

MODA REGISTRADA

La historia de la moda contemporánea
en Chile y sus grandes creadores

Bárbara Fuenzalida



MODA REGISTRADA

Alumna:
Bárbara Fuenzalida Becker

Profesoras guías:
Sra. Daniela Reyes
Sra. María José Williamson

**Memoria presentada a la Facultad de Diseño
de la Universidad del Desarrollo para optar
al Título Profesional de Diseñador.**

Santiago de Chile, 12 de diciembre del 2022

“El patrimonio es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación que generan productos culturales contemporáneos y futuros.”

UNESCO de Santiago
(Patrimonio cultural, 2022)



FIG. 1 AW20.2 Enemigos Mentales de
Martín Lüttecke (2020)

ÍNDICE

ÍNDICE

1

Abstract e introducción

PAG. 12

Abstract

PAG. 16

Introducción a la documentación:

- _Problema
- _Enfoque
- _Metodología

2

Preparación: Antecedentes y marco teórico

PAG. 20

2.1 Antecedentes para entender el problema:

- _Estado del arte.
- _¿Qué es la moda? y ¿porqué es importante?
- _¿Qué se entiende por patrimonio cultural?
- _¿Cuál es la relación entre patrimonio, historia y memoria?
- _¿Por qué es importante el patrimonio cultural?
- _¿Quién resguarda el patrimonio de la moda chilena hoy en día?

PAG. 43

2.2 Selección y delimitación del tema:

- _Contexto del tiempo abarcado
- _Delimitación de la investigación
- _Definición del campo

PAG. 52

2.3 Problema:

- _Formulación del problema y desafío de diseño
- _Problemas encontrados

PAG. 58

2.4 Objetivos y palabras claves:

- _Objetivo general
- _Objetivo específico
- _Palabras claves

3

Percepción: Usuario

PAG. 64

Percepción del usuario:

- _Quiénes se ven afectados
- _Segmentación del usuario

4

Desarrollo del proyecto

PAG. 84

Prototipado y producción:

- _Estudios de casos y referentes
- _Propuesta conceptual
- _Esquema de proyecto
- _Propuesta y desarrollo formal
- _Propuesta final
- _Plan de negocios

5

Conclusiones del proyecto:

PAG. 152

Conclusiones:

- _Resultados
- _Conclusiones del proyecto
- _Proyecciones

6

Bibliografía y anexos:

PAG. 162

Bibliografía e índice de imágenes:

- _Índice de imágenes
- _Fuentes bibliografías

PAG. 172

Anexos

ABSTRACT E INTRODUCCIÓN

ABSTRACT

Diseño de plataforma digital, multimedia sobre el registro histórico de la industria de la moda en Chile y sus grandes creadores desde los años sesenta hasta la actualidad.

A través de la presente investigación, se ha detectado un **vacío en el registro e investigación de la historia de la industria de la moda en Chile**. En este ámbito, no se cuenta con un registro histórico consistente y robusto acerca de la industria de la moda nacional, aún más evidente en el período reciente.

Dicha construcción de relato e historia resulta fundamental para **resguardar el patrimonio cultural contemporáneo existente** en torno a esta industria, permitiendo a su vez, sentar las bases para un desarrollo sostenible a futuro.

Según la UNESCO de Santiago (2022): *“El patrimonio es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación que generan productos culturales contemporáneos y futuros”*.

Por una parte, se ha identificado una baja cantidad de número de publicaciones con acceso al público general y por otra parte, se ha encontrado publicaciones anexas y complementarias relacionadas con el tema en libros, revistas especializadas, entrevistas a expertos y sitios de Internet.

La propuesta consiste en una **plataforma accesible en formato digital que aborda el patrimonio cultural-histórico, con el objeto de registrar la historia reciente de la industria moda** en un período de tiempo acotado, considerando a los grandes diseñadores nacionales que han marcado en el contexto de diseño de moda.

Se aborda **la historia contemporánea, empezando con la época de oro de la industria textil en Chile, los años 60**, ya que se tenía una gran participación de la industria y el diseño autóctono en el país era potente y muy activo. Esto es según Juan Luis Salinas Toledo, autor de Linda regía estupenda.

El registro abarca **hasta la actualidad, para poder entender el presente y poder proyectar el futuro próximo**, a través de década tras década, pudiendo entender el paso del tiempo de la historia de la moda en Chile, y como llegamos al presente, con sus características y comportamientos de la industria.

Este proyecto propone una **solución digital, ya que está dirigida a una audiencia joven que se informa a través de la tecnología y multimedia** como redes sociales, blogs, Internet, vídeos, fotografías, entre otros. El uso de la tecnología resulta una ventaja a la hora de atraer a estudiantes de diseño de vestuario y que la información se pueda actualizar constantemente.

El aporte de la plataforma es registrar, documentar y agilizar la información, para que los futuros estudiantes de diseño de moda puedan acceder a ella de manera rápida, formativa, dinámica y atractiva visualmente, con el fin de que puedan realizar proyecciones en el tiempo respecto al diseño de vestuario.





FIG. 2 Colección 2020.2 London Fashion Week de Lupe Gajardo

INTRODUCCIÓN A LA DOCUMENTACIÓN

A partir de una investigación preliminar acerca del registro patrimonial-histórico del diseño de moda en Chile, se pretende **complementar y aumentar la escasa información existente a la fecha, desde la década de los setenta hasta la actualidad, analizando a diferentes autores de moda del diseño chileno, y a diversas industrias de la moda**, tanto productoras textiles, de confección, materias primas, datos, modas y corrientes de pensamiento; Además, se realizará una comparación respecto al contexto mundial y los hechos históricos que influyeron en la creación de la moda chilena, entregando la mayor información posible, de manera que el usuario pueda visualizar un contexto y ecosistema de lo que era y es actualmente esta industria.

El enfoque de este trabajo **apunta a jóvenes creativos chilenos estudiantes de diseño de vestuario y moda**, con el objetivo de que puedan acceder a dicha información actualizada.

La **metodología consiste en estudiar las publicaciones existentes, tanto en el país como las referencias internacionales mayormente utilizadas, además de entrevistas a expertos** en el tema como diseñadores de vestuario y docentes universitarios. Adicionalmente, se elaboraron formularios para realizar **encuestas a un público general, de modo de obtener información para perfilar un usuario**. Como complemento, se revisaron los diferentes **perfiles de egreso de las universidades** que tienen la carrera de diseño de moda para **establecer parámetros que debe tener la línea del tiempo**.

La investigación es realizada por Bárbara Fuenzalida, estudiante de diseño gráfico de quinto año de la Universidad Del Desarrollo, para la obtención de título profesional de diseño.

PREPARACIÓN: ANTECEDENTES Y MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Estado del arte

Para la investigación, se ha consultado bibliografía especializada de autores chilenos: Dos libros publicados de **Pía Montalva** (diseñadora e historiadora), denominados: **Morir un poco. Moda y sociedad en Chile 1960-1976**, del año 2004 y **Tejidos Blandos: Indumentaria y Violencia Política en Chile (1973 - 1990)**, del año 2013, además de un tercer libro de **Juan Luis Salinas Toledo** (periodista y columnista de la revista Ya del diario El Mercurio), titulado **Linda, Regía, Estupenda: Historia de la Moda y la Mujer en Chile**, publicado en 2014.

Por otro lado, se ha efectuado una revisión de libros complementarios y relacionados con esta materia, tales como: **Los Nuevos Creativos Chilenos, volumen 2**, del 2016, cuyo autor es **Juan Pablo Fuentes** (diseñador industrial) y **Moda Chile**, realizado por la **Asociación Gremial de Diseñadores de Vestuario de Chile**, publicado el 2012.

Asimismo, se han consultado **revistas relacionadas** con el tema, como Revista Paula, Revista Cosas y Revista Caras, además de diarios electrónicos como La Tercera y El Mercurio, con sus respectivas revistas especializadas como Revista Ya y Mujer. Asimismo, se ha buscado en **sitios web** como la Memoria Chilena de la DIBAM, Viste la calle y Quintatrends.

Con el objeto de tener una perspectiva más amplia, se hizo una revisión de la **bibliografía internacional acerca de la Historia de la Moda**, ya que es una **referencia complementaria al contexto nacional de la investigación**. Entre estas publicaciones se encontraron títulos de Alemania, Argentina, España y Reino Unido, los que se seleccionaron por tener una relación directa con la investigación. Estas publicaciones son:

- _Breve Historia de la Moda (Giorgio Riello).
- _Historia de la Moda del siglo XVIII al siglo XX (Varios autores).
- _Historia de la Moda. Desde la Prehistoria hasta Nuestros Días (Stefanella Sposito).
- _Historia de la Moda y el Diseño Argentino desde 1776 (Susana Saulquin).
- _Moda. Historia y Estilos (Dorling Kindersley).
- _Moda. Toda la Historia (Marnie Fogg; Valerie Steele).
- _Viaje a través de la Moda: diseñadores, iconos y estilos de los siglos XX y XXI (Vicente Gallart y Elena Mir).

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Matriz de libros sobre el contexto histórico nacional

LIBRO, AUTOR Y AÑO

Morir un poco. Moda y sociedad en Chile, 1960-1976.
De Pía Montalva, año 2004.

DESCRIPCIÓN BREVE

Reconstrucción de la moda en un ambiente femenino específico. En el período específico del principio de los años 60, cuando la población femenina aceptaban modelos impuestos desde afuera; Luego le sigue aquella época de vertiginosos cambios representada por una moda sin pautas donde todo cabe, para terminar el ciclo en los años que siguen al Golpe de Estado, con el intento de imponer rígidas normas.

IMPORTANCIA Y RESCATE
PARA LA INVESTIGACIÓN

Relación de la industria de la moda con el contexto histórico de la época de oro de la industria textil en Chile.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Tejidos blandos. Indumentaria y violencia política en Chile, 1973-1990. Pía Montalva, año 2013.

Novela histórica narra un doloroso recuento de la indumentaria utilizada en la época de la dictadura de Chile, sobre la historia de los desaparecidos a los que les hace una bibliografía, relatos de terror que estremecen al imaginar la tortura y vejación que sufrieron esos que seguirán siendo sólo una cifra.

Historia de la moda en Chile, de un contexto histórico, y como las personas se identifican con la ropa e indumentaria utilizada.

Linda regia estupenda. Historia de la moda y la mujer en Chile. Juan Luis Salinas Toledo año 2014.

El autor relata tras una investigación exhaustiva y reveladora, con más de cien entrevistados desde los años 50, hasta los últimos años sobre la vestimenta femenina. Al estilo del autor el libro nos sumerge en un detallado relato dejando de manifiesto que la ropa, además de ser un negocio que mueve millones de dólares, es un elemento central de los cambios sociales.

Historia de la vestimenta femenina en Chile, relacionando la sociedad chilena, su cultura y contexto histórico con moda del momento, explicando diferentes hechos que marcaron a la industria desde los 50 hasta la actualidad.

Publicaciones chilenas acerca de la historia de la moda:

Se puede apreciar que existen **escasas publicaciones sobre la historia de la moda chilena, que relacionan el contexto histórico con la industria de la moda**, en comparación con la gran cantidad de publicaciones que se pueden encontrar (con acceso al público) respecto de este tema, a nivel internacional. Esto revela un **evidente contraste, demostrando el considerable vacío en el contexto del país, sobre el registro y catastro en este ámbito**.

El período escogido en esta investigación abarca desde los años sesenta hasta la actualidad. Al respecto, existen varias razones por las cuales se realizó esta selección: **la primera plantea que en esa década la industria textil** -según varios expertos en el tema e investigaciones recientes- era considerada la **“época de oro” de la industria y la moda en Chile**. La otra razón estima que es de las escasas investigaciones encontradas con acceso al público, pues se enfocan en un lapso de tiempo más acotado, sin incluir tanto **la actualidad**.

También es importante agregar que **la moda es parte de nuestra identidad**. Al respecto, la exposición “Diálogo con el Espejo” de Antonio Soto y curada por Ana Elena Mallet, presentada en el Museo del Objeto del Objeto (MODO) en 2014, dice lo siguiente: **“La moda es el reflejo social de cada época. Una marca del tiempo y del momento histórico en el que se vive”** (Soto and Mallet, 2022).



FIG. 3 Prenda de la colección Cordellate diseñado por Gabriela Farias para su marca Zurita fotografía de Juan Queriolo (2022)

Publicaciones chilenas de los grandes diseñadores de la moda nacional:

En ese ámbito, nos encontramos con dos publicaciones que hablan de los diseñadores de vestuario en Chile:

_Los Nuevos Creativos Chilenos volumen dos, publicado el año 2016, dirigido por el diseñador industrial Juan Pablo Fuentes, quien ha sido un gran aporte a la investigación, ya que dio una entrevista aportando información relevante.

_Moda Chile, publicado el año 2012. Por el Gremio de Diseñadores de Vestuario de Chile, el cual relata acerca de diversos diseñadores nacionales de vestuario.

Publicaciones chilenas de los grandes diseñadores de la moda nacional:

Moda Chile

Año: 2012

Autor(es): Gremio de diseñadores de moda.

Descripción breve:

Biografías y registros fotográficos de 30 diseñadores dedicados a la creación de vestuario femenino e infantil, calzado y accesorios que hoy integran la escena del diseño de autor y moda independiente local. Para conocer la historia de cómo se ha ido formando la industria textil en Chile, con parte de sus figuras actuales más destacadas, Además como material de difusión sobre el sistema local.

Importancia para la investigación:

Catastro de diseñadores chilenos destacados de la actualidad.



Fig. 4 Libro Moda Chile creado por el Gremio de diseñadores de moda (2012)

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA



DV. Vol 2 Nuevos creativos chilenos

Año: 2016

Autor(es): Juan Pablo Fuentes

Descripción breve:

El segundo volumen de los nuevos creativos chilenos, se profundiza en los diseñadores de vestuario emergentes y consolidados que forman parte de una nueva generación del diseño de alta costura que no tiene la cobertura que se merece, contando con la moda de autor chilena que se ubica tanto en el país como en el extranjero.

Importancia para la investigación:

Catastro de una nueva generación de diseñadores chilenos tanto los que están en el país como en el extranjero.

Fig. 5 Libro DV vol. 2 Grandes creativos chilenos por Juan Pablo Fuentes (2016)



FIG. 6 Prenda PATAGONIA vest argyl (rombos) - VINYLIFE ft Desserto de Guido Vera (2022)

Publicaciones de la historia de la moda de referencia internacional:

Las publicaciones encontradas y utilizadas para la investigación son diversas, siendo **siete libros que hablan y contextualizan la historia de la industria de la moda, de forma exhaustiva**. Al comparar el contexto internacional con el nacional nos damos cuenta el gran contraste y la falta de publicaciones por parte de nuestro país.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Matriz de libros sobre el contexto histórico internacional

LIBRO, AUTOR, NACIONALIDAD Y AÑO		
	Breve historia de la moda. De Giorgio Riello (Italia), 2016.	Historia de la moda. Desde la prehistoria hasta nuestros días. De Stefanella Sposito (Italia), 2016.
DESCRIPCIÓN BREVE	El libro trata la manera en que la moda ha jugado un papel importante en procesos de cambio histórico y representa una compleja realidad donde confluyen fuerzas económicas, políticas y sociales. ¿Qué relación ha tenido con las jerarquías sociales, el género, el deporte o las subculturas urbanas?. El autor narra de forma sociológica a través de la historia de los múltiples integrantes y rostros de la moda. Obra que se inicia en la época medieval y acaba en la moda globalizada actual.	Analiza y el significado de la moda desde las primeras civilizaciones hasta las últimas tendencias, y cómo estas repercuten en el comportamiento humano, además reúne fotografías e imágenes icono gráficas, retratando de forma cronológica la historia de la moda y como juega un importante papel en la sociedad.
IMPORTANCIA Y RESCATE PARA LA INVESTIGACIÓN	Relación del contexto histórico, económico, político, cultural y social con la moda y sus grandes creadores iconos, en un período extenso.	Explicación de como la moda y sus tendencias influyen en el ser humano, expuesto de forma visual y cronológica.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Moda. Toda la historia. De Marnie Fogg (Reino Unido), 2016.

El libro trata la manera en que la moda ha jugado un papel importante en procesos de cambio histórico y representa una compleja realidad donde confluyen fuerzas económicas, políticas y sociales. ¿Qué relación ha tenido con las jerarquías sociales, el género, el deporte o las subculturas urbanas?. El autor narra de forma sociológica a través de la historia de los múltiples integrantes y rostros de la moda. Obra que se inicia en la época medieval y acaba en la moda globalizada actual.

Explica la evolución de la moda, sus iconos y avance tecnológico de la industria de forma cronológica por tendencias y décadas, y relaciona el contexto histórico cultural y como pueda afectar a la sociedad la moda y la vestimenta diaria, todo esto mostrado de forma visual.

Historia de la moda siglo XVIII al siglo XX. De varios autores (Reino Unido), 2016

Trata de un análisis de la historia de la moda de todo el mundo, explicando su evolución de forma cronológica, mostrando época por época y sus tendencias, además de relacionar el contexto histórico cultural explicando el impacto de ciertos eventos con la moda y la ropa diaria. Mostrado a través de ilustraciones e información relevante, presenta iconos y demuestra innovaciones técnicas que influenciaron en el vestir.

Exposición de la evolución de la vestimenta de forma visual de un período extenso determinado, relacionando la historia, sociología y el arte.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

LIBRO, AUTOR,
NACIONALIDAD Y AÑO

Moda. Historia y estilos. De Dorling Kinders (Reino Unido), 2019.

DESCRIPCIÓN BREVE

Relata la historia de la moda desde el Antiguo Egipto hasta los últimos diseños de McQueen y Prada, a través de una guía visual de las vestimentas que se han llevado a lo largo del tiempo, mostrando una colección de trajes y vestidos que refleja la sociedad en diferentes épocas y países, con diversas imágenes de la indumentaria y estilo de vida de cada época, donde se demuestra que cada generación reinventa la moda

IMPORTANCIA Y RESCATE
PARA LA INVESTIGACIÓN

Muestra los grandes diseñadores que influenciaron en la moda mundial, de forma visual y como guía a lo largo del tiempo.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

Viaje a través de la moda: Diseñadores, iconos y estilos de los siglos XX y XXI. De Vicente Gallart y Elena Mir (España), 2021.

Relata el siglo XX y los veinte primeros años del siglo XXI, década por década con una perspectiva histórica y social, mostrando los diferentes diseñadores, iconos y estilos que han marcado cada época. Con el objetivo de descubrir el pasado e historia reciente de la moda a través de grandes creadores y como las grandes artes (como el arte, el teatro, la danza, el cine, la música y la televisión) influyen en la moda. Escrito por el periodista especialista en moda Vicente Gallart y acompañado por las ilustraciones de Elena Mir

De forma visual relata la historia de la moda con influencia en la sociedad, visualizando a los iconos (no solo de moda) influenciaron y marcaron en el vestir, de forma cronológica década tras década.

Historia de la moda y el diseño argentino desde 1776. De Susana Saulquin (Argentina), 2019.

Relata el panorama de la vestimenta urbana de Argentina desde la colonia hasta la actualidad (siglo XXI), tiene una mirada de la moda y que se representa con esta. Como el poder de la alta costura y el prêt-à-porter, relata las principales casas y grandes creadores. Por otra parte une el contexto histórico con la moda, como por ejemplo: las crisis económicas y sus consecuencias en el lenguaje de la vestimenta o la política del momento como influye en el vestir, además de la industria textil y el efecto que este tiene en la moda nacional. Se visibiliza con mayor profundidad respecto a la actualidad, la obediencia e imitación de las tendencias extranjeras y como estas comienzan a convivir con el diseño de autor. Del miriñaque a la tela vinílica pasando por estilos, conceptos y vanguardias de distinta índole.

Relaciona el contexto histórico, político, económico de un país en específico, mostrando sus diseñadores iconos, relatando la industria textil de Argentina, las influencias extranjeras y el comportamiento de la moda que se tiene actualmente y como se relaciona con el resto del mundo.

¿Qué es la moda? y ¿porqué es importante?

Luego de revisar el estado de arte del tema, se puede definir “moda”, la cual -según el diccionario de Oxford- es:

Gusto, costumbre o uso, o conjunto de ellos, propios de un grupo, un período de tiempo o un lugar determinados.

Conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos gustos, usos y costumbres, y que se usan durante un período de tiempo determinado.

La moda se relaciona directamente con la cultura, ya que es un reflejo de la sociedad, de lo que está pasando en ese período determinado y describe el contexto socio-cultural de la época. Por este motivo, se puede considerar como parte del **patrimonio cultural**.



FIG. 7 Colección Otoño Invierno 2021 de Kika Neumann (2021)

¿Qué se entiende por patrimonio cultural?

Según el texto Patrimonio e Identidad frente a la Globalización del sociólogo e investigador mexicano Gilberto Giménez, fundador y coordinador del seminario permanente “Cultura y Representaciones Sociales”:

“La noción de patrimonio deriva del latín *patrimonium*, y en el derecho romano significaba simplemente el bien que se posee por herencia o legado familiar. En su acepción moderna, **implica la apropiación colectiva, en forma de legado o “bien común”**, de un conjunto selecto de vestigios y **productos del pasado que pueden ser tanto materiales como ideales e intangibles**, tanto naturales como culturales. Así entendida, la noción de patrimonio ha ampliado y diversificado enormemente su contenido. En sociología de la cultura, partimos de la tesis de que todo grupo humano y toda sociedad tiende siempre a privilegiar un pequeño sector del conjunto de sus bienes culturales, separándolo del resto y presentándolo como simbolizador por excelencia de la totalidad de su cultura y, en última instancia, de su identidad. Eso es lo que se llama **“patrimonio cultural”**, que, en cuanto tal, no representa toda la cultura de un grupo, de una región o de un país, sino sólo una selección valorizada de la misma que funciona como condensador de sus valores más entrañables y emblemáticos. Por lo tanto, no debe confundirse el todo con la parte que lo simboliza por metonimia. A todo lo dicho debe añadirse que la representación del patrimonio como bien compartido en el seno de una sociedad particular y como expresión de una comunidad particular conduce a la “naturalización de la cultura”, en el sentido de que se lo arraiga al “suelo natal” o “territorio patrio”. **Por lo tanto, el patrimonio cultural es siempre un patrimonio fuertemente territorializado**”. (Giménez, 1998).

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA



FIG. 8 Fotografía de Pedro Marinello del Museo de la Moda en Chile, (2018).

¿Cuál es la diferencia entre patrimonio, historia y memoria?

En cuanto a estos tres conceptos, **la distinción más compleja y profunda se comprende entre historia y memoria**. A ambos se les refiere como formas de **ver hacia nuestro pasado**. La principal diferencia recae en que la memoria, en cuanto a su término y su uso, se aferra totalmente a la **visiones subjetivas del pasado**, ya sea según grupo o individualmente. (Sagredo et al, 2007). La memoria es un fenómeno afectivo, simbólico y de recuerdos vagos, en donde lo recordado se acomoda a lo reconfortante que queremos rescatar. Mientras tanto, **la historia es algo que pasó, es la reconstrucción problemática e incompleta de lo que no vemos**. También se usan conductas intelectuales, analíticas y críticas en lo que es la historia, mientras que en la memoria se considera más que rescata lo sagrado, y que la historia no considera esto último (Nora, 2008). **La Historia acude al pasado y la memoria le da sentido** (Stern, 2011). La relación de estas tres es que, al patrimonio se le puede dar connotaciones de la historia y la memoria, siendo así el patrimonio algo material presente que carga valóricamente con cosas de la historia y la memoria.

2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA



FIG. 9 Fotografía de la Revista Paula, de los años 70, conmemoración por parte de la tercera.cl



FIG. 10 Colección "Dream" inspirado en Japón presentado en la pasarela de valapraíso de Cris Miranda (2022)



2.1 ANTECEDENTES PARA ENTENDER EL PROBLEMA

¿Por qué es importante el patrimonio cultural?

El patrimonio cultural se define según la UNESCO de Santiago como **“el legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y transmitiremos a las generaciones futuras”** (UNESCO Santiago, s. f.)

Otra definición encontrada sobre el patrimonio cultural mencionado por la DIBAM (2005) es que **“es un conjunto determinado de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego re significados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes”**. (Qué entendemos por patrimonio cultural, 2022)

Con esto se puede concluir, que es **fundamental resguardar el patrimonio cultural para las nuevas generaciones**. El hecho de no conservar el patrimonio o no elaborar un catastro referente a éste, puede hacerlo desaparecer, lo cual **imposibilitaría trabajar en el futuro, ya que no se sabría qué existe y qué hubo en el pasado**.

Según Faride Zeran (Vicerrectora de Extensión y Comunicaciones de la Universidad de Chile): **“El rescate de nuestra cultura, de la historia política y social que se refleja no sólo en los monumentos o edificios, sino también en prácticas y respeto por ciertos modos de vida, el cual afirma que debería ser un constante apoyo por parte del estado”**.



Fig. 11 (Imagen Museo de la moda, n.d.)

¿Quién resguarda el patrimonio de la moda chilena hoy en día?

Parte fundamental de quien resguarda el patrimonio cultural son los museos. Según los textos analizados del currículum nacional del ministerio de educación para materia educativa escolar, la función de un museo debe ser un **centro destinado a acopiar, conservar y proteger el patrimonio histórico** –que es el primer y principal motivo por el que nacieron los museos–, pero también debe ser un **centro de investigación, de difusión y de didáctica del conocimiento**. Y aún debe ser un centro de creación y de **interacción con la sociedad civil**. Por lo general, los museos de historia dicen mucho de su realidad nacional (Alcoberro, 2014).

El último reporte elaborado en el año 2020 por el Servicio Nacional del Patrimonio Cultural de Chile, entrega información sobre el contexto, la utilidad y el funcionamiento del Registro de Museos de Chile. Y, a su vez, describe y analiza las características generales de los museos del país (Servicio Nacional de Patrimonio Cultural, 2022).

Chile cuenta con **320 museos registrados**, de los cuales solamente **un museo existente realiza el registro patrimonial de la industria de la moda**, donde rescata, mantiene y resguarda la moda. Se encuentra ubicado en la región Metropolitana, específicamente en Santiago: es el Museo de la Moda, inaugurado el 2007 por Jorge Yarur. Sin embargo, este museo es privado.

Considerando que hay escasas publicaciones que relacionan el contexto histórico cultural con la moda y que sólo hay un museo que se dedique completamente a su resguardo patrimonial cultural en la moda y que además es privado, podemos percatarnos de que **no existe suficiente resguardo patrimonial con acceso al público general**.

2.2 SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

Contexto del tiempo abarcado:

El período en el que se contextualiza y que el proyecto abarca es con el **comienzo de la década de los 60, donde hay un boom de diseñadores chilenos en moda y la industria textil**. La participación de la industria según los estudios de la evolución textil hechos por la Biblioteca del Congreso Nacional en Chile, dice que la industria representaba un 17,9% de la actividad industrial del país en ese entonces, y cubría el 97% de las necesidades nacionales para finales de la década de los 60 (Calvo, 2019).

Uno de los hitos más importantes y cruciales para el desarrollo de la industria textil en el país fueron las políticas de en ese entonces de nacionalizar las industrias, sustituyendo las importaciones en productos nacionales, a través de incentivos tributarios, crediticios, altos impuestos a los productos de importación, sumado con un alto crecimiento del mercado en el país, gracias a la inmigración de técnicos y empresarios extranjeros.

Luego a principios de la década de los **70 hubo un traspaso de las industrias privadas a ser propiedades del Estado**, ya para el año 1973 el Golpe de estado marca en la industria textil un cambio de rumbo ya que se empieza a dismantelar desde 1975 las industrias textiles nacionales, teniendo que competir con el extranjero, que en este caso serían los mercados de China e India (Calvo 2019).

En la **década de los 80, el mundo fue marcado por una gran crisis económica y Chile en el contexto de la industria textil se ve afectado también, incapacitado para competir con el extranjero debido a atrasos tecnológicos y técnicos**. Además la vuelta a la democracia, hizo que Chile tuviera una apertura económica, donde lograron entrar diferentes mercados, marcando un antes y después del consumo en el país. Ya a finales de la década en 1989, llega el **código de barras a Chile**, momento clave en el **modo de consumir ropa, de forma masiva, dando comienzo al mundo del retail al país**, y punto de

partida al fast fashion, donde los usuarios empiezan a adquirir prendas con mucha más frecuencia. Esto lo podemos ver en las cifras, ya que hoy Chile está posicionado como el primer país con mayor consumo de ropa de Latinoamérica. (Bernetti, 2021).

Con la **globalización, las prendas se empiezan a producir de manera masiva de forma internacional, para abaratar costos, creando una profunda crisis en el diseño nacional y aumentando de manera significativa el consumo del fast fashion**. Según el último estudio publicado el 2016 por Fashion United, Chile exporta en ropa y textiles 135 billones de pesos, mientras que sus importaciones tienen un valor de 2.8 mil billones de pesos (fashionunited.com, s. f.). Este hecho demuestra una profunda crisis en el diseño de autor nacional, que llevaba arrastrando desde hacía varias décadas con el cierre de varias industrias de textiles nacionales como Machasa, reemplazadas por las grandes tiendas de retail como por ejemplo H&M.

Luego de varios años, se instaura la práctica de un **consumo más sostenible**, marcado por el **informe Brundtland** creado en 1987, el que habla de la sustentabilidad por primera vez y las consecuencias que trae el calentamiento global. Gracias a ello, hoy en día ha surgido la **tendencia del usuario consciente, y exigen productos creados de forma sostenible a través de un trabajo justo, sustentable y local**, lo cual implica que la industria de la moda está desafiada a cumplir. Según el estudio realizado por Acción Empresas llamado “Conscientes: una mirada al nuevo consumidor actual” habla de que el 45% de los chilenos cree que es muy importante que los productos que compra hayan sido fabricados sin dañar el medioambiente y el 61% que es igual de importante su precio. Sin embargo, más de la mitad (53%) estaría dispuesto a pagar 10% más por un bien o servicio que es responsable o sostenible, mientras que 36% de los sondeados, dice que podría pagar 20% más por la misma razón (Fajardo Cabello, 2019).



FIG. 12 Colección otoño- invierno diseñado por Pola Thomson,
fotografía de Tomás Reid (2015)



Delimitación de la investigación:

La delimitación del tema, se ubica dentro de un período acotado, el cual se inicia como punto de partida el año 1960, hasta la actualidad (año 2022), desarrollando el registro de la historia reciente nacional.

Esta investigación abarca **la industria de la moda y la manera en que los hechos históricos la marcaron e influenciaron**.

La industria de la moda abarca diferentes aristas tales como: los diseñadores influyentes, las empresas de textiles chilenas, influencias extranjeras en el país, escuelas de diseño de vestuario, empresas relacionadas con la moda directamente (por ejemplo: empresas de modelaje), entre otros.

Con el objetivo general de analizar la bibliografía existente para poder desarrollar un registro y catastro histórico-patrimonial del diseño de vestuario nacional, **se propone una línea del tiempo visual**.

2.2 SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA

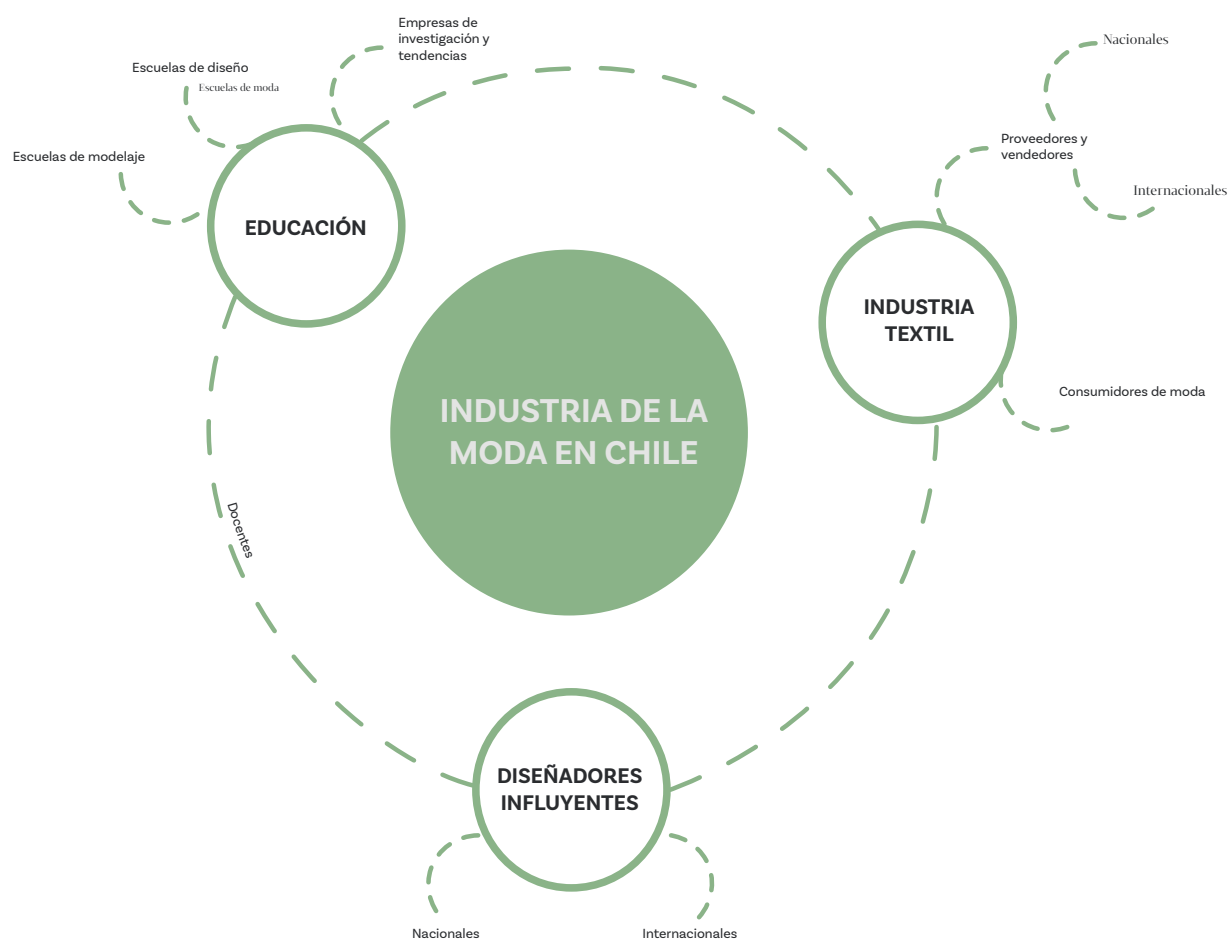


FIG. 13 Mapa de actores de la industria de la moda en Chile, elaboración fuente propia

2.2 SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA



FIG. 14 Fotografía de la fabrica Linos la Unión (1990) tomada por Erico Oppliger.

Definición del campo:

El área del conocimiento humano al que pertenece el tema es más complejo que sólo la historia y el diseño de vestuario, ya que **la moda en la vestimenta es influenciada por un contexto político, cultural, tecnológico, características de la persona** (sexo, rango social, estatus, edad, personalidad, entre otros). La vestimenta se transmite de manera implícita y, de forma no verbal, según las prendas que usa.

Otras disciplinas que se relacionan son: el diseño, la historia, la sociología, la psicología además de áreas más comerciales y de comunicación como el marketing, influencers y producción textil.

2.3 PROBLEMA

Formulación del problema y desafío de diseño:

En la **formulación del problema se observa una falta de registro patrimonial del diseño de vestuario**, en el ámbito nacional, desde la década de los 60 hasta la actualidad.

La oportunidad de diseño se presenta en la **ampliación y complementación de lo existente acerca del registro patrimonial reciente en la industria de la moda**. La propuesta consiste en elaborar una **línea del tiempo con un formato multimedial**, respondiendo a la manera en la que los jóvenes se informan y aprenden hoy. Recopilando un catastro patrimonial- histórico, destacando los hitos más relevantes del diseño de vestuario en Chile, con el fin de **aportar a la formación de nuevos diseñadores de moda y visibilizar a los grandes creadores nacionales de aquella época**.

El público objetivo está enfocado en jóvenes, adultos, creativos chilenos, estudiantes de diseño de vestuario y/o moda. A pesar de que el proyecto está dirigido a cierto público, esto **no significa que sea excluyente, sino que apunta a cualquier persona que se relacione directamente con la industria de la moda y/o esté interesado en ella**.

En el desafío de diseño, el cual aborda diferentes aristas, que ayudan a delimitar de mejor manera el problema. Estos son:

_ Qué (verbo- acción):

Registro patrimonial e histórico del diseño de vestuario chileno y sus grandes creadores.

_ Para quién (usuario):

Para los diseñadores de moda en formación.

_ Dónde (contexto):

Industria de la moda.

Desafío de diseño:

¿Cómo podríamos ampliar el registro patrimonial reciente en la industria de la moda para la formación de nuevos diseñadores de vestuario en el ámbito nacional?

Problemas encontrados:

Se encontraron **tres problemas principales que la propuesta pretende solucionar**, a través de la línea del tiempo visual para los diseñadores de vestuario en formación. Estos están ordenados de mayor a menor importancia y son los siguientes:

1. Escaso registro de la historia de la moda nacional, limitando la información de consulta, sobre todo a estudiantes de diseño de vestuario.
2. Poca visibilidad de los diseñadores de moda chilenos, poco reconocimiento nacional.
3. Escasa variedad de formatos del registro de la historia chilena, siendo lejanos y poco frecuentados para los estudiantes de diseño de vestuario

La matriz de diseño que se muestra más adelante, es una herramienta de análisis y profundización de los problemas que originan el proyecto y el modo en que la solución podrá abarcar los requerimientos respectivos. Esta matriz contiene el problema, el efecto en el usuario, un insight, requerimientos, componentes de la solución y sus atributos.

Insight: éste se reduce a un hallazgo, una conclusión, un dato, un nuevo camino, que anteriormente no se había detectado y que será el punto de partida para trabajar en nuevas propuestas, oportunidades y soluciones. (Renilla, 2018).

Matriz de diseño

Matriz de diseño

PROBLEMA	EFFECTO EN EL USUARIO	INSIGHT
Escaso registro de la historia de la moda nacional, limitando la información de consulta, sobre todo a estudiantes de diseño de vestuario.	Los estudiantes de moda tienen escaso material de consulta de la historia de la moda chilena.	“Es uno de los ámbitos de investigación más importantes para entender la manera en la que diferentes personas, se expresan en un ámbito no verbal.” - Estudiante de diseño de vestuario.
Poca visibilidad de los diseñadores de moda chilenos, poco reconocimiento nacional.	El estudiante de diseño de vestuario no es consciente de los talentos chilenos, limitando su inspiración de los diseñadores nacionales.	“La industria de la moda en el país, es muy básica y no existe el apoyo hacia los diseñadores, sino, que se prefiere lo extranjero, porque asumimos que es mejor.” - Estudiante de diseño de moda.
Escasa variedad de formatos del registro de la historia chilena, siendo lejanos y poco frecuentados para los estudiantes de diseño de vestuario.	Los estudiantes no pueden acceder de manera sencilla y cercana a ellos por la poca variación de formatos, los cuales no van acompañados de tecnologías.	“Me hace sentir que hay mucho en lo que trabajar para generar un espacio en el que se pueda acceder a la información.” - Encuestado, estudiante de diseño de vestuario.

REQUERIMIENTOS

Levantar información de la industria de la moda chilena y conectarla y demostrar como influye el contexto histórico, cultural, medioambiental, político y económico con la moda.

Investigación de los diseñadores de cada época a partir de los años 60, visualizando a estos agentes de cambio, destacando en la línea del tiempo a los diseñadores de moda.

Diseñar una plataforma digital, multimedia y redes sociales de sencilla navegación para el usuario.

COMPONENTES DE LA SOLUCIÓN

- Investigar sobre el contexto e historia de la moda chilena y que esta funcione como fuente de información de consulta.

- Investigación de diseñadores destacados de cada período y relatar su vida como diseñador.
- Destacar a los diseñadores en la línea del tiempo.

- Plataforma digital de sencilla navegación para fácil comprensión.
- Contenido multimedia.
- Redes sociales.

ATRIBUTO

- Histórico
- Informativo

- Histórico
- Informativo

- Digital
- Multimedia
- Tecnológico

2.4 OBJETIVOS Y PALABRAS CLAVES

Objetivo general:

Elaborar un registro histórico reciente de la industria de la moda y sus grandes creadores iconos, que contribuya a la formación de los nuevos diseñadores en Chile.

Objetivos Específicos:

1. Identificar los principales fenómenos socio-culturales, económicos, políticos y medioambientales del país y del mundo que han influido en la historia reciente de la moda y en la creación de los grandes diseñadores de vestuario en Chile.
2. Visibilizar los creadores iconos de la moda chilena, apoyando el diseño de autor mediante el conocimiento, para inspirar a los diseñadores de moda en formación.
3. Visibilizar y dar acceso al material existente, a través de una herramienta de comunicación que integre la tecnología, para conectar con audiencias jóvenes, de modo que se tenga acceso al público general.

Palabras claves

Diseño de vestuario; patrimonio cultural- histórico; moda.



FIG. 15 Colección Mix and Match de Octavio Pizarro (2018)

PERCEPCIÓN: USUARIO

PERCEPCIÓN DEL USUARIO

Quiénes se ven afectados:

La definición del usuario se refiere a las personas que se ven afectadas respecto al tema tratado, y la manera en que se empieza a perfilar, se produce gracias a las diversas encuestas y entrevistas realizadas durante la investigación.

El usuario tiene varias características que lo hacen diferenciarse del resto, entre las que se destacan: **su rango etario, la tendencia hacia el uso de la tecnología, aproximación a temas como la sostenibilidad y el modo en que se informa; además la mayoría son activistas, ya que están insatisfechos y hacen algo al respecto para cambiar la situación.**

La información dada respecto al usuario, se debe a diferentes métodos de investigación, principalmente las encuestas, entrevistas y búsqueda de información en diferentes medios, tanto escritos, audiovisuales como electrónicos.

Las principales fuentes de información fueron estadísticas, datos de diferentes instituciones buscadoras de tendencias, consulta de información y 32 encuestas, que contenían distintas preguntas (tanto abiertas como cerradas), realizadas a estudiantes de moda de diferentes escuelas como Duoc, INACAP, UDD, UNAB, UNIAC, entre otras existentes. Adicionalmente, se complementó con datos de fuentes viables que pudieran respaldar estos resultados, como el rango etario, el uso de tecnologías, cuánto les importa la sostenibilidad y cuánto saben acerca del tema.



FIG. 16 Fotografía del Taller de Diseño de Vestuario 3: Producción Artística de la Universidad Andrés Bello (Universidad Andrés Bello, n.d.)

Segmentación del usuario:

El usuario, estudiante de moda, se segmenta en varias áreas, desde el rango etario, el uso de la tecnología, cuál es la plataforma digital que más usan, la tendencia a la práctica y preocupación de la sostenibilidad. También se considera cuánto saben del tema y la insatisfacción frente a las problemáticas a las que se enfrenta.

Rango etario

Respecto al público objetivo al cual está dirigido el proyecto, apunta a **jóvenes creativos entre los 15 a los 24 años de edad, estudiantes de diseño de vestuario, y/o moda en universidades o institutos técnicos**, con las siguientes tendencias de comportamiento.

Lo anterior se refuerza con el último informe realizado por del MINEDUC, el cual menciona lo siguiente: durante el año 2021, de un total de matriculados, un 48,7% son de 20 a 24 años, mientras que un 17,2% está entre los 15 a 19 años y un 16,6% tiene entre 25 y 29 años, y el resto que equivale a un 17,5 por ciento, se divide en más de 30 años. (“Matrícula de educación superior aumenta en 2021: total supera 1.200.000 estudiantes - Subsecretaría de Educación Superior”, 2022)

La encuesta de estudiantes de diseño de vestuario, se centra en el rango etario de 20 a 24 años con un 56,3%. Por otro lado, también se incluye el rango de 15 a 19 años con 34,4%; y por último, en una menor medida, están las personas de 25 a 29 años, con un 6,3% .

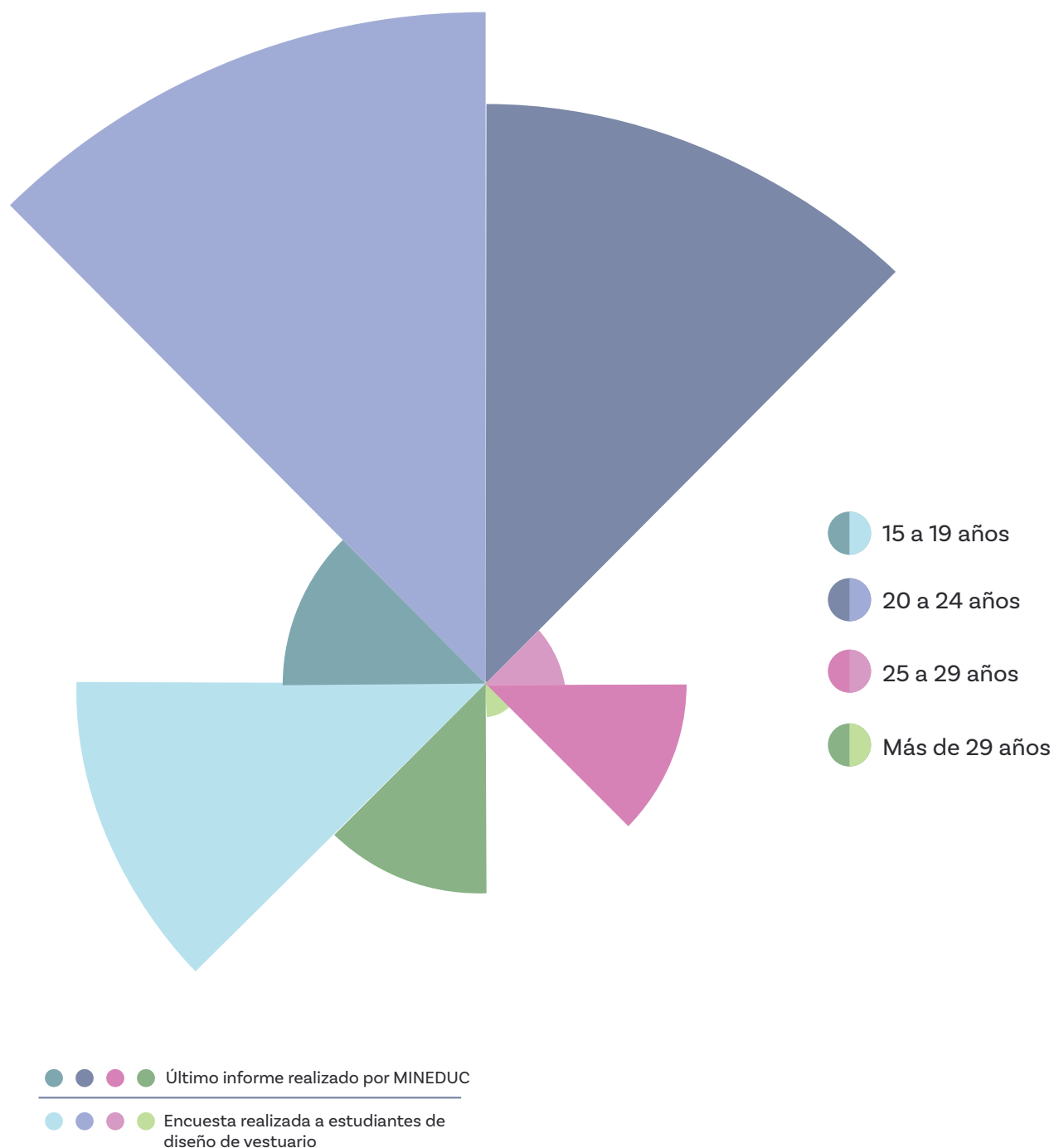


Fig. 17 Gráfico 1, Rango etario según el último estudio realizado por el MINEDUC y encuesta realizada a estudiantes de diseño de vestuario.

Tecnológicos

La población en general, se maneja en **redes sociales y medios digitales, sobre todo los jóvenes**, compuestos por la Generación Z y Millenials (desde los 13 a los 40 años conforma este grupo). Esto se puede observar en las siguientes cifras, recopiladas a través de un estudio de We are Social y Hootsuite, las cuales dicen:

- De la población total de Chile, que son 19,16 millones de personas.
- Existen 15,78 millones conectadas a internet.
- Además hay 25 millones de dispositivos móviles.
- Y 16 millones de perfiles activos en redes sociales.

(“Estadísticas de la situación digital de Chile en el 2020-2021”, 2021).

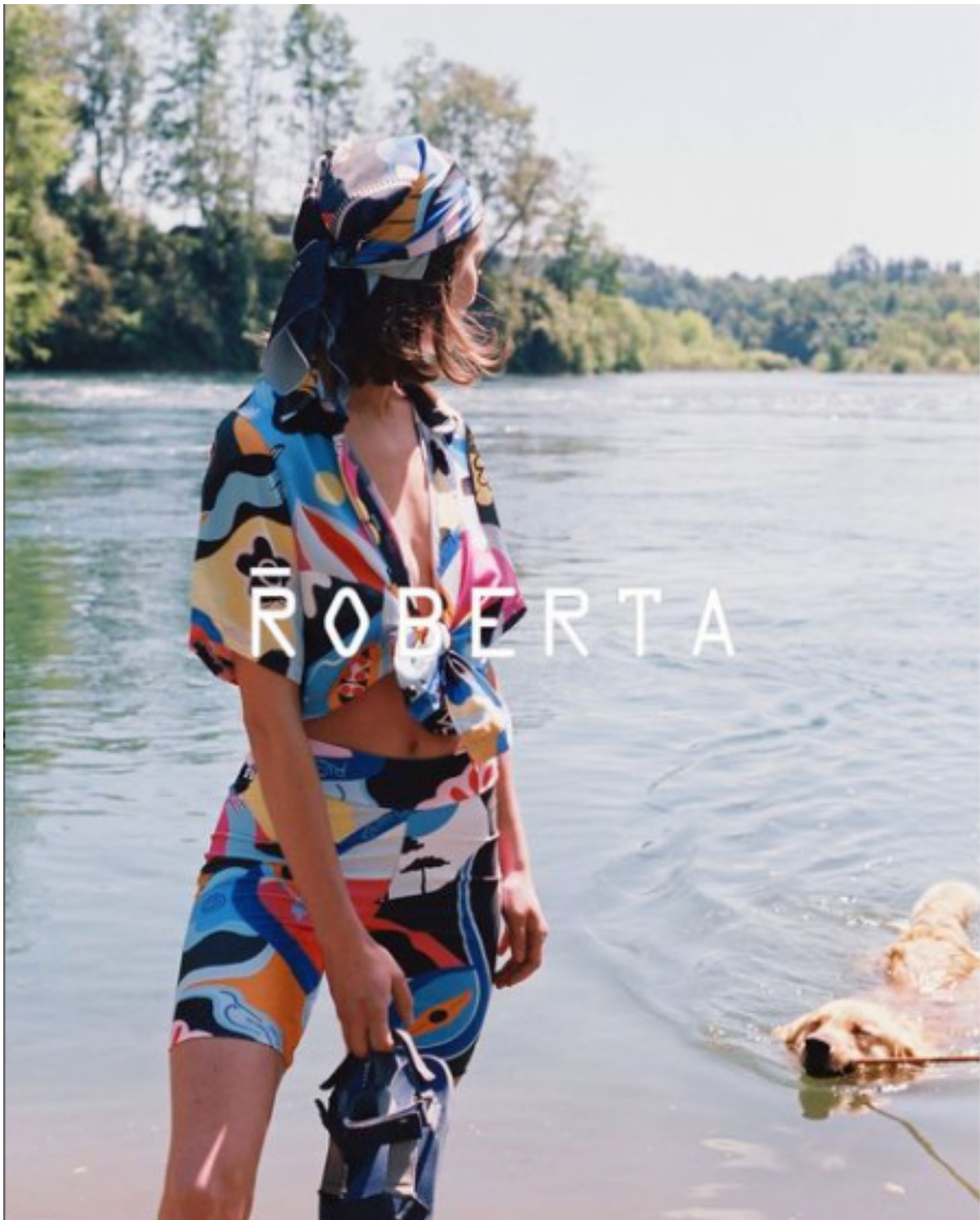


FIG. 18 diseño de la marca Roberta por Daniela Hoehmann, fotografía de Esteban Vargas Roa (2022)

Manejo de Medios y Redes Sociales en los Jóvenes:

Esta información se puede complementar con el estudio elaborado por la encuesta Cadem realizado en enero del 2022, el cual menciona que los jóvenes que integran la generación Z (13 a 23 años), **son los que más usan plataformas digitales y redes sociales en Chile**. La plataforma que más utilizan es **Instagram**: un 89% le da un uso de más de 3 a 5 días a la semana. Por otra parte, las redes sociales junto con los portales online son una de las principales fuentes de información.

Además, el 58% de la generación Z -según la misma encuesta- piensa que las redes sociales son las que más influencia tienen en la gente. (“El Chile que viene, medios y redes sociales, enero 2022”, 2022).

Como podemos ver los jóvenes se manejan en la tecnología, mediante plataformas digitales y redes sociales.

En el caso de los estudiantes de diseño de moda, para informarse sobre el diseño de vestuario. Lo hacen de mayor manera a través de instancias académicas, luego de las instancias académicas podemos ver que **se informan a través de redes sociales**.

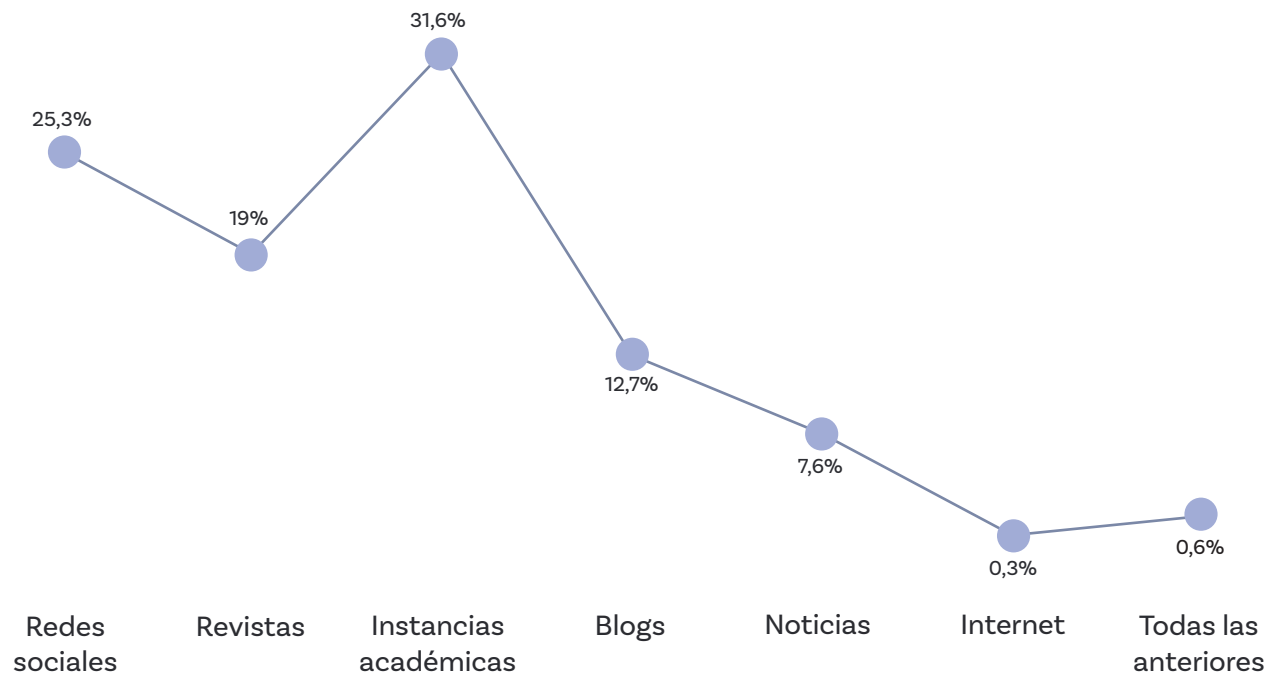


Fig. 19 Gráfico 2, información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, uso de tecnología en los usuarios.





FIG. 20 Colección Mantra, diseño de Luis Pino, fotografía de
Javiera Eyzaguirre (2021)

Sostenibles

En los estudiantes de diseño de vestuario hay una tendencia respecto a la **sostenibilidad**, la cual les importa y la practican a través del **cuidado del medio ambiente, el trabajo justo y el diseño local**. También están dispuestos a gastar mucho dinero para adquirir moda sostenible, les importa informarse antes, dónde adquirirla y cómo se produce la prenda.

Según recoge el estudio GlobalWebindex, el 58% de la generación Z (18-23) están dispuestos a pagar más por productos ecológicos y sostenibles, y en el caso de la generación de millenials son 6 de cada 10 personas dispuestas (compromiso RSE, custommedia, 2020).

Los resultados de la encuesta apuntan a un **alto nivel de ansiedad entre los consumidores más jóvenes en relación con la sostenibilidad**. Entre el 65 % y el 90 % de los consumidores de países emergentes como México, Brasil, India, están preocupados o muy preocupados por el medio ambiente en comparación con los países desarrollados (compromiso RSE, custommedia, 2020).

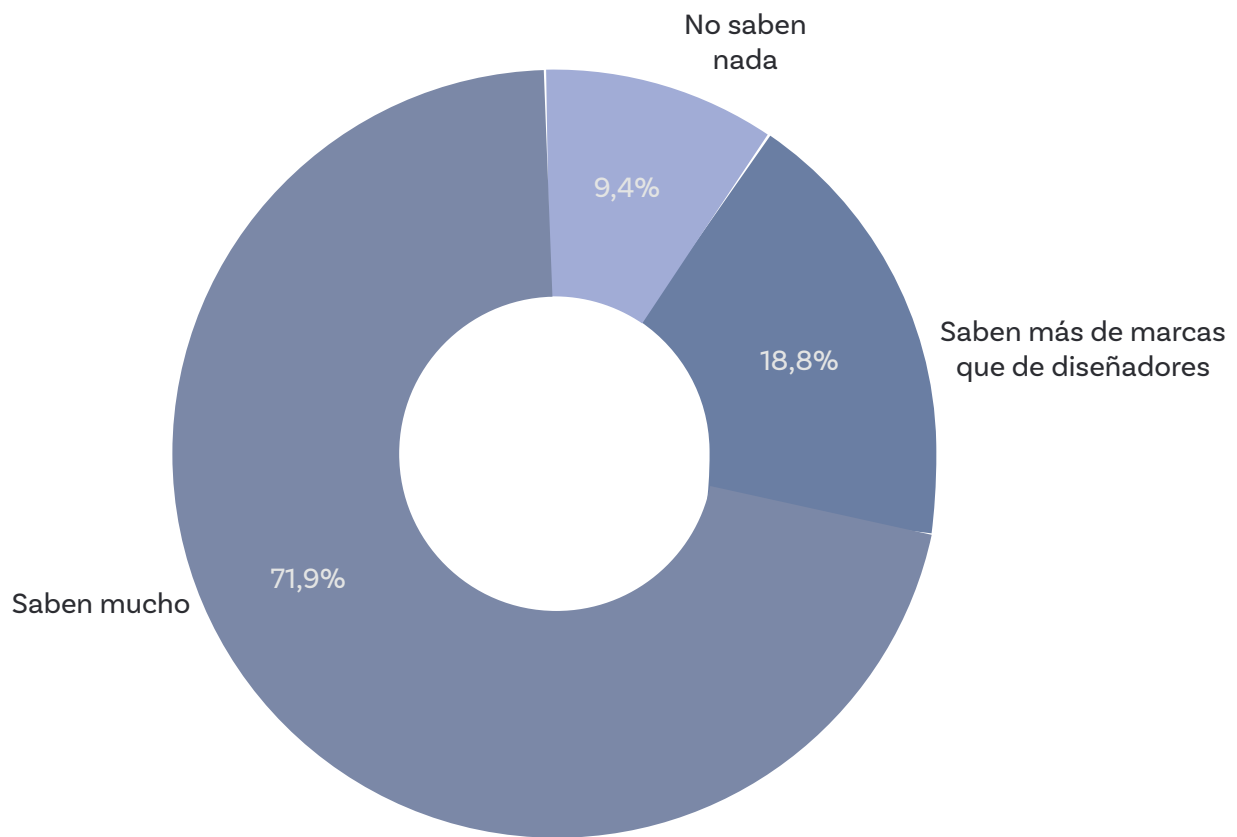
Del mismo estudio del compromiso RSE, este habla de la decadencia de la “moda rápida” (ropa barata que se desecha más rápido con consecuencias nefastas al medio ambiente), como este ha surgido en la última década y que en los resultados reflejan que el **40% de los consumidores cree que la industria de la moda es insostenible**, y que estos mismo consumidores esperan reducir su consumo de moda rápida y marcas de lujo.

“La verdad es que no me interesa mucho la industria de la moda, por cómo está actualmente. No me gusta el retail (por lo poco sustentable que es el fast fashion). Estoy en un taller textil porque me interesa hacer ropa autóctona, propositiva y sustentable”.

Encuestado, estudiante de diseño de vestuario.

Cuánto saben

Por otra parte, les interesa la moda no sólo en ámbitos culturales sino por intereses personales. Al respecto, Saben mucho del tema, se informan para adquirir las nuevas tendencias del mercado, el lugar de origen de la prenda y la moda que se está usando, para hacer sus propias proyecciones y ven grandes iconos, los cuales siguen al pie de la letra.

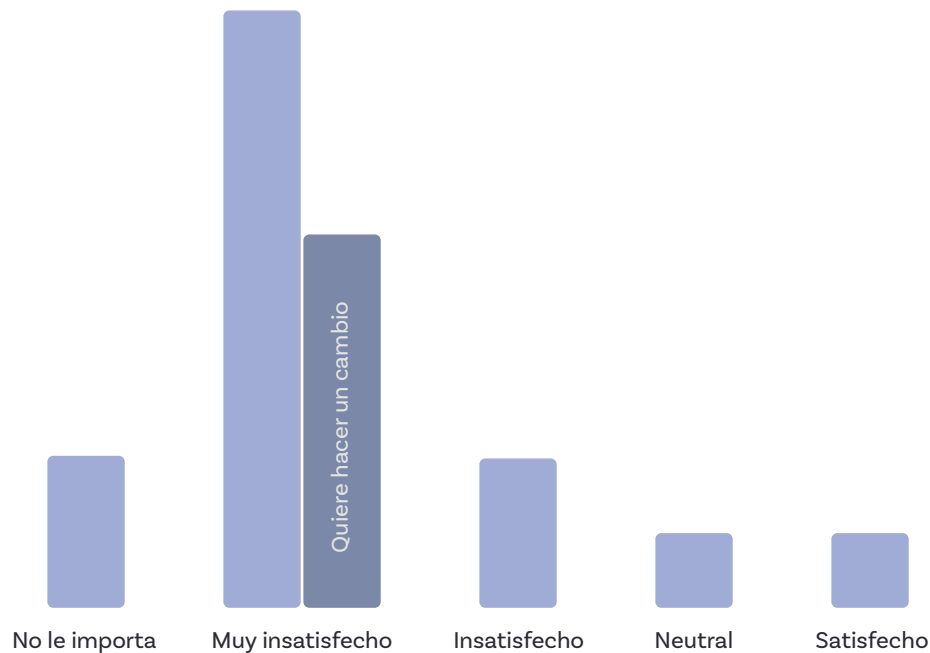


La mayoría de los encuestados saben mucho sobre el diseño de moda con un 71,9%, por otro lado el 18,8% sabe de forma intermedia, reconociendo más marcas que diseñadores de la industria y un 9,4% respondieron sin saber mucho de la industria.

Fig. 21 Gráfico 3, cuánto saben, información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, percepción del usuario.

Activistas

Por último, acerca del público objetivo, la gran mayoría está **insatisfecho respecto a la poca accesibilidad e información existente y tratan de hacer un cambio de diferentes maneras**; algunos ejemplos son: informándose, comprando moda local y sostenible, entre otros.



Al 14,3% no le importa la falta de conocimiento y visualización de la industria de la moda chilena, mientras que al 57,1% está muy insatisfecho con el asunto y dentro de ese porcentaje el 33,3% quiere y trata de hacer un cambio a su manera, por otro lado el 14,3% está insatisfecho, el 7,1% es neutral frente al tema y el 7,1% está satisfecho.

Fig. 22 Gráfico 4, Información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, activistas, percepción usuario.

“Se siente súper penca porque se siente como si no se valorará la producción nacional, trato de comprar a tiendas y diseñadores chilenos”.

Encuestado, estudiante de diseño de vestuario.

“Me desanima. Si, trato de subir cosas relevantes de la moda chilena a mis redes sociales para que otros puedan verlas”.

Encuestado, estudiante de diseño de vestuario.



FIG. 23 trabajo editorial de Lofficiel Chile diseño de la marca Munay Sisters, fotografía de Carlos Ortega (2022)

DESARROLLO DEL PROYECTO

PROTOTIPADO Y PRODUCCIÓN

Estudio de casos y referentes

A continuación, se analizarán diferentes casos conceptuales sobre el resguardo patrimonial y referentes visuales que ayudan a la propuesta del proyecto.

En el caso de estudio, hay tres que son: el **Museo de la Moda**, una pieza audiovisual sobre **la historia de la moda en 2 minutos** y un tercer **proyecto universitario sobre la empresa Bellavista Oveja Tomé**.

Por otro lado, se verán diferentes referentes visuales y formales para la creación de la propuesta formal, acercándonos más al proyecto final.

Todos estos son utilizados con los diagramas de Metodología Compass de The Index Project, esta metodología tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas, combinando el design thinking y principios de sustentabilidad.

Estos diagramas se usaron para evaluar el impacto, con el objetivo de mejorar el diseño y aplicarlo a la forma del proyecto.

Museo de la Moda

2007 - Santiago, Chile - Jorge Yarur

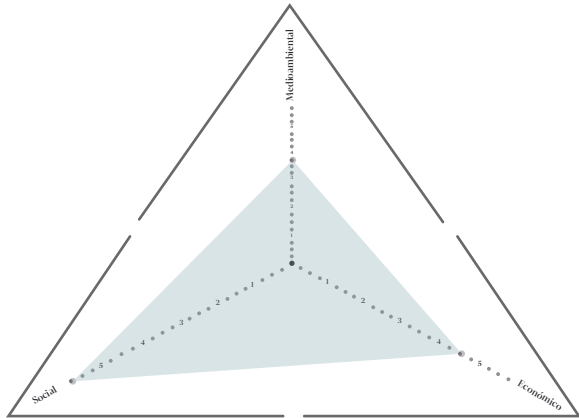
El Museo De La Moda es una institución privada que conserva diferentes vestimentas, reuniendo y exponiendo para el público. Estas prendas son adquiridas a través de donaciones o remates internacionales.

Este caso de estudio es elegido por la adecuada conservación del patrimonio de la moda, que se exhibe de forma didáctica y visual. Además, es el único museo en Chile que sólo se dedica a rescatar moda -tanto nacional como internacional-, pues no existe otro de este nivel en todo el país. P, Uno de los fundamentos para la creación del museo es que el autor estudió diferentes museos internacionales de moda, sobre todo los que se encontraban en Europa, para poder replicarlo en Chile de forma local.

El caso escogido se debe a su funcionalidad y emocionalidad que transmite al público.



FIG. 24 Fotografía del museo de la moda, fotografía hecha por Teresita Pérez, sacada de plataforma urbana, 2012



En el diagrama impacto de Metodología Compass de The Index Project, se ha evaluado el ámbito medioambiental con 4 puntos, ya que utiliza y rescata piezas que estaban obsoletas y en lo económico con 4 puntos y medio, porque se ha podido mantener económicamente durante 15 años, aunque la entrada es más elevada de lo normal para entrar a un museo. En el aspecto social, marca el máximo puntaje, debido al aporte que le otorga a la sociedad chilena.

Fig. 25 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto



FIG. 26 Fotografía de la exposición de volver a los 80' del museo de la moda, fotografía sacada de rutaschile.com, n.d.



FIG. 27 Exposición "Recordando a Diana" del museo de la moda De Santiago, fotografía sacada de FashionNetwork, 2017

Museo de la Moda

2015 - Estados Unidos - Revista Mode Lifestyle

Este referente trata de dos videos audiovisuales que permiten hacer un viaje de dos minutos por un siglo en la moda femenina y masculina. Es un recorrido de 100 años de moda, que muestra los cambios en el vestir, las modas, los estilos más representativos por décadas, con prendas y accesorios con los cuales se viste, maquilla y accesoriza a una persona, por un equipo de estilistas, modistas y maquilladores.

El caso de estudio fue elegido por la manera en que muestra toda la información, de modo didáctico y utilizando la tecnología a su favor. Además, es utilizado para transmitir dicho contenido a una audiencia de forma masiva.

También fue seleccionado por su funcionalidad, estética y emocionalidad.

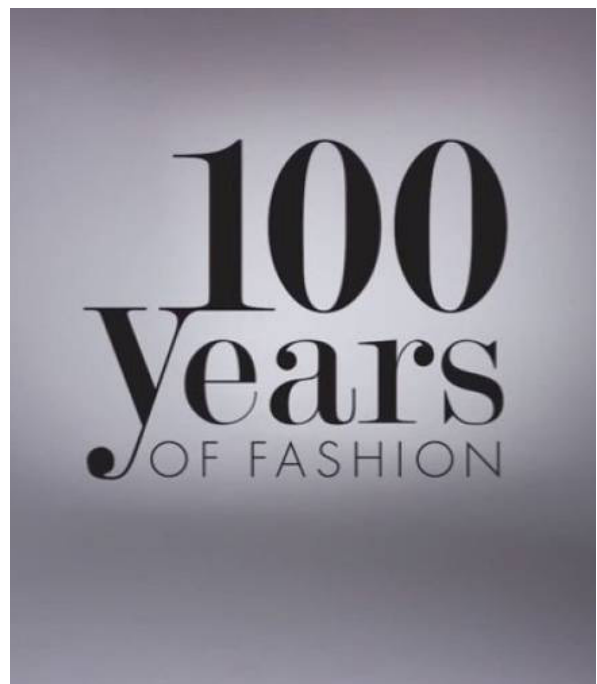


Fig. 28 Fotografía sacada de la reproducción vía YouTube del video 100 años de moda. Imagen sacada de publimetro.cl 2015

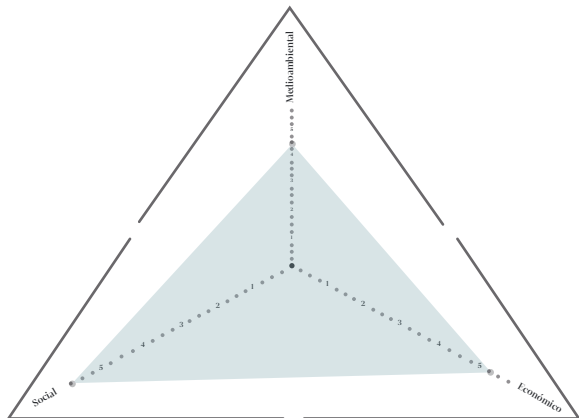


Fig. 29 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto

En el diagrama de impacto, podemos ver que en la parte medioambiental tiene una puntuación de 4 puntos y medio, porque usa sólo un vídeo para transmitir el mensaje de manera masiva, sin utilizar muchos recursos, aparte de la producción audiovisual. En el área económica, se le ha asignado 5 puntos, ya que sólo utiliza Youtube para transmitir el proyecto, siendo esto más barato. Por último, en el impacto social tiene el máximo puntaje, ya que se abarca la moda en un vídeo didáctico y atractivo para la audiencia.



Fig. 30 Fotografía del video 100 años de moda en dos minutos, fotografía sacada de UPSOCL, 2015.



Fig. 31 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto



Fig. 32 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto

Diseño textil: El tejido identitario de Fábrica Bellavista Oveja Tomé

2021 - Chile - Pablo Ruiz

Este es un proyecto universitario de investigación sobre el diseño textil, que trata sobre el tejido identitario de la Fábrica Bellavista Oveja Tomé. Este consistió en la búsqueda, rescate y análisis de los procesos productivos textiles, las telas y el rol del diseñador dentro de la fábrica textil más importante del país en su momento.

Se escogió este caso porque investiga el contexto de la industria nacional del textil y porque también identifica características de la época y de la fábrica, además de contextualizar el rol del diseñador de manera importante e influyente en el rubro.

Este caso es elegido por su funcionalidad.



Fig. 33 Fotografía sacada de Instagram @pabloruizdesing, del proyecto diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021



Fig. 34 Fotografía sacada de Instagram del autor del proyecto diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021

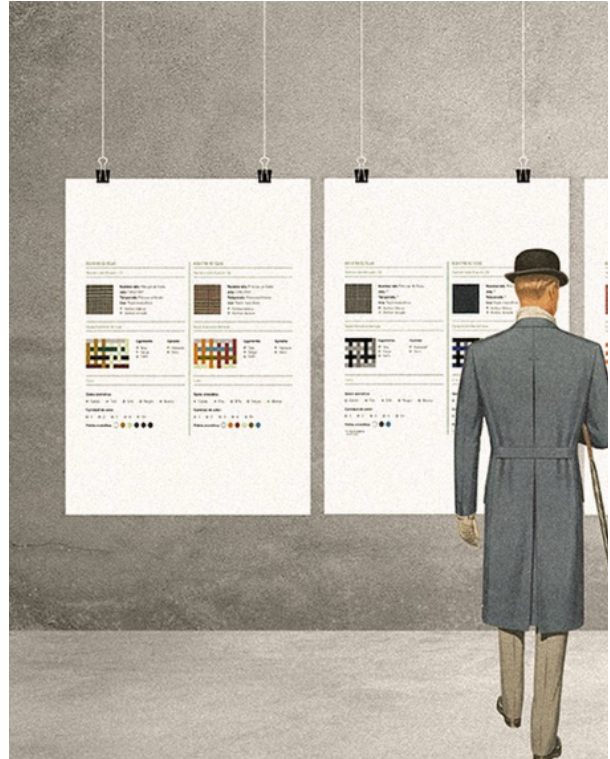


Fig. 35 Fotografía sacada de Instagram, diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021

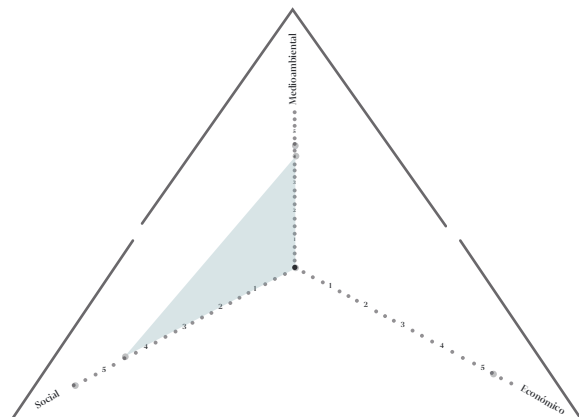


Fig. 36 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto

En la evaluación del proyecto a través del diagrama de impacto, podemos apreciar que por el lado medioambiental, tiene una puntuación de 4, ya que al utilizar un formato digital se ahorran muchos recursos que luego se transformarán en desechos. El ámbito económico está ausente, ya que carece de información al respecto y por último, respecto al punto social, +este tiene una puntuación de 4 puntos y medio, ya que aporta a la investigación e información de la industria textil.

Referentes visuales

Los referentes visuales están analizados también por la metodología Compass de The Index project, específicamente el diagrama de la forma, para evaluar la la apariencia y la estética funcional que tienen los proyectos.

Items de interés

2016 - Reino Unido - Paul Button

Este proyecto explora el concepto al filtrar una selección aleatoria de datos de Twitter, utilizando una lista de palabras clave, publicada por el Departamento de Seguridad Nacional del Reino Unido. Se examinaron las palabras desencadenantes más comunes y cómo muchas veces. las cosas inocuas que se dicen en línea pueden marcarse como contenido sospechoso. Luego, la misma tecnología se puede usar para rastrear ubicaciones geográficas, vinculando lo que decimos en línea con nuestra realidad física. (Button, 2016)

El referente visual es escogido por la manera de síntesis y atractivo visual al que llega el proyecto frente a la información, además del uso de big data que se diagrama de manera que se entienda el tema tratado.

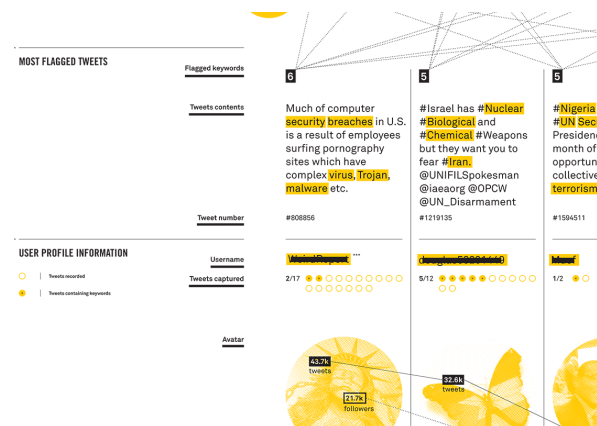


Fig. 37 Fotografía sacada de Behance, acercamiento del proyecto Items of interest, Paul Button, 2016

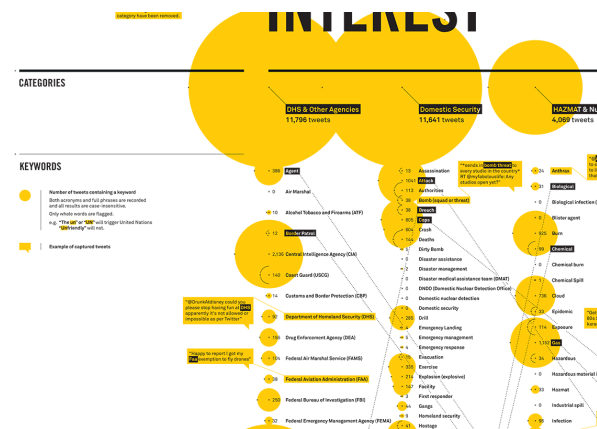


Fig. 38 Fotografía sacada de Behance, acercamiento del proyecto Items of interest, Paul Button, 2016

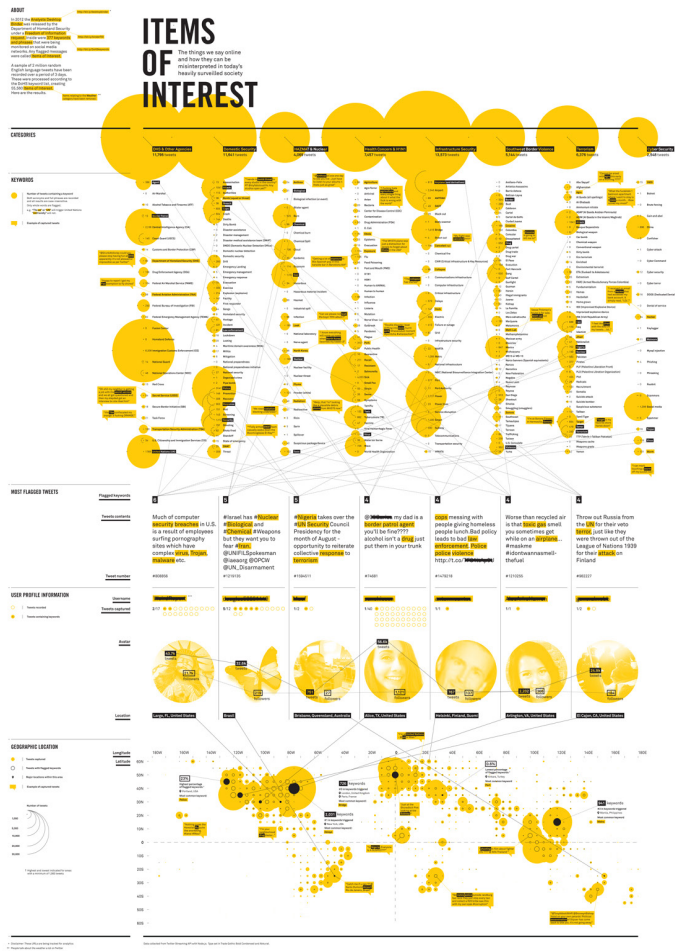


Fig. 39 Fotografía sacada de Behance, proyecto vista general Items of interest, Paul Button, 2016

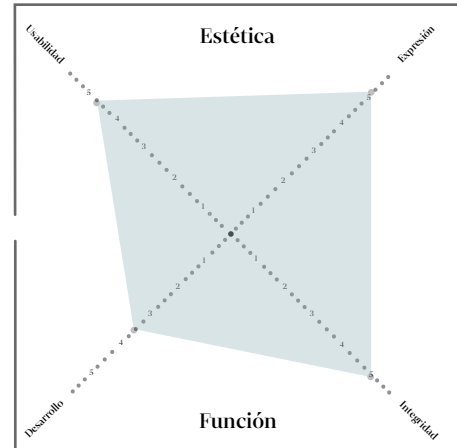


Fig. 40 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

Para la evaluación del diagrama de la forma del referente visual, se considera que la expresión tiene 5 puntos, ya que con los diversos contenidos, el proyecto logra visualizar la información de manera atractiva. Respecto al parámetro de la integridad, tiene 5 puntos, ya que logra integrar los contenidos de forma armónica. Al referirse a la función del proyecto en su usabilidad se califica con 3 puntos y medio, pues no logra ser comprendido a simple vista de manera óptima, sino que se debe analizar con atención, para entenderlo. Finalmente, en el ámbito del desarrollo, se considera duradero, al ser de formato digital.

Strategic Intelligence

The World Economic Forum

El referente Perspectivas estratégicas e inteligencia contextual del Foro Económico Mundial, permite explorar y supervisar los problemas y las fuerzas que impulsan el cambio transformador en las economías, las industrias y los problemas globales. (Strategic Intelligence, n.d.).

Este fue elegido por el modo en que conecta diferentes temas e información, vinculados de una forma atractiva visualmente.

El referente visual es escogido por la manera de síntesis y atractivo visual al que llega el proyecto frente a la información, además del uso de big data que se diagrama de manera que se entienda el tema tratado.

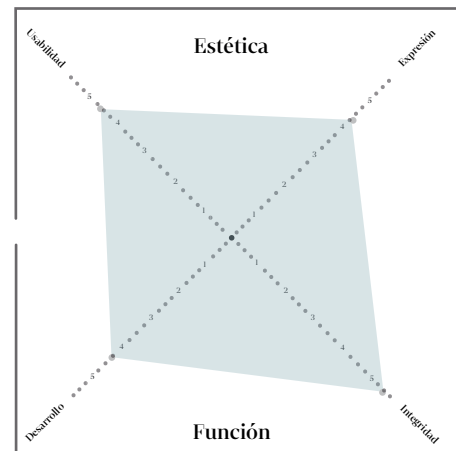


Fig. 41 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

En el diagrama de la forma, se evalúa el referente del siguiente modo: en su expresión tiene 5 puntos, ya que se visualiza el proyecto de manera clara, en su integridad, tiene 4 puntos y medio, porque está equilibrado en su forma; por otra parte, en la usabilidad, éste se caracteriza por ser accesible y de fácil comprensión, obteniendo 4 puntos y medio y en el desarrollo del proyecto, tiene el máximo puntaje, porque sirve para el desarrollo de proyectos futuros.

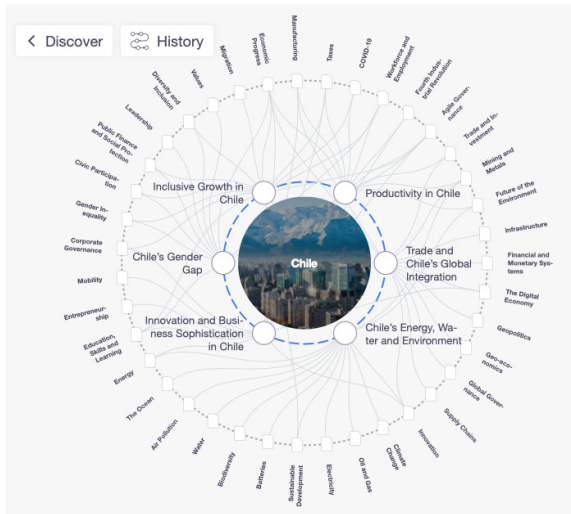


Fig. 42 Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de información de Chile.



Fig. 43 Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de información de Chile, segments do en Inclusive Groth in Chile.



Fig. 44 Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de información de Chile, con situación Covid- 19.

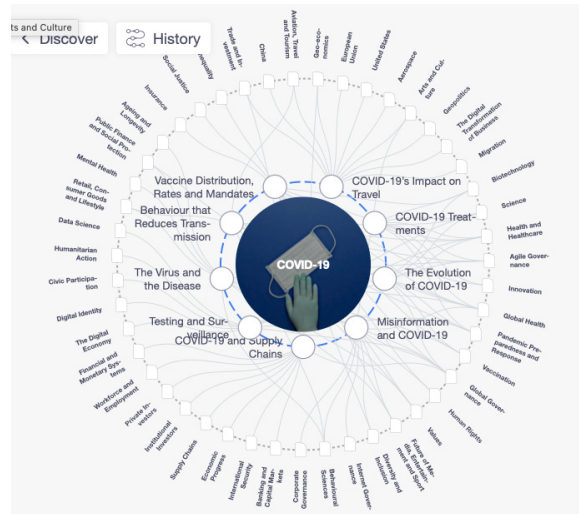


Fig. 45 Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de Covid- 19.

Infografía de armas nucleares

2011 - EEUU - Christina Cahalane

El proyecto es una infografía sobre las armas nucleares y la cultura popular estadounidense: esta pieza informativa trata sobre las armas nucleares en la cultura popular estadounidense. La mitad superior se enfoca en imágenes dentro de la cultura pop, mientras que la parte inferior cubre eventos históricos, incluida una cronología de información relevante sobre proliferación nuclear, presidentes contemporáneos y fotografías de explosiones (Cahalane, 2011).

Este referente es elegido porque sintetiza la información de una forma novedosa, utilizando diversas imágenes y además contextualiza la historia de manera histórica.



FIG. 46 Fotografía proyecto vista general de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011



FIG. 47 Fotografía proyecto vista específica de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011.



FIG. 48 Fotografía proyecto vista específica de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011.

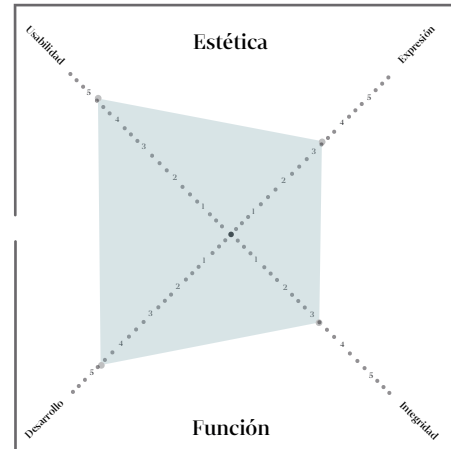


Fig. 49 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

La evaluación del proyecto de la forma, considera diversos aspectos como: la expresión que tiene 5 puntos, ya que es atractivo y llamativo a primera vista, en su integridad tiene 3 puntos y medio, pues no todo el proyecto está en equilibrio, por otra parte, en la usabilidad tiene un puntaje de 5 puntos, ya que éste es duradero y tiene un formato digital, por lo que su durabilidad es extensa y por último, en su desarrollo tiene 3 puntos y medio, porque no tiene una estrategia que va más allá.

Línea de tiempo Hospital Muñiz

2017 - B.A. Argentina - Florencia Souto

La intención de este proyecto es diseñar un dispositivo de divulgación de conocimiento, operando fundamentalmente en la puesta en valor simbólico del Hospital Muñiz (C.A.B.A), desde distintos enfoques: su valor patrimonial, su relevancia como institución fundamental de acción social de acceso a la salud pública, su relevancia como actor en la historia de nuestro país, presentación de personajes emblemáticos y su valor como referente para el abordaje de las enfermedades infecciosas (Souto, 2017).

Este referente fue elegido por la síntesis de información mostrada a través de una línea del tiempo visual, incluyendo varios factores, estadísticas e imágenes, entre otros.



FIG. 50 Fotografía del proyecto vista del principio de la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017

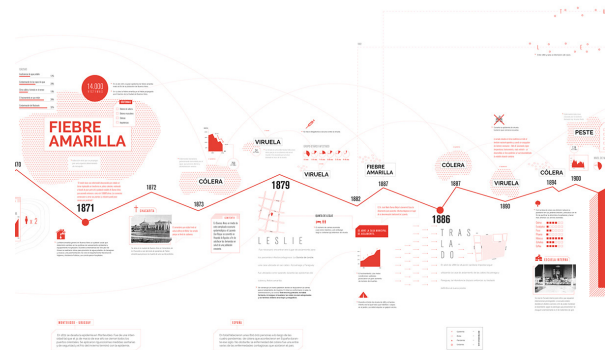


FIG. 51 Fotografía del proyecto vista la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017.



FIG. 52 Fotografía del proyecto vista la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017

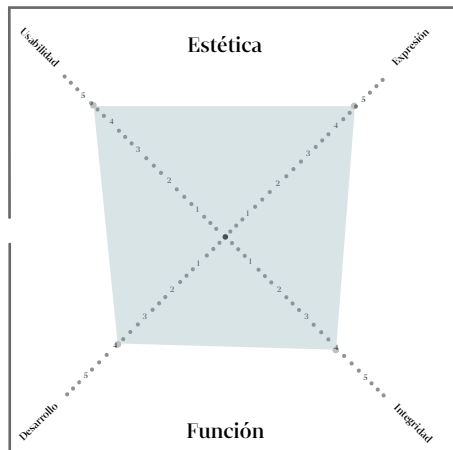


Fig. 53 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

En la expresión del proyecto tiene 5 puntos, pues tiene una buena visibilidad a primera vista, usando diferentes elementos, por lo cual logra una composición armónica, por otro lado, en su integridad también tiene los 5 puntos, ya que los elementos se integran de forma correcta, por otra parte, en su usabilidad tiene 4 puntos, ya que utiliza diferentes recursos digitales (la línea del tiempo puede estar estática o moverse) y en su desarrollo tiene 4,1 puntos, ya que es atemporal, al ser en formato digital.

Línea del tiempo de Ana Frank

Anne Frank House

El proyecto trata sobre la línea del tiempo de la vida y los acontecimientos importantes de la época en la que vivió la niña judía alemana Ana Frank: cómo crece y su diario de vida, durante la segunda guerra mundial, usando diferentes materiales multimediales como vídeos, audios e imágenes, mostrándolo de manera cronológica.

El referente fue escogido por la forma en que trabajan visualmente los diferentes elementos multimediales, cómo se componen de manera ordenada y de fácil comprensión.

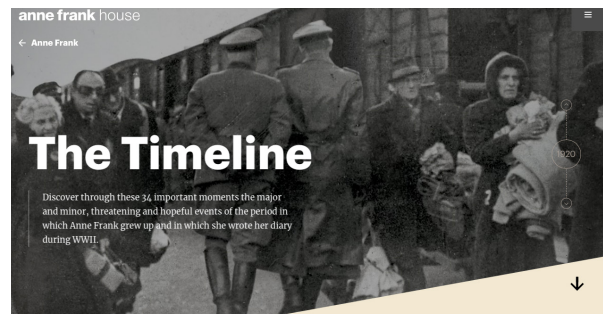


FIG. 54 Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, vista del principio.

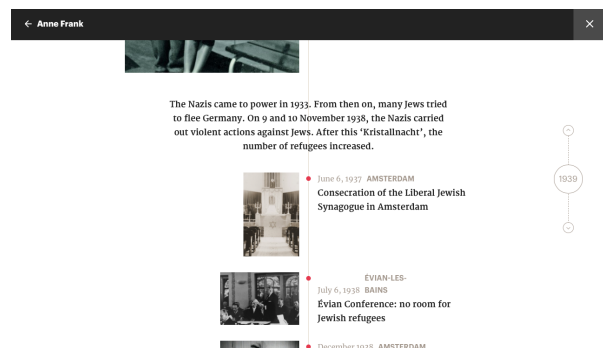


FIG. 55 Fotografía del proyecto línea del tiempo de Ana Frank, hitos ordenados de forma cronológica.

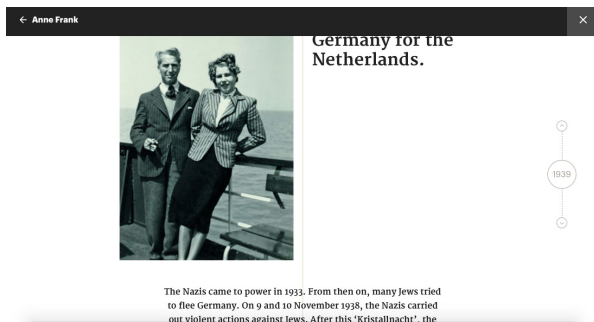


FIG. 56 Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, hito específico.

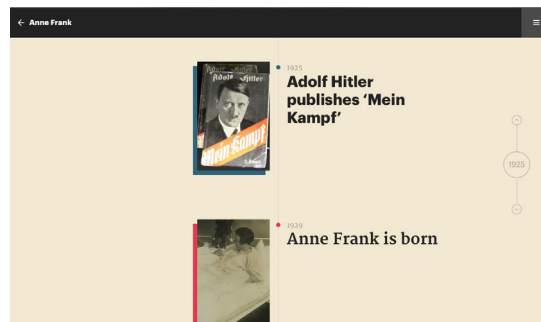


FIG. 57 Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, hitos ordenados.

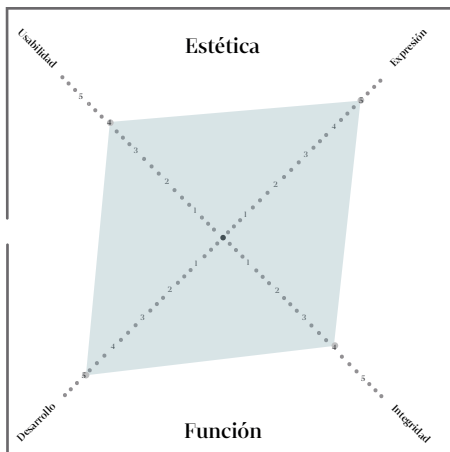


Fig. 58 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

En la evaluación de la forma de este proyecto, la expresión tiene 5 puntos, ya que la plataforma tiene fácil comprensión de uso y funcionamiento. Respecto a su integridad, este tiene los 4 puntos, porque los elementos compuestos están ubicados de forma jerárquica, mientras que en su usabilidad tiene 4 puntos, porque utiliza diferentes productos multimedia.

USA Presidents Timeline

ChronoFlo Editorial

El proyecto trata acerca de la línea del tiempo de los presidentes de Estados Unidos, elaborados por la editorial (incluir nacionalidad: es norteamericana?) ChronoFlo, la cual ofrece de manera gratuita o de pago -dependiendo el plan que se escoja-, poder hacer líneas del tiempo interactivas para subir en la misma página. La línea del tiempo mostrada como ejemplo trata de los 45 presidentes perfilados de Estados Unidos ubicados de forma cronológica, utilizando diferentes elementos como fotografías y diagramación para acentuar la información.

Este referente es elegido por el modo en que acentúa a los personajes, que en este caso serían los presidentes y cómo conecta los diferentes hitos en ellos.

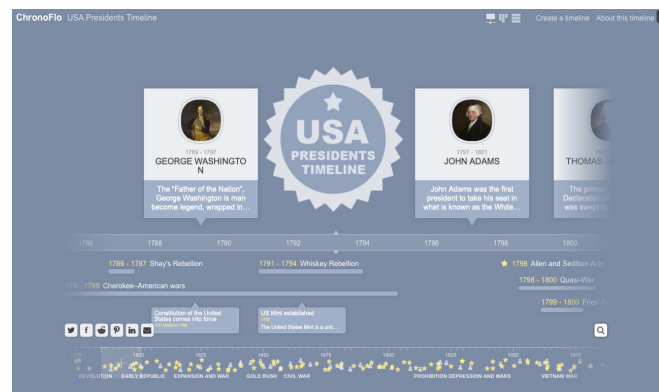


FIG. 59 Fotografía proyecto vista general del principio de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo.



FIG. 60 Fotografía proyecto ficha específica de luno de los presidentes de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo.

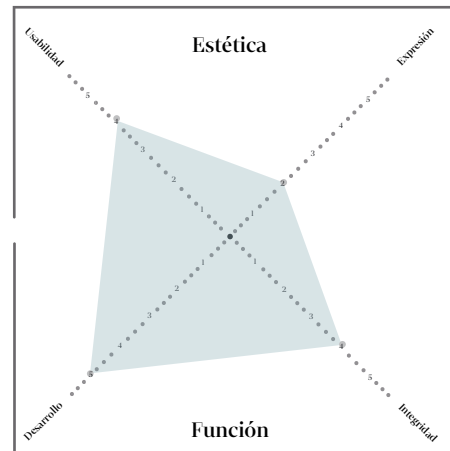


Fig. 62 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

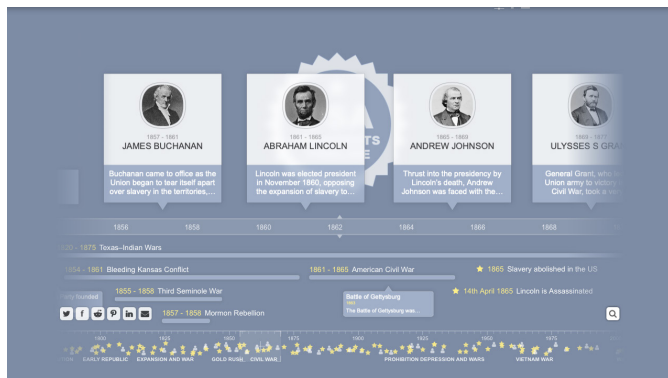


FIG. 61 Fotografía proyecto vista general de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo.

En la expresión del proyecto tiene 2 puntos, porque a pesar de tener una buena diagramación, los elementos que utiliza no son atractivos. En el ámbito de la integridad, éste tiene los 4 puntos, porque los elementos utilizados se integran bien en la composición. En su usabilidad tiene 4 puntos, ya que utiliza diferentes elementos multimediales y en su desarrollo tiene 5 puntos, ya que utiliza la tecnología y da un alcance para todo el que quiera hacer una línea del tiempo en su página web.

The Museum of the World

Museo Británico y Google Cultural Institute

Esta propuesta plantea una línea del tiempo interactiva, que abarca los diferentes continentes y culturas existentes en el tiempo, presentando interesantes objetos encontrados, a lo largo de la historia del mundo arqueológico. El proyecto abarca desde la prehistoria hasta el presente, utilizando la tecnología WebGL más avanzada existente y se pueden encontrar diferentes contenidos como los vínculos que existen entre objetos, audio y opiniones de expertos.

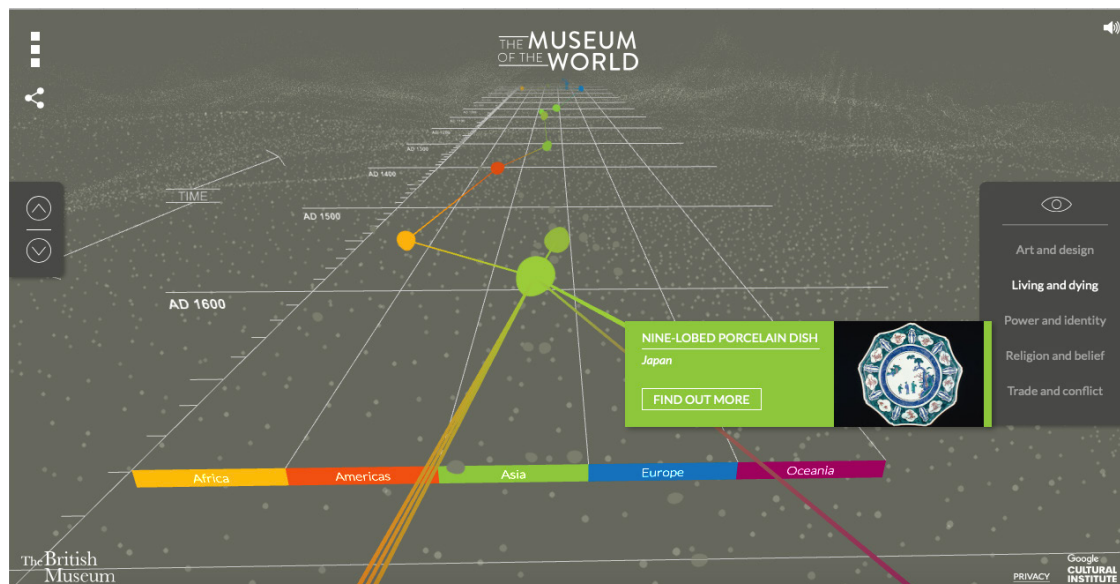


Fig. 63 Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista general con conexiones entre hitos y objetos.

Este referente es elegido por la manera en que trabajan los recursos multimedia y las conexiones entre los diferentes hitos, a través de la interactividad, lo cual es una ventaja en el área de las tecnologías utilizadas.

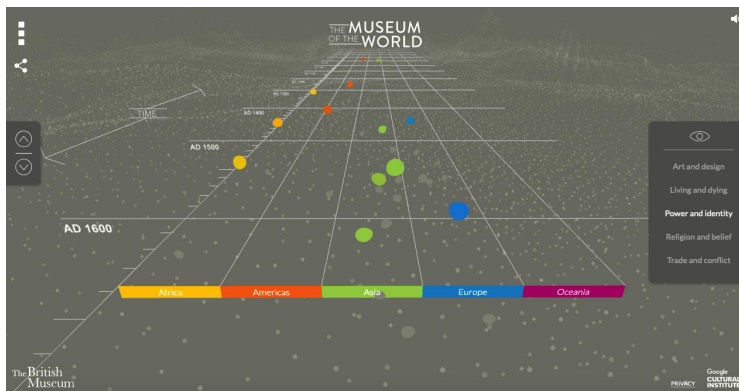


Fig. 64 Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista general.

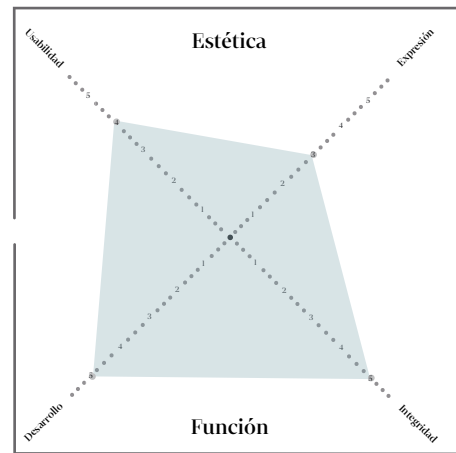


Fig. 66 Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

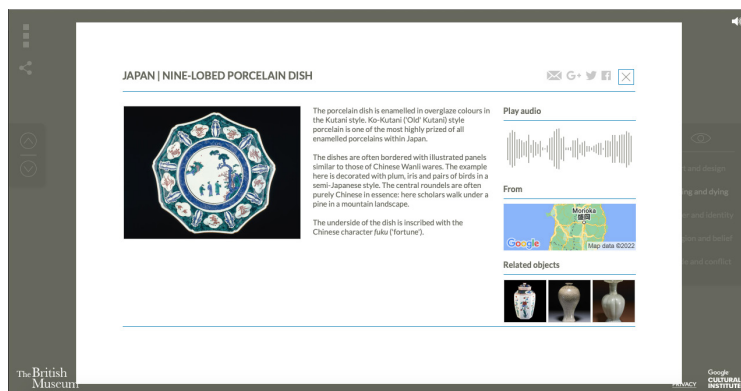


Fig. 65 Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista del objeto en particular, utilizando recursos multimedia.

La expresión del proyecto tiene 3 puntos, pues tiene una buena visibilidad a primera vista, pero no se usa de forma intuitiva, sino que requiere instrucciones previas para su uso. Por otro lado, en su integridad éste cumple los 5 puntos, ya que los elementos se integran de forma correcta y jerárquica. El ítem de su usabilidad tiene 4 puntos, ya que utiliza diferentes elementos multimediales y en su desarrollo tiene 5 puntos, ya que es a temporal, al ser en formato digital y utilizar las últimas tecnologías.

Propuesta conceptual

En la propuesta conceptual, se destacan sus características más significativas, las cuales servirán como guía para el proyecto. Estas son: informativo, didáctico e incentivo al diseño nacional.

“El legado cultural que recibimos del pasado, que vivimos en el presente y transmitiremos a las generaciones futuras.”

UNESCO de Santiago.

Manifiesto

Moda Registrada es una plataforma digital multimedia, que relaciona y anexa los hitos de la historia con la industria de la moda en el ámbito nacional, desde la década de los 60 hasta la actualidad. La forma que se utiliza es una línea del tiempo visual que sintetiza y explica los hitos más relevantes de la industria de la moda en Chile, para hacer memoria de ésta y generar un patrimonio para jóvenes creativos estudiantes de diseño de vestuario. Su propósito es aportar al vacío que existe respecto al tema, utilizando la investigación y que sea de carácter formativo, para poder apreciar el pasado, entender el presente y poder proyectar hacia el futuro.

Keywords: memoria - formativo - Nexo

Informativo

Recopila y rescata el patrimonio cultural de la industria de la moda, relaciona el contexto histórico cultural con la industria de la moda chilena.

Didáctico

Dar información para la formación y enseñanza de nuevas generaciones, más jóvenes de diseñadores de vestuario, facilitando el aprendizaje de la historia de la moda chilena, permitiendo ver el pasado, entender el presente y poder proyectar el futuro.

Incentivo al diseño nacional

Visibilizar y dar a conocer a los diferentes diseñadores de vestuario destacados chilenos y su aporte a la industria de la moda en el contexto nacional.

Esquema del proyecto

El esquema del proyecto consta de cuatro pasos. Los pasos 1 y 3 son los más importantes y están directamente relacionados. Este proceso se puede repetir constantemente. Los pasos son los siguientes:

1. Construcción del registro

Se trata de la recopilación de la información. Esta información tiene la red de actores claves (diseñadores de moda íconos) e instituciones de educación.

2. Visibilización

El segundo paso consiste en la visibilización del proyecto a través de redes sociales. En este caso, sólo se usará Instagram para divulgar el proyecto y por otra parte, también se difundirá a través de socios claves. Esta difusión tiene como objetivo conectar con las audiencias jóvenes, estudiantes de diseño de vestuario, provocarlos y engagement de estos.

3. Red de conocimiento

Como tercer paso vinculado directamente con la construcción del registro, se considera el diseño y construcción del sitio web, con una línea del tiempo interactiva. Esta apunta a entregar contenidos en base a multimedias y conectar íconos con diseñadores de moda con la historia, además de mostrar fenómenos socioculturales, económicos y políticos relacionados con la historia de la industria de la moda chilena.

4. Proyección

El último paso se refiere a la información que se actualizará trimestralmente, añadiéndose a la línea del tiempo. Además, incluye una actualización de la página web, mediante la recopilación e integración del contenido de un período determinado, aumentando el contenido y tiempo abarcado del proyecto, siendo más extenso este.

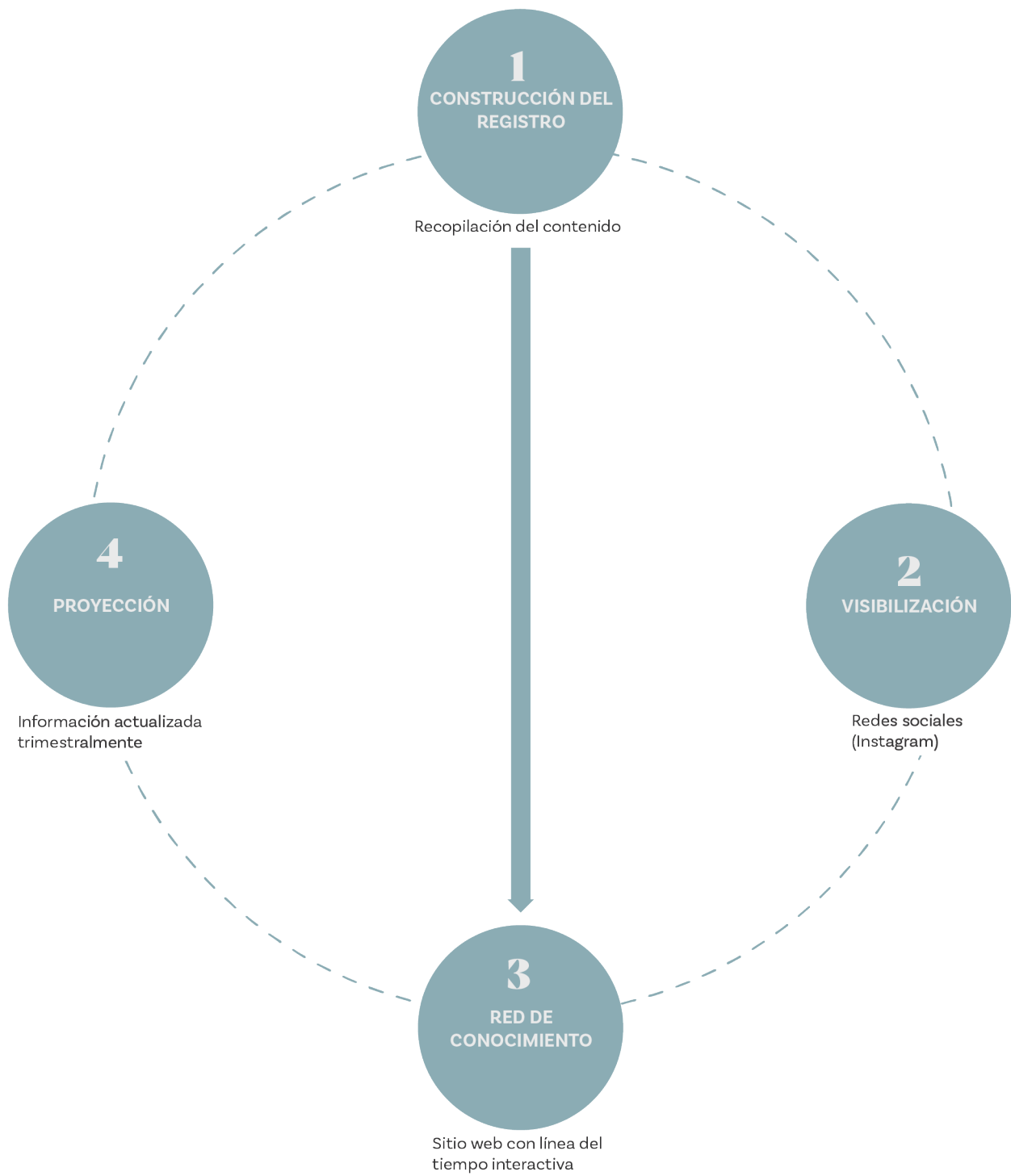


Fig. 67 Esquema del proyecto, fuente propia

Propuesta y desarrollo formal

Respecto a las capas de información que debe tener la línea del tiempo, se analizó los diferentes perfiles de egreso de las escuelas de diseño de moda y vestuario que existen a través de todo el país, para poder definir de mejor manera las áreas. Estas son: diseño regenerativo, el cual abarca las dimensiones de cultura, sociedad, economía y sustentabilidad; otra área incluye los referentes existentes, esto quiere decir, a los grandes creadores, que marcaron la industria de la moda en el ámbito nacional y en menor medida de forma internacional.

Además existen las corrientes de pensamiento, movimientos en el diseño de vestuario y tendencias y como una arista importante.

Por otro lado, están los hechos históricos del país y del mundo que influenciaron en la moda chilena con otro aspecto relevante que es la cultura, y como última área, se considera la industria de la moda nacional, que abarca los cambios tecnológicos, modos de consumo, entre otros y cómo éstos se interrelacionan y conectan entre sí.



Fig. 68 Pieza de la colección Restos del futuro de Juana Díaz (2010)

Matriz de perfiles de egreso de las diferentes escuelas de diseño de moda / Vestuario

ESCUELA	DESCRIPCIÓN DE LA MALLA DE EGRESO
AIEP Academia de Idiomas y Estudios Profesionales	El Diseñador de Vestuario es un profesional capacitado para diseñar y desarrollar soluciones de vestuario, utilizando herramientas tecnológicas asociadas al diseño de prendas de vestir. Ejercerá sus funciones considerando códigos del ecosistema de la moda, procesos de producción y factores sociales, estéticos y vanguardistas, que componen la base de un diseño consciente, articulado y original. La mención Alta Costura capacita al profesional para diseñar vestuario individualizado y producir prendas únicas para eventos especiales. También podrá desempeñarse en talleres de alta costura, centros de diseño, editoriales de moda y empresas del rubro. El campo laboral abarca, a su vez, las áreas de producción de vestuario en publicidad y cine, comunicación de moda e imagen de marca. Asimismo, podrá ejercer como consultor para el desarrollo de colecciones de moda, creador de looks de una colección o producto y asesor de imagen. Adicionalmente, podrá generar sus propios espacios de trabajo, a través de la creación y gestión de empresas asociadas al diseño y confección.
DUOC Departamento Universitario obrero campesino	Al finalizar sus estudios, el Diseñador de Vestuario estará capacitado para diseñar productos y desarrollar colecciones de indumentaria contextualizadas y orientadas al cliente y/o usuario, sistematizando una propuesta conceptual y funcional, considerando distintas tipologías de prendas y sus características técnico-productivas, mediante el desarrollo de documentación de técnica en español e inglés. Manejará herramientas para confección a medida y producción en serie, integrando gestión, equipamiento, proveedores y costos. Además, podrá detectar nichos y oportunidades para el desarrollo de proyectos, productos y/o servicios de vestuario de amplia gama, desarrollando sus propuestas a nivel comunicacional y comercial, definiendo estrategias que permitan posicionar, desarrollar y/o potenciar marcas a nivel de mercado. En su formación, Duoc UC promueve el desarrollo de personas integrales, conscientes de su dignidad trascendente, y comprometidas con las personas y la sociedad, integrando la ética, los valores cristianos y el desarrollo de las competencias necesarias para el mundo de hoy, potenciando además la capacidad de trabajar en equipo, resolver problemas así como también, la capacidad de generar ideas innovadoras, de aprender y actualizarse permanentemente. El campo laboral del Diseñador de Vestuario, contempla desarrollarse en departamentos de diseño, producción de indumentaria y complementos, en talleres y fábricas de vestuario, así como también en departamentos comerciales, visual merchandising o trade marketing. Por otra parte, podrá ejercer de manera independiente en talleres de alta costura, Industrias Creativas, Comunicación y producción de moda, gestionando proyectos y servicios de diseño, así como también en áreas de tratamiento de materiales textiles, tales como estampado, teñido, tejido, entre otros.

ÁREAS PARA LA LÍNEA DEL TIEMPO

- Tecnologías
- Sostenibilidad
- Tendencias
- Industria (materiales)

- Negocios
- Comunicación
- Innovación
- Responsable con el medio (sostenibilidad)
- Tendencias y contexto

ESCUELA

DESCRIPCIÓN DE LA MALLA DE EGRESO

INACAP

Instituto Argentino de Capacitación Profesional y Tecnológica para el Comercio

El egresado de la carrera de Diseño & Producción de Moda del Centro de Formación Técnica INACAP, está capacitado para diseñar proyectos de moda y proponer soluciones creativas en el ámbito de la producción industrial, desempeñándose en el diseño, moldaje, producción y administración de colecciones, para agregar valor en productos y servicios, a través de metodologías de creatividad, con foco en el usuario, utilizando nuevas tecnologías y medios digitales, trabajando de manera colaborativa en equipos de trabajo, actuando de manera ética y respondiendo a estándares de producción nacionales e internacionales. El egresado diseña líneas de productos de moda, proponiendo soluciones creativas según requerimientos del cliente, necesidades del usuario y condiciones del mercado, para agregar valor en productos y servicios, aplicando metodologías de creatividad y fundamentando sus propuestas. Genera soluciones de producción industrial en proyectos de moda, de acuerdo a variables técnicas, tecnológicas y presupuestarias, según requerimientos del cliente, necesidades del usuario y condiciones del mercado, respondiendo a estándares de calidad nacionales e internacionales. Administra la producción industrial de colecciones de moda, en el ámbito del retail y el diseño de autor, optimizando tiempos de producción, equipos tecnológicos, recursos disponibles, liderando equipos de trabajo.

Instituto Crearte

Especialista en Alta Costura, Patronaje y Creatividad. En nuestra Escuela de Diseño, te otorgamos las herramientas artísticas y técnicas adecuadas y perfeccionadas, para que puedas ser un Diseñador destacado o para iniciar tu "Emprendimiento". Esto es posible en 1 año gracias a nuestro sistema único de enseñanza, implementado hace 3 décadas y siempre actualizado. Utilizamos técnicas para que puedas crear Diseños innovadores con las últimas tendencias de moda, desarrollando tu talento con asesoría de profesionales. Es el programa más completo del mercado que incluye lo artístico, además de lo técnico: Alta costura y Patronaje profesional. Reconocido por las mejores empresas del rubro, además contamos con exclusivos libros técnicos especializados y profesores con experiencia. Respetamos tu CREATIVIDAD y la potenciamos proporcionándote la TÉCNICA. De esta manera, el alumno queda capacitado para enfrentar el mundo laboral de la moda en Chile o en el extranjero, con todas las herramientas necesarias que hacen de éste un buen profesional. Se orienta a la realización de diseños de Vanguardia para la Alta Costura o Pret a porter para la producción en serie, dependiendo de sus intereses. Contamos con el reconocimiento de las mejores fábricas del país que año tras año capacitan y perfeccionan a sus Profesionales.

UDD

Universidad del Desarrollo

El diseñador con mención en Diseño de Moda y Gestión aborda las problemáticas de la industria de la moda, basando sus soluciones de diseño en los Negocios, la Sustentabilidad y la Tecnología, proponiendo respuestas creativas, sostenibles e innovadoras. El dominio en procesos productivos y de representación de Moda, la exploración de nuevos materiales, así como la aplicación de la tecnología desde la ideación hasta la fabricación, junto a sus habilidades de comunicación visual, le permiten equilibrar habilidades manuales y digitales. En concordancia con los desafíos de la industria, el futuro de la moda y los valores de la Facultad de Diseño UDD, su formación académica busca impactar positivamente en la sociedad por medio de la aplicación de estos conocimientos. Vinculado a contextos internacionales, el diseñador es capaz de comprender y analizar el mercado, identificando tendencias, anticipando escenarios, formulando y gestionando proyectos, tanto para empresas del rubro como para emprendimientos propios.

ÁREAS PARA LA LÍNEA DEL TIEMPO

- Creatividad
- Metodologías
- Ética
- Tecnologías
- Contexto

- Técnico
- Creativo
- Tecnologías

- Sostenibilidad.
- Sustentabilidad.
- Tecnología e innovación
- Contexto y tendencia
- Materiales
- Negocios

ESCUELA

DESCRIPCIÓN DE LA MALLA DE EGRESO

UNAB

Universidad Andrés Bello

Diseño de Vestuario y Textil se sostiene sobre el trabajo de tres líneas de acción: El diseño relacionado con la creación de prendas, la indagación sobre nuevos materiales y la exploración de nuevos sistemas de producción para los nuevos tiempos que corren. El (la) diseñador (a) de Vestuario y Textil de la Universidad Andrés Bello es un profesional capaz de crear productos y servicios, en el campo de la moda, indumentaria y textil en distintos formatos, con responsabilidad social y medioambiental y ética. Asimismo, utiliza las disciplinas creativas como herramienta para gestionar el conocimiento a nivel local y global, desarrollando propuestas y emprendimientos desde una perspectiva interdisciplinaria. También demuestra capacidad para integrar los conocimientos teóricos, metodológicos y prácticos en las disciplinas del área de su desempeño, haciendo uso de tecnologías análogas y digitales para el diseño de soluciones, según los estándares de la cultura del diseño. Asimismo, desarrolla habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.

UNIACC

Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación

La modalidad presencial de Universidad UNIACC incluye la aplicación de tecnología y recursos didácticos en conjunto con estrategias y métodos centrados en el aprendizaje. Su infraestructura permite a sus alumnos realizar un proceso formativo exhaustivo, con exigencias que los preparan para una inserción laboral con sello diferenciador. El titulado de la carrera de Diseño de Imagen especialidad Moda, cuenta con herramientas prácticas y teóricas propias de la industria, consciente del entorno social, cultural y económico, para desarrollarse en el diseño de moda de autor y dirección de arte, logrando proponer, crear e implementar estrategias comunicacionales en las microtendencias de la moda. Considera la identidad, mediante la identificación de aspectos determinantes del ser humano, logrando un diseño contemporáneo y funcional, que permita entregar un mensaje a través de su creación, como agente de cambio social, resolviendo problemas de comunicación y atendiendo a las legítimas necesidades individuales, a través de la moda. Es un(a) profesional con una mirada transversal del diseño, que avanza junto con los cambios sociales y tecnológicos, adaptándose a ellos para comunicar y utilizarlos en la creación de productos identitarios rentables, que aporten a la industria local de manera sustentable.

ÁREAS PARA LA LÍNEA DEL TIEMPO

- Materiales
- Tecnologías
- Sostenibilidad
- Contexto
- Metodología
- Cultura
- Negocios

- Metodologías
- Sostenible
- Contexto y tendencias
- Mirada global
- Tecnología

Naming

Moda Registrada se inspira en la historia de la industria de la moda en Chile, con el fin de dejar un registro para las nuevas generaciones.



Fig. 69 Diseño de Rodrigo Valenzuela , Fotografía de Lolo Gilbert (2022)

Proceso de logo

MODA REGISTRADA

MR. MR
MODA REGISTRADA



MODA REGISTRADA

MODA REGISTRADA

MODA REGISTRADA

Fig. 70 Proceso de logo, fuente propia

Logo propuesta final:

MODA REGISTRADA



#343234

Color utilizado

Tipografía: Biblioteca Sans

Propuesta final de logo:

El logo utiliza la tipografía Biblioteca, creado para la Biblioteca Nacional por Roberto Osses, Diego Aravena, César Araya y Patricio González.

Diseñado especialmente para la institución, para gráficas corporativas y publicaciones bajo el sello de ediciones Biblioteca Nacional.

Para la creación de la tipografía esta se inspiró en la historia de Chile de la Independencia y fundación de la Biblioteca, analizando su contexto histórico, político, cultural, ideológico. Esta se asemeja al proyecto, el cual habla de la industria de la moda nacional y su historia relacionando el contexto histórico- cultural con la moda, además por ser una tipografía chilena, al igual que el proyecto de diseño que habla del diseño chileno y por su estética, al ser una tipografía con carácter.

El logo de moda registrada es un logotipo, para no quitar protagonismo al proyecto en sí, que sería la línea del tiempo, siendo este sencillo y limpio.

Arquitectura del logo



Fig. 71 Arquitectura del logotipo, fuente propia

Tipografía utilizada

Tipografía Biblioteca Sans

MODA REGISTRADA

MR Tipografía chilena, inspirada en la historia de Chile

Variación tipográfica Biblioteca

Fig. 72 Variante de la tipografía Biblioteca Sans utilizada en el logo, fuente propia

Paleta de color y tipografía

Se escogió una paleta de colores llamativos, en la que cada color representa una categoría para la línea del tiempo:

Colores base:



La paleta cromática revela una variación de colores, que responde a distintas categorías y fuentes. Apunta a un público objetivo joven, ya que le gusta explorar, por lo cual es importante ser un llamado de atención potente y atractivo. También hay un uso de colores complementarios, para reforzar el aspecto visual. La paleta cromática incluye una categoría de color sólido y las conexiones corresponden a colores en transiciones que van cambiando de tono en degradé.

Colores por categoría:



Grandes diseñadores
de moda chilenos



Industria de la moda



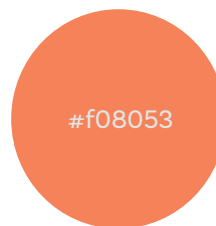
Tendencias, pensamientos
y movimientos



Contexto nacional



Contexto internacional



Diseñadores internacionales
influyentes

Tipografía

Se utilizaron dos tipografías:

1. Basic Sans

En el caso de Basic Sans, pertenece a una familia de variantes extensivas, es de carácter neutro, limpio y básico, lo cual responde adecuadamente al requerimiento que se busca plasmar.

2. Mixta didone

La Mixta es llamativa, expresiva e ideal para grandes títulos.

Ambas tipografías pertenecen a una empresa tipográfica chilena, denominada “Latinotype”, con sucursales en Santiago y Concepción y su énfasis es ser una marca tipográfica chilena con identidad Sudamericana.

Basic Sans

a a a a a a a a

Tipografía para textos

a a a a a a a

Mixta Didone

a a a a a a a a a

Tipografía para fechas y destacados

Fig. 73 Variante de la tipografías utilizadas para le proyecto (Basic Sans y Mixta Didone), fuente propia

Formato:

Diseño responsivo a diferentes formatos. En este caso, se empleará un formato vertical, que funciona bien para la navegación en la página web y también para distintos aparatos tecnológicos a los que puede acceder al proyecto.

Prototipo media fidelidad página web responsiva

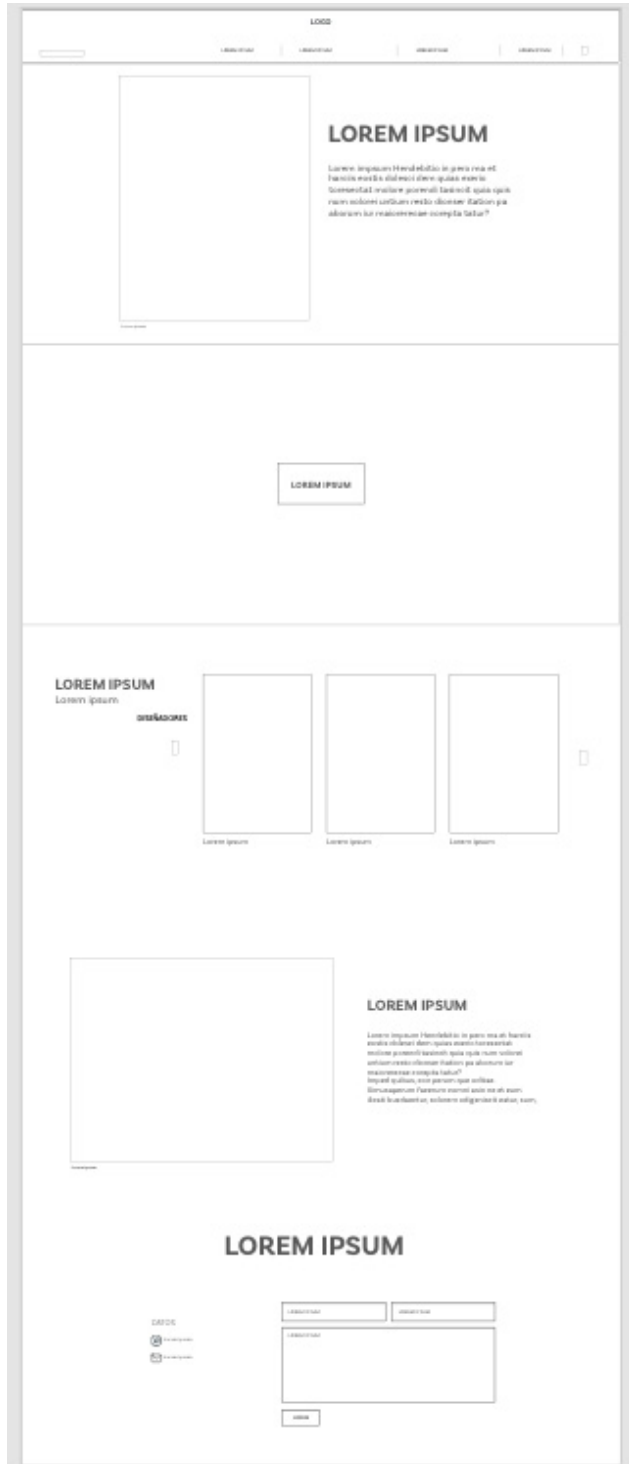


Fig. 74 Página web, prototipo de media fidelidad para computadora

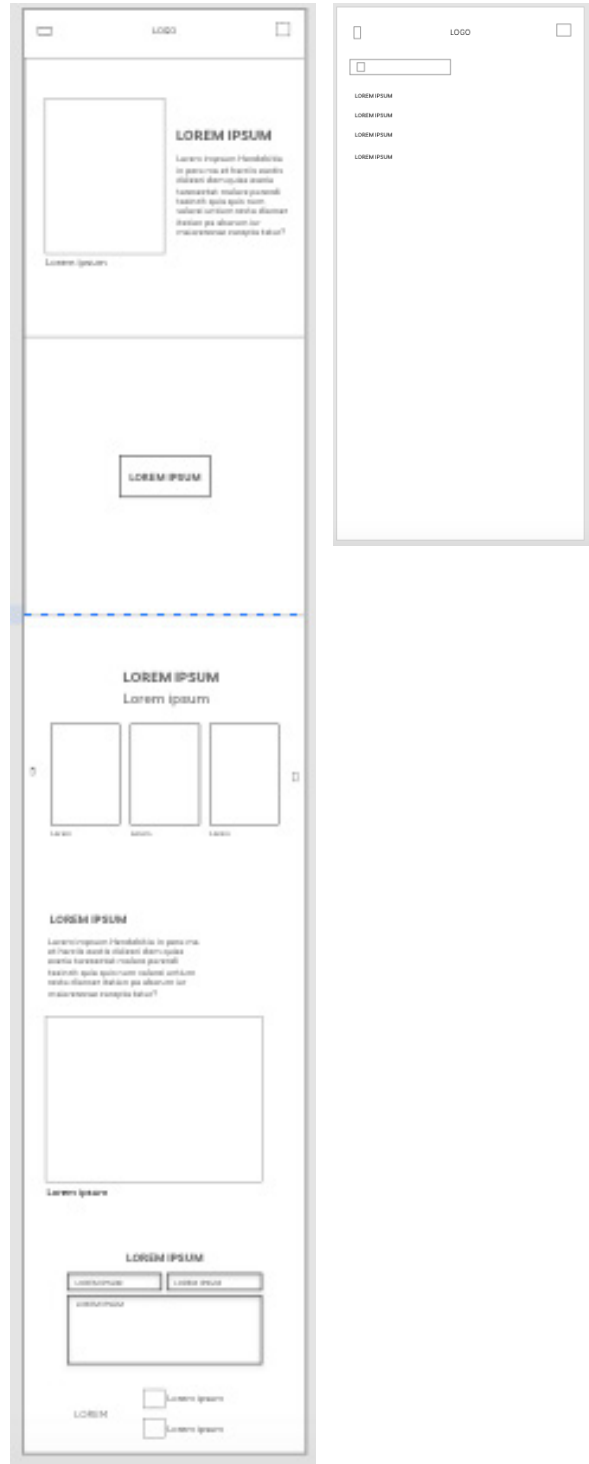


Fig. 75 Página web, prototipo de media fidelidad para celular

Página web:

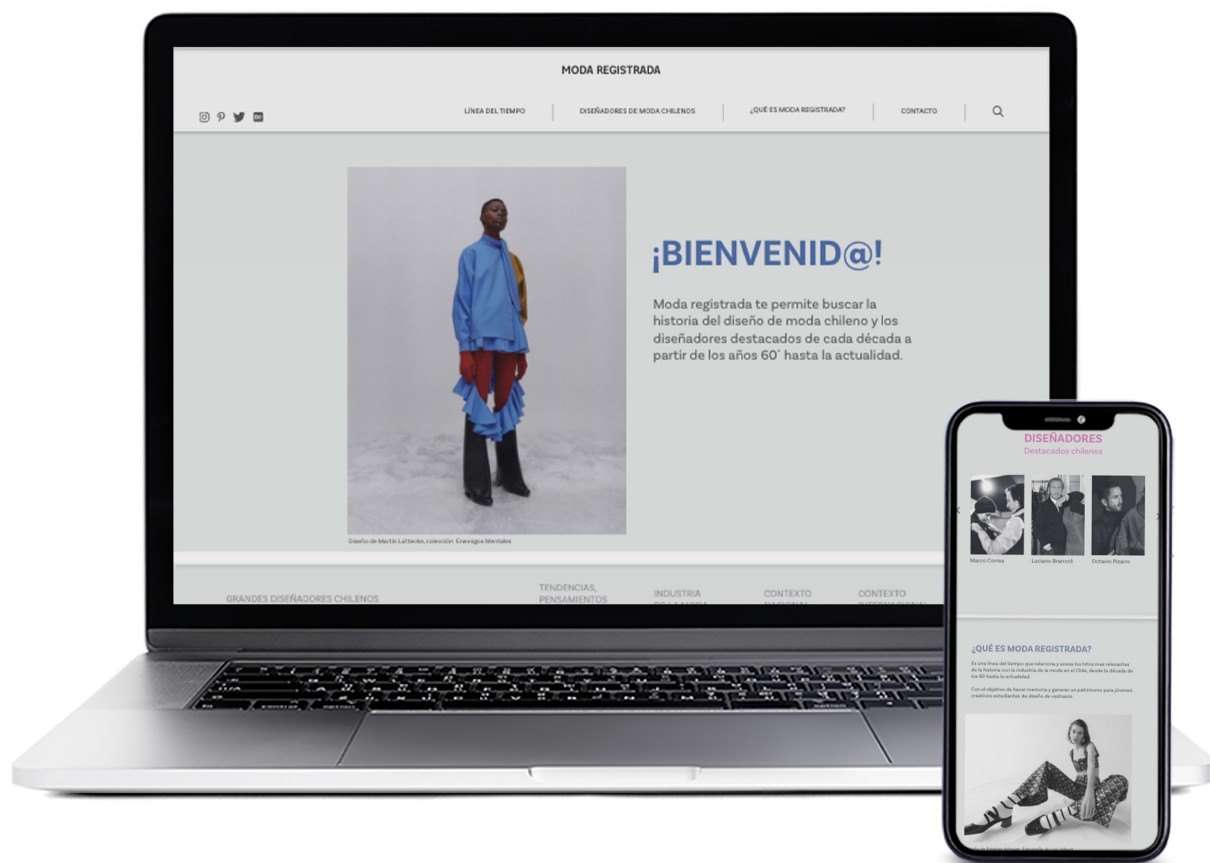


Fig. 76 Mockup de computador y teléfono para mostrar el prototipo de página web responsivo, de Freepik.

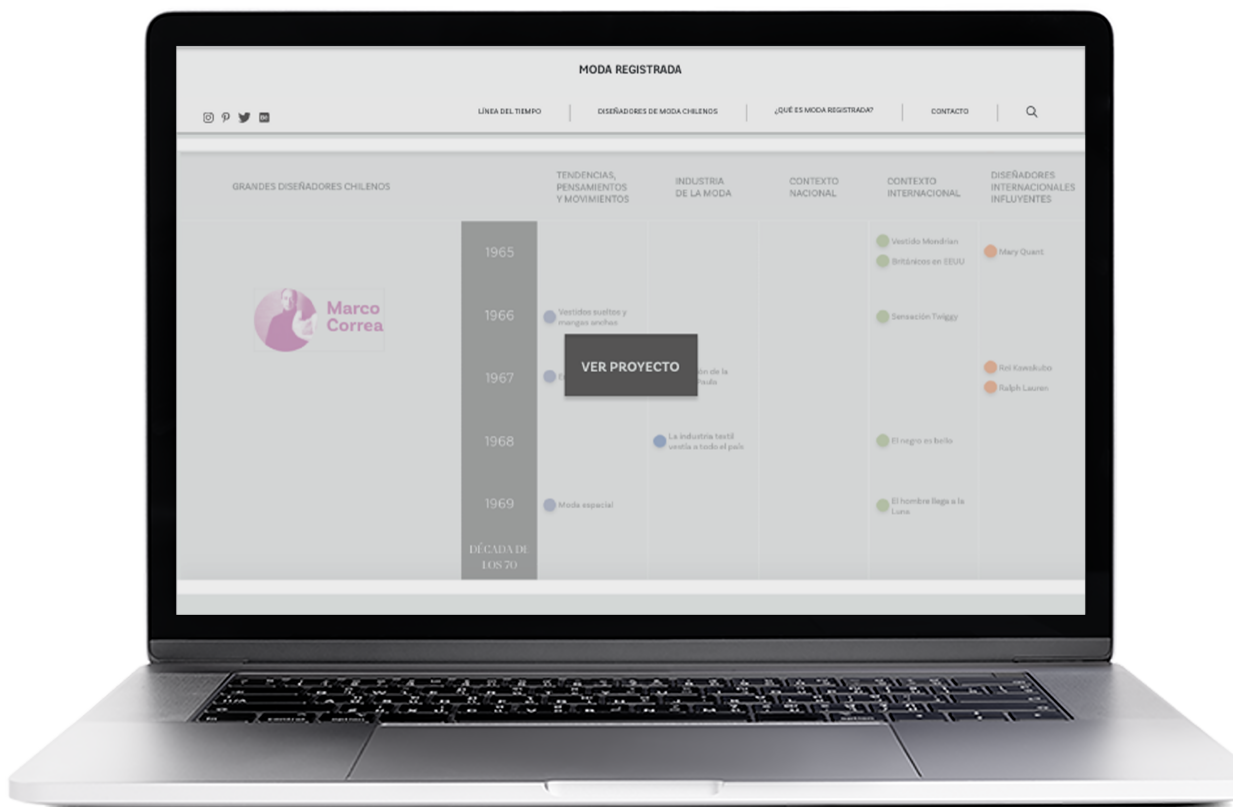


Fig. 77 Mockup de computador para mostrar el prototipo de página web responsivo, de Freepik.

Desarrollo de la línea del tiempo

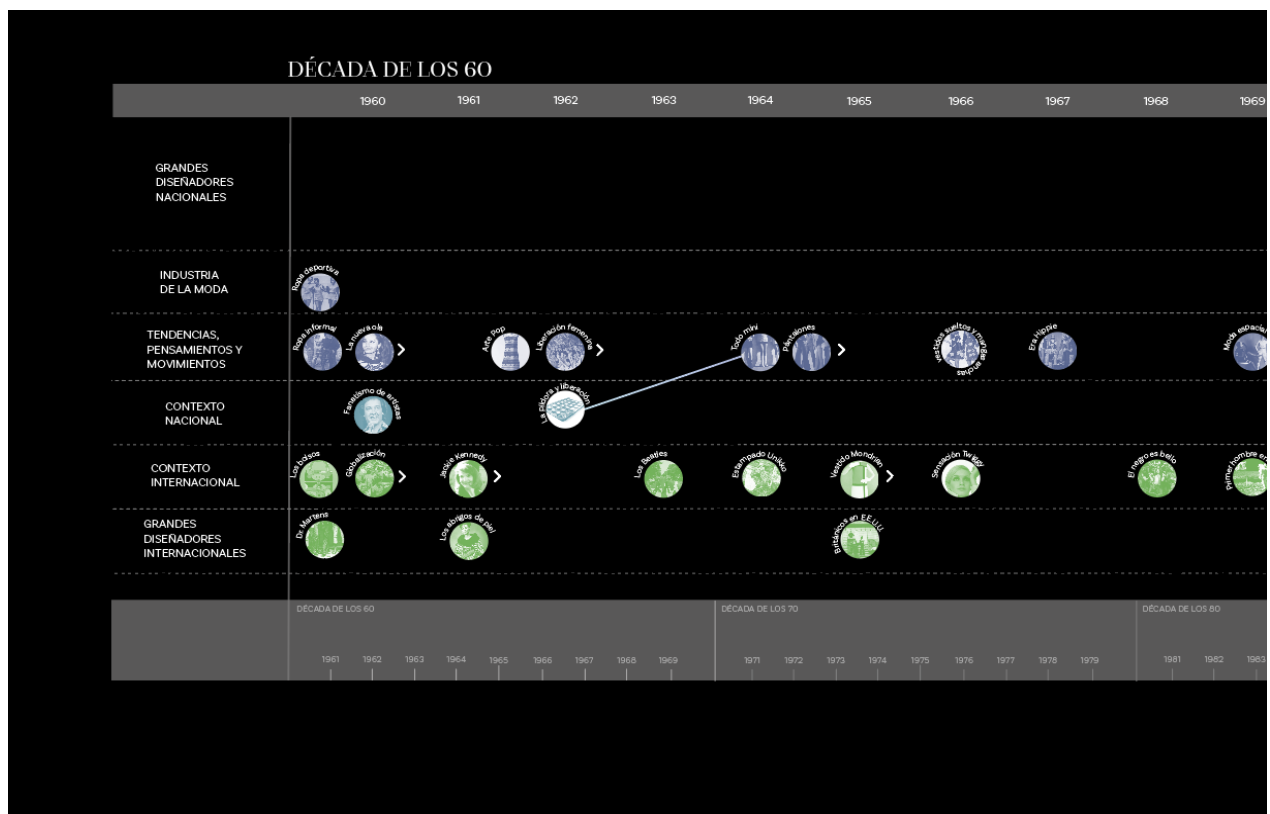


Fig. 78 Primer prototipo de la línea del tiempo, fuente propia

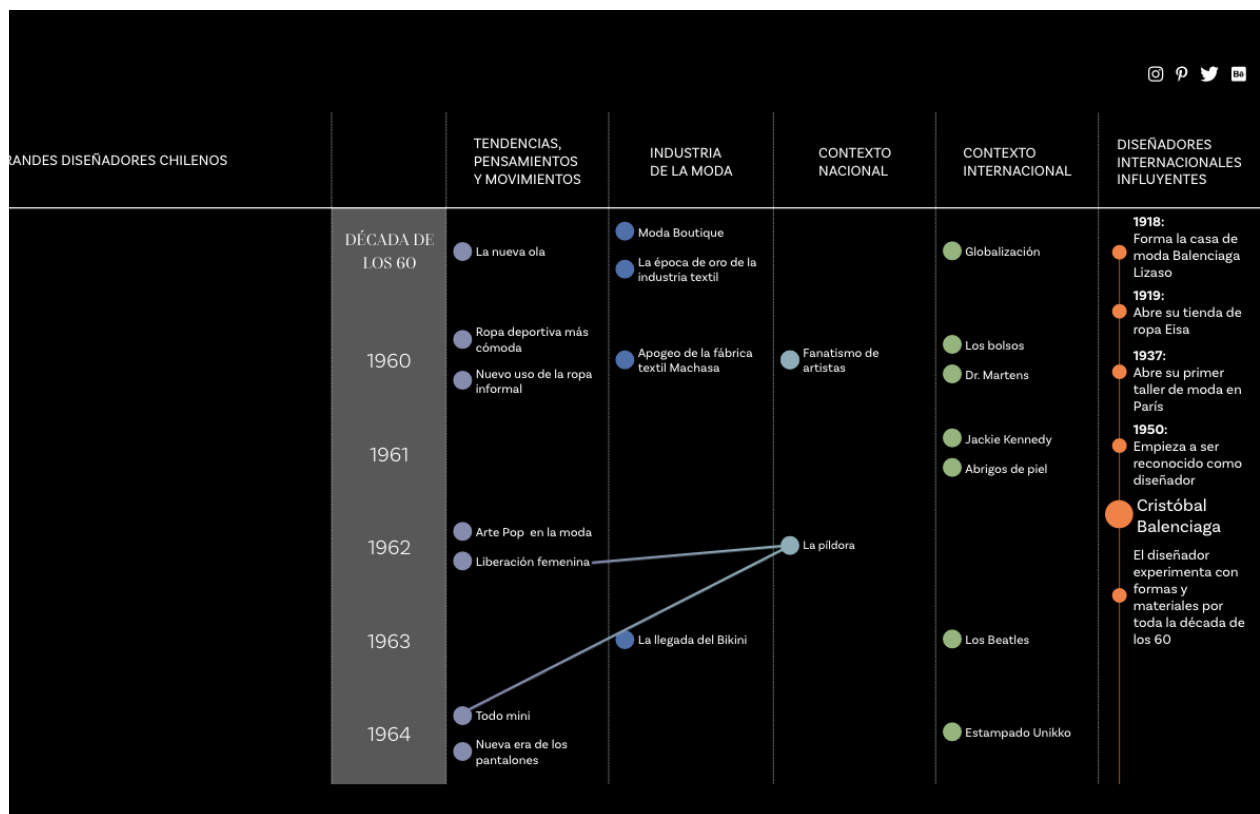


Fig. 79 Segundo avance del prototipo de la línea del tiempo, fuente propia

Prototipo final de la línea del tiempo:

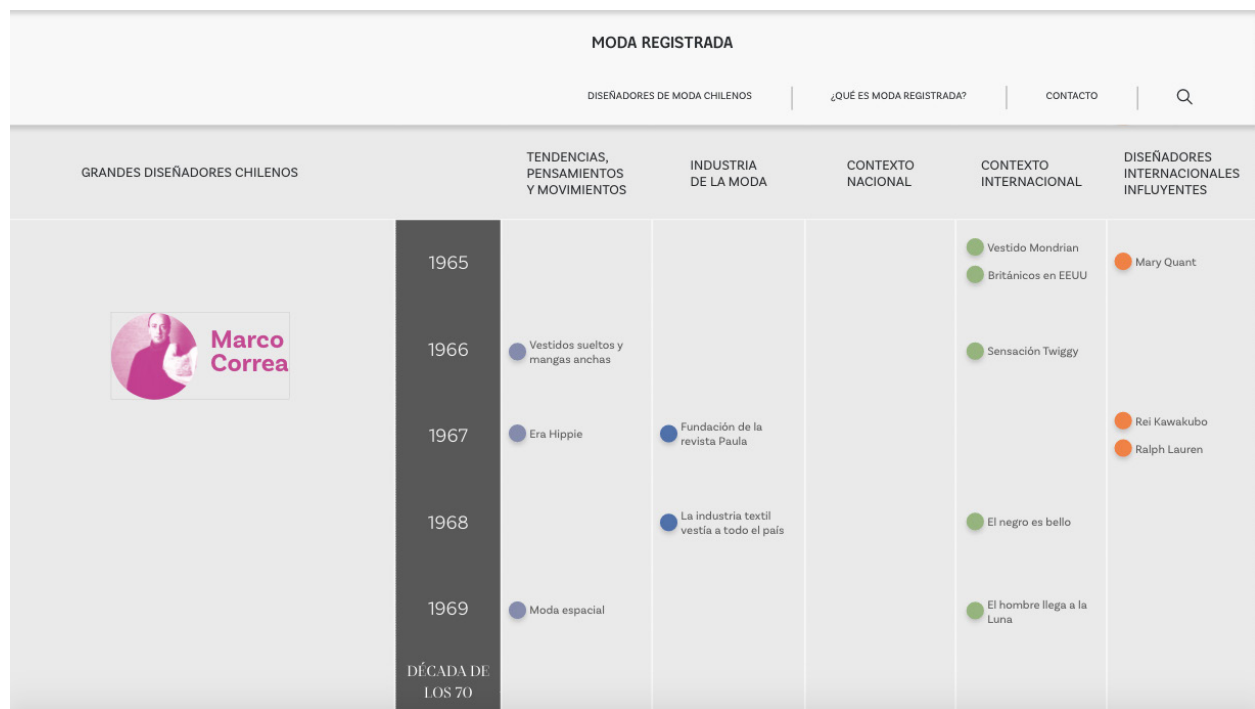


Fig. 80 Línea del tiempo, década de los 60' vista general, fuente propia

El diseño de la propuesta final está sujeta a cambios en cuanto al diseño y contenido

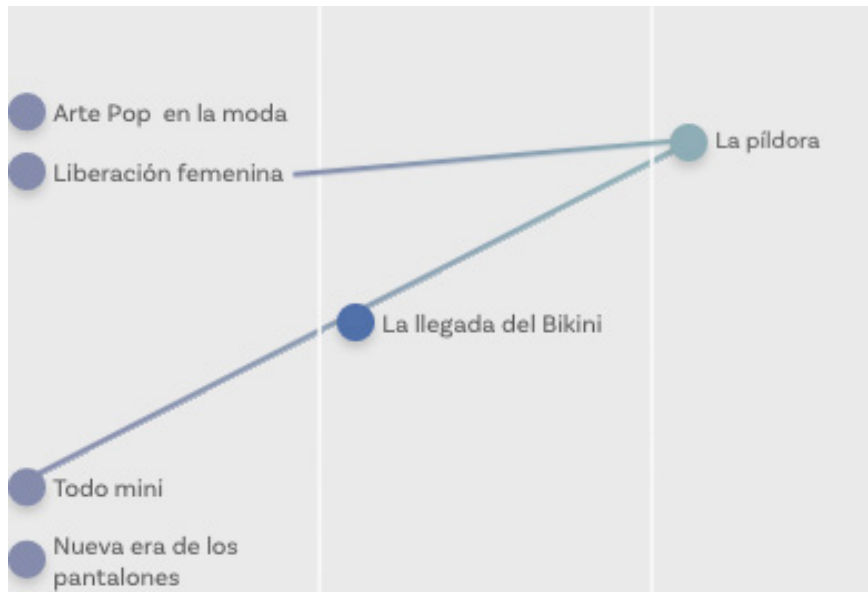


Fig. 81 Línea del tiempo, conexiones entre hitos, fuente propia

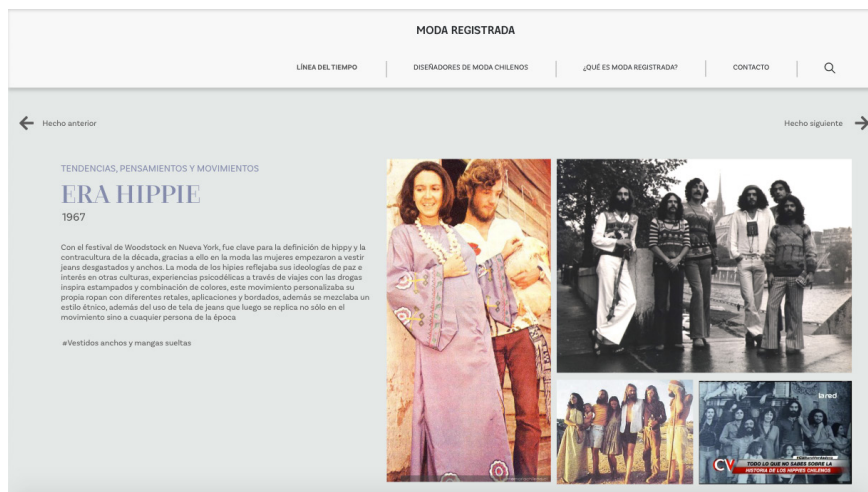


Fig. 82 Línea del tiempo, ficha específica de los hitos, fuente propia



Fig. 83 diseño de Denise Baselli para su
marca Neutro, Top Megan, 2022

Plan de negocios

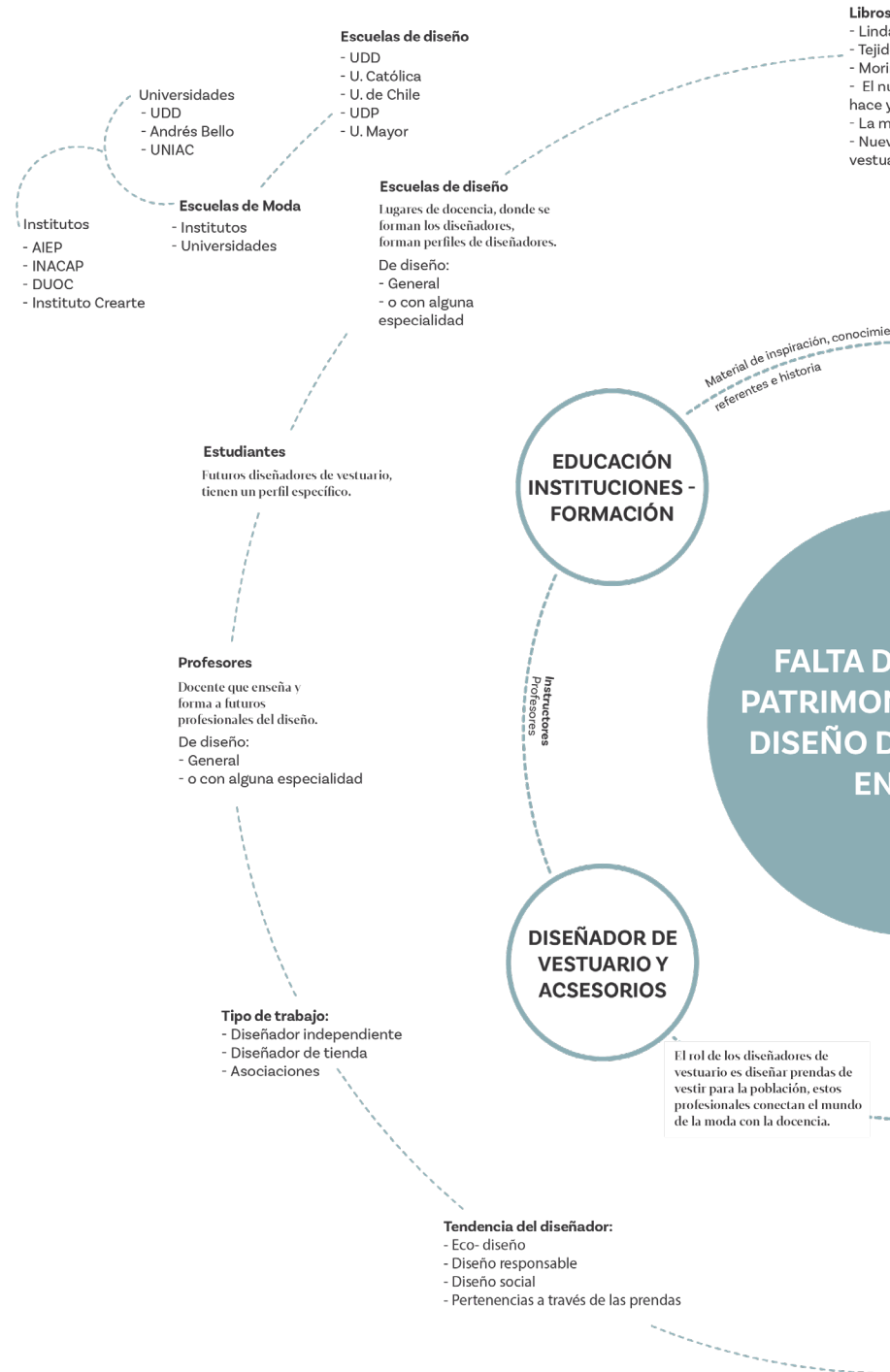
Este proyecto es de **acceso gratuito**. Se utilizará un sistema de **auspicios**, con socios claves que pueden ser empresas, basado en packs publicitarios que se actualizan trimestralmente, tanto en la información, como en el diseño.

El acceso, por ser dirigido hacia un público estudiantil, será gratuito.

Para poner en marcha se necesitan 6 meses de los cuales consisten en: Los 4 primeros meses se realizará la investigación y búsqueda de contenidos y archivos. A continuación, los dos siguientes se efectuará el diseño y la programación para subirlo en la página web.

Para su financiamiento e implementación del proyecto se postulará al FONDART, para obtener \$15 millones para la investigación, ya que para ponerlo en marcha se requiere \$7,5 millones.

Mapa de actores





Lean Canvas

PROBLEMA	SOLUCIÓN	PROPUESTA DE VALOR
1. Escaso registro de la historia de la moda nacional, limitando la información de consulta, sobre todo a estudiantes de diseño de vestuario. 2. Poca visibilidad de los diseñadores de moda chilenos, poco reconocimiento nacional. 3. Escasa variedad de formatos del registro de la historia chilena, siendo lejanos y poco frecuentados para los estudiantes de diseño de vestuario.	Plataforma digital multimedia, que relaciona y anexa la historia con la industria de la moda en el ámbito nacional, desde la década de los 60 hasta la actualidad. La forma que se utiliza es una línea del tiempo visual que sintetiza y explica los hitos más relevantes de la industria de la moda en Chile.	“El patrimonio es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación que generan productos culturales contemporáneos y futuros”.- UNESCO, Santiago Hacer memoria de ésta y generar un patrimonio para jóvenes creativos estudiantes de diseño de vestuario. Su propósito es aportar al vacío que existe respecto al tema, utilizando la investigación y que sea de carácter formativo, para poder apreciar el pasado, entender el presente y poder proyectar hacia el futuro.
ALTERNATIVAS EXISTENTES	MÉTRICAS CLAVES	
Tres libros existente que hablan de la historia de la moda chilena, dos de ellos vistos de forma política, escritos por Pía Montalva, los cuales son tejidos blandos y Morir un poco y el otro autor es Juan Luis Salinas Toledo con Linda, regia, estupenda, también existe el museo de la moda que rescata piezas iconicas y referentes internacionales como el vídeo de 100 de moda en dos minutos o libros que hablan de la historia de la moda global como el libro Moda, toda la historia de Marnie Fogg o el libro Moda historias y estilos de diversos autores	- Encuestas a estudiantes de diseño de vestuario que utilicen la plataforma para validar testeo, página web y su calidad y la información. - Estadísticas de flujo de cantidad de uso y tiempo de uso. - Popularidad en redes sociales.	
	ESTRUCTURA DE COSTOS	
	Gastos operacionales: - Socio Gestor - Dominio de página web - Hosting - Software - Mantención página web - Mantención contenido - Actualización del diseño - Banco Imagen	Inversión- puesta en marcha: - Diseñador gráfico- comunnity - Manager - Programador - Periodista - Diseñador de moda - Historiador - Tipografía (Basics Sans y Mixta)

USUARIO

“El patrimonio es fuente de inspiración para la creatividad y la innovación que generan productos culturales contemporáneos y futuros”.
- UNESCO, Santiago

El proyecto es de carácter informativo que recopila y rescata el patrimonio cultural de la industria de la moda, relaciona el contexto cultural-histórico con la industria de la moda chilena, dando información para la formación de nuevas generaciones más jóvenes de diseñadores de vestuario, construyendo la historia de la moda chilena, permitiéndonos ver el pasado, entender el presente y poder proyectar hacia el futuro.

Promoviendo y dando a conocer los valores actuales, a los que apunta el diseño de vestuario hoy en día, los cuales son moda local y sostenible.

CANALES

-Primer contacto son los socios claves para su difusión y conocimiento de la plataforma.

-Instagram como red social.

-Página web

Se llegará a través de una plataforma digital al proyecto de la línea del tiempo, que estás será multimedial.

Para momentos de uso personales, culturales y académicos.

VENTAJA ESPECIAL

“Entregando la información de forma sencilla. No existe muchísima información sobre el tema, y la que hay, no es súper fácil de encontrar.”
- Encuestado anónimo

Entregar información en una plataforma digitalizada, ya que la información que hay tiene un formato análogo. Además el formato digital es más cercano a las nuevas generaciones para consumir información.

FLUJO DE INGRESOS

- Fondo de FONDART de investigación (máx. 15.000.000), para gastos de operación y de personal.

- Venta de packs de auspicios para socios claves.

Tipos de packs:

1. Pack auspicio completo (mail, redes sociales y permanente en página web).
2. Pack auspicio 2 mail y redes sociales.
3. Pack auspicio 3 mail y permanente en página web.
4. Pack auspicio 4 redes sociales y permanente en página web.
5. Auspicio solamente de alguna de las tres opciones.

Plan de negocios

COSTOS DE INVERSIÓN Y OPERACIÓN EL PRIMER AÑO DEL PROYECTO

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	
Ingresos							
Auspicios pack completo							
Auspicio permanente página web							
Auspicio Mailing							
Auspicio redes sociales							
Total de ingresos	-	-	-	-	-	-	
Gastos operacionales							
Socio gestor	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
Dominio página web					9.000		
Hosting					500.000		
Software							
Mantenición página web							
Mantenición contenido							
Actualización de diseño							
Banco de imágenes	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	
Varios 2%	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	
Total gastos	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.614.180	-1.095.000	

* Supuesto de 4 auspiciadores contratando el pack de auspicio completo.

Los impuestos se cuentan al tener ganancias no perdidas por eso se cuenta partir del 3er años.

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	1 año
	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	7.200.000
	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	4.800.000
	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	4.800.000
	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	2.800.000	16.800.000
	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	12.000.000
	300.000			300.000			600.000
	550.000			550.000			1.100.000
	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	900.000
	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	304.180
	-2.472.000	-1.095.000	-1.095.000	-2.472.000	-1.095.000	-1.095.000	-16.413.180

COSTOS DE INVERSIÓN Y OPERACIÓN EL PRIMER AÑO DEL PROYECTO

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	
Inversión: Honorarios profesionales, puesta en marcha							
Diseñador gráfico-comunnity manager					800.000	800.000	
Programador					280.000	280.000	
Periodista	400.000	400.000	400.000	400.000			
Diseñador de moda							
Historiador							
Tipografías (Basic Sans y Mixta)					440.000		
Total de la inversión	-1.200.000	-1.200.000	-1.200.000	-1.200.000	-1.520.000	-1.080.000	
Flujo anual	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.614.180	-1.095.000	
Depreciación 3 años	161.111	161.111	161.111	161.111	161.111	161.111	
Flujo antes de impuesto	-1.256.111	-1.256.111	-1.256.111	-1.256.111	-1.775.291	-1.256.111	
Impuestos	-	-	-	-	-	-	
Flujo después de impuesto	-1.256.111	-1.256.111	-1.256.111	-1.256.111	-1.775.291	-1.256.111	
Depreciación	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	
Flujo de caja	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.614.180	-1.095.000	
Flujo acumulado	-1.095.000	-2.190.000	-3.285.000	-4.380.000	-5.994.180	-7.089.180	
FONDART de investigación	7.500.000						
Flujo con FONDART	6.405.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.095.000	-1.614.180	-1.095.000	
Flujo acumulado con FONDART		5.130.000	4.215.000	3.120.000	1.505.820	410.820	

	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	1 año
							1.600.000
							560.000
							1.600.000
							1.600.000
							440.000
	-	-	-	-	-	-	-5.800.000
	328.000	1.705.000	1.705.000	328.000	1.705.000	1.705.000	386.820
	161.111	161.111	161.111	161.111	161.111	161.111	1.933.333
	166.889	1.543.889	1.543.889	166.889	1.543.889	1.543.889	-1.546.513
	-	-	-	-	-	-	-
	166.889	1.543.889	1.543.889	166.889	1.543.889	1.543.889	-1.546.513
	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	-161.111	-1.933.333
	328.000	1.705.000	1.705.000	328.000	1.705.000	1.705.000	386.820
	-6.761.180	-5.056.180	-3.551.180	-3.023.180	-1.318.180	386.820	386.820
							7.500.000
	328.000	1.705.000	1.705.000	328.000	1.705.000	1.705.000	7.886.820
	738.820	2.443.820	4.148.820	4.476.820	6.181.820	7.886.820	7.886.820

COSTOS DE INVERSIÓN Y OPERACIÓN PROYECCIÓN 5 AÑOS DEL PROYECTO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Auspicios pack completo					
Auspicio permanente página web	7.200.000	14.400.000	14.400.000	14.400.000	14.400.000
Auspicio Mailing	4.800.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
Auspicio redes sociales	4.800.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000	9.600.000
Total de ingresos	16.800.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000	33.600.000
Gastos operacionales					
Socio gestor	12.000.000	12.720.000	13.483.200	14.2920.192	15.149.724
Dominio página web	9.000	9.540	10.112	10.719	11.362
Hosting	500.000	530.000	561.800	595.508	631.238
Software	-	840.000	890.400	943.824	1.000.453
Mantenimiento página web	600.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
Mantenimiento contenido	1.100.000	2.332.000	2.471.920	2.620.235	2.777.449
Actualización de diseño	1.000.000	2.120.000	2.247.200	2.382.032	2.524.954
Banco de imágenes	900.000	1.908.000	2.022.480	2.143.829	2.272.459
Varios 2%	304.180	396.471	420.259	445.475	472.203
Total gastos	-16.413.180	-22.128.011	-23.455.691	-24.863.033	-26.354.815

*La proyección es a 5 años por decisiones óptimas financieras, incrementado en un 6% por inflación.

PROTOTIPADO Y PRODUCCIÓN

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión: Honorarios profesionales, puesta en marcha					
Diseñador gráfico-comunnity manager	1.600.000				
Programador	560.000				
Periodista					
Diseñador de moda	1.600.000				
Historiador	1.600.000				
Tipografías (Basic Sans y Mixta)	440.000				
Total de la inversión	-5.800.000	-	-	-	-
Flujo anual	386.820	11.471.989	10.144.309	8.736.967	7.245.185
Depreciación 3 años	1.933.333	1.933.333	1.933.333	-	-
Flujo antes de impuesto	-1.546.513	9.538.656	8.210.975	8.736.967	7.245.185
Impuestos	-	-2.157.878	-2.216.963	-2.358.981	-1.956.200
Flujo después de impuesto	1.546.513	7.380.777	5.994.012	6.377.986	5.288.985
Depreciación	-1.933.333	-1.933.333	-1.933.333	-	-
Flujo de caja	386.820	9.314.111	7.927.345	6.377.986	5.288.985
Flujo acumulado	386.820	9.700.931	17.628.276	24.006.262	29.295.247
Flujo con FONDART	7.886.820	9.314.111	7.927.345	6.377.986	5.288.985
Flujo acumulado con FONDART	7.886.820	17.200.931	25.128.276	31.506.262	36.795.247
Flujo VAN	7.886.820	9.314.111	7.927.345	6.377.986	5.288.985
Valor presente 10%	20.603.340				
Tasa de retorno	138%				

CONCLUSIONES DEL PROYECTO

CONCLUSIONES

Resultados

Se hizo un testeo con personas del ámbito del diseño web y estudiantes de diseño de vestuario. Los resultados obtenidos se resumen en los siguientes aspectos:

- Resultado del diseñador web:

El diseño y la solución cumplen con los objetivos del proyecto, al ser funcionales y claros; no obstante, falta profundizar aún en el contenido de la línea del tiempo.

- Estudiantes de diseño de vestuario:

El contenido de la página web se entiende, es adecuado y tiene una navegación fluida. En una primera instancia, el diseño de la línea del tiempo es un poco confuso, pero luego que se navega en mayor profundidad por ella, se percibe como una experiencia favorable.

Testeo

Resultado general del testeo: Impacto del proyecto.

En el ámbito del medio ambiente, éste tiene 4 puntos, ya que tiene un formato digital que se puede actualizar constantemente, sin perder material físico. En el área social tiene el máximo puntaje, ya que apunta a la formación de diseñadores de vestuario en Chile. Por último, en el aspecto económico tiene 3 puntos y medio, ya que los costos del proyecto son abarcables y factibles, además de ser de acceso gratuito, respondiendo mejor al usuario (estudiantes de diseño de vestuario).

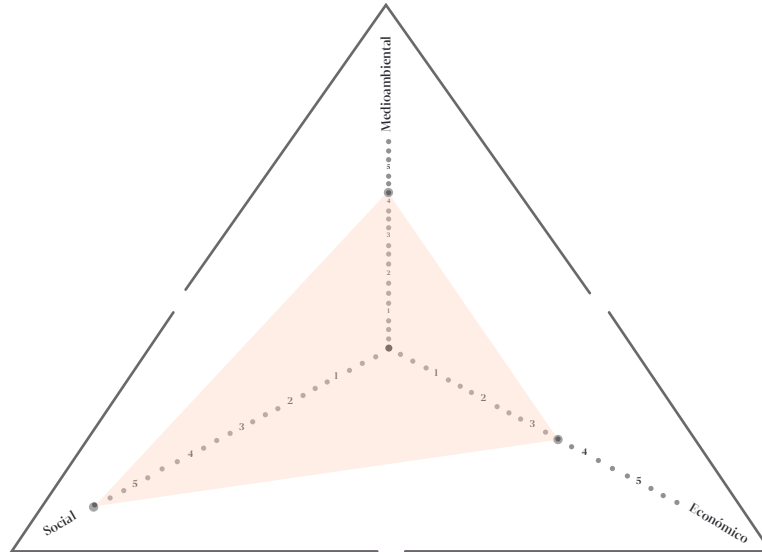


Fig. 85 Diagrama para evaluar impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto

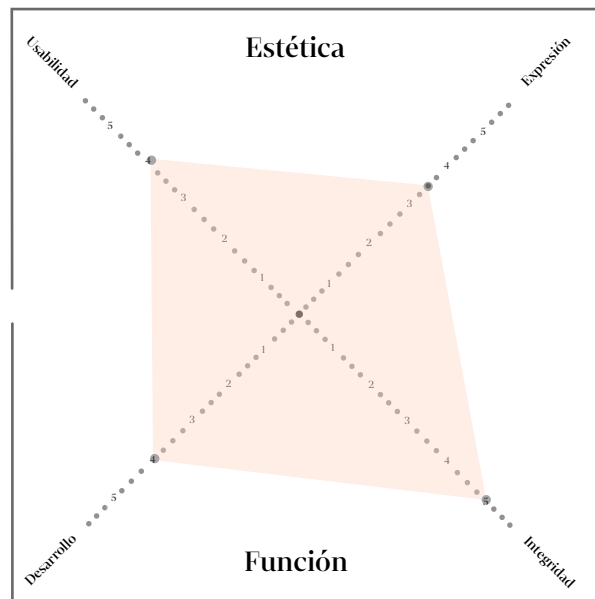


Fig. 86 Diagrama para evaluar la forma de INDEX - Diagrama de forma

Resultado general de testeo de la forma del proyecto. En la expresión este tiene 3 puntos y medio ya que la navegación de la línea del tiempo no era tan intuitivo, en el ámbito de Integridad los elementos se combinan bien y están en equilibrio por lo que tiene 5 puntos, en la parte de usabilidad este tiene 4 puntos, al ser un formato digital gratuito su accesibilidad es alta, en cuanto al contenido se debe mejorar todavía, por último en la parte de desarrollo este tiene 4 puntos por la estrategia que tiene a largo plazo, ya que esta se actualizará en el futuro constantemente, sin tener que utilizar grandes cantidades de material.

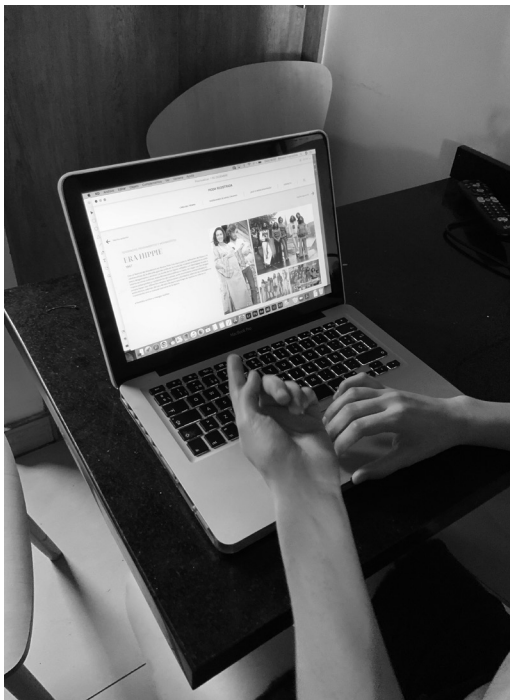


Fig. 87 Fotografía de testeo, vista de la ficha histórica
fuente propia



Fig. 88 Fotografía de testeo, vista de la ficha histórica
fuente propia

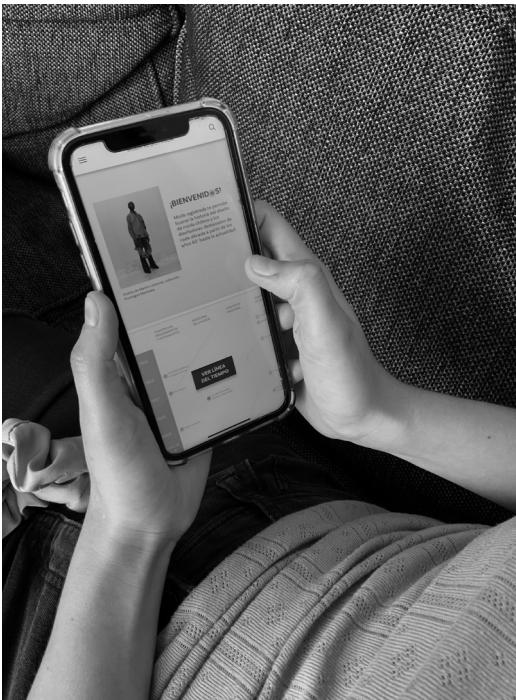


Fig. 89 Fotografía de testeo, vista de la página web, fuente propia

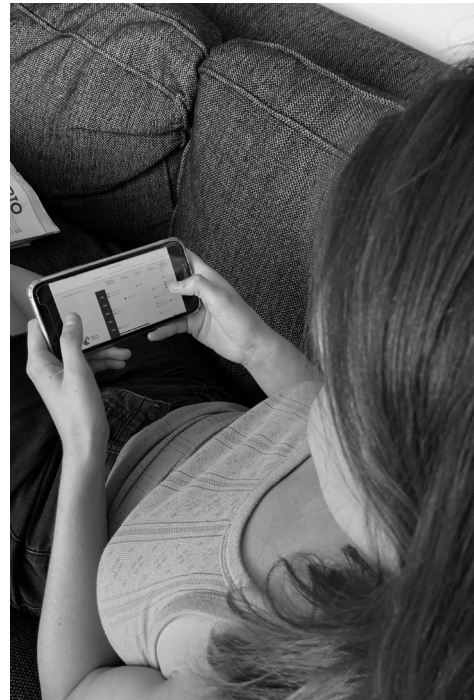


Fig. 90 Fotografía de testeo, vista de la línea del tiempo en el teléfono, fuente propia

Conclusiones del proyecto

Según los resultados obtenidos, la navegación, los contenidos y el diseño de la página web son funcionales, intuitivos y atractivos visualmente. Por otra parte, el contenido (tema?) para los estudiantes de diseño de vestuario se considera adecuado.

Proyecciones

Dentro de las proyecciones, se perfila terminar el desarrollo de la línea del tiempo -mediante el equipo de trabajo planteado en el plan de negocios del proyecto-, dejando en marcha la página web con sus contenidos y redes sociales. De esta manera, los usuarios de dicha página obtendrán la información completa acerca de la historia de la industria de la moda nacional. Con este objetivo, Moda Registrada puede aportar a la formación y difusión de los futuros diseñadores de vestuario y personas afines al mundo de la moda.

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA E ÍNDICE DE IMÁGENES

Índice de imágenes

- Fig. 1 ————— AW20.2 Enemigos Mentales de Martín Lüttecke (2020) sacada de: <https://martinluttecke.cl/collections/>
- Fig. 2 ————— Colección 2020.2 London Fashion Week de Lupe Gajardo. 2022 Sacada de de: <https://lupegajardo.com/es/pages/2020-2-london-fashion-week>
- Fig. 3 ————— Prenda de la colección Cordellate diseñado por Gabriela Farias para su marca Zurita fotografía de Juan Queriole 2022 sacada de: <https://zurita-designstudio.cl/cordellate>
- Fig. 4 ————— Viste la Calle. 2016. “Moda Chile”, el libro para reencontrarse con el diseño de autor nacional. [online] Sacada de: <https://vistelacalle.com/161319/moda-chile-el-libro-para-reencontrarse-con-el-diseno-de-autor-nacional/>
- Fig. 5 ————— Libro DV vol. 2 Nuevos creativos chilenos de Juan Pablo Fuentes 2016 Sacada de: <https://estudiopi.cl/libro-dv-vol-2-nuevos-creativos-chilenos/> Guido Vera, Prenda
- Fig. 6 ————— PATAGONIA vest argyl (rombos) - VINYLIFE ft Desserto 2022 Sacada de: <https://www.guidovera.cl/collections/vol-iv-micromundos/products/patagonia-vest-argyl-rombos-vinylife-ft-desserto>
- Fig. 7 ————— Colección Otoño Invierno 2021 de Kika Neumann 2021. Sacada de: <https://www.kikaneumann.cl/wp/> Marinello, P. (2018). Fotografía de Pedro Marinello del Museo
- Fig. 8 ————— de la Moda en Chile [Image]. Sacada de: <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2018/05/23/museo-de-la-moda-abrira-gratis-una-exposicion-por-el-dia-del-patrimonio.shtml>
- Fig. 9 ————— Revista Paula. (1970). Fotografía de la Revista Paula, de los años 70, conmemoración por parte de la tercera.cl [Image]. Sacada de: <https://www.latercera.com/paula/una-historia-moda/>
- Fig. 10 ————— Cris Miranda. (2022). Colección “Dream” inspirado en Japón presentado en la pasarela de Valparaíso de Cris Miranda: (2022) [Image]. Sacada de <https://ifafashionblog.wixsite.com/mysite/post/from-chile-to-japan-and-beyond-taking-over-the-fashion-world-sustainably>
- Fig. 11 ————— n.d. Imagen Museo de la moda. Sacada de: <https://museodelamoda.cl>
- Fig. 12 ————— Colección otoño- invierno diseñado por Pola Thomson, fotografía de Tomás Reid (2015), sacada de: <http://www.polathomson.com>
- Fig. 13 ————— Mapa de actores de la industria de la moda en Chile, elaboración fuente propia
- Fig. 14 ————— Oppliger, E., 1990. Fotografía de la fabrica Linos la Unión 1990. Sacada de: <https://www.memoriasdelsigloxx.cl/601/w3-article-98748.html> Colección Mix and Match de
- Fig. 15 ————— Octavio Pizarro Fotografía por Daniel Toledo 2022 Sacada de <https://octaviopizarro.com/collections/mixmatch/>
- Fig. 16 ————— Universidad Andrés Bello, n.d. Fotografía del Taller de Diseño de Vestuario 3: Producción Artística de la Universidad Andrés Bello. Sacada de: <https://campuscreativo.cl/examenes-diseno-de-vestuario-y-textil/>
- Fig. 17 ————— Gráfico 1, Rango etario según el último estudio realizado por el MINEDUC y encuesta realizada a estudiantes de diseño de vestuario, elaboración propia diseño de la marca
- Fig. 18 ————— Roberta por Daniela Hoehmann, fotografía de Esteban Vargas Roa (2022) sacada de: <https://www.instagram.com/p/CkLnNzgrMry/?hl=es>
- Fig. 19 ————— Gráfico 2, información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, uso de tecnología en los usuarios, elaboración propia
- Fig. 20 ————— Colección Mantra, diseño de Luis Pino, fotografía de Javiera Eyzaguirre (2021) sacada de: <https://www.neo2.com/entrevista-luis-pino-coleccion-mantra/>

- Fig. 21 — Gráfico 3, cuánto saben, información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, percepción del usuario, elaboración propia
- Fig. 22 — Gráfico 4, Información de encuestas realizadas a estudiantes de vestuario de diferentes escuelas, activistas, percepción usuario, elaboración propia.
- Fig. 23 — Trabajo editorial de L'officiel Chile diseño de la marca Munay Sisters, fotografía de Carlos Ortega (2022) sacada de: <https://www.instagram.com/p/Cjy3reCuQgQ/>
- Fig. 24 — 2012. Fotografía del museo de la moda, fotografía hecha por Teresita Pérez, sacada de plataforma urbana, 2012. Sacada de: <https://www.plataformaurbana.cl/archive/2012/07/10/guia-urbana-de-santiago-museo-de-la-moda/>
- Fig. 25 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto
- Fig. 26 — n.d. Fotografía del la exposición de volver a los 80' del museo de la moda, fotografía sacada de [rutaschile.com](https://www.rutaschile.com). Sacada de: <https://www.rutaschile.com/Destino-Detalle-Descripcion.php?N=Museo-de-la-Moda>
- Fig. 27 — 2017. Exposición “Recordando a Diana” del museo de la moda De Santiago, 2017 sacada de: FashionNetwork: <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-museo-de-la-moda-de-santiago-de-chile-presenta-recordando-a-diana-866916.html>
- Fig. 28 — 2015. Foto: Reproducción / YouTube de video de 100 años de moda. Imagen sacada de [publimetro.cl](https://www.publimetro.cl) 2015. Sacada de: <https://www.publimetro.cl/cl/teknik/2015/06/09/imperdible-asi-se-ven-100-anos-moda-minutos.html>
- Fig. 29 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto
- Fig. 30 — Fotografía del video 100 años de moda en dos minutos, fotografía sacada de UPSOCL, 2015.
- Fig. 31 — Foto: Reproducción / YouTube de video de 100 años de moda. Imagen sacada de [publimetro.cl](https://www.publimetro.cl) 2015. Sacada de: <https://www.publimetro.cl/cl/teknik/2015/06/09/imperdible-asi-se-ven-100-anos-moda-minutos.html>
- Fig. 32 — 2015. Fotografía sacada de la reproducción vía YouTube del video 100 años de moda. Imagen sacada de Malatinta magazine, 2015 Sacada de: <https://www.malatintamagazine.com/tag/100-anos-de-moda-masculina-en-3-minutos/>
- Fig. 33 — 2021. Fotografía sacada de Instagram de @pabloruizdesign, del proyecto diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021 Sacada de: <https://www.instagram.com/p/Cd80OWZuljE/>
- Fig. 34 — Fotografía sacada de Instagram del perfil del autor, del proyecto diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021 Sacada de: <https://www.instagram.com/p/Cd80OWZuljE/>
- Fig. 35 — Fotografía sacada de Instagram, diseño textil: el tejido identitario de fábrica Bellavista Oveja Tomé, 2021, <https://www.instagram.com/p/Cd80OWZuljE/>
- Fig. 36 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto
- Fig. 37 — Button, P., 2016 Behance. [online] Behance.net. Sacada de: https://www.behance.net/gallery/46789913/Items-of-Interest?tracking_source=for_you_recommendations
- Fig. 38 — Button, P., 2016 Behance. [online] Behance.net. Sacada de: https://www.behance.net/gallery/46789913/Items-of-Interest?tracking_source=for_you_recommendations
- Fig. 39 — Button, P., 2016 Behance. [online] Behance.net. Sacada de: https://www.behance.net/gallery/46789913/Items-of-Interest?tracking_source=for_you_recommendations
- Fig. 40 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma

- Fig. 41 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 42 — Intelligence.weforum.org. n.d. Strategic Intelligence. Sacada de: <<https://intelligence.weforum.org>
- Fig. 43 — n.d. Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de información de Chile, segments do en Inclusive Groth in Chile. Sacada de: <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb00000038pm0EAA/key-issues/a1Gb0000004cgyWEAQ>
- Fig. 44 — Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de información de Chile, con situación Covid-19. Sacada de: <https://intelligence.weforum.org/topics/a1G0X00000606EHUA0>
- Fig. 45 — n.d. Fotografía sacada de Strategic Intelligence de Word Economic Forum, vista general de Covid-19. Sacada de: <https://intelligence.weforum.org/topics/a1G0X00000606EHUA0>
- Fig. 46 — Cahalane, C., 2011. Fotografía proyecto vista general de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011. Sacada de: <http://Fotografía proyecto vista general de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011>
- Fig. 47 — Cahalane, C., 2011. Fotografía proyecto vista general de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011. Sacada de: <http://Fotografía proyecto vista general de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011>
- Fig. 48 — Cahalane, C., 2011. Fotografía proyecto vista específica de infografía de armas nucleares, Christina Cahalane, 2011. Sacada de: <https://www.coroflot.com/cahalane/Nuclear-Arms-infographic>
- Fig. 49 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 50 — Fotografía del proyecto vista del principio de la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017 Sacada de: <https://www.behance.net/gallery/61282085/Linea-de-tiempo-Hospital-Muniz>
- Fig. 51 — Fotografía del proyecto vista la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017 Sacada de: <https://www.behance.net/gallery/61282085/Linea-de-tiempo-Hospital-Muniz>
- Fig. 52 — Souto, F., 2017. Fotografía del proyecto vista la línea del tiempo, Florencia Souto, 2017 Sacada de: <https://www.behance.net/gallery/61282085/Linea-de-tiempo-Hospital-Muniz>
- Fig. 53 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 54 — Anne Frank House, Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, vista del principio. Sacada de: <https://www.annefrank.org/en/anne-frank/the-timeline/#key-moment-39-list>
- Fig. 55 — Anne Frank House, Fotografía del proyecto línea del tiempo de Ana Frank, hitos ordenados de forma cronológica. Sacada de: <https://www.annefrank.org/en/anne-frank/the-timeline/#key-moment-39-list>
- Fig. 56 — Anne Frank House, Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, hito específico. Sacada de: <https://www.annefrank.org/en/anne-frank/the-timeline/#key-moment-39-list>
- Fig. 57 — Anne Frank House, Fotografía del proyecto de la línea del tiempo de Ana Frank, hitos ordenados. Sacada de: <https://www.annefrank.org/en/anne-frank/the-timeline/#key-moment-39-list>

- Fig. 58 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 59 — ChronoFlo Editorial, Fotografía proyecto vista general del principio de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo. Sacada de: <https://www.chronoflotimeline.com/timeline/shared/3114/USA-Presidents-Timeline/>
- Fig. 60 — ChronoFlo Editorial, Fotografía proyecto vista general de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo. Sacada de: <https://www.chronoflotimeline.com/timeline/shared/3114/USA-Presidents-Timeline/>
- Fig. 61 — ChronoFlo Editorial, Fotografía proyecto vista general de la línea del tiempo de los presidentes de los Estados Unidos, ChronoFlo. Sacada de: <https://www.chronoflotimeline.com/timeline/shared/3114/USA-Presidents-Timeline/>
- Fig. 62 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 63 — Museo Británico y Google Cultural Institute, Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista general con conexiones entre hitos y objetos. Sacada de: <https://britishmuseum.withgoogle.com>
- Fig. 64 — Museo Británico y Google Cultural Institute, Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista general con conexiones entre hitos y objetos. Sacada de: <https://britishmuseum.withgoogle.com>
- Fig. 65 — Museo Británico y Google Cultural Institute, Fotografía sacada del proyecto Museum of the World, vista del objeto en particular, utilizando recursos multimedia. I. Sacada de: <https://britishmuseum.withgoogle.com>
- Fig. 66 — Diagrama para evaluar forma, impacto y contexto de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 67 — Esquema del proyecto, fuente propia
- Fig. 68 — n.d. Pieza de la colección Restos del futuro de Juana Díaz. Sacada de: <http://juanadiaz.cl/restos-de-futuro/>
- Fig. 69 — Diseño de Rodrigo Valenzuela Fotografía de Lolo Gilbert (2022) Sacada de: <https://www.instagram.com/p/Cjy5dNWroG9/?hl=es>
- Fig. 70 — Proceso de logo, fuente propia
- Fig. 71 — Arquitectura del logotipo, fuente propia
- Fig. 72 — Variante del logo de la tipografía Biblioteca Sans utilizada en el logo, fuente propia
- Fig. 73 — Variante de la tipografías utilizadas para le proyecto (Basic Sans y Mixta Didone), fuente propia
- Fig. 74 — Página web, prototipo de media fidelidad para computador, fuente propia
- Fig. 75 — Página web, prototipo de media fidelidad para celular, fuente propia
- Fig. 76 — Mockup de computador y teléfono para mostrar el prototipo de página web responsivo, de Freepik, sacada de: https://www.freepik.es/psd-gratis/vector-maqueta-pantalla-dispositivo-digital-computadora-portatil-telefono-inteligente-fondos-pantalla-degradados_17611603.htm#query=mockup%20pc&position=9&from_view=keyword#position=9&query=mockup%20pc
- Fig. 77 — Mockup de computador para mostrar el prototipo de página web responsivo, de Freepik, sacada de: https://www.freepik.es/psd-gratis/vector-maqueta-pantalla-dispositivo-digital-computadora-portatil-telefono-inteligente-fondos-pantalla-degradados_17611603.htm#query=mockup%20pc&position=9&from_view=keyword#position=9&query=mockup%20pc
- Fig. 78 — Primer prototipo de la línea del tiempo
- Fig. 79 — Segundo avance del prototipo de la línea del tiempo
- Fig. 80 — Línea del tiempo, década de los 60' vista general, fuente propia
- Fig. 81 — Línea del tiempo, conexiones entre hitos, fuente propia
- Fig. 82 — Línea del tiempo, ficha específica de los hitos, fuente propia
- Fig. 83 — Diseño de Denise Baselli para su marca Neutro, Top Megan, 2022. Sacada de: <https://neutrostore.cl/collections/tops-y-bodyys/products/top-megan>

- Fig. 84 _____ Mapa de actores para plan de negocios, fuente propia
- Fig. 85 _____ Diagrama para evaluar impacto y contexto de INDEX - Diagrama de impacto
- Fig. 86 _____ Diagrama para evaluar la forma de INDEX - Diagrama de forma
- Fig. 87 _____ Fotografía de testeo, vista de la ficha histórica fuente propia
- Fig. 88 _____ Fotografía de testeo, vista de la ficha histórica fuente propia
- Fig. 89 _____ Fotografía de testeo, vista de la página web, fuente propia
- Fig. 90 _____ Fotografía de testeo, vista de la línea del tiempo en el teléfono, fuente propia

Índice de imágenes de portada y contraportada

- Fig. 1 — Imagen portada, diseño de Marco Correa, Uso de Cecilia Bolloco para Miss Universo en 1987. (1987). Katarimag. photograph. Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.katarimag.com%2Fblog%2Fmarco-correa-y-el-momento-culmine-del-sistema-moda-en-chile&psig=AOvVaw3QGW8bi8yMHn0aKRcEaZDu&ust=1670278118863000&source>
- Fig. 2 — Imagen portada, diseño de Luciano Brancoli, vestido metálico para Rafaela Argandoña. Retrieved from <https://www.ar13.cl/luciano-brancoli/5-disenos-de-luciano-brancoli-que-marcaron-la-moda-nacional>
- Fig. 3 — Imagen portada, diseño de Octavio Pizarro, diseño de la colección la Piscine. Retrieved from <https://octaviopizarro.com/collections/la-piscine/>
- Fig. 4 — Imagen portada, diseño de Karyn Coó, Retrieved from <http://www.blocdemoda.com/2011/12/karyn-coo-y-la-bonanza-de-la-moda-de.html>
- Fig. 5 — Imagen portada, diseño de Lupe Gajardo, diseño de túnica llamado Westar Tunic Retrieved from <https://lupegajardo.com/es/collections/tunics/products/werstar>
- Fig. 6 — Imagen portada, Diseño de Nelly Alarcón, colección Chiloé Mítico, 2018 Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.santiagoelegante.cl%2Fnews%2Fcasacostanera-artesantias-de-chile-presenta-chiloe-mitico&psig=AOvVaw3Adu-9feZqL8iCn-sVLgYa&ust=1670282222859000&source=images&cd=vfe&ved=OCBAQjRxqFwoTCjW7KeM4fsCFQAAAAAdAAAAABAE>
- Fig. 7 — Imagen portada diseño de Rúben Campos fotografía de la pasarela Couture Fashion Week ,2009, Retrieved from <https://www.modaencordoba.com/2009/10/moda-y-tendenciadisenadores-del-mundo.html>
- Fig. 8 — Imagen portada diseño de Juana Díaz para su colección capitalismo Retrieved form: <https://www.quintatrends.com/2015/09/juana-diaz-jd-presenta-su-coleccion.html>
- Fig. 9 — Imagen portada, diseño de Ignacio Lechuga , diseño para lookbook de otoño invierno, 2014 Retrieved from: <https://www.quintatrends.com/2014/02/ignacio-lechuga-presenta-su-lookbook.html>
- Fig. 10 — Imagen portada, diseño de Matías Hernán Retrieved from: <https://www.matiashernan.com/matias-hernan/>
- Fig. 11 — Imagen contraportada, diseñador Marco Correa Retrieved from <https://www.latercera.com/paula/marco-correa-tras-la-pista-del-mas-grande-misterioso-disenador-chileno/>
- Fig. 12 — Imagen contraportada, diseñador Luciano Brancoli, Retrieved from <https://www.emol.com/noticias/Tendencias/2016/05/12/802468/Muere-Luciano-Brancoli-icono-del-diseno-de-vestuario-chileno.html>
- Fig. 13 — Imagen contraportada, diseñador Octavio Pizarro, fotografías por Falabella, 2016 Retrieved from <https://fashionunited.cl/noticias/moda/octavio-pizarro-presento-una-coleccion-para-falabella-chile-trabajo-para-son-ar-y-hacer-son-ar/2016041321157>
- Fig. 14 — Imagen contraportada, diseñadora Karyn Coó Retrieved from <https://www.latercera.com/masdeco/muy-personal-karyn-coo/>
- Fig. 15 — Imagen contraportada, diseñadora Lupe Gajardo Retrieved from https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.latercera.com%2Fpaula%2Flupe-gajardo-la-primera-disenadora-chilena-en-la-ny-fashion-week%2F&psig=AOvVaw3HuF7MMexQ1gHuJwEc7VNk&ust=1670262348013000&source=images&cd=vfe&ved=OCBAQjRxqFwoTCODy_aTC4PsCFQAAAAAdAAAAABAD

- Fig. 16 — Imagen contraportada, diseñadora Nelly Alarcón, fotografía de Alejandro Araya, Retrieved from <https://www.latercera.com/paula/nelly-alarcon-la-tejedora-la-moda-autoctona/>
- Fig. 17 — Imagen contraportada, diseñador Rubén Campos, publicado por Revista Paula, 2015, Retrieved from <https://www.facebook.com/PaulaEdiciones/photos/a.10150158268439990/10150476518764990/?type=3>
- Fig. 18 — Imagen contraportada, diseñadora Juana Díaz, Retrieved from <https://francamagazine.com/en-que-esta-juana-diaz/>
- Fig. 19 — Imagen contraportada, diseñador Ignacio Lechuga, fotografía de Lontano Retrieved from <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.quintatrends.com%2F2014%2F09%2Fciudadanos-de-la-moda-ignacio-lechuga.html&psig=AOvVaw2eljJTDgwHvStWmqOo42XX&ust=1670284400717000&source=images&cd=vfe&ved=OCBAQjRxqFwoTCICj-7WU4fsCFQAAAAAdAAAAABAJ>
- Fig. 20 — Imagen contraportada, diseñador Matías Hernán Retrieved from <https://biut.latercera.com/moda-estilo/2013/09/quien-es-matias-hernan-el-representante-chileno-en-project-runway/>

Bibliografía

- _ Abache, M. (2021). Reglas de moda que regresan con la nostalgia de los años 2000. Vogue, Tendencias. Retrieved from <https://www.vogue.mx/moda/articulo/reglas-de-moda-que-regresan-con-las-tendencias-de-los-2000>
- _ AIEP. (s. f.). Diseño de Vestuario Mención Alta Costura | AIEP | Admisión 2022. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://www.aiep.cl/carrera/diseño-de-vestuario-mención-alta-costura/57/>
- _ Alcoberro, A. (2014). Memoria e identidad en los museos de historia. Retrieved 14 September 2022, from <https://es.scribd.com/document/494357248/Formacion-Diferenciada-Comprension-Historica-Del-Presente>
- _ Arévalo, M. / Edición Andrea Martínez (2012). Los Hitos de la Moda Chilena por Pía Montalva [Blog]. Retrieved from <https://vistelacalle.com/57356/los-hitos-de-la-moda-chilena-por-pia-montalva/>
- _ Cahalane, C., 2011. Nuclear Arms infographic. Coroflot. <https://www.coroflot.com/cahalane/Nuclear-Arms-infographic>
- _ Calvo, S. (2019). II. De los años dorados del textil a su declive. Retrieved 21 September 2022, from https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/27906/1/Evolucion_de_la_industria_textil_en_Chile.pdf
- _ El Chile que viene, medios y redes sociales, enero 2022. (2022). Retrieved 19 October 2022, from <https://cadem.cl/wp-content/uploads/2022/02/Chile-que-Viene-Enero-2022-Medios-y-Redes-Sociales.pdf>
- _ Estadísticas de la situación digital de Chile en el 2020-2021. (2021). Retrieved 15 September 2022, from <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-chile-en-el-2020-2021/>
- _ Fajardo Cabello, D., 2019. Uno de cada tres chilenos está dispuesto a pagar 20% más por un producto sostenible. [online] Latercera.cl. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/uno-tres-chilenos-esta-dispuesto-pagar-20-mas-producto-sostenible/853111/>
- _ Fogg, M. (2016). Moda.toda la historia. Blume.
- _ Freire González, V. (2020, 20 mayo). La ruta del fast fashion en Chile: El impacto de la moda desechable. Doble Espacio Revista de Periodismo. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://doble-espacio.uchile.cl/2019/10/02/del-maniqui-a-la-basura-el-alto-impacto-ambiental-de-la-moda-desechable/>
- _ Gallart, V., & Mir, E. (2021). Viaje a través de la moda: Diseñadores, iconos y estilos de los siglos XX y XXI (1.a ed.). Alba Editorial.
- _ Gimenez, G. (1998). Patrimonio e identidad frente a la globalización [Ebook] (p. 16). París. Retrieved from <https://www.curriculumnacional.cl/link/https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf13/articulo16.pdf>
- _ Historia de la moda del siglo XVIII al siglo XX. (2020). TASCHEN.
- _ Infante H., M. (2014). Diseño de Vestuario e Ingeniería Civil son las carreras con mayor crecimiento salarial. El Mercurio, p. Economía y negocios. Retrieved from <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=128981>
- _ Ireland, S. (2022, 6 abril). Best Fashion Schools In The World For 2022. CEOWORLD Magazine. Recuperado 11 de mayo de 2022, de https://ceoworld-biz.translate.goog/2022/03/26/best-fashion-schools-in-the-world-for-2022/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc
- _ Kindersley, D. & Dorling Kindersley Ltd. (2019). Moda: Historia Y Estilos. Comercializadora Orc, S.A. De C.V.
- _ Martínez Collipal, M. (2020). Moda, identidad y poder: las definiciones de Pía Montalva [In person]. <https://doble-espacio.uchile.cl/2019/05/16/moda-identidad-y-poder-las-definiciones-de-pia-montalva/>
- _ Matrícula de educación superior aumenta en 2021: total supera 1.200.000 estudiantes - Subsecretaría de Educación Superior. (2022). Retrieved 15 September 2022, from <https://educacionsuperior.mineduc.cl/2021/06/08/matricula-de-educacion-superior-aumenta-en-2021-total-supera-1-200-000-estudiantes/>
- _ Medallo, C. (2017). Moda: el diseño chileno en los tiempos del retail. El Mostrador. Retrieved from <https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2017/01/07/moda-el-diseno-chileno-en-los-tiempos-del-retail/>

- _ Memoria Chilena: Portal. n.d. La moda femenina (1850-1910) - Memoria Chilena. <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-700.html#documentos>
- _ Mendiá, R. (2021, 28 agosto). Moda sostenible: 4 empresas chilenas en el mundo. La Tercera. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://www.latercera.com/aniversario/noticia/moda-sostenible-4-empresas-chilenas-en-el-mundo/S5FK7GZTYVAYJGXXYSFROT3BMY/>
- _ Montalva, P. (2004). Morir un poco. Moda y sociedad en Chile 1960-1976. Editorial Catalonia.
- _ Montalva, P. (2017). Tejidos Blandos Indumentaria Y Violencia Política En Chile (1973 - 1990) (Tierra Firme) (Rustico) (1.a ed.). Fondo de Cultura Económica.
- _ Nostalgia y rebeldía: Las tendencias de moda de los años 90 están de vuelta. (2021). Forbes México, Forbes Life. Retrieved from <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/estilo-vuelven-tendencias-de-moda-anos-90/>
- _ Parcerisa, C. (2022, 26 abril). La moda necesita ser más sostenible y estas marcas apuestan por la transformación. FashionUnited. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://fashionunited.es/noticias/moda/la-moda-necesita-ser-mas-sostenible-y-estas-marcas-apuestan-por-la-transformacion/2021042235288>
- _ Renilla, M., 2022. Qué es un insight y cómo detectarlos en el desarrollo de un proyecto UX. [online] Redbilly. <https://www.redbilly.com/que-es-un-insight/>
- _ Riello, G. (2016). Breve historia de la moda (1.a ed.). Gustavo Gili.
- _ SIES informe 2021. (2022). Retrieved 22 September 2022, from https://www.mifuturo.cl/wp-content/uploads/2021/06/Informe-Matricula-Pregrado-2021_SIES.pdf
- _ Soto, A. and Mallet, A., 2022. Moda e identidad - Google Arts & Culture. [online] Google Arts & Culture. <https://artsandculture.google.com/story/DQVR24yDV1EIg?hl=es-419>
- _ Souto, F., 2017. Behance. [online] Behance.net. https://www.behance.net/gallery/3450123/Linea-de-Tiempo-Hitos-del-Diseño?tracking_source=search_projects%7Clinea%20del%20tiempo%20del%20diseño
- _ Sposito, S. (2016). Historia de la moda : desde la prehistoria hasta nuestros días (1.a ed.). Promopress.
- _ Susana, S. (2021). Historia de la moda y el diseño argentino desde 1776. Nobuko.
- _ Toledo, J. L. S. (2014). Linda, regia, estupenda. El Mercurio Aguilar.
- _ Torres Cautivo, X., & Vial, A. (2017). Una historia de moda. La Tercera. Retrieved from <https://www.latercera.com/paula/una-historia-moda/>
- _ UNESCO Santiago. (s. f.). UNESCO- Patrimonio cultural. Patrimonio cultural. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>
- _ Bernetti, M., 2021. Fashion United. [online] Fashion United. <https://fashionunited.es/noticias/moda/soluciones-made-in-chile-para-toneladas-de-ropa-usada/202110837032>
- _ Button, P., 2016. Behance. [online] Behance.net. https://www.behance.net/gallery/46789913/Items-of-Interest?tracking_source=for_you_recommendation
- _ fashionunited.com. (s. f.). Estadísticas de la industria de la moda en Chile. FashionUnited. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://fashionunited.cl/statistics/estadisticas-de-la-industria-de-la-moda-en-chile/>
- _ Intelligence.weforum.org. n.d. Strategic Intelligence. [online] <https://intelligence.weforum.org>
- _ Irlanda, S. (2021). Best Fashion Schools In The World For 2021 - CEOWORLD magazine. Retrieved 16 March 2022, from https://ceoworld-biz.translate.goog/2021/03/11/best-fashion-schools-in-the-world-for-2021/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=sc
- _ Martínez, A. (2021, 11 noviembre). Moda. Concepto de - Definición de. Recuperado 11 de mayo de 2022, de <https://conceptodefinicion.de/moda/>
- _ Patrimoniocultural.gob.cl. 2022. Qué entendemos por patrimonio cultural. <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/que-entendemos-por-patrimonio-cultural>
- _ Vidal Berós, C. (2022). La Industria de la moda en Chile [Blog]. Retrieved from <https://enriqueortegaburgos.com/industria-moda-chile/>

Fuentes Orales: entrevistas a los diseñadores chilenos Alejandra Ruiz, Natalia Yáñez y Juan Pablo Fuentes, en Santiago de Chile, año 2022.

ANEXOS

Línea del tiempo– Fichas técnicas

Para un desarrollo más completo de la línea del tiempo que rellenaron diferentes plantillas para la información, como se puede ver en la siguiente tabla:

Ficha técnica diseñadores nacionales		
		Años
Nombre y apellido		
Nacimiento		
Formación		
Ocupación		
Trabajos destacados		
Sitio web/ RRSS		
Distinciones		
Línea del tiempo		
Otros		

Ficha técnica diseñadores internacionales		
		Años
Nombre y apellido		
Nacimiento		
Nacionalidad		
Formación		
Ocupación		
Trabajos destacados		
Sitio web/ RRSS		
Distinciones		
Línea del tiempo		
Otros		

Ficha técnica historia		
Año	Hecho	Descripción

Ejemplo:

Ficha técnica diseñadores nacionales			
		1980	1981
Nombre y apellido	Luciano Brancoli		
Nacimiento	1945 - 2016		
Formación	Diseño de Interiores en la Universidad Complutense de Madrid (España)		
Ocupación	Diseñador de moda		
Trabajos destacados	Vestido para el festival de Viña para Raquel Argandoña, vestido de novia para Cecilia Bolocco, vestido de novia para Marcela Vacarezza y vestido de novia para Marlen Olivari.		
Sitio web/ RRSS	https://es.wikipedia.org/wiki/Luciano_Brancoli		
Distinciones	Academia de Modelaje Milano Models lo distinguió en vida por sus 36 años de trabajo (2015)		
Línea del tiempo		Realización de fotografías para la revista Paula	Vestido para Raquel Argandoña para el Festival de Viña
Otros	Estudio de diseño en Malagá - Diseñador de la alta sociedad chilena y para la televisión		

**Entrevista Alejandra (Coca) Ruiz:
Santiago de Chile, 25 de marzo del 2022**

Diseñadora de la Universidad Diego Portales. Estudios en Fashion Sustainability en Parsons School of Design, NYC, USA; Certificada en Design to Improve Life por The Index Project, Copenhagen, Dinamarca; Académica responsable del Diplomado: Moda y gestión Futura de la Universidad del Desarrollo, programa especializado en estrategia y gestión sostenible para la industria de la moda. Académica de Moda y Diseño Sostenible de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo y de la Escuela de Diseño de la Universidad Diego Portales;

Actualmente se encuentra trabajando desde su estudio propio, para diversos clientes en Santiago, Buenos Aires y Nueva York.

1. ¿Crees que es importante comprender la historia del diseño de vestuario nacional para ser un buen diseñador de vestuario? ¿Cómo podría ser útil saber acerca de este tema?

La moda y muy especialmente la moda sostenible, se cultiva en Latinoamérica, Chile y toda la región, (pues) es un suelo fértil, donde los saberes ancestrales, las técnicas textiles artísticas artesanales y la creatividad abundan. El suelo latinoamericano ha inspirado a una nueva generación de diseñadores enfocados especialmente en la sostenibilidad; son firmas que promueven las prácticas éticas, conscientes y responsables, responsables especialmente con el planeta y quienes lo habitan. A lo que yo me refiero siempre como “tejidos vivos” (es) que no son solamente humanos, sino también son de flora y fauna. Instalando en tu pregunta, investigar y poner de manifiesto la historia de la moda local, genera una herramienta amplia que demuestra la increíble diversidad creativa que hay en el suelo latinoamericano y chileno particularmente y eleva la voz de las distintas comunidades; al mismo tiempo mantiene enraizados los saberes ancestrales.

2. ¿Crees que hay relación entre el contexto histórico- cultural con la vestimenta?

Está claro que no podemos hablar de moda sin hablar de cultura, porque aparentemente son lo mismo y aunque aparezcan dos temas diferentes terminan siempre siendo una sola cosa: la cultura es un conjunto de costumbres, tecnologías, procesos productivos, formas de pensar y actuar que le pertenecen e identifican a un grupo de personas que viven en una misma sociedad. La cultura es algo que define a ciertas personas, que las cohesiona y les da un sentimiento de pertenencia muy fuerte, al igual que la moda, con el que cada individuo consolida su percepción personal y también colectiva; la moda ha acompañado los cambios culturales, políticos, económicos y sociales del pueblo. Por lo mismo, es parte de la cultura junto a otras expresiones como la música, el arte, la literatura que también forman parte de esta definición de contexto; no puedo dejar de enfatizar que la moda define épocas de la historia, que por lo tanto siempre es temporal y va de la mano con los continuos cambios que reflejan la evolución del ser humano

3. ¿El vestido femenino tiene potencial para investigar para mi proyecto de título o puede haber un artículo de vestuario más interesante? (Lo elegí porque creo que representa muy bien la evolución del vestido con la historia, además de poder darle una mirada más importante a la vestimenta femenina. (Por ejemplo: el vestido antes y después respecto al voto femenino))

El vestido como prenda no hace más que remitirnos a momentos inolvidables, principalmente vinculados a ceremonias, conmemoraciones y celebraciones. Desde los comienzos de la civilización, los vestidos no han enfundado a las mujeres principalmente en este tipo de instancias, que no siempre han sido confeccionados por las mismas técnicas, pero siempre han resultado el reflejo de determinados contextos culturales: durante la prehistoria, las mujeres llevaban un traje que le llamamos pebbo, existía una túnica bien ceñida a la cintura y sujeta a los hombros, mientras que en el Antiguo Egipto destacan los vestidos de malla, por ejemplo, la Reina Nefertitis fue icono de la historia de la moda, (pues) aparecía luciendo vestidos al cuerpo de lino -una fibra evidentemente reconocible de su contexto- con pliegues muy definidos, túnicas drapeadas y si damos un paso bastante largo, el estallido de la segunda guerra trajo modelos utilitarios y vestidos mucho más austeros que sin duda aterrizaron en Chile con varios meses de diferencia; sin embargo, las chilenas no dejaron de desconocer las tendencias venideras que digamos, sobre todo las mujeres de las élites santiaguinas que tenían la posibilidad de viajar, observar tendencias y también asistir a boutiques más exclusivas que habían principalmente en Chile en Santiago. Esta moda utilitaria dominó la escena del vestido nacional hasta que en 1947, Dior irrumpió con el new look, un talle mucho más marcado, una falda amplia fruncida; los vestidos de alta costura que confeccionaba Balenciaga implican modelos con un volumen detrás muy importante.

En Chile hacia los 60's y siempre pensando en una era tremendamente contracultural, se introduce el mini vestido, con mangas largas, corte de base simple y ya (en) la década del 70' regresan a Chile los vestidos largos que evocaban la época victoriana, estampados de flores, tonalidades pasteles, mangas más románticas, globo. Y al mismo tiempo y más cercano quizás a los 80's en Chile se introducen también escotes con forma de lágrima, telas adheridas al cuerpo, grandes aberturas en la espalda. En general en los años 80's la moda de autor comienza a presentarse en Chile; recordemos además que es un período particularmente difícil en términos políticos y aun así los diseñadores fueron protagonista,, este protagonismo oscila principalmente entre transparencias, brillos, hombreras muy grandes y ya hacia los 90's el vestido de la mujer se inunda de este concepto vinculado a lo minimalista, aparecen vestidos tubos, se instaura un poquito más adelante el estilo boho- vintage que tenían modelos un poco menos desenfadados y ya hacia los 2000 con la irrupción de los medios de masa, la mujer chilena se apodera también del glamour, como una tendencia absoluta vinculada al lujo y hoy tal como partí, la moda vuelve a mirar o quizás por primera vez mira de manera muy aguda el impacto que tiene socio-ambiental y por lo que podemos hablar de una tendencia macro hacia la sostenibilidad en moda.

Libros de cabecera: Moda, toda la historia de Marnie Fogg

Entrevista Natalia Yañez:
5 de abril del 2022, Santiago de Chile

Diseñadora industrial de la Universidad Diego Portales, Máster en la dirección de Marketing directo y digital también en la Universidad Diego Portales de Santiago de Chile y Pompeu Fabra Barcelona, España.

Se destaca por ser Académica y docente con pasantía en Harvard University de USA en “Academic innovation for deep learning” y pasantía en Naba- Domus Academy en Italia en “Textiles fashion design”.

Se vincula y desarrolla directamente con la sustentabilidad, innovación social y exploración de material en el ámbito de diseño de producto y moda. Ha sido evaluadora de proyectos de Fondart del Área de diseño del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, e integrante de la Mesa de Internacionalización del Diseño Chileno. Nominada al Sello de Excelencia a la Innovación 2013. Elegida Diseñadora del año por la Revista ED 2018. Nombrada Joven Líder por la revista Sábado de El Mercurio. Expositor invitado a Tent Design durante el festival de Diseño de Londres. Expositor invitado a la Milano Design Week. Finalista en la Bienal Iberoamericana de Diseño, Madrid. Expositora seleccionada en el Museo de Artes Aplicadas de Budapest. Nominada “Black Sheep” por la plataforma de moda internacional Not Just a Label, entre otros galardones.

Fundadora de su marca homónima NY Slow Design Company -www.natyanez.com, del proyecto Importa -www.importa.cl- y de la agencia de diseño Upa!studio.

1. Como docente y parte importante de la creación de la mención de moda en la UDD, ¿Cree que es importante la historia de la moda para la formación de futuros profesionales en los diseñadores de vestuario? ¿Por qué y cómo? ¿La moda se comporta de forma cíclica?

La moda es un soporte socio- cultural. Es una representación y artefacto y sentido de pertenencia.

Es escaso, no existe sobre todo a inicios del siglo, cuando se empieza a entender y poner la industria con la inmigración (turcos) que instauró hitos de producción.

Lo que uno encuentra es la información histórica de procesos productivos, producción de algodón y lino e importación de materias primas , la introducción de nuevas tecnologías, tiene una mirada a un desarrollo económico.

El propósito desde la perspectiva de que hay muchos proyectos con referentes internacionales y es importante sobre todo en el proceso formativo, las referencias son internacionales, una plataforma de registro es súper necesario y los casos de innovación atienden necesidades locales, aprovechando recursos locales y problemas que pueden satisfacer el contexto.

Tener referencias locales es tremendamente importante, ya que las internacionales no necesariamente responden a necesidades locales.

Es importante mirar atrás y reinventar la industria.

El La post pandemia se piensa en producir, comercializar, comunicar, vender.

El 2020 generó un impacto económico exorbitante, por lo que se tuvieron que digitalizar e invertir en capitalizar algo que no estaba contabilizado incluso en su producción, control de calidad remoto, digitalización, producción remota y tecnologización con un crecimiento exponencial (según la Cámara de Comercio de ecommerce, en seis meses a un año, creció un 400% creció).

Revisión de casos locales

Fenómeno de relaciones entre grandes empresas y las pequeñas (cercanía, personalizado, inmediatez en la respuesta) La industria y el mercado se modificó.

Los casos de éxito deben ser conocidos para el proceso de formación.

2. ¿Cuáles son las tendencias en la industria de la moda, tanto internacionalmente como de forma nacional? ¿La sustentabilidad es una tendencia? ¿Qué opciones hay para llegar a la sustentabilidad en la moda (materiales, sistema de trabajos, reciclaje) de forma viable?

La tendencia (del) o de los fenómeno socio-cultural, tendencia sostenible, consumo responsable, ya no son incipientes, el consumidor y su perfil cambió desde los últimos 8-10 años, éste se preocupa del impacto.

Con el estallido social (desigualdad, equidad, empoderamiento femenino...) también han incidido en que el consumidor exija en lo medioambiental y social, es importante el comercio justo, transparencia, confiabilidad, certificados. Entendemos la sostenibilidad como medio ambiente y la dimensión sociológica, viables económicamente y sustentables en el tiempo. Lo que puede pasar en países cercanos, vecinos.

Las tendencias globales son prácticamente las mismas en Chile hoy en día. ¿porque se manifiestan estas tendencias? No somos una industria competitiva con los grandes mercados de la moda, nos toca entender cómo ser competitivos en otras aristas, diferenciación, diversidad de los recursos naturales, técnicas ancestrales, esa es la oportunidad.

Fomentar el consumo interno que es una oportunidad para una empresa social.

Industria de la moda que trabaja de forma responsable, cuero vegano (ejemplo que el consumidor está prefiriendo) e iniciativas, el contexto político (ley REB), tendencia es producción con comercios justos, amigables con el medio ambiente responsables con el medio ambiente.

3. ¿Cómo se podría mostrar de forma efectiva (o varias formas) la consulta del registro histórico de vestuario para el ámbito de la docencia y que está sea innovadora?

¿Cómo puedo llegar a las nuevas audiencias con este contenido histórico hoy?

Nuevos soportes comunicacionales, deberían ser digitales, tal vez una aplicación, time line, formato lúdico.

Un referente es Guggenheim con su juego de cartas para diseñadores, vendido como producto en la tienda del museo.

Responder a los canales de esta audiencia. podría llegar a audiencias no tan focalizadas.

Hacer un perfil, usuario y determinar el canal más pertinente.

4.¿Qué bibliografía recomendaría para la investigación?

- Juan Pablo Fuentes; Los nuevos creativos chilenos, varios tomos; Moda Indumentaria (3 tomos)
- Sofía Calvo: Mirada Sostenible
- Museo de la Moda, referidos algunas piezas como Marco Correa
- Isabel Campi
- Pía Montalva, como catastro
- Ticket de cambio, canal 13 (Luci Comineti)
- Andrea Salsman - La metáfora de la piel- el cuerpo diseñado

Entrevista Juan Pablo Fuentes:
14 de junio, Santiago de Chile

Estudió en la Universidad Diego Portales y graduado el 2003, como diseñador industrial y de productos, luego hizo un workshop en el centro de estudios Alessi en Italia en diseño de productos y diseño industrial y el 2011 estudió en la Universidad de Santa Fe of Art and Design una inmersión en un curso de inglés, En su experiencia laboral es fundador y director creativo de la tienda de diseño Comodo, fue director en la Escuela de Diseño de la Universidad de las Américas, además fue director creativo en Fuentes+, asesor creativo en VESTO y ARAUCOPOLY, director y editor en Nuevos Creativos Chilenos y director creativo y cofundador de la tienda The Qiip Shop.

1. ¿Crees que hay relación del contexto histórico- cultural con la vestimenta? ¿Si es así podrías dar ejemplos de cómo influye esto ?

Si hay contexto histórico, reflejo de la sociedad, la generación, pero en las nuevas ha sido más confuso, la gente joven ya no le es tema y se trata de vestir, existe un feísmo, demanda social a como está el mundo, a no ser felices, ahí uno se da cuenta, que no quiere convidar, no se quiere ser atractivo, está asociado al mundo que vivimos hoy, como una reflexión personal.

Hay un grito social que la sociedad está dejando de lado a los jóvenes de los 90, este grito para que nos arreglemos, si uno observa realmente la gente no se está arreglando, antes era exhibir, hoy no quiero arreglarme para que alguien me grite en la calle, esto viene de influencias extranjeras de Venezuela o Colombia.

La indumentaria exhibe al hombre más que a la mujer, esto debido a un gran cambio social, como por ejemplo series de Netflix.

No es estilo copiar, hay que salir de lo básico de la globalización.

En mi generación (44 años) fue la última generación que nos arreglamos, en mi opinión, la mujer quería ser bella y la mujer quería ser diferente, me acuerdo que en Falabella había una tendencia, hoy en día se encuentran 6 y esta se replicaba en varios almacenes.

La gente que se diferenciaba es la gente que se veía bien, hoy que hay multi modas, hoy no hay diferenciación.

La moda chilena hoy está influenciada por la moda española, donde la mujer es más masculina.

Entonces, dicho todo esto. me pregunto ¿Podemos contextualizar la moda en nosotros? Antes nos guiaba la música, antes el grunge era desarreglado pero falso, porque se compraba a grandes precios, pero hoy ¿cómo es el panorama?

Realmente ¿se reconoce como visten por el contexto o visten porque está de moda?

2. ¿Qué autores son importantes en la industria de la moda, los cuales podrías decirme, y sobre los que hablas en tu libro?

En Chile no hay ninguna persona decente que hable de moda, se describe a las personas, no se explica y da el porqué de cómo se viste.

- Guille Povestiqui (francés)- libro
- Majo Arevalo.
- Quinta Trends.
- Pía Montalva habla del pasado, no de forma actual.
- Entender bien como Franka Sociale.
- Ann Wintour de la revista Vogue, que pone una celebridad, en vez de poner una modelo con un estereotipo irreal.

Nuestra generación puede estar más contenta con su cuerpo, porque hoy día está más normalizada la belleza: hoy es uno, no una modelo, el vestuario como no el vestuario para imponer cánones normales.

Qué fuerte debe ser una mujer y la situación de afectar para estar tranquila, protegida, es muy impactante.

La identidad es con la no vestimenta, hoy en día, no con la moda que usamos. El proyecto está en la versatilidad, la masa no vive en la élite, los cánones no están en una comunidad.

¿Nosotros decimos qué nos ponemos o son los adultos (los) que dicen qué se debe poner la juventud?

Franka Sosani en su documental ubicado en Netflix, habla de la contaminación mojada en petróleo gritando a la moda, en la revista la gente que entendía era inteligente.

3. Según su experiencia, ¿cómo ha observado que ha evolucionado la industria de la moda?

A mis ojos siento que el estilo se perdió, no hay identidad.

En los 70 se veían bellos; es que eran delgados, estéticamente, porque no había comida chatarra, cuerpo sano- cuerpo delgado, uno se veía estéticamente bien. 80'-90' no seguíamos la moda, se quería salir de eso.

En mi generación hay tanta diversidad que no hay identidad, la identidad no creo que sea nuestra sino más de los adultos, como te preguntaba antes.

Hoy hay escándalo, se exagera, el mostrar los cuerpos, ese es nuestro problema. La mujer toma la decisión hoy, son más lanzadas, se visten de ancho y el hombre apitillado- el hombre ya no puede decidir, antes era cuándo, cómo, dónde y exhibe sus atributos y la mujer se resguarda.

El desvestirse es un grito de desesperación; las mujeres muestran y los hombres no. La nueva identidad en la moda es el “no vestirse”.

Por ejemplo, me parece bien que la mujer se desvista en las marchas.

O que en la serie Elite, me asombró cómo la belleza de la mujer se va viendo, y los hombres se sexualizan.

- También en las Kardashian muestran las caderas, o las Paloma Mami, ponen de moda las curvas y antes (era) visto como algo burdo y barato.

- Pero en Sex Education, ¿se revelan realmente? El único que se destaca es el afroamericano, porque se viste distinto, trayendo sus raíces africanas, habla de su origen y es una forma de revelarse.

- Vivian Weswood, es un gran ejemplo de la moda.

- En Gossip Girl antigua vs la moderna, nada que ver en cánones de belleza, antes era marca todo el rato y ahora es en base a no marca.

Las marcas hoy en día son más humanas, eso es lo que lo convierte en una buena marca.

- Zara es de población, me parece raro que en la élite de la población se vistan con eso.

4. ¿Cuáles son tus proyecciones en el futuro sobre la industria de la moda?

Con la entrada de Shein o el uso de Zara y que la élite usa, aunque digan ser conscientes con el medio ambiente, pero realmente no lo son. No me da una esperanza para el futuro de la industria.

Por ejemplo, una polera en H&m que te cuesta 9.000 pesos y que al haber ingresado a Chile con un costo de 2.000 pesos, no me entra la lógica que la gente que con recursos lo compre, porque ese precio significa contaminación y un mal pago a los trabajadores de ropa, o comprando en Shein, me pregunto ¿qué estoy pensando en la sociedad? de qué sirve comprar un híbrido y se hace 14 pedidos de Shein.

Salir a marchar y la misma leona compra en Shein, todo está mal.

¿A cuánta gente puedes transformar tú?

Diseño chileno en moda: no tengo una buena opinión, estoy preocupado porque el merchandising se ha vuelto lo más importante, se ha vuelto todo.

Si igual hay un aporte en Chile de algunos, pero nadie tiene identidad.

Y la base de un buen diseñador es que viva de lo que está haciendo.

- Karyn Coó

- Moo store

- Sebastián Del Real

- Juana Díaz

- Guido Vera no tiene identidad

- Lupe Gajardo ¿qué vende ella? Marketing: la ropa de Lupe Gajardo nadie la usa, trabajo universitario, cuando es minimalismo,

Minimalismo es hacer con lo mínimo el máximo.

- Bozza- Lastarria

- Matías Hernán ¿Dónde vive, dónde vende?
 - (Existen muy) Muy pocos diseñadores que hacen diseño no moda.
 - Paulo Mendez y Matías Zamorano- venden para la fama y no hay espacio para el marketing.
 - Galga, ropa a punto de tejido.
- Para hacer el cambio en el país y vivir de lo que hace, que se use.

Ejemplo en un mundo actual donde llega Zara, como una mujer acomodada, ver el aporte que hace Zara a la clase media.
Zara democratizó la ropa y H&m. más todavía.

La ropa es democrática y eso hizo el fast fashion, cualquier persona puede ser bella con pocos recursos, dónde está la identidad, Zara lo permitió, ¿dónde nos diferenciamos? En la educación, pero la educación no se ve. se puede interpretar cómo se puede ver la identidad en el hábitat. en el hogar, porque todavía no se democratiza.

¿La ropa tiene identidad en base al vestuario hoy en día?

- Jaime Ramírez J, Gabriel Olivares, Natalia Yañez, Magdalena Saval, Sofía Calvo, Directora de la Revista Paula
- Alguien de retail importante de ropa
- Julietta Perudi, Paulo Jiménez- Uruguay
- Gustavo Lento- Buenos Aires-
- Meche Correa- Perú — diseñadora peruana que hace alto textil, carísima 1000 1500 euros. con artesanía peruana como si fuera el valor de la artesanía francesa. eso tiene alto valor.
- Directoras de revista de moda, Ana Wintour., Ana de la Ruso de Vogue rusa, Franca Solasi (Italia).

Lo artesano en Chile es mal visto, es social y debería ser global.

MODA REGISTRADA

La historia de la moda contemporánea
en Chile y sus grandes creadores

Bárbara Fuenzalida

