

**DISEÑO DE LINEA DE PRENDAS SUPERIORES INSPIRADAS EN JUVENTUD  
Y CONVIVENCIA CIUDADANA DE MEDELLIN**

**SARA ISABEL VERGARA BOTERO**

**Trabajo de Grado para optar por el título de Diseñadora textil y productora de  
moda**

**Asesor  
Lina María Arroyave Sierra  
Diseñadora Gráfica  
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO  
FACULTAD DE PRODUCCIÓN, DISEÑO Y AFINES  
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCION DE MODA  
MEDELLÍN  
2013**

**DISEÑO DE LINEA DE PRENDAS SUPERIORES INSPIRADAS EN JUVENTUD  
Y CONVIVENCIA CIUDADANA DE MEDELLIN**

**SARA ISABEL VERGARA BOTERO**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO  
FACULTAD DE PRODUCCIÓN, DISEÑO Y AFINES  
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN DISEÑO TEXTIL Y PRODUCCION DE MODA  
MEDELLÍN - COLOMBIA  
2013**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## GLOSARIO

**DISEÑADOR:** Un diseñador es un profesional o una persona que ejerce el oficio del diseño. Puede dedicarse o especializarse en una gran variedad de objetos o áreas del diseño. Los diseñadores son responsables del desarrollo proyectual de un objeto, producto o concepto. Aunque tiene una carga artística y práctica, la disciplina la desarrolla dentro de un marco estrictamente industrial, por lo que queda excluida la definición para referirse a la persona que trabaja artesanalmente.

Los diseñadores trabajan según un proceso de diseño que comienza con la interpretación o detección de un problema o necesidad y culmina con la producción o construcción de la solución a este problema. En este proceso intervienen, entre muchas otras, habilidades que se relacionan con el manejo y conocimiento de la tecnología, la forma, la ergonomía y una gran capacidad creativa.

**MODA:** La moda son aquellas tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de las personas. La moda en términos de ropa, se define como aquellas tendencias y géneros en masa que la gente adopta o deja de usar. La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir o adornar.

**ENCUESTA:** Serie de preguntas recogidas en un cuestionario que se hace a un conjunto de personas para conocer su opinión sobre un asunto determinado.

**PROYECTO:** El término proyecto proviene del latín proiectu y podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una

entidad para alcanzar un determinado objetivo. Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido. La gestión de proyectos es la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades de un proyecto para satisfacer los requisitos del proyecto. Un proyecto consiste en reunir varias ideas para llevarlas a cabo, es un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado, y que apunta a lograr un resultado único. Surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización, aunque ésta puede desviarse en función del interés. El proyecto finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, y se puede decir que colapsa cuando desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles. La definición más tradicional "es un esfuerzo planificado, temporal y único, realizado para crear productos o servicios únicos que agreguen valor o provoquen un cambio beneficioso.

**SUBLIMACIÓN:** Es el proceso de transferir una impresión (gráfica o texto o combinación de ambos) hecha sobre un papel especial llamado Transferencia en un objeto o artículo de polyester o con un recubrimiento de polyester o polímero especial. El proceso de transferencia se realiza al aplicar calor de aproximadamente 400F sobre la transferencia que se ha colocado sobre la superficie del artículo a sublimar. El calor normalmente se aplica con una prensa o plancha térmica. La impresión se realiza utilizando unas tintas especiales en impresoras especiales inkjet (Epson) o láser (HP). El calor cambia la impresión que se ha hecho en el papel a un gas, el cual penetra la superficie del polymer o polyester.

**NORMA:** Bajo el título de norma se denomina a toda aquella ley o regla que se establece para ser cumplida por un sujeto específico en un espacio y lugar también específico. Las normas son las pautas de ordenamiento social que se

establecen en una comunidad humana para organizar el comportamiento, las actitudes y las diferentes formas de actuar de modo de no entorpecer el bien común.

**ESTAMPACIÓN:** es un proceso de impresión para obtener un diseño, que puede ser plano o en relieve. Normalmente se usa una plancha gravada y entintada sobre un papel húmedo a través de un tórculo o prensa.

Un ejemplo es la estampación de sellos de correos. Muy relacionado está el propio concepto de sello como procedimiento para obtener una estampación que puede repetirse, de modo que no hay un "original" y una "copia". Históricamente, el grabado y la imprenta derivan de ese concepto, así como el propio concepto de estampa.

El estampado se realiza en distintos materiales:

- la estampación de metales, tales como la extrusión, embutición y troquelación
- la serigrafía
- la estampación de tejidos (por ejemplo, el estampado de cachemiras).

**MERCADEO:** Es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular. Es decir que Mercadeo envuelve desde poner nombre a una empresa o producto, seleccionar el producto o servicio, el color la forma, tamaño, el empaque, la localización del negocio, la publicidad, las relaciones publicas, el tipo de ventas que se hará, el entrenamiento de ventas, la presentación de ventas, la solución de problemas y el seguimiento.

## CONTENIDO

|                                                                                              |        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| INTRODUCCION                                                                                 | pág.7  |
| 1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA <b>¡Error! Marcador no definido.</b>                            | pág.8  |
| 1.1 Identificación del problema                                                              |        |
| 1.2 Planteamiento del problema                                                               |        |
| 1.3 Formulación                                                                              | pag.9  |
| 2. JUSTIFICACIÓN                                                                             | pág.10 |
| 3.OBJETIVOS                                                                                  | pág.11 |
| 3.1. OBJETIVO GENERAL                                                                        | pag.11 |
| 3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                   | pag.11 |
| 4.REFERENTES TEORICOS                                                                        | pág.12 |
| 4.1. Investigación aplicada al proyecto                                                      | pag.12 |
| 5. MARCO REFERENCIAL                                                                         | pag.13 |
| 5.1.Diseño y activismo                                                                       | pag.13 |
| 5.2. Frente a la sociedad de consumo                                                         | pag.15 |
| 5.3. Diseño sostenible y diseño para todos                                                   | pag.16 |
| 5.4. La moda se considera una de las estructuras<br>Más comunes y cotidianas de aculturación | pag.18 |
| 5.5. La moda como medio de expresión                                                         | pag.19 |
| 5.6. Es el vestir el que determina nuestras acciones frente a los grupos                     | pag.21 |
| 5.7. Técnicas de estampación                                                                 | pag.22 |
| 5.7.1. Los sistemas de corte empleados en la confección                                      | pag.25 |
| 5.8. Alcance de la moda en cuanto al cambio                                                  | pag.27 |
| 5.8.1. Las semejanzas y desigualdades sociales                                               | pag.27 |
| 5.9. Industria de la confección                                                              | pag.29 |
| 6. Tipos de telas, características y usos                                                    | pag.31 |
| 6.1. Confección textil                                                                       | pag.36 |
| 6.2. Pre-producción de prendas                                                               | pag.36 |
| 7. Diseño de modas                                                                           | pag.38 |
| 8. Moda urbana                                                                               | pag.41 |
| 9. Se ha agudizado la criminalización de la juventud                                         | pag.43 |
| 10. ¡Medellín es joven                                                                       | pag.45 |

|                                                                   |         |
|-------------------------------------------------------------------|---------|
| 11. Marco contextual                                              | pag.46  |
| 11.1. Que es vida digna                                           | pag.48  |
| 11.2. Anexo Convivencia Ciudadana                                 | pag.49  |
| 12. Enfoque de la propuesta                                       | pag.78  |
| 13. Diseño metodológico                                           | pag.80  |
| 13.1. Métodos de investigación                                    | pag.80  |
| 13.2. Diseño investigativo                                        | pag.80  |
| 14. Descripción técnica del proyecto                              | pag.81  |
| 14.1. Tipo de estudio                                             | pag.81  |
| 15. Fichas técnicas                                               | pag.82  |
| 16. Encuesta virtual                                              | pag.88  |
| 17. Tabulación y resultado de la encuesta                         | pag.91  |
| 18. Método                                                        | pag.97  |
| 18.1. Encuestas                                                   | pag.97  |
| 18.2. Población                                                   | pag.97  |
| 19. Técnicas para la recolección de la información                | pag.97  |
| 19.1. Análisis de la información                                  | pag.98  |
| 20. Realización de la presentación de línea de prendas Superiores | pag.98  |
| 21. Técnicas de recolección de la información                     | pag.100 |
| 22. Cronograma de actividades                                     | pag.101 |
| Conclusiones                                                      | pag.102 |
| Recomendaciones                                                   | pag.103 |
| Cibergrafiografía                                                 | pag.104 |

## LISTA DE GRAFICOS

|                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1. Tipos de telas, características y usos.....                                                                        | 31  |
| Figura 2. Enfoque fundamental para Moda Humanitaria<br>en Medellín, Colombia. Mapa conceptual Fuente: Autoría<br>Propia..... | 78  |
| Figura 3. Pirámide de Maslow, Para el bienestar<br>de las personas.....                                                      | 79  |
| Ficha técnica camibuso .....                                                                                                 | 82  |
| Ficha técnica Blusa manga $\frac{3}{4}$ .....                                                                                | 83  |
| Ficha técnica blusa cola de pato.....                                                                                        | 84  |
| Ficha técnica camiseta.....                                                                                                  | 85  |
| Ficha técnica blusa cuello en V.....                                                                                         | 86  |
| Ficha técnica camiseta cortes delanteros.....                                                                                | 87  |
| Figura . Recursos.....                                                                                                       | 100 |
| Figura 5. Cronograma de actividades.....                                                                                     | 101 |

## **LISTA DE ANEXOS**

|                                                  |         |
|--------------------------------------------------|---------|
| 1. Manual de Convivencia ciudadana Medellín..... | Pág. 49 |
|--------------------------------------------------|---------|

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo explicar de forma clara el proyecto para dar alternativas que brinden ventajas para una mejor convivencia ciudadana en Medellín, promueve el fortalecimiento del desarrollo local y los derechos humanos. La perspectiva surge de una joven universitaria interesada profesionalmente en proveer y cuidar a los demás; contribuir al desarrollo social del sector de la moda humanitaria y propagar soluciones a las problemáticas que involucran a los jóvenes de la ciudad de Medellín, vulnerables a la violencia.

Es una profunda visión de la realidad en mi imaginación y la creatividad me garantiza que aporta y es llamativo, por el hecho de ser real, y abarca diferentes maneras de trabajar que guían la forma en la que los diseñadores realizan, dan valor, contextualizan, y en definitiva influyen en el mundo. Los siguientes puntos de vista actuales, son las bases que necesito para seguir con la evolución del tema, permite conceptualizar las situaciones de “que pasaría sí...” y brindar el “cómo debería ser...” y “es posible si...” y el componente estético del producto final: producto vendible, aceptable y útil; innovar en los procesos con calidad para la realización de las prendas; Proporcionar los conceptos necesarios para lo que este proyecto propone lograr y evaluar la capacidad de las personas para acceder a las prendas de vestir que contribuyen a mejorar lo que se vive, dando la motivación a quienes visualizan mejorar la calidad y las condiciones de vida de las personas.

Diseñar una línea de prendas superiores, personalizadas multifuncionales, intervenidas con ilustraciones sublimadas o estampadas, con el propósito de Sensibilizar a la humanidad hacia la exploración cultural para generar conciencia de las vivencias en la actualidad.

Con el fin de dar opciones que beneficien a las personas, al presenciar los cambios y dar la motivación que impulse a tener bienestar.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA**

En Medellín, “grave crisis humanitaria”. He identificado que no hay prendas de vestir enfocadas a sensibilizar y a generar conciencia social, con un estilo tridimensional.

Es un problema, en contra del patrimonio económico, y para sorpresa de cualquier ciudadano, con recursos para la violencia; “me preguntaría por qué logran asentarse y adueñarse de territorios locales.” Es evidente que tienen anclajes locales y son, en buena medida, protecciones que vienen del narco y de la propia policía”

La Defensoría del Pueblo alertó al Gobierno Nacional por el aumento del riesgo de utilización ilícita de niños, niñas y adolescentes por parte de combos y bandas criminales, para el expendio de drogas y el transporte de armas.

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la ciudad de Medellín, Lo que pasa es que los jóvenes son indiferentes a situaciones como esta, ellos crecen pensando que esa es la normalidad al actuar así, y se vuelve peligrosa esa trascendencia; Tienen la posibilidad de vestirse con diseños que les permitan visualizar el bienestar, que sensibilicen a la humanidad, estas prendas tienen telas y procesos de buena calidad. Podemos arrebatarse a los jóvenes de las garras del terrorismo, del narcotráfico y de la violencia en la ciudad. Hay que hacer un serio análisis y hay que mirar cuáles son las condiciones de ese reclutamiento para entrar a contrarrestar las

causas del mismo; indiscutiblemente en Medellín sí hay una cantidad importante de combos conformados por menores de edad. Tiene que ser una intervención integral de los organismos de la ciudad y del Estado. De esta manera es que se deben atacar estas problemáticas que atentan contra la ciudadanía.

### **1.3 FORMULACIÓN**

Es una línea de prendas superiores: camiseta, camisa, blusa, camibuso, con intervención tridimensional, e ilustraciones urbanas de lo real, que también muestra ese paso a seguir de lo que mejora la situación actual; dirigido a los jóvenes para que se identifiquen y la prenda la lleven puesta personas que quieran contribuir, y decir No a la Violencia; Se pueden reducir los porcentajes que existen en la ciudad al regenerar alternativas que inviten a seguir buenas actitudes para lograr una convivencia sana, un bienestar para todos.

¿Es pertinente, que los jóvenes lleven prendas con mensajes dicientes de lo que está realmente sucediendo en la actualidad?

¿Es viable un proyecto que mejore con estrategias, el bienestar de las familias y la convivencia ciudadana?

¿Qué aspectos sociales influyen la moda humanitaria

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Es importante la realización de esta línea de prendas, ya que contribuye a concientizar a la humanidad cuando usa la prenda, y a la vez conozca el propósito que tiene como objetivo apoyar el desarrollo continuo personal; así mismo sensibilizar a quienes identifican en las ilustraciones la realidad actual. Creando una identidad como una mejor forma de vida y se vea expresado en mensajes y actos al momento de utilizar la prenda; Dar a conocer esta manera de vestir puede ser muy impactante, la finalidad es comenzar a redefinir artistas, actores y músicos; como símbolo de la expresión de sentimientos e ideales.

Buscando entregar a los jóvenes una nueva forma de expresar todas esas circunstancias que los rodean, la violencia, la convivencia, el poder, el éxito, el bienestar; se crearan prendas innovadoras, multifuncionales y exclusivas, que permitan identifiquen la alternativa que los enfoca a luchar por una ciudad en paz y brinda la posibilidad de sentir tranquilidad y seguridad, asimismo actuar para lograr un buen vivir, convirtiendo la situación en diversas opciones para controlar que realmente beneficien a quienes hagan parte de esta iniciativa; El resultado esperado es una convivencia social sana que agrade a los ciudadanos y que permita un mejor desarrollo colectivo, lleva a cuidar y a evolucionar la mentalidad de los jóvenes. La elaboración y ensamble de las prendas son procesos de calidad, el cliente al interactuar con la prenda asocia las ventajas que brinda y lo llamativa que es.

Es preciso conocer las necesidades y opiniones de los jóvenes que quieran su realización personal, con respecto a expectativas en concordancia con la moda.

Apreciaran y conocerán lo que se ha retomado como fuente para la realización de las ilustraciones, los símbolos representativos de la paz, el amor y la sana convivencia para obtener el bienestar social.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una línea de prendas superiores, masculinas y femeninas, empleando un proceso de diseño, patronaje multifuncional, corte, estampación, sublimado, confección, y terminación de calidad; para suplir adecuadamente las necesidades de los jóvenes de la ciudad de Medellín. Caracterizadas por las novedosas ilustraciones propuestas con frases que invitan a mejorar la actitud, para una armonía ciudadana; este tipo de actividades fomentan la difusión de mensajes positivos para la sociedad.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

-Conocer la situación social y cultural, actual de la ciudad Medellín.

-Innovar en las tendencias y necesidades que presenten los posibles compradores, para crear prendas que suplen esta demanda.

-Idear un sistema de calidad en los procesos de diseño y producción de las prendas.

-Desarrollar atuendos, con diseños llamativos, funcionales y adecuados a los gustos particulares de esta generación para difundir los valores e ideales que promueven una mejor convivencia social.

-Diseñar varias alternativas que los jóvenes comprendan lo fundamental que es ser visionarios, a mediano y largo plazo les dé la seguridad para mejorar su educación y cultura.

## **4. REFERENTES TEORICOS**

### **4.1. INVESTIGACION APLICADA AL PROYECTO**

- **Un poco de historia Diseño y activismo**
- **Frente a la sociedad de consumo**
- **Diseño sostenible y diseño para todos**
- **La moda se considera una de las estructuras más comunes y cotidianas de aculturación. Riesgos y rasgos de la moda. Medio de expresión y cambio social**
- **La moda como medio de expresión**
- **El estudio de la moda como fenómeno social y como parte del comportamiento de los individuos es tema que hoy día nos lleva a preguntarnos ¿Es el vestir el que determina nuestras acciones frente a los grupos?**
- **Ciudadanía de Medellín**
- **“Se ha agudizado la criminalización de la juventud”.**
- **¡Medellín es joven!**

- **Alcance de la moda en cuanto al cambio**
- **Prendas multifuncionales**
- **Moda humanitaria**

## **5. MARCO REFERENCIAL**

El bienestar de las personas se alcanza, si suple las necesidades básicas, fundamental tener un buen nivel de Salud; calidad de vida, Desarrollo urbano y vivienda, nutrición y alimentación, Seguridad social, Familia, Deporte y recreación.

### **5.1. Diseño y activismo**

Aunque el tipo de causas ha variado en función de las condiciones de cada época histórica, desde el siglo XIX hasta la actualidad un buen número de diseñadores ha visto en el diseño una herramienta para transformar y mejorar el mundo.

Raquel Pelta Enero de 2012

Si, como viene admitiéndose en los foros activistas, definimos activismo como «la acción o actividad directa y sostenida cuyo objetivo es incitar o efectuar un cambio social o político», podemos situar los orígenes del diseño activista ya en el siglo XIX, coincidiendo con las transformaciones sociales, políticas y económicas provocadas por la Revolución Industrial.

«En el siglo XIX se alzaron algunas voces críticas que propusieron el retorno al trabajo artesanal como alternativa a la creciente deshumanización del trabajo causada por la industrialización. “El periodo comprendido entre 1965 y 1975, fue para los diseñadores gráficos una década de protesta marcada por el idealismo, la

energía, el activismo y la disidencia. «A partir de los 1990 se ha desarrollado un movimiento de resistencia global, potenciado por las posibilidades de difusión de la información que ofrecen las tecnologías digitales y, especialmente, Internet.»

#### Antecedentes de Pugin a William Morris

A lo largo del siglo XIX, en Gran Bretaña se alzaron algunas voces críticas que propusieron el retorno al trabajo artesanal (y con él a la estrecha relación entre arte e industria que había existido hasta el Renacimiento) como alternativa a la creciente deshumanización del trabajo causada por la industrialización. Quienes defendieron esta perspectiva consideraron que era el momento de emprender una cruzada moral cuya finalidad era devolver tanto a Gran Bretaña como a sus trabajadores, la dignidad perdida.

Entre esas voces críticas hay que destacar primero la de Augustus Welby Pugin y, después, las de John Ruskin y William Morris. Pugin quería devolver a la arquitectura la honestidad, la creatividad y la adaptación a las necesidades de los individuos que, desde su punto de vista, se habían perdido a comienzos de su centuria, debido a la producción industrial. Desde una mirada hacia el mundo medieval y, en especial, a través de la defensa del gótico, Pugin insistió en que era preciso desarrollar una arquitectura cuyo modelo fuera la naturaleza y respondiera a valores morales, éticos y religiosos. Responsabilizó a la vanidad de los arquitectos del lamentable estado de la arquitectura de su tiempo, gobernada por el capricho y no por atender a la demanda de las personas. En una sociedad como la victoriana, en la que todos los aspectos de la vida tenían una dimensión moral, reformar la arquitectura significaba reformar la sociedad.

Los futuristas quisieron acabar con el tradicionalismo y la corrupción de la sociedad de su tiempo y los dadaístas atacaron al materialismo burgués y al nacionalismo que habían provocado la Primera Guerra Mundial, mediante una arrasadora destrucción del lenguaje con la tipografía y el fotomontaje como armas

principales. Por su parte, los constructivistas aspiraron a dedicarse a la producción seriada como rechazo hacia la burguesía como público del arte pero, además, porque creían que garantizaba la producción de bienes de consumo para la población. Según Tatlin, el artista plástico debía participar en la creación de artículos utilitarios, pues en palabras de Boris Arvatov: «Un objeto de gran calidad que tenga una construcción particularmente dúctil y adaptada a la forma adecuada para su destino, es la más perfecta obra de arte.»

Estos planteamientos respondían a un objetivo: transformar el mundo. Para ello había que inventar un nuevo lenguaje artístico que reflejara los nuevos ideales sociales revolucionarios. Los constructivistas encontraron ese lenguaje en la estandarización pues pensaban que encajaba a la perfección con la sobriedad, la racionalidad y la austeridad requeridas por una sociedad más igualitaria.

Mientras tanto, De Stijl, con Theo van Doesburg al frente, también quiso cambiar el mundo, pues el neoplasticismo no sólo aspiraba a ser un movimiento artístico sino a organizar de manera completamente nueva la vida social y cultural para conseguir la creación de la armonía universal, presente en cuanto rodea al ser humano.

## **5.2. Frente a la sociedad de consumo**

Pero si las preocupaciones de los «diseñadores» del siglo XIX y comienzos del XX fueron principalmente, como se ha comentado más arriba, las condiciones laborales de los trabajadores, la higiene de la población y su derecho a una vivienda digna y al acceso a los bienes de consumo o la democratización del gusto, tras la Segunda Guerra Mundial, en un panorama de reconstrucción de los países devastados por la conflagración, de creciente influencia del modelo de vida estadounidense con su cultura de masas y de expansión de la producción y los mercados, las inquietudes de los diseñadores comenzaron a ser otras.

En torno a los años 1950, comenzó a sentirse una creciente desilusión respecto a las que, en el pasado reciente, se habían visto como prometedoras relaciones entre diseño e industria. Este desencanto fue parte de la crisis de valores que afectaba a la sociedad occidental en general y crecía en paralelo a las críticas que, desde los sectores intelectuales se estaban realizando contra el diseño, al que se acusó de ser un siervo del capitalismo.

### **5.3. Diseño sostenible y Diseño para todos**

Por lo que se refiere al diseño industrial, los diseñadores activistas de los años 1980 y 1990 fueron centrándose cada vez más en el impacto que, en el medio ambiente, podían tener sus productos. Como ya se comentó en el artículo «De verde a sostenible», publicado en el número 1 de Monográfica, fueron incorporando a sus ideas un buen número de conceptos propios de la Ecología Profunda.

En 1991, la primera Guerra del Golfo vino, también, acompañada de una de las mayores catástrofes ecológicas vividas por la humanidad en el siglo XX, cuando el ejército iraquí prendió fuego a más de 600 pozos petrolíferos en su huida de Kuwait. El efecto fue que, en apenas un mes, se liberaron tres millones de toneladas de humo contaminado.

Siete años atrás, en 1987, la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas se discutió sobre una serie de temas, entre ellos, la búsqueda de fuentes energéticas alternativas para reemplazar los combustibles fósiles, conscientes de su impacto en el cambio climático, la creciente escasez de agua, el examen de los patrones de producción y el impulso de los medios de transporte públicos para reducir las emisiones de los vehículos. Como resultado, surgieron diversos documentos entre los que hay que citar la Agenda 21 y la Declaración de Río, y se estableció la Comisión de Desarrollo Sostenible.

En este contexto, quienes, como Papanek, habían estado preocupados desde hacía tiempo por las cuestiones medio ambientales, sentían que se aceleraba el desastre ecológico y que había que tomar medidas concienciando a los diseñadores sobre su papel, difundiendo, además, alternativas al diseño practicado hasta el momento.

Pero, además de los diseñadores preocupados por la sostenibilidad, hay profesionales que también consideran que es necesario establecer nuevos límites para el diseño y optan por lo que se ha denominado «Diseño para todos», «Diseño Universal» o «Diseño Inclusivo».

El Diseño Universal más que un conjunto de técnicas, es toda una filosofía de trabajo pues se trata de un proceso de diseño orientado a crear productos y entornos de fácil uso, utilizables por el mayor número de personas, abarcando el mayor tipo de situaciones posible –dentro de que puedan comercializarse–, sin la necesidad de adaptarlos o rediseñarlos de una forma especial.

Todas estas perspectivas, sin duda, ponen de relieve que para muchos diseñadores, el diseño tiene fuertes implicaciones éticas. Puede decirse, además, que en los últimos veinte años, esta disciplina y profesión se ha politizado no en el sentido de adscripción a una ideología de partido sino en el de prestar atención a los asuntos que tienen que ver con cuestiones y valores sociales. Porque, actualmente, hay quienes ven al diseñador como un agente fundamental en el cambio social. Algo que, sin embargo, para otros es una percepción poco realista y exagerada, en la medida en que consideran que el profesional del diseño es sólo una pieza más de un engranaje complejo y mayor.

Puede que, efectivamente, el diseñador sea una pieza más en dicho engranaje pero hay que reconocer que hoy, tal vez más que nunca, el diseño es un elemento clave en nuestra sociedad, pues puede afirmarse que establece, en gran medida, el modo de relacionarnos en y con el mundo porque, sin duda, sus productos,

espacios y comunicaciones son parte esencial de nuestra vida cotidiana.

Revista temática de Diseño. -Raquel Pelta Enero de 2012 [ONLINE] John Ruskin, en la década de 1850. Available at: <http://www.monografica.org/02/Art%C3%ADculo/2909> [mayo 12 de 2013].

**5.4.** La moda se considera una de las estructuras más comunes y cotidianas de aculturación.

Riesgos y rasgos de la moda. Medio de expresión y cambio social

La moda ha sido entendida según el diccionario de la Real Academia Española como un «modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos...». En la actualidad podemos ver que, aunque ciertamente el vestido es hoy en día el principal vehículo de expresión de la moda, es sólo eso, un medio que abandera una tendencia que ha sobrepasado los límites de las pasarelas. A causa de ello la moda se ha convertido en un medio de expresión y comunicación social que impacta los comportamientos y relaciones humanas. Como afirma Roland Barthes, «al pasar a la comunicación escrita, la moda se convierte en un objeto cultural autónomo, dotado de una nueva estructura original y, probablemente, de una nueva finalidad; las funciones sociales que normalmente se reconocen a la moda indumentaria, quedan sustituidas o se les añaden otras, análogas a las de toda literatura, que podemos sintetizar en una palabra diciendo, a través de la lengua que desde entonces la asume, la moda se convierte en relato».

De acuerdo al pensamiento de Barthes, la moda escrita hace significar la tela, es decir, no es lo mismo su acepción de diseño, que la moda fusionada con el cuerpo, los movimientos y gestos de quienes la portan, de manera que «la moda es en su totalidad, un sistema de signos; las variaciones de significado retórico corresponden a variaciones del público». Incluso, Barthes hace la distinción entre vestuario e indumentaria, explicando que el segundo «se refiere a una especie de

texto sin fin, en el que se debe aprender a delimitar unidades significativas... pues la prenda en sí, salvo casos de excentricidad flagrante, no significa nada».

La moda, se ha posicionado como un medio de comunicación, quizá porque se origina en la naturaleza humana, que tiene la capacidad de conocer, valorar y atribuir cualidades a los objetos que elige. Como nos dice Petra M. Pérez, «cuando el hombre utiliza por primera vez el vestido, no sólo lo hace para cumplir la función de sobrevivir a las inclemencias del tiempo, sino como medio de distinción y adorno para satisfacer una necesidad estética, que existe simultáneamente a la anterior y que no está condicionada individualmente, sino que se resuelve en el marco de las relaciones sociales con otros seres humanos que están estandarizadas, reguladas y normadas».

De ahí se deriva que la estructura de la moda tenga un carácter cambiante y formativo. Sus contenidos pertenecen a cada época y desaparecen con ella, pero el comportamiento de moda como tal, no se considera un fenómeno igualmente cambiante. Así, la moda se convierte en una norma convencional con su propia ley, en un modo de comportamiento que trasciende al vestido para impactar en la cultura y la sociedad.

### **5.5. La Moda como medio de expresión**

Como afirman algunos teóricos de la moda, la síntesis entre vestido y comportamiento ha sido uno de los primeros lenguajes utilizados por los seres humanos para comunicarnos. Actualmente, antes de que dos personas se presenten, pueden comenzar a conocer su sexo, edad, procedencia, gustos, deseos, etcétera, todo con base en la indumentaria.

El vestido, junto con el comportamiento, va más allá de las telas; incluye peinados, joyas, maquillajes, adornos corporales y otros complementos. Por eso es que a decir de Lurie, «elegir ropa, en una tienda o en casa es definarnos y describirnos a

nosotros mismos».

Claro que esta descripción debe considerar las circunstancias, pues atuendo y actitudes tendrán significado con base en un tiempo y espacio determinados. Esto se muestra en la Ley de Laver que explica cómo será percibida una persona que utiliza cierto tipo de ropa de acuerdo a cada época; por ejemplo: una indumentaria 10 años antes de su tiempo será indecente; cinco años, desvergonzada; un año, atrevida; el punto medio será actual y a partir de éste, un año después, pasada; 20 años, ridícula; 50 años, pintoresca; 100 años, romántica y 150 años, preciosa.

Para sintetizar, la vestimenta, aunada a la mímica y a una serie de comportamientos corporales comunica nuestro ser a los demás, por medio de un conjunto de códigos, debidamente jerarquizado y reconocible para el resto de nuestra sociedad. Como enfatiza Pepa Ortiz, «la moda está basada en un auténtico lenguaje del que se sirven tanto los creadores –para informar o comunicar– como los espectadores y usuarios, testigos y receptores del mensaje. Un código cargado de significados, que aumenta considerablemente la función de la moda como lenguaje comunicador, ya que aúna creatividad, comunicación y marketing».

No obstante, además de evaluar la indumentaria como modo de descripción y comunicación, debe entenderse como una forma de intención. Como dice Lurie, llevamos ropa «para que vivir y trabajar nos resulte más fácil y cómodo, para proclamar (o disfrazar) identidades y atraer la atención erótica»; en otras palabras, utilizamos la moda para manipular o seducir. Y si bien es cierto que la moda puede esconder una amplia cantidad de buenas intenciones, el riesgo es que se use para alcanzar fines egoístas que atenten contra el bien común de la sociedad.

De manera que, hay que reflexionar en la posibilidad de que la moda indumentaria, al igual que cualquier lengua, se utilice para transmitir información, pero también desinformación. Por ejemplo, es posible mentir en el lenguaje de la

moda, de la misma manera que podemos mentir en inglés, francés o latín. Sólo que con este tipo de engaño no se nos puede acusar de que sea deliberado.

En algún momento podemos vestir y comportarnos de tal modo que pareciera que nuestra intención es incitar sexualmente a una persona, pero en el instante en que nos sea inconveniente continuar con dicha intención, podemos negarlo con palabras, enfrentando la realidad del vestido y el comportamiento con el mensaje absoluto del vocabulario; esto generará una confusión que nos ayudará a mentir y en última instancia, a utilizar la indumentaria para manipular la verdad.

Liderazgo con valores Autor: Felipe González Edición:308 Sección: Coloquio [ONLINE] <http://istmo.mx/2010/05/riesgos-y-rasgos-de-la-moda-medio-de-expresion-y-cambio-social/>

**5.6.** El estudio de la moda como fenómeno social y como parte del comportamiento de los individuos es tema que hoy día nos lleva a preguntarnos ¿Es el vestir el que determina nuestras acciones frente a los grupos?.

Se considera que la moda es un factor determinante dentro de la sociedad, el vestir es considerado también para muchos un elemento clave a la hora de hablar sobre cultura. Para comprender este fenómeno se necesita entender la relación entre los organismos que operan dentro del sistema de la moda, como lo son: escuelas, diseñadores, sastres, modelos, fotógrafos, editores, distribuidores y consumidores, de esta manera podremos entender lo que encierra la palabra MODA.

## 5.7. TECNICAS DE ESTAMPACIÓN

Conjunto de procesos de elaboración de obras de arte mediante impresión, en la mayoría de los casos sobre papel y textil. Estas técnicas son capaces de reproducir (excepto en el caso de los mono tipos), múltiples copias de un documento o imagen, a la que se le suele denominar impresión.

**Heat oscuro:** Esta técnica tiene un tacto suave y permite ser estampada sobre telas de cualquier color conservando el diseño y tacto especial. Apta para estampar en prendas o telas de elongación media y baja. Transfiere en prendas confeccionadas, sobre costuras y pliegues.

**HeatClaro:** transfer diseño para lograr estampados de alta resolución de aplicación sobre telas blancas o claras, produce un acabado textil en su prenda, permite una muy alta elongación, ideal para una amplia gama de telas incluyendo blondas y encajes o telas que requieran procesos de preformado.

**Puff:** Estampado en relieve que aporta realce, volumen y realismo a su diseño. Aplicable sobre una amplia gama de colores, permite degradados limpios en el diseño, es ideal para estampar en prendas o telas de elongación baja, teniendo en cuenta que el nuevo puff Moda tex tiene mayor elongación que los encontrados en el mercado.

**Heat Oscuro Puff:** Estampado de aplicación sobre telas oscuras con áreas localizadas en relieve, por su tacto medio, cubriente y mate, permite ser estampado en áreas pequeñas y medianas conservando su color.

**Heat Claro puff** Estampado de aplicación sobre telas claras con áreas localizadas en relieve, aptas para estampar en prendas o telas de elongación baja y media. Por su tacto suave permite ser estampado en áreas grandes y pequeñas.

**Puff Glitter:** Estampado en relieve con áreas brillantes localizadas, aplicable sobre telas claras y oscuras, es ideal para estampar en telas de elongación baja, transfiere en prendas confeccionadas, sobre costuras, pliegues, etc.

**Sublimación:** Estampado de aplicación sobre telas de color blanco o claro de fibras sintéticas como el Poliéster, Elastómeros (Lycra), o Poliamida (Nylon), este último en un porcentaje máximo de 2%, también en algunas fibras artificiales como la viscosa y telas de fibras naturales animales como la lana o la seda entre otras, sujeto a pruebas de lavado y solidez. Alcanza un tacto imperceptible ideal para vestidos de baño, ropa interior y exterior logrando un estampado parejo en la tela y una excelente definición. Puede lograr varias intensidades de color modificando la temperatura o el tiempo.

**Foil:** Estampado, aplicable con máquina sublimadora que aporta un brillo metalizado a sus diseños. El desarrollo del foil en transfer facilita la aplicación en prendas armadas y sobre costuras, conservando la uniformidad del diseño y la suavidad que caracteriza esta técnica. Esta técnica se limita a un color por diseño y se desarrolla bajo pedido.

**Transfer Laser:** Esta técnica es desarrollada en Corte Laser de tela que cuenta con la innovadora propiedad de ser transferible con calor, diseñada para ser aplicada en prendas o telas de elongación baja.

**Tagless:** Marquilla transferible directamente sobre la prenda con características únicas de suavidad, comodidad y durabilidad. Agregue valor a sus prendas con una marquilla de mejor apariencia que las tradicionales bordadas o cosidas a la prenda. Esta técnica se puede desarrollar en colores mate, brillantes, foil y glitter entre otras.

**Marking:** Transfer diseñado para marcar las prendas y objetos personales de tela, escribiendo nuestro nombre sobre éste con un marcador indeleble. Para su aplicación solo necesita una plancha casera.

**PintaPrint:** Barras tipo crayón transferible a tela sintética blanca o de colores claros. Pinta sobre cualquier papel y con una plancha casera transfieres el diseño. Con PintaPrint puedes dejar volar tu imaginación sin Límites.

**BrandTag:** Etiqueta termo-transferible, aplicable con plancha casera, diseñada para generar recordación de marca y agregar valor a su producto, redefiniendo la tradicional etiqueta incluida en la compra de cualquier prenda.

**Camaleón:** Desarrollo termo cromático aplicado a tintas transfer que reaccionan al calor cambiando de color. Aplicación muy utilizada en diseño de moda infantil y vestidos de baño.

**Reflectivo:** Técnica que presenta un acabado de alta reflectividad a la luz incidente, ideal para prendas y aplicaciones de seguridad y deportivas, su alta reflectancia se aprovecha en aplicaciones de moda para prendas que se lucen en ambientes nocturnos. Se puede encontrar en acabado plata o en el color que desee (Pantone®)

**Sublicotton:** Esta es la última revolución de la sublimación en transfer. Un acabado que se agrega a las hojas de sublimación para poderlo estampar en telas no sintéticas. (Algodón 100%). Cualquiera de las referencias de catálogo la convertimos en Sublicotton o si prefiere le desarrollamos su propio diseño. Disponible en 50 x 70 cm

**Sublimación Digital:** Método de impresión digital para sublimación que permite producciones cortas, rápidas y sin cantidades mínimas, Ideal para publicidad y muestras de diseño textil, de aplicación sobre telas claras de fibra sintética como el poliéster, Lycra®, blondas, encajes y viscosas, entre otras.

**Marca de Agua:** Esta técnica se usa principalmente para aplicar en la parte externa de las prendas. Logra un acabado de marca de agua tono a tono mate o brillante, único para brindar mayor presencia de su marca en las prendas de manera discreta y elegante.

**Transfer Stone:** Diseños realizados con pequeñas piedras de efecto cristal (Rhinestone) o metal (Rhinestuds) en diferentes tamaños, formas y colores que son estampadas dando un efecto original a las prendas.

**Transfer Impresión Digital:** Método de impresión digital inkjet a todo color que permite producciones cortas, rápidas y sin cantidades mínimas, Ideal para publicidad y promoción. Tanto la calidad como la durabilidad del producto es menor que el del Transfer.

5.7.1. Los sistemas de corte empleados en la confección son los siguientes:

**CORTE MANUAL O CONVENCIONAL:** aunque es el más empleado, tecnológicamente es el más elemental.

**CORTE POR PRESION O TROQUEL (TROQUELADO):** los distintos elementos de la máquina de corte se presionan contra las fibras del tejido. En este proceso se pueden utilizar distintas máquinas de corte (cortadora por presión de elementos, cortadora por presión de marcada entera, cortadora por presión a tela suelta y cortadora por presión de paneles) dependiendo de la marcada utilizada.

**CORTE AUTOMÁTICO:** se realiza por medio de una cuchilla que obedece las coordenadas impuestas por un ordenador central. El operario sólo interviene en las operaciones de mantenimiento o control.

### Confección

En el proceso de confección se le da la forma y el acabado final necesario a los artículos para destinarlos a un uso específico.

En los puestos de cosido se unen las piezas del tejido, previamente acondicionadas, de acuerdo al diseño. Para su ejecución, el operario, suele adoptar posturas inadecuadas por lo que es un proceso que tiene una influencia muy directa sobre el individuo.

El acabado consiste en darle las últimas pinceladas (ojales, botones, entre otros) a la prenda antes de obtener el producto final.

### Revisado y etiquetado

Una vez que la prenda ha sido confeccionada, se la revisa, manualmente o con una máquina, con el fin de constatar que la prenda ha sido confeccionada de forma adecuada y no presenta ningún defecto.

Al mismo tiempo se procede a su limpieza si se detecta algún tipo de manchas antes de pasar al proceso de etiquetado.

El etiquetado puede realizarse manualmente o con máquinas y consiste en colocar en la superficie del tejido, mediante calor, con un cocido, a pistola, etc., unas etiquetas en las cuales deben aparecer una serie de datos identificativos de la prenda como son la talla, el fabricante, la composición, las formas de lavado, planchado, etc.

- Plancha

La finalidad de este proceso es darle a la prenda la apariencia final con la que llegará al usuario.

Es un proceso muy manual y obliga a elegir métodos de trabajo muy específicos dependiendo de las peculiaridades de cada tipo de prenda, cada tipo de tejido, su composición, formas, etc.

Para conseguir un buen planchado se deben dar una serie de factores como son humedad, presión, temperatura y enfriamiento de las prendas.

- Plegado, embalado y transportado

El plegado y embolsado son los procesos que tienen lugar después del planchado. Se pueden realizar de forma manual o mecánica y pueden adaptarse a la forma de presentación del producto a través de una serie de automatismos que facilitan el empaquetado, flejado y sellado plástico.

La materia textil es transportada a lo largo de las distintas fases del proceso de confección mediante diversos mecanismos. Con este transporte se pretende:

- Aumentar la rapidez de la producción.
- Tener ordenada la producción (modelos, tallas, colores, etc.).
- Disminuir los recursos.
- Aumentar la flexibilidad.
- Sincronizar tareas y tiempos entre los distintos puestos de trabajo.

Por último, las prendas confeccionadas se almacenan antes de ser distribuidas para su venta.

Otros procesos textiles: bordados y acolchados.

A través de los bordados se realizan motivos decorativos en los tejidos mediante hilos de distinta composición y colores.

En los acolchados, una lámina de tela se cose a la prenda o tejido para formar una sola estructura laminar confiriéndole determinadas características, la hace más gruesa y confortable.

Atexga (). *Guía de Prevención de Riesgos Laborales: El Proceso Textil*. [ONLINE] Available at: <http://www.atexga.com/prevencion/es/guia/el-proceso-textil.php>. [Last Accessed Mayo 12 de 2013].

## **5.8. Alcance de la moda en cuanto al cambio:**

La moda significa esencialmente cambio, definido éste como una sucesión de tendencias o novedades a corto plazo. Desde este punto de vista pueden existir modas en casi todas las actividades humanas, desde la alimentación o los automóviles a la música popular. Sin embargo, el concepto de moda que aquí se analiza trata principalmente del vestuario, dado que la moda, como expresión de la manera o modo de vivir, tiene su mejor soporte en el vestuario. La forma de vestir traduce la manera de vivir, tanto social como individual; sitúa al individuo en el tiempo y en el espacio. Además, el vestuario es un soporte de uso universal. El estado natural del ser humano es vestido, aunque sea con poca o mucha ropa. Este solo hecho demuestra la importancia de la prenda de vestir como símbolo de la moda.

### **5.8.1. Las semejanzas y desigualdades sociales**

Esta permanente búsqueda, esa voluntad de ser, coloca al sujeto ante lo imponderable (circunstancia indefinible pero que influencia el hacer y el sentir), para encontrar la autenticidad deseada: hacer coincidir lo que se quiere ser con lo que se es. La ropa es uno de los elementos constituyentes de esos procesos sociales, posibilitando el alivio de la angustia del sujeto que quiere acercarse y mostrar la manera como está eligiendo ser. Esa búsqueda se sitúa en una sociedad intensamente narcisista e individualista, como ha sido estudiado por autores tales como Baudrillard (1996). Es una de las facetas del individualismo

que emerge en el contexto de una lógica social de consumo donde todo y todos son transformados en formas productivas.

Como afirma Baudrillard:

"el consumidor vive sus conductas distintivas como libertad y como aspiración, como elección y no como condicionamiento de diferenciación y obediencia a un código" (Baudrillard, 1996)

Colombia: entre la crisis humanitaria y la esperanza de la paz

Colombia sufre una larga crisis humanitaria como consecuencia del conflicto armado interno que asola el país desde hace más de cincuenta años. A lo largo de estas décadas el perfil del conflicto violento ha ido cambiando tanto en lo que concierne a los actores involucrados y sus prioridades, como a sus estrategias y modos de actuación, o en lo que se refiere a la configuración geográfica del mismo. El inicio de las conversaciones de paz entre el gobierno colombiano y la guerrilla de las FARC supone una posibilidad real de avance hacia la finalización del conflicto armado.

Sin embargo, la decisión de dialogar en medio del conflicto implica una serie de riesgos en materia humanitaria que pueden ser invisibilizados al centrarse la atención nacional e internacional en el seguimiento de los diálogos y las perspectivas de un acuerdo de paz. La percepción sobre la situación colombiana está cambiando, aumentando con ello el olvido de la situación de las víctimas y las poblaciones vulnerables del país.

Este Informe presenta y analiza los datos de la situación humanitaria profundizando en aquellos temas que más impacto están teniendo sobre las poblaciones vulnerables del país. Junto a ello, el documento sitúa las cuestiones humanitarias en el contexto del proceso de diálogo y de los posibles acuerdos de paz. Se analizan los posibles escenarios en el medio y largo plazo y se proponen una serie de recomendaciones a los actores implicados, a la sociedad colombiana

y a la comunidad internacional. Para su realización se mantuvieron entrevistas con más de cincuenta personas de diversas instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, durante los meses de enero y febrero de 2013.

#### **5.9. Industria de la confección.**

Se basa en la transformación del tejido, obtenido en las fases anteriores, en un producto textil dirigido al consumidor final. Se dan dos fases centrales, la de corte y la de cosido pero el proceso completo se divide en:

- Diseño y patronaje
- Extendido, marcado y corte
- Confección, revisado y etiquetado
- Plancha
- Acabado, plegado, embalado y transportado
- Diseño y patronaje
- El diseño consiste en la creación de un croquis de un modelo de prenda determinado para su fabricación posterior. Constituye el inicio de la actividad de confección e influirá de forma notable en el éxito o fracaso de la colección, dependiendo de si se ha realizado una buena o mala elección de los diseños que la componen.
- Al proceso de diseño le sigue el de patronaje que consiste en la realización de los patrones de la prenda a confeccionar (uno para cada pieza y talla). Los patrones sirven de modelo para cortar y coser. Previamente, se habrán elegido las tallas en las que se quieren fabricar cada diseño. A partir de estos patrones se crean marcadas de corte, que el cortador utiliza para cortar las piezas del patrón.
- Extendido, marcado y corte

El proceso de corte engloba las operaciones de extendido y marcado y tiene por objeto cortar el perfil de los patrones de las prendas a confeccionar e identificar y agrupar las piezas cortadas por tallas, de tal forma que puedan ser manipuladas fácil y cómodamente en la sección de costura.

En el extendido, el tejido se extiende en varias pilas sobre una mesa de corte. Después se disponen las marcadas sobre el tejido a cortar, cuya longitud y anchura dependerán de las exigencias de producción. El marcado es propio del sistema de corte convencional y no se da en el corte automático ni en el de presión o troquel.

## 6. TIPOS DE TELAS, CARACTERÍSTICAS Y USOS

Identificada la tela, es importante poder compararla con una muestra de su mismo tipo, de la cual tenemos certeza que es de buena calidad. Esto nos permite determinar, si la que nos ofrecen, es de buena factura o si imitación.

En el cuadro siguiente se encuentra la definición de los diferentes tipos de telas utilizadas para fabricación de ropa y decoración.

Figura.1

| Telas                                  | Construcción      | Características                                                                                                                                            | Usos                                                                                                   |
|----------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Acetato</b>                         |                   | Tela artificial con apariencia de seda, fabricada con hilos de fibra de acetato de celulosa. No encoge, no destiñe, no se arruga.                          | Lencería, blusas, vestidos.                                                                            |
| <b>Acrílicos</b>                       |                   | Tela artificial que semeja al tejido de lana. Colores nítidos.                                                                                             | Reemplaza a la tela de lana natural en cualquier tipo de prenda.                                       |
| <b>Alpaca</b>                          |                   | Tela fabricada con fibras de lana de <a href="#">Alpaca</a> . Tejido fino, sedoso y liviano.                                                               | Abrigos, suéteres.                                                                                     |
| <b>Angora (Mohair)</b>                 | Plana o de punto. | Lana de cabra, suave, brillante, pelos rígidos.                                                                                                            | Suéters, forros, telas crudas. Material para decoración y combinación en vestidos, sombreros, tapices. |
| <b><a href="#">Cabra de Angora</a></b> |                   | Lana de pelo largo, sedoso y fino que se obtiene de la cabra, originaria de Ankora, nombre antiguo de la capital de Turquía. Suave, resistente y lustrosa. | Alfombras, tapicería y cortinas.                                                                       |
| <b>Cachemira</b>                       |                   | Suave, sedosa y muy liviana                                                                                                                                | Tejidos para suéter y también vestidos para damas.                                                     |
| <b>Castor</b>                          |                   | Suave con brillo sedoso.                                                                                                                                   | Abrigos de piel.                                                                                       |
| <b>Chalís</b>                          | Plana.            | Tela ligera de lana, suave y muy                                                                                                                           | Blusas y vestidos para                                                                                 |

|                                             |                  |                                                                                                                                                                    |                                                                                                          |
|---------------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             |                  | liviana.                                                                                                                                                           | damas y niños. Corbatas, kimonos y ropa deportiva.                                                       |
| <b>Chifón o Tul</b><br>(Velo, Gasa de Seda) | Plana.           | Liviana y semi-transparente                                                                                                                                        | Para usar al atardecer en blusas y chalinas.                                                             |
| <b>Conejo Angora</b>                        |                  | Lanilla fina, peso bajo, abrigadora.                                                                                                                               | Bufadas, guantes, suéteres, gorras.                                                                      |
| <b>Crepé</b>                                | Plana.           | Tela delgada y liviana de seda o algodón. y otros tipos de tejidos. De apariencia áspera y arrugada.                                                               | Se utiliza en vestidos de todo tipo, dependiendo del espesor. Incluye vestidos largos, trajes y abrigos. |
| <b>Damasco</b><br>(Damask)                  | Jacquard         | Reversible con patrones ondulados.                                                                                                                                 | Manteles, cortinas, colchones.                                                                           |
| <b>Douppioni</b>                            | Plana.           | Superficie irregular. Se imita en rayón y otros materiales sintéticos.                                                                                             |                                                                                                          |
| <b>Dril</b>                                 |                  | Tela firme de algodón, similar a la mezclilla. Con líneas de refuerzo más cercanas y planas que la gabardina.                                                      | Uniformes, ropa de trabajo, cobertores, ropa deportiva y aplicaciones industriales.                      |
| <b>Dry Feet</b>                             | Tejido plano.    | Para ropa deportiva anti transpirante.                                                                                                                             | Polera, blusas, pantalones.                                                                              |
| <b>Franela</b><br>(Lanilla)                 | Sarga y plana.   | Suave, con la superficie satinada que casi anula la textura del tejido. Terminación deslucida. Dull finish. Made in a variety of weights. Encoge si no es tratada. | Chaquetas, vestidos, faldas, trajes, sobretodos.                                                         |
| <b><u>Gabardina</u></b>                     | Sarga reforzada. | Terminación nítida, tejido denso, durable, resistente al desgaste. Difícil de plachar, brilla con el uso.                                                          | Trajes para damas y caballeros, abrigos, impermeables, uniformes y camisas de hombre.                    |
| <b>Gasa</b>                                 | Plana.           | Semi-transparente y liviana.                                                                                                                                       | Vestidos, blusas.                                                                                        |
| <b>Georgette</b>                            | Plana.           | Seda sintética, nítida, delgada, muy buena duración.                                                                                                               | Blusas dama, vestidos.                                                                                   |
| <b><u>Ignífuga</u></b>                      |                  |                                                                                                                                                                    |                                                                                                          |
| <b>Ipora</b>                                | Plana.           | Similar al Gorotex, tela impermeable                                                                                                                               | Casacas, parkas, ropa de                                                                                 |

|                                                                |                   |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                |                   | que permite la respiración.                                                                                                                                                                                                             | alta montaña                                                                                                                              |
| <b>Lona</b>                                                    |                   | Tela áspera y resistente de hilos de algodón puro o mezclado con poliéster.                                                                                                                                                             | Carpas para camping, cobertores de estructuras y sillas de playa.                                                                         |
| <b><u>Mezclilla</u></b><br>(Dril de algodón o azul de Vergara) | Sarga.            | Azul, café o gris oscuro, tejido de alta torsión, para ropa de trabajo. Grueso, delgado y crudo.                                                                                                                                        | Pantalones, gorros, uniformes, cubrecamas, tapices y ropa deportiva.                                                                      |
| <b>Nailon o Nilón (Nylon)</b>                                  |                   | Tela de material sintético resistente a la abrasión y acción de químicos. Es elástica, fácil de lavar, de aspecto lustroso. Recupera su forma con facilidad, no es absorbente, seca rápido y admite algunos tipos de teñido.            | Se emplea en la fabricación de géneros de punto y tejidos diversos. Medias, pantimedias, ropa interior para damas, calcetines y sweaters. |
| <b>Organdí (Organdie)</b>                                      |                   | Tela liviana de algodón semi-transparente. Fabricada con hebras de alta torsión, buena rigidez temporal que se consigue con aprestos o rigidez permanente conseguida con químicos. Al porcentaje de encogimiento salvo que sea tratada. | Cuellos, refuerzos, flores artificiales, sombreros, blusas, sobretodos.                                                                   |
| <b>Oxford</b>                                                  | Plana.            | Fabricada con hilados de algodón cien por ciento o mezclado con poliéster.                                                                                                                                                              | Mayormente para camisas de hombre. También chaquetas, faldas, poleras de verano y ropa deportiva.                                         |
| <b>Paño</b>                                                    |                   | Tejido denso y textura suave.                                                                                                                                                                                                           | Abrigos, mesas de pool, mesas de poker.                                                                                                   |
| <b>Pelo de Camello</b>                                         | Plana o Sarga.    | Poco peso, suave y brillante.                                                                                                                                                                                                           | Sobretodos, abrigos, trajes, chaquetas deportivas, frazadas, alfombras finas.                                                             |
| <b>Pie de Pool (Pata de</b>                                    | Sarga asimétrica. | Tejido disperejo que forma estrellas de cuatro puntas.                                                                                                                                                                                  | Abrigos, pantalones, chaquetas y trajes                                                                                                   |

|                                        |                   |                                                                                                                                    |                                                                                               |
|----------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| gallo, estrellado.)                    |                   |                                                                                                                                    | deportivos.                                                                                   |
| <b><u>Polar</u></b>                    |                   |                                                                                                                                    |                                                                                               |
| <b><u>Poliéster</u></b>                |                   | Tela liviana, no encoge ni estira, resistente al moho, polillas y abrasión. Lavable, no la afecta la luz solar ni el clima.        | Diversos usos dependiendo del hilado con que se mezcla. Ropa resistente a productos químicos. |
| <b>Pongee</b>                          | Plana.            | Seda sintética fabricada en poliéster, peso bajo y medio.                                                                          | Vestidos, blusas, trajes de verano.                                                           |
| <b><u>Popelina</u></b>                 |                   |                                                                                                                                    |                                                                                               |
| <b>Punto Espiga</b><br>(Tweed)         | Sarga.            | Normalmente de <u>lana</u> y diferentes calidades.                                                                                 | Pantalones, chaquetas, tapados y abrigos deportivos.                                          |
| <b>Quick Dry</b>                       | Plana.            | Secado ultra rápido.                                                                                                               | Ropa deportiva para exteriores, (outdoor).                                                    |
| <b>Raso o Satín</b>                    |                   | Tela suave, usualmente presenta una cara lustrosa y la otra deslucida. Se fabrica en diversos colores, pesos, calidades y rigidez. | Ropa interior de damas, abrigos, capas, bufandas y chaquetas. También utilizada en sombreros. |
| <b><u>Rayón</u></b><br>(Viscosa)       |                   | Seda artificial, suave, acepta teñido, tiende a encogerse Resiste temperaturas altas, aprestos y químicos.                         | Prendas de vestir.                                                                            |
| <b>Rip Stop</b>                        | Plana.            | Construída con amarres entre cada sección. Resistente al roce y rajaduras.                                                         | Uniformes para alto desgaste, uniformes militares.                                            |
| <b>Satén</b><br>(Sateen)               | Plana.            | Algodón o lino brillante. El de alta calidad es mercenizado para obtener brillo nítido.                                            | Vestidos, ropa interior fina, bufandas, pijamas, ropa deportiva.                              |
| <b><u>Seda Natural</u></b><br>(Tussah) | Plana y de punto. | Tela aspera, resistente, tejido disparejo.                                                                                         | Seda liviana para vestidos. Seda pesada para abrigos, trajes y conjuntos.                     |
| <b><u>Supplex</u></b>                  | Plana             | Tela sintética de nilón, liviana, con                                                                                              | Prendas para practicar                                                                        |

|                                   |                                           |                                                                                                                                          |                                                                         |
|-----------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
|                                   |                                           | textura más suave que el algodón. Permite la ventilación de la piel a través de sus fibras.                                              | gimnasia aeróbica, fitness, ciclismo y deportes acuáticos.              |
| <b>Tafetán</b>                    | Plana con cordones.                       | Tela delgada de seda sintética muy tupida y de superficie lustrosa.                                                                      | Dressy evening wear: suits and coats, slips, ribbons, blouses, dresses. |
| <b>Tela Elástica</b><br>(Spandex) |                                           | Liviana, flexible y durable, resistente a la transpiración, cremas corporales y detergentes.                                             | Ropa para deportistas y prendas modeladoras de cuerpo.                  |
| <b>Terciopelo</b><br>(Velvet)     | Tejida, con hebras adicionales desviadas. | Tela delicada, resistente al agua y arrugas. Se limpia en seco y debe plancharse sobre tabla. Los terciopelos finos son de algodón 100%. | Ropa formal, cortinajes tapices.                                        |
| <b>Vellón</b>                     |                                           | Resistente al encogimiento. Se renueva con la humedad.                                                                                   | Prendas de vestir, sábanas, ropa de invierno.                           |
| <b>Velur</b><br>(Velour)          | Plana o tejida.                           | Tela parecida a la felpa, de diferentes espesores. Hilado sintético normalmente de poliéster, de algodón o similar.                      | Tapicería, cortinajes, vestidos.                                        |

Todos Tela Chile (e.g. 2011). *Tipos de Tela*. [ONLINE] Available at: <http://www.todotelas.cl/definicion-telas.htm>. [Last Accessed Mayo 12 de 2013].

## **6.1. CONFECCION TEXTIL**

Desde un punto de vista industrial, definimos la confección de prendas como el conjunto de actividades manufactureras que conducen a la elaboración de indumentaria, partiendo de la base de un diseño previo y utilizando las herramientas tecnológicas para la optimización de los procesos que intervienen en las mismas.

Las etapas de confección de prendas son dos:

## **6.2. PRE-PRODUCCIÓN DE PRENDAS**

Estas operaciones deben llevarse a cabo antes de entrar a la producción de una prenda y consiste en una serie de decisiones que deben establecerse claramente antes de comenzar a cortar una pieza de género. Ellas son:

### **Dirección**

Es el conjunto de pautas de la dirección de una empresa, que deben ser establecidas de antemano para dar al diseñador el marco de referencia para orientar su trabajo. En el caso de micro emprendimientos, el mismo diseñador debe detenerse a fijar esas pautas, para después comenzar a trabajar.

### **Diseño y patronaje de confección**

Incluye el análisis del catálogo de modelos, la selección del diseño y el patronaje, hasta la confección de la prenda modelo.

### **Abastecimiento de telas e insumos**

En base a lo decidido en la etapa anterior, se deberá establecer cuáles son los proveedores de las telas e insumos necesarios para la realización de la prenda, así como la caracterización de los productos suministrados, precios, tiempo y

forma de entrega, etc.

### **Producción de prendas**

Una vez concluida la toma de decisiones por la dirección de la empresa, se comienza con la elaboración de la prenda, que incluye los siguientes pasos llevados a cabo en forma secuencial:

Moldería de muestras

Progresión

Tizado y encimado

Corte

Pre costura

Costura

Ensamble

Fusionado

Terminaciones

Etiquetado

Empaque

### **Control de calidad en confección**

Los procesos de control de calidad están presentes en todas las etapas anteriores, y serán desarrollados en los siguientes grupos:

Control de calidad de telas e insumos

Control de calidad del proceso y equipos

Control de calidad de producto terminado

Red textil Argentina (). *Confección de Prendas*. [ONLINE] Available at:  
<http://www.redtextilargentina.com.ar/index.php/prendas/p-confeccion>. [Last Accessed Mayo15 de 2013].

## 7. DISEÑO DE MODAS

El diseño de modas es el arte dedicado al diseño de ropa y accesorios creados dentro de las influencias culturales y sociales de un período de tiempo específico. El diseño de modas difiere del diseño de vestuario debido a que su producto principal tiende a quedar obsoleto después de una o dos temporadas, usualmente. Una temporada está definida como otoño-invierno o primavera-verano. Se considera generalmente que el diseño de modas nació en el siglo XIX con Charles Frederick Worth, que fue el primero en coser a las prendas una etiqueta con su nombre. Mientras todos los artículos de vestimenta de cualquier período de la historia son estudiados por los académicos como diseño de vestuario, sólo la ropa creada después de 1858 puede ser considerada como diseño de modas. Los diseñadores de modas crean ropa y accesorios. Algunos diseñadores de alta costura son independientes laboralmente y diseñan para clientes individuales. Otros cubren las necesidades de tiendas especializadas o de tiendas de departamentos de alta costura. Estos diseñadores crean prendas originales, así mismo como los que siguen tendencias de moda establecidas. Sin embargo, la mayoría de los diseñadores de modas trabajan para fabricantes de ropa, creando diseños para hombres, mujeres y niños en el mercado masificado. Las marcas de diseñador que tienen un «nombre», tales como Calvin Klein o Ralph Lauren, son generalmente creadas por un equipo de diseñadores individuales bajo la supervisión de un director de diseño.

### **Comienzos del alta costura:**

El primer diseñador de modas, que no era simplemente un modisto, fue Charles Frederick Worth (1826-1895). Antes de que estableciera su maison couture (casa de modas) en París, el diseño y creación de ropa era manejado por un gran número de modistas anónimas, y la alta moda estaba basada en los estilos usados en cortes reales. El éxito de Worth fue tal que pudo ordenar a sus clientes lo que debían usar, en lugar de seguir su dirección como los modistos solían

hacer. El término *couturier* (costurero) fue, de hecho, acuñado para referirse a él. Fue durante este período que muchas casas de modas comenzaron a contratar artistas para bosquejar o pintar diseños de prendas. Las imágenes por sí mismas podían ser presentadas a los clientes de forma mucho más económica que produciendo una prenda de muestra en el taller de trabajo. Si al cliente le gustaba la prenda, ésta era ordenada y pagada. Por lo tanto, la tradición de bocetos de prendas comenzó como un método de las casas de modas para economizar.

### **Comienzos del siglo XX:**

Durante los primeros años del siglo XX, prácticamente toda la alta moda se originó en París y en menor medida en Londres. Las revistas de modas de otros países enviaban editores a los espectáculos de moda de París. Las tiendas de departamentos mandaban compradores a los desfiles de París, donde compraban prendas para copiar (y robaban abiertamente las líneas de estilo y el corte de otras). Tanto en los talleres que fabricaban trajes sobre medidas como las tiendas de ropa lista para usarse (*prêt à porter*) aparecían las últimas modas de París, adaptadas a las características económicas y cotidianas de los clientes de las tiendas. En este momento la división entre alta costura y ropa lista para usar no estaba todavía claramente definida. Los dos modos independientes de producción todavía no llegaban a ser competidores, y, de hecho, coexistían en casas donde las modistas elaboraban prendas de ambos modos. En los primeros años del siglo, las revistas comenzaron a incluir también fotografías de los conjuntos y se volvieron aún más influyentes que en el pasado. En las ciudades alrededor del mundo estas revistas tenían un gran efecto en el gusto público y eran muy solicitadas. Ilustradores talentosos como Paul Iribe, Georges Lepape, Erté y George Barbier dibujaban cuadros de modas exquisitos para estas publicaciones, que cubrían los más recientes desarrollos en moda y belleza. Tal vez la revista de moda más famosa del momento era *La Gazette du bon ton*, que había sido

fundada en 1912 por Lucien Vogel y regularmente publicada hasta 1925, con la excepción de los años de la Primera Guerra Mundial.

### **Mediados de siglo XX:**

La Segunda Guerra Mundial creó muchos cambios radicales en la industria de la moda. Después de la guerra, la reputación de París como centro mundial de la moda comenzó a declinar, y las modas de confección y manufacturación de masa acrecentaron su popularidad. Un nuevo estilo para la juventud surgió en los años 1950, cambiando el enfoque de la moda para siempre. Mientras la instalación de calefacción central se expandía, lo hacía también la era de prendas de mínimo cuidado, surgiendo así textiles más ligeros y los sintéticos. Enfrentando la amenaza de productos de moda prefabricados, la alta costura de París se defendió, pero con poco efecto, en cuanto no podía evitar que la moda se colara en las calles. En poco tiempo, enteras categorías de mujeres hasta ahora restringidas a suplantaciones inferiores de la alta costura disfrutarían una gran variedad y libertad de elección. Tratando con volúmenes mayores de productos, los ciclos de producción eran mucho más largos que los de los talleres de costura, lo que significaba que los diseñadores que planeaban colecciones dos veces al año, debían adivinar con más de un año de anticipación lo que sus clientes podían querer.

### **Últimas décadas del siglo XX:**

Durante las últimas décadas del siglo las modas comenzaron a cruzar los límites internacionales rápidamente. Los estilos populares occidentales fueron adoptados alrededor de todo el mundo, y muchos diseñadores que no eran occidentales tuvieron un alto impacto en la moda. Materiales sintéticos como el elastano y la viscosa fueron ampliamente usados y la moda, después de dos décadas de mirar al futuro, volvió a buscar en sus raíces para encontrar elementos de innovación.

## **8. MODA URBANA**

El concepto de la moda urbana, se refiere a todas esas prendas de vestir que están diseñadas con el fin de soportar el trajín de la ciudad. Esas prendas que son perfectas para montar en bus, para estar sentados en el andén favorito de una plaza, para ir a la universidad y en general, para estar cómodos todo el tiempo sin temor a que se nos dañe la camisa o se nos rasgue el pantalón

Esta moda ha mezclado diferentes conceptos y diseños que no obedecen a corrientes meramente comerciales y que utilizan el arte contemporáneo como sello propio. Bolsos, blusas, camisas, camisetas, faldas, pantalones, billeteras etc. es todo lo que esta moda propone para la cotidianidad de la universidad y la ciudad siendo muy cómodos y que combinan perfecto con cualquier lunes a las 7 de la mañana o viernes a las 10 de la noche.

Cuenta con diseños, colores y texturas, que por si fuera poco, son de doble faz por su gran versatilidad de poder ser utilizado en cualquier temporada, solo es cuestión de utilizar la creatividad y la mezcla de tu estilo.

Lo interesante o el desafío, es poder utilizar prendas combinables y funcionales diferentes a lo existente en el mercado sin caer en lo grotesco, cargado y extravagante.

La utilización de un accesorio o detalle, tácticamente genera una forma nueva o por lo menos distinta a lo común.

Por medio de las texturas logradas con diferentes materiales y las formas de los objetos, podemos encontrar una imagen neo-hippie pero con toques urbanos sin dejar de lado el glamour.

Para darle un toque auténtico y original, se realizan estampados o texturas pintadas a mano, detalles en acetato, listones, encaje, botones, cierres y otras aplicaciones no convencionales.

La paleta de colores utilizada es bastante armoniosa, usualmente se tiene una mezcla entre cálidos y fríos predominando uno y manejando un mensaje abstracto.

La mezcla y variedad de formas, tejidos y colores, son la base de la tendencia urbana, que se adapta perfectamente a todos los estilos gracias a la versatilidad que esta moda ofrece.

Una de las marcas más tradicionales y reconocidas que maneja este estilo urbano, es Diesel, que ya se ha hecho parte del armario y desde hace bastante tiempo se ha preocupado, de forma comercial, por atender las necesidades de la juventud en la forma de vestir.

Comúnmente los diseños son juveniles y cómodos, llenos de colores vivos, los cuales pueden combinarse con accesorios como gorras, boinas y pasamontañas. De modo que si tu eres de los que no se desvela con la moda, pues fresco, sigue vistiendo como se te le dé la gana para las jornadas cotidianas de la vida, pues seguramente sin darte cuenta también vas a estar a la moda.

Jacob Pulido M. (4 de Enero de 2010).

*Mundo Urbano, Moda Urbana – Un estilo que te hace único.* [ONLINE] Available at: <http://www.proyectomoda.com/mundo-urbano-moda-urbana-un-estilo-que-te-hace-unico/>. [Last Accessed Mayo10 de 2013].

## **9. SE HA AGUDIZADO LA CRIMINALIZACIÓN DE LA JUVENTUD.**

Experta en colectivos juveniles latinoamericanos, la mexicana Rossana Reguillo Cruz describe un panorama dramático de la región, en especial de quienes viven "en la zona de exclusión producida por el neoliberalismo". Y advierte sobre la responsabilidad del Estado y la prensa en la difusión de ciertas representaciones que vinculan de manera directa a los jóvenes (pobres) con el crimen.

Rossana Reguillo Cruz es mexicana, doctora en Ciencias Sociales y se especializa, desde hace 30 años, en el tema de los colectivos juveniles latinoamericanos. De visita en Buenos Aires para participar de la jornada "Miradas interdisciplinarias sobre violencia en las escuelas", confesó que la exclusión y marginalización de vastos sectores juveniles le preocupan hasta quitarle el sueño: "Cuando las instituciones se van replegando, esos espacios tienden a ser ocupados por otras fuerzas, y estas fuerzas lamentablemente están muy vinculadas con el crimen organizado. No quiero ser alarmista, pero se me va el sueño, no veo escenarios para una tregua... Por otro lado, existe esta necesidad de muchos docentes, que son los que están en contacto más inmediato, de tener una respuesta al 'dígame cómo se hace'... y no se trata de dar consejos, sino de arriesgarnos a pensar juntos, intentar formas distintas de aproximación. Desprendernos un poco de la certeza que nos generan los marcos institucionales y ensayar alternativas".

¿Cómo ve la relación entre esta estigmatización del joven como violento y la creciente violencia hacia los jóvenes?

Están directamente relacionados; no es causa uno de otro, pero guardan una estrecha relación. Este discurso acerca de la "desviación" de los comportamientos juveniles está presente en la sociedad desde Aristóteles. Él llamaba a la contención y al cuerpo sano, al control. Biológicamente es una edad en que el individuo está en plena efervescencia, es potencia pura; pero por otro lado es una etapa que nos da muchísimo miedo, porque esa potencia puede tomar formas

muy distintas. Es un discurso que se agudiza en algunos momentos, pero mi análisis tiene que ver con que se ha agudizado la criminalización de la juventud.

El primero que contribuyó a esta idea del joven como criminal fue el propio Estado latinoamericano; Argentina no está exenta. El mismo Estado encontró en la figura del delincuente juvenil un chivo expiatorio perfecto para justificar su propia incapacidad de frenar la inseguridad creciente y de resolver muchos problemas. Y luego, con estas cuestiones de espirales y de múltiples relaciones que hay en la dinámica social, es evidente que los medios encontraron una mina de oro en esta criminalización de los jóvenes. Esto no significa que haya que negar la dimensión objetiva, asible, cuantificable, de una violencia en los territorios juveniles muy complicada y muy problemática, pero creo que habría que hacer un esfuerzo para distinguir ambas cuestiones: una, las representaciones de la criminalización de lo juvenil; y otra, los comportamientos y acciones de los jóvenes concretos. Por un lado, existe un discurso que crece en paranoia. Cito un reportaje de Clarín: "Vienen las maras a Buenos Aires. En 10 años tendremos el fenómeno acá". Compara los comportamientos de las maras con los pibes chorros. El lector hace una relación causal entre delincuencia extrema y pibe chorro. Además, el pibe chorro tiene toda una representación fenotípica: delito de portación de cara. Allí se justifica y se aplaude la violencia contra los jóvenes. Es la cuestión spinoziana de un "otro": si alguien afecta a una persona que yo pienso que me está afectando, celebro que lo afecten. Y como no hay suficiente castigo al gatillo fácil, esto se reproduce. Tampoco son fenómenos nuevos. En la época de los pachucos<sup>3</sup>, a los marines norteamericanos les pagaban por asesinar o levantar a un pachuco. Son fenómenos que siempre han existido pero hoy se agudizan, tanto por razones del orden neoliberal en el que estamos insertos, como por el acceso a la visibilidad mediática: es el relato disciplinante por excelencia.

## 10. ¡MEDELLÍN ES JOVEN!

Los jóvenes de Medellín tenemos las oportunidades para salir adelante y materializar nuestros sueños. La Alcaldía de Medellín cuenta con 88 programas y proyectos para que nos formemos, eduquemos, participemos, expresemos y disfrutemos, el programa estimula el Talento, Participación, Conocimiento joven, Movilidad, Tengo una idea emprendedora, Salud , Convivencia, Voluntariado , Medio Ambiente , Deporte, Actividades Culturales, Espacios para vos.

## 11. MARCO CONTEXTUAL

Este proyecto se estudiará en la ciudad de Medellín, departamento de Antioquia, con un enfoque emprendedor, es la investigación basada en la juventud y la convivencia ciudadana para la realización de una línea de prendas superiores al seguir el proceso académico en el cual me estoy formando en el área de diseño textil y la producción de moda; Con este proyecto se busca lograr establecer una marca de origen local que compita con marcas que están posicionadas actualmente, sabiendo también la cantidad de empresas del país que se dedican a la elaboración de este tipo de productos.

Las metas proyectan la visión de individuo y de equipo, representan la finalidad y el cumplimiento de los objetivos que has trazado para cumplir en la vida, en el deporte que se practica, en el estudio, y en la sociedad a la que perteneces.

El Objetivo es mejorar la calidad de vida de los demás, es importante abordar temáticas de este tipo; ya que permite concientizar y sensibilizar a las personas, a partir de las experiencias vividas, para que la sociedad no se preocupe por una problemática nacional, juntos debemos aprender a vivir, hay mucho interés por parte de la población de Medellín por encontrarle una solución al problema de violencia que enfrenta nuestra ciudad, la alternativa es contribuir con el aporte de elementos y estrategias de acción orientadas a la transformación de esos conflictos violentos, solucionar el conjunto de problemas graves que hemos tenido siempre históricamente por nuestra condición periférica, la deslocalización del peligro, amenazas, conflicto urbano y la disputa por el acceso a territorios y la defensa armada del mismo; la pugna las fronteras tradicionales en los territorios se retroalimenta la sensación de inseguridad;

El enfoque socioeconómico centra la explicación de la violencia en Relación entre la pobreza y el carácter acelerado del crecimiento urbano. Se remite especialmente al proceso histórico de la configuración de la ciudad desde los desplazamientos forzados generados por la violencia a mediados del siglo 20.

Es un tema oportuno ya que hay un notorio incremento de la violencia, desigualdad, y la falta de oportunidades, además falta interés por parte de la dirigencia y las comunidades, ya que a nivel teórico y a nivel práctico se ha rechazado la idea que la pobreza produce violencia; que es cierto; un factor que incide es la inequidad; la excesiva concentración de riqueza, frente a una gran expansión de pobreza, incide en la situación de violencia.

La interpretación sociocultural; está relacionada con los estudios que señalan el impacto cultural que produjo en la ciudad el narcotráfico, una parte de estos desde una mirada conservadora atribuye la violencia a la pérdida de los valores cristianos, sugiriendo nostálgicamente el retorno a ellos; como frecuentemente lo expresan los actores más tradicionales de la iglesia católica. Mientras que otros con una mirada más progresista propugnan por la construcción de una ética civil que asume nuevos catálogos ciudadanos acordes con los tiempos actuales. Una variante de este enfoque ligada a la tendencia neoliberal explica el problema como ausencia de educación en el tratamiento pacífico de los conflictos.

La persistencia de las violencias por las deficiencias en la construcción de un sólido vínculo social o por insatisfacción con la justicia, hay múltiples factores estructurales que inciden en diferentes conflictos de esta manera son los detonantes del surgimiento de los conflictos de la ciudad; Las tasas de delito han crecido sólidamente, la inseguridad es una sección cotidiana en los noticieros, hay que configurar esta idea para contribuir en los intereses de sociabilidad y convivencia, el acceso a condiciones equitativas y dignas de salud, educación vivienda, empleo, y espacio público que garanticen las condiciones de vida de la

población que mejore las relaciones sociales y culturales para que accedan a las necesidades básicas, asimismo mejorar la seguridad y convivencia de la comunidad para que visibilicen primordialmente el bienestar y la estabilidad en sus hogares.

#### 11.1.¿Qué es la vida digna?

Vida digna es cuando las personas gozan de condiciones de vida satisfactorias, sus necesidades básicas están satisfechas y disfrutan de un entorno familiar, social y comunitario armónico, para disfrutar de sus derechos. La vida digna se logra con la superación de situaciones de injusticia y la transformación de las estructuras, posibilitando la vivencia de los derechos irrenunciables e inalienables que todo ser humano posee. Con el cumplimiento de los derechos se puede lograr un desarrollo sostenible, que brinde condiciones para la vida digna, en lo particular y en lo colectivo.

11.2. ANEXO



**Alcaldía de Medellín**

**Cartilla del**

**MANUAL DE CONVIVENCIA CIUDADANA**

**SECRETARÍA DE GOBIERNO MUNICIPAL**

**SUBSECRETARÍA DE ORDEN CIVIL Y CIUDADANO**

**SECRETARÍA DE CULTURA CIUDADANA**

**SUBSECRETARÍA DE EDUCACION CIUDADANA**

**SERGIO FAJARDO VALDERRAMA**

Alcalde Municipal

**GUSTAVO ALBERTO VILLEGAS RESTREPO**

Secretario de Gobierno

**JESÚS RAMÍREZ CANO**

Subsecretario de Orden Civil

**JORGE HUMBERTO MELGUIZO POSADA**

Secretario de Cultura Ciudadana

**FERNANDO CORTÉS VELA**

Subsecretario de Educación Ciudadana

**Equipo de trabajo:**

Carlos Mario Salazar

María Uribe Posada

Nora Margarita Vargas

Shyrley Alvarez Arredondo

Luz Marina Toro

Alejandra Restrepo

Juan Carlos Alvarez

Diana Patricia Borrero

Jhon Fredy Muñoz

Eliana Restrepo Brand

Armando Isaza Zapata

Paula Andrea González Gómez

## PRÓLOGO DEL MANUAL DE CONVIVENCIA CIUDADANA

En Medellín le apostamos a la vida. Atrás empiezan a quedar los días de zozobra, de dolor, de sufrimiento. Ahora, nuestra ciudad avanza con un gran desafío: trabajar por la vida digna y por brindar posibilidades de esperanza a todos sus habitantes.

Atrás han quedado los miedos. No lo decimos nosotros, lo dice la alegría y el optimismo de la gente en los barrios y corregimientos de la ciudad, y lo dicen los resultados, por su puesto: pasamos de 6.000 muertos al inicio de la década de 1990 a 700 homicidios el último año. Claro, siguen siendo altos los índices. Quisiéramos que los indicadores fueran ceros, y por ello no bajaremos la guardia hasta llegar a ese día en que la vida sea la noticia diaria en la ciudad.

Nuestro objetivo primordial es la calidad de vida. Por tal motivo, desde la Administración del Alcalde Sergio Fajardo Valderrama, a través de la Secretaría de Gobierno, trabajamos día a día, buscando un desarrollo real y sentido para todas las personas y en todos los sectores. Sin embargo, para que el desarrollo sea posible, tenemos que bajar la criminalidad en Medellín. Una ciudad tranquila y segura es una ciudad que le abre las puertas al turismo, a la inversión privada, a los proyectos productivos y puede destinar recursos a la inversión social.

Por fortuna hay síntomas de mejoramiento en Medellín. En los últimos años, las noches han recuperado la vida, los comerciantes, y en general, los habitantes se reencuentran con una ciudad que los escucha. Hemos afianzado el concepto de vida, y por ello seguimos apostando que: Sin armas la vida es otro cuento.

Nos hemos vuelto más tolerantes, es cierto, pero desde ahora tenemos que luchar para que una palabra se afiance como parte de nuestra cotidianidad: Autorregulación. Es que, si deseamos construir una ciudad más humana y tranquila, tenemos que comportarnos bien, no sólo por el temor a una sanción,

sino, por la convicción propia de que día a día debemos ser mejores seres humanos, mejores ciudadanos, mejores vecinos. La convivencia no está afuera, la convivencia empieza en cada uno de nosotros.

No son las acciones de los actores del conflicto social y armado, las que le dan relieve a las cifras negativas. La violencia cotidiana y cercana, la que se da entre vecinos y amigos, aumenta las estadísticas negativas de nuestra ciudad.

Para dar solución duradera en el tiempo, se construyó para la ciudad de Medellín este Manual de Convivencia Ciudadana que ayuda a regular las relaciones entre los habitantes de la ciudad. Este Manual, es una idea de la actual Administración, y así quedó estipulado en el Plan de Desarrollo. Se fortaleció con la normatividad existente y las posibilidades que le otorgaba la Constitución de 1991. Con base en lo permitido por esta normatividad, el Alcalde Sergio Fajardo Valderrama le apostó a un Manual, fruto de un trabajo participativo, incluyente, democrático y pluralista, en el que nos comprometamos todos. Estamos implantando una idea de ciudad, en donde, respetando las diferencias podamos vivir en paz, con los demás, con nosotros mismos, con la naturaleza.

En tal sentido, el Manual de Convivencia Ciudadana, hará parte de los currículos académicos de los centros educativos, siendo herramienta de trabajo en las organizaciones comunitarias, con lo que contribuye decididamente a la formación integral de nuevos medellinenses. Este Manual, es una herramienta de educación para que seamos mejores seres humanos y mejores ciudadanos.

Este Manual, es un proyecto visionario de ciudad, que no tiene reversa si queremos mantener a Medellín en el sitio que se merece. En el que cada uno de nosotros se merece.

**ALONSO SALAZAR JARAMILLO**

Secretario de Gobierno.

Período 1° de enero de 2004 al 15 de agosto 2006

## **PRESENTACIÓN**

El 1 de julio de este año se presentó a la ciudad de Medellín el Manual de Convivencia Ciudadana, un completo catálogo de conductas y deberes para que nuestras relaciones familiares, barriales y con la ciudad, sean armónicas y convivientes.

El Manual de Convivencia Ciudadana es una apuesta orientada a generar cambios en muchos comportamientos, que a pesar de su aceptación social no contribuyen a la convivencia. El Manual ayudará a impulsar una gran transformación en la cultura de la ciudadanía de Medellín.

El deseo y el esfuerzo de esta Administración es el de que todos y todas actuamos sin el temor a ser sancionados, que lo que hagamos sea motivado por el respeto a los otros, por el anhelo de hacer la vida de en sociedad más agradable. Que hagamos las cosas de corazón.

Esta cartilla es una especie de resumen del Manual de Convivencia, que recoge las conductas básicas que debemos observar y los principios o mandamientos que un buen ciudadano debe reproducir en todos sus actos. Es también una herramienta pedagógica que debemos llevar con nosotros para adecuarnos a sus recomendaciones y enseñarla a quienes no las practiquen.

La invitación es que esta cartilla se convierta en herramienta aprendida, compartida y puesta en práctica por el bien de todos los ciudadanos y ciudadanas de Medellín, de ahí que se presente en una forma corta, ágil y amena para la comprensión de todos.

Esta cartilla, consta entonces de diez (10) principios básicos que todos y todas debemos conocer, aprender y poner en práctica; de Cien (100) conductas que hacen referencia a diez grandes temas que representan las diez problemáticas de mayor impacto en la convivencia.

Se ha incluido una breve presentación de los mecanismos de resolución pacífica y amistosa de conflictos, todos ellos reconocidos e la ley y muchos de ellos, como la conciliación en equidad, fomentados por esta Alcaldía.

Como un mandato muy claro de nuestra Constitución es la participación, esta publicación describe resumidamente algunos espacios mecanismos de participación, a donde la ciudadanía concurre a presentar sus necesidades, definir la inversión de recursos públicos y a ejercer el control sobre los funcionarios.

Se presentan algunos de los programas que impulsa la Alcaldía que tienen como una de sus fundamentos premiar el esfuerzo individual y comunitario, como valores importantes de convivencia y ejercicio de ciudadanía emprendedora y responsable.

También se incluyen los pasos a seguir para construir manuales de convivencia por barrios, cuadras, sectores productivos, grupos de edad, y en general por quienes quieran, con el apoyo de la Secretaría de Gobierno, elaborar sus propias normas de convivencia.

Finalmente, se reproducen los mapas de cada uno de los corregimientos y comunas de la ciudad, con un directorio práctico de emergencias, para que la ciudadanía tenga las direcciones de las oficinas públicas cercanas.

Que esta cartilla se convierta entonces en una nueva urbanidad para quienes queremos a Medellín, una ciudad que igual nos quiere.

## **PRINCIPIOS PARA EL EJERCICIO DE UNA CIUDADANÍA RESPONSABLE**

### **I**

#### **Prevalencia del interés general sobre el particular**

La ciudadanía de Medellín trabaja por el bienestar común

## **II**

### **Reconocimiento de la autoridad legítima**

La ciudadanía de Medellín reconoce y acata a las autoridades legítimamente constituidas

## **III**

### **Autorregulación**

La ciudadanía de Medellín cumple las normas por convicción y no por el temor a una sanción.

## **IV**

### **Corresponsabilidad**

En la ciudad de Medellín todas y todos trabajamos de la mano con las autoridades públicas, en la búsqueda del bien común

## **V**

### **Participación**

En Medellín la ciudadanía interviene en las decisiones públicas y en el control de las autoridades

## **VI**

### **Resolución pacífica de conflictos**

La ciudadanía de Medellín resuelve las diferencias y los conflictos a través del diálogo y la concertación.

## **VII**

### **Solidaridad**

Los ciudadanos y ciudadanas de Medellín nos ayudamos y protegemos mutuamente

## **VIII**

### **Confianza**

En Medellín creemos en nosotros mismos y en los demás

## **IX**

### **Competitividad**

Los ciudadanos y ciudadanas de Medellín nos formamos y trabajamos para afrontar los desafíos del mundo contemporáneo.

## **X**

### **Juego limpio**

Los ciudadanos y ciudadanas de Medellín actuamos sin engaños y de tal manera que nuestra conducta sea digna de imitar.

## **I. LA FAMILIA**

Nuestra constitución establece que la familia es el núcleo fundamental de la sociedad y que ésta, se conforma por vínculos naturales o jurídicos, por la decisión libre contraer matrimonio o por la voluntad responsable de conformarla. Las familias se entienden como las instituciones educativas primordiales e insustituibles de la sociedad, núcleos básicos donde se constituyen los primeros espacios de socialización, donde se configuran la personalidad y las pautas de comportamientos de las personas. Los lazos afectivos y el diálogo que dentro de ella se practica, propician los cimientos de ciudadanía.

**Para vivir mejor en familia, debemos:**

1. Establecer normas claras que permitan convivir en armonía al interior de la familia, donde cada integrante se sienta comprometido
2. Respetar el derecho a la intimidad, de todos miembros de la familia
3. Promover al interior de la familia espacios para dialogar, escucharse y concertar
4. Distribuir equitativamente las labores domésticas entre todos los integrantes de la familia
5. Evitar discusiones agresivas al interior del hogar y delante de los niños y niñas
6. Erradicar el maltrato físico y las humillaciones, en el trato cotidiano
7. Denunciar los abusos y demás irregularidades con los menores, por parte de cualquier miembro de la familia
8. Hacer uso responsable de la sexualidad y solicitar información sobre control de natalidad, planeando responsablemente los hijos a concebir
9. Evitar vivir con la familia de origen
10. Tener en cuenta y valorar las opiniones de los adultos mayores.

## **II EL VECINDARIO**

El Diccionario define el vecindario como, el conjunto de las personas que viven en las distintas viviendas de una misma casa, o en varias casas seguidas las unas de las otras. El vecindario se define por la proximidad entre hombres y mujeres, que comparten espacios y tiempos, lo que les permite establecer relaciones con los demás, las cuales deben enmarcarse en ambientes de armonía, respeto y apoyo mutuo.

**Para lograr una vecindad responsable, la cual se construye en la esquina, en la cuadra, en el barrio, en la comuna, en la vereda y en la ciudad, debemos:**

1. Respetar la tranquilidad de los vecinos, evitando escándalos, ruidos o fiestas estridentes que trasciendan al exterior
2. Participar de las reuniones, asambleas y trabajos comunitarios
3. Conocer los vecinos más cercanos y establecer con ellos acuerdos, para actuar conjuntamente ante cualquier situación de riesgo que pueda presentarse
4. Evitar los chismes y comentarios imprecisos y malintencionados, que afecten la convivencia entre vecinos
5. Cumplir con los reglamentos de propiedad horizontal y los manuales de convivencia que se acuerden
6. Reparar las averías de la vivienda que pongan en peligro o perjudiquen a los vecinos
7. Hacer uso adecuado del lenguaje verbal, corporal y gestual en la comunicación con los vecinos
8. Recoger los excrementos que perros y mascotas depositen en el espacio público y zonas comunes
9. Evitar que los jóvenes y menores de edad interrumpen la tranquilidad de los vecinos
10. Prevenir discusiones que puedan terminar en escándalos o peleas callejeras y denunciar cualquier tipo de irregularidad del vecindario.

### **III LA TOLERANCIA**

La tolerancia es el respeto de las ideas, creencias o prácticas de los demás, cuando son diferentes o contrarias a las propias. El respeto, se entiende como esa manifestación de acatamiento que se hace por cortesía en relación con las modas, gustos sexuales, credos religiosos y culturales y pertenencia a partidos o movimientos políticos diversos, y la no discriminación a los miembros de las comunidades negras, indígenas y gitanas.

**Para poner en práctica la tolerancia, debemos:**

1. Respetar las formas de pensar, obrar y comunicar de los demás, permitiendo la libre expresión de las ideas
2. Respetar las prácticas religiosas y realizar las mismas sin ofender las creencias ajenas
3. Convivir con la diversidad sexual respetando al gay, transformista, bisexual, lesbiana, travesti, transexual y heterosexual
4. Respetar la diversidad cultural y promover espacios de inclusión para las comunidades negras, indígenas y gitanas
5. Respetar y aceptar la diferencia de pensar, actuar, vestir o comportarse relacionadas con la edad
6. Acatar las normas propias de lugares públicos como hospitales, bibliotecas, museos, salas de velación, templos, cementerios, entre otros
7. Respetar el turno en las filas, dando preferencia a los adultos mayores, a las mujeres embarazadas, a las personas con discapacidad física o mental y las mujeres con niños en brazos
8. Apagar el celular al entrar a cines, teatros, bancos, eventos públicos, recintos cerrados y otros sitios que lo contemplen en el reglamento interno
9. Evitar hacer prácticas exhibicionistas o sexuales en espacios públicos y/o desde el espacio privado hacia el espacio público
10. Evitar el ingreso a domicilios ajenos y a zonas restringidas debidamente señalizadas, sin la autorización de su propietario o administrador

#### **IV      ESPACIO PÚBLICO Y AMOBLAMIENTO URBANO**

El espacio público se entiende como el área y mobiliario común para el aprovechamiento colectivo. Este espacio que es de todos y todas, comprende las calles, caminos, zonas verdes, antejardines, parques, escenarios deportivos, museos, Metro, Metroplus, Metrocable, fachadas, techos, terrazas, aceras, ciclo rutas, instituciones educativas públicas, bibliotecas públicas, baños públicos, edificios y locales donde ejerce y atiende el Estado, monumentos, obras de arte,

símbolos patrios, cerros tutelares, plazas, el río Medellín y sus quebradas afluentes, entre otros.

**Para el buen uso y disfrute de los espacios públicos, debemos:**

1. Cuidar y utilizar adecuadamente los recipientes de las basuras, las cabinas telefónicas, las bancas, los juegos infantiles, las lámparas, jardines, fuentes de agua y demás elementos del amoblamiento urbano
2. Ubicar en el sitio asignado por las autoridades del espacio público, los enseres para las ventas, sin utilizar adicionalmente mesas, cajones, costales, carretas o similares que impidan la libre circulación de las personas por los andenes o senderos peatonales
3. Evitar convertir el espacio público en talleres de mecánica, cerrajería, carpintería u otros oficios
4. Evitar la utilización de espacios comunes como botaderos de escombros y otros elementos
5. Mantener despejadas las vías públicas, evitando que éstas se conviertan en canchas de fútbol o sitios de encuentro para bailes u otras actividades
6. Mantener despejados los andenes, evitando parquear motos, carros u otros elementos que impidan la libre circulación
7. Visitar los parques con fines lúdicos y recreativos, y hacer uso adecuado de las canchas y lugares destinados a la recreación
8. Evitar el consumo de licores y estupefacientes, en los lugares públicos
9. Señalizar adecuadamente las áreas y sitios donde se realicen obras
10. Evitar lavar y alistar vehículos en los espacios públicos.

**V. LA MOVILIDAD**

La movilidad es la posibilidad de trasladarse de un lugar a otro de manera ágil y cómoda, se facilita observando las normas que regulan el tránsito, la utilización del transporte público y el comportamiento de peatones.

**Para mejorar la movilidad en la ciudad, debemos:**

1. Conocer, respetar, difundir y enseñar las señales de tránsito
2. Utilizar los puentes peatonales, caminar por las aceras, cruzar las calles por las cebras y esquinas, atendiendo el semáforo peatonal
3. Utilizar los acopios y paraderos oficiales de transporte público
4. Transitar y caminar siempre por la derecha, evitando tumultos y aglomeraciones
5. Conducir a las velocidades permitidas, sin sobrecupo en los vehículos y utilizar el cinturón de seguridad exigiendo su uso a los pasajeros
6. Evitar conducir bajo los efectos del alcohol o sustancias psicoactivas
7. Evitar obstaculizar o bloquear las salidas de emergencia, así mismo, no detener los vehículos en las cebras o cruces peatonales
8. Obtener legalmente las licencias de conducción necesarias, portar los documentos de los vehículos actualizados y el equipo básico de carretera
9. Utilizar casco y chaleco reflectivo cuando se conduzca moto o bicicleta
10. Dar prelación a los vehículos de emergencia, bomberos y policía nacional.

## **VI LOS SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS**

Los servicios públicos domiciliarios son aquellos que satisfacen las necesidades básicas de las comunidades, que pueden ser brindados por el estado o los particulares y que materializan el derecho a una vida digna.

**Para un uso adecuado de los servicios públicos, debemos:**

1. Usar adecuadamente los servicios públicos, evitando derroche de energía y gas, el gasto excesivo del agua y uso moderado del servicio telefónico
2. Realizar conexiones y reconexiones, cumpliendo los requisitos de las empresas que ofrecen legalmente dichos servicios
3. Pagar a tiempo las facturas correspondientes a los servicios prestados y avisar oportunamente, cuando se presente algún daño en las redes de servicio
4. Evitar dañar, retirar o adulterar los aparatos de medición de agua, gas y energía eléctrica
5. Cuidar las tapas de las alcantarillas y mantener las rejillas de desagüe libre de basuras
6. Dirigir de una manera adecuada las aguas residuales, evitando la contaminación de las fuentes de agua
7. Presentar las reclamaciones a que se tenga derecho dentro de los términos fijados por la ley y de una manera respetuosa
8. Proteger cajas, cabinas telefónicas, cables, postes, transformadores, tuberías
9. Denunciar el fraude y aprovechamiento ilegal de los servicios públicos y demás irregularidades ocasionadas en estos servicios
10. Atender las medidas sobre racionamiento de energía eléctrica, agua, teléfono y gas.

**VII LA SALUD Y EL MEDIO AMBIENTE**

La salud entendida como el bienestar físico, mental y social, de las personas, implica además una relación armónica con el entorno natural, asegurando que el mismo pueda ser disfrutado por las generaciones venideras.

**Para asegurar nuestro bienestar y armonía con el entorno natural, debemos:**

1. Acudir a las campañas de vacunación, donación de sangre y jornadas de salud
2. Hacer uso responsable de la sexualidad y utilizar preservativos
3. Ubicar las basuras en lugares adecuados, los días y horarios señalados por la empresas encargadas del aseo, separando los residuos de alimentos y papel sucio del material reciclable
4. Evitar la quema y emisión de gases, y no arrojar residuos sólidos y líquidos, que contaminen el medio ambiente, el río Medellín, los cauces de las quebradas y obstruyan las alcantarillas
5. Evitar hacer necesidades fisiológicas en el espacio público y mantener limpios los baños de uso público
6. Manipular y producir higiénicamente, los alimentos destinados a la comercialización y consumo humano
7. Evitar exceder los niveles de sonido admitidos, para las zonas residenciales y comerciales, fiestas, ceremonias y actos religiosos. No pitar innecesariamente
8. Evitar fumar en lugares cerrados, en oficinas públicas y eventos masivos
9. Permitir el disfrute del paisaje, evitando su contaminación visual colocando vallas, avisos, pasacalles y demás publicidad
10. Evitar la utilización y manejo de pólvora

## **VIII LA POBLACIÓN VULNERABLE**

La población vulnerable, es aquella que por sus limitaciones económicas, de edad, discapacidad físico o mental, entre otras, esta propensa o sufre el desconocimiento de sus derechos. Hacia esta población, debemos dirigir y aplicar medidas especiales que busque equilibrarlas con el resto de la población.

**Para proteger la población vulnerable, debemos:**

1. Encomendar el cuidado de los menores de edad y de los ancianos a personas adultas responsables
2. Apoyar a quienes lleguen a la ciudad en calidad de desplazados, orientándolos para que las autoridades competentes les brinden protección
3. Brindar la ayuda necesaria a las personas con discapacidad visual y motriz para su desplazamiento en las vías, espacios públicos o privados
4. Respetar y no infringir maltratos físicos o psicológicos a las y los trabajadores sexuales
5. Delatar el maltrato físico, psicológico y sexual contra niños, ancianos o personas discapacitadas
6. Denunciar la utilización de menores en la mendicidad, trabajo o el ejercicio de la prostitución
7. Evitar dar limosnas, ropas y alimentos a los habitantes de calle, y canalizar dichas ayudas a las instituciones que desarrollen programas dirigidos a esta población
8. Ceder el asiento en los vehículos de transporte público, dando preferencia a los adultos mayores, a las mujeres embarazadas, a las personas con discapacidad física o mental y las mujeres con niños en brazos
9. Participar en las actividades comunitarias, lúdicas y deportivas para la prevención al consumo de sustancias psicoactivas de la población infantil y juvenil
10. Denunciar los abusos y engaños que se hacen a la población en situación de desplazamiento.

## **IX LA SEGURIDAD**

La seguridad es el estado de confianza que se construye por las autoridades públicas, en asocio y colaboración de la ciudadanía, para garantizar el ejercicio y disfrute de los derechos consagrados en la constitución y la ley.

### **Para contribuir a la seguridad, debemos:**

1. Observar las normas de convivencia y recurrir al diálogo y la conciliación como mecanismos fundamentales para la resolución de conflictos
2. Denunciar los delitos y conductas que atentan contra seguridad ciudadana
3. Colaborar con las autoridades públicas y la policía, en las acciones de prevención, vigilancia y control, orientadas al mantenimiento del orden y la seguridad
4. Conformar y participar activamente en los frentes de seguridad local y la red de informantes
5. Denunciar el abuso que cometan las autoridades en el ejercicio de sus cargos y funciones
6. Conformar y participar de los comités barriales de atención y prevención de desastres emergencia
7. Acatar las normas de comportamiento e instrucciones de evacuación al interior de recintos públicos o privados, y en sitios de concentración masiva de personas
8. Identificar los factores de riesgo, en el hogar y la comunidad, para reportarlas a las autoridades competentes
9. Mantener iluminadas las zonas comunes, libres de elementos que impidan la visibilidad
10. Hacer uso responsable de la línea de emergencia 123

## **X LA LEGALIDAD**

La legalidad se entiende como aquella manera de actuar y relacionarnos, respetando las normas, evitando los atajos y observando un comportamiento en el que concuerde la ley, la ética y las normas sociales.

**Para ejercer la autorregulación y obrar con legalidad, debemos:**

1. Apoyar y respetar las autoridades legalmente constituidas, demandando de ellas un trato respetuoso.
2. Ejercer la participación ciudadana en la vida política, cívica y comunitaria
3. Dar información veraz y hacer buen uso del SISBEN
4. Evitar, el porte, tenencia y uso de armas
5. Comprar boletas para espectáculos, loterías, licor o similares únicamente en expendios oficiales o autorizados
6. Comprar legalmente discos compactos, libros y otros elementos, rechazando la piratería
7. Practicar el Juego Limpio y dar buen ejemplo, sin recurrir a la trampa y el soborno para alcanzar un fin determinado
8. Comprar y comercializar sólo artículos de procedencia legal
9. Cumplir con nuestras obligaciones tributarias y pagar cumplidamente los impuestos, tasas y contribuciones municipales
10. Evitar dar dádivas a los funcionarios públicos, para el cumplimiento de sus funciones.

**MECANISMOS PARA FORTALECER Y RESTABLECER LA CONVIVENCIA**

Los mecanismos para fortalecer y restablecer la convivencia, son los caminos rápidos que se ofrecen para que el ciudadano encuentre una solución oportuna a sus conflictos con familiares, amigos y vecino. Estas soluciones se basan principalmente en el diálogo y la comunicación de las personas involucradas, de

manera que puedan llegar a concretar acuerdos que satisfagan sus expectativas y respeten sus derechos.

Estos caminos, establecidos en el marco legal de nuestro país son: la mediación, la conciliación y la justicia de paz. Estas dos últimas producen efectos jurídicos que el ciudadano debe conocer y tener en cuenta para la solución de diferentes problemas con un máximo de economía y satisfacción para quienes intervienen en los acuerdos. El acceso a estos servicios es totalmente gratuito.

Para garantizar el acceso del ciudadano a estos servicios, la Administración Municipal ha dispuesto para ellos un apoyo logístico consistente en la capacitación para los conciliadores, espacios en las inspecciones, comisarías de familia y casas de justicia y la entrega de muebles e implementos de oficina para el desarrollo de su trabajo

**La Mediación:** Es una figura por medio de la cual las partes en conflicto buscan la solución, con la colaboración de un tercero denominado mediador, quien acerca a las partes y les propone y ayuda a encontrar fórmulas de arreglo, que pueden ser tomadas por los solicitantes mediante acuerdos verbales. Es un mecanismo que puede utilizarse en cualquier momento del conflicto y sólo se requiere la voluntad de los involucrados para acudir al mediador.

Su aplicación no está reglamentada por la ley y sirve más que todo como punto de partida para establecer la comunicación entre las partes. Puede actuar como mediador cualquier persona que sea reconocida por las partes en conflicto como un facilitador del diálogo. No requiere de formalidades y los problemas sometidos a consideración del mediador, hacen referencia a circunstancias en las cuales las personas pueden llegar a acuerdos verbales que los satisfagan y que puedan cumplir voluntariamente para mejorar la convivencia.

**La Conciliación en equidad:** Es la figura por medio de la cual las partes involucradas en un conflicto, buscan la solución al mismo con la colaboración de un tercero, que se denomina conciliador. Este conciliador es una persona que ha sido debidamente capacitada para que actúe como facilitador de los conflictos particulares y comunitarios. Además, tiene reconocimiento comunitario y cualidades personales que le hacen merecedor de la confianza de quienes necesitan de su intervención.

La conciliación a diferencia de la mediación produce un acuerdo escrito denominado acta de conciliación, que deben firmar las partes comprometidas. Este acuerdo tiene efectos jurídicos y se considera que el asunto ha quedado resuelto antes de llegar a cumplirse un proceso judicial largo, costoso y en muchos casos poco satisfactorio.

Cuando alguna de las partes incumple este acuerdo, el acta debidamente firmada se utiliza como primer paso para iniciar una acción legal con todas sus consecuencias. La conciliación en equidad parte del principio de que las partes llegan a un acuerdo que satisface sus demandas y necesidades, teniendo en cuenta las posibilidades reales de cada uno de los involucrados.

Los conciliadores en equidad prestan sus servicios en las sedes de inspecciones de policía, casas de justicia y centros de conciliación que pueden consultarse en el anexo de este documento. No tienen ningún costo y los ciudadanos pueden solicitar la intervención de un conciliador para casos relacionados con dificultades entre vecinos por ruido, uso de zonas recreativas, deudas, arrendamientos, chismes, rumores, cumplimiento de garantías, derechos del consumidor.

**La Justicia de Paz:** Es la figura a la cual se acude cuando no ha sido posible que los involucrados en el conflicto lleguen a un acuerdo que los satisfaga. Aquí, el juez de paz, deberá tomar una decisión y dejarla por escrito en un fallo que

también tiene efectos legales si hay un incumplimiento por parte de los involucrados.

El juez de paz es elegido por votación popular y debe ser un ciudadano que resida en el sector para el cual prestará sus servicios. Sus fallos se deben ajustar a principios de equidad establecidos ante todo por los usos y costumbres de las personas involucradas en el conflicto.

Si el fallo que dicta un juez de paz no es satisfactorio para alguna de las partes, podrá solicitarse su revisión por un juez de reconsideración. En caso de que no lograrse definitivamente un resultado que satisfaga las partes, deberá acudirse entonces a la justicia formal (jueces de la República) para realizar una demanda formal, que debe cumplir todos los requisitos establecidos en la ley.

Al igual que los conciliadores, los jueces de paz prestan sus servicios en forma gratuita y se ubican en las inspecciones de policía, comisarías de familia y casas de justicia. Los asuntos que puede atender el juez de paz son los mismos del conciliador, pero con el componente adicional de que se produce un fallo en equidad ante la falta de acuerdo de las partes. El incumplimiento del fallo de un juez de paz da lugar al inicio de un proceso legal, si es voluntad de las partes afectadas.

## ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN Y COMPROMISO CIUDADANO

La participación ciudadana es la acción comunitaria para lograr el compromiso de los ciudadanos con la sociedad y su integración responsable y colectiva en la identificación y solución de necesidades, frente a las actividades de la administración.

**Los Consejos de Convivencia Ciudadana:** Son instancias de participación ciudadana, para facilitar la intervención de la comunidad en las decisiones que afectan la vida económica, política, administrativa y cultural de la ciudad, que otorga un papel protagónico, sobre los temas de seguridad y convivencia. Está conformado por: El Comité Local de Gobierno, Las Juntas de Acción Comunal, Juntas Administradoras Locales, Iglesias, Jefes de Núcleo, Organizaciones Comunitarias, empresa privada y todos y todas, existen en Medellín uno por cada comuna y corregimiento y se reúnen al menos una vez por mes, la participación es abierta y basta consultar el cronograma de sus reuniones.

**Los Consejos Consultivos Comunales y Corregimentales:** Es una instancia de participación de las comunidades con capacidad de deliberar y decidir, que tiene como finalidad:

- ✓ Concertar con la administración municipal la planeación del desarrollo local del territorio enmarcado dentro del Sistema municipal de Planeación.
- ✓ Planear, distribuir y decidir sobre recursos asignados mediante el presupuesto participativo a la respectiva comuna o corregimiento.
- ✓ Fiscalizar la ejecución de la inversión pública en la respectiva comuna.

En cumplimiento de estos objetivos propenderá por la construcción de los planes de desarrollo de cada comuna y corregimiento, promoverá acciones de control social sobre la inversión pública, presentará cada año al Alcalde de la ciudad las iniciativas comunitarias priorizadas por las y los delegados del barrio y vereda que

serán incluidas en el anteproyecto del Presupuesto Participativo del año fiscal siguiente.

**Las Veedurías ciudadanas:** Mecanismo de participación que permite que los ciudadanos ejerzan individualmente o colectivamente la vigilancia, seguimiento, evaluación, fiscalización y control en todas las actividades que desarrolla la administración pública o particular que manejan los fondos del estado.

**Los Comités Barriales de Prevención y Atención de Desastres:** Son grupos voluntarios que se reúnen y capacitan para realizar acciones encaminadas a la prevención, atención y recuperación de emergencias y desastres dentro o fuera de sus comunidades, con el fin de hacer de sus barrios, corregimientos y veredas lugares seguros para vivir, aumentando con ello la calidad de vida de la población.

**Los Frentes de Seguridad Local:** Son organizaciones de tipo comunitario, lideradas por la Policía Nacional, que tienen como propósito diseñar y ejecutar estrategias de seguridad en su sector.

## **PROYECTOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CONVIVENCIA CIUDADANA**

Son estímulos que se brindan a los habitantes de la ciudad

**Mujeres Talento:** Aquellas mujeres entre 16 y 25 años que se destaquen en las áreas como desarrollo social, música, ciencia y tecnología, emprendimiento empresarial y deporte. Cada una de las ganadoras recibe 5 millones de pesos, más 45 millones de pesos para ejecutar una obra de beneficio comunitario, en concertación con las organizaciones del barrio que representen.

**Excelencia Académica:** Busca el empoderamiento de las mujeres jóvenes con excelentes promedios, para que continúen con el proceso formativo y para potenciar sus capacidades intelectuales.

**Guías Ciudadanos:** Busca beneficiar a aquellos jóvenes que viven en sectores que fueron muy críticos en el mapa de violencia de la ciudad, fortaleciendo los programas de educación ciudadana en las calles de Medellín.

**Jóvenes con futuro:** Acercamiento de la educación y oportunidades de desarrollo a jóvenes entre los 16 y 29 años de edad, de estratos 1, 2 y 3 en condiciones de pobreza, desempleo, con poco acceso a la recreación y actividades culturales, o que hayan vivido de cerca la violencia intrafamiliar, el hacinamiento crítico, y el conflicto armado sin pertenecer a bandas, milicias o combos, que hayan aprobado como mínimo el 7º grado, o que tengan su Educación Básica completa y aspiren a algún tipo de educación superior.

**Prácticas de excelencia:** Convocatoria a Estudiantes de destacado sentido cívico y profesional con ganas de trabajar por la ciudad, a través de los departamentos de prácticas externas de las universidades.

**Gestores pedagógicos de tránsito:** Apoyo económico a estudiantes universitarios quienes participan en planes, programas, tareas y acciones de la Secretaría de Transporte y Tránsito.

**Concurso “Capital semilla”:** Premia cada año con 5 millones de pesos a los 100 mejores proyectos de creación de empresas.

**Apoyo estudiantes:** Para estudiantes de bajos recursos de las universidades Antioquia y Nacional, siendo compensados con monitorias y auxilio económico que se retribuye con trabajo en el sector educativo del municipio.

**Extensión de horarios a los comerciantes:** Busca la participación activa de los comerciantes en el desarrollo de la ciudad, para ello premia con la extensión de los horarios de apertura de los establecimientos a aquellos comerciantes que cumplen con los horarios y no han tenido llamados de atención de la policía nacional o la inspección de policía de su sector.

**Financiación de la Educación:** Busca beneficiar a los 300 jóvenes con mejores promedios ICFES para estudios de educación superior.

**Brigadas de Salud:** Busca entregar Brigadas de salud en las comunidades en donde no se hayan presentado casos de quemaduras por utilización de pólvora.

**Vamos al estadio:** Busca familiarizar a los niños, a las niñas, a los jóvenes y a los adultos con la Unidad Deportiva Atanasio Girardot, permitiendo la participación en todas las disciplinas deportivas, proponiendo una mejor manera de participar con los hinchas del espectáculo del fútbol profesional.

**Acciones Pedagógicas.** El gobierno municipal se propone adelantar, en forma permanente, campañas sobre la cultura de convivencia ciudadana y de autorregulación, a fin de que todos los ciudadanos conozcan de sus bondades, diseñando, organizando y ejecutando, entre otras:

1. Campañas de buena vecindad.
2. Actividades orientadas a conocer y proteger la diversidad e integridad del ambiente de la ciudad, enfatizando en el conocimiento del patrimonio cultural y en las zonas de especial importancia ambiental.

3. Difusión del Manual de Convivencia Ciudadana, para su conocimiento, discusión y estudio en colegios públicos y privados de la ciudad.
4. Caminatas ecológicas, rurales y urbanas para el reconocimiento natural, histórico, arquitectónico y sociológico de la ciudad.
5. Campañas de formación que involucren a las entidades educativas y las familias, sobre las reglas de convivencia ciudadana y autorregulación.
6. Campañas de carácter pedagógico, dirigidas a población específica que lo requiera, de acuerdo con los índices de conflictividad o violación a las normas policivas.
7. Avisos con invitación a desarrollar la cultura ciudadana para la convivencia.
8. Campañas educativas para la prevención y solución de problemas específicos por barrios, comunas y corregimientos.
9. Campañas educativas para el reconocimiento de las culturas urbanas, según la etnia, edad, género, orientación sexual y creencias religiosas.
10. Fortalecer y fomentar los Comités Locales de Gobierno y los Consejos de Convivencia Ciudadana.
11. Campañas de acercamiento recíproco entre las autoridades de policía y la comunidad.
12. Crear y desarrollar centros de diálogo, mediación y conciliación en cada corregiduría e inspección de la ciudad de Medellín.
13. Campañas de sensibilización en temas de justicia restaurativa, importancia y alcances de estas reglas excepcionales de solución de conflictos en procura de una paz social.
14. Difundir entre los empleados de la administración municipal y a la ciudadanía en general, los postulados del presente que contiene el Manual de Convivencia Ciudadana.
15. Campañas de carácter pedagógico y formativo, donde el respeto por la diferencia sea la base de la convivencia ciudadana.

16. Formación continua en derechos humanos y, en general, sobre las manifestaciones de solidaridad, autorregulación y convivencia contenidos en el presente Manual, para los funcionarios con autoridad de policía.

## **PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE CONVIVENCIA**

### **1- Definir el área o sector donde se elaborará el manual.**

- a. Reconocimiento de la zona (de forma espacial, construcciones, comercio, instituciones educativas, vías de acceso, etc.)
- b. Análisis de la población (por edades, grado de escolaridad, estrato socio-económico, entre otros).

### **2- Convocar a la comunidad en general.**

- a. Explicación del qué, por qué, y para qué de un manual de convivencia, en su comunidad.
- b. Motivación a la sana convivencia a través de talleres y/o ejercicios de encuentro comunitario.
- c. Invitación a construir el manual de convivencia. Lo anterior se puede lograr con publicidad que motive a participar.
- d. Selección de líderes por cuadra o sectores. Estos serán elegidos democráticamente.

### **3. Trabajo de campo.**

- a. Reunión del líder con su sector para determinar pautas de trabajo a seguir.
- b. Talleres de indagación con la comunidad por grupos: niños, jóvenes, adultos, sector productivo; para identificar problemáticas existentes y posibles soluciones.
- c. Socialización de los resultados y sistematización de la información.

#### **4. Encuentro entre líderes.**

- a. Análisis de la información recopilada en cada sector
- b. Determinación y priorización de situaciones a resolver.
- c. Elaboración de propuestas para ser tenidas en cuenta en el manual.

#### **5. Redacción del manual.**

- a. Redactarlo en forma de invitación al consenso.
- b. Evitar las continuas prohibiciones.
- c. Utilizar un lenguaje claro.

#### **6. Presentación a la comunidad.**

- a. Acto general de entrega a la comunidad del manual de convivencia.
- b. Promoción e invitación a ponerlo en práctica, por medio de diferentes campañas publicitarias.

Para la elaboración, presentación e implementación de los manuales de convivencia, sectoriales o gremiales, se puede tener acompañamiento de la Secretaría de Gobierno Municipal oficina del Manual de Convivencia.

## 12.ENFOQUE DE LA PROPUESTA

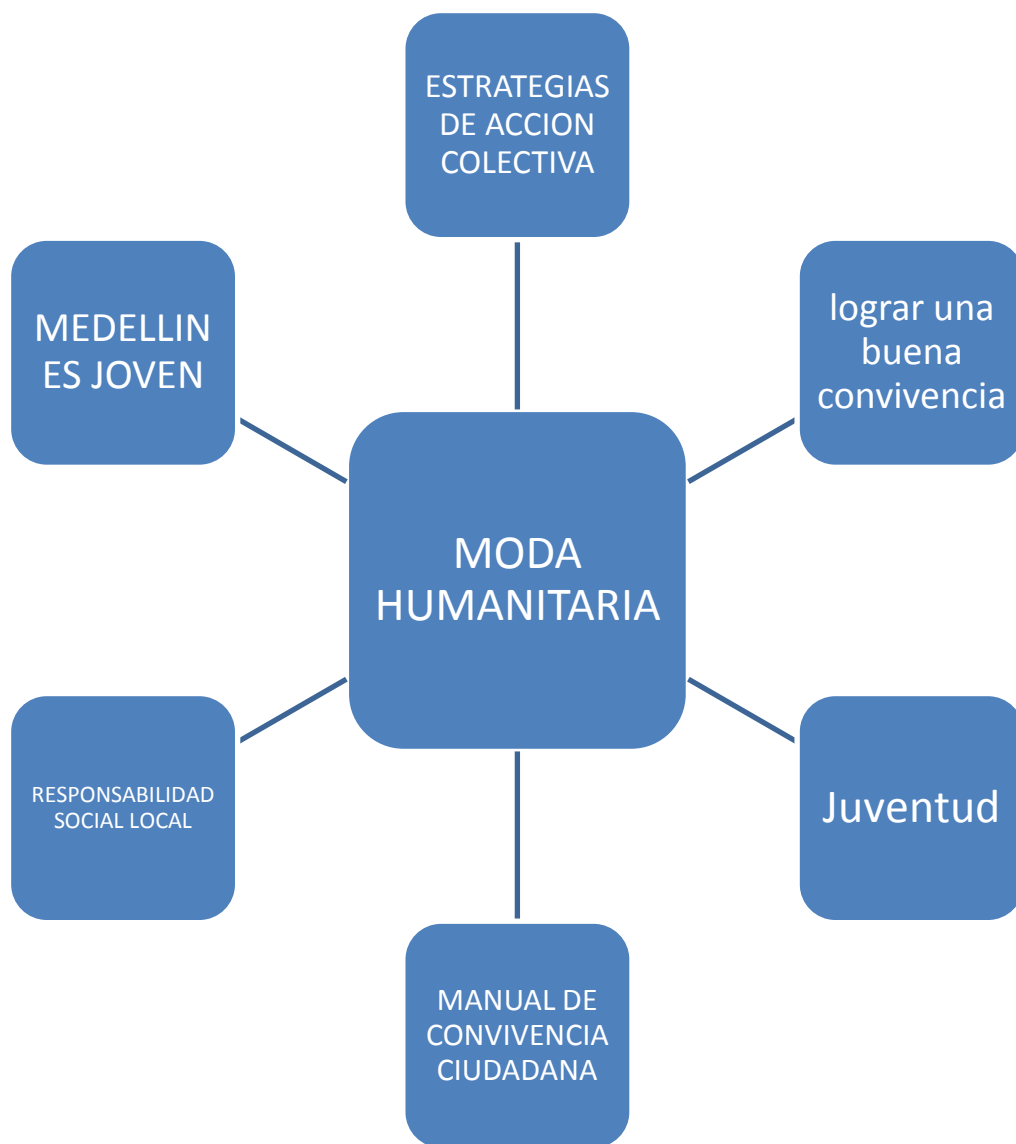


Figura 2. Enfoque fundamental para Moda Humanitaria en Medellín, Colombia.

Mapa conceptual

Fuente: Autoría Propia



Figura 2. Pirámide de Maslow, Para el bienestar de las personas.

### **13. DISEÑO METODOLÓGICO**

Se expondrá el método, la tecnología necesaria para ensamblar las prendas, y la forma como se desarrollaría el proyecto.

#### **13.1. Método de Investigación**

Es de carácter cualitativo y exploratorio porque es una opción para destacar un tema autentico, en el sector de la producción textil en la ciudad de Medellín y consta de buena explicación. Ya que los diseños se caracterizan por su concepto en base a comprender e interpretar la juventud en Medellín y lo cíclica que resulta la moda para este sector, y las necesidades actuales del cliente, presento estas propuestas para resolver la necesidad de las vestimentas, asimismo ofrecer a los compradores llevar una prenda que al usarla, debe vincularse a tener un comportamiento adecuado para mejorar la convivencia en la ciudad; y está motivando a quien observa la prenda a aplicar una nueva tendencia explorando lo que puedes lograr al transmitir mensajes como estos de optimismo y positivismo, que implica comercializar las prendas y una aprobación por parte del público objetivo; es conducir el estudio de la moda en una perspectiva global, tomando temas importantes, y la situación actual social y cultural.

#### **13.2. Diseño investigativo**

La ejecución de la investigación cualitativa

1. La definición de la situación, abarca la exploración, el diseño, la preparación.
2. Recolección de datos y organización

### 3. factores de la situación socio cultural.

La realización del diagnóstico general del contexto, está basada en:

Conocer el entorno sociocultural y la moda de los jóvenes en Medellín.

Examinar imágenes presentadas por jóvenes, tendencias manejadas, iconos preferidos, cortes, color y estilo de la época actual.

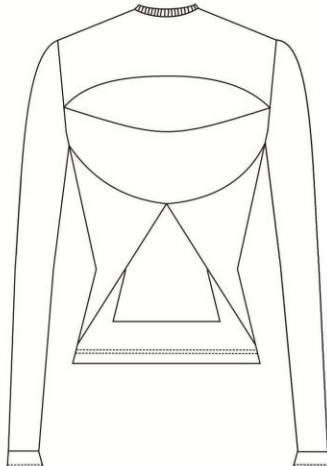
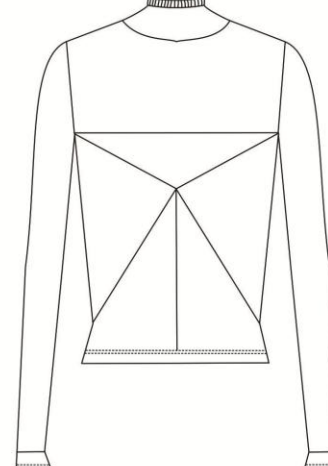
### 14. Descripción técnica del proyecto.

#### 14.1. Tipo de Estudio

Cualitativo y exploratorio porque utiliza varias fuentes de investigación.

El desarrollo de este proyecto describe que la moda es transformada y busca el constante cambio y asimismo dar alternativas para adaptarse a las diversas opciones que son posibles se presenten. Al presentar la línea de prendas busco desarrollar la creatividad y observar la aceptación de las prendas, implica procesos con calidad y un desarrollo de opciones para visualizar los gustos y tendencias preferidas por el cliente. La observación directa se realizó en el diario de campo y encuestas al público objetivo.

## 15. FICHAS TECNICAS

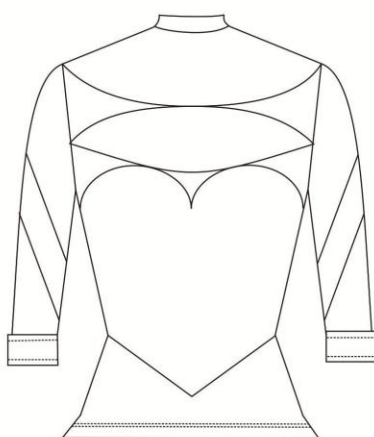
|                                                                                                                                 |                                                                                                                                  |                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
|                                                | <h3>FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR</h3>                                                                                           |                                |
|                                                                                                                                 | REF: Camibuso 9554                                                                                                               | TALLAS: S - M - L              |
|                                                                                                                                 | TELA: LYCRA ALGODÓN                                                                                                              | ANCHO: 1,50 m                  |
|                                                                                                                                 | LINEA: FEMENINA                                                                                                                  | PROMEDIO: M                    |
|                                                                                                                                 | PPP: 12 a 14                                                                                                                     | INSUMO: cuello redondo         |
|                                                                                                                                 | ETIQUETA: SI                                                                                                                     | BANDERA: SI MARQUILLA TALLA: 1 |
| <p style="text-align: center;">DELANTERO</p>  | <p style="text-align: center;">POSTERIOR</p>  |                                |
| <p>DESCRIPCIÓN: Camibuso con frase de motivación, cortes y de varios colores en misma base textil.</p>                          |                                                                                                                                  |                                |
| <p>HOMBRO: Fileteado</p>                                                                                                        |                                                                                                                                  |                                |
| <p>SISA: Plana, Fileteado</p>                                                                                                   |                                                                                                                                  |                                |
| <p>CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteadora y Recubridora</p>                                                                 |                                                                                                                                  |                                |
| <p>COSTADO: Fileteadora PS.</p>                                                                                                 |                                                                                                                                  |                                |
| <p>PESPUNTE: 1/16</p>                                                                                                           |                                                                                                                                  |                                |
| <p>HILO SUPERIOR E INFERIOR CALIBRE 120; ALGODÓN POLIÉSTER TONO A TONO</p>                                                      |                                                                                                                                  |                                |
| <p>RUEDO: 1 cm RECUBIERTO</p>                                                                                                   |                                                                                                                                  |                                |
| <p>PERILLA: no tiene</p>                                                                                                        |                                                                                                                                  |                                |
| <p>OJALES: no tiene</p>                                                                                                         |                                                                                                                                  |                                |
| <p>Proceso: Estampación</p>                                                                                                     |                                                                                                                                  |                                |
| <p>BOTONES: no lleva</p>                                                                                                        |                                                                                                                                  |                                |
| <p>ENTRETELA: no tiene</p>                                                                                                      |                                                                                                                                  |                                |
| <p>BOLSILLOS: no tiene</p>                                                                                                      |                                                                                                                                  |                                |
| <p>PUÑOS: dobladillos y pespuntados puntada decorativa recubierta</p>                                                           |                                                                                                                                  |                                |
| <p>CIERRE: no tiene</p>                                                                                                         |                                                                                                                                  |                                |
| <p>Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero</p>                                                                                |                                                                                                                                  |                                |



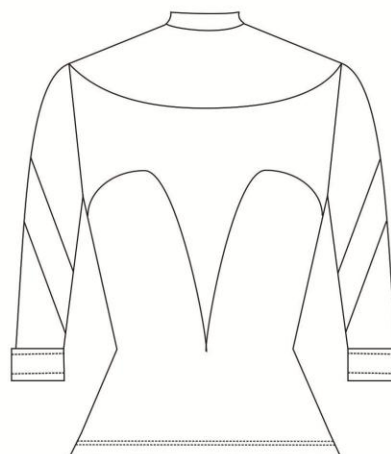
## FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR

|                               |             |                    |
|-------------------------------|-------------|--------------------|
| REF: Blusa manga 3/4 9555     |             | TALLAS: S - M - L  |
| TELA: Lycra Algodón y viscosa |             | ANCHO: 1.50 m      |
| LINEA: FEMENINA               |             | PROMEDIO: M        |
| PPP: 12 a 14                  |             | INSUMO: Cuello     |
| ETIQUETA: SI                  | BANDERA: SI | MARQUILLA TALLA: 1 |

DELANTERO:



POSTERIOR:



DESCRIPCIÓN: Blusa mangas 3/4, cortes y de varios colores en misma base textil.

HOMBRO: Fileteado

SISA: Fileteado sencillo

CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteadora y Recubridora

COSTADO Fileteado de seguridad

PESPUNTE Ruedo a 1cm

HILO 120 y 60 tono a tono

RUEDO: Fileteado y pespuntado

PERILLA: no tiene

OJALES: no tiene

PROCESO: Estampación

BOTONES: No lleva

ENTRETELA: no tiene

BOLSILLOS: no tiene

PUÑOS: dobladillos y pespuntados puntada decorativa recubierta

CIERRE: no tiene

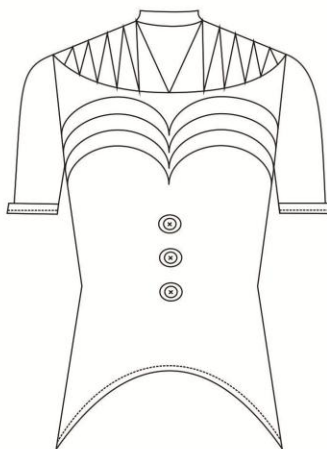
Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero



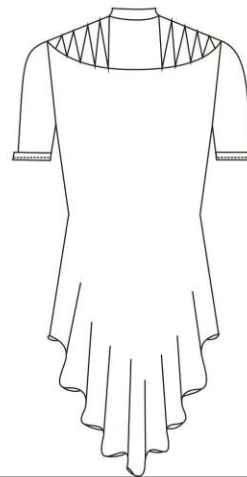
## FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR

|                              |             |                    |
|------------------------------|-------------|--------------------|
| REF: Blusa cola de pato 9556 |             | TALLAS: S - M - L  |
| TELA: Lycra Algodón          |             | ANCHO: 1.50 mt     |
| LINEA: FEMENINA              |             | PROMEDIO: M        |
| PPP: 12 a 14                 |             | INSUMO: CUELLO     |
| ETIQUETA: SI                 | BANDERA: SI | MARQUILLA TALLA: 1 |

DELANTERO:



POSTERIOR:



DESCRIPCIÓN: BLUSA COLA DE PATO

HOMBRO: Fileteado

SISA: Fileteado sencillo

CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteadora y Recubridora

COSTADO: Fileteado de seguridad

PESPUNTE: 1/16

HILO: 120 superior, tono a tono y 60 inferior

RUEDO: Recubierto, puntada decorativa

PERILLA: no tiene

OJALES: no tiene

PROCESO: Estampación

BOTONES: 3 Botones decorativos, negros, plásticos, tamaño mediano.

ENTRETELA: no tiene

BOLSILLOS: no tiene

PUÑOS: Pespuntados 1/16

CIERRE: no

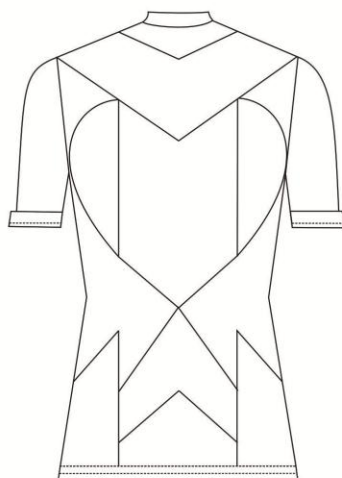
Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero



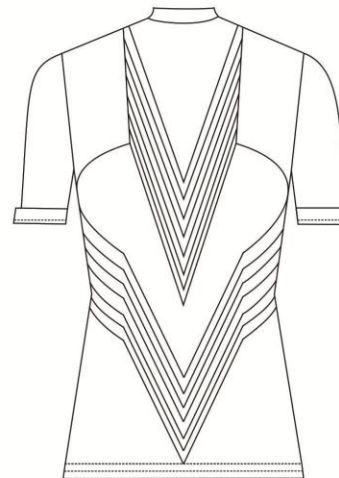
## FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR

|                                 |             |                     |
|---------------------------------|-------------|---------------------|
| REF: Camiseta 9557              |             | TALLAS: S - M - L - |
| TELA: Lycra poliéster y Algodón |             | ANCHO: 1.50 mt      |
| LINEA: FEMENINA                 |             | PROMEDIO: M         |
| PPP: 12 a 14                    |             | INSUMO: Cuello      |
| ETIQUETA: SI                    | BANDERA: SI | MARQUILLA TALLA: 1  |

DELANTERO:



POSTERIOR:



DESCRIPCIÓN: Camiseta frase motivadora; con cortes y de variados colores en misma base textil.

HOMBRO: Fileteado

SISA: Fileteado sencillo

CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteadora y Recubridora

COSTADO: Fileteadora PS.

PESPUNTE: 1/16

HILO SUPERIOR E INFERIOR CALIBRE 120; ALGODÓN POLIÉSTER TONO A TONO

RUEDO: Recubridora puntada decorativa

PERILLA: no tiene

OJALES: no tiene

Proceso: Estampación

BOTÓN: no lleva

ENTRETELA: no tiene

BOLSILLOS: no tiene

PUÑOS Pespuntados 1/16

CIERRE: no lleva

Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero



## FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR

REF: BLUSA cuello V con pinzas posteriores 9558 TALLAS: S - M- L -

TELA: LYCRA ALGODÓN

ANCHO: 1.50 mt

LINEA: FEMENINA

PROMEDIO: M

PPP: 12 a 14

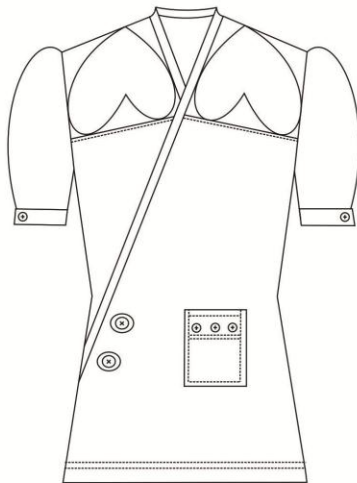
INSUMO: Cuello redondo

ETIQUETA: SI

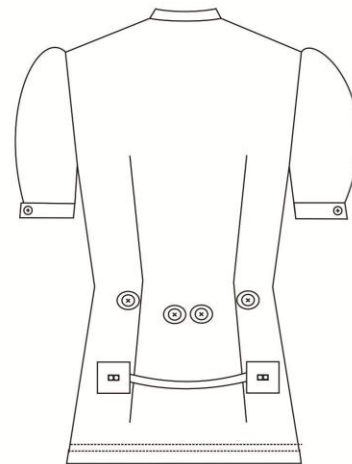
BANDERA: SI

MARQUILLA TALLA: 1

DELANTERO:



POSTERIOR:



DESCRIPCIÓN: Blusa cuello en V con bolsillo delantero, y cinturón posterior

HOMBRO: Fileteado

SISA: Fileteado sencillo

CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteadora y Recubridora

COSTADO: Fileteadora PS.

PESPUNTE: 1/16

HILO SUPERIOR E INFERIOR CALIBRE 120; ALGODÓN POLIÉSTER TONO A TONO

RUEDO: Recubridora

PERILLA: no tiene

OJALES: 2 de 1,2cm en mangas, y 2 de 1,2cm delanteros, funcionalidad botonadura.

Proceso: Estampación localizada

BOTONES: 11 botones negros de plástico, 6 tamaño mediano y 5 tamaño pequeño

ENTRETELA: no tiene

BOLSILLOS: 1 rectangular, doble pespunte

PUÑOS Pespuntados 1/16

CIERRE: no

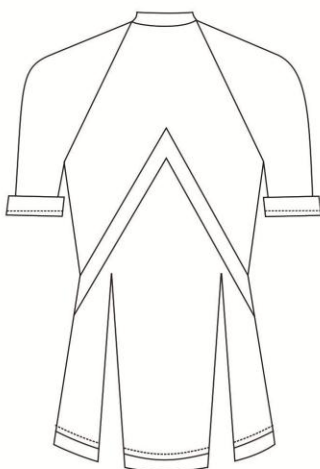
Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero



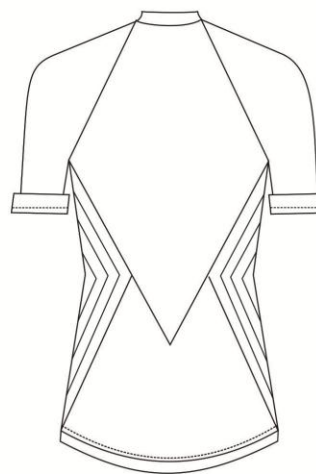
## FICHA TÉCNICA PRENDA SUPERIOR

|                                      |                        |
|--------------------------------------|------------------------|
| REF: Camiseta cortes delanteros 9559 | TALLAS: S - M - L -    |
| TELA: LYCRA ALGODÓN                  | ANCHO: 1.50 mt         |
| LINEA: FEMENINA                      | PROMEDIO: M            |
| PPP: 12 a 14                         | INSUMO: Cuello redondo |
| ETIQUETA: SI                         | BANDERA: SI            |
|                                      | MARQUILLA TALLA: 1     |

DELANTERO:



POSTERIOR:



DESCRIPCIÓN: Camiseta manga rangla, cuello redondo, con cortes en varios colores en misma base textil.

HOMBRO: Fileteado

SISA: Fileteado sencillo

CUELLO: Redondo para camiseta, Fileteado y Recubierto

COSTADO: Fileteadora PS.

PESPUNTE: 1/16

HILO SUPERIOR E INFERIOR CALIBRE 120; ALGODÓN POLIÉSTER TONO A TONO

RUEDO: Recubierto, puntada decorativa

PERILLA: no tiene

OJALES: no tiene

Proceso: Estampación

BOTONES: no lleva

ENTRETELA: no tiene

BOLSILLOS: no tiene

PUÑOS: dobladillos y pespuntados puntada decorativa recubierta

CIERRE: no

Realizado por: Sara Isabel Vergara Botero

## 16. ENCUESTA VIRTUAL

Objetivo de la encuesta: Determinar los gustos en camisetas, estampados y diseños de un público objetivo.

### 1. Genero

- a.) Masculino
- b.) Femenino

### 2. Edad

- a.) 12-15
- b.) 16-19
- c.) 20-23
- d.) 24-26

### 3. ¿Que tipo de prenda superior prefiere?

- a.) Camisas
- b.) Camisetas
- c.) Blusas
- d.) Camibusos

### 4. ¿Le gusta usar camisetas, blusas y camibusos estampados?

- a.) Si
- b.) No
- c.) A veces

5. ¿Compra ropa en la Web?

- a.) Si
- b.) No
- c.) A veces

6. La violencia afecta a los jóvenes y ciudadanos en Medellín, es una realidad actual; ¿Le parece práctico que las prendas de vestir sean un medio que trascienda la importancia de la convivencia ciudadana?

- a.) Si
- b.) No

7. ¿Conoce la Moda Humanitaria en la ciudad?

- a.) Si
- b.) No

8. Al seleccionar una prenda, ¿qué es lo que más influye para definir la compra?

- a.) La marca
- b.) El diseño
- c.) El precio

d.) La calidad

e.) El estilo

f.) Otro

9. ¿Cuál base textil prefiere, para una prenda superior?

a.) Poliéster

b.) Algodón

c.) Lacoste

d.) Lycra Algodón

10. ¿Sabía que el color de las prendas de vestir influyen en el estado ánimo?

a.) Si

b.) No

11. ¿Qué valor le otorgas a la marca a la hora de comprar atuendos?

a.) Mucha

b.) Poca

c.) Nada

12. ¿Qué tendencia de prendas de vestir te gusta usar?

a.) Sport

b.) Fashion

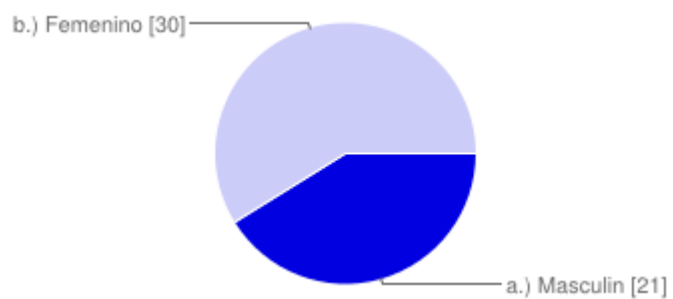
c.) Casual

d.) Elegante

e.) Otra... cuál?

## 17. Tabulación y resultado de la encuesta

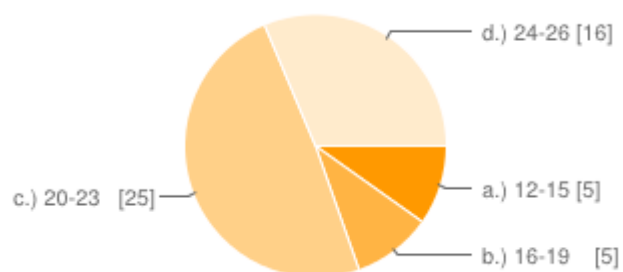
### 1. Genero



a.) Masculino    **21**    41%

b.) Femenino    **30**    59%

### 2. Edad



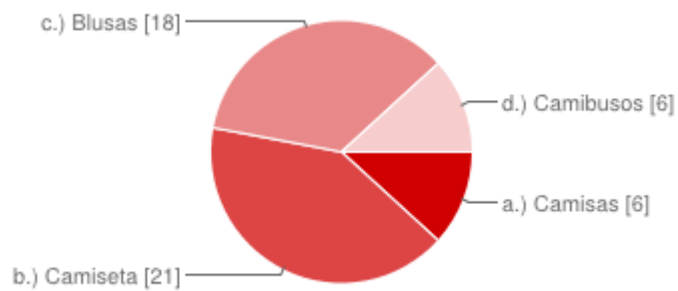
a.) 12-15    **5**    10%

b.) 16-19    **5**    10%

c.) 20-23    **25**    49%

d.) 24-26    **16**    31%

### 3. ¿Qué tipo de prenda superior prefiere?



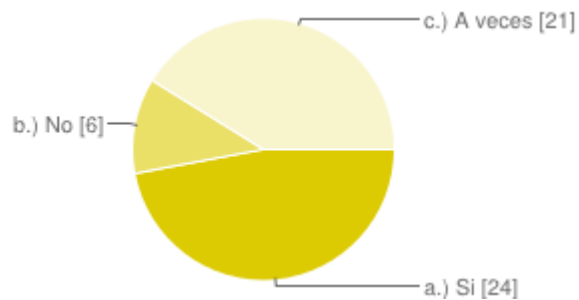
a.) Camisas      **6**    12%

b.) Camisetas    **21**   41%

c.) Blusas        **18**   35%

d.) Camibusos    **6**    12%

### 4. ¿Le gusta usar camisetas, blusas y camibusos estampados?

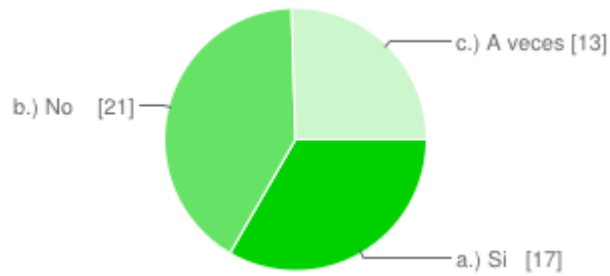


a.) Si              **24**   47%

b.) No             **6**    12%

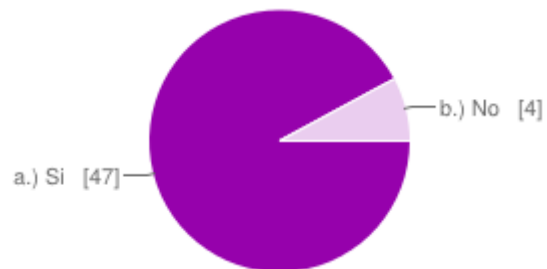
c.) A veces       **21**   41%

### 5. ¿Compra ropa en la Web?



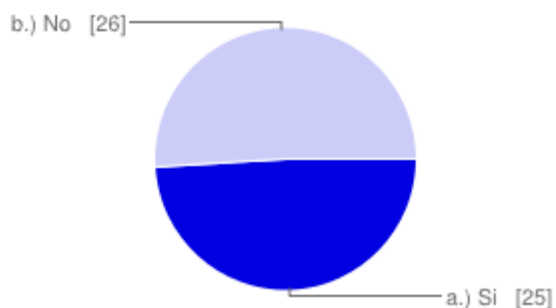
|             |    |     |
|-------------|----|-----|
| a.) Si      | 17 | 33% |
| b.) No      | 21 | 41% |
| c.) A veces | 13 | 25% |

### 6. La violencia afecta a los jóvenes y ciudadanos en Medellín, es una realidad actual; ¿Le parece práctico que las prendas de vestir sean un medio que trascienda la importancia de la convivencia ciudadana?



|        |    |     |
|--------|----|-----|
| a.) Si | 47 | 92% |
| b.) No | 4  | 8%  |

### 7. ¿Conoce la Moda Humanitaria en la ciudad?



a.) Si      **25**    49%

b.) No      **26**    51%

**8. Al seleccionar una prenda, ¿qué es lo que más influye para definir la compra?**

a.) La marca      **8**    16%

b.) El diseño      **18**    35%

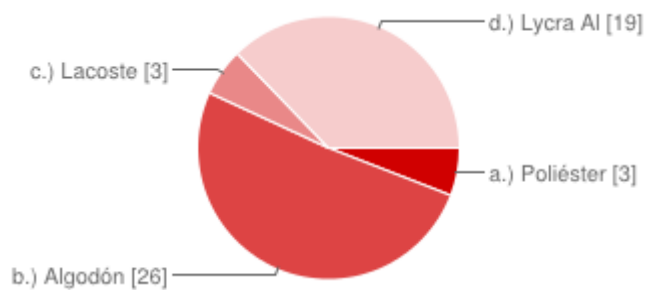
c.) El precio      **8**    16%

d.) La calidad      **7**    14%

e.) El estilo      **9**    18%

Otro      **1**    2%

**9. ¿Cuál base textil prefiere, para una prenda superior?**



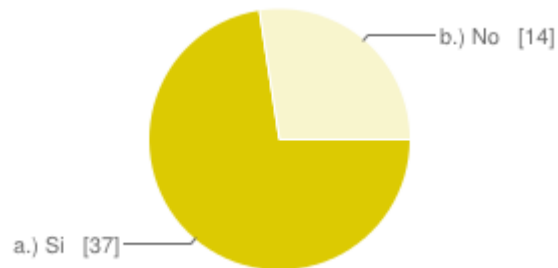
a.) Poliéster      **3**    6%

b.) Algodón      **26**    51%

c.) Lacoste      **3**    6%

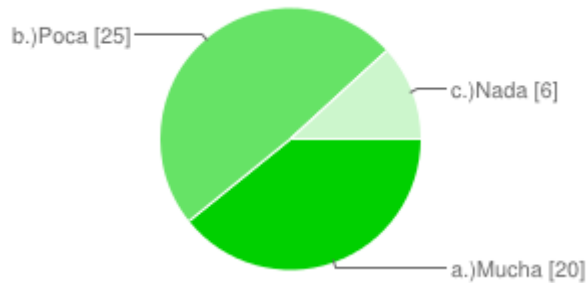
d.) Lycra Algodón      **19**    37%

**10. ¿Sabía que el color de las prendas de vestir influyen en el estado ánimo?**



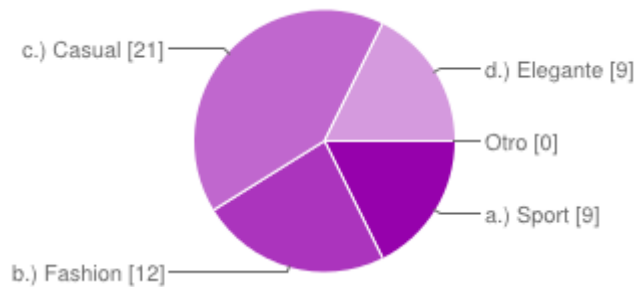
|        |           |     |
|--------|-----------|-----|
| a.) Si | <b>37</b> | 73% |
| b.) No | <b>14</b> | 27% |

**11. ¿Qué valor le otorgas a la marca a la hora de comprar atuendos?**



|           |           |     |
|-----------|-----------|-----|
| a.) Mucha | <b>20</b> | 39% |
| b.) Poca  | <b>25</b> | 49% |
| c.) Nada  | <b>6</b>  | 12% |

**12. ¿Qué tendencia de prendas de vestir te gusta usar?**



|              |           |     |
|--------------|-----------|-----|
| a.) Sport    | <b>9</b>  | 18% |
| b.) Fashion  | <b>12</b> | 24% |
| c.) Casual   | <b>21</b> | 41% |
| d.) Elegante | <b>9</b>  | 18% |
| Otro         | <b>0</b>  | 0%  |

## 18. Método:

### 18.1. Encuestas:

Se realizaron 51 encuestas, en la ciudad de Medellín a un público específico, jóvenes hombres y mujeres de 12 a los 26 años de edad con la tendencia a usar prendas novedosas y versátiles, para consumidores de moda con diferentes gustos y con llamativos diseños, propuestas auténticas de alto contenido social, conocida como moda humanitaria.

### 18.2. Población:

Es el proceso ejecutado con el desarrollo de una encuesta a 50 personas de edades de 15 a 25 años, en la ciudad de Medellín en sectores, donde se encuentra más cantidad de consumidores de moda, así conocer la información necesaria acerca de gustos, actitudes, preferencias a la hora de comprar, y tendencias; además planteo la investigación aplicada por que se interactuó directamente con el público objetivo, y al comprender la conceptualización de los diseños, para el consumidor de moda es valor agregado que sean prendas con alto contenido social; el regionalismo caracteriza a los jóvenes en la actualidad.

## 19. TECNICAS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACION

Observación directa: el joven consumidor de moda, posee la suficiente información de las tendencias actuales, y pretende obtener prendas funcionales que cumplan con las expectativas de sus particulares gustos.

Diario de campo: este diario es para el registro de los datos obtenidos de las actividades para la realización de la línea de prendas superiores.

Asimismo llegar a una información más clara y concisa que demuestre que se perfila a las personas para que actúen de buena manera; convivan sanamente y

cultiven buenas costumbres que demuestre el regionalismo y con ese sentido de pertenencia cuidemos las generaciones futuras para que haya un bienestar y estabilidad reales, que se trascienda que en la ciudad hay buenas personas y que hay quienes están enfocados a desarrollar habilidades para ser cada vez mejores, y las funcionalidades específicas de las prendas son trascender los derechos humanos y la aceptación a la diversidad, que en las comunas y barrios , darle ese medio de expresión a la prenda para que produzca una agradable sensación en el otro que lo ha visto.

#### 19.1. Análisis de la información

Investigación de alto contenido social de la actualidad en la ciudad de Medellín. Se retomó como tema de inspiración la juventud y violencia de la actualidad en la ciudad de Medellín; al conceptualizar este tema, para dar alternativas a los jóvenes y así mejorar la convivencia, y el bienestar de las personas. Plantear las opciones como algo que marque la época al influenciarlos a la moda, con los colores y el fin que tiene usar la prenda, con un objetivo constructivo y motivador.

### **20. Realización de la presentación de la línea de prendas superiores**

Realización del collage inspiración, accesorios, fichas técnicas diseños planos, fichas de insumos, y costos de operación de cada una de las prendas.

Realización de bocetos de los diseños

Se presentaron diseños delanteros y posteriores, digitalizados; que se llevan a cabo para presupuestar los costos de la ejecución de una producción de este tipo, diseño, corte, confección ó ensamble de las prendas, y plantear un método donde sean procesos con calidad para la realización de la línea de prendas superiores.

Elección de las bases textiles

Elección de la colorimetría con respecto a la armonía entre los diseños

Realización de Fichas técnicas de cada una de las prendas

Planos delantero y posterior

Realización de la moldería

Corte y Confección

Presentación Línea de prendas superiores con alto contenido social

Organización evento para la muestra de los atuendos

Recursos humanos

Recursos técnicos

Encuesta

## 21. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Utilicé fuentes secundarias, realice una investigación con variadas fuentes en la web y además se utilizaron los resultados de una encuesta hecha en la ciudad para determinar cierto tipo de clientes potenciales.

### 14.1. Recursos

| RECURSOS                                                                  | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                       | PRESUPUESTO                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Técnicos (equipos, implementos, software)                                 | Se requirió de 1 equipo de cómputo, software de diseño gráfico (Adobe Illustrator, Adobe Photoshop), se requirió de navegadores (Google Chrome), software de almacenamiento de transferencia de datos (wetransfer) lápices, borrador, sacapuntas. | \$130.000 Lápices<br>\$ 350.000 Energía calculada en Kwh utilizados por 1 computador en 5 meses.<br>\$1.500.000 computador |
| Costos operativos (salidas de campo, desplazamientos, impresiones, papel. | Los costos operativos solo se implementan para la presentación del proyecto de grado, pues la asesoría se dio por medio electrónico, se realizaron salidas de campo y otras actividades que demandaran gastos operativos.                         | \$ 300.000 en transporte para 1 persona y para materiales por 5 meses.                                                     |
| <b>Total</b>                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>\$ 2'280.000 COP</b>                                                                                                    |

## 22. Cronograma de Actividades



### DISEÑO DE LINEA DE PRENDAS SUPERIORES INSPIRADAS EN JUVENTUD Y CONVIVENCIA CIUDADANA DE MEDELLIN

| ACTIVIDADES |                                                                                                             |              |   |   |   |                  |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   | FECHA DE CUMPLIMIENTO    | PRODUCTO GENERADO                                                         | RESPONSABLE                |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---|---|---|------------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|             |                                                                                                             | MES 1 AGOSTO |   |   |   | MES 2 SEPTIEMBRE |   |   |   | MES 3 OCTUBRE |   |   |   | MES 4 NOV. |   |   |   |                          |                                                                           |                            |
|             |                                                                                                             | 1            | 2 | 3 | 4 | 1                | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |                          |                                                                           |                            |
|             |                                                                                                             |              |   |   |   |                  |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |                          |                                                                           |                            |
| 1           | Visita a empresa de corte, confeccion y estampacion                                                         | x            | x | x | x | x                | x |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   | 8 de septiembre de 2013  | Investigacion para el proceso de produccion del producto                  | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 2           | Adquisicion del capital e insumos para la produccion                                                        |              |   |   |   |                  |   | x | x | x             | x | x | x | x          | x | x |   | 10 de noviembre de 2013  | Consecucion de proveedores de maquinaria e insumos                        | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 3           | Diseñar encuesta, para identificar las necesidades del sector y el nivel de aceptacion del publico objetivo |              |   |   |   |                  |   | x | x | x             |   |   |   |            |   |   |   | 15 de septiembre de 2013 | Definir conceptos de diseño para determinar la demanda                    | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 4           | Organización del recurso                                                                                    |              |   |   |   |                  |   |   |   |               | x | x | x | x          |   |   |   | 27 de octubre de 2013    | instalacion y acondicionamiento del espacio para la diseñar la produccion | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 5           | Diseños de la produccion inicial                                                                            |              | x | x | x | x                | x |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   | 8 de septiembre de 2013  |                                                                           | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 6           | Patronaje y Confeccion de las prendas superiores                                                            |              |   |   |   |                  |   |   |   |               |   | x | x | x          |   |   |   | 3 de Noviembre de 2013   | Revisión y aprobacion para la ejecucion y ensamble de las prendas         | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 7           | Estampacion de las prendas                                                                                  |              |   |   |   |                  |   |   |   |               | x | x | x | x          | x |   |   | 10 de Noviembre de 2013  | Primera linea de prendas realizadas                                       | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |
| 8           | Mercadeo estrategico de las prendas                                                                         |              |   |   |   |                  |   |   |   |               | x | x | x | x          | x | x | x | 30 de Noviembre de 2013  | Comercializacion del producto                                             | SARA ISABEL VERGARA BOTERO |

## **CONCLUSIONES**

Se comprobó la aceptación de las prendas con diseños llamativos, y que sean propuestas que promueven la sana convivencia, y el bienestar de las personas.

Las personas, encuentran en las prendas sofisticación y autenticidad en los diseños.

Se identifica a los jóvenes que quieren mejorar las vivencias en la ciudad de Medellín, con tendencias a usar prendas con mensajes positivos que mejora la actitud y promueve la moda humanitaria.

La juventud es una época que marca la vida, no temen a las nuevas ideas, les parece emprendedora la excepcional propuesta y la variedad de conceptos.

La moda cambia día a día nuestras vidas, o nuestra forma de ver la vida.

Identifico mediante la investigación que la moda es cíclica es una constante de transformación del mundo, de las culturas y de los clientes consumidores.

## **RECOMENDACIONES:**

Promover a los diseñadores, investiguen temas como el de Moda Humanitaria en Medellín y temas de alto contenido social; Y a la elaboración de colecciones arriesgadas, diseños con objetivos claros, para promover el uso de las prendas diseñadas para mejorar la convivencia ciudadana, y cumplir el objetivo que llamen la atención del público; asimismo fortalecer los planes empresariales.

Implementar alternativas y diversos enfoques, para que los jóvenes opten por desarrollar habilidades, y se dediquen a aprender, a utilizar el tiempo libre, y a tener una actitud en beneficio de una sana convivencia y una sociedad tranquila y segura; para así continuar con la transformación de la moda y demostrar su constante evolución.

Lo novedoso en los diseños de las prendas multifuncionales, crear más alternativas, en pro de una sana convivencia y darle valor al bienestar de las personas, que hayan más oportunidades de mejorar para desempeñarse de manera satisfactoria al ser humanitarios para vivir en armonía por la ciudad.

## CIBERGRAFIA

<http://www.lasillavacia.com/historia-invitado/17832/diego-corrales-jimenez/seis-causas-y-tres-soluciones-para-la-violencia-en-me>

[http://www.convivamos.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=8&Itemid=130](http://www.convivamos.org/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=130)

[https://es.wikipedia.org/wiki/Gustavo\\_Adolfo\\_B%C3%A9cquer](https://es.wikipedia.org/wiki/Gustavo_Adolfo_B%C3%A9cquer)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Amartya\\_Sen](http://es.wikipedia.org/wiki/Amartya_Sen)

[http://www.me.gov.ar/monitor/nro6/juv\\_y\\_viole.htm](http://www.me.gov.ar/monitor/nro6/juv_y_viole.htm)

<http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20070712103416AAhkMeB>

<http://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpccontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Cultura/Secciones/Publicaciones/Documentos/2011/Listado%20de%20programas%20para%20jovenes%20act%2010022011.pdf>

[http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/publicaciones\\_centros/PDF/munich\\_2005-2006/05\\_cerda-hegerl.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/publicaciones_centros/PDF/munich_2005-2006/05_cerda-hegerl.pdf)

<http://www.doorsofperception.com/working-with-john-thackara/>  
<http://www.monografica.org/02/Opini%C3%B3n/3112>

La realización del Informe ha contado con el apoyo del Centro Noruego de Construcción de la Paz (NOREF. Norwegian Peace building Resource Centre). El documento original en inglés puede consultarse en:

<http://www.peacebuilding.no/Regions/Latin-America-and-the-Caribbean/Colombia/Publications/Colombia-between-the-humanitarian-crisis-and-hope-of-peace>