

Sustentabilidad y moda



Javiera Amengual

Descripción

Los estudiantes del curso “Moda Sustentable” conocerán los aspectos fundamentales de la sustentabilidad a nivel general y de la moda en específico en diferentes contextos. Desarrollarán en torno a las distintas agendas sus posibilidades y proyectos, teniendo en cuenta la complejidad de las cadenas de producción actuales, y sus problemáticas en relación al desarrollo en armonía con el medio ambiente y los contextos en los cuales se insertan cada uno de ellos, posicionándolos así como un agente de cambio en la industria.

Objetivos

Definir los conceptos esenciales en términos de sustentabilidad y transferir dichos conceptos en moda.

Describir en detalle la dimensión de las cadenas de producción en la industria y cómo impactan en los distintos contextos en donde se desarrollan y a su vez, como éstas se configuran a nivel global.

Contrastar las principales agendas y valores de la moda sustentable con los proyectos a desarrollar en el contexto actual.

Identificar las principales certificaciones y cómo se construye la sustentabilidad a nivel local y global.

Identificar y proponer soluciones asociadas a la sustentabilidad en la moda como proyectos tangibles en los cuales cada estudiante se pueda desarrollar.

Programa

- 1. Introducción a la sustentabilidad y la moda sustentable**
 - a. Qué es la sustentabilidad
 - b. Cómo se aplica este término a la moda
 - c. Conceptos generales: a qué nos referimos con moda sustentable, slow, eco, ética, circular, etc.
 - d. Pero... ¿Por qué es un problema? El impacto de la moda en cifras.
- 2. Las principales agendas y valores de la moda sustentable**
 - a. Agendas: i. Social ii. Económica iii. Medioambiental iv. Cultural
 - b. Principales certificaciones por agenda
 - c. Ejercicio: Identificar con qué agenda se identifican más / por qué / próxima clase investigar sobre esa agenda.
- 3. Cadena productiva o entendiendo cómo se hace la polera que me compré el mes pasado**
 - a. Identificar los diversos stakeholders de la industria de la moda
 - b. Materia prima / Producción / Distribución / Comercialización / Comunicación / Consumo
- 4. Comunicación sustentable**
 - a. Ética y estética: pilares fundamentales (e inseparables) de la comunicación
 - b. Medios para comunicar: canales propios, colaboraciones y medios.
 - c. Referentes en el área de la moda
 - d. Usted no lo haga: el lavado de imagen en la industria de la moda
- 5. Soluciones e inspiración:**
 - a. Agentes de cambio: Una vez identificados las agendas y valores que identifican a cada alumno, así como los principales eslabones de la cadena, indagaremos en agentes de cambio que están trabajando por una nueva industria de la moda a nivel nacional, latinoamericano e internacional.
 - i. En esta clase se pedirá que cada alumno investigue de ante mano y traiga un ejemplo, previa categorización.
 - b. Discusión ¿cómo ser un agente de cambio? ¿cuál es mi aporte?

Fechas y Horarios

9, 16, 23, 25, 30 de Enero

19:00 a 21:00 hrs.