (Villar, comunicación personal, 12 de mayo, 2020).

La feria está destinada a las mismas familias de bajos recursos asistidas los días de semana.

Según Villar (Comunicación personal, 12 de mayo de 2020):

Los precios son muy accesibles. La mayoría de las familias, son personas que no tienen un trabajo estable o un ingreso seguro. Imaginate que las propias familias que vienen a buscar ropa los días de semana son los que también vienen a comprarnos cuando cobran algún plan o algo así. Cómo nosotros sabemos que son familias numerosas, y la idea es que puedan comprar para todos, y que cada uno tenga ese día algo nuevo, los precios son accesibles. Por ahí hay remeritas a 5\$, o abrigos que llegan a 60\$, pero nunca mucho más que eso. Es un precio accesible para que puedan comprar en cantidad, y para que puedan comprar para todos. No te imaginas la cara de las personas cuando vienen y se compran su ropa. Aparte ellos saben que ese mismo dinero después se utiliza para comprar los elementos que les llegan nuevamente a ellos, pero sentir que están colaborando, y que a la vez se están comprando su propia ropa, es una enorme alegría. (Ver cuerpo C, p. 8).

4.3. Plan de acción con Cáritas

Como se mencionó anteriormente, la organización católica Cáritas es reconocida por tener como misión, asistir directamente a la población más vulnerable de la sociedad de múltiples maneras. Con la entrega y dedicación de tiempo de más de 30.000 voluntarios, se contribuye con esta causa, y se ayuda con las problemáticas sociales de estas personas.

Cáritas es una organización mundial que se organiza de diferente manera en cada país en el que se encuentra debido a las necesidades que plantea cada uno. En el caso de Argentina, se divide y organiza en los siguientes tres niveles: regional, diocesano y parroquial. Cáritas Argentina está conformada por ocho regiones; estas son el Noroeste Argentino, el Noreste

Argentino, Cuyo, el Centro, el Litoral, el Platense, Buenos Aires y la Patagonia. Luego se encuentran Cáritas diocesanas, las cuales se agrupan según su disposición geográfica; promueven el intercambio de experiencias; cooperan y coordinan la solución de problemáticas vinculadas a la caridad; y a su vez coordinan, animan y articulan las tareas de las Cáritas parroquiales, el último nivel de la organización. Alrededor de 3500 capillas, parroquias y centros misionales conforman Cáritas parroquiales. Se ocupan y organizan la tarea de Cáritas en su ámbito local; y sus acciones les llegan directamente a las familias más necesitadas de cada comunidad.

En base a lo recién mencionado, y a la información proporcionada por Villar (Comunicación personal, 12 de mayo de 2020):

(...) cada Cáritas se maneja de manera distinta pero siempre trabajando en conjunto. Siempre nos reunimos y nos organizamos cuando llega alguna donación desde la diócesis, para retirar alimentos, para retirar leche y así distribuir a cada Cáritas del partido de Pilar. Igualmente, todas contamos con ropero, y con ayuda de alimentos.” (Ver cuerpo C, p. 4).

Se seleccionó su sede de Cáritas para llevar a cabo el proyecto planteado; ya que, como fue explicado, no todos operan de la misma manera e imposibilita entonces la oportunidad de hablar de esta organización generalizando.

Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima pertenece a la localidad de Villa Rosa, se encuentra dentro de la Diócesis de Zárate Campana; y a su vez es parte de la región Buenos Aires. Como se mencionó en el subcapítulo anterior, en el único momento en que la organización genera un ingreso de dinero para poder abastecerse de suministros que luego utiliza para asistir a las familias semanalmente, es cada tres o cuatro meses. Esto sucede gracias a las ferias realizadas, en donde se vende la ropa donada a precios muy bajos, para las mismas personas de bajos recursos que se acercan a ser asistidas durante la semana.

A raíz de esto se propone realizar a beneficencia una colección cápsula de autor de seis prendas, rediseñadas a partir de algunas prendas donadas, para luego ser subastada a la

misma gente que se acerca a donar su ropa, logrando así generar otro nuevo ingreso para la organización seleccionada.

Según la Real Academia Española (2020), una subasta es una “venta pública de bienes o alhajas que se hace al mejor postor, y regularmente por mandato y con intervención de un juez u otra autoridad.”. Existen varios tipos de subastas, entre ellas se encuentra la subasta inglesa o ascendente. Este es el tipo de subasta que se planea implementar; en la que los posibles compradores ofrecen una suma de dinero cada vez mayor a la anterior, hasta que se alcanza un precio máximo que ningún otro comprador desea superar. Una vez alcanzado ese punto en la subasta, el bien pasará a ser de la persona que haya ofrecido más por él. (Roldán, 2020).

Todas las prendas tendrán un precio base al momento de comenzar la puja; y serán subastadas un día exclusivo y previamente fijado con los directivos de Cáritas en la parroquia. Tendrá el único propósito de recaudar fondos extra para que la organización posteriormente la utilice de la manera que lo considere necesario y apropiado. Con lo recién mencionado, se logrará incorporar a la gente que generalmente dona su ropa, que además compre y colabore de una nueva manera.

4.4. Público objetivo

Para abordar este subcapítulo parece pertinente aclarar el significado del término público objetivo o target, el cual Ramírez (2020), lo define como “(...) aquel grupo de personas que debido a sus cualidades y características tiene un alto potencial, o existe una alta probabilidad de que pueda llegar a ser en el futuro un consumidor de nuestro producto o servicio.”

A continuación, se describirán aspectos sociodemográficos del target seleccionado, como el sexo, el lugar donde habitan, sus edades; su nivel socioeconómico; y sus intereses para poder conocerlo mejor.

Gracias a la comunicación personal entablada con el sacerdote de la Parroquia Santa Rosa de Lima y presidente de Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima, José de Estrada, se pudo conocer dos de los principales donantes de ropa hacia esta organización. Dada la cercanía de tan solo unos pocos kilómetros, los donantes en cuestión son los residentes de los *countries* Mayling Club de Campo, fundado en 1978 (La Web de Golf, 2020), y el Club de Campo Pueyrredón, inaugurado en 1996 (Clarín, 2012). (Comunicación personal, 6 de mayo, 2020).

Countries antiguos (década del '30 y los '70) o club de campo, fueron concebidos en su origen como residencia de fin de semana. Cuentan con una intensa vida social interna que principalmente se orienta a la actividad deportiva. Destinados a la clase alta, media-alta y media. (...).

Countries recientes (década del '90). "(...). Destinados exclusivamente a la clase alta y media alta y fueron concebidos para residencia permanente. De ello resulta una población más homogénea desde el punto de vista social que la de los *countries* antiguos. Aquí encontramos además *countristas* de alto nivel socio-económico ex residentes de *countries* antiguos." (Del Cueto, 2002, p. 7)

Debido a toda esta información, se decidió dirigir la colección cápsula de autor del presente proyecto a las mujeres de entre 25 y 55 años que residen en estos barrios, como así también en otros cercanos a la zona. Corresponden a las localidades de Villa Rosa y La Lonja, dentro del partido bonaerense de Pilar, Buenos Aires, Argentina. Pertenecen a un nivel socio económico medio, medio-alto y alto.

Son mujeres activas y responsables que poseen estudios universitarios o terciarios. Valoran el diseño de autor, las prendas únicas y originales sobre el diseño en masa y con falta de identidad. Priorizan los detalles y las buenas terminaciones. Tienen interés por prendas que les llaman la atención y se distinguen, por sobre las que pertenecen a la tendencia del momento. Es un usuario que utiliza estas prendas como una herramienta más para manifestar su personalidad.

Además, dentro de ese segmento de mujeres puede haber a su vez, consumidoras que les motive e interese contribuir con la causa benéfica; y otras que consuman productos que dejen

la menor huella ecológica posible, colaborando con el cuidado del medio ambiente; generando con todo lo recién mencionado, un incentivo aún mayor al momento de ofertar en la subasta para adquirir alguna de las prendas de la colección.

Capítulo 5. Rediseño solidario para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima

En el presente y último capítulo del Proyecto de Graduación, se desarrolla y explica la propuesta de diseño para la colección de autor a partir de prendas donadas; como así también, se describe el concepto de colección cápsula.

Luego de haber investigado y reflexionado las diferentes temáticas desarrolladas y puestas en consideración a lo largo del PG, se planea plantear la idea de la revalorización de prendas en desuso del objetivo principal. La elección de éstas se realiza en base a las tipologías que las familias asistidas no suelen pedir en la organización seleccionada, y las que son donadas en mayor cantidad. Se describen y justifican todas las decisiones tomadas para el diseño de las seis prendas, las transformaciones, y las tipologías que se utilizaron para la creación de cada una de ellas.

5.1. Proceso creativo

El proceso creativo de la propuesta en cuestión se delimita dentro de la elaboración de una colección cápsula de diseño de autor consciente y solidaria, incorporándola dentro de la disciplina del diseño textil e indumentaria. Como se mencionó en el párrafo anterior, tiene como objetivo revalorizar prendas donadas, para luego ser subastadas y así poder contribuir con la organización caritativa Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima, otorgándole el dinero recaudado de la venta de éstas.

El proceso de diseño de la colección cápsula inicia con la elección del modo de trabajo; el cual, a través del desarme y posterior ensamble de varias prendas donadas, se generan otras nuevas. Gracias a esta metodología, se logra demostrar y desarrollar seis prendas nuevas, originales, con identidad propia; y, cada una con su propio análisis y memoria correspondiente.

Por otra parte, se considera de suma importancia que estos diseños concienticen y promuevan las cuestiones desarrolladas a lo largo del proyecto, como la recuperación de textiles y prendas en desuso; del mismo modo que se estima que promueva la disminución de la contaminación textil, la contaminación del medio ambiente y el consumo en desmedida. En cuanto a lo que respecta sobre el punto de partida morfológico de la propuesta, surgen ideas para el desarrollo constructivo de la colección, en base a las tipologías disponibles en la organización caritativa. Prevalece el uso de recursos propios del diseño textil y de indumentaria como la superposición, las tablas, la unión de diferentes textiles y texturas, entre otros; que se visualizan en el avance de la narración del capítulo.

5.1.1. Concepto de colección cápsula

El concepto o término en cuestión se lo define como un proyecto entre un diseñador o marca, en conjunto con un colaborador externo, ya sea otra marca o persona reconocida; para luego crear una serie limitada de prendas exclusivas, únicas e irrepetibles, con o sin una causa, para ofrecer al público.

Generalmente son colecciones con un número reducido de prendas, que pueden o no pertenecer a la temporada o la tendencia que corre en ese momento; son prendas que portan la originalidad y el sello personal del colaborador, logrando identificar cada pieza con la persona responsable de crearla; y, son vestimentas con un precio más elevado al promedio común, por las características nombradas previamente. Están destinadas a un público objetivo con un nivel socioeconómico medio-alto, a clientes que aprecien la exclusividad, la alta creatividad y un producto diferenciado del resto. (Manual de moda, 2020).

5.2. Elección de prendas para revalorizar

Para el caso de la colección cápsula de autor de este Proyecto de Graduación, la obtención de los textiles con los que se confeccionan las prendas a subastar, es a través de la organización humanitaria Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima. Ésta le brinda a la autora y diseñadora del PG, algunas de las prendas que reciben como donación, para luego poder rediseñarlas y revalorizarlas.

A través de la comunicación personal entablada con la directora de la sede, Lorena Villar, se realizó una investigación sobre las prendas con las que disponía la diseñadora para poder realizar los diseños. Le comunicó que las tipologías que más dona la gente que se acerca a la sede de Cáritas, son musculosas, remeras, camisas, shorts, bermudas, pantalones y pantalones de vestir; y, que las prendas que las familias asistidas no suelen pedir o llevarse son los sacos de trajes, camisas y los pantalones de vestir, para ambos sexos. (Comunicación personal, 12 de mayo de 2020).

A partir de la información recibida por parte de Villar se determinó el rubro de la colección, al cual se lo define como un *casual wear* sastrero, en donde se fusiona el uso casual de la ropa informal con la sastrería. Los rubros dentro de la moda se utilizan para categorizar y clasificar los distintos productos que se ofrecen al mercado, los cuales se los puede dividir según los materiales que los componen, el código y el rango étéreo de uso, las tipologías referentes que identifican mejor al rubro, su ocasión de uso, entre otros. (Di Luca, 2019, p. 55).

El *casual wear*, o también conocido como ropa informal, es uno de los rubros de la moda más utilizados actualmente; ya que se caracteriza por presentar prendas versátiles, cómodas y clásicas que se pueden mezclar fácilmente entre sí para poder utilizarlas en diferentes ocasiones, ya sea para el día como también para la noche. Las tipologías que más se identifican con este rubro son camisas, pantalones, remeras, vestidos, chaquetas, entre otras; dejando en evidencia la versatilidad de los múltiples usos de una misma prenda, y demostrando que es apto para todos los géneros y edades. (Di Luca, 2019, p. 55-57).

El rubro sastrero o sastre, es uno de los más antiguos dentro de la moda. La palabra sastre proviene del latín *sartor*, la cual significa remendón o costurero; y la palabra *sartor* viene del verbo *sarcire* que significa coser o zurzir. (Rivas, 2019). El saco o traje tal como se lo conoce hoy, tiene su origen en Inglaterra, y comenzó siendo una prenda únicamente del género masculino; que, con el pasar de los años y con la constante evolución de la moda, a principios del siglo XIX se dan los orígenes de la sastrería femenina. Las tipologías sastreras: saco, chaleco y pantalón sastre, son de aspecto simple y funcional; confeccionados en sus comienzos artesanalmente, y con el paso del tiempo, incorporándose al método industrial. Pueden ser utilizados tanto para la vida cotidiana como para eventos más formales. (Sastrería,1997).

Habiéndose definido ambos términos, se puede describir entonces que la colección del presente Proyecto de Graduación pertenece a la fusión del rubro *casual wear* con el sastrero; ya que las prendas que se utilizaron y diseñaron, son tipologías pertenecientes a los rubros recién mencionados.

La mini colección se basa en 6 diseños, los cuales requirieron de la selección de sacos masculinos, camisas masculinas y femeninas, pantalones y pantalones de vestir masculinos y femeninos, una musculosa femenina y una remera masculina.

La diseñadora realizó bocetos de los posibles diseños para que, al momento de ir a la sede de la organización, se hiciera una efectiva selección de prendas a utilizar. Se seleccionaron principalmente las tipologías que la gente que se acerca a la organización en busca de asistencia no solicita, y algunas de las prendas que reciben en mayor cantidad.

Ya que el textil cumple un papel fundamental a la hora de confeccionar una prenda, el proceso de elección de las prendas anteriormente mencionadas se dividió en dos etapas.

La primera fue la preselección de las tipologías según la colorimetría y el talle. En base al *board* conceptual realizado, se escogieron las prendas que respetaban los colores grises,

blancos, celestes y negros de este; y, los talles variaron entre *small, medium, large* y *extra large* de ambos sexos. (Ver figura 109, Cuerpo C, p.121).

La segunda etapa constó en la selección final de las prendas preseleccionadas según la calidad y el estado de los textiles de estas. Se revisaron las extremidades; los exteriores e interiores en búsqueda de manchas, agujeros o posibles zonas gastadas; las terminaciones; y, las composiciones de los textiles en las etiquetas correspondientes.

Una vez seleccionados todos los indumentos necesarios para llevar a cabo la colección, Cáritas le otorgó las prendas a la diseñadora, y esta le realizó los tratamientos de lavado y desinfección correspondientes; ya que, al ser prendas de segunda mano, y no saber de dónde provienen, o el lugar previo de guardado de las mismas, es necesario realizarles una limpieza efectiva para eliminar posibles manchas, olores y microorganismos asentados en ellas.

5.2.1. Colorimetría y *board* conceptual

La colorimetría o paleta de color seleccionada para la confección de los diseños, constó en una gama de tonos blancos, grises y negros con el agregado del color celeste, perteneciente a la paleta cromática fría. Este tiene como significado ser el color de la generosidad, la esperanza y la paz; y, es elegido por las personas que quieren dedicarse a las causas justas y nobles de la vida. (Franco, 2020). Para su fácil distinción, estos colores se incorporan en el panel conceptual en forma de pastillas rectangulares horizontales.

Para el *board* conceptual o panel conceptual, se representó visualmente la inspiración utilizada por la diseñadora para la creación de la colección. Se partió de imágenes que representaban dos de las problemáticas desarrolladas en el Proyecto de Graduación: la situación social en la Argentina y la contaminación ambiental. La primera fue expuesta por las imágenes de las viviendas humildes escalonadas en la esquina inferior izquierda y en los

laterales de la esquina inferior derecha. Estas viviendas son comúnmente encontradas en las zonas más carenciadas del país. En segundo lugar, la otra temática mencionada asociada a al contexto ambiental, fue representada por la fotografía central de la esquina inferior derecha. Todas estas imágenes fueron seleccionadas en tonos grises, haciendo referencia a los sentimientos de angustia y preocupación que generan estas problemáticas. Se contrastan con el celeste del cielo del fondo, el cual hace ilusión a la generosidad y a la esperanza de cambio y mejora transmitido a través de los temas desarrollados a lo largo de todo el PG. El uso de este contraste entre colores e imágenes pretende poner en evidencia la concientización que la sociedad debe asumir para que se comiencen a generar los cambios, y el horizonte de la esperanza e igualdad sea cada vez más cercano.

En base a la elección de las tipologías disponibles en Cáritas, se determinó la manera de diagramar el panel. Como las prendas seleccionadas fueron indumentos de siluetas rectas, entre ellas camisas, sacos y pantalones de vestir, las imágenes utilizadas fueron recortadas rectangularmente para hacer referencia a dicha característica. Como recursos propios del diseño, se seleccionaron: a) la superposición de textiles, representado por la superposición de las viviendas en la esquina inferior derecha; y, b) las tablas, y la unión de diferentes tejidos y texturas, ilustrado por las imágenes de la esquina inferior derecha. (Ver figura 109, Cuerpo C, p.121).

5.3. Procesos para lograr el rediseño de las prendas

El comienzo del proceso de diseño comprende y respeta a todas las decisiones que ya se realizaron respecto a la propuesta del Proyecto de Graduación; desde la selección del género al cual se diseña, en este caso indumentaria femenina; el rango etéreo del target o público objetivo al cual está destinada la colección; el rubro al que pertenecen las prendas, siendo este el *casual wear* sastrero; y la atemporalidad de los indumentos en cuestión.

La colección cápsula de autor del presente PG, está conformada por dos camisas, dos pantalones, y dos sacos. Son diseños únicos, es decir que no se van a producir en masa, ya que se diseñaron con el propósito de ser subastados y así cumplir con el objetivo planteado al comienzo del proyecto en cuestión.

5.3.1. Figurines y fichas técnicas

Posterior a la selección de las tipologías a utilizar, y al diseño de las prendas de la colección; se las representó gráficamente por medio de seis figurines de elaboración propia, encargados de exhibirlas en un cuerpo, para que se interprete correctamente la visión de la diseñadora. Cada uno de los figurines lleva puesto una de las prendas diseñadas, acompañadas por prendas básicas, que las complementan y no las obstruyen para que se puedan comprender adecuadamente. Las prendas básicas seleccionadas, fueron tipologías en color blanco como remeras manga corta, remeras con cuello alto, y calzas *bikers* o también llamadas calzas de ciclista.

Para lograr demostrar de manera técnica las prendas que conforman la colección cápsula, se ilustra cada una de ellas por medio de geomerales, enseñando el frente, la espalda y en algunos casos necesarios, sus laterales. Además, se detalla la información correspondiente de cada una; los detalles constructivos, como las medidas y las costuras; el desarme de las prendas originales para lograr los seis diseños; el despiece de moldería; en el caso de los dos sacos pertenecientes a la colección, se grafica la microtizada de la forrería; se aclaran las materialidades; se especifican los avíos utilizados para su producción; se muestran las etiquetas de marca, y de composición y cuidados; se describe la secuencia de procesos para llevarlas a cabo; y, se narra la secuencia de operaciones de elaboración.

La colección completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante los figurines y las fichas técnicas desarrolladas. (Ver figuras 1-108, Cuerpo C, p.13-120).

5.3.2. Desarrollo y confección de la Camisa con tablas

Luego de atravesar por todas las etapas previas al proceso de desarrollo y confección de las prendas, se comienza con la producción del primer indumento de la colección. Esta corresponde a una camisa manga larga con tablas en la espalda y puños de mangas en los laterales.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero, la espalda y el lateral. En la ficha de detalles constructivos de la camisa en cuestión, se ejemplifica y señala las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración a cerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y a su vez, se aclara que los laterales de la cartera inferior de botones, y el extremo inferior de la espalda, terminan al corte de tijera para que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Para esta prenda se requirieron tres camisas de hombre. La primera camisa seleccionada, fue una rayada blanca y celeste, talle *large* del material textil llamado poplín. Su composición es 100% algodón. El desarme comenzó con el descosido de la etiqueta de marca ubicada en el centro del cuello, del lado interior en la espalda, y separando el cuello del pie de cuello. Se continuó descosiendo las mangas por las sisas y recortando los puños de forma triangular hasta la altura de la unión de la parte superior con la inferior. Luego, se recortó el frente y la espalda por debajo de las sisas, manteniéndolos unidos por los hombros y los laterales.

La segunda prenda que se utilizó fue una camisa manga corta, íntegramente blanca, con un bolsillo plaqué en el delantero derecho, talle *large* y confeccionada también en poplín 100% algodón. A ésta se le cortó la cartera de botones del frente de la prenda, y se le descosieron los laterales hasta el comienzo de la sisa, para luego recortar la espalda a esa misma altura.

La tercer y última prenda utilizada para confeccionar la primera camisa de la mini colección, fue una camisa de poplín 100% algodón, talle *medium*, color blanca, manga larga y con un bolsillo plaqué en el delantero derecho. Se le descosieron las mangas por las sisas, los laterales, y la etiqueta de composición y cuidados, para luego continuar con el recorte del frente y la espalda a la altura de las sisas.

La designación del talle para esta prenda fue un talle único, interpretándose como un talle que se adapta a todo tipo de cuerpo. Se partió de la base de una camisa de hombre talle *large*. Luego de realizar una comparación entre las medidas de la camisa seleccionada, y las medidas femeninas *small*, *medium*, *large* y *extra large*; se tomó la decisión de que el indumento calce como una prenda *oversize* en una mujer talle *small*; una menos *oversize* a una mujer talle *medium*; y así, a medida que aumentan las medidas hasta llegar a un *extra large*, la camisa va disminuyendo su grado de holgura. (Ver tabla 1, Cuerpo C, p.122).

A su vez, dependiendo de la altura de la mujer portadora de la prenda, se verá el formato de uso de la misma. A una mujer de baja estatura, le calzará como un vestido camisero que se aproxima a las rodillas; mientras que, a una mujer de alta estatura, le llegará alrededor de la mitad del muslo de la pierna.

El indumento está compuesto por un total de 11 piezas; donde el delantero y la espalda superiores, y ambas mangas son una única pieza cada uno. Las ocho piezas restantes están conformadas por los delanteros inferiores derecho e izquierdo, las carteras inferiores derecha e izquierda, los laterales derecho e izquierdo y las espaldas derecha e izquierda. Las piezas fueron ilustradas en la ficha de despiece de moldería, en donde cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente, con el textil del que están hechas, y la cantidad de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con la dirección de los hilos de sus textiles correspondientes mediante flechas rojas; y con pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de

costura de la prenda. Para el caso del delantero superior, se ilustraron pequeñas cruces rojas que señalizan el final de la pinza de busto. Estas comienzan en la sisa y están representadas a través de piquetes del mismo color. Para el caso de las espaldas inferiores, estas presentan piquetes a lo largo del extremo superior, mostrando donde se realizan los pliegos de la tela para poder formar las tablas. A su vez, también presentan piquetes horizontales en los laterales, los cuales delimitan el largo de las costuras para fijar las tablas.

En la ficha de avíos, se detallan todos los datos necesarios de los componentes de la prenda. En este caso, la camisa solo precisa de hilo blanco 100% poliéster y el material para el desarrollo de las etiquetas dado a conocer a continuación. Se desarrollaron dos etiquetas para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación llamada transfer textil. Este método de estampación se define como tintas serigráficas impresas en un soporte de papel siliconado que posteriormente se transfiere a un soporte textil a través de la aplicación de presión y calor otorgado por una plancha de estampación. Se la considera una manera versátil, rápida y limpia para ornamentar cualquier tipo de prenda; siempre y cuando, el textil a estampar soporte la temperatura específica de esta técnica. La variedad de textiles aptos para realizar este procedimiento abarca desde fibras naturales como el algodón, hasta fibras artificiales o mezclas. (JMB Grupo, 2020).

La primera etiqueta es la de la marca, la cual se ubica a 1 cm del pie de cuello en el centro de la espalda, del lado interior. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora sumadas las palabras *para Cáritas*, el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral derecho, y a 20 cm del extremo inferior en el interior de la espalda de la prenda; y es la correspondiente a la composición textil del indumento y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm

de ancho y 5 cm de alto. Como las tres camisas que forman esta nueva prenda son únicamente de algodón, se rotuló su composición como 100% algodón. En cuestiones de los cuidados necesarios, se designaron los símbolos de: lavado a máquina a una temperatura máxima de 40° Celsius; no usar lavandina; apto secadora temperatura media; apto para plancha a temperatura media; y, apto para limpieza en seco con Percloroetileno. A su vez, se agregaron los datos del talle, el cuit, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

Para el armado de la nueva prenda no fue necesaria una ficha de tizada; ya que, como fue desarrollado previamente, la obtención de los textiles para la confección es a partir de las prendas donadas ya existentes.

El motivo de la ficha de secuencia de procesos es para determinar todos los procesos que intervinieron en la producción de la camisa. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 3, 9 y 14, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica llamada secuencia de operaciones, tiene como función ordenar la construcción de la prenda en una lista secuencial de procesos que comienzan con el número 10, continuando con el 20, luego con el 30, y así se continua hasta que se finaliza el indumento. Se utiliza esta numeración ya que permite y da la posibilidad de modificar el proceso, agregando operaciones intermedias. (Barretto, 2020). Para el caso de la camisa, se comienza con el descosido y el recorte manual correspondiente, demostrado en las fichas de producto de desarme de las prendas recibidas por parte de Cáritas. Seguidamente se surfilan todas las piezas obtenidas con la máquina *overlock* de tres hilos, menos los laterales de la cartera inferior de botones y la de ojales. Luego, con la máquina recta una aguja, se continua la tabla encontrada central de la espalda hasta el extremo inferior; se crean las pinzas de

busto en el delantero superior; y, se realiza una costura en el extremo del pie de cuello, para unir la sección de donde se descosió el cuello. Posteriormente, se unen las mangas por las sisas del delantero y espalda superiores, con la máquina recta dos agujas. A continuación, retomando la utilización de la máquina recta una aguja, se realizan las tablas de la espalda, y se une el lateral derecho de la espalda inferior izquierda, con el lateral izquierdo de la espalda inferior derecha. Manualmente, se corta para emparejar el extremo inferior de la espalda inferior. Luego, nuevamente con la máquina recta una aguja, se unen los laterales de la espalda inferior con el lateral izquierdo y el derecho, la cartera inferior izquierda con el delantero inferior izquierdo; y se prosigue con la unión de la cartera inferior derecha, la cual se une con el delantero inferior derecho. Una vez unidos los delanteros inferiores, se los une manteniendo la misma máquina a la espalda inferior, y se cose comenzando desde la cartera de botones del centro, la parte inferior con la superior de la prenda. Manualmente se plancha la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados en el lugar que les corresponde mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con el proceso de confección, resulta de suma importancia realizar el control de calidad, de simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 1, Cuerpo C, p.13), sus fichas técnicas correspondientes (Ver figuras 2-16, Cuerpo C, p.14-28); y su producción fotográfica. (Ver figuras 110-118, Cuerpo C, p. 125-133).

5.3.3. Desarrollo y confección de la Polera camisera

La segunda prenda de la colección corresponde a una camisa con cuello de polera, manga corta con puños en los extremos, y tablas en el delantero.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero, la espalda, y los detalles de ambas caras que quedan ocultas por

el aplique del recorte tipo pechera. En la ficha de detalles constructivos de la camisa en cuestión, se ejemplifica y señala las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración a cerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y a su vez, se aclara que los extremos inferiores delanteros y los extremos de los recortes tipo pechera, terminan al corte de tijera para que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Para la confección de este indumento se requirieron las piezas de cinco prendas. La primera, fue una remera de hombre manga corta de jersey 100% algodón, con cuello desbocado de rib del mismo material textil, talle *medium*, y completamente blanca. A ésta, se le descosió la etiqueta de marca ubicada en la espalda, los hombros y el cuello. Se continuó con un recorte en forma rectangular, desde los hombros, en el frente y la espalda. Una vez obtenidas ambas piezas se utilizarán del lado del revés, exponiendo las costuras.

La segunda prenda que se desarmó fue una musculosa con cuello de polera de rib de algodón; color celeste; talle *medium*; y, del material textil llamado jersey peinado, compuesto 100% en algodón. Se comenzó el desarme de la prenda con el descosido de la etiqueta de marca ubicada en el centro del cuello del lado interior en la espalda, y separando el frente y la espalda por los hombros. Seguidamente se recortaron ambos cuellos con la forma del cuello de la remera manga corta anterior.

La tercera prenda utilizada, fue una camisa manga larga blanca de hombre, del material textil poplín 100% algodón, y talle *large*. Se partió recortando los cuellos con la misma forma que la remera manga corta previamente utilizada; las mangas para transformarlas en mangas cortas; y los laterales de la manga hasta los hombros. Luego se descosieron los laterales de la prenda, las etiquetas de composición y cuidados, los puños, los hombros y los bajo mangas hasta el comienzo de la sisa.

A la cuarta prenda desarmada, una camisa talle *large* de hombre, color blanca, también de poplín 100% algodón, con un bolsillo plaque en delantero derecho; se le descosieron los puños de las mangas, los laterales, las etiquetas de composición y cuidados, y *el extremo inferior de la espalda*. Se continuó con el recorte del delantero derecho; el de los puños ya descosidos; y el de la espalda.

La quinta y última prenda utilizada, fue una camisa de hombre talle *extra large*, rayada blanca y celeste, del textil llamado Oxford, compuesta 100% en algodón. Se le descosieron los laterales, la etiqueta de composición y cuidados, y el extremo inferior de la espalda; para continuar con el recorte del delantero izquierdo y la espalda. (Ver figura 30, Cuerpo C, p.41).

La designación del talle para esta prenda fue el mismo talle único que la camisa con tablas; ya que se respetaron las mismas decisiones de partido de diseño en las dos. Se partió de la base de una camisa de hombre talle *large*. Luego de realizar una comparación entre las medidas de la camisa seleccionada, y las medidas femeninas *small, medium, large* y *extra large*; se tomó la decisión de que el indumento calce como una prenda *oversize* en una mujer talle *small*; una menos *oversize* a una mujer talle *medium*; y así, a medida que aumentan las medidas hasta llegar a un *extra large*, la camisa va disminuyendo su grado de holgura. (Ver tabla 2, Cuerpo C, p.122). Se interpreta entonces, como un talle que se adapta a todo tipo de cuerpo. También, dependiendo de la altura de la mujer que adquiera y porte la prenda, se verá el formato de uso de esta. A una mujer de baja estatura, la polera camisera la utilizará como un vestido camisero que se aproxima a las rodillas; mientras que, a una mujer de alta estatura, le llegará alrededor de la mitad del muslo de las piernas.

La camisa está compuesta por un total de 14 piezas que fueron ilustradas en dos fichas de despiece de moldería, una para las partes del delantero, y la otra para las de la espalda. Cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente, con el textil del que están hechas, y la cantidad de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con la

dirección de los hilos de sus textiles correspondientes mediante flechas rojas; y con pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de costura de la prenda. Para el caso de las espaldas inferiores, presentan piquetes a lo largo del extremo superior, mostrando donde se realizan los pliegos de la tela para poder formar las tablas. A su vez, también presentan piquetes en los laterales, los cuales delimitan el largo de las costuras para fijarlas.

En la ficha de avíos se detalló lo precisado para la confección del indumento; los cuales, en este caso, son cuatro conos de hilo blanco 100% poliéster, y el material para el desarrollo de las etiquetas correspondientes. Se desarrollaron las mismas etiquetas que la camisa anterior para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación de transfer textil.

La primera etiqueta es la de la marca, la cual se ubica a 1 cm del cuello en el centro de la espalda, del lado interior. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora sumadas las palabras *para Cáritas*, el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral derecho, y a 20 cm del extremo inferior en el interior de la espalda de la prenda; y es la correspondiente a la composición textil del indumento y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm de ancho y 5 cm de alto. Como las cinco prendas que forman esta nueva camisa son únicamente de algodón, se rotuló su composición como 100% algodón. En cuestiones de los cuidados necesarios, se designaron los símbolos de: lavado a máquina a una temperatura máxima de 40° Celsius; no usar lavandina; apto secadora temperatura media; apto para plancha a temperatura media; y, apto para limpieza en seco con Percloroetileno. A su vez,

se agregaron los datos del talle, el cuit, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

Para el armado de la nueva prenda, nuevamente no fue necesaria una ficha de tizada; ya que, como fue desarrollado en párrafos anteriores, la obtención de los textiles para la confección es a partir de las prendas donadas ya existentes.

En la ficha de secuencia de procesos se determinaron todos los procesos que intervinieron en la producción de la camisa. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 3, 9 y 14, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica de la camisa con cuello de polera corresponde a la secuencia de operaciones, responsable de ordenar la construcción de la prenda. Se comienza con el descosido y el recorte manual correspondiente, demostrado en las fichas de producto de desarme de las prendas recibidas por parte de Cáritas. Seguidamente se surfilan todas las piezas obtenidas con la máquina *overlock* de tres hilos, menos el extremo inferior delantero y los recortes tipo pechera del delantero y la espalda. Se procede con la unión, mediante la máquina recta una aguja, de los cuellos de polera de ambas caras, con sus cuellos de la remera correspondientes; se cierra la cartera de botones del delantero superior; se une el delantero y la espalda superior con sus respectivos cuellos, los puños con sus extensiones de puños, las piezas inferiores de la espalda, la espalda superior con la inferior; se realizan las tablas de la de las piezas inferiores delanteras; y, se unen las piezas inferiores delanteras, el delantero superior y delantero inferior, los laterales, y los puños a los extremos de las mangas. Manualmente se plancha la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados en el lugar que les corresponde mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con el proceso de confección, resulta de suma importancia realizar el control de calidad, de

simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 17, Cuerpo C, p.29), y sus fichas técnicas correspondientes. (Ver figuras 18-38, Cuerpo C, p.30-50).

5.3.4. Desarrollo y confección del Pantalón aplique

La tercera prenda de la colección corresponde a un pantalón largo con una cintura regulable por medio de una jareta; un aplique en el lateral; y con apliques de puños de camisa en la parte inferior, para ajustar las botamangas del indumento.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero, el trasero y el lateral donde va colocado el aplique. En la ficha de detalles constructivos del pantalón, se ejemplifica y señala las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración acerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y a su vez, se aclara que los extremos del aplique y las botamangas no poseen costuras, debido a que terminan al corte de tijera con la pretensión de que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Para su realización, se precisaron cuatro prendas. La primera, fue una camisa de hombre manga larga de poplín gris 100% algodón, con dos bolsillos plaqué en los delanteros, talle *small*. A ésta, únicamente se le descosieron los puños; que posteriormente, se los recortó para reducirles el largo.

La segunda prenda que se utilizó fue un pantalón de vestir de hombre talle *medium*; color gris oscuro; confeccionado con el material textil llamado gabardina satén; compuesto por 97% de algodón, y un 3% de *spandex*; con bolsillos diagonales en los laterales; y con presillas en

la pretina. Se le descosieron las presillas y la pretina, los laterales y los dobladillos; para luego recortar de forma rectilínea desde la cintura hacia las botamangas, el delantero y el trasero. El desarme de la tercera prenda corresponde a un pantalón largo de hombre; talle *small*; confeccionado en una gabardina de 6 onzas color gris, compuesta 100% en algodón; con bolsillos laterales; pretina con presillas; cartera central con cierre y gancho; y bolsillos ojales con botones en el lado trasero. Se comenzó el desarme de la prenda descosiendo la etiqueta de marca ubicada en el centro del lado interior del trasero; las presillas; la pretina; la etiqueta de composición y cuidados; los botones de los bolsillos ojales traseros; el tiro delantero y el cierre de la cartera; el tiro trasero; y los dobladillos. A continuación, se recortaron el lazo de la jareta, los delanteros centrales, los traseros centrales y las dos piezas de la pretina.

La última prenda utilizada, fue un pantalón de vestir talle *medium* de mujer; compuesto por un twill gris melange, de 62% poliéster, 32% rayón, y 6% spandex; con presillas en la pretina; y un cierre invisible en el lateral. Se descosieron las presillas y la pretina; el cierre invisible lateral; el tiro delantero; los laterales; y, por último, las entrepiernas. Posteriormente, se recortaron las piezas delanteras a la altura de la mitad de la antepierna; y los bolsillos traseros con sus tapas correspondientes.

La designación del talle para esta prenda fue un *small/medium* mujer. Esto quiere decir, que la prenda puede ser usada tanto por una mujer talle *small*, como una mujer talle *medium*; ya que, las medidas del pantalón del cual se partió son un poco mayores a las de un talle *medium* mujer, dándole al usuario la posibilidad de ajustarlo por medio de la jareta diseñada en la pretina para que le calce correctamente. (Ver tabla 3, Cuerpo C, p.123).

El pantalón está compuesto por un total de 21 piezas, las cuales fueron ilustradas en dos fichas de despiece de moldería, una para las partes del delantero, y la otra para las del trasero. Cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente, con el textil del que están hechas, y la cantidad de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con la

dirección de los hilos de sus textiles correspondientes mediante flechas rojas; y con pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de costura de la prenda. En el caso de los delanteros y traseros laterales, presentan piquetes a la altura de la mitad de la entrepierna, los cuales especifican la ubicación para colocar los puños de ajuste de las botamangas.

En la ficha de avíos se detalló lo precisado para la confección del indumento; los cuales, en este caso son, cuatro conos de hilo gris 100% poliéster; dos ojalillos metálicos de 17 mm color níquel; una tanca doble para la jareta de la pretina; y, el material para el desarrollo de las etiquetas correspondientes de la prenda. Se desarrollaron dos etiquetas para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación transfer textil.

La primera etiqueta es la de la marca, la cual se ubica a 1 cm del centro de la pretina trasera, en el lado interior. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora sumadas las palabras *para Cáritas*, el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral derecho, y a 20 cm del extremo superior en el interior de la parte trasera de la prenda; y, es la correspondiente a la composición textil del indumento, y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm de ancho y 5 cm de alto. Como las cinco prendas que conforman este pantalón poseían distintas, materialidades, se decidió nombrar la composición del nuevo pantalón como mixta.

Para realizar las instrucciones de limpieza necesarias, se investigaron los cuidados de cada una de ellas y se sintetizaron en cinco símbolos aptos para todas. El primero es la representación de lavado a máquina a una temperatura máxima de 30° Celsius; el segundo es no usar lavandina; el tercero es apto para utilizar secadora a temperatura baja; el siguiente es apto para plancha a temperatura baja; y, el quinto y último es no limpiar en seco. A su vez,

se agregaron los datos del talle, el cuit, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

Para el armado de la nueva prenda, nuevamente no fue necesaria una ficha de tizada; ya que, como fue desarrollado en párrafos anteriores, la obtención de los textiles para la confección es a partir de las prendas donadas ya existentes.

En la ficha de secuencia de procesos se determinaron todos los procesos que intervinieron en la producción del indumento. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 3, 9 y 14, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica del pantalón aplique corresponde a la secuencia de operaciones, responsable de ordenar toda la construcción de la prenda. Se inicia con el descosido y el recorte manual correspondiente, demostrado en las fichas de producto de desarme de las prendas recibidas por parte de Cáritas. A continuación, se surfilan todas las piezas obtenidas con la máquina *overlock* de tres hilos, menos los extremos del aplique y las botamangas. Seguidamente, se une con la máquina recta una aguja el tiro del aplique delantero y trasero. Luego, manteniendo la misma máquina, se cierran los bolsillos ojales de los traseros laterales; se unen los apliques puño en los delanteros y traseros laterales; se ensamblan los delanteros laterales con los centrales, y los traseros laterales con sus respectivos centrales; se pegan los bolsillos y las tapas de bolsillos en ambos traseros; y se unen ambos delanteros y ambos traseros por sus respectivos tiros. Manualmente se colocan los ojalillos metálicos en cada extremo de la pretina delantera. Posteriormente, se reanuda la utilización de la máquina recta una aguja, y se continua con la unión de las pretinas, y la realización de las costuras a lo largo de ella para lograr el canal de la jareta; se cose el lazo para la jareta de la pretina; se unen los laterales y las entrepiernas; se realizan las tablas en el aplique, con la

ayuda de alfileres para posicionarlas correctamente; se une el aplique en la cintura del delantero derecho y trasero izquierdo; se ensambla la pretina a la cintura del pantalón comenzando desde el centro del lado delantero; y, se cierra la pretina con una costura en el centro del lado recién mencionado. Se prosigue con la introducción manual del lazo por los ojajillos y el canal central de la jareta de la pretina; la colocación de la tanca doble en el lazo de la jareta; la realización de los nudos en los extremos de este último; y, el planchado de la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados, en el lugar correspondiente ya mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con el proceso de confección, resulta de suma importancia realizar el control de calidad, de simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 39, Cuerpo C, p.51), y sus fichas técnicas correspondientes. (Ver figuras 40-56, Cuerpo C, p.52-68).

5.3.5. Desarrollo y confección del Pantalón capri ancho

El segundo pantalón y cuarta prenda de la colección cápsula de autor, corresponde a un pantalón capri con piernas anchas, con bolsillos plaqué en el delantero, y una doble cintura regulable por medio de jaretas.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero y el trasero. Para el caso de las fichas de detalles constructivos del pantalón, se ejemplifican y señalan las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración acerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y, a su vez, se aclara que las costuras en color rojo y las botamangas, terminan al corte de tijera con la intención de que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Fueron necesarios únicamente dos pantalones para su confección. El primero, fue un pantalón piernas anchas de mujer, talle *extra large*, confeccionado en una gabardina de seis onzas 100% algodón, con cierre invisible en el lateral derecho, pretina con presillas, y bolsillos ojales con botón en el lado trasero. El desarme comenzó con la descosida de la etiqueta de marca; el cierre invisible del lateral; las presillas; la pretina; y la etiqueta de composición y cuidados. Se continuó con los recortes a la altura de la mitad de las antepiernas para lograr el largo deseado, y con los bolsillos plaqué del delantero. A su vez, se hizo una aclaración sobre el modo de representación en la ficha de producto del desarme. Se dejó por escrito que el frente y la espalda del indumento quedan unidos, pero se los representó como dos piezas separadas, para que se entendiera la manera en que fueron recortados.

El desarme de la segunda prenda corresponde a un pantalón de mujer; talle *medium*; confeccionado en una sarga color gris clara con rayas blancas; compuesta 100% en poliéster; con bolsillos laterales; cartera central con cierre y botón; pretina con presillas; dobladillos expuestos; y bolsillos plaqué en el trasero. Se comenzó el desarme de la prenda descosiendo la etiqueta de marca ubicada en el centro del lado interior del trasero, las presillas, la pretina; el tiro trasero, la entrepierna, los laterales, y los ruedos. Seguidamente, se recortaron los lazos para las jaretas, y ambas piezas de la pretina.

La designación del talle para esta prenda fue un *large/extra large* femenino. Si bien el pantalón del cual se partió era un *extra large de mujer*, las dos jaretas de la pretina le dan la posibilidad de ajuste a un talle *large*, y la alternativa de soltura a un *extra large*. (Ver tabla 4, Cuerpo C, p.123).

El pantalón está compuesto por un total de nueve piezas, las cuales fueron ilustradas en una ficha de despiece de moldería. Cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente, con el textil del que están hechas, y la cantidad de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con la dirección de los hilos de sus textiles correspondientes

mediante flechas rojas; y con pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de costura de la prenda. Para el caso del delantero y los apliques derecho e izquierdo, se les realizaron unas cruces rojas para señalar donde se colocan los bolsillos plaqué delanteros.

En la ficha de avíos se detalló todo lo precisado para la confección del indumento. En este caso son cuatro conos de hilo blanco 100% poliéster; cuatro ojalillos metálicos de 17 mm color níquel; dos tancas dobles color níquel de 15 mm para las jaretas de la pretina; y, el material para el desarrollo de las etiquetas correspondientes de la prenda.

Se desarrollaron dos etiquetas para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación transfer textil. La primera es la de la marca, la cual se ubica a 1 cm de la pretina, en el centro interior del lado trasero. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora, sumadas las palabras *para Cáritas*; el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral, y a 20 cm del extremo superior en el interior de la parte trasera de la prenda. Corresponde a la composición textil del indumento, y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm de ancho y 5 cm de alto. Como las dos prendas que conforman este pantalón poseían distintas materialidades, se decidió nombrar la composición del nuevo pantalón como mixta. Para realizar las instrucciones de limpieza necesarias, se investigaron los cuidados de ambas, y se sintetizaron en cinco símbolos aptos para las dos materialidades. El primero es la representación de lavado a máquina a una temperatura máxima de 30° Celsius; el segundo es no usar lavandina; el tercero es apto para utilizar secadora a temperatura baja; el siguiente es apto para plancha a temperatura baja; y, el quinto y último, es no es apto para limpieza en

seco. A su vez, se agregaron los datos del talle, el cuit, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

Para el armado de la nueva prenda, nuevamente no fue necesaria una ficha de tizada; ya que, como fue desarrollado en párrafos anteriores, la obtención de los textiles para la confección es a partir de las prendas donadas.

En la ficha de secuencia de procesos, una vez más, se determinaron todos los procesos que intervinieron en la producción del indumento. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 3, 9 y 14, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica del pantalón corresponde a la secuencia de operaciones responsable de ordenar toda la construcción de la prenda. Se comienza con el descosido y el recorte manual correspondiente, demostrado en las fichas de desarme. A continuación, se procede con el surfilado de todas las piezas obtenidas, menos los apliques y las botamangas, con la máquina *overlock* de tres hilos. Seguidamente, se une con la máquina recta una aguja, el delantero y la espalda donde se encontraba el cierre lateral. Luego, manteniendo la misma máquina, se une el apliche derecho e izquierdo a los delanteros y espaldas correspondientes, la pretina interior con la exterior, y se realizan las costuras a lo largo de ellas para formar los canales de las jaretas. Manualmente, se colocan los cuatro ojalillos metálicos de 17 mm en los piquetes señalizados de los extremos de la pretina. Retomando el uso de la máquina recta una aguja, se une la pretina a la cintura del pantalón, comenzando su colocación desde el centro del delantero; se cierra la pretina con una costura en el centro delantero; y, se cosen los lazos para las jaretas de la pretina. Posteriormente, se introducen manualmente los lazos de las jaretas por los ojalillos y los canales de las dos jaretas de la pretina; se colocan las dos tancas dobles en los lazos de las jaretas; se realizan los nudos en los extremos de los lazos;

se cortan las botamangas de la prenda para emparejar el largo; y, se plancha la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados, en el lugar correspondiente mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con todas las operaciones, resulta de suma importancia realizar el control de calidad, de simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 57, Cuerpo C, p.69), y sus fichas técnicas correspondientes. (Ver figuras 58-70, Cuerpo C, p.70-82).

5.3.6. Desarrollo y confección del Saco *smoking*

La quinta prenda de la colección cápsula de autor, corresponde a un saco *smoking* con un aplique en la espalda, y un botón en el centro del delantero como cerramiento.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero, la espalda, y ambos laterales. Para el caso de las fichas de detalles constructivos del saco, se ejemplifica y señalan las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración acerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y, a su vez, se aclara que las costuras en color rojo terminan al corte de tijera con la intención de que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Para su realización, fueron necesarias tres prendas. La primera, fue un saco *smoking* de hombre talle *medium*; confeccionado en un paño fantasía 100% lana color gris oscuro; con un botón en el centro; y, con bolsillos ojales y uno insertado en los delanteros. El desarme constó, en primer lugar, con el descosido completo de la forrería; los plastrones; las entretelas; y, las hombreras. En segundo lugar, se continuó con el recorte de las piezas necesarias. Se cortó el lateral delantero izquierdo y el lateral espalda derecho, con su

respectiva manga, por completo; como también, la manga derecha a la altura de la mitad del antebrazo.

La segunda prenda utilizada fue un saco con solapa de muesca talle *medium* de hombre; confeccionado en una lana Loro Piana color gris, 98% lana, y 2% de lycra; con dos botones centrales como cerramiento; dos bolsillos ojales con solapas, uno insertado en los delanteros; y, con cuatro botones en los dos puños de las mangas. Se comenzó el desarme de la prenda descosiendo por completo su forrería hasta el comienzo de la manga derecha, ya que la misma queda puesta por razones de armado posteriormente relatadas; y, se continuó con los plastrones, las entretelas y las hombreras. A continuación, se recortó el lateral delantero izquierdo y el lateral espalda derecho con su respectiva manga por completo; para luego finalizar, con el corte del puño de la manga derecha a la altura de la mitad del antebrazo, con su forrería 2 cm más extensa.

La tercer y última prenda utilizada, fue un saco de hombre cruzado con solapa de pico; talle *extra large* color gris; confeccionado en un casimir super 120, 100% lana, con seis botones en el delantero, tres botones en los puños de ambas mangas, dos bolsillos ojales ocultos por solapas, y un bolsillo insertado en el delantero. Se partió descosiendo solamente la forrería, los plastrones, la hombrera y las entretelas del lado izquierdo; para continuar con el descosido del hombro, la sisa y el lateral del mismo lado. Posteriormente, se recortó la solapa y el cuello del delantero izquierdo hasta el hombro. Una vez teniendo la pieza delantera izquierda extraída por completo, se la recortó para reducir su tamaño. (Ver figura 79, Cuerpo C, p.90).

La designación del talle para esta prenda fue la de un talle único. Se partió de la base de un saco de hombre talle *medium*. Luego de realizar una comparación entre las medidas del saco seleccionado, y las medidas femeninas *small*, *medium*, *large* y *extra large*; se tomó la decisión de que el indumento calce como una prenda *oversize* en una mujer talle *small*; una menos

oversize a una mujer talle *medium*; y así, a medida que aumentan las medidas hasta llegar a un *extra large*, el saco va disminuyendo su grado de holgura. (Ver tabla 5, Cuerpo C, p.124). El saco está compuesto por un total de 13 piezas, las cuales fueron ilustradas en dos fichas de despiece de moldería. La primera se realizó para graficar las partes delanteras y traseras de la prenda; y la segunda, para las piezas que conforman su forrería. Cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente; con el textil del que están hechas; y, la cantidad de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con: a) la dirección de los hilos de sus textiles correspondientes mediante flechas rojas; b) pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color anterior, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de costura de la prenda; y c) solo en el caso de la primera ficha, pequeñas flechas rojas en los extremos de los delanteros y las espaldas, señalizando los centímetros de costura ya plegados provenientes de la prenda original. Continuando con la explicación de la primera ficha, en la pieza nombrada espalda más manga, se colocaron cruces rojas para señalar donde se zurce el aplique que le concierna.

A raíz de la necesidad de realizar una forrería para la terminación del saco, se elaboró una ficha de tizada. Gracias al desarme previo de las partes que conforman el indumento, fue posible componer todas sus piezas. Con una escala de 1:10, donde los 1,50 mt de ancho del textil corresponden a 15 cm, se colocaron los moldes sobre el acetato. La ubicación estratégica de las mismas, respetando el hilo de los moldes y el del textil, concluyó en un largo total de microtizada de 12,5 cm; significando que para realizar la forrería completa del saco *smoking*, se precisan 1,25 mt de largo por 1,50 mt de ancho de textil.

En la ficha de avíos se detalló todo lo precisado para la confección del indumento. En este caso fueron los cuatro conos de hilo gris 100% poliéster, y el material para el desarrollo de las etiquetas correspondientes de la prenda.

Se desarrollaron dos etiquetas para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación transfer textil. La primera es la de la marca, la cual se coloca a 1 cm del comienzo de la forrería, en el centro de la espalda, en el interior de la prenda. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora, sumadas las palabras *para Cáritas*; el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral, y a 20 cm del extremo inferior de la prenda, en el lado interior. Corresponde a la composición textil del indumento, y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm de ancho por 5 cm de alto. Como las tres prendas que conforman este saco poseían distintos textiles, se decidió nombrar la composición de los tejidos exteriores del nuevo indumento, como mixta; y, para la composición del textil interior, se la denominó como 100% acetato. Luego de una investigación sobre los cuidados de cada una de las materialidades del nuevo saco, se sintetizaron en cinco símbolos. El primero es la representación de lavado en seco por un profesional; el segundo es no usar lavandina; el tercero es no utilizar secadora; el siguiente es no planchar; y, el quinto y último es no mojar. A su vez, se agregaron los datos del talle, el *cuit*, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

En la ficha de secuencia de procesos, una vez más se determinaron todos los procesos que intervinieron en la producción del indumento. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 6, 11 y 16, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica del saco corresponde a la secuencia de operaciones responsable de ordenar toda la construcción de la prenda. Se comienza con el descosido y el recorte manual correspondiente, demostrado en las fichas de desarme. Seguidamente, se procede con el

surfilado de todas las piezas obtenidas, menos la pieza del delantero y espalda laterales con el delantero derecho y espalda, con la máquina *overlock* de tres hilos. A continuación, se une con la máquina recta una aguja, la tela exterior del recorte de manga con la manga del delantero derecho más manga. Luego, manteniendo la misma máquina, se une el delantero derecho más manga y espalda, con el delantero lateral izquierdo más manga y espalda; se zurce el aplique izquierdo de la espalda a la espalda; y, se une el delantero con la espalda. Manualmente, se colocan las hombreras. Con respecto a las entretelas, se decidió no colocarlas para que el saco no quedara tan estructurado. Retomando el uso de la máquina recta una aguja, se zurcen los laterales de la forrería de las mangas, con la forrería espalda central; se unen ambas forrerías bajo mangas con las forrerías de las tapas superiores de las mangas; se cose la forrería de las mangas con la forrería del cuerpo; y, se une la forrería con la pieza ya armada de tela exterior. Posteriormente, se zurce manualmente, la forrería de la manga derecha, con la forrería del recorte de manga derecha; y, la unión del extremo de la forrería de la manga izquierda, con la manga de tela exterior. Consecutivamente, se plancha la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados, en el lugar correspondiente mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con todas las operaciones, se realiza el control de calidad, de simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 71, Cuerpo C, p.83), y sus fichas técnicas correspondientes. (Ver figuras 72-88, Cuerpo C, p.84-100).

5.3.7. Desarrollo y confección del Saco solapa de muesca

La sexta y última prenda de la colección, corresponde a un saco solapa de muesca, con un aplique en el interior del delantero izquierdo, y con cuatro botones en frente de la prenda como cerramiento.

Las fichas de producto con los diseños representados en geometral cuentan con las tablas de medidas del delantero, la espalda, y el aplique delantero izquierdo. Para el caso de las fichas de detalles constructivos del saco, se ejemplifica y señalan las costuras que la diseñadora utilizó para la confección de la prenda. Se hace una aclaración acerca de las costuras que no están representadas, ya que pertenecen a las de las prendas originales; y, a su vez, se aclara que las costuras LSa, terminan al corte de tijera con la intención de que se deshilachen con el uso y el tiempo.

Para su realización, fueron necesarias cuatro prendas. La primera, fue un saco de hombre talle *medium*; confeccionado con el textil *Lambswool* de Zignone 100% lana, color negro; con dos botones en el centro; cuatro bolsillos ojales en el delantero, dos con solapa, y uno insertado; y, con cuatro botones en los puños de las mangas. Se comenzó el desarme de la prenda descosiendo por completo la forrería, los plastrones, las entretelas, las hombreras, y las mangas por las sisas. A continuación, se recortaron las mangas y la espalda; y, se finalizó con el descosido de los hombros, hasta haber pasado 1 cm desde el comienzo de los recortes de la espalda.

La segunda prenda que se utilizó fue el mismo saco de hombre cruzado color gris, talle *extra large*, de casimir super 120, con forrería de acetato, y con solapa de pico que se desarmó para el saco *smoking* anterior. En esta ocasión, se le descosieron las mangas por las sisas; la forrería de la manga derecha desde la sisa; el hombro y la hombrera; y, el textil exterior y la forrería del lateral derecho. Consecutivamente, se recortaron las mangas, el cuello; y, una vez extraído el delantero derecho, se lo dio vuelta para utilizarlo del lado del revés, y se lo volvió a recortar para disminuir su tamaño.

Como el caso anterior, el anteúltimo indumento que se utilizó fue el mismo saco solapa de muesca, confeccionado en una lana Loro Piana color gris oscuro, 98% lana y 2% lycra, utilizado para armar el saco *smoking*. En este caso, se necesitó descoser el hombro y la sisa izquierda; para luego continuar con el recorte del lateral izquierdo, linealmente desde el punto más bajo de la sisa, hasta el extremo inferior de la prenda; y así finalizar, con el recorte de la espalda.

La última prenda desarmada, fue el saco *smoking* utilizado como base de la prenda desarrollada en el subcapítulo 5.3.6.; confeccionado en un paño fantasía color gris oscuro, compuesto 100% en lana, y siendo un talle *medium* masculino. Al haberle descosido la forrería, las entretelas, los plastrones y las hombreras para la prenda anterior; solo se necesitó descoser los hombros y la sisa derecha. Se continuó el despiece de la prenda, con el recorte del lateral derecho, linealmente desde el punto más bajo de la sisa, hasta el extremo inferior de la prenda; para luego, finalizar recortando la espalda.

La designación del talle para esta prenda fue el mismo talle único descrito en el saco *smoking* del subcapítulo previo; debido a que se buscó y utilizó, un saco *medium* masculino como base, con las mismas medidas que el anterior. Luego de realizar una comparación entre las medidas del saco seleccionado, y las medidas femeninas *small*, *medium*, *large* y *extra large*; se tomó la decisión de que el indumento calce como una prenda *oversize* en una mujer talle *small*; una menos *oversize* a una mujer talle *medium*; y así, a medida que aumentan las medidas hasta llegar a un *extra large*, el saco va disminuyendo su grado de holgura. (Ver tabla 6, Cuerpo C, p.124).

El saco está compuesto por un total de 17 piezas, las cuales fueron ilustradas en dos fichas de despiece de moldería. La primera se realizó para graficar las partes delanteras y traseras de la prenda; y la segunda, para las piezas que conforman su forrería. Cuentan con una numeración para ser identificadas fácilmente; con el textil del que están hechas; y, la cantidad

de piezas que las conforman. Todas fueron representadas con: a) la dirección de los hilos de sus textiles correspondientes mediante flechas rojas; b) pequeñas líneas llamadas piquetes, del mismo color anterior, en todos los laterales y esquinas necesarias, simbolizando los centímetros de costura de la prenda; y c) solo en el caso de la primera ficha, pequeñas flechas rojas en los extremos inferiores de los delanteros, las espaldas y las mangas, señalizando los centímetros de costura ya plegados provenientes de las prendas originales. A su vez, en el caso de la segunda ficha, se colocaron cruces rojas en la forrería del delantero izquierdo para señalar donde se zurce el aplique interior delantero izquierdo.

A raíz de la necesidad de realizar una forrería para la terminación del saco, se elaboró una ficha de tizada. Gracias al desarme previo de las partes que conforman el indumento, fue posible componer todas sus piezas. Con una escala de 1:10, donde los 1,50 mt de ancho del textil corresponden a 15 cm, se colocaron los moldes sobre el acetato. La ubicación estratégica de las mismas, respetando el hilo de los moldes y el del textil, concluyó en un largo total de microtizada de 13,2 cm; significando que para realizar la forrería completa del saco smoking, se precisan 1,32 mt de largo por 1,50 de ancho de textil.

En la ficha de avíos se detalló todo lo precisado para la confección de la prenda. En este caso fueron los cuatro conos de hilo gris 100% poliéster, cuatro botones de 2 cm de ancho color gris; y el material para el desarrollo de las etiquetas correspondientes de la prenda.

Se desarrollaron dos etiquetas para estampar en el interior de la prenda mediante la técnica de estampación transfer textil. La primera es la de la marca, la cual se coloca a 1 cm del comienzo de la forrería, en el centro de la espalda, en el interior de la prenda. Se trata de un cuadrado de transfer blanco de 4 cm por 4 cm, que posee una inscripción con el nombre de la diseñadora, sumadas las palabras *para Cáritas*; el *para* siendo representado por una x con una raya arriba de ella; y, por debajo, el talle de la prenda.

La siguiente etiqueta se ubica a 0,5 cm del lateral, y a 20 cm del extremo inferior de la prenda, en el lado interior de la espalda. Corresponde a la composición textil del indumento, y los cuidados que requiere para su correcto lavado y mantenimiento. Mide 3 cm de ancho por 5 cm de alto. Como las cuatro prendas que conforman este saco poseían distintos textiles, se decidió nombrar la composición de los tejidos exteriores del nuevo indumento, como mixta; y, para la composición del textil interior, se la denominó como 100% acetato. Luego de una investigación sobre los cuidados de cada una de las materialidades del nuevo saco, se sintetizaron en cinco símbolos. El primero es la representación de lavado en seco por un profesional; el segundo es no usar lavandina; el tercero es no utilizar secadora; el siguiente es no planchar; y, el quinto y último, es no mojar. A su vez, se agregaron los datos del talle, el cuít, el lugar de confección, y el nombre de la marca acompañado de su razón social.

En la ficha de secuencia de procesos, se determinaron todos los procesos que intervinieron en la producción del indumento. Se realizó una tabla con un recorrido numerado, en donde se detallaron los responsables de cada una de las operaciones, y si estas eran internas o externas al taller. A excepción del proceso 1, 6, 11 y 16, todos los demás, fueron llevados a cabo dentro del establecimiento propio de trabajo.

La última ficha técnica del saco corresponde a la secuencia de operaciones responsable de ordenar toda la construcción de la prenda. Se comienza con el descosido y el recorte manual correspondiente demostrado en las fichas de desarme. Seguidamente, se surfilan, con la máquina *overlock* de tres hilos, todas las piezas obtenidas, menos el aplique interior delantero, y las uniones de las espaldas laterales con la central. Se continúa con el descosido manual de los botones en el delantero; para luego proseguir con la máquina recta una aguja, y unir las partes superiores con las partes inferiores de las mangas. A continuación, se realiza el embebido manual de las copas de las mangas, y se pegan los botones en el aplique del delantero. Volviendo a utilizar la máquina recta una aguja, se unen los extremos recortados

del aplique delantero; se zurcen las espaldas laterales con la central; se unen los hombros y los laterales; y se colocan las mangas al cuerpo de la prenda. Consecutivamente, se pegan los botones al delantero derecho de manera manual, y se continua con la realización de los ojales en el delantero izquierdo con la máquina recta una aguja. Luego, manualmente se colocan las hombreras; y utilizando la máquina recta una aguja una vez más, se unen ambas forrerías bajo mangas con sus forrerías tapas superiores correspondientes; se cosen las forrerías de las mangas con la forrería del cuerpo; y se une la forrería, con el cuerpo de la tela exterior. Retomando la costura manual, se une la forrería del extremo inferior de los delanteros, y la de los extremos de las mangas, con la tela exterior; se continua con una costura invisible uniendo el aplique delantero por el lateral, la sisa y el hombro, a la forrería del delantero izquierdo; y luego, se plancha la etiqueta de marca, y la etiqueta de composición y cuidados en el lugar correspondiente mencionado en párrafos anteriores. Para finalizar con todas las operaciones, se realiza el control de calidad, de simetría, de limpieza de hilos, y el planchado final de la prenda, antes de ser entregado a la sede de Cáritas.

La prenda completa se presenta en forma gráfica en el cuerpo C mediante su figurín (Ver figura 89, Cuerpo C, p.101), y sus fichas técnicas correspondientes. (Ver figuras 90-108, Cuerpo C, p.102-120).

Conclusiones

El presente Proyecto de Graduación (PG) titulado *Rediseño solidario para Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima* planteó responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se puede generar un valor agregado en prendas donadas a partir del rediseño de autor de las mismas para fomentar la ayuda social? El objetivo principal fue el de crear una colección cápsula benéfica para Cáritas tomando algunas prendas donadas por la gente que se acerca a esta fundación, revalorizando las mismas a través del diseño de autor.

Para ello, se comenzó con el desarrollo de las problemáticas medioambientales consecuentes de los sistemas de producción irresponsables e inconscientes, los cuales se han realizado y fomentado mundialmente con el pasar de los años. A raíz de lo recién mencionado se nombró y reflexionó sobre el concepto de sustentabilidad, donde se lo investigó y definió como se lo conoce hoy en día.

Se ha tomado en consideración el sistema de consumo en masas y el *fast fashion*, grandes desencadenantes de poner en peligro la sustentabilidad; ya que intentan reducir costos de producción, descuidando y omitiendo el cuidado del medioambiente, para lograr mayores ganancias. Como respuesta a esta manera de operar surge el diseño de indumentaria sustentable, el cual pretende demostrar y modificar los métodos establecidos, para generar una responsabilidad activa en los futuros diseñadores.

También se analizó y definió al diseño de autor como un gran actor responsable de contribuir con el desarrollo sustentable; ya que el diseñador crea prendas que son consumidas por una cultura que privilegia la individualidad y no acompaña a la cultura de la compra masiva. Se nombran y se exponen marcas como Biótico y Lefrik, las cuales apuestan por un diseño a partir de la revalorización y transformación de materia prima previamente utilizada y posteriormente desechada; permitiendo ahondar en la recuperación de desechos textiles, y

afirmando que la ropa no es basura, si no que cada prenda puede reutilizarse varias veces más.

En segunda instancia se indagó acerca del mundo de la moda, definiéndola a grandes rasgos no solo como la vestimenta que la gente lleva puesta durante un período de tiempo y en un área geográfica determinada, sino que también como la responsable de transmitir información personal y social; capaz de reflejar un contexto económico, político y social; y, a su vez, apta para comunicar la personalidad, los gustos, la profesión, la edad, la clase social, entre otras, de la persona que la lleva puesta. La definición de este término resultó de gran utilidad para poder continuar con la moda *vintage*, la cual fue fundamental teniendo en cuenta la importancia de ésta en el proceso creativo del proyecto. Dos cuestiones para considerar fueron su ayuda a la economía y al medio ambiente por estar relacionado con el *slow fashion*, antónimo del antes mencionado *fast fashion*; y, el valor e interés por reutilizar y revalorizar prendas de tendencias de años o décadas anteriores.

Se ha expuesto la expresión de las tres R, Reciclar, Reutilizar y Reducir, para comprender qué es la práctica del reciclaje principalmente. Se determinó que es una técnica y procedimiento que se le hace a los materiales que ya han cumplido con su ciclo de vida, para que vuelvan a introducirse en el proceso productivo tal cual están, o luego de ser sometidos a algún tipo de tratamiento. Se detectó que la industria textil de a poco se va sumando a esta tendencia, dando como resultado una serie de beneficios tanto para las empresas, como también para contribuir con la reducción de la contaminación ambiental.

A razón de lo recién manifestado, se desembarcó en el reciclaje textil propiamente dicho; el cual, a partir de numerosas posibilidades creativas, puede hacer relucir prendas que ya no se utilizaban más, volviéndolas contemporáneas y llevándolas a la moda actual.

Se han presentado las propuestas de dos marcas de diseñadores de indumentaria argentinos que trabajan con prendas recicladas, el primero siendo un trabajo colectivo llamado Sr. Amor, y el segundo, llamado 12NA. Sr. Amor fue creada por siete diseñadores en el año 2010, entre ellos los reconocidos Martín Churba y Pablo Ramirez. El proyecto se basó en crear prendas a partir del reciclaje y rediseño de otras que estaban en desuso, con el propósito de instalar conciencia social y una cultura solidaria entre los más jóvenes. Para el caso de 12NA, Mariano Breccia y Mercedes Martínez, los diseñadores y dueños de la marca en cuestión, crean prendas a través del *upcycling* de ropa vintage gracias al conocimiento e incentivo de los beneficios ambientales del reciclaje.

En tercera instancia, se realizó un análisis comparativo entre la definición de consumismo y de consumo; planteándose que el consumo es fundamentalmente una ocupación y un rasgo propio de los seres humanos, mientras que el consumismo, es una cualidad de la sociedad en la que éste habita. A raíz de lo recién mencionado, se plantea el porqué de este último, las consecuencias que causa en las sociedades y en el ecosistema; y, repercutiendo y desencadenando en un constante cambio de tendencias.

Se ha definido el termino de oniomanía, o comúnmente llamado trastorno de compra compulsiva; caracterizándose por ser un comportamiento en donde las personas compran constantemente, ocasionando graves consecuencias negativas en sí mismos, en su entorno, en su círculo familiar, ámbito escolar o laboral, y resultando muchas veces en problemas financieros.

Con el posterior objetivo de poder realizar el diseño de la colección cápsula de autor, fue fundamental analizar la obra y misión de la organización caritativa llamada Cáritas; de la cual provienen las prendas a utilizar, y a la cual se entregarán una vez rediseñadas para ser subastadas.

Se dio a conocer la historia de Cáritas; la cual fue creada a mediados de los años 50 del siglo XX, con el objetivo de ayudar a difundir justicia social y caridad en el mundo. Su organización se divide en cuatro niveles jerárquicamente divididos comenzando por el nacional, siguiéndolo, se encuentra el regional, anteúltimo el diocesano, y se finaliza con el parroquial.

Se plantearon los tres momentos claves que Cáritas utiliza para llevar adelante su misión. El primero fue la asistencia a las comunidades más vulnerables, caracterizándose por ser su forma de animar la caridad, ya que brindan respuestas y soluciones ante las situaciones de emergencia de estas personas; desde ofrecerles abrigo, un plato de comida, escucharlos, contenerlos y guiarlos en la medida que se pueda. El segundo fue la promoción humana, buscando modificar y mejorar las condiciones de vida de los más carenciados de diversas maneras; y para finalizar, el tercero fue la caridad transformadora, buscando transformar las estructuras injustas, y tratando de producir cambios en toda la sociedad.

Por otro lado, como trabajo de campo, se realizaron dos entrevistas a personas vinculadas directamente con la sede de Cáritas seleccionada llamada Cáritas parroquial Santa Rosa de Lima, ubicada en la localidad de Villa Rosa. La primera conversación fue entablada con José de Estrada, párroco de la capilla y presidente de la sede en cuestión. Gracias a la información provista por él, se pudo conocer y fijar el target o público objetivo de la colección cápsula de autor del PG. Para el caso de la segunda comunicación personal realizada, se habló con la directora y voluntaria de la misma sede de Cáritas. Lorena Villar forma parte del grupo de siete voluntarios que entregan su tiempo y dedicación hace ya tres años. Gracias a su tiempo transcurrido allí, le pudo proporcionar a la autora y diseñadora del proyecto, todos los datos necesarios para luego poder desarrollar efectivamente los diseños de la colección a subastar. Por un lado, se dieron a conocer datos de las familias y personas que asisten; informando acerca del modo gratuito de ayuda brindada, y de la cantidad de grupos familiares que recurren a ellos semanalmente. Por otro lado, se informó sobre las donaciones que reciben; aclarando

su origen, su estado, sus cantidades, su método de organización, de almacenamiento, y de entrega.

Se continuó con la descripción del plan de acción con Cáritas, donde se dejó por escrita la razón de la elección de este; la manera de trabajar con él; y, el método considerado más beneficioso para la venta de la colección, una vez entregada a la organización.

Además, se determinó el público objetivo, o también llamado *target*, al cual apuntan a ser vendidos los diseños el día de la subasta; siendo éste, las mujeres de entre 25 y 55 años, con un nivel socio económico medio, medio-alto y alto, que residen en los barrios privados cercanos a la sede.

Con el propósito de poder cumplir con el objetivo principal del Proyecto de Graduación descrito en el primer párrafo, se presentó la propuesta de diseño para la colección cápsula de autor, a partir de prendas donadas. Se desarrolló todo el proceso creativo de los nuevos indumentos, desde la elección de éstos, el por qué, y el modo de trabajo seleccionado. Se diseñaron seis prendas nuevas con identidad propia, a partir del desarme y posterior ensamble de varios indumentos donados, otorgados por Cáritas a la autora y diseñadora del PG.

Por otra parte, habiendo definido el concepto de colección cápsula, el *board* conceptual, la colorimetría, la elección de las prendas para revalorizar, los figurines, y las fichas técnicas se pudo pasar a desarrollar cada una de las prendas que conforman la colección. Los seis indumentos diseñados fueron: dos camisas talle único; dos pantalones de los cuales, el primero fue un talle *small/medium* y el segundo un *large/extra large*; y, para finalizar, dos sacos talle único.

Así es como se concluye con el Proyecto de Graduación; rediseñando y creando las prendas recién nombradas, y estimando que este trabajo, además de lograr y fomentar la ayuda social a través de la entrega de los diseños a Cáritas para luego ser subastados, concientice e informe sobre las cuestiones anteriormente mencionadas como la recuperación de textiles y

prendas en desuso, del mismo modo que se espera que promueva la disminución de la contaminación textil, del medio ambiente y el consumo en desmedida.

Lista de referencias bibliográficas

- Adlatina (2010, 10 de junio) *JWT Argentina presenta Sr. Amor, una marca de indumentaria creada a partir de ropa donada.* Disponible en: <https://www.adlatina.com/articulo.php?slug=/marketing/jwt-argentina-presenta-sr-amor-una-marca-de-indumentaria-creada-partir-de-ropa-donada>
- Bauman, Z. (2007) *Vida de consumo.* Disponible en: http://www.kubernetica.com/campus/documentos/bibliografia/BAUMAN_Vida_de_consumo.pdf
- Barretto (2020). Disponible en: <http://cursos.fadu.uba.ar/apuntes/Indumentaria%20I/unidad%20teorica%20n%205/1-desarrollo%20de%20producto.pdf>
- Biótico (2019). Disponible en: <https://biotico.com.ar/conciencia-ambiental/>
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (2019, 21 de mayo) *Copenhagen fashion Summit lanza un nuevo manifiesto sobre circularidad.* Disponible en: <https://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/copenhagen-fashion-summit-lanza-un-nuevo-manifiesto-sobre-circularidad/>
- Calvente, A. (2007) *El concepto moderno de sustentabilidad.* Argentina: Universidad Abierta Interamericana. Disponible en: <http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar/pdf/sde/uais-sds-100-002%20-%20sustentabilidad.pdf>
- Casablanca, L., y Chacón, P. (2014). *La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal.* [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=1030>
- Colorado, M. (2018) *Después del petróleo, la industria textil es la más contaminante.* Disponible en: <https://www.france24.com/es/20180424-medio-ambiente-fast-fashion-contaminacion>
- Cortés Mura, H., Peña Reyes, J. (2015) *De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos.* Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430004>
- Del Cueto, C. (Comp.) (2002). *Fragmentación social y nuevos modelos de socialización: estrategias educativas de las nuevas clases medias.* Buenos Aires: CLACSO. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20110119012630/cueto.pdf>

- Diario Clarín; La banda de los ladrones VIP. El barrio nacido del rugby; (2012). Disponible en: https://www.clarin.com/policiales/barrio-nacido-rugby_0_BkT-PSU2wXx.html
- Diario La Nación; Sr. Amor. Nueva firma de diseño solidario, creada a partir de la intervención de prendas donadas; (2010, 27 de mayo) Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/sr-amor-nid1268838>
- Di Luca, F. (2019). *Indumentaria funcional para usar todos los días, a cualquier hora y en cualquier lugar*. Buenos Aires. Disponible en: <https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/16654>
- Drovetto, J. (31 de julio de 2017). Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad-nid2048552>
- Echegaray, M. (9 de junio de 2018). Diseño sustentable, la moda del futuro. Disponible en: https://www.diariouno.com.ar/afondo/disenio-sustentable-la-moda-del-futuro-06092018_H1gDJhvFIX
- Espionsa, R. (2020, 15 de abril) *Reciclar ropa: ventajas e importancia*. Disponible en: <https://energiatoday.com/reciclar/ropa/>
- Fernández Matilla, M. (2017). *Moda sostenible. Análisis de su naturaleza y perspectiva futura*. León: Universidad de León.
- Franco, J. C. (2020) *El color celeste: Psicología y significado. Sus tipos y variedades*. Disponible en: <https://alphapedia.net/color-celeste/>
- Galindo, C. (27 de mayo de 2015). El reciclaje de la ropa que ya no queremos. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2015/05/27/eps/1432747889_504221.html
- González, A. (8 de septiembre de 2016) *Los 12 años de 12-NA*. Disponible en: <http://www.revistamujer.cl/2016/09/08/01/contenido/los-12-anos-de-12-na.shtml/>
- Gudynas, E. (2004) *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible (5ª ed.)* Uruguay: Coscoroba ediciones.
- Hughes, T. (2018) *Global warming is transforming the Great Barrier Reef*. Disponible en: <http://www.coralcoe.org.au/tag/coral-assemblages>
- Ijelman, C. (28 de febrero de 2019) *12NA: Una plataforma que nació de la ropa reciclada*. Disponible en: <https://fashionunited.es/noticias/cultura/12na-una-plataforma-que-nacio-de-la-ropa-reciclada/2019022829645>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2020). Incidencia de la

pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos. Segundo semestre de 2019 [Archivo de datos]. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_02_195EFE752E31.pdf

Jenkyn Jones, S. (2005). *Diseño de Moda*. Barcelona: Blume

JMB Grupo (2020). Disponible en: <https://www.jmb.es/transfers-textiles/que-es-transfer/#:~:text=Personalizaci%C3%B3n%20de%20prendas%20y%20textiles&text=Los%20Transfers%20se%20definen%20como,de%20uan%20plancha%20de%20estampaci%C3%B3n>.

Kaminker, A. (2002) *Desarrollo sustentable*. Francia: Grupo de Estudios e Investigaciones sobre las mundializaciones. Disponible en: <http://www.mondialisations.org/php/public/art.php?id=3919&lan=ES>

La Web del Golf (2020). Disponible en: http://www.lawebdegolf.com/campos/campo.php?pais=Argentina&codp=111&nomp=Buenos_Aires&idcampo=1139

Letteri, J. (Comp.) (s.f.) Los ciclos de cambio en la moda: la evolución del gusto. Disponible en: [file:///C:/Users/emili/Downloads/1946-6844-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/emili/Downloads/1946-6844-1-PB%20(1).pdf)

Maldonado, M (2010, 11 de junio) *Sr. Amor. Desfile solidario*. Disponible en: https://www.clarin.com/entremujeres/sr-amor-desfile-solidario_0_ryeTlk5wXg.html

Manual de moda (2020, 21 de enero) *Las cápsulas de moda ¿qué son? ¿Para quién son? ¿Cómo funcionan?*. Disponible en: <https://www.manualdemoda.com/blog-manual-de-moda/las-capsulas-de-moda-que-son-para-quien-son-como-funcionan#comments>

Marcet, D. (2015). *El trastorno de la compra compulsiva*. Madrid: Revista Iberoamericana de psicología. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5564728>

Mari, E. (2000). *El ciclo de la tierra. Minerales, materiales, reciclado, contaminación ambiental*. Argentina: Fondo de cultura económica.

Martín, C. (2019) *El nuevo lenguaje de la moda sostenible*. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/espana/gente/el-nuevo-lenguaje-de-la-moda-sostenible/10007-3967035>

Martínez, A y Porcelli, A (2016). *Un difícil camino en el consumo pos sustentable: el dilema entre la obsolescencia programada, la tecnología y el ambiente*. Buenos Aires: Facultad de Derecho UBA

- Mizrahi, D. (2013). Exceso de consumo la gran amenaza del futuro. Recuperado el 2 de abril de 2020. Disponible en: <https://www.infobae.com/2013/02/03/1065877-exceso-consumo-la-gran-amenaza-del-futuro/>
- Organización de las Naciones Unidas (2018) *El plástico en los mares: una nueva y creciente amenaza a los corales*. Disponible en: <https://www.unenvironment.org/es/news-and-stories/reportajes/el-plastico-en-los-mares-una-nueva-y-creciente-amenaza-los-corales>
- Organización de las Naciones Unidas (2018) *¿Sabes lo que hay en tus jeans?* Disponible en: <https://www.unenvironment.org/es/news-and-stories/reportajes/sabes-lo-que-hay-en-tus-jeans>
- Parra Vorobiova, R. (2015). *Ensayos de reciclado textil*. Buenos Aires. Revista Internacional de Diseño. Disponible en: http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/disenio/revista-inter/RIDN2JULIO-DICIEMBRE_2015.pdf#page=17
- Proexport Colombia (2020) *El sector textil. Confección en la era del reciclaje*. Disponible en: https://procolombia.co/sites/default/files/EL_SECTOR_TEXTIL_CONFECION_EN_LA_ERA_DEL_RECICLAJE_0.pdf
- Ramírez, V. (2020, 28 de mayo) *Qué es el target: cómo definirlo en 4 sencillos pasos*. Disponible en: <https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-target/>
- Real Academia Española. (2019). Definición de sostenible. Recuperado el: 18/05/2019. Disponible en: <https://dle.rae.es/sostenible>
- Real Academia Española. (2020). Definición de moda. Recuperado el: 16/04/2020. Disponible en: <https://dle.rae.es/moda?m=form>
- Real Academia Española. (2020). Definición de subasta. Recuperado el: 20/05/2019. Disponible en: <https://dle.rae.es/subasta?m=form>
- Retamozo, E. y Bengoa, G. (2016). *Producción y sustentabilidad en Argentina: Estrategias en diseño de indumentaria*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/download/18-05/98/>
- Rivas, L. (2019). *Historia de la sastrería*. Disponible en: <http://claseleganciaydistincion.blogspot.com/2019/11/historia-de-la-sastreria.html>
- Roldán, P. (2020). *Subasta*. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/subasta.html>
- Sastrería (1997). Disponible en: <https://guao.org/biblioteca/sastreria>
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda argentina: del miriñaque al diseño de autor* (1ª ed).

Buenos Aires: Emecé Editores.

Tais Gadea, L. (24 de abril de 2017). Empresas “ecofriendly” que apuestan por el diseño sustentable. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/comunidad/empresas-ecofriendly-que-apuestan-por-el-diseno-sustentable-nid2015871>

Bibliografía

- Adlatina (2010, 10 de junio) *JWT Argentina presenta Sr. Amor, una marca de indumentaria creada a partir de ropa donada*. Disponible en: <https://www.adlatina.com/articulo.php?slug=/marketing/jwt-argentina-presenta-sr-amor-una-marca-de-indumentaria-creada-partir-de-ropa-donada>
- Aguirre, A. (2018) El impacto ambiental de la industria textil. Disponible en: <https://www.greenscreen.media/impacto-ambientalindustriatextil/>
- Barretto (2020). Disponible en: <http://cursos.fadu.uba.ar/apuntes/Indumentaria%20I/unidad%20teorica%20n%205/1-desarrollo%20de%20producto.pdf>
- Bauman, Z. (2007) *Vida de consumo*. Disponible en: http://www.kubernetica.com/campus/documentos/bibliografia/BAUMAN_Vida_de_consumo.pdf
- Biótico (2019). Disponible en: <https://biotico.com.ar/conciencia-ambiental/>
- Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria (2019, 21 de mayo) *Copenhagen fashion Summit lanza un nuevo manifiesto sobre circularidad*. Disponible en: <https://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/copenhagen-fashion-summit-lanza-un-nuevo-manifiesto-sobre-circularidad/>
- Calvente, A. (2007) *El concepto moderno de sustentabilidad*. Argentina: Universidad Abierta Interamericana. Disponible en: <http://www.sustentabilidad.uai.edu.ar/pdf/sde/uais-sds-100-002%20-%20sustentabilidad.pdf>
- Casablanca, L., y Chacón, P. (2014). *La moda como lenguaje. Una comunicación no verbal*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.aacadigital.com/contenido.php?idarticulo=1030>
- Colorado, M. (2018) *Después del petróleo, la industria textil es la más contaminante*. Disponible en: <https://www.france24.com/es/20180424-medio-ambiente-fast-fashion-contaminacion>
- Cortés Mura, H., Peña Reyes, J. (2015) *De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos*. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430004>

- Del Cueto, C. (Comp.) (2002). Fragmentación social y nuevos modelos de socialización: estrategias educativas de las nuevas clases medias. Buenos Aires: CLACSO. Disponible en:
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/becas/20110119012630/cueto.pdf>
- Diario Clarín; La banda de los ladrones VIP. El barrio nacido del rugby; (2012). Disponible en:
https://www.clarin.com/policiales/barrio-nacido-rugby_0_BkT-PSU2wXx.html
- Di Luca, F. (2019). *Indumentaria funcional para usar todos los días, a cualquier hora y en cualquier lugar*. Buenos Aires. Disponible en:
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/handle/ues21/16654>
- Diario La Nación; Sr. Amor. Nueva firma de diseño solidario, creada a partir de la intervención de prendas donadas; (2010, 27 de mayo) Disponible en:
<https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/sr-amor-nid1268838>
- Drovetto, J. (31 de julio de 2017). Moda de autor: auge de emprendedores que apuestan a la originalidad. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/moda-de-autor-auge-de-emprendedores-que-apuestan-a-la-originalidad-nid2048552>
- Echegaray, M. (9 de junio de 2018). Diseño sustentable, la moda del futuro. Disponible en:
https://www.diariouno.com.ar/afondo/disenio-sustentable-la-moda-del-futuro-06092018_H1gDJhvFIX
- Espionsa, R. (2020, 15 de abril) *Reciclar ropa: ventajas e importancia*. Disponible en:
<https://energiatoday.com/reciclar/ropa/>
- Ester Xicota (2018) Impactos de la moda en el agua. Disponible en:
<https://www.esterxicota.com/impactos-moda-agua/>
- Farbiarz Mas, A. (2019, 24 de mayo) Tendencias en el textil y Economía circular. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.efeverde.com/blog/creadoresdeopinion/tendenciastextil-economia-circular-alexandra-farbiarz-mas/>
- Fernández Matilla, M. (2017). *Moda sostenible. Análisis de su naturaleza y perspectiva futura*. León: Universidad de León.
- Franco, J. C. (2020) *El color celeste: Psicología y significado. Sus tipos y variedades*. Disponible en: <https://alphapedia.net/color-celeste/>
- Galindo, C. (27 de mayo de 2015). El reciclaje de la ropa que ya no queremos. Disponible en:
https://elpais.com/elpais/2015/05/27/eps/1432747889_504221.html
- Gómez Contreras, J. (2014) *Del Desarrollo Sostenible a la Sustentabilidad Ambiental*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/909/90931814009.pdf>

- González, A. (8 de septiembre de 2016) *Los 12 años de 12-NA*. Disponible en: <http://www.revistamujer.cl/2016/09/08/01/contenido/los-12-anos-de-12-na.shtml/>
- Gudynas, E. (2004) *Ecología, Economía y Ética del Desarrollo Sostenible (5ª ed.)* Uruguay: Coscoroba ediciones.
- Hughes, T. (2018) *Global warming is transforming the Great Barrier Reef*. Disponible en: <http://www.coralcoe.org.au/tag/coral-assemblages>
- Ijelman, C. (28 de febrero de 2019) *12NA: Una plataforma que nació de la ropa reciclada*. Disponible en: <https://fashionunited.es/noticias/cultura/12na-una-plataforma-que-nacio-de-la-ropa-reciclada/2019022829645>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2020). Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos. Segundo semestre de 2019 [Archivo de datos]. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_02_195EFE752E31.pdf
- Jenkyn Jones, S. (2005). *Diseño de Moda*. Barcelona: Blume
- JMB Grupo (2020). Disponible en: <https://www.jmb.es/transfers-textiles/que-es-transfer/#:~:text=Personalizaci%C3%B3n%20de%20prendas%20y%20textiles&text=Los%20Transfers%20se%20definen%20como,de%20uan%20plancha%20de%20estampaci%C3%B3n>
- Kaminker, A. (2002) *Desarrollo sustentable*. Francia: Grupo de Estudios e Investigaciones sobre las mundializaciones. Disponible en: <http://www.mondialisations.org/php/public/art.php?id=3919&lan=ES>
- La Web del Golf (2020). Disponible en: http://www.lawebdegolf.com/campos/campo.php?pais=Argentina&codp=111&nomp=Buenos_Aires&idcampo=1139
- Letteri, J. (Comp.) (s.f.) Los ciclos de cambio en la moda: la evolución del gusto. Disponible en: [file:///C:/Users/emili/Downloads/1946-6844-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/emili/Downloads/1946-6844-1-PB%20(1).pdf)
- Maldonado, M (2010, 11 de junio) *Sr. Amor. Desfile solidario*. Disponible en: https://www.clarin.com/entremujeres/sr-amor-desfile-solidario_0_ryeTlk5wXg.html
- Manual de moda (2020, 21 de enero) *Las cápsulas de moda ¿qué son? ¿Para quién son? ¿Cómo funcionan?*. Disponible en: <https://www.manualdemoda.com/blog-manual-de-moda/las-capsulas-de-moda-que-son-para-quien-son-como-funcionan#comments>

- Marcet, D. (2015). *El trastorno de la compra compulsiva*. Madrid: Revista Iberoamericana de psicopatología. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5564728>
- Mari, E. (2000). *El ciclo de la tierra. Minerales, materiales, reciclado, contaminación ambiental*. Argentina: Fondo de cultura económica.
- Martín, C. (2019) *El nuevo lenguaje de la moda sostenible*. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/espana/gente/el-nuevo-lenguaje-de-la-moda-sostenible/10007-3967035>
- Martínez, A y Porcelli, A (2016). *Un difícil camino en el consumo pos sustentable: el dilema entre la obsolescencia programada, la tecnología y el ambiente*. Buenos Aires: Facultad de Derecho UBA
- Mizrahi, D. (2013). Exceso de consumo la gran amenaza del futuro. Recuperado el 2 de abril de 2020. Disponible en: <https://www.infobae.com/2013/02/03/1065877-exceso-consumo-la-gran-amenaza-del-futuro/>
- Organización de las Naciones Unidas (2018) *El plástico en los mares: una nueva y creciente amenaza a los corales*. Disponible en: <https://www.unenvironment.org/es/news-and-stories/reportajes/el-plastico-en-los-mares-una-nueva-y-creciente-amenaza-los-corales>
- Organización de las Naciones Unidas (2018) *¿Sabes lo que hay en tus jeans?* Disponible en: <https://www.unenvironment.org/es/news-and-stories/reportajes/sabes-lo-que-hay-en-tus-jeans>
- Parra Vorobiova, R. (2015). *Ensayos de reciclado textil*. Buenos Aires. Revista Internacional de Diseño. Disponible en: http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/disenio/revista-inter/RIDN2JULIO-DICIEMBRE_2015.pdf#page=17
- Proexport Colombia (2020) *El sector textil. Confección en la era del reciclaje*. Disponible en: https://procolombia.co/sites/default/files/EL_SECTOR_TEXTIL_CONFECION_EN_LA_ERA_DEL_RECICLAJE_0.pdf
- Ramírez, V. (2020, 28 de mayo) *Qué es el target: cómo definirlo en 4 sencillos pasos*. Disponible en: <https://marketing4ecommerce.net/que-es-el-target/>
- Real Academia Española. (2019). Definición de sostenible. Recuperado el: 18/05/2019. Disponible en: <https://dle.rae.es/sostenible>
- Real Academia Española. (2020). Definición de moda. Recuperado el: 16/04/2020. Disponible en: <https://dle.rae.es/moda?m=form>
- Real Academia Española. (2020). Definición de subasta. Recuperado el: 20/05/2019. Disponible en: <https://dle.rae.es/subasta?m=form>

- Retamozo, E. y Bengoa, G. (2016) *Producción y sustentabilidad en Argentina: Estrategias en diseño de indumentaria*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/download/18-05/98/>
- Rivas, L. (2019). *Historia de la sastrería*. Disponible en: <http://claseleganciaydistincion.blogspot.com/2019/11/historia-de-la-sastreria.html>
- Roldán, P. (2020) *Subasta*. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/subasta.html>
- Sastrería (1997). Disponible en: <https://guao.org/biblioteca/sastreria>
- Saulquin, S. (2006). *Historia de la moda argentina: del miriñaque al diseño de autor* (1ª ed). Buenos Aires: Emecé Editores.
- Tais Gadea, L. (24 de abril de 2017). Empresas “ecofriendly” que apuestan por el diseño sustentable. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/comunidad/empresas-ecofriendly-que-apuestan-por-el-diseno-sustentable-nid2015871>
- Vorobiova, R. (2015). *Ensayos de reciclado textil*. Buenos Aires. Revista Internacional de Diseño. Disponible en: http://www.fuac.edu.co/recursos_web/documentos/disenio/revista-inter/RIDN2JULIO-DICIEMBRE_2015.pdf#page=17
- Watson, D., Aare, A., Trzepacz, S. and Dahl Petersen, C. (2018) *Used Textile Collection in European Cities*. Disponible en: http://www.terraqui.com/blog/wp-content/uploads/2019/05/ECAP-Textile-collection-in-European-cities_full-report_with-summary-1.pdf