	ANTEPROYECTO TRABAJO DE GRADO 1	Código:	FO-MI-001
	DOCENTES: DANIEL BUSTAMANTE BAENA MURICIO MESA JARAMILLO VERONICA MORALES GARCÍA CAROLINA CHAVARRIAGA GÓMEZ ANA MARÍA CASTAÑO GIL VALENTINA ORREGO TRUJILLO LUISA FERNANDA MONTALVO ARROYAVE	Versión:	4
		Fecha:	20-06-2 017

ESTRUCTURA INICIAL DE ANTEPROYECTO DE GRADO

LAURA DUQUE HENAO- LUISA FERNANDA RIOS MEJIA

RESUMEN DEL PROYECTO.

Realizaremos una investigación enfocada en la moda fácil y rápida que las marcas grandes y pequeñas asumieron como estrategia de venta y crecimiento, generando así distintas problemáticas ambientales y sociales que queremos tratar inicialmente como protesta gráfica ante la problemática y posteriormente proponiendo una solución que bien no extermine de fondo el problema, pero si sea una alternativa más consciente y viable.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O PREGUNTA DEL PROBLEMA

¿Cómo el diseño gráfico puede ayudar a la reducción del consumismo excesivo a través de herramientas gráficas subversivas?

JUSTIFICACIÓN

Seleccionamos el tema del fast fashion y el consumismo ya que es una problemática que atenta contra varios aspectos de la vida de las personas, como: -La contaminación, pues el consumismo hace que el ciclo de vida de las prendas sea más corto así la prenda esté en buen estado, convirtiéndolas en desechos, generando la compra excesiva e innecesaria de objetos que aumentan el uso desproporcionado de la materia prima. -Explotación laboral. Normalmente se buscan zonas donde la confección y elaboración de las prendas tenga un costo de manufactura mínimo para obtener más ganancias y vender las prendas a un precio más alto, mientras pagan a sus trabajadores un salario mísero.

Explotación infantil, puesto que esta industria lo que busca (Moreno, 2018) es producir, no la seguridad o calidad de vida del trabajador, así que se aprovechan de las necesidades de las familias de bajos recursos y aceptan a infantes en sus producciones brindándoles un trato precario. -Condiciones poco salubres y con poca seguridad laboral, muchas de estas empresas no brindan a sus trabajadores insumos de trabajo aptos como uniformes, guantes, gafas y tapabocas industriales, aun cuando estos son necesarios y obligatorios debido al uso constante y diario de productos químicos como colorantes, tintes, aceites, etc. -Riesgo de muerte en horario laboral, aparte de las precarias protecciones que les brindan estas industrias a sus trabajadores, también los lugares en donde se desarrollan muchas de

FO-MI-001

Documento de propiedad y uso exclusivo de la Universidad Católica Luis Amigó

Cualquier impresión o copia tomada de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

estas empresas textiles están en mal estado, con paredes agrietadas, techos rotos y lugares peligrosos; además hay máquinas grandes y peligrosas constantemente trabajando que pueden generar aún más accidentes sin los implementos adecuados. -Enfermedades, debido a la baja protección que brindan estas empresas a sus trabajadores y al ser la industria textil gran parte de los ingresos de los países manufactureros como Bangladesh, la mayoría de su población tiene muchas enfermedades respiratorias, puesto que usan fuertes químicos que terminan en el aire que respiran, en el agua del que beben, se bañan y del que beben los animales que crían y consumen. Es un ciclo de enfermedad y pobreza. -Pobreza, en gran parte de estos países manufactureros los salarios son míseros, esto genera un ciclo de pobreza enorme, al menos un 70% de las ganancias de estos países son de la industria textil, esto los convierte en algunos de los países más pobres del mundo.

Nuestra investigación puede generar un impacto al futuro de la sociedad, es decir va dedicado a los jóvenes, pues se pretende realizar piezas gráficas subversivas como producto final, con la intención de generar pequeños cambios en pensamientos y hábitos diarios de la sociedad que conduzcan a un consumo consciente.

HIPÓTESIS

- Correlacional

Positiva A mayor uso de artículos de segunda mano, menor es el consumismo.

Negativa A bajos niveles de pobreza, menor trabajo forzado humano.

Mixta Ante mayor consumismo, menores condiciones laborales en fábricas textiles. Incentivando desde el diseño gráfico un mayor consumo inteligente, logrando reducir el nivel de pobreza y contaminación.

ALCANCE

Con nuestro proyecto deseamos revolucionar de forma positiva a la sociedad sobre el consumo masivo y exponer todo lo que esconde la moda rápida y económica de grandes marcas, deseamos generar un impacto en el actuar y pensar de la población a la hora de comprar prendas, por medio de una recordación en el público con piezas graficas e intervenciones como murales en zonas estratégicas.

OBJETIVO GENERAL

Examinar las estrategias del marketing digital que han sido usadas para aumentar el consumismo excesivo y el fast fashion.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

3.2.1 Identificar el factor grafico que enlaza el fast fashion y el medio ambiente para así crear una campaña efectiva.

3.2.2 Construir piezas graficas que nos permitan narrar los hechos ocurridos durante la realización de prendas y explotación laboral, y así crear conciencia de este consumismo.

3.3.3 Determinar en base a los resultados del examen de estrategias que elementos del consumismo caen en el ciclo de vida del producto y obsolescencia programada.

MARCO TEÓRICO

Inicialmente debemos tener un contexto sobre el área en el que desarrollaremos el proyecto la cual es el diseño gráfico, esta es una profesión que se encarga de plasmar gráficamente información con un fin específico para transmitirse de una forma más amigable y directa, esta nos ayuda en todas las áreas de la vida cotidiana, incluso desde las señalizaciones en las calles, hasta folletos

FO-MI-001

Documento de propiedad y uso exclusivo de la Universidad Católica Luis Amigó

Cualquier impresión o copia tomada de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

informativos que nos obsequian en la calle, el diseño gráfico tiene diversas ramas y funciones en nuestro caso lo usaremos para difundir nuestra investigación y conclusión para obtener la atención de personas que desde su convicción puedan hacer un cambio que favorezca a la mejoría de la problemática que deseamos tratar.

Con nuestra investigación buscamos introducirnos en el mundo del consumismo específicamente en el área textil, una de nuestras necesidades humanas vitales que es cubrirnos el cuerpo con prendas para diferentes climas y así sobrevivir, pero con los años y la constante evolución del pensamiento y de las necesidades, esto pasó a ser una gran industria creciendo a niveles inimaginables, ofreciendo a los compradores diversas opciones para comprar prendas y así no solo sobrevivir sino también encontrar un estilo propio con el que se sientan seguros y cómodos, ya que las prendas de vestir son bastante importantes a la hora de construir nuestra identidad, carácter y autoestima, así mismo es necesario entender cuáles son las necesidades humanas para abordar el consumismo, el economista chileno Max-Neef (1993, Chile) diferencia cuáles son las necesidades axiológicas y existenciales, lo cual nos lleva a la conclusión de que una necesidad puede requerir de diferentes satisfactores.

Sin embargo, con este gran crecimiento de las marcas textiles este ámbito se ve afectado por la gran cantidad de competencia en el medio y la constante preocupación de estar a la par de la evolución de la moda y sostenerse económicamente para no desaparecer en el mercado y dejar a tantas personas sin trabajo se ven en la obligación de elaborar estrategias para sostener e incrementar sus ventas sacando y cambiando.

constantemente prendas para diferentes temporadas, incentivando a los usuarios a comprar constantemente prendas que no necesitan pero que no pueden evitar comprar para estar a la moda y seguir patrones de conducta que les permita pertenecer a una comunidad u otra, pues entre más compradores estén dispuestos a comprar más prendas sacaran las marcas para poder responder a esta “necesidad”.

Detrás de muchas grandes marcas que se encuentran circulando en el mercado que se catalogan como fast fashion o moda rápida la cual se distingue por tener una inmensa variedad y precios muy asequibles se esconde una realidad que a simple vista no se ve, pero existe; la explotación laboral, explotación infantil y junto con estas la contaminación ambiental, así mismo como nos dice Carlota Vidal Díaz (2019, Bogotá) Este trabajo forzoso infantil, que se produce especialmente en las fábricas textiles, se convierte en un tema tabú al que muy pocas empresas hacen frente, transformándose en una cuestión muy controvertida y perjudicial para las mismas.

Cuando vamos de compras y vemos que los precios son extremadamente económicos no pensamos en lo que puede haber detrás sino en llevarnos 3 de los mismos porque sus precios son demasiado buenos, pero detrás de esas precios económicos puede haber una mano de obra muy mal pagada en un sector muy vulnerado lleno de pobreza y carencia que cualquier retribución monetaria es aceptada sin protestar, pero que siguen siendo miserias que no cubren ni la mitad de sus necesidades y que a parte no se tienen condiciones salubres ni mínimamente humanas para laborar en ellas, también se ha evidenciado un gran problema por esta misma necesidad de las personas de bajos recursos de conseguir dinero para sobrevivir y es la explotación infantil en la que

infantes son obligados a trabajar para así recibir algo de dinero y poder seguir consiguiendo grandes trabajos por precios tristemente bajos, como nos plantea Icaria Milenrama (1999, España) toda esa presión económica repercutirá directamente, en los salarios, en los sueldos, en los sindicatos.

Por otro lado, el medio ambiente se ve altamente afectado ya que constantemente se requiere de materia prima que suministra la naturaleza para poder confeccionar esta gran cantidad de prendas diariamente, gasto que no se retribuye en ningún momento al mundo, solo se consume sin pensar en consecuencias a futuro, cosa que no pasaría si tuviéramos un pensamiento más consciente a la hora de consumir cualquier tipo de artículo puntualmente a la hora de comprar ropa y las marcas no pensarán solamente en el crecimiento a nivel económico sino también en el impacto medioambiental y en el mundo en general, Laura Sofia Rojas Montaña (2020, Bogotá) afirma que esta es la industria con la mayor huella de carbón en el ambiente. “Según un estudio de la Fundación Ellen McArthur, tras un período de uso corto, el 86 % de la ropa se tira a vertederos o se quema.

Por eso buscamos con nuestra investigación abordar el tema desde distintos ángulos y generar un incentivo de valor que motive a las personas a comprar con conciencia, a reutilizar y dar a conocer grandes problemas sociales que no evidenciamos desde la comodidad de nuestros hogares.

ESTADO DEL ARTE O ANTECEDENTES

Moda ética para un futuro sostenible

El libro “Moda ética para un futuro sostenible” (2014, Barcelona , España) es útil para nuestra investigación ya que la autora Elena Salcedo nos plantea cómo alargar la vida de la prenda, como aprovisionarse de tejidos de menor impacto, atender a las certificaciones de las materias primas, asegurar condiciones laborales dignas. En el día a día del trabajo en la industria de la moda entran en juego un sinnúmero de procesos y decisiones donde es posible posicionarse y apostar por el nuevo paradigma del desarrollo sostenible.

Moda sostenible

El autor Gwilt Alison en el libro de “Moda Sostenible” (2014, Barcelona , España) nos habla sobre cómo introducir estrategias sostenibles en cada uno de los pasos que configuran el proceso de diseño y producción de moda. Partiendo del día a día del trabajo en la industria de la moda, Alison Gwilt se detiene en las diferentes tareas y en la toma de decisiones que se producen a lo largo del desarrollo de una colección de moda para ofrecer consejos y alternativas prácticas que apuesten por un enfoque sostenible.

Estudios de moda en Colombia

El libro “Estudios de la moda en Colombia” (2022, Bogotá , Colombia) nos ayuda en nuestra investigación pues nos habla más desde las experiencias y creencias, puntualmente los autores Edward Salazar Celis, Ima Esther Poveda Núñez nos relatan que reconocen los diferentes caminos que han existido en Colombia para hablar de este tema: experiencias investigativas y reflexivas desde las pedagogías y la práctica del diseño, el periodismo narrativo y crítico como una forma

fundamental del análisis de la moda en el país, la voz del sector productivo de la moda, así como las miradas históricas, sociológicas y culturales que beben de la larga tradición de las ciencias sociales.

Más conciencia nuevos ciclos

En el estudio “Cíclico – más conciencia, nuevos ciclos” (2018) Granda, M., Vallejo, L. & Gonzalez, S. nos habla sobre un proyecto que difunde un pensamiento crítico que permite cuestionarse por formas de consumo más responsables, reconoce las prácticas que se llevan a cabo en la construcción de prendas que consumimos con total transparencia.

La moda justa

El autor D. Riezu, Marta nos cuenta en la publicación “La moda justa” (2021, Madrid, España) responde a una doble acepción. La primera se refiere a tener en el armario la cantidad justa de ropa, la suficiente, la proporcionada. A huir de la voracidad. La segunda habla de elegir lo íntegro, lo producido en un contexto digno, en formas con las que nadie salga perdiendo.

METODOLOGÍA – INVESTIGACIÓN

Metodología mixta

La presente investigación está dentro de la metodología mixta, conformada por ambas clases investigativas: cualitativa y cuantitativa. Cada una de estas clases se encarga de identificar dos tipos diferentes de resultados, los datos cuantitativos, están encargados de recopilar datos concretos, como las cifras, estos datos son estructurados y estadísticos, y brinda un camino para llegar a conclusiones generales de la investigación. Además, los datos cualitativos usualmente se usan para recoger información más puntual, intentando descubrir un aspecto, pero no en medirlo. Y esto se compone por las impresiones, las opiniones y la perspectiva que posee cada persona en particular de forma individual y subjetivamente.

1. Planteamiento del problema Se describirá el proyecto y problema a investigar, el cómo esta inició y porqué surgió.
2. Recolección de insumos teóricos y gráficos sobre el fast fashion visto desde el punto de vista del diseño gráfico; por medio de herramientas cualitativas y cuantitativas (entrevistas, sondeos, lectura de trabajos de grado, maestría, artículos, etc.).
3. Análisis y conteo de los datos recopilados Se realizará el conteo, promedios, y análisis de los datos tanto cualitativos como cuantitativos.
4. Propuestas y prototipos de soluciones Se generarán lluvia de ideas y conceptos funcionen como posibles soluciones a la problemática planteada. Luego crearemos y diseñaremos bocetos a partir del concepto hasta tener tanto de forma visual como conceptual el mapa para realizar la pieza final.
5. Ejecución del plan seleccionado Se ejecutará el plan de acción para realizar el mural o pieza gráfica final.
6. Resultado final Resultados finales
7. Conclusiones al respecto del proceso y resultado final, comparaciones y debates Después de un tiempo de que el resultado final está listo y en marcha, se llegará a las conclusiones sobre el resultado final y su efectividad frente a la necesidad que se planteó, esto a través de comparaciones y debates.

FO-MI-001

Documento de propiedad y uso exclusivo de la Universidad Católica Luis Amigó

Cualquier impresión o copia tomada de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

METODOLOGÍA - PROYECTUAL

Método sistemático de Bruce Archer

Fase Analítica

Nuestra problemática está enfocada en el fast fashion visto desde un punto de vista gráfico subversivo. El cómo este afecta nuestra sociedad día a día de diferentes maneras. Se realizó una recopilación de datos, artículos, libros, trabajos de pregrado, etc. de repositorios de universidades nacionales e internacionales al igual que otras páginas web. Estos datos recopilados se ordenaron y analizaron para poder comprender la problemática a la que nos enfrentamos y así poder buscar mejores soluciones para esta.

Fase Creativa

En esta fase se generan ideas, propuestas y conceptos que servirán para una posible solución o herramienta para atizar un poco el impacto negativo que genera este tema. Luego de varias ideas se escoge la más factible y viable, formalizando la idea de trabajo. Se generarán varios prototipos que servirán como prueba y error hasta así llegar a un prototipo lo más parecido posible al resultado final que se busca y espera. Después de tener estos prototipos se realizará una retroalimentación y análisis de los posibles cambios y mejoras que se proponen para mejorar este producto final.

Fase Ejecutiva

Consideraremos todos los aspectos a tener en cuenta como materiales, viabilidad de soluciones, contexto, público, etc. Con la compañía del tutor de trabajo de grado se hará una asesoría para generar un ajuste y correcto desarrollo de la idea. Poco a poco ir generando el resultado final hasta lograr la materialización de la pieza final.

ANEXOS

Subversión en la moda

El concepto de subversión en la moda se refiere a la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

En este sentido, la subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

Subversión en la moda

El concepto de subversión en la moda se refiere a la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

En este sentido, la subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

Subversión en la moda

El concepto de subversión en la moda se refiere a la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

En este sentido, la subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

Palabra	Definición	Palabra	Definición
Subversión	Acción de subvertir.	Moda	Arte de vestir.
Moda	Arte de vestir.	Subversión	Acción de subvertir.
Fast Fashion	Moda rápida y barata.	Moda	Arte de vestir.
Moda	Arte de vestir.	Subversión	Acción de subvertir.
Subversión	Acción de subvertir.	Moda	Arte de vestir.
Fast Fashion	Moda rápida y barata.	Subversión	Acción de subvertir.

Subversión en la moda

El concepto de subversión en la moda se refiere a la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

En este sentido, la subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

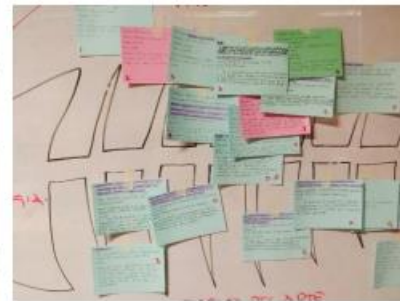
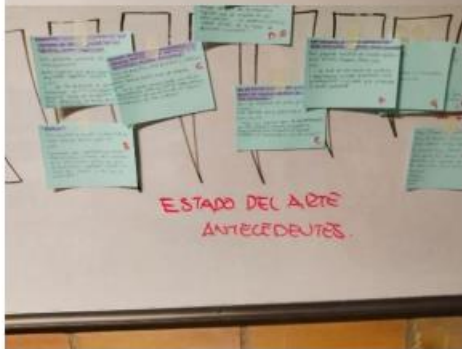
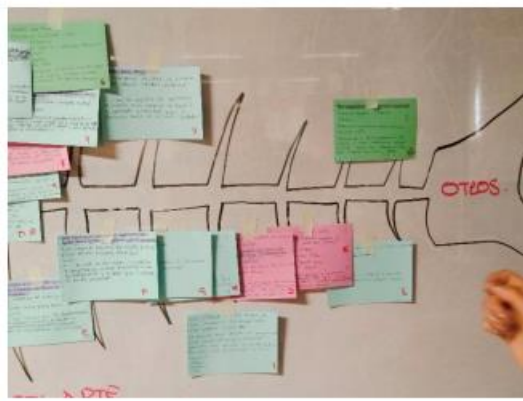
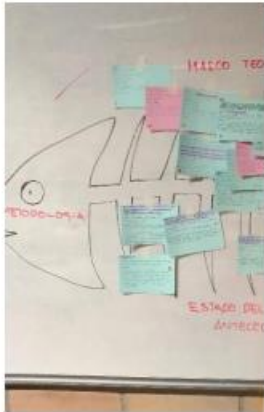
La subversión en la moda puede ser entendida como la ruptura de los códigos establecidos de la moda para crear algo nuevo y diferente.

TÍTULO:
Cómo ser subversivo gráficamente frente al Fast Fashion

PALABRAS CLAVE:

1. Subversivo
2. Consumo
3. explotación
4. Sostenible
5. Moda

DISEÑO



FO-MI-001

Documento de propiedad y uso exclusivo de la Universidad Católica Luis Amigó

Cualquier impresión o copia tomada de este documento se considera como COPIA NO CONTROLADA

①
TITULO: Moda sostenible
AUTOR: Smith, Alison
MEDIO: libro
AÑO: 2014
TEMA: estrategias sostenibles en el proceso de diseño y producción de moda

①
Nos ayuda a resolver algunas de nuestras interrogantes ya que nos habla de algunas estrategias sostenibles

②
TITULO: Marketing de moda
AUTOR: Posner, Harriet
MEDIO: libro
AÑO: 2016
TEMA: decisiones estratégicas y creativas que afectan al diseño y al desarrollo del producto

②
Nos ayuda ya que hacen una investigación del mercado y analizan las necesidades del consumidor

③
TITULO: Estudios de moda en Colombia
AUTOR: VV.AA
MEDIO: libro
AÑO: 2022
TEMA: estudios culturales de la moda

③
Se realiza la investigación, creación y pedagogía y productividad económica de la moda.

④
TITULO: Moda y la moda
en cultura venezolana
Autor: Salcedo, Elena
Medio: Libro
Año: 2014
TEMA: analizar la vida de
la moda, y asegurar
las condiciones
laborales dignas

④
Una crónica ya que habla de
analizar la vida de las
prezadas y de asegurar
condiciones laborales
dignas

⑤
TITULO: Moda, economía
y sociedad
Autor: Verciani, María
Copa
Medio: Libro
Año: 2012
TEMA: ¿Qué vinculación
existe entre el
dinero y la moda?
¿Qué nos revela el
consumo?

⑤
Una crónica ya que describe
un aspecto que facilita
comprender el comporta-
miento de consumo de
la sociedad.

⑥
TITULO: La moda justa
Autor: O. Vizu, María
Medio: Libro
Año: 2021
TEMA: propuesta consciente
e imaginativa ante
la vida como
consumista.

⑥
Es una reflexión sobre
nuestras elecciones e la
vida de vestir, una
propuesta consciente e
imaginativa ante la
sociedad consumista.

TÍTULO: Diseño gráfico:
Nuevos fundamentos
Autor: Lupton, Ellen
Medio: Libro
AÑO: 2015
TEMA: comprender el
diseño bajo una
perspectiva crítica

Nos sirve para nuestro
trabajo ya que nos
ayuda a volvernos
críticos en cuanto al
diseño

TÍTULO: Diseño gráfico en
el aula: guía de
trabajo y prácticas
Autor: Recuerdo, Sergio
Medio: Libro
AÑO: 2011
TEMA: el diseño necesita
una planificación e investi-
gación cuidadosa antes
de analizar las ideas
visuales.

Nos ayuda porque nos
guía a primero investi-
gar y después
realizar las ideas
visuales

TÍTULO: Ideas registradas:
diseño gráfico
Identificación
Autor: Shakespeare, Raúl
Medio: Libro
AÑO: 2011
TEMA: concientiza el
trabajo profesional que
exige específicamente el
diseño

Nos ayuda a concienti-
zarlos de nuestro
trabajo

Título: Marketing de moda
Autor: Pardo, Hiram
Medio: Libro
Año: 2016
Tema: Decisiones estratégicas vs. creativas que afectan al diseño y al desarrollo del producto

Título: Moda ética para un futuro sostenible
Autor: Salcedo, Ekinu
Medio: Libro
Año: 2014
Tema: Alargar la vida de la prenda y asegurar condiciones laborales dignas.

Título: Moda, economía y sociedad
Autor: Venegas, Marina Cora
Medio: Libro
Año: 2022
Tema: ¿Que vinculación existe entre el dinero y la moda?
¿Que nos resta el universo?

• Conciencia del bienestar de la sostenibilidad. La industria fast fashion en sus pautas y la explotación regional neocolonial.
Tesis de maestría, área de letras y estudios culturales.
Autor: Carolina Santos Souto de Andrade.
2020
"... es un sector caracterizado por utilizar masivamente mano de obra de trabajadores desfavorecidos en una búsqueda de "mejores" condiciones de vida y empleo."

• Teoría
Tesis facultad de diseño y arquitectura
Autor: Margara Merino, Gabriela.
2021.
"Un proyecto que representa el diseño especulativo a través del vestuario y la fotografía. Parte de que el consumismo depende cada vez más del deseo y no de la realidad."

Título: Moda sostenible
Autor: G-will, Alison
Medio: Libro
Año: 2014
Tema: Estrategias sostenibles en el proceso de diseño y producción de moda.

• Problemas sociales y económicos que ocasiona el dumping social en la industria textil colombiana.
Tesis pregrado facultad de negocios internacional.
Autor: Eduardo José Arias Parra, Nayra Alejandra Torres Alba Orejuela.
2021.
"... se ha dedicado a identificar y relacionar los principales elementos del dumping social en la industria textil para determinar su efecto en la industria textil colombiana."

• Explotación infantil en la industria textil: estudio de caso de Bangladesh.
Facultad de ciencias humanas y sociales, Trabajo de grado.
Autor: Vidal Díaz, Carlota
2019
"... los trabajadores menores quedan expuestos a un futuro incierto, caracterizado por la baja productividad, los bajos ingresos, sin oportunidades para formación ni educativa ni profesionalmente..."

N
I
M
20
S
El
En
10
En

Del consumo al consumo responsable
 Comacho delgado Clemencia
 Artículo
 Universidad Pontificia Bolivariana
 10 abril 2015
 Características de la problemática del consumo y como convertirlo en consumo responsable usando como referentes a Max Neef, Zygmund Bauman y Bolten.

X
B

Cuello (Proyecto de grado) Proyecto de grado de Universidad UPB (más consumo nuevo ciclo)
 El proyecto busca difundir un pensamiento crítico acerca del consumo responsable realizando una colección de prendas textilizadas para crear piezas nuevas y únicas.
 Granda M
 Vallego I
 González S
 2018

A

Objetivos de desarrollo sostenible
 Página web
 Año: 2015
 Autor: ONU
 "Los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos..."

Objetivos de desarrollo sostenible
 Página web
 Año: 2015
 Autor: ONU
 "Los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos..."

La Mancha (Trabajo de grado)
 Moda Sostenible, atemporal, versátil y multifuncional. Universidad Javeriana
 María Heredia Ordóñez
 María McCausland Pérez
 Francisco José Jácome Torres
 15 de Mayo 2021 Bogotá

La mancha busca convertir a las personas informadas y hacerlas parte de la solución. El fast fashion genera impactos medioambientales y afecta la salud humana.

X
K
A

Trabajo Final de Grado en Periodismo
 Facultad de Comunicación y Documentación
 Moda rápida y sostenible: Análisis de consumo, influencia en Instagram y consecuencias medio ambientales.
 Carmen Saragosa Sánchez
 Julio 2020
 "La ropa no significa nada hasta que alguien vive en ella"
 La digitalización ha hecho que la moda cambie por completo fomentando el consumo.

B

Trabajo Final de grado en periodismo
 Facultad de comunicación y documentación
 • Moda rápida y sostenible: Análisis de consumo, influencia en Instagram y consecuencias medio ambientales.
 Carmen Saragosa Sánchez
 Julio 2020
 "La ropa no significa nada hasta que alguien vive en ella"
 La digitalización ha hecho que la moda cambie completamente fomentando el consumo.

Las marcas del fast fashion y la construcción de identidad de los jóvenes Colombianos
 Trabajo de grado
 Mariana Rivera Cardona
 24 de mayo 2021 Bogotá
 Universidad Javeriana
 La moda entendida como forma de refugio es una expresión de la identidad sobre todo en los adolescentes y adultos jóvenes. Ante este panorama surge la investigación para determinar si las marcas influyen o no en la construcción de la identidad.

B