

La Ética en el Diseño Textil y Modas



Universidad del Azuay/ Facultad de Diseño
Escuela de Diseño Textil y Modas
Trabajo previo a la obtención del título
de diseñador textil y modas

Autora: Carolina Vázquez Córdova

Directora de tesis: Dis. Genoveva Malo
Cuenca-Ecuador

2011





La **Ética** en el Diseño Textil y Modas



Universidad del Azuay/ Facultad de Diseño
Escuela de Diseño Textil y Modas
Trabajo previo a la obtención del título
de diseñador textil y modas

Autora: Carolina Vázquez Córdova

Directora de tesis: Dis. Genoveva Malo
Cuenca-Ecuador

2011



Dedicatoria

- ■ A quienes transformen, imaginen y actúen.

Agradecimiento

- ■ A Lourdes, Mario, Mario Agustín, Sofi...
A mis amigas por Cuenca por Quito, por todo...
- ■ Genoveva, por leer todos mis borradores... gracias
Gracias a mis profesores, por dejar sus perspectivas del tema...
Gracias a todos los entrevistados por hacer posible este trabajo es-
pero que les guste
A Diana por su creatividad en la diagramación de esta tesis
Gracias a todos quienes ayudaron en este trabajo

índice

Capítulo I:

- 9** La Ética Profesional en el Diseño textil y modas
 - 10 1.1 La ética Profesional en el Diseño textil y modas
 - 21 1.2 Leyes gubernamentales que el diseñador de textiles y modas debe conocer
 - 33 1.3 Protección del producto: información IEPI

Capítulo II:

37 Diseño local:cultura dinámica y sociedad contemporánea.

- 38 2.1 Postura del diseñador de textil y modas ante el dinamismo de la cultura.
- 45 2.2 Entorno cultural del diseñador de textil y modas.
- 50 2.3 El artesano y las nuevas tecnologías.
- 56 2.4 El diseñador de vanguardia y el diseño ético.
- 60 2.5 La tecnología de nuestro medio.
- 65 2.6 Diseño textil y modas como lenguaje.
- 70 2.7 Ética en el marketing del Diseño textil y modas.

Capítulo III:

77 Tecnología en la industria textil y modas y su influencia en la ecología.

- 78 3.1 Ecología, la nueva moda en la industria.
- 84 3.2 Tecnología con fines ecológicos en el medio:Diseño como movimiento creativo justo.

93 Conclusiones

94 Bibliografía

98 Anexos

Resumen

- La ética en el Diseño Textil y Modas un tema que en la actualidad toma más fuerza por la globalización y los cambios sociales, por los
- avances tecnológicos, por la industria creciente y por las nuevas formas de vivir en sociedad.

Esta tesis es un documento reflexivo que aporta a la comprensión de la ética en nuestro trabajo, desde un análisis cultural, social, ecológico y tecnológico.

La tesis en sí, no trata de moralizar nuestros actos, sino más bien de abrir un debate y una profunda reflexión a partir de diversas posturas y opiniones expuestas por profesionales en los diversos campos en donde el diseño interactúa.

Palabras clave: reflexión-ética-diseño.

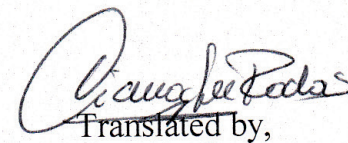
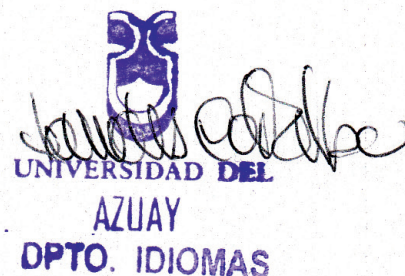
Abstract

- ■ Ethics in Textile and Fashion Design is a concept that is gaining strength because of globalization and social changes,
- ■ technological advances, the growing industry and the new social lifestyles.

This thesis is a reflective document, which contributes to the understanding of the ethics in our line of work, from a cultural, social, ecological and technological analysis.

This thesis is not intended to give a moral lecture about our actions rather than to open a debate and a profound reflection, beginning with the views and opinions of professionals in the different areas of design.

Key words: reflection-ethics-design.



Translated by,

Diana Lee Rodas

Introducción

- ■ La Ética en el Diseño de textil y modas, es un tema reflexivo tratado a nivel global, y, al referirse a nuestro medio lo he analizado partiendo de la realidad concreta.

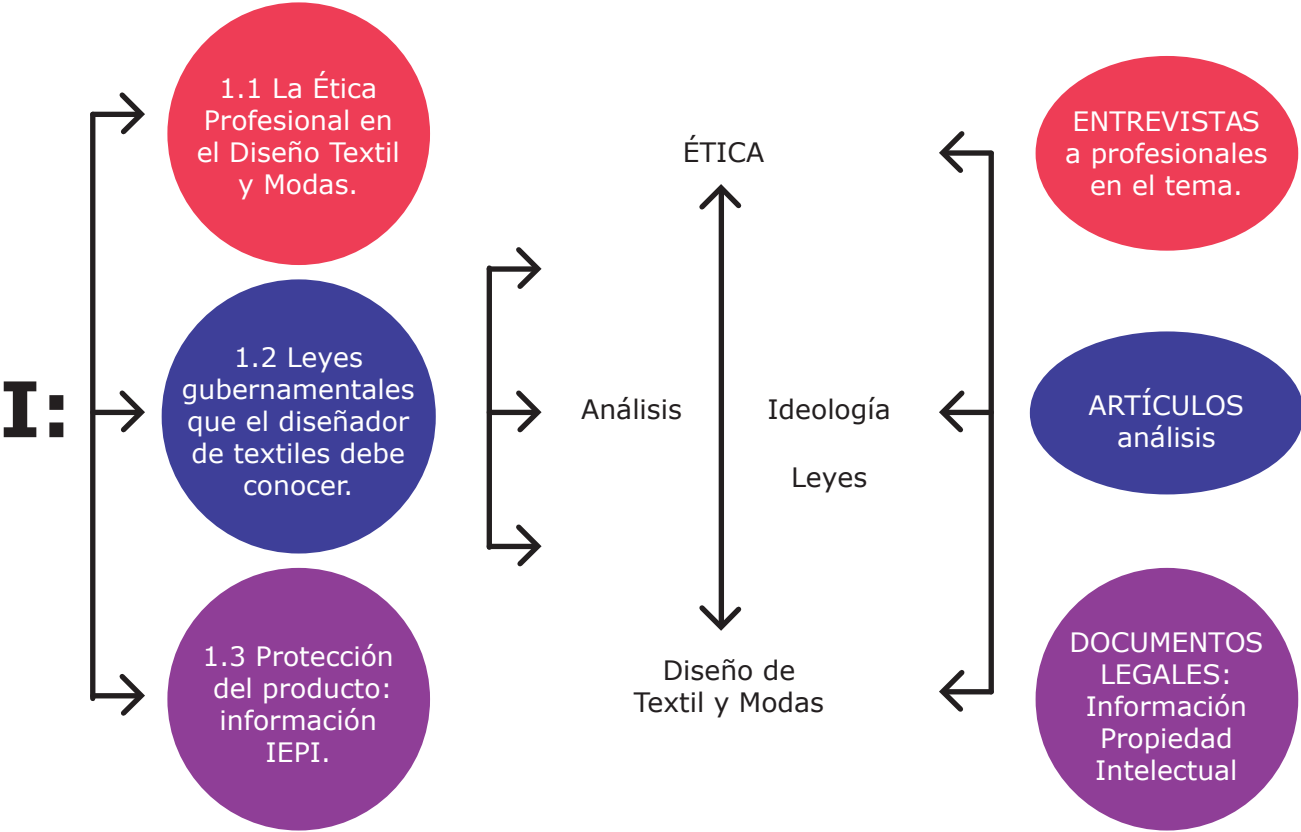
Sin pretender dar soluciones en La Ética en el Diseño de Textil y Modas, mi único deseo es el de aportar de una manera crítica y analítica algunas problemáticas que debe observar el Diseñador de Textiles y Modas al tratar el permanente e importante tema de la ética.

Empiezo con una reflexión de conceptos sobre la ética en la profesión, luego un análisis de varios artículos legales en los que prima la ética, y, del compromiso del IEPI y su aporte a la protección del trabajo del diseñador.

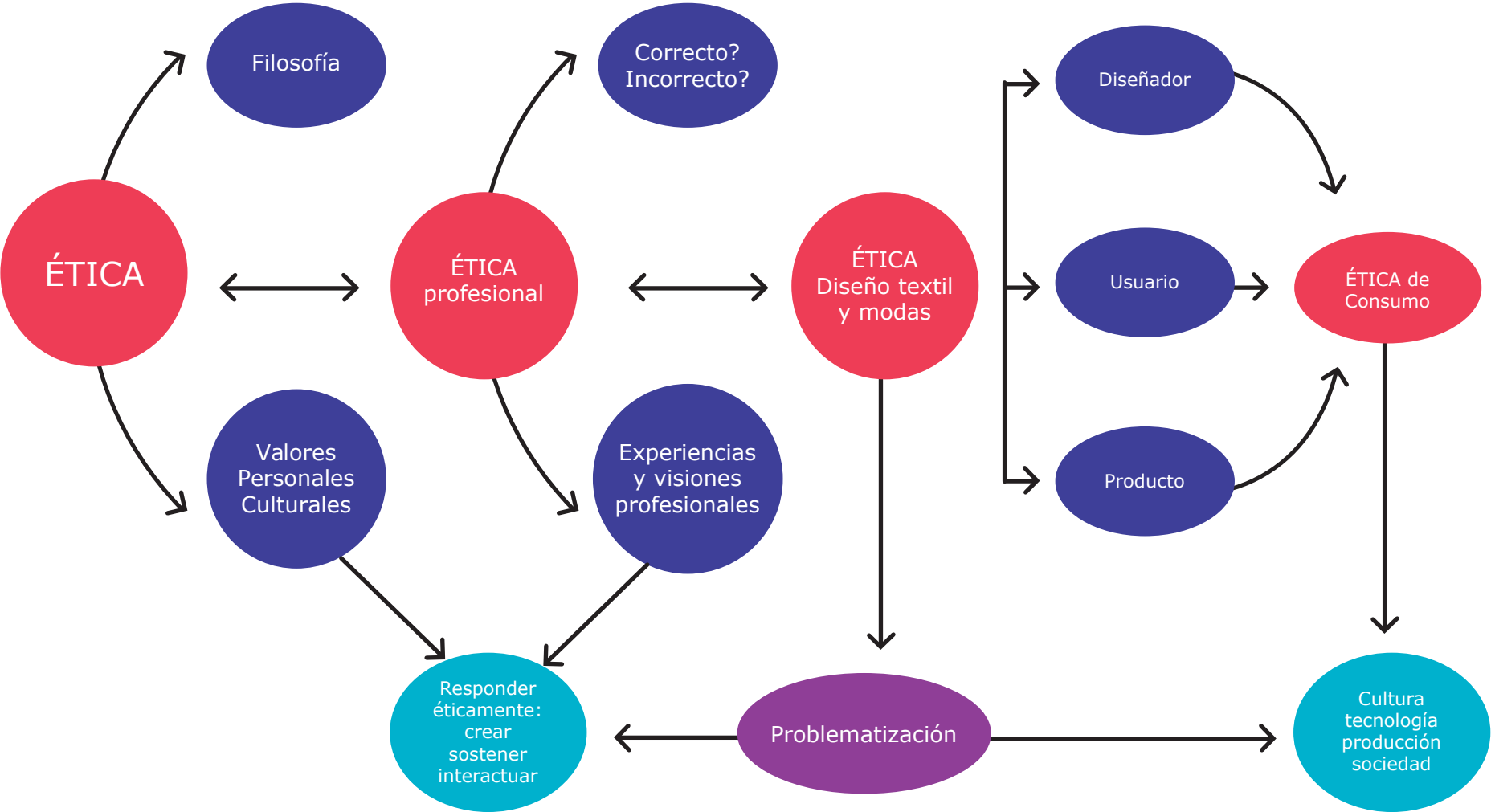
Como segundo capítulo, se plantea una mirada dentro de nuestra cultura dinámica, y cómo el diseñador contemporáneo se abre espacio en la sociedad local tomando los valores y conocimientos ancestrales y actuales a la par.

Para terminar, se hace un análisis y conciencia de la intervención de las tecnologías en el espacio de textil y modas; y diseñadores locales y activistas ecológicos que aportan para que el diseño sea un movimiento creativo justo.

Capítulo I: La Ética Profesional en el Diseño Textil y Modas



1.1: La Ética Profesional en el Diseño Textil y Modas



1.1 Reflexión en la ética profesional del Diseño Textil y Modas

- ■ “La ética en la profesión implica la relación entre las normas que dirigen al profesional y deja claras las permisiones a las que él tiene derecho.”

Con el objetivo de profundizar sobre la importancia de la ética en la profesión, en este documento, dirigido a la carrera de diseño textil y modas, se analizan conceptos y entrevistas enfocadas a la ética personal y la ética en la práctica del diseño.

"La Ética profesional se suele definir como la "Ciencia normativa que estudia los deberes y los derechos de los profesionales en cuanto tales"¹...La palabra ética, confirmada por diccionarios es "parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre".²

Entonces la ética en la profesión implica la relación entre las normas que dirigen al profesional y deja claras las permisiones a las que él tiene derecho.

Pero las normas bajo las cuales debe actuar un profesional, no implican ser las más correctas como tenemos el caso de códigos que en varias profesiones, se fundan sobre conveniencias y participaciones lucrativas.

En el caso del Diseño de Textiles y Modas, no existe un código ético para la profesión, no existen reglamentos ni estatutos en nuestro medio Cuenca ni en el país. Muchos docentes de la Facultad de Diseño de la Universidad del Azuay creen que es de mucha importancia el establecimiento de **un código que proteja y dignifique la actividad del diseño desde la protección de los patrimonios y apertura a nuevas tecnologías, y la ejecución**



Grupo de Diseñadores contemporáneos colombianos en moda-tica. Previo a su lanzamiento independiente de diseño ecológico 2009.

de proyectos innovadores bajo este apoyo, que sería de gran ayuda.

Es pertinente en este punto analizar el aporte del Dr. Ramiro Laso, docente de la Universidad del Azuay, definiendo la ética como ideal así:

"La ética es todo lo que el hombre debe hacer para su crecimiento, perfección y autonomía. Es el ideal que lleva al hombre a pensar si lo que hace es bueno para él y los demás".³

Bajo este mismo criterio se plantea la siguiente interrogante: ¿Quién nos dice si lo que hacemos es bueno?

Ante este planteamiento, vendría bien responder desde la humanidad que nos caracteriza como personas, e individualiza nuestros actos hacia el contexto, entonces diríamos que:..."**¿hay algo innato en nosotros que nos dice si hacemos bien las cosas para entendernos en sociedad?"**⁴

Exclusivamente, tomar decisiones nos concierne a nosotros mismos, claro que estas decisiones están dirigidas bajo un marco de buena conducta, dentro del comportamiento social, y bajo una visión de sostenibilidad e igualdad de derechos bajo el criterio ético.

Mi intención es enfatizar que, lo que está bien (dentro de lo considerado comúnmente como bueno) en la profesión, para el crecimiento económico y para el desarrollo del potencial creativo, puede ser negativo en cuanto se relacione con el contexto cultural, social o ambiental.



Entonces el diseñador debería tratar la ética en su profesión desde su criterio humanizado, consciente y objetivo, es decir, debe diseñar para la realidad contextual especialmente al referirse a las leyes de una sociedad, pero antes debe considerar su papel como creativo ante un contexto humano tan real y más latente que las normas de una sociedad.

1,2 www.edukativos.com

3 Entrevista al Dr. Ramiro Laso. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

4 Entrevista al Dr. Ramiro Laso. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

Así no trato de profundizar en los desfases de los códigos, y normas políticas a las que debemos regirnos en la sociedad a la que pertenecemos.

Se puede decir que la ética profesional canaliza sus principios de acuerdo al desarrollo de las sociedades cada vez cambiantes y actuales, pero también según cómo la historia cultural de dicha sociedad afecte en el desenvolvimiento de la profesión.

Desde la historia de la ética, se puede ver como el ideal ético toma partida en el legado cultural, en el razonamiento de los individuos a lo largo del tiempo según su espacio geográfico, y sus particularidades diversificadoras. Otro principio notable es la urbanidad actual entendida desde cada cultura y variación acultural de las sociedades.

Sin que los señalados sean únicos principios en la ética profesional, la visión de la ética en el diseño se torna más fuerte. Así es importante reflexionar sobre la influencia de la personalidad del diseñador profesional, la que aparte de

definirse por su razón, se define por su entorno.

La relación del diseñador profesional con el contexto se amplía, según los ámbitos en los que el diseño influya, así desde la perspectiva de Diego Jaramillo, arquitecto docente de la facultad de Diseño de la Universidad del Azuay, “problematizar de manera compleja la acción del diseño, el proyecto (objeto) como inserción de un producto en la realidad, es una posición ética del diseñador”.⁵

Entonces esta inserción se obtiene con la preparación técnica, bases teóricas fundamentales y experimentación; además de que el diseñador debe desarrollar una actitud ética frente al tema: cultural, ambiental, productivo, estético, actitud que se lograría según Diego Jaramillo, dejando de lado la prefiguración (lo que podría ser, no lo que será) del objeto, e insertando el producto en la realidad bajo procesos sustentables.



Desde el punto de vista del Lic. Fabián Landivar, docente de la facultad de Diseño de la Universidad del Azuay en Cuenca, la relación del diseño y profesión con la ética se manifiesta así: “el usuario descarga una serie de afectos y relaciones al objeto diseñado por el diseñador, por esta relación íntima la profesión del diseño debe tener un presupuesto ético.”⁶

5 Entrevista al Arq. Diego Jaramillo. Municipalidad de Cuenca: Cuenca-Ecuador, enero 2011.
6 Entrevista al Lic. Fabián Landivar. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

El presupuesto ético es el valor con el que cuenta el diseñador para dignificar su profesión. Este valor es transmitido al objeto y al usuario respectivamente creando una relación que, desde un marketing planificado, vendría a reforzar la elección del usuario y mejorar el mercado para el diseñador.

La búsqueda de un mercado para el diseño implica una responsabilidad única que no puede dar la espalda a la ética profesional, ni puede dejar de lado el aspecto cultural, social y ecológico del entorno, así la conciencia y los fines prácticos definen la calidad del producto.

La conciencia que analiza desde lo individual y social, y lo relaciona dentro del medio en que se desarrolla el diseñador profesional; a esta conciencia, le corresponde la reflexión sobre la cultura tradicional que tiene trascendental importancia para proponer e innovar.



3: Jorge Vinuesa Corpus Christi: <http://www.pazcastello.com>

La fiesta del Corpus Cristi (Fiesta del Septenario), se celebra en Cuenca durante siete días de abundante comida y pirotecnia. Es una celebración religiosa de la cultura tradicional de la ciudad.

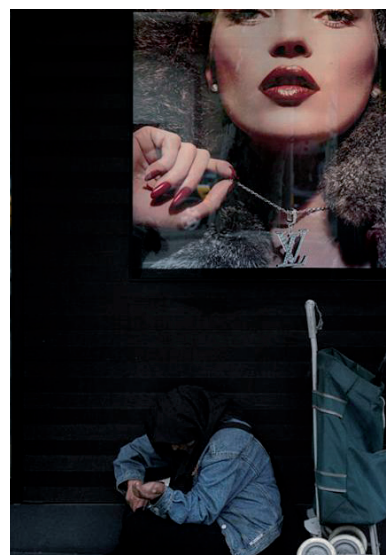
Ser consiente en la profesión abarca conocer y experimentar desde lo científico hasta lo cotidiano.

De esta manera, el diseñador se limita ante la posibilidad de ser un imitador del diseño, de errar al no considerar la problemática ecológica, de no considerar las minorías, de no replantearse el valor de uso, de no armonizar la convivencia de diseñador, diseño y beneficiario.

Así la conciencia en el profesional se manifiesta como la expresión de su convivencia en el mundo, siendo la ética una práctica consciente desde la interiorización, hasta la relación exterior con la sociedad y naturaleza, con conciencia y con justicia.

José Ingenieros, psicólogo argentino nos dice que: "Respetar la justicia es el deber del hombre digno, aunque para ello tenga que elevarse sobre las imperfecciones de la ley".⁷

Respetar la justicia, va más allá de las normas y leyes, es de la justa y ética relación del hombre - sociedad, sin priorizar intereses creados, sin participar en el deterioro de la dignidad de las actividades humanas.



4: <http://imageshack.us>

El lujo es una característica de la moda y "nos gusta". Pero ante preocupaciones primordiales como el desempleo y falta de hogar, el diseñador de textil y modas debe priorizar sus actividades para un diseño sustentable en su SOCIEDAD.

La justicia en la profesión de diseño textil y modas, se manifiesta en el reconocimiento de los valores éticos que implican: comercio justo, salarios dignos, valorar el trabajo manual, producir mediante procesos que no contaminen, proponer calidad en materia prima y diseño, innovar aprovechando éticamente los beneficios de la tecnología sin lesionar el ecosistema.

Atentar la sociedad es ir contra la solidaridad, palabra que Ingenieros describe como fuerza, "Sin esta fuerza que agrupa las voluntades y los corazones, imposible es realizar grandes ensueños colectivos"⁸.

La colectividad necesita equilibrio, no se puede sacrificar una parte para beneficiar a la otra, no dentro del ideal ético. La colectividad requiere de la solidaridad, y necesita de la diferencia para generar múltiples funciones.

El diseñador de textil y modas puede marcar esa diferencia y dar alternativas desde sus propuestas no solamente estética y funcionalmente bellas.

El diseñador marca la diferencia al incluir el criterio ético cuando su propuesta se ajusta (ergonomía) al cuerpo que vestirá. El diseñador también se responsabiliza del impacto de la prenda dentro de la cultura y de la respuesta funcional de la prenda dirigida a determinado uso.

El diseñador profesional que trabaja marcando la diferencia, permite y se arriesga a dar múltiples alternativas, así genera opciones para diferentes mercados tomando en cuenta las capacidades tecnológicas de su medio y considerando la influencia del desarrollo cultural.

La practicidad se complementa con el vínculo estético-emocional del usuario con el producto; los vínculos creados no son éticos o no éticos, se desarrollan en las emociones inmediatas que la prenda ofrece al cliente, así el usuario del producto no tiene una conciencia profunda de las consecuencias de su adquisición, por esto, la responsabilidad del diseñador con criterio ético es informar y de cierta manera educar el comportamiento de compra.

El vínculo estético-emocional, transforma la prenda en una experiencia personal y en comunicador social para el cliente quien espera satisfacer la necesidad genérica del vestido, y también la necesidad de originalidad e identidad con sí mismo y su sociedad. Actualmente también interviene la urgencia de mantener un equilibrio en cuanto a productos amigables con el ambiente, pues el criterio ecológico avanza a un criterio de multitudes, quienes están tomando conciencia de la gravedad de la contaminación y consumismo.

Ramiro Laso comenta: "Hemos hecho lo que nos da la gana". Y ¿cómo el diseñador responde desde su profesión ante esta realidad?: tal vez haciendo de ella una ruta para perfeccionarse y vivir en armonía con su entorno.

"En todo lo que existe actúan fuerzas de la perfección. La perfectibilidad se manifiesta como tendencia a realizar nuevas formas de equilibrio, eternamente relativas e inestables, en función del tiempo y del espacio. Nada puede permanecer invariable en un cosmos que incesantemente varía; cada elemento de lo inconmensurable tiende a equilibrarse con todo lo variable que lo rodea".⁹

La responsabilidad del diseñador de textiles y moda, está en su capacidad creativa, en su empeño por la innovación, así, se abre paso en el mundo cambiante, en la sociedad que se transforma y se reinventa. El diseñador encuentra su punto de equilibrio siendo parte del todo, enfrentando las necesidades sociales y ambientales, desde sus principios éticos y su ética profesional para su contexto.

En cuanto a la relación, diseñador-usuario. Una actitud ética del diseñador ante el usuario como plantea Fabián Landivar es: "la originalidad que puede tener el diseño frente a la solución de problemas, la particularidad del diseñador de haber ejercido una acción completamente ética en tratar de resolver un problema, necesidad o aspiración del usuario... Cuando se producen copias, se está falseando todo principio de relación usuario-diseñador, el diseñador de alguna manera estaría estafando al consumidor."¹⁰

Por lo tanto el diseñador no debe etiquetarse bajo estereotipos predecesores, su ventaja es la visión y debe mirar su profesión con amor.

El ignorar el contexto perjudica la labor del diseño, originando copias de la moda de tendencia bajo otras marcas, o generando alteraciones en la problematización del producto, como cuando se usan sin reparo símbolos culturales y religiosos en indumentaria y accesorios, o, el uso sin reparo de la vestimenta tradicional como "inspiración", alterando el significado cultural de determinado vestido en determinada cultura.

Pero en el uso de la indumentaria como medio de expresión la moda también puede anunciar rechazo, o sátira hacia alguna situación de importancia cultural, social, política,

8 La Fuerzas Morales. José Ingenieros. Ediciones Cultura Peruana

9 La Fuerzas Morales. José Ingenieros. Ediciones Cultura Peruana.

10 Entrevista al Lic. Fabián Landivar. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

económica o ambiental como contribución al pensamiento de movimientos sociales, que se dirigen bajo sus propios principios éticos.



5: Fighting capitalism de Vinsse; <http://www.pampling.com>

Camiseta de Pampling (España), respuesta hacia la contaminación del sistema industrializado y sin conciencia que provoca cambios climáticos. En la camiseta, un oso polar con una lata de coca-cola introducida en su hábitat, y dos personas lejos del polo, usando bufanda en el agobiante calor de la península.

El consumismo, propulsado por la industria de la moda, afecta de manera negativa tanto al medio ambiente como a la economía. Este fenómeno presente en todas las sociedades es una realidad, desde el concepto errado de realización: “Si yo tengo, yo soy, yo valgo”, lo que en sociedades en desarrollo como la nuestra significa un desequilibrio entre la capacidad adquisitiva y los niveles de producción industrial

de indumentaria.

Si el profesional del diseño desvía esta postura superficial, éticamente crearía un equilibrio entre los beneficios de la industria y su aplicación en la producción de moda y conciencia de compra del consumidor.

El aporte del diseñador textil y modas es guiar también a un consumo necesario. El diseñador debe ser ético, moverse desde sus percepciones, y crear formas que comuniquen y propongan innovación.

Las repeticiones sólo generan un consumo excesivo, y la compra de prendas, accesorios y más que no benefician al consumidor, más bien lo pierden ante tantas “propuestas” repetidamente lanzadas y potencialmente futura basura limpia para nuestro medio ambiente.

“Las necesidades del mundo actual son tan apremiantes y contundentes, que si el diseñador se deja llevar por el afán de un consumo inacabable de una parte de la sociedad, es irresponsable. Salirse de esto es iniciar problematizándose con el rol del diseño en el mundo actual que presiona y se consume en el consumo.”¹¹

Así Diego Jaramillo insiste en la importancia de la problematización de diseño ante una sociedad consumista, que demanda tendencia insaciablemente y que es ignorante ante la realidad económica y ecológica, tal vez si bien reclama en el aspecto ecológico lo hace desde la “tendencia” de la “ecomoda” siguiendo a estereotipos de fama, más no por un conocimiento real y urgente de la realidad de su medio.



11 Entrevista al Arq. Diego Jaramillo. Municipalidad de Cuenca: Cuenca-Ecuador, enero 2011.



6: <http://www.elblogalternativo.com>

Un consumismo que consume, lleva a la sociedad a ser un objeto más para el comercio convencional.

Así aporta a lo anotado Ramiro Laso definiendo al consumismo "Como lo más extraordinario de forma negativa que ha producido la globalización". Pues el consumismo nos vende necesidades que realmente no necesitamos, como diseñadores de textiles y modas no podemos permitir que el diseño se denigre a ser una cuestión superflua.

Fabián Landivar expresa que: "Las empresas tratan de buscar el mayor consumo posible del usuario, y este éticamente no debería ser inducido en un marketing inútil con cosas diseñadas que el usuario no necesita, creando fantasías que se acumulan"¹²

El diseñador de textil y modas debe reaccionar ante el consumismo desde una propuesta local, no solamente por mantener rasgos de la cultura tradicional, sino por innovar desde ella y dirigirla hacia el mundo si es posible. Un esfuerzo por que esta sobreviva ante la globalización.

No se trata de definir si la globalización es ética o no ética, o completamente negativa, ya que su relación con el avance del conocimiento tecnológico es innegable.

Para Fabián Landivar "la globalización es la relación entre los seres humanos cualquiera sea su situación geográfica. Los mercados se han ampliado, y al no tener una buena relación con otros mercados se cierran oportunidades y produce un bloqueo a la producción. Es un bumerán, el que puede darse cuando el diseño no es auténtico"

La discusión de si globalización es dependencia económica y tecnológica, una unificación que crea subordinados en el mundo, está directamente conectada con la libertad de propuesta y la producción local.



7: www.propueblo.com

Cartera elaborada por artesanos de ProPueblo, los artesanos de esta fundación proponen formas nuevas de aplicar la tecnología artesanal, para una moda contemporánea.

"Se debe evitar la dicotomía entre lo global y lo local, encontrar puntos de fuga lo suficientemente creativos para articular las dos posiciones" explica Diego Jaramillo. No se trata de desconocer nuestra cultura propia si no de posicionarse en el mundo desde la realidad económica y cultural que vivimos.

"Los recientes problemas de nuestra actualidad causan un impacto más grande que obligan a posiciones éticas más directas y urgentes, inclusive tempranas de adquirir", manifiesta Diego Jaramillo.

Así la contradicción de "globalización y localización es, pues, sólo aparente, ya que la realidad del sistema de la moda precisamente se desarrolla en la tensión entre lo global y lo local, entre los recursos y lazos establecidos por el sistema económico y aquellos establecidos por el capital cultural y social de cada nación".¹³

Es entonces la unión de cultura propia y economía global son el eje de la industria de la moda, considerando que muchas veces la economía global, es decir el sistema económico al que todos nos regimos, implica injusticia e irracionalidad.

También está el razonamiento ético que eleva al diseñador profesional de textil y modas a ser visionario e independiente de cualquier norma que violente contra su autonomía y la del usuario y sus compañeros de trabajo.

Desde el objeto se puede crear experiencia, todo un proceso de interacción en el que el cliente sienta la necesidad de

12 Entrevista al Lic. Fabián Landivar. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

13 Mirando la Moda. 11 reflexiones. Globalización y Cultura de la Moda. Emanuela Mora

renovar constantemente su percepción sobre el diseño que le han propuesto.

El trabajo bien obrado del diseñador que se fundamenta en la ética profesional recibe la recompensa de la fidelidad que a la vez atrae a nuevos clientes. En conveniencia con el diseñador y el cliente satisfecho y potencialmente leal, el diseño bien entendido es el práctico.

Por otro lado **al deducir que el diseño es práctico, esto no excluye su íntima relación con la estética artística y sin este sentido estético el diseño no podría sostenerse.**

La personalidad en el diseño se refleja desde nuestros gustos particulares, así podemos diseñar con excelencia; ya que la afición no basta, esta distorsiona nuestra profesión volviéndola superflua y degradando al estudio del diseño en una carrera de novedad.

Algunos diseñadores en nuestro medio resuelven sus acti-

vidades eligiendo trabajar en equipo, es esta una postura ética ya que suma esfuerzos y propone desde una misma ideología. Esta tendencia ha funcionado muy bien ya que muchas marcas independientes se han promocionado y han alcanzado un lugar en el mercado.

Lamentablemente estas propuestas no tienen la acogida suficiente, en nuestra sociedad el consumidor exige un look internacional y el diseñador muchas veces se deja seducir de las “tendencias universales”, olvidando la originalidad.

Sin una personalidad que nos defina como verdaderos diseñadores no existirá una conexión ni compromiso con la profesión, no se podrá hablar de un diseño ni firme, ni lleno de vitalidad y visión.

Estas actitudes llevan a la profesión del diseño de textil y modas más allá de seguir tendencias y apoderarse del mercado. Elevan a la profesión a entender al hombre y sus necesidades desde su historia cultural, desde su medio ambiente en riesgo. Sostener la profesión con ética para la naturaleza

Ramiro Laso define la acción del diseñador profesional en: “cuidar, embellecer, sostener, engrandecer, dignificar y racionalizar su actividad”



de la que somos parte, resolver éticamente nuestros conceptos de belleza y dignidad, aportarán a un diseño con propuestas frescas en un mercado en crecimiento.

Fabián Landivar desde su visión acentúa: **“el crear con contenidos que pueden ser étnicos o geográficos, el crear con una visión de soluciones humanas, el crear desde la humanidad.”**

Así el hacer diseño desde la humanidad, es hacer diseño ético, el dar más opciones para un diseño que se dirija a las necesidades reales y diversas, para una situación geográfica, para el mercado local que gusta de la cultura propia. El crear con soluciones éticas es también implementar técnicas y tecnologías que sean de ayuda dentro de la economía y mano de obra de una sociedad.



Por su parte Diego Jaramillo explica la acción del diseñador en: “prefigurar, interactuar, experimentar, reflexionar, no son generales ni exclusivos del diseño de modas, el dar sentido a las cosas.”

Dar sentido a los objetos (indumentaria) desde su forma y practicidad, y darle sentido dentro del medio que lo envuelve es la prefiguración del objeto, su destino en el contexto. La interacción del diseñador-vestido-cliente, permite reflexionar sobre el uso del objeto de diseño, su impacto y su final. La experimentación es otro punto de acción para el diseño, el experimentar con materiales, formas permiten alcanzar innovación ergonómica, ecológica o complejamente artística.

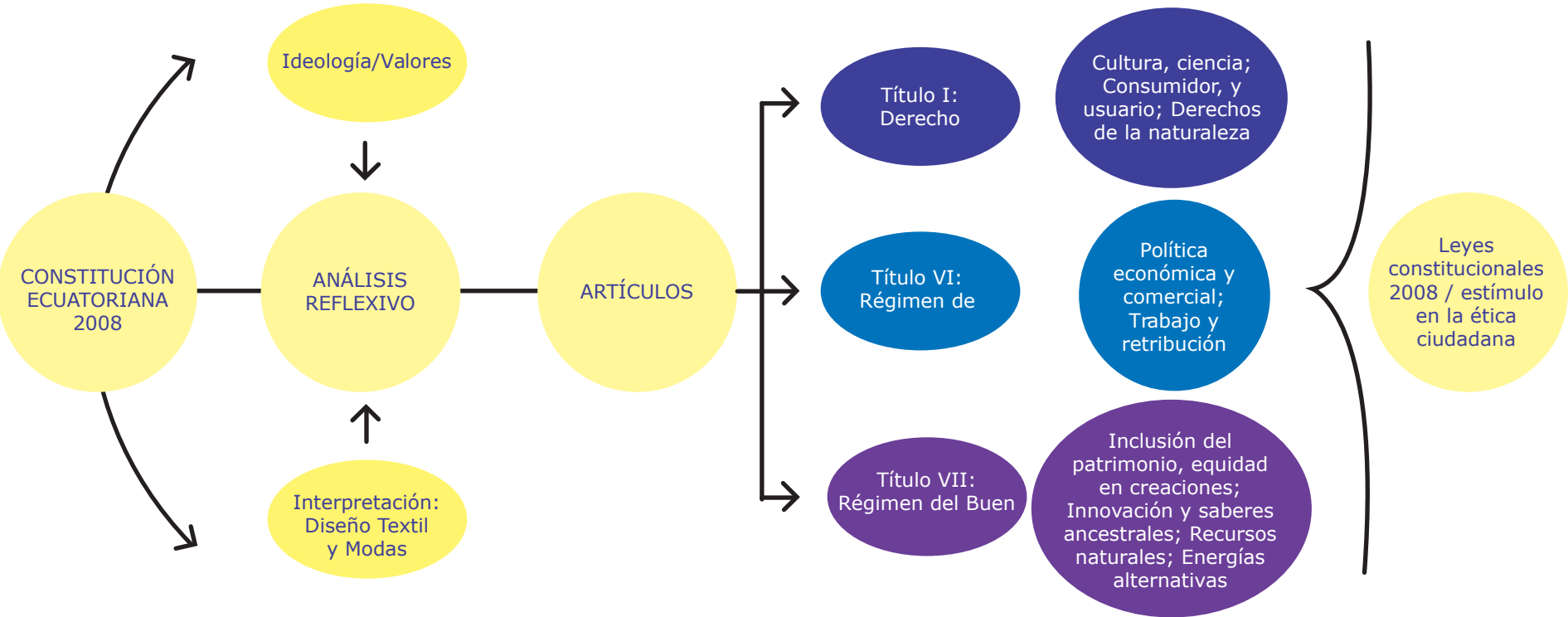
Todas estas acciones hacen del diseño una actividad compleja que es general y universal en el comportamiento del hombre y en sus actividades generacionales y evolutivas.

La ética en la profesión del diseñador de textil y modas tiene un compromiso de lealtad del diseñador para sí mismo y para su labor en la sociedad.

El mayor reto es mantener una postura firme a los principios éticos como profesional y persona y así consolidarse como un creativo independiente, con ideas frescas y abiertas a la innovación. De esta manera el diseñador ético contribuye en la sociedad que actualmente está abierta a nuevas propuestas, una sociedad que es receptiva y que puede ser educada por el diseñador para valorar el trabajo del diseño de textiles y modas.



1.2: Leyes gubernamentales que el diseñador de textiles y modas debe conocer



1.2 Leyes gubernamentales que el diseñador de textiles y modas debe conocer

- ■ Luego de haber revisado las leyes gubernamentales ecuatorianas, se exponen aquí reflexiones sobre algunos artículos de la Constitución Ecuatoriana del 2008
- ■ que el diseñador de textiles y modas debe conocer de forma elemental. Se toman algunos artículos que contemplan el bienestar social, cultural y medioambiental.

Los artículos escogidos, son los que he creído se acoplan a la visión ética del desarrollo del diseño textil y modas, y son analizados desde el interés personal por entender esencialmente cada uno de ellos, y contribuir a la reflexión particular y esterna en vinculación con el diseño.

“Constitución Ecuatoriana 2008

Título II: Derechos

Capítulo primero:

- Principios de aplicación de los derechos

Sección cuarta:

Cultura y ciencia

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales”¹

En el artículo 22 de la Constitución Ecuatoriana, da a conocer al diseñador que tiene derecho a crear desde su profesión y ejercer su papel desde el ámbito cultural y artístico si así lo prefiere. **Su condición de ciudadano le permite beneficiarse de la protección de sus producciones, para esto el estado ha creado el IEPI,(Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual),** en el cual el diseñador ecuatoriano tiene el derecho de proteger su obra, ya sea el diseñador independiente o pertenezca al sistema industrializado.

Según el artículo 25, el diseñador se puede beneficiar de los progresos científicos y aplicarlos en su medio. Por esta razón debe ser cauteloso en cuanto a la tecnología, ya que al importarla o desarrollarla afecta de manera directa la economía y cultura de su nación.

La aplicación de la tecnología debe respetar el contexto del diseñador y usarse para un beneficio común que no traiga consigo el deterioro personal y de la sociedad así como el de la naturaleza cada vez más frágil.



8: <http://andresleon118.galeon.com>

Telar de Ikat popularizado en el cantón Chordeleg.

Al beneficiarse el diseñador de los saberes ancestrales, debe lealtad a los principios de estos conocimientos. Si bien innova desde su visión vanguardista, le debe ser éticamente imposible aprovecharse de manera egoísta del acervo cultural que lo precede.

Los saberes ancestrales traen consigo técnicas y prácticas que de ser aplicadas erradamente destruyen la autenticidad de nuestra cultura, y el papel del diseñador es ser auténtico, creador, innovador que no lucre para beneficios exclusivamente personales, si no, contribuye al desarrollo de la economía de los miembros de su nación, y la difusión de su cultura propia.

“Capítulo tercero

- Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala cali-

dad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.”²

En el artículo 52, la constitución puntualiza la importancia del derecho del consumidor, su derecho a un producto que cumpla con las normas de calidad establecidas, en cuanto a ergonomía, material, **inclusive algunos usuarios que van por la corriente ecológica toman en cuenta que el producto que el diseñador ofrece cumpla con ciertas normas dentro del cuidado del medio ambiente, se fijan en los materiales usados y su procedencia.**

Muchas marcas incluyen en su presentación una breve explicación de

1 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. I: Principios de aplicación de los derechos. Secc. 4ta: Cultura y Ciencia.

2 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

la materia prima que ocupan, de la tecnología y de quienes trabajan confeccionando las prendas, tal vez como una forma de marketing social.

Diseñadores de modas ecuatorianos que trabajan por un diseño sostenible son los del ARI (Asociación Artesanal de Creadores Ecológicos) dirigidos por su presidenta Glenkora Comte, ARI propone la unión de diseñadores que trabajen un diseño comprometido con el medio ambiente. "La visión y significado de ARI es trabajo colectivo para perdurar como marca verde, por su valor, su cultura y su identidad. ARI es la armonía del ser humano con la naturaleza, y la Pachamama." ³

9: <http://fast2.mediamatic.nl>



- Diseñador de ARI, trabajando sobre materiales reciclados (upcycled). "Cada año se desechan 100 mil toneladas de prendas viejas", según la presidenta de la asociación.
- Diseño de Xavier Astudillo (estudiante), saco en lino sintético y retazos de cuero. Eco-Alta Moda por ARI. 2010

"Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación."⁴

En este artículo al referirse a empresas de economía privada y mixta, se dirige dentro de otras a la industria textil. **La empresa o industria textil brinda a más de un bien tangible un servicio al usuario.** El concepto de servicio de una prenda se refleja en el sentido de calidad y las opciones de uso que brinda la prenda (prendas multiuso, térmicas, hipoalergénicas); la calidad y servicio se manifiesta en el tiempo de uso, lo que representa en el diseño ético la responsabilidad al generar desperdicios y contaminación por basura limpia.

10: <http://www.metroecuador.com.ec>



Diseño de María José Ocampo (estudiante)
Reutilización de prendas usadas. Vintage.
Eco-Alta Moda por ARI 2010.

La transformación se puede ver e inclusive admirar en la creatividad del diseñador para generar una prenda que brinde variados usos. Textiles ligeros y fácilmente vulnerables, diseños clásicos, y cortes simples facilitan el uso de la prenda e inducen al usuario a crear su propio estilo con una prenda completamente versátil.

11: <http://vademoda.com>



Las prendas multiusos tienen un fuerte criterio ético, pues permiten ahorrar al usuario y resalta la creatividad, opaca el consumismo y genera conciencia en la sociedad para que produzca menos basura limpia.

La ley ecuatoriana pone a disposición del consumidor la DIDECO (Dirección de Defensa del Consumidor) con la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, del MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad), información detallada podemos encontrar en la página web: <http://www.mipro.gob.ec>. Del gobierno del Ecuador.

3 www.bidnetwork.org

4 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

“Capítulo séptimo
● Derechos de la naturaleza

Art. 71.- La naturaleza o Pachamama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos.”⁵

Para el cumplimiento de esta norma **el estado debe emplear los mecanismos necesarios para exigir que las empresas responsables de la contaminación ambiental, por ejemplo la contaminación del agua;** procedan a emplear los mecanismos técnicos que se requiere para sanear el daño que las aguas residuales causan, se den plazos para el cumplimiento de dichos mecanismos y se establezca la sanción que el caso amerita, de no cumplir con los requerimientos del Estado.

Recordemos el caso del río Patate registrado en 2009, en donde 48 lavanderías de mezclilla vertían sus aguas servidas directamente al río, contaminando y afectando a quienes consumen el agua, con el inminente riesgo de cáncer. Lamentablemente no han surgido cambios en cuanto al estado del río y más familias del sector se contaminan con el transcurso de los días.

12: <http://static.panoramio.com>



El Río Patate ha sufrido la contaminación de ceniza volcánica del Tunguragua y la contaminación de varias fabricas textiles. Foto del presente año: Las Juntas llevando ceniza.

Por otro lado se puede reconocer las buenas iniciativas en cuanto a producir menos contaminación en el ambiente, tal es el caso de La Curtiembre Renaciente, una empresa local

de Cuenca que trata de encaminar su acción como industria creciente junto con la protección del medio ambiente, mediante sus plantas de tratamiento afluentes, aguas residuales y recuperación de cromo, además solamente usa productos biodegradables y acuosos químicos.

“Art. 72.- La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados.”⁶

Para el diseñador de textiles y modas dejarse envolver por el consumismo es una realidad, por esta razón su trabajo como indica Diego Jaramillo debe problematizarse considerando actores y escenarios. Con el fin de no acarrear problemas futuros que pongan en crisis a la naturaleza, individuos y colectivos que vivan dentro del medio afectado.

Que la industria textil tome un sitio geográficamente, significa costos en cuanto a transporte, e inclusive gastos básicos como el pago de cuentas de agua y luz, que en ciertos pueblos significan ahorro. Por este motivo entre otros, **varias empresas se colocan en poblaciones en donde la contaminación aun no proliferara afectándolas directamente en cuanto a salud se refiere, inclusive desvalorizando el trabajo de los obreros entre estos agricultores.** Recordemos que la industria textil parte de la tierra, del sembrío de materia prima como el algodón, por ejemplo.

13: <http://ahau63.blogspot.com>



En Brasil, la deforestación por parte de los agricultores de algodón y soja ha destruido 593 km cuadrados de bosque entre marzo y abril del 2011, siendo el Mato Grosso la zona más afectada.

5 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap.VII: Derechos de la naturaleza.

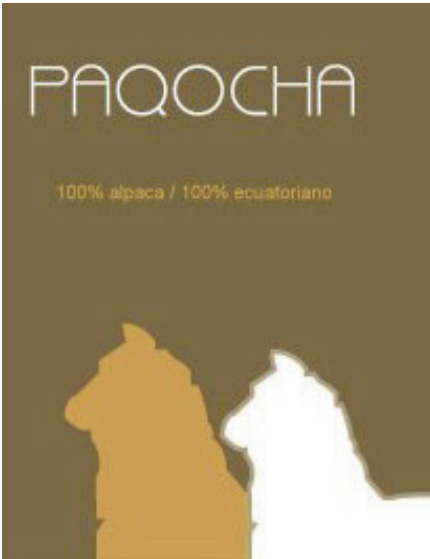
6 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap.VII: Derechos de la naturaleza.

Art. 74.-Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.”

Si bien el diseñador hace uso de la materia prima que tiene a disposición como en nuestro caso el yute, la lana, la cabuya, fibras renovables y originarias del entorno de Cuenca. **Debe considerar que así como se beneficia de estas su obligación desde la ética es un consumo medurado, junto con una intervención de apoyo y continuidad a la especie que está utilizando.**



Diseñador de ARI, trabajando sobre materiales reciclados (upcycled). “Cada año se desechan 100 mil toneladas de prendas viejas”, según la presidenta de la asociación.



Diseño de Xavier Astudillo (estudiante), saco en lino sintético y retazos de cuero. Eco-Alta Moda por ARI. 2010

“TÍTULO VI
RÉGIMEN DE DESARROLLO
Capítulo cuarto
● Soberanía económica

Sección primera
Sistema económico y política económica

Art. 284.- “La política económica tendrá los siguientes objetivos:

2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

4. Promocionar la incorporación de valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas”.

En cuanto a la producción nacional, está promocionada por el MI-PRO (Ministerio de Industrias y Productividad). Una de las gestiones es EXPORTA FACIL, mediante la cual los trámites en oficinas de estado resultan menos tediosos e incentivan la comercialización para las micro, pequeña y mediana empresa así como para los artesanos que quieren exportar su producto.



Artesanos tejedores de paja toquilla en Montecristi.

Incorporar el valor agregado eficientemente, es uno de los objetivos primordiales del diseñador para su producción, el diseñador se debe mover dentro del respeto a la vida y culturas de su medio. **La comprensión y promoción de su ciudad es responsabilidad del diseñador, por lo cual los medios que ocupe se fundarían: en una perspectiva estética de las culturas, y, en una perspectiva ecológica y social de respeto.**

En la producción actual ya sea en la micro o pequeña empresa organizadas por la MIPES del Ministerio de Industria y Productividad, el valor agregado se genera desde el fomento y mejora de la producción ya existente, esto a través del financiamiento de proyectos en producción, en el Banco del Estado.

Con el apoyo del gobierno, el desarrollo industrial en Ecuador estadísticamente registra que dentro del sector industrial las ex-

portaciones han tenido una mejoría de \$2,221 a \$2,639 millones en el periodo de enero-octubre 2009 al 2010.⁸

”6. Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.”⁹

Impulsar el empleo en el área del diseño textil y modas no solamente depende del estado, sino también del diseñador, quien debe conocer que el trabajador está amparado en la ley, pero esta protección no se complementa sin un trato justo y de igualdad dentro del sistema bajo el cual trabaja el obrero.

Nuestro compromiso con quienes apoyan nuestra obra y sueños, la mano de obra, es brindarles la consideración y reciprocidad que merecen, capacitarlos para un beneficio común y permitir su instrucción y conocimiento de deberes y derechos para evitar inconvenientes a largo plazo.

El MIPRO, es el Ministerio que se está encargando de que los artesanos reciban la capacitación en temas administrativos y técnicos. La promoción de las artesanías es también otro punto a favor, en este caso, de los artesanos, ya que así pueden formalizar su condición de comerciantes y les es más fácil exportar su producto.

17: www.mipro.gob.ec



”Sección séptima
● Política comercial.

”Art. 306.-El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.
El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.”¹⁰

Las exportaciones responsables con el ambiente son aquellas que se rigen a niveles de calidad, incluyendo en calidad el valor agregado que el diseñador aporta con su producto, esto en cuanto a la inclusión y rescate de técnicas culturales así como el aporte ecológico de la producción textil al planeta. Es de esta manera que ARI (Asociación Artesanal de Creadores Ecológicos) se encuentra en la lucha de promover el diseño sostenible dentro de Ecuador.

El gobierno ecuatoriano se compromete a ayudar con la producción siempre y cuando no afecte a la sociedad y naturaleza. Así, promueve y capacita a los pequeños y medianos productores con ministerios como el MIPRO, que es el que más participación tiene en cuanto a lo que como productores dentro del diseño de textiles y modas nos interesa saber.

Cabe recalcar que la producción de materiales sintéticos derivados del petróleo, como fibras para el sector textil, deben cumplir con los artículos de protección y promoción de las riquezas naturales, sin afectar por su alto índice de contaminación a las especies que conviven en el medio explotado.

Nuestra participación es propiciar un diseño con los más bajos niveles de contaminación posible, la promoción del reciclaje, la reutilización, el vintage e intervención en la indumentaria, y también promover el diseño ecológico que es un punto de discusión exclusivo y trascendente en el diseño e industria de la moda que cada vez se vuelve más responsable con sus trabajadores y medioambiente, lamentablemente desde la crisis medioambiental y desde el interés creado por la llamada “ecomoda”.

8 Informe de rendición de cuentas, MIPRO, 2010. Eco. Verónica Sión de Josse. Ministra de Industrias y Productividad.
9 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

10 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 7ma: Política comercial.

“Capítulo sexto

● Trabajo y producción

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:...

2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.

3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.

4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.

5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.”¹¹

Los operarios con los que cuenta una micro, pequeña o mediana empresa textilera o de diseño, deben estar amparados a un contrato laboral que constará de un tiempo y clasificación de las labores del contratado. Los trabajadores y el propietario contraen un compromiso el cual debe hacerse con el consentimiento y conocimiento absoluto de las dos partes. El diseñador propietario debe considerar que cualquier falla en el desenvolvimiento de sus actividades, como la cabeza de la empresa, será a favor de sus empleados.

Sin dejar atrás la posibilidad de que el diseñador sea un empleado más, o trabaje dentro de la gran industria de textiles y de la de moda, sus derechos se afianzan en las leyes laborales y el código de trabajo ecuatoriano.

El trabajo valorado y remunerado por igual es un derecho del trabajador. Si bien el diseñador de modas vende su creatividad e innovación, debe de igual manera proponer desde la experimentación y bases estratégicas de patronaje y tecnología, debe considerar límites tecnológicos y problematizar los temas humanos y ambientales.

Su labor se valorará y remunerará desde los reglamentos de su lugar de trabajo y bajo las leyes del estado ecuatoriano. Aparte del aspecto económico el diseñador debe reevaluar su capacidad de problematización tomando referencia en el criterio latente de propuestas sostenibles.

Dentro del artículo 326 encontramos también:

Es necesario conocer las garantías que tienen los trabajado-

res, pues para el cumplimiento de la ley, las dos partes deben conocer sus deberes y derechos. Así si el diseñador trabaja en armonía con la mano de obra, conoce sus derechos ante la ley, y les da la validez éticamente justa, podrá desenvolverse como un buen empleador.

Pero en el caso de que el diseñador trabaje para un empleador, debería conocer de sus deberes en la empresa, así como de las garantías que esta le ofrezca.

“11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.”¹²

La transacción laboral se refiere a acuerdos laborales, como horas de trabajo y vacaciones, entre los contratados y empleadores siempre y cuando se lleven frente a la autoridad de mayor jerarquía en el lugar de trabajo o con un juez para que tenga una validez legal.

Las personas contratadas colectivamente realizan sus funciones por 4 años, según el código de trabajo. Los sindicatos de trabajadores representados por un secretario general, garantizan los derechos de los operarios, y principalmente la estabilidad laboral. Terminado este tiempo de contrato se puede reanudar la relación laboral, a través de un nuevo contrato, negociado entre el empleador y contratado.

No se puede celebrar un contrato colectivo en ciertas instituciones principalmente las privadas. Algunas excepciones según la ley en el campo de trabajo de nuestra profesión, sería la falta de personal, ya que se necesitan más de 15 personas para formar un sindicato. Entonces el contrato vendría a celebrarse por servicios personales, en calidad de las determinadas funciones que el obrero vaya a desempeñar.

“Art. 328.-

...Las personas trabajadoras del sector privado tienen derecho a participar de las utilidades líquidas de las empresas, de acuerdo con la ley. La ley fijará los límites de esa participación en las empresas de explotación de recursos no renovables.

En las empresas en las cuales el Estado tenga participación mayoritaria, no habrá pago de utilidades...”¹³

11 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 3ra: Formas de trabajo y su retribución.

12 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 3ra: Formas de trabajo y su retribución.

13 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 3ra: Formas de trabajo y su retribución.

Si la empresa privada ha ganado determinada cantidad durante 6 meses o un año deberá pagar utilidades a sus empleados. Los límites se fijan según los porcentajes que determine la empresa, aparte de los salarios ya establecidos

“Art. 330.-Se garantizará la inserción y accesibilidad en igualdad de condiciones al trabajo remunerado de las personas con discapacidad. El Estado y los empleadores implementarán servicios sociales y de ayuda especial para facilitar su actividad. Se prohíbe disminuir la remuneración del trabajador con discapacidad por cualquier circunstancia relativa a su condición.”¹⁴

El introducir a los discapacitados a la empresa privada y pública, es ley en nuestro estado, por cada diez personas empleadas debe existir un empleado discapacitado, su trabajo y empeño será igualmente reconocido y remunerado.

La inserción de las minorías, es un punto importante para el trabajo justo, dentro del cual la ética juega un papel importante, el respeto y reconocimiento al trabajador y en este caso al discapacitado en una actitud ética del empleador desde la igualdad de derechos exclusivamente del derecho al trabajo.

“Sección cuarta

●Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.....”¹⁵

La producción está sujeta a la ley, de manera equitativa tanto para la micro, pequeña y mediana empresa, así como para el sector industrial. Los beneficios que el estado otorga son iguales para estos sectores, o al menos ese es el ideal. La producción de la pequeña empresa ha tenido un incremento bastante amplio en los últimos años, razón por la cual se puede atribuir gratitud a la ciertos estatutos constitucionales que han beneficiado también a nuestro sector textil productivo.

“Sección quinta

●Intercambios económicos y comercio justo

Art. 336.-El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.”¹⁶

El estado garantiza que el producto que se realizará, satisfará las necesidades de la colectividad y será accesible para el medio en el que se encuentra el diseñador. El estado también promueve la exportación con tarifas aduaneras convenientes para la pequeña y mediana empresa, con el fin de que la competencia sea en iguales condiciones y oportunidades.

Así mismo el establecimiento del Fair Trade (Comercio Justo) como parte fundamental para un comercio sostenible, es una iniciativa de organizaciones no gubernamentales y ONU (Organización de las Naciones Unidas) y movimientos sociales y políticos ecológicos.¹⁷

A continuación una introducción a ¿qué es Comercio Justo?, extraída de la pagina web: www.fairtrade.net

El Comercio Justo se basa en la cooperación entre productores y consumidores. El Fair Trade ofrece un mejor trato a los productores y mejores condiciones de intercambio comercial. Así el productor puede mejorar su vida y planificar su futuro.

En cuanto al consumidor Comercio Justo ofrece a los consumidores una forma sustentable de reducir la pobreza. Si un producto

14 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 3ra: Formas de trabajo y su retribución.

15 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 4ta: Democratización de los factores de producción.

16 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. Vi: Trabajo y producción. Secc. 5ta: Intercambios económicos y comercio justo.

17 www.fairtrade.net

lleva la marca FAIRTRADE significa que los productores y los comerciantes han cumplido con las normas de Comercio Justo que están diseñadas para corregir el desequilibrio de poder en: las relaciones de comercio convencional y los mercados inestables.

18: <http://www.rseprohumanablog>



Logo de Fair Trade, organización integrada por 70 países alrededor del mundo. En Ecuador Fair Trade trabaja junto a Ecuadorian Green Trade en productos como café, cocoa, flores, y en el caso de artesanía elaboradas con lana de borrego y alpaca.

Hay dos grupos de Comercio Justo: uno de normas que se aplican a los pequeños productores que están trabajando juntos en cooperativas u otras organizaciones con una estructura democrática.

El segundo se dirige a los trabajadores, cuyos empleadores pagan salarios dignos, garantizan el derecho a afiliarse a sindicatos, garantizan la seguridad y salud y proporcionan una vivienda adecuada si es necesario.

El precio mínimo pagado a los productores de comercio justo tiene por objeto garantizar que los productores puedan cubrir sus costos.

Cuando el precio mínimo de Comercio Justo sea superado por el mercado, debería pagarse este último al productor. Los productores y los comerciantes tienen derecho a negociar con precios más altos tomando como base la calidad y otros atributos del producto en venta.

Fair Trade, es una iniciativa que tiene fuerte presencia en el campo agrícola, espacio que como diseñadores de textiles y modas nos interesa desde la obtención de una materia prima que se obtenga bajo normas ecológicas y trato justo a los trabajadores como en el caso de la producción de algodón en países de África central.

En Ecuador la iniciativa está tomando fuerza la única preocupación es general las cantidades necesarias para exportar y cumplir con los estándares de calidad. Rubén Tapia, director ejecutivo de la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (Relacc) manifiesta: "Ahora, lo que resta es educar al consumidor ecuatoriano para que consuma productos cultivados o fabricados bajo el sello de comercio justo".¹⁸

En cuanto a la transparencia en el mercado competitivo, la falsificación de patentes, es una realidad en nuestro país que aparte de perjudicar a otros confeccionistas, perjudica a la educación de consumo nacional, contribuyendo al rechazo de la producción nacional, en muchos casos de gran calidad pero precaria aplicación del diseño. De esta manera el consumidor termina enalteciendo el valor de la producción extranjera.

"TÍTULO VII RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

- "Capítulo primero
Inclusión y equidad
Sección quinta
Cultura

Art. 379.- Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas."¹⁹

Desde nuestra condición de creadores, los diseñadores tenemos el derecho a proteger nuestra obra, ya sea por propiedad intelectual, colección o marca bajo las normas e indicaciones del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual). Así es como legalmente podemos proteger nuestro trabajo profesionalmente.

El respetar y promover las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas, es también nuestra responsabilidad al comunicar el diseño. El apropiamiento indebido como el abuso, desuso, y aplicación sin precedentes de técnicas y arte en prendas de indumentaria es una cuestión más que legal ética de cada diseñador profesional.

18 www.hoy.com.ec

19 Constitución Ecuatoriana 2008. Título VII. Cap. I: Inclusión y equidad. Secc. 5ta: Cultura.

“Sección octava

●Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales

Art. 385.-- El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad:

1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos.
2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales.
3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.

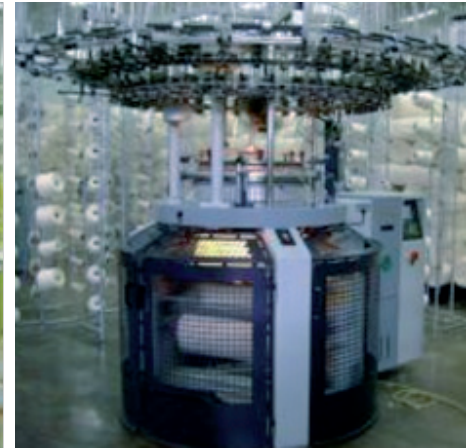
Art. 387.- Será responsabilidad del Estado:

4. Garantizar la libertad de creación e investigación en el marco del respeto a la ética, la naturaleza, el ambiente, y el rescate de los conocimientos ancestrales.”²⁰

La apertura a nuevas tecnologías es fundamental como aporte al desarrollo del conocimiento en nuestro medio profesional, pero la adaptación y difusión de las nuevas tecnologías, debe hacerse con respeto a los conocimientos ancestrales para que la intervención del uno en el otro (tecnología-artesanía) no sea motivo de confusión.

En nuestro medio Cuenca, existen tecnologías eficientes en cuanto a producción de indumentaria, empresas como Pinto y Pasa, constituyen verdaderas compañías de moda industrializada, cuentan con la maquinaria textil necesaria, programas de patronaje virtuales, programación de actividades y más estrategias de trabajo que disminuye tiempos de producción y aumentan los niveles de competencia.

19: www.pinto.com.ec



Maquinaria Textil Pinto: proceso de hilatura: estiramiento y torsión de cintas. Máquina de tejidos. Máquina secadora.

El conocimiento ancestral se manifiesta en la artesanía, mediante propuestas innovadoras y creativas, refuerza este espacio con la importancia que merece para sustentarse dentro de la acción del diseño textil y modas fuera de la industria.

“Capítulo segundo

●Biodiversidad y recursos naturales

Sección primera

Naturaleza y ambiente

Art. 396.-

Inciso 3: Cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución, comercialización y uso de bienes o servicios asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar y reparar los daños que ha causado, y de mantener un sistema de control ambiental permanente.”²¹

El estado dispone que todas las fábricas textiles protejan el medio ambiente, tomando en cuenta las normas que el estado

dispone para la protección de la naturaleza. El desecho de materiales tóxicos debe realizarse a través de tuberías que desemboquen en alcantarillados.

Pero el destino de estos materiales tóxicos no terminan aquí el estado se ha comprometido a colaborar con la construcción de lagunas de oxidación en los lugares afectados por la contaminación textil y a concientizar a los dueños y trabajadores de las textileras.

Nuestra responsabilidad ética como diseñadores con relación a este tema es de participar directamente como expositor y asistente en seminarios, talleres de trabajo, conferencias y todo lo relacionado con la comunicación; además de preferir dentro de nuestra propuesta textiles e insumos que mantienen un criterio ecológico, lamentablemente los materiales amigables

20 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. I: Inclusión y equidad. Secc. 8va: Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales.

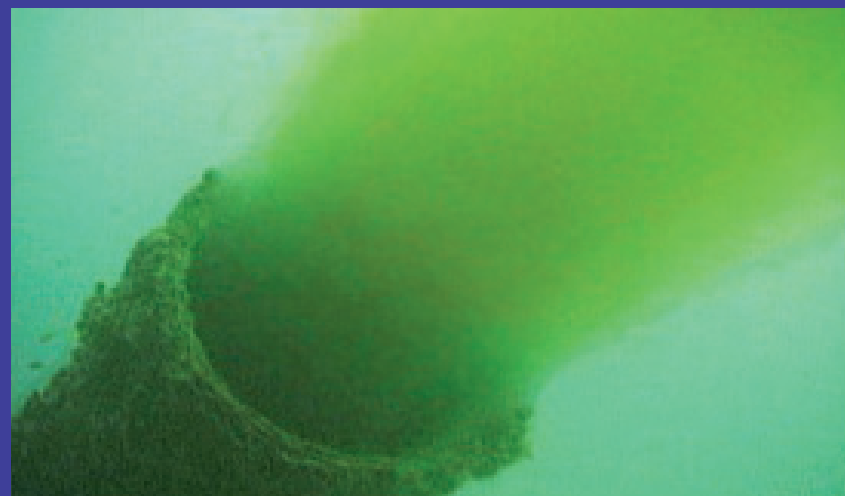
21 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. II: Biodiversidad y recursos naturales. Secc. 1ra: Naturaleza y ambiente.

con el ambiente son de un alto costo y su comercialización están en lucha en nuestro país, así organizaciones como ARI y MIPRO, se mantienen en acción permanente para facilitar la circulación de materiales alternativos.

"Art. 399.- El ejercicio integral de la tutela estatal sobre el ambiente y la corresponsabilidad de la ciudadanía en su preservación, se articulará a través de un sistema nacional descentralizado de gestión ambiental, que tendrá a su cargo la defensoría del ambiente y la naturaleza."²²

En defensa de la protección del medio ambiente el estado a través del Ministerio de ramo, está realizando un plan de descentralización, es decir la ubicación de oficinas de apoyo en todas las provincias del país. De esta manera impone a la ciudadanía el deber de "hacer su parte" para contribuir en la protección del ecosistema.

20: www.greenpeace.org



Descarga de desechos en el mar, aguas negras por residuos líquidos industriales, domésticos, aguas lluvias y subterráneas.

"Sección séptima

•Biosfera, ecología urbana y energías alternativas

Art. 413.-El Estado promoverá la eficiencia energética, el desarrollo y uso de prácticas y tecnologías ambientalmente limpias y sanas, así como de energías renovables, diversificadas, de bajo impacto..."²³

La energía eléctrica que se debe emplear en las fábricas textiles y talleres de diseño, idealmente debe ser renovable, o en nuestro caso particular en donde es más difícil conseguir sistemas de energía sustentable; está a conciencia de diseñadores o empleadores y trabajadores la práctica de ahorro de energía, el uso de sistemas tecnológicos que contribuyan con el menor consumo, esto mediante paneles solares ya existentes en nuestro país, o simplemente sistemas de apagado automático u ocupar la luz necesaria.

21: www.codeso.com



Sistema fotovoltaico en Sharamentsa, provincia de Pastaza. Genera energía para el bombeo de agua ara los sembríos y consumo de luz.

El estado garantizará la conservación del medio ambiente; existen campañas ambientales y movimientos ecológicos respaldados por el gobierno y organismos internacionales a través de los convenios celebrados con el país, tales como Fundación Natura, Corporación Oikos o Acción Ecológica, quienes desarrollan campañas y se mantienen activos para evitar desastres ambientales.

Con los artículos analizados, mi intención no es crear controversia sobre la intervención de los organismos gubernamentales con respecto a la industria textil, o prejuzgar la acción de la industria textil en nuestro medio.

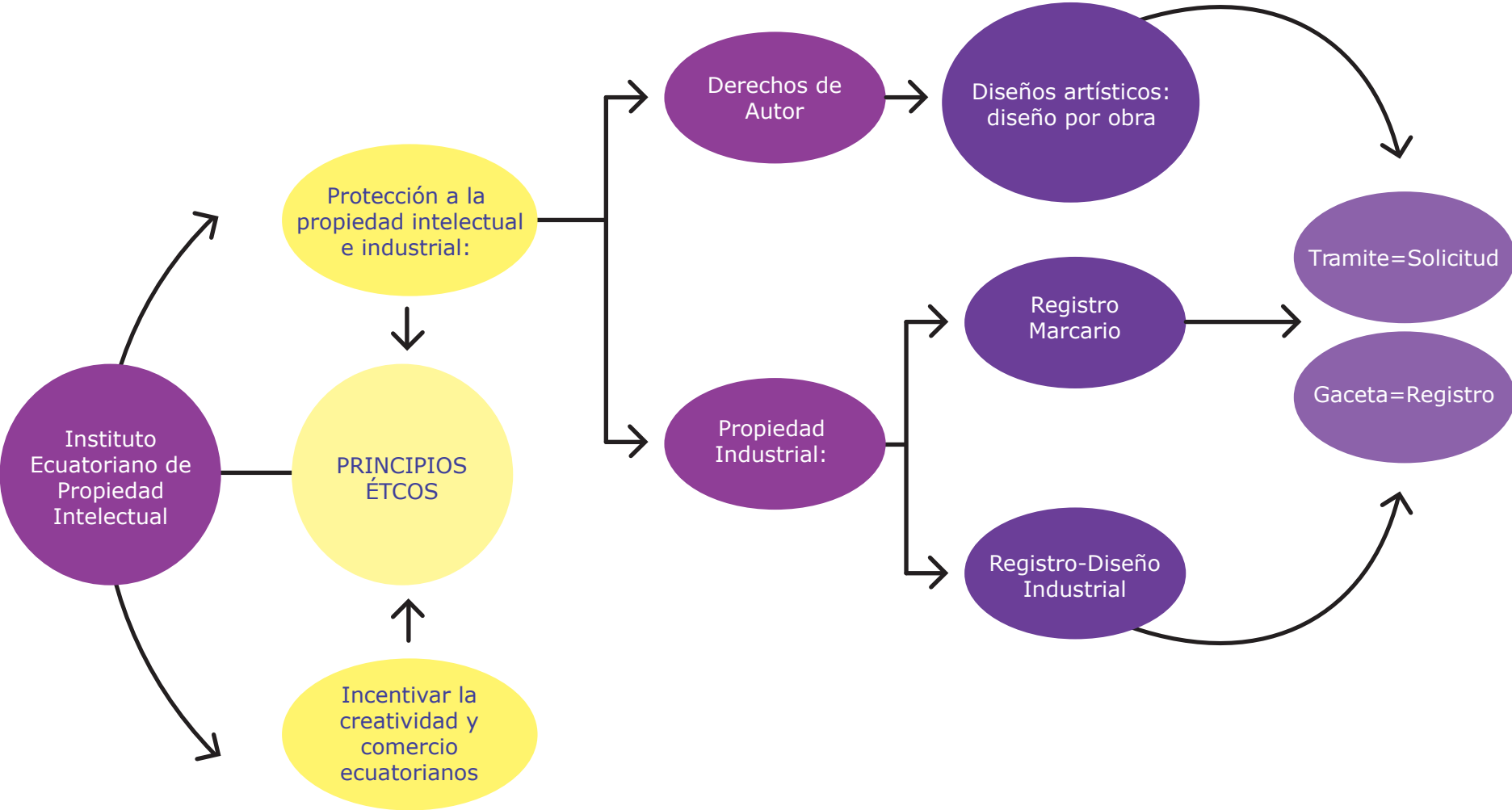
Pues de esta manera el apoyo constitucional es de suma importancia. Es básico que el profesional de textiles y modas tenga conocimiento de los puntos a favor de la ética para su sociedad. Las expectativas son que por lo menos esta intervención tenga durabilidad y no pase a ser otro proyecto abandonado, por el momento la intervención gubernamental en el campo de la industria y apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa está tornándose cada vez más serio.

Este análisis se ha realizado bajo la dirección de un profesional en el derecho y bajo mis perspectivas sobre la importancia de cada artículo y su vinculación con el desarrollo de un diseño de textil y modas desde un criterio ético.

22 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. II: Biodiversidad y recursos naturales. Secc. 1ra: Naturaleza y ambiente.

23 Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. II: Biodiversidad y recursos naturales. Secc. 7ma: Biósfera, ecología urbana y energías alternativas.

1.3: Protección del objeto de diseño:
información IEPI



1.3 Protección del objeto de diseño: **Información IEPI**

- ■ ...el estado ecuatoriano ha implementado un organismo de protección y registro que consta de sus propios reglamentos y brinda la información necesaria para resguardar las creaciones inéditas e innovaciones que mejorarán la función de los inventos..

El diseñador de textiles y modas, y el creativo en general, puede proteger su objeto de diseño, con este propósito el estado ecuatoriano ha implementado un organismo de protección y registro que consta de sus propios reglamentos y brinda la información necesaria para resguardar las creaciones inéditas e innovaciones que mejorarán la función de los inventos.

El IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), es la persona jurídica de derecho público, encargada de regular y aplicar las leyes de la propiedad intelectual e industrial en Ecuador.

22: www.wipo.int



Instituto Ecuatoriano de
propiedad Intelectual

El IEPI aporta con servicios técnicos referentes a la protección de la propiedad intelectual e industrial, esto de acuerdo a las leyes de nuestro país, y tratados internacionales vigentes. El IEPI realiza su gestión en sus oficinas en Quito, Guayaquil, Cuenca, Otavalo, Esmeraldas y Loja. La ley que guía las actividades del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) es la Ley de Propiedad Intelectual.

A través de la Ley de Propiedad Intelectual, el estado ecuatoriano apoya la protección de la propiedad intelectual ya que la considera como vital para el desarrollo, además estimula la producción tecnológica nacional y concede al Ecuador una ventaja comparativa en el nuevo orden económico global.

La Eco. Adriana Cervantes funcionaria del IEPI manifiesta

que una razón para la creación del IEPI como organismo, es como dice la Normativa de Propiedad Intelectual, la falta de una adecuada protección a los derechos de propiedad intelectual, el límite para la libre competencia y obstaculización el crecimiento económico por falta de tecnología e iniciativa.

Otro estímulo es la importancia sustancial que tienen los activos intangibles (creatividad) en el desarrollo económico de nuestro país.

El IEPI tiene como objetivo, también, incentivar la capacidad inventiva ya que la industria y el comercio ecuatoriano en el mercado internacional dependen cada vez más de los avances tecnológicos y productivos para así integrar y comercializar el producto ecuatoriano en el mercado global.

Para reconocer las garantías que ofrece el IEPI en la protección de la propiedad intelectual, es necesario conocer la diferencia entre derechos de autor y propiedad industrial.

23: www.iepi.gob.ec



La propiedad intelectual se refiere a las creaciones de la mente.

Estas creaciones deben ser declaradas exclusivas de su autor, para posteriormente ser reconocidas en una de las dos subdivisiones de la propiedad intelectual que son:

“La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca

las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos.”¹

Existen 2 factores dentro de la propiedad intelectual:

En el caso de registro marcario, este no tiene el fin de establecer un monopolio, sino trata de registrar los productos o servicios con sus cualidades específicas y que los diferencian de los demás.

24: Foto de folleto IEPI



Folleto de información IEPI

El registro marcario o de marca requiere de tiempo regularmente de 5 a 6 meses, y, demanda la firma de un abogado patrocinador, el valor de la tasa es \$116 dólares. El IEPI hace un examen de fondo a la solicitud, después se hace una publicación mensual en las gacetas, que son un registro mensual que realiza el IEPI sobre todos los inscritos y solicitantes. Luego de la publicación de la gaceta se da un plazo de 30 días laborables en caso de oposición, en caso de ser favorable la durabilidad del registro marcario es de 10 años, de haber oposición pasa a un examen de registradura.²

Adriana Cervantes aconseja que es mucho más factible y práctico registrar en el caso de diseño de textiles y modas: una línea o una colección, como marca.

Las opciones que permite el registro de marca es la variación del boceto de diseño, ya que si se registra diseño

por diseño, las variaciones en caso de modificaciones por confección o gusto son nulas, el producto debe ser fiel al boceto. Para de esta manera evitar un prejuizgamiento que lesione la ética del diseñador.

Además mediante el registro de marca se puede implementar a la marca (línea-colección) varios tipos de producto, sin necesidad de una especificación del objeto, ya que se mantendrá como registro marcario.

Mediante la marca, el diseñador propietario de la misma, debe mantener un producto con características específicas e identificadoras que promuevan el posicionamiento del objeto de diseño en el mercado.

Para tramitar el registro de una marca, la información de solicitud y documentos se encuentra anexa al final del trabajo de tesis.

Es necesario advertir que al momento de registrar una marca, nos encontraremos con puntos que requieren de una explicación, para esto he tratado de explicar con ejemplos conocidos, que se encontrará bajo determinado punto en los anexos.

Adriana Cervantes aconseja que: “Si el titular de la marca sospecha de que alguien está abusando de su marca, debe acudir al IEPI, aquí se encargarán de realizar inspecciones, y sancionar la violación de derechos de propiedad intelectual”³

Dentro de la propiedad intelectual están los derechos de autor, que en nuestro caso se dirigen al diseñador de textiles y moda, si su trabajo se sustenta en base a creaciones únicas como arte por ejemplo en diseños artísticos y fotografías de moda.

Para registrar la propiedad intelectual como derechos de autor, es requisito obtener un certificado de diseño mediante derechos de autor que se puede hacer por un formulario entregado por el IEPI con costo de 12 dólares pudiendo registrar hasta 6 diseños. Los pasos a seguir se encuentran en anexos.

El IEPI emite un certificado de que el diseñador es dueño de

2 Entrevista en Información IEPI. Adriana Cervantes.
3 www.iepi.gob.ec

la obra. Este documento emitido no enjuicia la originalidad o la titularidad de la obra porque el IEPI debido a la complejidad en cuanto a tiempo, y características detalladas de la obra no examina lo adjuntado, la institución emite una certificación de buena fe que queda a responsabilidad del titular.⁴

Debido a que la indumentaria es fácil de copiar el IEPI recomienda, que debido a su fragilidad, el diseñador debe respaldarse en la calidad y garantías que ofrece la prenda.

En caso de presentarse algún inconveniente en el registro de derechos de autor el trámite para la comprobación es extenso, ya que requiere evidenciar que la obra es de autoría propia por medio de registros visuales como filmaciones, también testigos, etc., mientras que el registro marcario es más práctico que a través del formulario va indicando las características y parámetros del producto.⁵

El diseñador también puede usar el registro de diseño industrial en base de propiedad industrial; que es usado para un diseño en serie, la tasa es de 108 dólares, se presenta un diseño por cada formulario, asegura la titularidad por 10 años y certifica que nadie usufructúe del producto.⁶

Para llenar el formulario de registro de diseño industrial se debe tomar en cuenta las instrucciones en anexos.

Las patentes, es la exclusividad de una creación, para esto es necesario un estudio realizado por especialistas en la rama del invento, es un proceso que cumple con normas de legalidad y requiere de tiempo para comprobar que realmente es un producto o sistema de aporte, una nueva forma de hacer o solucionar técnicamente un problema.



El invento debe ser patentado por novedad, nivel de invento o aplicación industrial

Se podría dar el caso, en nuestra carrera, de patentar la invención de una nueva fibra que cumpla con requisitos de calidad, durabilidad, ecología y funcionalidad. Los requisitos y trámites que exige el IEPI en estos casos, se puede ver en anexos.

El IEPI ofrece el servicio de la Gaceta, este registro es el medio que el instituto ofrece para dar a conocer las solicitudes de marca, patente, diseño industrial, etc.

La Gaceta de información se actualiza mensualmente y el acceso puede ser a través de la página web ww.iepi.gob.ec, encontrándose disponible información de marcas, patentes, obras bajo autoría y más, registrados virtualmente desde enero del presente año 2011. La información anterior a esta fecha se encuentra en las gacetas documentadas en las oficinas del IEPI de las respectivas provincias en donde se encuentra la entidad.

La gaceta es un libro de consulta de registro, más no de recopilación de información sobre los registrados.

Los derechos de propiedad intelectual permiten a los creadores y los dueños de patentes, marcas u obras protegidas obtener participación de su obra y de la inversión que realizaron en la creación. Estos derechos están contemplados en la Declaración Universal de derechos Humanos art. 27.

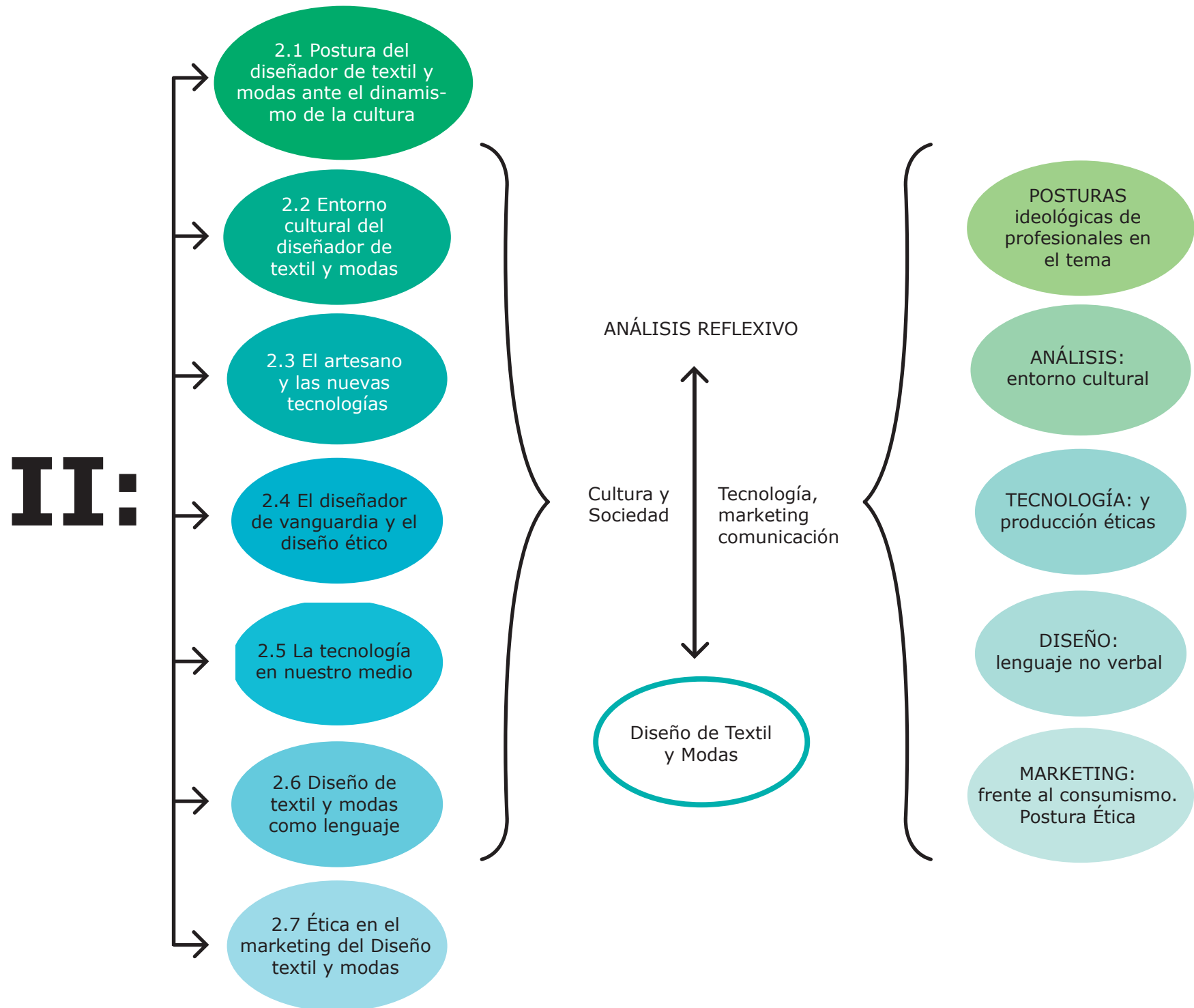
Es importante el reconocimiento a la capacidad creativa, **pues si bien en nuestras leyes se ofrecían todo tipo de garantías para los bienes tangibles, las garantías para los bienes intangibles comprendidos en la creatividad mediante la labor de protección del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), deben fortalecerse. En nuestro caso, el apoyo mediante el comportamiento ético desde la actividad del diseño,** y desde el apoyo que las normas jurídicas brindan al creativo o la genialidad del autor, en unos casos y en otros, a la industria textil; son un resguardo para la propiedad intelectual desde la "buena voluntad" entendida como la ética personal, hasta la acción de la que toma parte esta organización gubernamental IEPI, mediante la vigilancia, sanción y protección de lo intangible.

4 Entrevista en Información IEPI. Adriana Cervantes.

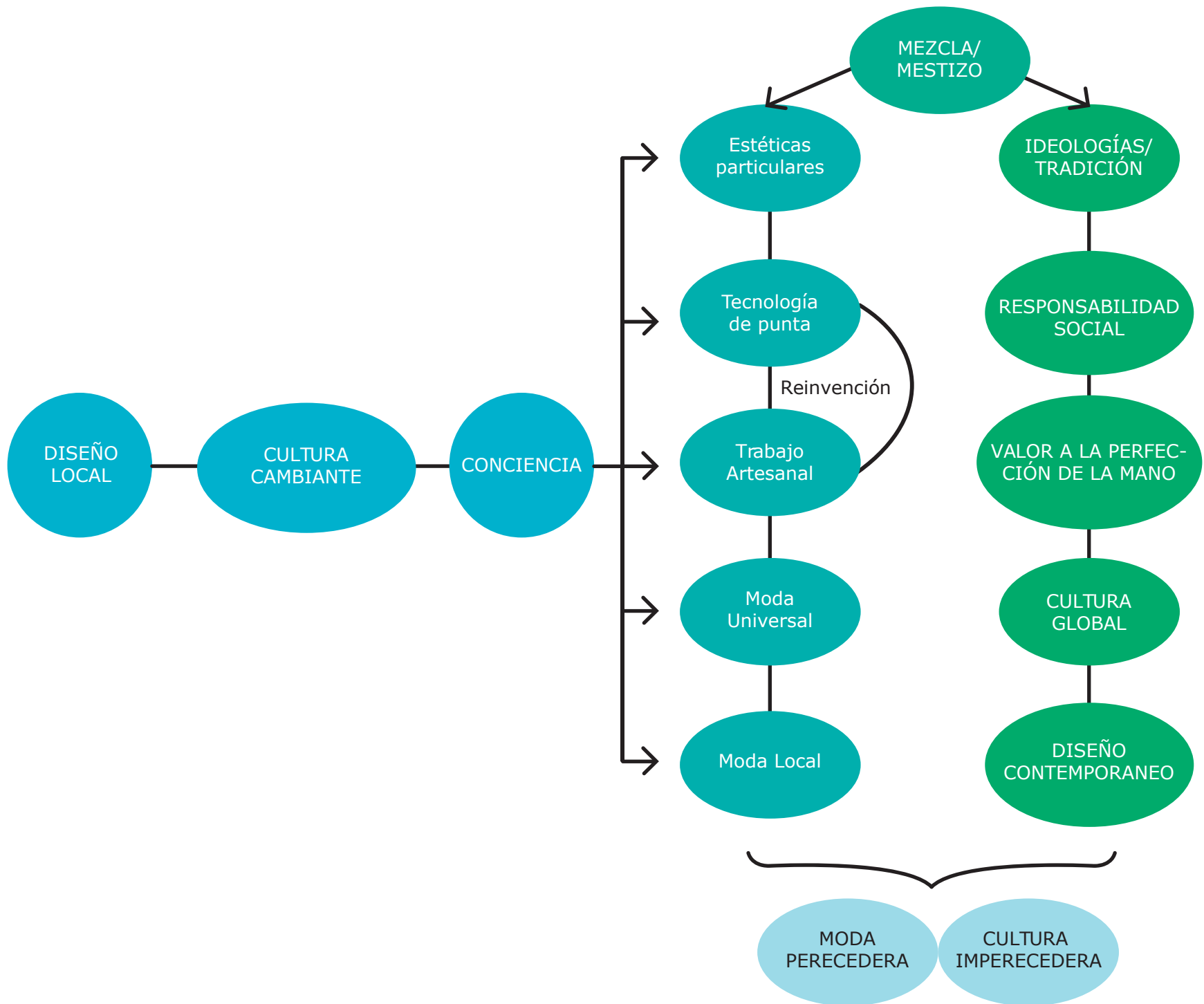
5 Entrevista en Información IEPI. Adriana Cervantes.

6 Entrevista en Información IEPI. Adriana Cervantes.

Capítulo II: Diseño local: cultura dinámica y sociedad contemporánea



2.1 Postura del diseñador de textil y modas ante el dinamismo de la cultura.



Diseño Local: cultura dinámica y sociedad contemporánea

2.1 Postura del diseñador de textil y modas ante el dinamismo de la cultura.

- ■ La cultura es humana, su naturaleza es el movimiento, esta capacidad dinámica mantiene en ciclo la historia ancestral y contemporánea de los pueblos.

Desde el concepto de UNESCO: “La cultura (...) puede considerarse (...) como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales inherentes al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.¹

Así pues la cultura no puede ser ni ética ni no ética, depende del hombre que viva determinada cultura, por ejemplo la expresión del tatuaje es vista como sinónimo de entrega y relación con la naturaleza y los hechos tradicionales de determinada tribu, esto en varias culturas indígenas ecuatorianas. Pero en la misma cultura mestiza ecuatoriana el tatuaje es visto generalmente como una alteración del cuerpo que se contrapone a la estética común.

La relación entre ética y estética es fuerte, pero la ética no marca estética y al contrario, la estética no es siempre ética, pues estos dos aspectos giran en torno a la cultura de las diferentes sociedades.

Pero la dicotomía entre ética y estética va tomando nuevos sentidos. La estética va siendo comprendida desde el ideal ético de varias culturas o subculturas, objetando el hecho de los gustos individuales, y así mismo, la ética va tomando campo de conciencia en la estética, cuando por el ideal de los estándares de belleza universales, campo de la moda, se cometen atentados a la salud de las personas, y a la protec-

ción de especies animales y vegetales que cada vez pierden más espacio de su habitat.

Era necesario aclarar el papel de la estética en la cultura, puesto que su presencia en la actividad del diseño es una cuestión de criterios, y estos criterios en el caso del diseñador de textiles y modas, quien propone y crea tendencias deben ser responsablemente éticos en cuanto a materiales, artesanos, usuario y fidelidad a sus propios principios.

Las culturas cambian y en este proceso las tradiciones se ven afectadas. Algunas tradiciones desaparecen, otras se mueven con el régimen rotatorio de la cultura global, así podemos reconocer que muchos indígenas ecuatorianos, particularmente del Azuay, y esencialmente los jóvenes, optan por usar su vestimenta tradicional en determinados casos más no a diario como sus abuelos, por comodidad o por globalización, la opción del vestido es universal.

En una entrevista dirigida al Dr. Claudio Malo González, docente de la UDA (Universidad del Azuay-Cuenca) y director del CIDAP (Centro Iberoamericano de Artes Populares) sobre la relación del diseño con la cultura explica: “Toda sociedad por tradicional que sea, algo de diseño práctica, el diseño es una actividad.”

Toda cultura en la trayectoria de su historia humana práctica el diseño, el diseño es una actividad humana milenaria.

En una entrevista dirigida al Dr. Claudio Malo González, docente de la UDA (Universidad del Azuay-Cuenca) sobre la relación del diseño con la cultura explica: “Toda sociedad por tradicional que sea, algo de diseño práctica, el diseño es una actividad.”



1 www.othontellez.com.mx

El diseño de vestimenta visto de manera genérica es una actividad también histórica.

Toda sociedad practica el diseño, desde sus artesanías hasta su cultura contemporánea, conllevando al diseño de tecnología, que tiene un aporte valioso. En la industria de la moda, la tecnología ha sido aprovechada en su mayoría para general fortunas en una industria millonaria, que no ha tomado muchas medidas en cuanto a las consecuencias de tal enriquecimiento; consecuencias que actualmente se quieren corregir.

¿Pero hasta qué punto se puede considerar esta iniciativa responsable?, pues si esta concientización de la industria, tiene como fin la sostenibilidad antes que los fines comerciales que puede obtener en la venta de ideales, como los

del eco-diseño, por ejemplo. Su iniciativa de corregir errores pasados, es válida dentro de una realidad contemporánea que cada vez se enfoca a buscar la sostenibilidad y honestidad como virtudes que necesitan persistir.

Diego Jaramillo explica en el capítulo anterior la importancia trascendental de la “problematización del diseño”, el diseño no es solamente sustentable desde el espacio de la ecología, sino también desde la valoración del factor humano en cuanto a salud laboral y respeto a la cultural tradicional de las sociedades, que así como nos inspiran desde su historia ancestral, tiene derecho a que sus tradiciones sean promovidas desde un diseño visionario que no se estanque en la tradición pero que tampoco la destruya separando el factor de -las manos en la producción-, factor que en nuestro medio tiene gran potencial.



Así con técnicas como la del Ikat “Una técnica más complicada, cuando uno conoce más”², se expresa Diana Sojos. Ella ha logrado durante un trabajo de veinte años, que no se pierda esta valiosa práctica, consiguiendo que se reconozca el Ickat como aporte cultural de la región.

Diana Sojos de Peña promotora del rescate de cultura y tradición, es propietaria de Kinara, una tienda de indumentaria ubicada en la Esquina de las Artes (conjunto de tiendas artesanales), trabaja desde el patrimonio cultural, que representan los textiles del Austro ecuatoriano.

“Cada familia conserva un diseño, nada está escrito, todo es oral, es una computadora mental que tiene cada artesana”.³ Este valor cultural es el del diseño que se transmite de familia en familia.

Diana Sojos se ha preocupado por las necesidades de los artesanos, que materia prima necesitan, y cómo facilitar el acceso de los artesanos a la misma. Los artesanos utilizaban un hilo de lana con un grosor y torsión especial en tres hilos, y mediante gestión con fábricas de hilo, lograron junto con el CIDAP y representantes de las comunidades que la materia prima llegue directamente a las comunidades y así disminuir costos.

2 Entrevista a la Sra. Diana Sojos de Peña, Abril 2011.
3 Entrevista a la Sra. Diana Sojos de Peña, Abril 2011.



Saco en paño de Ikat hecho en algodón tenido en color negro y blanco. Los tejedores y tejedoras se demoran aproximadamente dos semanas en cada paño.

La técnica del Ikat es popularmente conocida por el cantón Gualaceo, Bullcay y Bulzhun están a unos minutos del cantón, comunidades que también producen el paño de Ikat.

La macana violeta está elaborada en lana, mientras que la turquesa en algodón mercerizado.

En cuanto al mercado de la moda Diana Sojos ha trabajado con una empresa alemana GPZ, quienes investigan los colores de cada temporada, con la intención de exportar el producto nacional. Manifiesta con ilusión: "les hemos dado los colores y ellos nos traían verdaderas maravillas, combinadas por su propia mente".

Así su intervención en el diseño del paño de Ikat alcanza desde la propuesta de un color estudiado desde el marketing, hasta su intervención directa en la promoción del producto que como ella manifiesta: "En la Esquina de las Artes yo no tengo simplemente un comercio, lo que queremos es demostrar a los propios y extraños **lo que somos, y que hacemos, y como se hace, y desde cuando se hace y que estamos orgullosos de hacer lo que hacemos y lo que somos porque nos revela lo que tenemos**".⁴

Es importante que desde su labor de comunicador el diseñador, de textil y modas, haga conocer al cliente sobre la conceptualización de su producto. El informar a las personas sobre el valor de lo que adquieren es un punto que suma importancia a nuestra labor. El educar desde nuestra profesión al consumidor es una actitud ética responsable.

Nosotros diseñadores a más de expresar lo estético, expresemos la importancia del trabajo tras, y de cierta manera, fomentemos el respeto y reconocimiento del grandioso trabajo de artesanos y obreros que realizan sus labores con perfección y entusiasmo.

Reconozcamos los diseñadores de textiles y modas los límites entre innovación y tradición, no podemos mover nuestra creatividad sin crear desde nuestras raíces así como no podemos innovar solidificando el pasado, que es movable y trasmutable de ideas y conocimientos, mas no de expresiones estrictas.

El diseñar desde la cultura tradicional-local no pretende que no se reinventen procesos con miras a mejorar, siempre y cuando este desarrollo sea sustentable, algo muy hablado en la contemporaneidad. Porque de hecho los procesos artesanales son los más sustentablemente ecológicos, tema de preocupación actual.

El usuario se mueve por el deseo de tener, y esta posesión vale aun mas cuando se trata de originalidad y diferencia ante los demás, **así el usuario, de cierto modo crea su "propia moda"**, con características de su personalidad, pero principalmente reproduciendo las tenden-

.....

4 Entrevista a la Sra. Diana Sojos de Peña, Abril 2011.

cias que la moda dictamine.

En este caso el comportamiento del usuario no se puede considerar como ético o no ético, puesto que **la identificación con determinadas preferencias o gustos no depende de la ética sino de la cultura y de sus cambios constantes, y en cómo influyen estas variaciones en cuanto a elecciones se refiere.**

“Las personas son diferentes, y porque a muchas personas les gusta ser diferentes, el diseño cada vez tiene más peso e importancia dentro de nuestra sociedad”⁵. Así lo considera Claudio Malo.

La reacción de la moda ante el mercado se ve influenciada por esta búsqueda de distinción. Así se puede mencionar el selecto mercado para cierto tipo de artesanías, como lo es el de la tienda de Diana Sojos de Peña quien ofrece artesanías en vestimenta y accesorios para mujer. Tejidos en Ikat y bordados a mano, son opciones que ofrece esta prestigiosa tienda en la ciudad de Cuenca.

“Recuerdo que hace veinte años, nadie quería comprar lo propio para regalar a nadie, ahora somos orgullosos de comprar una cerámica o de usar una manta de ikat, estamos orgullosos de demostrar que apreciamos lo que tenemos” Explica Diana Sojos.⁶

La alternativa que ofrece el diseño, desde los procesos artesanales, es claramente una estrategia para no perder las técnicas locales ya sean ancestrales o contemporáneas.

De esta manera si se inclina hacia la protección de la cultura tradicional de nuestro medio, también están las nuevas técnicas y tecnologías que son tan nuestras como tan vulnerables a los cambios de la actualidad, cambios que el diseñador de textiles y modas desde su ética debe crear y producir, sin minimizar la artesanía ni aprovechar de las facilidades que ofrece la tecnología contaminando su medio ambiente.

Al referirse a artesanía se debe recordar que artesano no es solamente aquel que trabaja desde las técnicas ancestrales, artesano también es quien trabaja desde su hogar o desde una pequeña empresa en nuestro medio local contemporáneo.

Para el artesano la tecnología, puede resolver problemas ayudando con la infraestructura necesaria, ya que pueden presentarse problemas, por ejemplo: se mencionó que los paños de Ikat estaban tejiéndose con hilos que facilitan ciertas hilanderías, pues si bien no son orgánicos, estos hilos han elevado la producción y han generado trabajo para las familias que dependen de esta artesanía. Este es uno de los casos en los que la aplicación precisa de la tecnología ayuda a proyectar y mantener el producto en el mercado.

El diseño se encuentra en la mayoría de nuestras actividades como la planificación, la contextualización y propuestas, en diferentes labores, desde las actividades de un científico hasta las actividades de un niño pequeño en su escuela.

Pero, **¿la moda se encuentra en todo lo que hacemos?**, aquí es importante recordar que la dinámica de la cultura permite ver a la moda como una actividad cambiante para cada sociedad. Esta actividad viene desde el simple proceso de “llevar algo puesto”, hasta el deseo de distinción por usar algo que indique jerarquía, en unos casos, y originalidad y excepción en otros.

27: esquina de las Artes/ Carolina Vázquez



Saco bordado con diseños azuayos por tejedoras cuencanas.



Bufanda bordada en paño y al final técnica de anudado.

5 Entrevista al Dr. Claudio Malo González, Abril 2011.

6 Entrevista a la Sra. Diana Sojos de Peña, Abril 2011.

Entonces la moda está presente en lo que hacemos genéricamente, como el simple hecho de vestir, y lo que hacemos por “moda” o por “estilo” al momento de ser distinguidos entre la multitud.

La moda genérica o no, depende en un fuerte sentido del marketing con el que se difunda, Diana Sojos dice “la moda es imperecedera”. La cultura por su parte no depende del marketing pero si necesita ser difundida para no perderse en el tiempo. **La moda puede ser descartable, la cultura no**, así el diseñador de textiles y modas ejecuta su trabajo con un criterio ético hacia la cultura en la que se desenvuelve, a la que se dirige y de la que viene.

Muchas actividades que se realizan por seguir modelos estéticos y económicos de “élite”, nos convierte en imitadores de sistemas ajenos a nuestra realidad, perdiendo sea dicho de antemano, nuestra integridad como nación, como grupo y como cultura con raíces fuertes en el indigenismo.

En la búsqueda por mejorar su calidad de vida, muchas personas, principalmente en las comunidades indígenas, se encadenan al ascenso social y económico, de manera que su modo de vida que lleva atrás toda una historia cultural, muchas veces, lo reemplazan maneras y percepciones de culturas supuestamente “superiores”, dejando de lado importantes características de su propia cultura y en el peor de los casos asimilando culturas externas sin conciencia de su cultura auténtica.

Pero también nuestra sociedad ha tomado características culturales externas y las acondiciona a su entorno, reinterpretando en su propia cultura las opciones que estas les ofrecen. Por el espíritu migratorio del hombre, las culturas se entrelazan y fluyen de unas a otras sin dejar de ser únicas, este es un proceso universal vivido a través de la historia con el cual se crea un vínculo e intercambio fundamental para el desarrollo y supervivencia de las culturas. La moda es parte de este intercambio cultural.

La irresistible inserción del mundo de la indumentaria en el desarrollo humano, ha caracterizado la vestimenta de las culturas del mundo con signos formales y colores a lo largo de toda la historia.

En nuestro medio Cuenca, diseñadores de textiles y modas

que hagan su labor desde un aporte cultural, por ejemplo fomentando el interés en la cultura indígena ecuatoriana es Freddy Romero, quien con ayuda de Silvia Zeas propone la aplicación de la simbología precolombina ecuatoriana mediante la técnica de serigrafía, en camisetas para hombre y blusas y blusones para mujeres, obteniendo buenos resultados en cuanto al producto y continuando con la lucha por posicionarse en el mercado de la moda ecuatoriano.

La posición del diseñador de textiles y modas ante la economía de nuestra sociedad, no es una posición con una visión ampliamente artesanal, lo que presiona al diseñador a mantener estándares competitivos y reproducir una moda importada, ya que para algunos diseñadores el posicionarse fuertemente en el mercado viene a ser la cima de su labor.

Expertos consideran que la reaplicación de técnicas artesanales y una producción de indumentaria en bajo volumen, son puntos que agilitan la economía dentro de la moda, pero estas alternativas aún son relegadas por la visión de generar un producto masivo y lamentablemente en su mayoría agresivo con el medio ambiente y el factor humano.

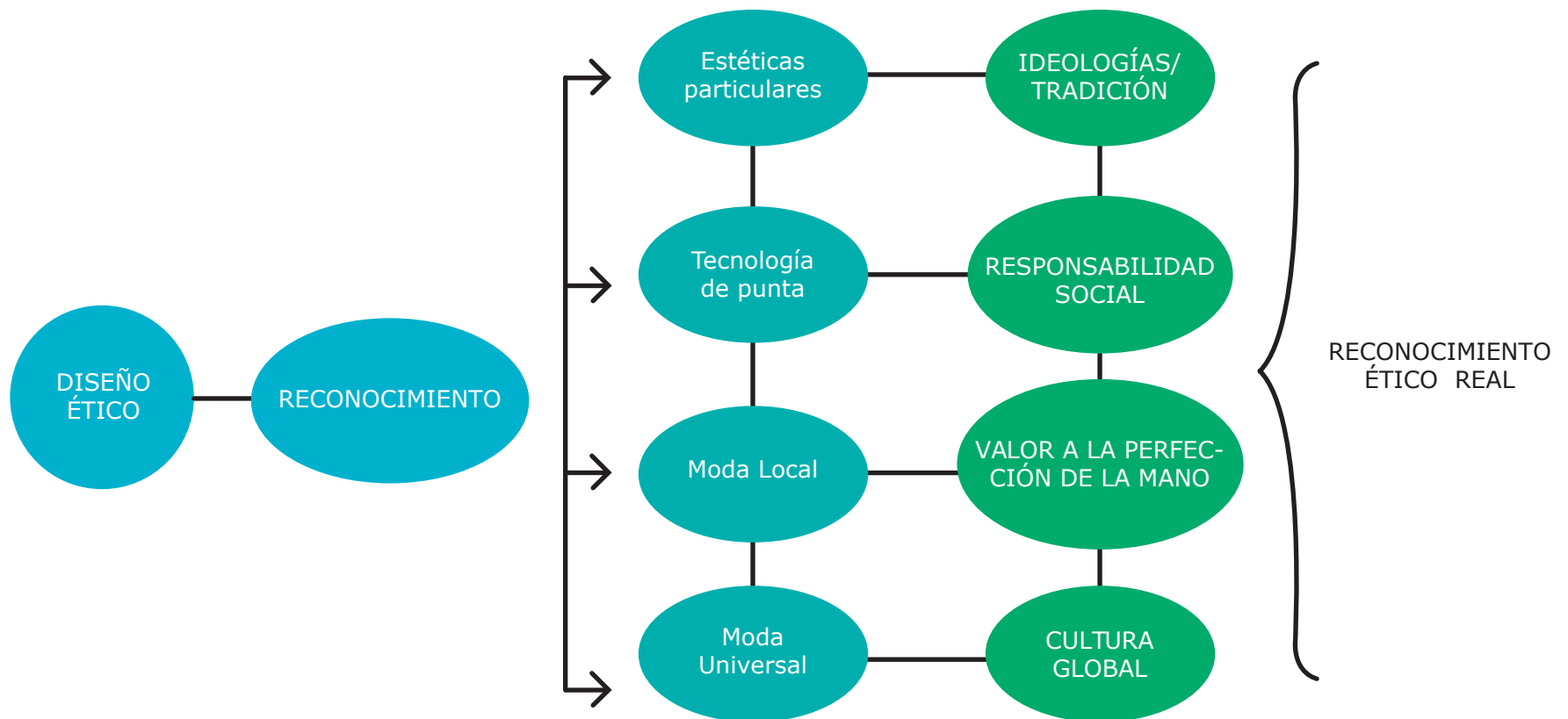
Investigaciones confirman que familias que subsisten de esta actividad (artesanos, sastres, costureras, así como las familias que trabajan en maquiladoras, campos de cultivo de materia prima), no se desenvuelven en las condiciones salubres y dignas para el ser humano.

Ante esta situación, el futuro diseñador debe actuar éticamente, y brindar las condiciones necesarias a quienes colaboran y complementan su trabajo. El diseñador con una visión ética y vanguardista es quien ve en la moda la conservación e innovación, es quien propone experimentar, mezclar, adaptar y mantener la individualidad.

La dinámica entre las culturas nos permite adoptar tecnologías importadas. Aquí el diseñador ético debe reflexionar que, si las tecnologías adoptadas en nuestra sociedad proporcionan nuevos campos de trabajo y soluciones productivas, también esto exige personalidad y carácter para mantener la cultura propia y darle un futuro, para no sobrevalorizar las novedades importadas por los mismos “creativos” diseñadores de textiles y modas.



2.2 Entorno cultural del diseñador de textil y modas.



2.2Entorno cultural del diseñador de textil y modas.Textil y Modas

- ■ Reconocer el medio cultural, es esencial para que el diseñador de textiles y modas plantee una propuesta válida, que responda éticamente a su cliente.

El proceso de reconocimiento empieza con la identificación de la cultura, si bien el diseñador debe proponer con libertad e innovación, puede **dar buen uso de la tradición, no debe verla como limitante, sino, como transmisora de conocimientos y marca-dora de identidades, para perpetuarla con un estilo propio.**

La influencia de la tradición en la moda, ha evolucionado desde lo habitualmente aceptado, hasta la generación de nuevas propuestas que no limitan el uso de la prenda a determinados grupos humanos, una propuesta abierta y colectiva, que resulta en una sumatoria de elementos desde lo conceptual a lo formal de cada cultura. Claudio Malo comenta que: "En el pasado, las variaciones de la moda eran menores, puesto que no se podía traspasar los límites".⁷

Así explica que los límites en la vestimenta dentro de la cultura cuencana, para "la chola" por ejemplo, eran siempre usar pollera, y para las "no cholas" no usar esta prenda ya que estos elementos eran definitorios del estatus social de la población. O en el caso de la colonia "sólo podían vestir seda las mujeres blancas descendientes de españoles, las mulatas y mestizas lo tenían prohibido, pues eran castigadas", comenta Claudio Malo.

Actualmente, en nuestro medio, existe la generalización de la vestimenta, y la vinculación de la vestimenta y el estatus social están por debajo de los estándares de países cuyo desarrollo económico permite notar una gran diferencia de clases sociales-económicas.

Claudio Malo propone el caso de la: **"blujeanización"**, término con el que él llama a la pluralidad del uso de los jeans. "Los jeans, son una prenda general a simple vista, con respectivas variaciones de diseño, pero con un mismo fin: una prenda de uso diario, resistente al lavado, combinable y con la que la mayoría de las personas se sienten cómodas", explica así la centralización de la moda en ciertos grupos -a- la moda masiva en la actualidad.

Campaña "Crazy World" por Marithé François Girbaud. Formalmente todos los jeans son iguales, en el caso de esta marca el valor de diseño es el fuerte de la propuesta.

Que la moda sea masiva, equipara el escenario de uso de ciertas prendas, pero al mismo tiempo esta igualdad es superficial ya que no todas las prendas de moda son de igual calidad y características, la intervención del diseño se da en unos casos, en otros, toma un rol de menor importancia. La moda está al alcance de toda economía y tal economía determina las cualidades del producto.

Entonces la calidad del producto, ¿depende de la capacidad adquisitiva?, pues dentro de las posibilidades de compra del usuario, se puede hacer un producto útil y durable. La ética del diseño en este sentido se dirigiría más al valor de uso (cualidades). Tal vez sin mayor énfasis, (no es omitirlo) en el factor estético que a todos nos gusta, las necesidades inmediatas se direccionarían desde el diseño sustentable respondiendo positivamente al usuario.

Dentro de los usuarios que destinan altos porcentajes para adquirir indumentaria, están los usuarios de "alta moda". La moda, en alta moda, inicia dirigiéndose a un grupo pequeño y luego se extiende como tendencia a la mayoría, quienes siguen a personajes de fama con quienes se identifican, reflejando una "onda" que les agrada.

Esta actitud secular, de seguir patrones no se puede considerar ética o no ética, generalmente el hombre desea en-

28: fotógrafo británico Steve Hiett: aydnnews.com



cajar, ser aceptado, desde este punto de vista no se podría considerar la imitación como éticamente buena o mala.

En cuanto a que este seguimiento de tendencias afecte de alguna manera el futuro de la propuesta de diseño desde el capital local, se podría considerar ético o no ético en cuanto a quien propone. El diseñador no puede pensar solamente en la comercialización del producto; se trata también de educar al consumidor y de crear lazos más humanos con él, concientizar sobre la sustentabilidad y el equilibrio que se puede obtener.

Ya que el diseñador debe reconocer e identificar su cultura, es necesario señalar que **la moda también está marcada por la moda presente en las calles, una moda que en un inicio se manifestó arbitraria a un sistema, en el que la moda para varios movimientos urbanos que surgieron, no tenía trascendencia y el vestido era la manera de identificar sus ideologías, una moda que sin querer serlo, nació en el siglo XX contraria a la Alta Moda nacida en París en la segunda mitad del siglo XIX.**

El diseñador debe tener el espíritu ambicioso de todo movimiento (el que sea), ambicioso de creatividad, de tener voz, de proponer diferencia. La propuesta de indumentaria con sentido de originalidad por encima de lo comúnmente bello es el aporte de la moda de las calles, nacida de una ideología y ética particulares, a la moda transitoria y efímera de los escaparates comerciales, aunque de cierta manera la comercialización de los ideales acabó por comercializar la estética de varios movimientos urbanos.

La propuesta del diseñador a más de aportar con valor de uso, debe reconocer el valor humano de quienes contribuyen a la realización del producto, como sastres, costureras y otros artesanos respetando su conocimiento, aprendiendo de su experiencia. También intervienen quienes trabajan en la materia prima, agricultores, curtidores de cueros, recolectores de algodón y otras fibras naturales como lana, alpaca, etc. Quienes merecen que su labor sea reconocida por el diseñador.

Los movimientos urbanos no son solamente estéticos, las ideologías de estos movimientos son las que nos permiten observar esa estética.

Reconocer que la moda transitoria, si tiene ventajas en cuanto a proliferar la producción y aumentar las ventas, es innegable la importancia de promover el diseño mediante estrategias de marketing éticas que no engañen ni creen necesidades.

Es fundamental que el diseñador reconozca, que su cultura local es imponente pero no inmutable ante los beneficios de la tecnología en cuanto a facilitar los procesos de producción, y disminuir tiempos de producción, estas deben encontrar un equilibrio que permita la expresión de identidades y conservación del valor del trabajo manual.

La producción y sus procesos son un factor importante para el diseño ético, pues no solamente un producto es ético desde las artesanías, inclusive aquí como ya se comentó interviene el factor industrial, ya que facilita la adquisición de la materia prima.

El diseño sustentable está cimentándose tanto en los principios éticos del diseñador, como en los del usuario, y parte de estos cimientos están en dirigir procesos de producción que mejoren la calidad de los productos, que consigan resultados prolijos, acabados duraderos, aumento de producción, y mejoren de las condiciones en las que trabajan artesanos, operarios y diseñadores.

29: <http://cristinatinajero.files.wordpress.com>



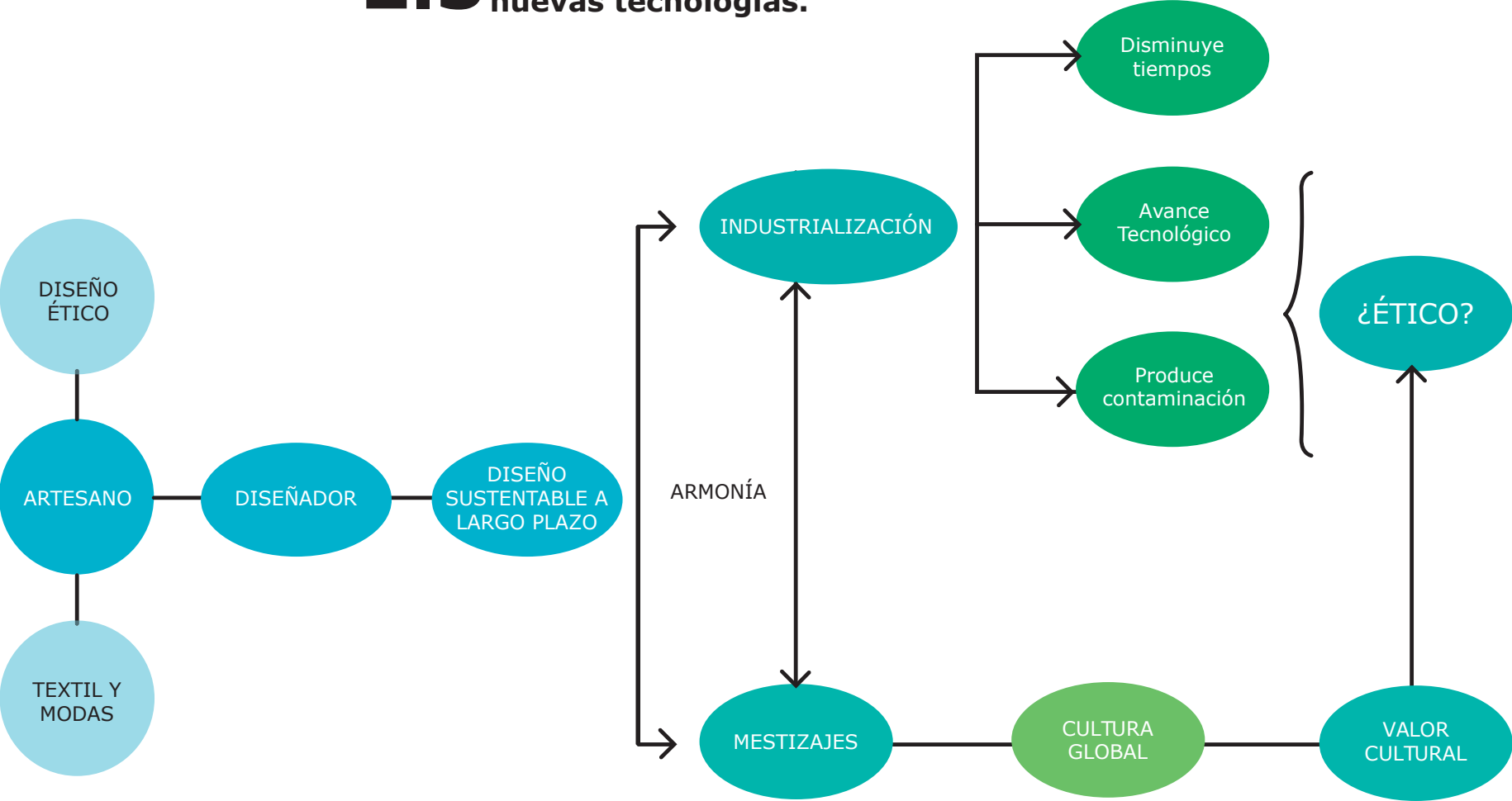
Procesos de producción que ya existen en nuestro medio, mediante la importación de maquinaria textil y con los que varios diseñadores trabajan.

Pero esta adquisición de tecnología lleva consigo el compromiso ético de los diseñadores de textiles y modas, de trabajar con justicia junto a quienes los acompañan, y bajo la responsabilidad de proteger el medio ambiente y la vida.

El entorno del diseñador de textil y modas es una cultura fuertemente tradicional, pero ascequible a los cambios globales que inciden en como esto resuelve sus problemas productivos y tecnológicos. La ética del diseñador ante su entorno se manifiesta en la postura de él mismo, quien construye su ideología desde su realidad y para ella en consecuencia del desempeño de sus actividades de diseño.



2.3 El artesano y las nuevas tecnologías.



2.3 El artesano y las nuevas tecnologías

- ■ El artesano debe tomar una fuerte decisión: difundir la técnica, desde el innegable aporte de la tecnología, que le ha ahorrado tiempo de producción, ó, retroceder a los procesos artesanales de obtención de material que aumentan el tiempo de trabajo y por consecuencia el precio final del producto.

En cuanto al artesano y su espacio dentro del diseño ético, si bien los procesos artesanales son evidentemente menos contaminantes en cuanto a la sostenibilidad ecológica que propone el diseño de vanguardia, también está la materia prima, en cuanto a textiles, que el artesano ocupa. De donde procede la materia prima, también es un aspecto importante para la propuesta de un diseño sostenible, pues muchas de las hilanderías que la proporcionan a los artesanos, producen materiales sintéticos.

Aquí interviene la tecnología, pues el material ocupado por los artesanos en nuestro medio, proviene principalmente de fábricas industriales. Algunas cumplen cabalmente los reglamentos de protección ambiental y salarios decentes, pero en este punto ¿hasta dónde es ético el uso de estos materiales por los artesanos?.



Faldas y Saco en telar de Cañar. Esta indumentaria es elaborada con hilo de cocer acrílico como en la industria textil, pero trabajada artesanalmente en telar.

El artesano debe tomar una fuerte decisión: difundir la técnica, desde el innegable aporte de la tecnología, que le ha ahorrado tiempo de producción, ó, retroceder a los procesos artesanales de obtención de material que aumentan el tiempo de trabajo y por consecuencia el precio final del producto.

Pues si los procesos artesanales causan menos contaminación, es innegable que en muchos casos la artesanía como por ejemplo el Ikat, usa los mismos materiales sintéticos que una industria textil; esto sin excluir el aporte de valor cultural que entrega el artesano en su obra.

Actualmente el artesano cuencano da lugar a que emerjan más los mestizajes, también influidos por la cultura global, los artesanos se debaten entre: la pérdida de la técnica ancestral, y las modificaciones que estas técnicas pueden sufrir para una subsistencia dentro de los sistemas tecnológicos de actualidad que aparentemente tienden a la perfección.

La aplicación de técnicas artesanales corre riesgo en nuestro medio. Si bien se han organizado instituciones y programas para su preservación, las nuevas generaciones de artesanos cada vez buscan nuevas formas para sustentar a sus familias, siendo uno de estos problemas la migración a las ciudades y fuera del país.

El problema de la migración no se puede considerar ético o no ético, puesto que la búsqueda de sustento para la familia de muchos artesanos, es lo éticamente justo y leal dentro del comportamiento humano.

Una conciencia más profunda en cada joven indígena, sector en donde más afluyen las artesanías en nuestro medio local, pertenecientes a comunidades abiertamente mestizas. Una conciencia de la responsabilidad que llevan a cargo por ser los precursores de las técnicas ancestrales, es lo que les permitiría entender la importancia de su labor para conservar la cultura propia.

En el camino de la innovación de la artesanía, el papel del diseñador es de mucha importancia. El diseñador de textil y modas tiene la visión vanguardista y la capacidad para

trabajar conjuntamente con los artesanos, si bien los artesanos son quienes poseen la experiencia ancestral como el caso de las mujeres tejedoras, o las destrezas manuales y capacidad de aplicación del diseño con técnicas del patronaje comprobadas como es el caso de sastres y costureras; mediante la intervención del diseñador visionario el futuro de la artesanía tradicional no es tan lejano ni ilusorio.

“Los diseñadores son un interfaz entre la tradición y la modernidad, que ayudan a unir la producción artesanal a las necesidades de la vida moderna”⁸

Si bien algunas instituciones como el CIDAP, los Municipios cercanos a las comunidades, Universidades de la ciudad y personas independientes, gestionan el rescate de las técnicas artesanales, depende de todos que se valore toda la carga ancestral, visual y proyectante que tienen las artesanías en nuestro medio local, el país y el mundo.

Como diseñadores de Textiles y Modas, el fusionar nuestra creatividad con la experiencia respetable de nuestros artesanos es un empuje para que la práctica de técnicas textiles como telares y teñidos de fibras, estén en vigencia. Y es un empuje a la situación económica y el entusiasmo de nuestros artesanos, para que mantengan en movimiento las técnicas artesanales de nuestro medio tales como: la cestería, paja toquilla, joyería, Ikat, cerámica, vidriería, talabartería y las cercanas fajas de la provincia del Cañar.

He considerado estas técnicas como más cercanas a la aplicación en el diseño de textil y modas, si bien algunos procesos dentro de estas técnicas artesanales producen cierta contaminación su valor cultural es elevado.

La aplicación en el campo de textil y modas de estas técnicas ya se ha dado con varios diseñadores ecuatorianos que han optado por el uso de la artesanía en su trabajo, pero este uso se ha destinado especialmente a vestimenta en nuestro medio conocida como de “fantasía” o la usada solamente para pasarela, y algunos trajes de noche.

Escasamente la aplicación de estas técnicas artesanales en otro tipo de diseño tal vez un poco encarecido pero de alto valor cultural se ha aplicado a indumentaria que se puede

usar en cualquier momento -ready to wear-.

No se confunda el aspecto cotidiano de una prenda de indumentaria, con el precio de la misma, la influencia de la industrialización en el diseño de textil y modas no propone que todo sea seriado o exclusivo en caso de ser artesanal, estas divisiones de mercados se están transformando en nuevos sectores y clientes que buscan prendas moderadamente asequibles con detalles de originalidad y de óptima calidad.

En el mercado local, la artesanía es más vista como circunstancial que como funcional y para usarse en cualquier momento. Se crean objetos atractivos pero su uso es fugaz, por esta razón el diseñador debe proyectarse a la producción artesanal desde las necesidades de su medio local, para proponer nuevos usos de las técnicas, productos no solamente para ciertos grupos con capacidad adquisitiva, pues: “Los mercados orgánicos son más seguros y menos volátiles, menos temporales y menos efímeros...”.⁹. Entendiendo por mercado orgánico, al usuario del medio local, que vive en todo aspecto la región en donde se produce el objeto artesanal.

Lamentablemente ha ocurrido que el diseñador trabaja junto con el artesano durante cierto tiempo dirigido hacia una línea o colección, así la intervención visionaria del diseñador se transforma en una cuestión de oportunidad, y su diseño no es ni éticamente sustentable ni ético a sus principios personales. Pues acabada la participación del artesano, el diseñador pasa al siguiente proyecto descontinuada una línea de producción y absorbiendo momentáneamente lo que le interesa de determinada técnica, generando moda sin un diseño problematizado ni mucho menos sostenible a largo plazo.

Desde esta mala práctica del diseño el diseñador tiene la facultad de imponer su visión vanguardista, confundiendo vanguardia con exclusividad, así: “Si la intervención en el diseño obliga a los artesanos a aban-

8 Encuentro entre Diseñadores y Artesanos, Guía práctica.

9 Encuentro entre Diseñadores y Artesanos, Guía práctica.

donar sus formas tradicionales a favor de un mercado de élite efímero, se convierten en totalmente dependientes del intermediario/diseñador. Cuando el intermediario/diseñador cambia de actividad, deja al artesano plantado”¹⁰

Esta situación se da muy seguido, muchos dan mayor importancia a la actividad creativa e innovadora del diseñador, mientras que la situación del artesano se reduce a la de jornalero. La situación cae aun más cuando el mismo diseñador quita y pone elementos de la artesanía de una forma insensible para adecuar la técnica artesanal a su antojo.

Si el diseñador direcciona su capacidad creativa, desde el punto de las artesanías, debe tomar en cuenta que su creatividad debe ser objetiva y que la intervención del artesano quien posee la experiencia se va a basar en lo realmente posible dentro de su técnica.

De esta manera el diseñador: “Debería mantener el elemento de diseño en una escala que esté en armonía con el del artesano e intentar ver de lo que es capaz el artesano y en qué medida puede hacer creaciones para la vida moderna con sus propios materiales, técnicas y visión”¹¹.

Así es iniciativa ética del diseñador el apoyar la independencia del artesano y mantener su convicción en el futuro de su labor.

En cuanto al artesano y la influencia de la industria, en una edición de Artesanías de América, el Dr. Claudio Malo González manifiesta que: “Si la revolución industrial fue una revolución tecnológica y si hay un proceso de tecnificación en la producción artesanal, se podría correr el riesgo de que la artesanía se transforme en industria”.¹²

Así se presenta dialécticamente la ética de la industrialización, ya que a medida que la tecnología le gane en espacio al hombre, las técnicas artesanales aparecen cada vez menos manuales, y se pierden características que sólo las manos humanas pueden captar y emitir desde la susceptibilidad de la artesanía sumada con el diseño.

Dentro de los procesos de industrialización están las maquilas, que no tienen espacio dentro de la ética del diseño. Pues como ya conocemos las maquilas limitan las capacidades de los operarios, pues se dedican a una sola función truncándose su aprendizaje y bajando su autoestima, condiciones bajo las cuales ningún ser humano puede trabajar.

A parte de afectar el desarrollo de destrezas, las maquilas ofrecen condiciones miserables de trabajo, pues se remiten a espacios que no están adaptados a las condiciones salubres para el desempeño de los empleados, como sucede especialmente en países en vía de desarrollo como el nuestro. Además de contar con mano de obra infantil y mala remuneración.

Los artesanos han estado al margen de una realidad que les dé voz, pues si bien las políticas de estado han venido creando leyes como La Ley de Defensa del Artesano, La Ley de Fomento Artesanal, subsecretarías y organizaciones para los artesanos. Estos intentos no han sido más que teorías éticas para el “buen vivir” y puntos a favor para justificar los cimientos éticos de un estado.

En la actualidad organizaciones como MIPRO, se preocupan por gestionar las labores artesanales, y se puede reconocer que el **campo artesanal ha tenido medianamente la importancia que se merece**. Es muy temprano para considerar la labor de las nuevas organizaciones como ética o no ética, pero el carácter de mediana importancia y recuperación nos deja con deseo de más.

Tal vez quedemos conformes con los pasos que han adelantado la artesanía en el medio local y el país. Pero la conformidad no es del diseñador entusiasta y visionario, el medio cambia, la cultura y las sociedades, el papel del diseñador de textiles y modas es moverse junto con el tiempo y de acuerdo a su espacio.

Entonces si vemos al futuro de las artesanías: “El atractivo de las artesanías para el público se encuentra en los valores estéticos que llevan consigo y en la presencia inmediata y directa del ser humano en los objetos artesanales”¹⁴.

Insistiendo en la importancia de la artesanía desde su aporte humano, tomarla como opción de detalle, diferen-

10 Encuentro entre Diseñadores y Artesanos, Guía práctica.

11 Encuentro entre Diseñadores y Artesanos, Guía práctica.

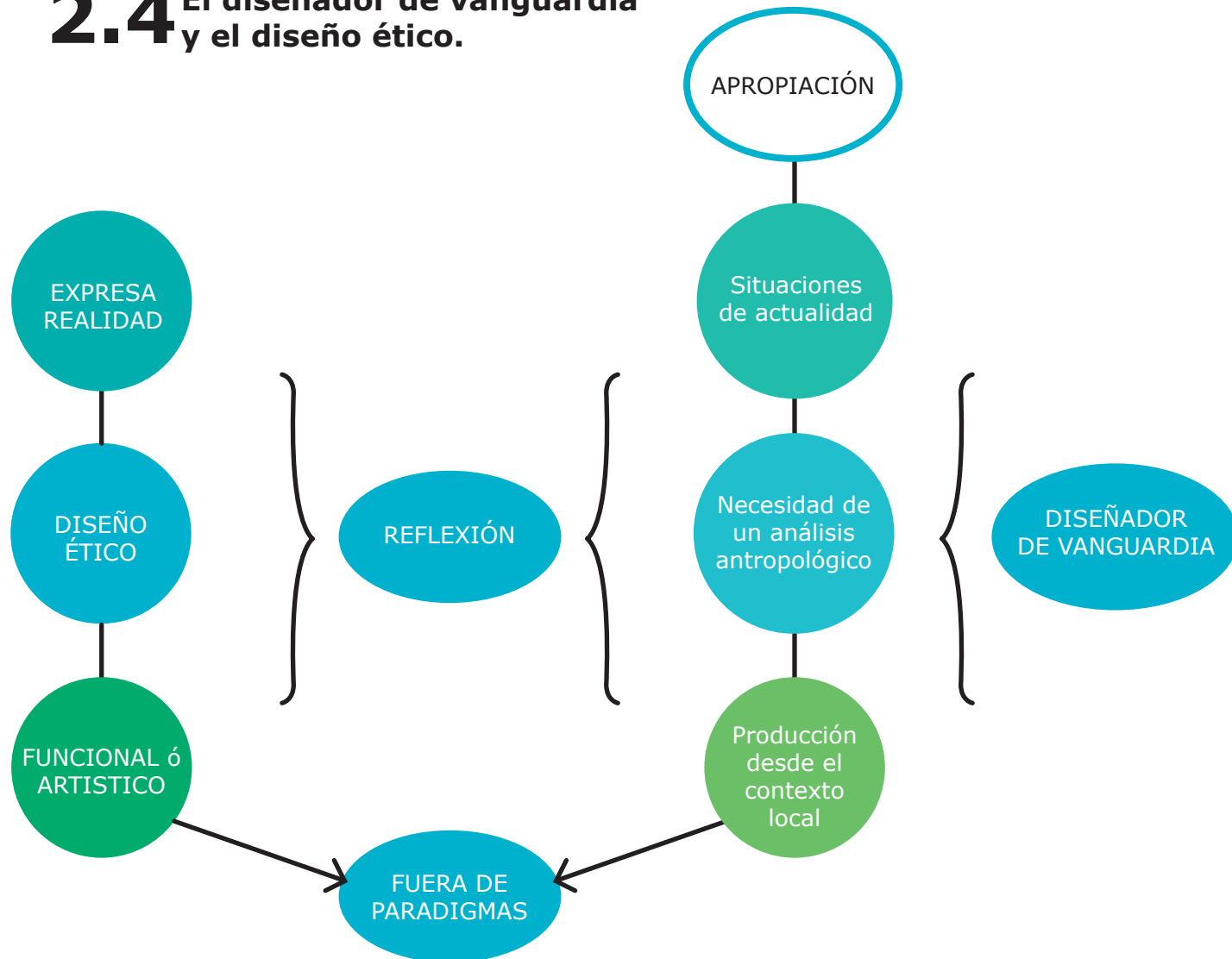
12 Revista del CIDAP Ecuador OEA. Artesanías de América.

cia, originalidad e identidad son adjetivos que le dan valor ético desde los valores que se entregan al usuario en: una macana de Ikat tejida desde la perspectiva e identidad intrafamiliar; una faja de hilos tejida disciplinadamente; un bordado con motivos de nuestros ornamentos naturales, un detalle de cerámica expresivo de nuestra identidad, un sombrero tejido entre las labores domésticas que acoge el hogar del mestizo.

Así la artesanía le toma partida a la industrialización sin medida, el vínculo entre estas dos no debe opacar la importancia que las individualiza y complementa, y se puede hablar del futuro de la artesanía y de sus hacedores, como la búsqueda de un equilibrio entre el diseñador y el artesano, entre técnica artesanal e industrial; un trabajo conjunto con un fin sostenible que no es utópico.

13 Revista del CIDAP Ecuador OEA. Artesanías de América.
14 Revista del CIDAP Ecuador OEA. Artesanías de América.

2.4 El diseñador de vanguardia y el diseño ético.



2.4 El diseñador de vanguardia y el diseño ético

- ■ La tecnología, ha aportado al desarrollo del imaginario del diseñador, ofreciendo nuevas alternativas para resolver diseños con criterios de actualidad. La experimentación que ha aportado el avance tecnológico, es un paradigma del desarrollo de las sociedades, siempre en busca de la perfección.

Si bien con la educación clásica el diseñador de textil y modas aprendió las bases de las grandes escuelas de diseño como Bauhaus, su juventud audaz es la voluntad y el error o acierto de la experiencia que le espera.

El diseñador de textil y modas se apropia del diseño, desde su pensamiento ético para expresar su realidad.

Las expresiones del diseño ya sean en un aspecto funcional o meramente artístico son de provecho cuando el diseñador trabaja conjuntamente con su contexto desde sus



La influencia del arte en la moda permite que el diseño se aprecie como la oportunidad para crear y fascinar.

distintas realidades como la cultural, social, económica y tecnológica; sin que estas dejen de lado su capacidad imaginativa la cual aporta a la estética de la prenda, así como a la funcional y ergonómica saliéndose de los paradigmas conocidos.

La tecnología, ha aportado al desarrollo del imaginario del diseñador, ofreciendo nuevas alternativas para resolver diseños con criterios de actualidad. La experimentación que ha aportado el avance tecnológico, es un paradigma del desarrollo de las sociedades, siempre en busca de la perfección.

De cierta manera, la perfección que exige la tecnología nos obliga a ser más competitivos, y la disciplina del diseñador profesional se debe basar en la ética de sus principios primero como humanos, luego como competidores en la carrera del adelanto de tecnologías en la cultura global.

Tomando en cuenta que el diseño es comunicación, esta capacidad le permite apropiarse de una responsabilidad ética latente.

Es importante comentar que para Claudio Malo, la importancia de entender la cultura desde la antropología, facilita la comprensión de la interacción del hombre con la cultura

De igual manera la Antropóloga Gabriela Eljuri considera que la introducción de la moda en la cultura debe trabajarse desde bases antropológicas, y manifiesta:

“En el ámbito de la cultura, considero que es ético y es válido, que los diseñadores tengan una amplia formación en temas culturales, de la cultura del entorno en este caso de una ciudad particular, de un país, de la región. Es importante que se genere diseño desde América latina, pero también desde las particularidades nacionales, regionales y locales”¹⁶ .



15 Entrevista al Dr. Claudio Malo González, Abril 2011.

refiriéndose a la cultura ancestral, en nuestro caso la indígena y mestiza.

La moda en este caso pasaría al plano externo, sería el apropiamiento desde un criterio ético para crear desde las bases de un diseño en cuanto a simbología de formas y colores ancestrales:

“Antes que de una postura ética, hablaría de una postura antropológica. Las distintas culturas se diferencian unas de otras con frecuencia por el tipo de vestimenta que usan. Si recorremos la sierra ecuatoriana los saraguros visten distinto de lo otavalos, visten distinto de los salasacas, de los cañaris; simplemente porque en ese caso la vestimenta es un signo externo que indica la pertenencia del individuo a determinado grupo humano. Y en este caso tiene una función identificadora”¹⁵

Gabriela Eljuri manifiesta que los diseñadores deben aprovechar éticamente del conocimiento de técnicas ancestrales, en cuanto a insumos y textiles, siendo estas opciones válidas dentro de la propuesta del diseño con criterio ético.

Sostenerse del conocimiento de la cultura local, es una cuestión de ética profesional, para que no ocurra que por falta de información, como sucede con muchos diseñadores, tomen la parte formal y olviden los contenidos, lo que causa una crítica sobre su trabajo ético, y su visión del apropiamiento del diseño, desde una postura ética con las culturas de las que toman “inspiración”. Una característica del diseño siempre es la innovación, y el lograr que esta característica se conecte con la historia, es parte de la capacidad creativa del diseñador.

La antropóloga insiste en que el vínculo entre diseño y cultura, no es solamente la artesanía, esta no es el único referente para la influencia de la cultura en el mundo del diseño de vanguardia.

Otro vínculo en esta relación es la producción frente al contexto cultural, que fuertemente en América Latina es el mundo de la cultura popular, y más allá de la identidad, son también los elementos de la cultura contemporánea como las tribus urbanas, la migración entre ciudades, la tecnología de punta, la

competencia por ser mejores.

La producción influye en la propuesta de un diseño ético, por lo tanto el diseñador al reflexionar en la importancia de una postura ética en la contemporaneidad, marca sin lugar a dudas un camino diferente de propuestas para un diseño sustentable.

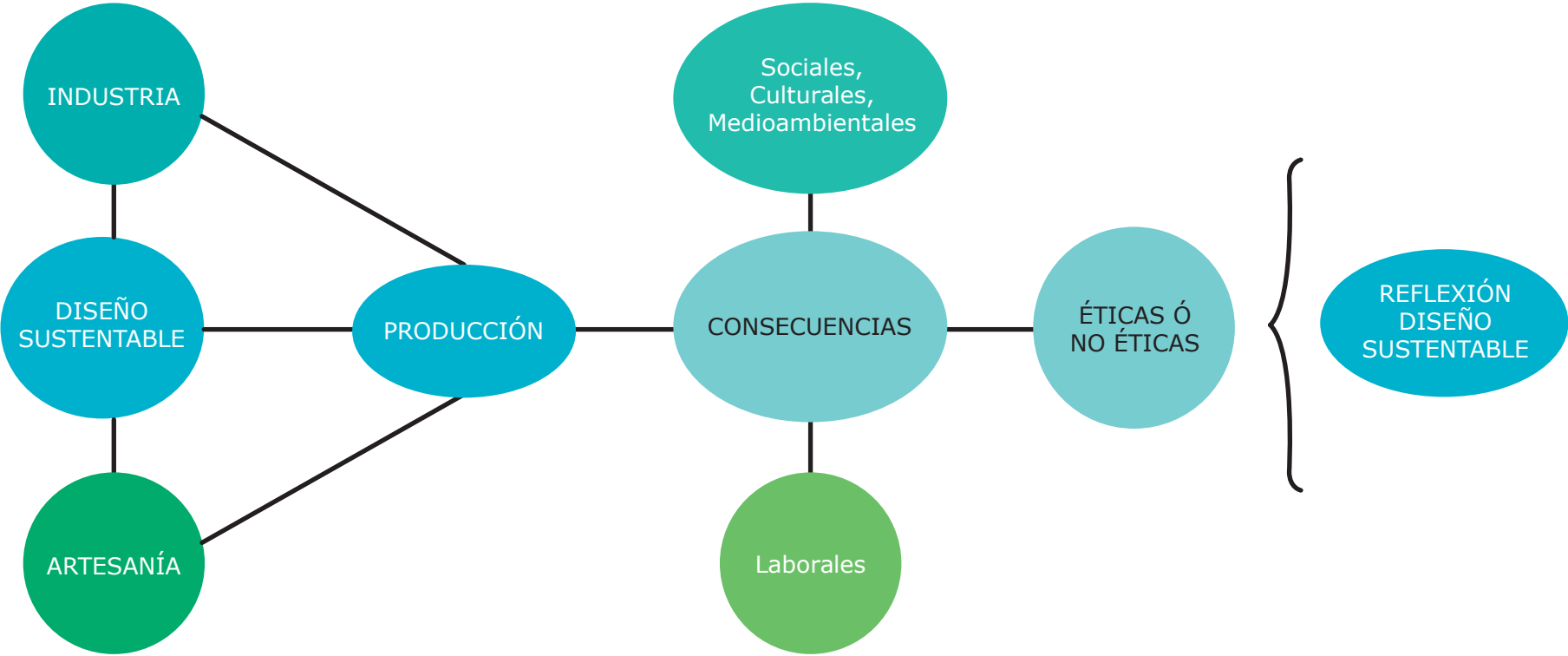
El camino de la producción desde el espacio industrial, debe ser direccionado hacia un trabajo ético, la producción en masa si bien llega a todos los mercados con precios estandarizados, debe mantener un control de producir lo necesario, fuera de las condiciones de calidad, pues la producción no se estanca solamente en la cantidad y el acaparar mercados, es una herramienta que para el diseño de textiles y modas debería representar sostenibilidad en todo el proceso de problematización del diseño.

El mostrar al diseñador de textiles y moda independiente, en nuestro medio como una alternativa actual en la producción de moda al alcance de todos, es dar sentido al uso del vestido desde una ética hacia la cultura y medio ambiente, algo que queda completamente bajo la visión personal y humana del diseñador de vanguardia, pero en nuestro medio, el diseñador en su mayoría se ha dedicado al diseño exclusivo para nichos de mercado con capacidad adquisitiva elevada.

De esta manera la ética se muestra como una guía para el comportamiento y autodefinición del diseñador ante la sociedad. Pues la ética del diseñador como sujeto se refleja en la ética de sus procedimientos profesionales que lo definen frente a su medio y lo guían con honestidad, voluntad y entusiasmo, ante el reto del mercado seguidor de “tendencias universales”, ante los obstáculos tecnológicos para conquistar su medio local y extender su propuesta con identidad globalmente.

16 Entrevista a la Antropóloga. Gabriela Eljuri, Abril 2011.

2.5 La tecnología en nuestro medio.



2.5 La tecnología en nuestro medio

- ■ El desarrollo implica tecnología, y está en el diseñador orientar estas tecnologías a propuestas que respeten la cultura en la que se desenvuelven.

La tecnología en nuestro medio está fuertemente ligada a la artesanía, la vigencia de varias tecnologías textiles en la artesanía de la provincia del Azuay es uno de los puntos más fuertes para el desarrollo turístico del medio y así del desarrollo económico de muchas familias.

Cómo ya se señaló en el capítulo anterior, Diana Sojos de Peña en su tienda Kinara, su actividad no es netamente comercializar con la artesanía textil azuaya, se trata de informar al cliente de la importancia presente y futura de la preservación de patrimonio cultural que es la técnica del Ickat, el bordado, anudado y más que se exhiben en el local.

Una fundación que trabaja desde un criterio ético es ProPueblo, fundada en 1992 sin fines de lucro y con la colaboración de del grupo cementero suizo HOLCIM. La fundación brinda apoyo con proyectos de infraestructura básica, capacitación en oficios y mercadeo internacional de artesanías de alta calidad.

La principal función de ProPueblo es reducir el impacto sobre el entorno, es decir la depredación de la naturaleza. De esta manera contribuye a conservar el legado cultural y ecológico de la región y disminuye la migración de la gente del pueblo a la ciudad o fuera del país.

La tecnología aplicada es igualmente la artesanal, que a pesar de requerir de mayor tiempo, fortalece el ideal de la fundación ProPueblo que ejemplifica una propuesta sustentable.

Así, ProPueblo practica el comercio justo, paga a los artesanos por pieza entregada. El costo se calcula por horas de manufactura, según el salario mínimo por horas más un margen de ganancia empresarial. “La meta de ProPueblo es establecer un negocio sustentable de artesanías que provea los artesanos de ingresos estables y a largo plazo. Por esta razón es crucial aplicar precios justos que permitan un margen realista y sostenible”.¹⁷

Los artesanos producen en sus casas. Aproximadamente la mitad de artesanos independientes que se han unido a la fundación son mujeres. La fundación se encarga del mercadeo internacional y nacional, la participación en ferias, además tiene una galería permanente en Guayaquil.

33: <http://www.revistalideres.ec>



Artesana de ProPueblo, trabajando en paja toquilla.

34: www.propueblo.com



Bolso ProPueblo tejido a crochet en cabuya y con detalles de tagua en el tirante.



Bolso tejido en sapan de banano. Técnica de tejido cruzado.

32: www.propueblo.com



Bolso ProPueblo en tela con apliques de toquilla tagua y corredor de madera.

Propueblo tiene productos para decoración de casa, accesorios para sala, cocina, comedor, baño y terraza. Decoración de oficinas, negocios y hoteles gracias a sus prolijos y sobrios acabados. Tiene una línea de accesorios personales y otra línea que incluye adornos navideños y materiales de empaque decorativos.

"Actualmente algunas centenas de productos de alta calidad son elaborados de materiales y colores naturales. La tagua, cerámica, bamboo, balsa y varias maderas; fibras como abacá, sapan de banano, sisal y toquilla, utilizada para tejer los sombreros de Panamá originarios del Ecuador así como papel reciclado, piedra pómez, y arenisca son utilizados para un sin número de líneas de productos . Actualmente hemos alcanzado un volumen de ventas de alrededor de US\$ 180.000 anuales."¹⁸ Las técnicas que usan los artesanos son tallado, carpintería, arcilla y tejido, para el posterior lanzamiento de líneas y colecciones.



Algunos productos en los que se distinguen cerámica, papel, fundas, paja toquilla, tagua, madera, individuales de sapan de banano y más.

La fundación Propueblo está situada en la Comuna San Antonio, Manglaralto, aquí su sede principal. También tiene tiendas en Guayaquil, Atlanta, Oregon y Stuttgart – Alemania.

Se puede citar como un caso de tecnología industrial de punta, la tecnología textil del cultivo de algodón en Manabí y Guayas, ha tenido buenos resultados. Este algodón es usado para la industria local con miras a la exportación.

La tecnología empleada en el cultivo va desde maquinaria

pesada como cosechadoras, a la recolección manual con sacos que recolectan la materia prima, finalmente el desmontaje y uso de los diferentes materiales obtenidos.¹⁹

Pero arbitrariamente a la tecnología aplicada para mejores resultados productivos, el uso de pesticidas y herbicidas sigue siendo un riesgo para la vida de quienes operan con las máquinas, así como para quienes recolectan manualmente el algodón que se destina a la industria. Por lo cual si los resultados son excelentes en cuanto a producción y costos, el precio es la salud de quienes intervienen en esta industria.



Agricultor cosechando algodón en Santa Ana (Portoviejo), el algodón se siembra en enero y se cosecha en mayo.

El sector algodonerero y Funalgodón intentan mejorar las cosechas con semillas de alto rendimiento. Pero el uso de fungicidas y pesticidas para el control de plagas es muy usado por el sector luego de sufrir una fuerte caída económica antes del 2001.

Según el informe de AITE, la industria ecuatoriana textil y de confección, necesita impulso gubernamental, y políticas que estimulen la producción sostenible.

El mercado local da paso a centenares de empleos en el país y promueve el desarrollo de la industria ecuatoriana, por lo cual su constante incentivo es de importancia para el desarrollo de la industria textil en el país.

18 www.propueblo.com
19 www.slideshow.net

“El 2011 ha iniciado como se esperaba. Los costos de las materias primas textiles siguen subiendo a valores nunca antes vividos, lo que pone a las empresas en aprietos al momento de abastecerse de materias primas. Esta realidad hará que los precios de los productos textiles se incrementen, lo que provocará una subida en el valor de las prendas de vestir”.²⁰

AITE (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador) propone alternativas de políticas para superar esta crisis. Plantean combatir la competencia ilegal que afecta a los productores formales del sector textil y ejercer su derecho de veeduría, el que les permite que las instituciones públicas sean los principales consumidores de los productos ecuatorianos.

Las intenciones de esta organización, son realmente convenientes para los grandes productores, pero ¿esto podría perjudicar a la pequeña industria? y ¿perjudicar al diseñador independiente?, sólo se puede asegurar que la política de mercado de las grandes textiles puede acaparar la demanda.

En cuanto a la industrialización de los productos textiles, un punto que se desprende de esta realidad es el consumo.

Gabriela Eljuri comenta que “el consumismo está presente en todas las sociedades del mundo. La sociedad capitalista, occidental da un peso importante al consumo, sin embargo en todo tipo de sociedad y a toda escala el consumo está presente, incluso en antropología hablamos de consumo conspicuo, es decir, un consumo por mostrar a la sociedad lo que se es capaz de consumir”.

Así el consumo no se puede definir como no ético, la forma en que se consume es lo que puede atentar a la ética. Ejemplos de sostenibilidad en el diseño son: el consumo solidario con el entorno, la naturaleza, sociedad; la compra de un producto que no atente especies en peligro de extinción ya sean animales o vegetales, y el consumir un producto en cuya elaboración no haya existido abuso de mano de obra o trabajo infantil y explotación laboral.

La demanda que propone el consumismo dentro del mercado de la moda y los textiles en nuestro país está en crecimiento, por este motivo nuestra obligación como profesionales de diseño en textil y modas es mantener una postura ética frente al desarrollo tecnológico y productivo de nuestro campo.

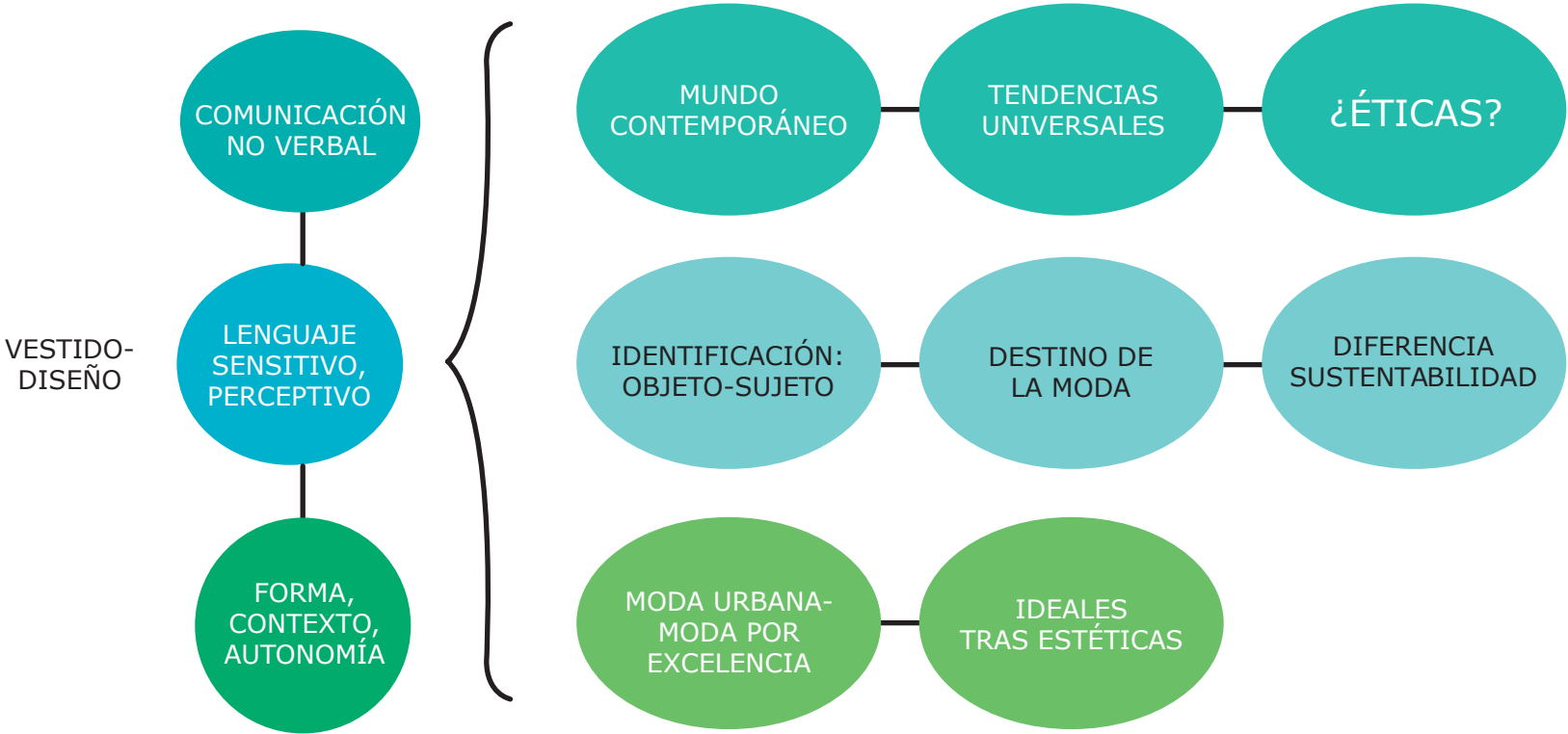
Consideremos que la producción desmedida de materiales textiles en nuestro medio, ya ha desembocado en la contaminación de ríos y erosión de tierras.

Por otro lado la tecnología industrial, vista como parte de la innovación en las actividades del hombre, no siempre es de provecho colectivo. No por igualar a mercados extranjeros, es válido hacer de la tecnología industrial el fin deseado para el campo de textiles y moda.

Es importante reflexionar que frente a la producción industrial está la producción independiente, la misma que es de importancia para fomentar la creatividad de manera autónoma, una gran contribución para la búsqueda de nuevas soluciones y propuestas tecnológicas propias y auténticas, punto que el diseñador de textil y modas debe proponer en su campo, como una actitud ética frente al desarrollo de tecnologías en nuestro medio.

20 www.aite.com.ec

2.6 Diseño textil y modas como lenguaje.



2.6 Diseño textil y modas como lenguaje

- ■ El diseño de textil y modas es un comunicador más del desarrollo de las sociedades, principalmente el desarrollo sensitivo, perceptivo y comunicador de conciencia ante un mundo que busca respuestas alternativas y sustentables, el mundo de la vanguardia.

Las “tendencias universales” en nuestro medio receptivo influyen tanto en usuarios como en diseñadores, lo que causa un desfase en la comunicación de la moda, ya que se reconoce el receptor diseñador y usuario, pero la presencia de un fuerte emisor, con propuestas atrevidas es relativa.

El papel de la moda en el desarrollo social, viene desde la simple necesidad del hombre por cubrirse, así él mismo como parte de un grupo social desarrolla el sentido estético, que está fuertemente vinculado con la cultura a la que pertenece.

Ya se ha comentado que la moda viene de la cultura, **pero cabe señalar que la cultura no se centra en la historia ancestral como inamovible, sino también es dinámica, este cambio continuo se manifiesta espontáneamente en la cultura contemporánea que ha producido diferencia en el destino de la moda, relacionándola con: el mercado, efectos en el medio ambiente, deseo de diferencia, plazas de trabajo y la incesante lucha por una creatividad comunicativa y objetiva.**

La cultura contemporánea es la cultura global en donde “La globalización y los productos homogéneos que han resultado de las corporaciones que han desarrollado marcas globales, sin lugar a dudas han creado un nicho para la creatividad, la innovación y lo único”²²

Desde este argumento, el diseño de textil y modas a más de beneficiarse de los nuevos campos que la tecnología le facilita, también debe estrechar lazos con los artesanos, quienes con su experiencia y habilidad aportan con ese toque manual que el diseñador a través un trabajo ético continuo de intervención, debería aportar sobre el valor de unificar las dos partes: innovación-tradición.

Esta visión que se puede decir es contemporánea, trae consigo las diversas lecturas de los diversos vestidos. De tal manera que podemos decir que la **vestimenta es un medio de comunicación en su totalidad:**

presenta forma y contenido y es autónoma en cada grupo humano o ser humano quien lo usa desde sus propias convicciones.

Así la moda ha sido un medio para comunicar los ideales éticos de cada cultura, y de cada movimiento social. Como es el caso de los movimientos sociales del siglo XX, quienes desarrollaron su filosofía de vida desde su posición política hasta su expresión estética con el vestuario, que constituye hasta hoy una vital característica para exponerse como grupos individuales.

Rafael Alvira, sociólogo, en el libro *Mirando la Moda* comenta: “La moda urbana, decíamos, ha sido siempre la moda por excelencia. Ella ha tenido siempre la variedad, el detalle de finura, la adecuación, los cambios, que las infinitas posibilidades del espíritu humano tal como se desarrolla en su lugar clásico y fundamental de diálogo, que es la ciudad, le facilitan”

Pero en nuestro medio, la mayoría de expresiones del vestido, son más triviales que por una ideología marcada por un criterio sostenido en posturas éticas, pues la juventud se manifiesta de una forma superficial, tal vez porque se han logrado grandes avances desde la juventud rebelde de décadas atrás, cambios como: igualdad de derechos, aceptación e inclusión de etnias y preferencias sexuales, derechos de la naturaleza.

Pero estos grandes pasos hacia la igualdad, están regulados, ya que en el momento preciso son usados por el mercado, por ejemplo el de la moda, que ve en los jóvenes idealistas: un ansioso consumidor que busca principalmente la adaptación a los cambios más que producir estos cambios.

Tenemos claro que la moda comunica, tanto a la sociedad como al sujeto-hombre a través de su lenguaje particular. El enfoque de Roland Barthes²³ se dirige a que la moda es un fenómeno indumentario en el que el hecho genérico de vestirse, corresponde al lenguaje y las prendas seleccionadas representan las palabras elegidas para comunicar lo deseado.

22 Encuentro entre Diseñadores y Artesanos, Guía práctica. Craft Revival Trust 2005.

23 Barthes R. (1998), *Storia e sociología del vestido*.

Entonces el vestido como imagen se reconoce como la expresión inmediata – todos nos cubrimos - todos estamos vestidos -.

Pero este mismo vestido desde una visión más profunda y al detenerse en cada prenda que se ha elegido, permite reconocer puntos obvios como el gusto, estilo, estatus, ocupación y en algunos casos, muy marcados de la estética, se puede hablar de un reconocimiento de ideologías de quien lo usa.



La artista Teresa Barboza, en su obra Modos de Vestir, presenta esta propuesta que muestra el lenguaje que da el vestido a la socialización y caracterización del cuerpo que lo porta.

Así las prendas de su obra permiten ver conductas y dinámicas comunes en las relaciones afectivas: apego, dependencia, principalmente en las relaciones de pareja.

El vestido, es un medio que comunica a simple vista y detalladamente, los diferentes cambios que ha tenido este en el desarrollo de las sociedades, pero cabe señalar que estos cambios sociales tienen como principio el pensamiento

ético singular de determinado contexto. Ética que se identifica con las diferentes épocas en el proceso de cambio en el vestido.

Eicher, define al vestido como un sistema de comunicación no verbal, que necesita de la interacción humana de la sociedad en que se encuentre y la época a la que pertenece. El sistema permite reconocer visual e inclusive sensorialmente, en cuanto a sensaciones y olores que brindan las prendas.²⁴

En este caso Eicher, considera que para esta comunicación se necesita que el usuario del vestido se relacione con la prenda, se identifique con el objeto. Esta comprensión pasa de la información visual a la información táctil, reconocimiento del olor de materiales, y manifestación de nuestras sensibilidades sensoriales (visual, olfativo, táctil, auditivo).

Es necesario entender que el vestido ha desarrollado su aspecto genérico, produciendo una experiencia que vincula todos los sentidos del usuario. Así un diseño ético debe tomar esta referencia de identificación del objeto-sujeto, como aporte al uso y al gusto y satisfacción de las necesidades del usuario contemporáneo, que son generalmente sensitivas.

El lenguaje de la prenda corre el riesgo de ser desconocido por el usuario; si la oferta del diseño se desarrolla y produce desde de una visión vanguardista, completamente diferente a los estereotipos definidos, es justo que el cliente, en este caso de la oportunidad a una comunicación personal "sensorial" pero potencial entre él y la prenda, lejos de lo convencional, apoyando la iniciativa del diseñador vanguardista.

Si consideramos que la moda es la evolución de la vestimenta, esta es la razón por la que su influencia en la sociedad es considerada como innovación constante pues está en continuo desarrollo. Así la moda satisface necesidades vitales, búsqueda de originalidad y el deseo de tener la última tendencia del mercado de la moda; debilidad de muchos.

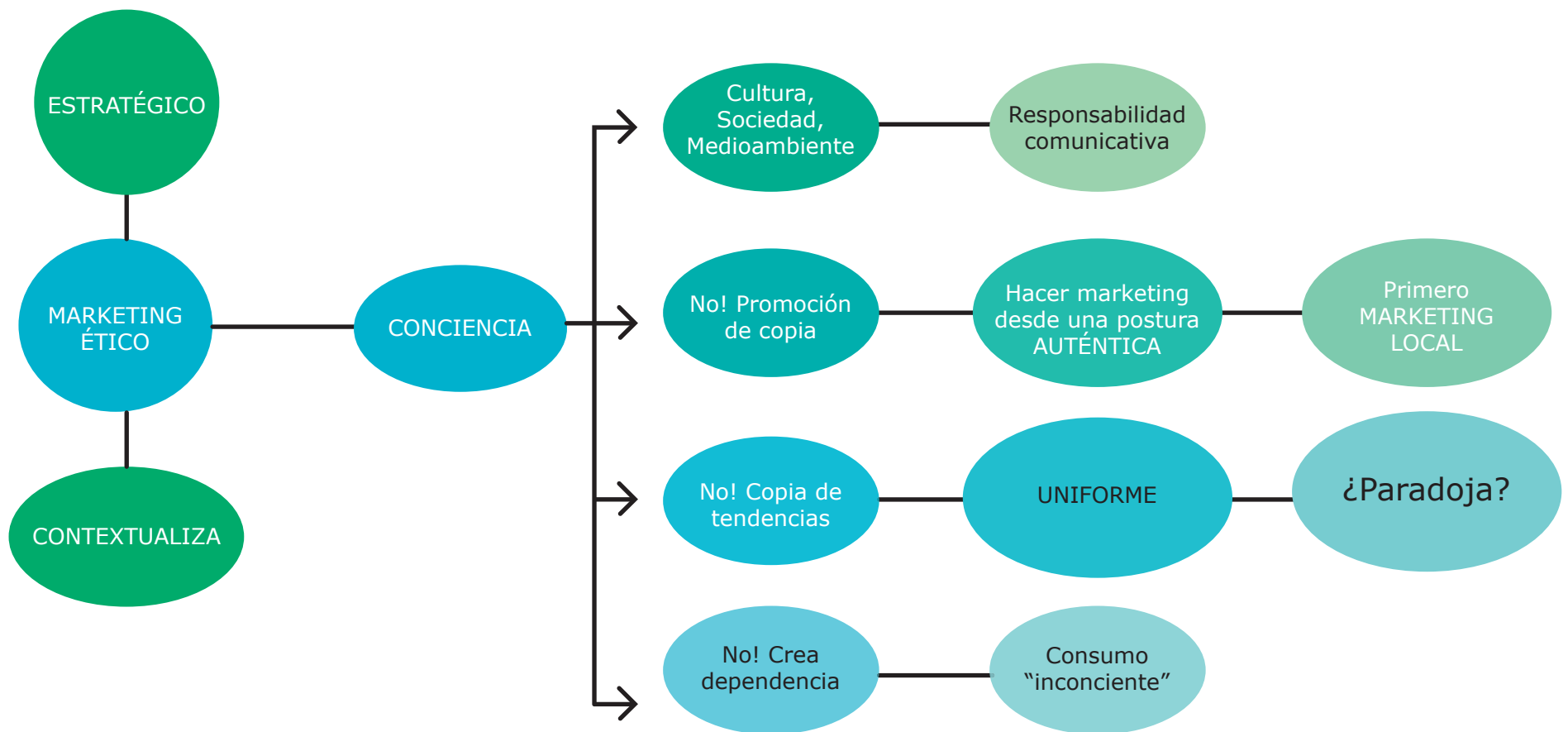
24 Eicher, J.B. (1995), Dress and ethnicity. Change across space and time.

El desarrollo social que parte de las masas y sus necesidades, que llegaron a ser trivialmente ambiciosas, implica la aparición de tecnologías (no por esto se consideran negativas) que faciliten las actividades en la industria textil, enriqueciéndola y creando a la vez consecuencias por su mal uso.

Como lenguaje, el vestido expresa las posturas de quien diseñó y problematizó la prenda, bien desde un criterio ético, o desde lo simplemente comercial. En cuanto a las posturas de quien eligió la prenda; la crítica sería flexible ya que el usuario no siempre tiene la opción de reconocer o elegir una prenda de diseño ético. Aquí el diseñador es quien debe comunicar ética tanto en: concepto, contextualización, materiales y tecnología, todos estos juntos o en porcentajes reales para su entorno.



2.7 Ética en el marketing del diseño textil y modas.



2.7 Ética en el marketing del textil y modas

- ■ La sociedad de nuestro medio, se ha desarrollado bajo la fuerte presencia de la cultura del mestizaje. Entender el papel del marketing en nuestra sociedad implica un amplio estudio de mercado.

Al introducir un producto en una sociedad como la nuestra, fuertemente armada de una historia cultural latente, el diseñador, se ve en el deber de considerar la extensión y masificación del sistema económico para contextualizar la propuesta de diseño.

Desde el punto de vista de Lcda. Ana Tripaldi, docente de la Facultad de Diseño de la UDA, manifiesta que: “El marketing es una disciplina técnica muy clara sobre cosas que puedes hacer, estrategias que puedes seguir para gestionar tu demanda dentro de tu negocio”.²⁵



Desde esta perspectiva el marketing es una guía para conocer el mercado desde sus posibilidades adquisitivas y ubicar un negocio que pueda ser rentable, en nuestro caso dirigido hacia el campo textil y modas.

Pero dentro de este estudio de mercado, existen factores que indispensablemente deben ser estudiados así, son la cultura y sociedad los dictaminadores de la supervivencia de un negocio.

Consideremos el marketing dentro de nuestra sociedad. La conciencia, que la disciplina del marketing implica, es escasamente introducida en la promoción de un producto de textil y moda. Así tenemos casos de diseñadores que han optado por plasmar en sus colecciones una “inspiración en la cultura autóctona” tomando superficialmente aspectos formales sin –problematizar- el diseño.

Además no existe una conciencia sobre el problema de la copia, ni por parte del usuario, ni por parte del diseñador. La copia es una violación de la ética y un robo de la genialidad del creador.

La copia de la moda en nuestro medio, no es considerada por el usuario como un atentado al desarrollo del diseño.

Lamentablemente el cliente de la moda se deja llevar por marcas de renombre, que muchas veces son usadas por empresas textiles “piratas” que ofrecen un logo famoso, y muchos de estos negocios clandestinos se han desarrollado a tal punto que plagian también detalles de diseño.

La copia afecta el desarrollo del diseño pues, su producto es vendido a bajos precios, lo que genera una competencia desleal, y limita al diseñador independiente quien no “puede competir con las grandes marcas industriales” con un diseño urbano más amplio y módico. De igual manera disminuye el campo competitivo para pequeñas empresas textiles que ofrecen calidad y diseño, pero no un logo comercial.

En cuanto al diseñador de textiles de moda, la copia de tendencias, es fácil de confundir para él, pues al tratar de tomar “inspiración” en grandes íconos de la moda, o la moda que dicta la pasarela; el diseñador se deja llevar por los detalles formales y acaba proponiendo la tendencia de temporada más algún distintivo sin mucho significado.

25 Entrevista a Lcda. Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

El diseñador, debe considerar que en su profesión se le presentarán ideas muy parecidas a las suyas. Es por esto que el tomar la tendencia como un determinante del diseño si bien ubica el trabajo del diseñador en determinado mercado; puede contaminar su capacidad creativa y confundirlo dentro del desarrollo del producto de diseño.

La cuestión del marketing es: ¿saber hacer marketing desde una postura auténtica a nosotros mismos, a lo que somos, de dónde venimos?

Ana Tripaldi considera que “como cualquier disciplina el marketing es neutro, y depende de la forma en cómo lo apliques”.²⁸

Consientes de la acción central de esta disciplina y de su responsabilidad comunicadora, Ana explica que “el marketing en muchos sentidos, aplicado como se ha aplicado hasta ahora, le ha quedado debiendo a la cultura”, explica que “la forma en la que el mercadólogo, muchas veces promociona o gestiona su demanda es una forma global”.

De la conclusión de una demanda global, considero que parte la mala gestión del marketing en nuestra sociedad relativamente pequeña y oficialmente amplia desde la cultura andina que nos antecede y la cultura mestiza que nos engloba y diferencia. El marketing en nuestra sociedad se dirige de afuera hacia adentro, con el objetivo de trasladar estándares globales y pautas de lo considerado oficialmente aceptable y bello.

La moda, gestionada desde un marketing global ético, puede llevar el diseño local a la exportación y lograr una ubicación respetada en el mercado exterior, puede crear una demanda moderada y provocar que se aprecie el producto nacional.

Gestionar un marketing local es uno de los objetivos primordiales para el desarrollo del diseño de textil y modas dentro de nuestro medio, el provocar un llamado permanente en los medios de comunicación con campañas de educación para el consumo de lo nacional, permite elevar la demanda y posicionarse en el mercado local.

Pero la moda ha promocionado desde un marketing netamente comercial, acapara mercados, desequilibra una competencia justa, y vende sin precedentes necesidades creadas e inducidas por una publicidad mal llevada.

La publicidad en el campo de la moda es de mucha importancia para la posición y prolongación de esta en el mercado.

El uso de propaganda mediante la contaminación que genera la publicidad impresa, está desapareciendo, en su lugar se ve reemplazada por promociones en la red, tales como: sitios o páginas web, blogs, redes sociales como facebook y twitter, anuncios publicitarios en la red, estos en nuestro medio.

Existe la Ley General de Publicidad (1988)²⁹. Esta ley protege la vulnerabilidad del consumidor especialmente del niño, regula la publicidad ilícita y los actos publicitarios que denigren los valores y derechos. El objetivo ético de esta ley es claro ya que el marketing de la moda debe ser muy minucioso, pues al ser la moda un medio comunicativo, la influencia que esta tiene en la sociedad es una responsabilidad ética de peso.

Así el proponer un vestido bello y colocarlo en una mujer extremadamente delgada, tiene un gran impacto en el público, quien responde con atentados a su salud como la anorexia y bulimia, problemas que ya se han tratado en el mundo de la moda, pero que aún mantienen su grado importante dentro de la estética especialmente de la alta moda.

38: www.tecuentodesemalaga.com



La anorexia es una enfermedad que entre otras reacciones inhibe el deseo, aquí una mujer anoréxica alimentando lo que pretendía ser...

28 Entrevista a Lcda. Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

29 Marketing de la Moda. Elsa Martínez Caballero y Ana Isabel Vázquez Casco. Colección marketing sectorial.



Campaña de Sisley "Fashion Junkie", "Adicta a la moda", publicidad polémica que parecía promocionar el uso de drogas, la marca negó responsabilidad en el impreso.

El marketing de la moda debe ser leal a su contexto, así tomar nuestra condición de cultura con raíces en el andino y mestizo debería ser un punto de catapulta para un marketing desde un recurso tan nuestro como lo es el cultural.

Ana Tripaldi manifiesta que el marketing en Cuenca: "se ha limitado a la promoción, realmente son muy pocas las empresas que hacen un marketing de verdad: global, integrador, generando la famosa cadena de valores".³⁰

Pero cuál es la razón de esta falla de la aplicación del marketing como disciplina en la actividad independiente, conjunta o empresarial en el negocio del diseño textil y modas y en general; Ana considera que "hay poquísimos estudios sobre el consumidor cuencano, las actividades de marketing se vuelven bastante al azar. El empresario cuencano no está interesado en invertir en estudios de mercado, entonces se puede hacer un marketing muy intuitivo y de a libro", se expresa.

Puesto que el marketing cambia de sociedad en sociedad, algunas estrategias para su aplicación deberán ser generadas de acuerdo al entorno al que se dirija, he aquí la importancia del estudio de mercado, ya que la realidad es diferente para las diversas sociedades.

Nuestra sociedad diversa y diferente desde muchos puntos, viene a constituir un mercado incomprensible, así Ana Tripaldi manifiesta que "difícilmente catalogamos al cuen-

cano dentro de las clasificaciones convencionales del consumidor".³¹

Ella considera que hay desfases en las "clasificaciones sociales" siendo este otro motivo que hace más compleja la ubicación de los sectores de mercado en nuestra sociedad, ya que por ejemplo: **"tenemos el que tiene mundo sin tener dinero, y el que tiene dinero y no tiene mundo"**.³²

Entonces **¿a quién nos debemos dirigir?** Como ya se explicó la intervención económica o gestión para un estudio de mercado es preliminar en nuestra sociedad. **Mientras tanto debemos dirigirnos a nichos de mercado identificados por causas culturales y sociales obvias.**

El hecho de que queremos igualar economías externas y mejorar en ciertos aspectos nuestro estilo de vida, nos lleva a la conclusión ética de: si vale la pena considerar al marketing como un extensor que nos lleve a catapultar nuestra cultura en el negocio de la moda, ó, considerarlo como un conector que a largo plazo causará la homogeneización de las diversidades.

En cuanto a la homogeneización y nuestro profundo rechazo y latente búsqueda de originalidad y diferencia, Rafael Alvira en *Mirando la Moda* manifiesta: "El rechazo del uniforme es un uniforme, por ejemplo en los punkies, pero lo mismo en los administrativos de la ciudad de Londres o en los empresarios que suben cada mañana a los vuelos de un -puente aéreo-: van uniformados, aunque no lleven uniforme. Se visten de una manera tal que los demás puedan captar su pertenencia a un grupo"³³

Sin importar el país de origen, **la presencia de un uniforme según Rafael Alvira, se debe a la pertenencia de grupos conformados por ideologías y estéticas compartidas, que los uniforman, pues si bien no usan exactamente la misma vestimenta, se puede reconocer sus preferencias apreciando desde lo estético.**

30 Entrevista a Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

31 Entrevista a Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

32 Entrevista a Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

33 *Mirando la Moda 11 reflexiones*, Mónica Codina y Monserrat Herrero.

El criterio de Rafael Alvira no afrenta la relevancia y trascendencia del factor diferencia y originalidad, tampoco justifica el objetivo homogenizante de la aldea global.

Su objetivo fundamental es considerar la igualdad desde un pensamiento más profundo, la igualdad de ideologías desde una ética compartida y expresada en el símbolo del vestido, un símbolo a la vez universal.

La relevancia de la originalidad radica en la identificación cultural del hombre en su sociedad, se puede tomar la explicación del sociólogo Tulio Hernández:

“La sociedad tolera un cierto límite de innovación. Existen excepciones. Por ejemplo, un grupo de indígenas de Ecuador se viste igual: pantalón blanco, ruana azul y los hombres llevan, por lo general, clinejas y alpargatas negras. Ese es un código de indumentaria que nadie se atreve a modificar. Ellos están satisfechos con esa expresión. En la lógica mercantil, resulta mucho más barato comprarse una cosa ya hecha que mandarla a hacer; a menos que uno sea muy original. No dejarse manipular por la moda es algo harto difícil”.³⁴

La llegada de artículos y vestimenta de fácil acceso económico, debido a la industrialización y masificación de los productos han modificado las prendas de ciertos grupos indígenas.

De manera que algunos por ejemplo han cambiado el calzado tradicional –anaco– por uno más resistente e impermeable como las botas, así mismo el uso de fibras en la mayoría de los casos se han reemplazado por fibras artificiales, siendo más accesibles.

El marketing en la actualidad debe considerar el factor ecológico desde una posición ética. Las grandes industrias de moda han usado el marketing con fines ecológicos, como una nueva puerta en el comercio de la moda, lo que no ha ocasionado cambios en el impacto de la industria en el medio ambiente, pues, la promoción de la “ecomoda”, se ha transformado en una nueva línea o una nueva colección dentro de las ventas de las grandes marcas.

Silvia Zeas, diseñadora cuencana manifiesta la importancia de un marketing bien dirigido hacia causas ecológicas: “el tema de moda es la ecología, pero si se maneja con un buen plan de marketing, se puede concientizar al consumidor, al uso de fibras naturales como alpaca y lana de oveja”.



Botas de goma o caucho, usadas para las trabajo en el campo, por su resistencia, impermeabilidad y protección. Así mismo estas botas se presentan en diferentes modelos y colores ofreciendo variedad al usuario.

34 www.liceus.com

Por otra parte Julia Tamayo docente de la Facultad de Diseño de la UDA manifiesta: "El marketing en principio lo que hace es crearte una serie de necesidades no reales, sino justamente que apoyan el consumo".



Desde esta perspectiva el marketing aprovecha la globalización para masificar un producto, recordemos que la globalización no es enteramente negativa, la masificación nos internacionaliza, pero a la vez persuade al cliente generalmente con una promoción desmesurada.

El marketing que genera consumo masivo, perjudica al diseñador independiente y pequeño empresario, que no producen grandes cantidades de indumentaria, pues no posee la maquinaria textil de países industrializados, quienes promocionan sus productos a gran escala y están más interesados por ganar en el mercado y extender su imperio de moda que por competir éticamente.

Este es un punto válido que nos permite dudar las intenciones del marketing en el diseño textil, cuando este no es ético, así al crear una necesidad tras otra, el marketing comercial genera consumismo y por consecuencia que el cliente adquiera una deuda permanentemente de moda onerosa y superflua que empieza en el uso del vestido y termina acumulándose en el closet del cliente. El usuario puede ser inconsciente ante la influencia de su consumo para un diseño sostenible en desarrollo, o escéptico ante las consecuencias del consumo inconsciente.

El uso del marketing con fines de concientización, es completamente aplicable en nuestro medio. **La introducción del marketing en nuestro país es reciente, este puede ser un punto a favor para orientar esta disciplina y tomar directrices basadas en un desarrollo sustentable del negocio del diseño de textiles y modas.**

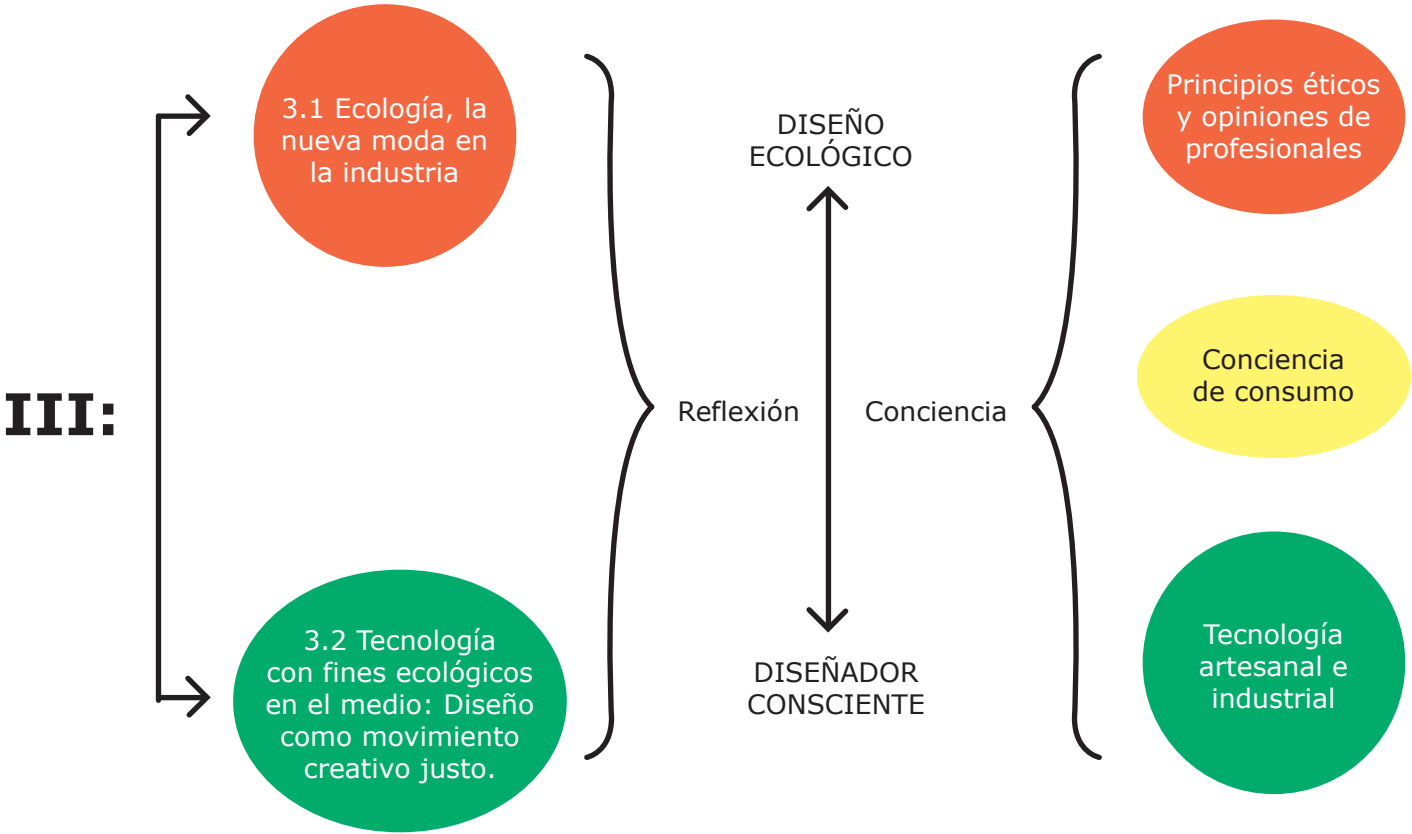
41: <http://www.neo2.es>



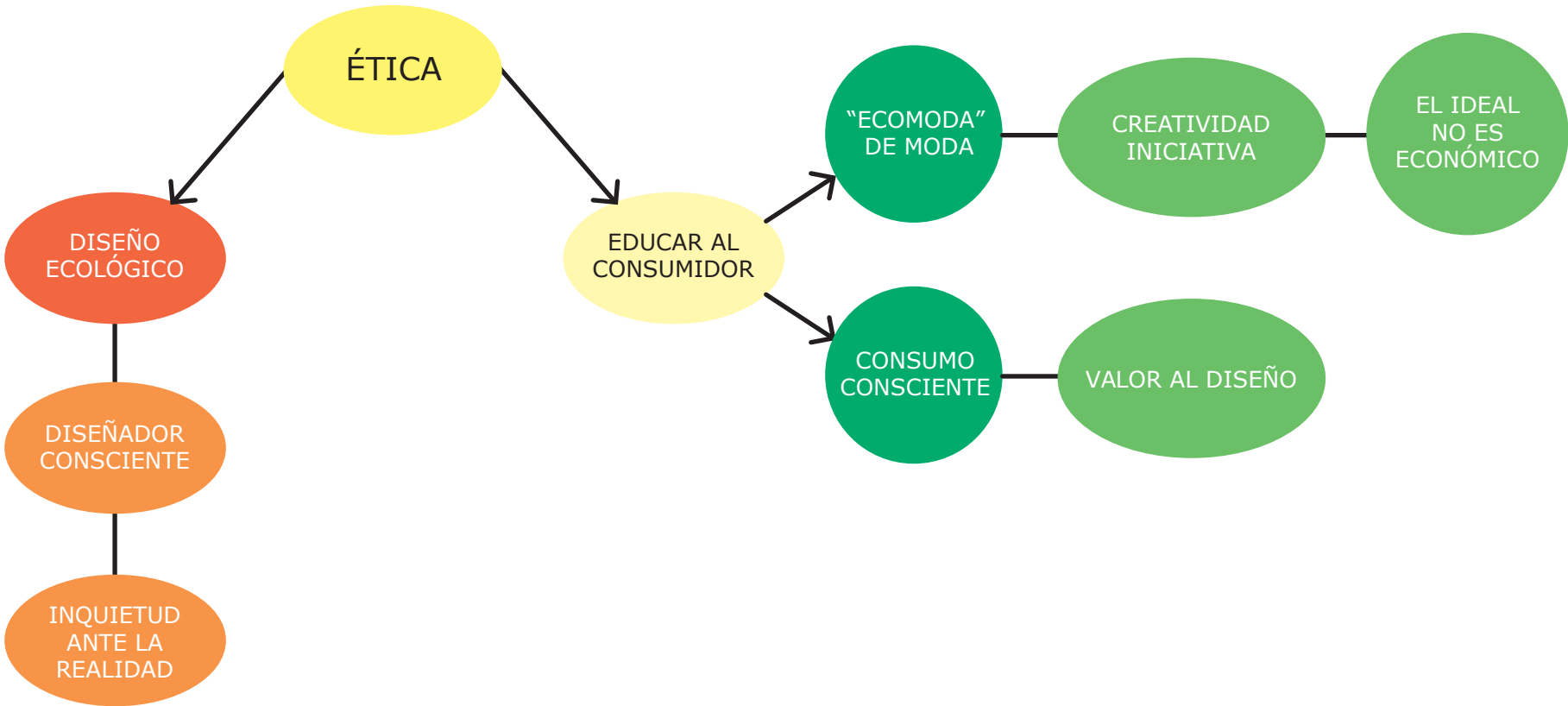
"Tu closet habla de ti", pero no como él: "cuanto tienes es quien eres".

Un closet consumista es el que ignora las consecuencias del "mientras más tienes más eres".

Capítulo III: Tecnología en la Industria Textil y Modas y su influencia en la Ecología



3.1: Ecología, la nueva moda en la industria



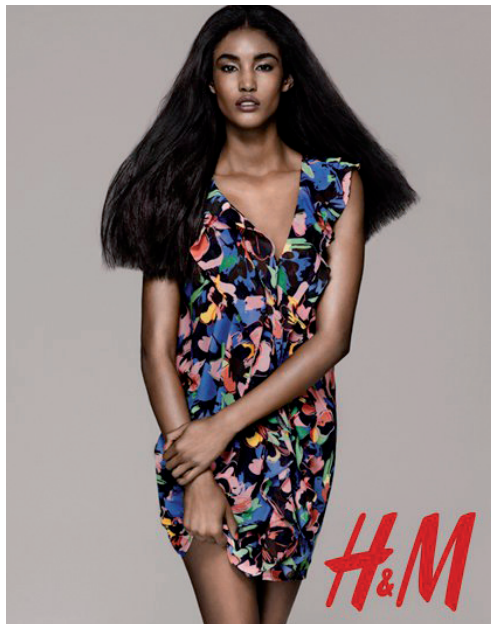
Tecnología en la industria Textil y Modas y su influencia en la ecología

3.1 Ecología, la nueva moda en la industria

- ■ En este punto se hará una breve reflexión sobre el criterio ético-ecológico del diseñador de textiles y modas visionario, criterio que toma cada vez más fuerza, e influye en la producción del diseño e industria.

En cuanto a la ética profesional del diseñador de textiles y modas: el proponer la moda desde un sentido más ético que eduque y cree conciencia en el consumidor, y, producir diseño sin ambicionar ventas que rebasen los límites, son actitudes que evitarán lo que las grandes industrias de la moda proponen como “ecomoda” de las que realmente, su aporte no ha disminuido potencialmente los índices de contaminación por basura limpia, ocasionada por la moda desechable de temporada y dictadura de tendencias.

En la actualidad mencionar ecología en la moda expresa el compromiso del diseñador con el medio ambiente y bienestar del hombre. Pero en muchas ocasiones se ha tomado el criterio ecológico como estimulante de venta y los principios ecológicos, si bien se mantienen en pie de lucha, también se ven opacados por la ambición de quienes dictaminan tendencias.



Los niveles de producción de H & M son muy altos y su demanda es extensa, esta prenda está hecha con poliéster reciclado posiblemente de sus mas que numerosas prendas de todas las temporadas. Los índices de producción de la marca opacan esta iniciativa.

Así tenemos que muchas marcas, principalmente internacionales, venden millones. Ejemplos de líneas ecológicas tienen H&M, Nike, Levis y otras, quienes no han logrado menos que con esta nueva moda, perpetuar la contaminación aunque ahora en un menor grado.¹

Sin una actitud ética, es poco lo que se puede lograr en la propuesta de un diseño sustentable. Pues la “ecomoda” está de moda, y el mercado para su comercio se amplía, cómo se amplían las posibilidades de producir igual cantidad de ropa que se puede revertir en más contaminación.

Es cuestión de tiempo y conciencia, para que las textileras que aun trabajan sus materiales produciendo contaminación opten por el reciclaje, reutilización y uso y promoción de materiales orgánicos. El enriquecimiento del que disfrutan las grandes marcas es censurable, pero es difícil separar que al mismo tiempo generan trabajo para muchos, aunque el uso de maquilas por algunas industrias es un problema especialmente en países en vía de desarrollo como el nuestro.



Una repuesta positiva ante esta realidad es crear conciencia en los futuros diseñadores de textiles y modas.

Ellos aún pueden ofrecer un trabajo libre de la moda como sistema que “dictamina tendencias” y ético en sus principios, y en el urgente tema ecológico.

Podemos los diseñadores ecuatorianos crear moda ecológica desde las fibras orgánicas que poseemos por nuestra privilegiada situación geográfica andina, fibras como alpaca, cabuya, lana, algodón, paja en nuestra costa, considerando siempre la renovación de las mismas para no exterminarlas.

Fibras como la lana son trabajadas por diseñadores como Silvia Zeas y fundaciones como Propueblo que trabajan en

1 www.canalazul.comb

paja toquilla, cerámica, tagua y más, en nuestro país.

El caso de Silvia Zeas se explicará a profundidad en el siguiente punto de este capítulo, esta joven diseñadora cuencana ha optado por utilizar fibras biodegradables en sus prendas de indumentaria.

La ecomoda se ha hecho presente también en las grandes pasarelas, el fin, acercarse a un nuevo punto de mercado. Pero en los productores pequeños está el verdadero espíritu de esta iniciativa, así Liza Arico diseñadora argentina expresa: “pequeñas marcas y jóvenes creadores vanguardistas tienen como sello y características la Ética aplicada a su trabajo; que es ni más ni menos que el respeto al hombre y el medio ambiente ...”².

44: www.facebook.com/pages/...par-Liza



Trabajo de Liza Arico diseñadora argentina, propone el Upcycled para una moda reciclada y ética

En general y por consecuencia en nuestro medio, trabajar desde un criterio ecológico, trae consigo una serie de desventajas en cuanto al crecimiento como marca y el crecimiento económico.

Pero desde la iniciativa del eco-diseño este es el costo si se desea trabajar desde un criterio ético en la moda, o al menos mientras se puedan lograr nuevas tecnologías y procesos que disminuyan los costos y puedan bajar los precios al mercado.

Existen las tecnologías en nuestro medio, como las usadas en empresas textiles que poseen la tecnología en Cuenca como son las del grupo “Gerardo Ortiz & Hijos C. Ltda.” con Lamitex e Isomet, ubicadas en la ciudad, pero que lamentablemente producen un alto nivel de contaminación.

El trabajar desde un criterio ecológico y ético implica poner a prueba nuestra creatividad como diseñadores de textiles y modas.

45: www.ethicchic.com



Suzanne Lee, es la mentalizadora de “Bio Couture”, este material textil se obtiene de la mezcla de una bacteria y levadura. El cultivo se coloca en un recipiente con te verde dulcificado y se deja fermentar por 2 semanas, cuando aparece el “mat” flotando en la solución se lo retira o cosecha.

El “mat” se coloca en un molde para que tome la forma de la prenda o se ose manualmente. Su textura es de cuero vegetal y su color ámbar. Las piezas necesitan pocos recursos y no intervienen pesticidas tóxicos, este proyecto es de suma importancia ambiental

Esta creatividad e innovación lamentablemente en nuestro medio local, el cliente no está dispuesto a pagarla, ya que como expresa María Isabel Pinos docente de la Universidad del Azuay: “Uno de los grandes problemas que tenemos aquí, es que no hay una consciencia del desarrollo del diseño, por lo tanto es muy fácil copiar”.³



Pues considera, que el problema del diseñador es afrontar un mercado que no está dispuesto a pagar por diseño, considerando que las personas no tienen conciencia del trabajo que lleva atrás diseñar.⁴

El cliente prefieren tomar diseños de una revista con “tendencias universales”, puesto que las regulaciones que se refieren a la propiedad intelectual están tomando seriedad en nuestro país, siendo aun vulnerables y dependiendo en gran escala de la “buena voluntad” de los diseñadores y usuarios.

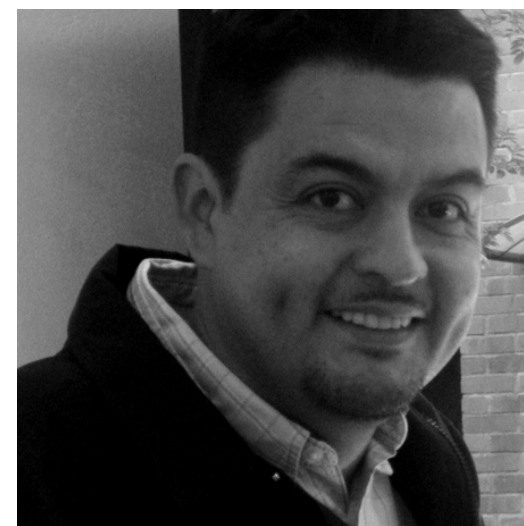
Recordemos que al trabajar desde un diseño ético, el diseñador de textiles y modas se compromete a ofrecer un trato humano a quienes trabajan con él, a reconocer el

aporte y experiencia del artesano.

Las leyes gubernamentales ecuatorianas siempre han hecho referencia teórica a la problemática laboral. Recién ahora ya sea por la “urgencia de conciencia” que resulta del nuevo siglo, o por el aporte de ideas innovadoras presentes en la constitución de nuestro país, el reconocimiento al trabajo manual está siendo validado en su aporte productivo, económico y cultural con posibilidades objetivas.

El producir independiente o industrialmente con normas que se apeguen a la protección medioambiental no se puede desligar del diseño ético, es aquí que el eco diseño se puede desviar a intereses centralizados.

Freddy Gálvez docente de la Universidad del Azuay, manifiesta que: “La ecomoda, se pone de moda, entonces hasta qué punto es una moda sustentable, honesta en todos los sentidos. Que venga de pronto de fibras recicladas, que pague bien a los obreros. La ecomoda es más una moda, es más un sello que muestra que estoy “haciendo algo por el planeta”, creo que aporta más venir al campus en bicicleta”.⁵



3 Entrevista a María Isabel Pinos, Abril 2011.

4 Entrevista a María Isabel Pinos, Abril 2011.

5 Entrevista a Freddy Gálvez, Abril 2011.

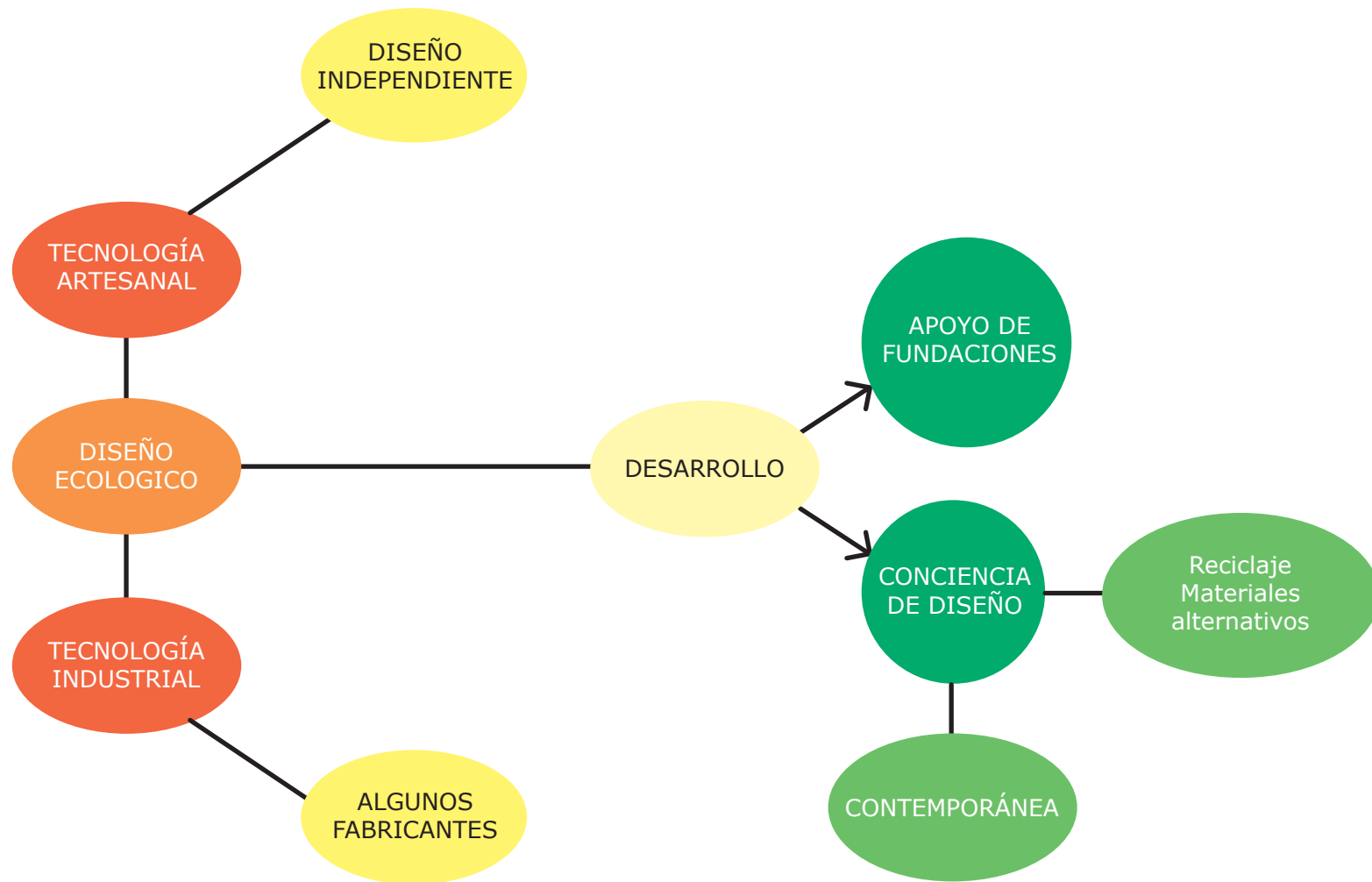
La influencia de las tecnologías en la ecología, se ha manifestado como “ecomoda”; la contradicción de la ecomoda, es que la comercialización de las ideologías no es algo nuevo para el mundo del comercio convencional, así como se manifestó sobre la venta de la estética de varios movimientos sociales, la moda ecológica lamentablemente por el afán lucrativo de varios “grandes de la industria”, ha sido como ya se manifestó un punto de atracción para un nuevo mercado soñador de un cambio e ingenuo ante las “buenas iniciativas” de marcas poderosas.

Pues como ya manifestó Liza Arico, la verdadera inquietud sobre un diseño sustentable se encuentra en el diseñador independiente, quien posee el don de creer en el cambio y el entusiasmo para mover sus ideales éticos, pues aun su prioridad no es correr hacia las establecidas normas del mercado y sistema económico.

El diseñador independiente tiene presente la innovación frente a la inconsciencia, la conservación ante un mundo cambiante y en riesgo inminente. O al menos esto es lo que el diseñador con visión ética en el problema ecológico debe considerar para su profesión desde mi punto de vista.



3.2: Tecnología con fines ecológicos en el medio: Diseño como movimiento creativo justo.



3.2 Tecnología con fines ecológicos en el medio:

Diseño como movimiento creativo justo

- ■ La preservación de la biodiversidad es la responsabilidad ética de actualidad cuando el diseñador de textiles y modas problematiza su propuesta...

La preservación de la biodiversidad es la responsabilidad ética de actualidad cuando el diseñador de textiles y modas problematiza su propuesta. En encontrar y desarrollar tecnologías que aporten a la protección del medioambiente hace del diseño un movimiento que busca justicia sin transformar al diseñador en un héroe: protagonista o poderoso; no van con las prioridades del diseño ético.

Ecuador es uno de los países, a los que fundaciones privadas y ONG's han decidido introducirse por el ambiente biodiverso y la riqueza cultural patrimonial que posee nuestra nación.

Dos fundaciones que están fuertemente interesadas en el cuidado y preservación del medio ambiente son Fundación Natura y Oikos, siendo las más influyentes en nuestro país.

Exclusivamente de los intereses que existan tras la manipulación de las políticas de impuestos de países industrializados, las buenas iniciativas de estas fundaciones toman fuerza en la propuesta de alternativas para un desarrollo sustentable, tecnología de producción sensible al medio ambiente y educación ambiental para las sociedades.



Así Fundación Natura, ONG pionera en temas ecológicos y conservacionistas en Ecuador, fue creada en julio de 1978. Ha diagnosticado los problemas ambientales del país y ha iniciado varios programas de educación ambiental.

Oswaldo Báez, funcionario de Natura, explica: "por la influencia de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano celebrada en Esto-

colmo en 1972 se desarrolló la conciencia social sobre la necesidad de proteger la naturaleza". Fundación Natura ha logrado tener una influencia importante, incluso en la vida política del Ecuador.⁶

Desde 1993, Fundación Natura realiza en el Ecuador un estudio referente a productos químicos industriales y plaguicidas, y al manejo desechos que con el apoyo de CONSUDE lo nombran "Manejo Ambientalmente Adecuado de Productos Químicos Industriales y Desechos Especiales en el Ecuador – Programa PQ/DE", con un arduo trabajo hasta el 2005.⁷

La acción de **Fundación Natura**, en cuanto a la contaminación industrial, dio importancia preliminar a apoyar la responsabilidad ambiental de las industrias mediante el modelo de "Responsabilidad Integral", iniciado en la pequeña industria donde la concienciación de medidas para eliminar desechos peligrosos es más fácil, creando el camino para dar inicio de esta conciencia en las grandes industrias.

Logros del programa PQ/DE es la incorporación de educación ambiental, manuales ejecutados por la Universidad de Cuenca, rehabilitación o cierre de botaderos de basura, e infraestructura para el reciclaje y selección. Que si bien no se refieren exclusivamente a la industria textil, su iniciativa y resultados de concientización son notorios.

Corporación **Oikos**, por su parte, nace el 10 de junio de 1992, su filosofía es "cuidado de la gran casa". Marco Encalada, director de Oikos, explica que la orientación de la institución fomenta la transformación de procesos de producción ambientalmente amigables, para que los sectores empresariales aprovechen mejor sus recursos.⁸

Esta última, es la institución que más se ha involucrado en la industria textil en nuestro país, pues **junto con Hagler Bailly. Inc (EE.UU), han organiza-**

6 www.hoy.com.ec

7 www.asocam.org

8 www.hoy.com.ec

do el programa E2P3 con el cual identificaron alternativas factibles para una gestión empresarial ambiental, aplicación de nuevas tecnologías, y prevención de contaminación de la industria en el medio.

Así algunas fábricas textiles en Quito implementaron el programa de Oikos, el caso de mayor éxito fue en 1995, la empresa en cuestión logró una reducción del consumo total de agua del 22.83%, ahorrando \$21,900 dólares. Además ahorro energía reemplazando motores deteriorados con un aproximado de \$880 dólares anuales, redujo el uso de colorantes y carbonato de sodio en el 1%, lo que ha disminuido la adquisición de los mismos ahorrando \$120 dólares anuales.

Estas medidas han sido implementadas dentro de lo que se puede lograr, de acuerdo a la capacidad adquisitiva de la mencionada empresa.

El diseño en nuestro medio está en movimiento, cada vez aparecen más diseñadores interesados en la actividad ética del diseño en un espacio de trabajo que si bien ha tenido presente el ideal ético, no lo ha practicado ni difundido en toda la capacidad que abarca el tema.

Existen diseñadores de textiles y modas como Silvia Zeas, quien propone en nuestro medio, líneas de ropa que mantienen una intención de diseño-ético.

Así podemos hacer cuenta de su línea Bianco & Nero. En esta colección Silvia propone el uso del rayón orgánico como una alternativa de eco-diseño.

El rayón es una fibra compuesta por celulosa que viene de una fuente vegetal, así la celulosa está formada en su mayor parte de las paredes de las células vegetales⁹, es decir de los polímeros, que son la unión de un gran número de moléculas que en el caso de ser

naturales provienen de: celulosa, almidón, proteínas, caucho natural, etc.¹⁰

Así la propuesta de Silvia Zeas constituye el uso de una fibra suave, ligera, fresca, cómoda y muy absorbente, permitiendo la transpiración. El Rayón Viscoso, nombre con el que se conoce a esta fibra es trabajado y manufacturado en Guano (Riobamaba).

Silvia manifiesta que la fibra de rayón es muy versátil: "He podido fusionar, drapear y crear efectos. Al momento de usar la prenda se debe tener cuidado con los accesorios que pueden jalar el tejido, por eso estoy trabajando ahora con un tejido más fino para que no haya muchos inconvenientes con los accesorios"¹¹.

En cuanto a su función en el cuerpo, el rayón orgánico, tiene la propiedad de mantener la temperatura corporal, además permite trabajar con diferentes tipos de telas de forro ya que el método de tejido de punto para esta fibra facilita su uso con otras telas.

Silvia expresa que las clientas se sienten atraídas por la textura y apariencia de la tela, que es sedosa, y que por este motivo ha podido trabajar diferentes prendas como: vestidos, sweaters, vestidos de noche, sacos, aprovechando que la fibra es natural y se puede lavar a mano o en seco y no se deteriora en el cuidado de la prenda.

47: Taller Silvia Zeas/Carolina Vazquez



Taller de Silvia Zeas. El rayón viscoso tiene varios usos, por esta razón la diseñadora mantiene este material como base de sus propuestas

9 Principios Básicos del Diseño de Moda. Richard Sorger, Jenny Udale. GG Moda.

10 www.monografias.com

11 Entrevista dirigida a Silvia Zeas, Abril 2011.

Silvia Zeas tiene pensado trabajar con fibras de alpaca, fibra que se está produciendo en el país, y opta por esta opción de fibras naturales, manteniendo su criterio de experimentación de materiales para sus futuras colecciones.

De esta manera podemos reconocer el aporte de la tecnología en el campo textil. Freddy Gálvez manifiesta que: "En nuestro medio la presencia de la tecnología artesanal es evidente, pero sin embargo el adelanto tecnológico, la tecnología de punta se está abriendo espacio en Cuenca, para el corte, confección, etc."¹²

La influencia de la tecnología artesanal en la ciudad, es uno de los marcadores claros sobre el movimiento que el diseño debe seguir. Así la apertura de tecnologías artesanales hacia tecnologías contemporáneas es indispensable para el mantenimiento de técnicas locales, de esta manera se reducen tiempos de producción y se incentiva la labor del artesano, especialmente del artesano joven que es asequible a la vanguardia.

Al complementar la tecnología artesanal con la tecnología industrial el diseñador de textiles y modas debe ser cauteloso en no anular el factor humano, pues la intención es ofrecer espacio al artesano y su experiencia, más no contraponer los beneficios de la tecnología de punta contra la sutileza y perfección del toque manual.

Freddy Gálvez también considera la importancia del futuro que propone el diseño para la sostenibilidad así él: "Diseño, que cree sustentabilidad en todo sentido, que provenga de fibras naturales, que el taller cumpla con todas las leyes y un pago justo a los trabajadores"¹³. Ese es un diseño ético, sustentable, y ecológico.

El diseño ecológico, desde los puntos que implican la cultura, el campo laboral y la crisis medioambiental constituye el ideal del diseño ético.

Así María Isabel Pinos manifiesta que desde la producción del diseño actitudes éticas serían preocuparse por: "dos cosas importantes: que pasa con la gente involucrada en la producción de la moda y que pasa con la materia prima que se utiliza para la producción de la moda".¹⁴

De esta manera expone que: de un lado se garantice un trabajo justo a los trabajadores, y del otro que los productos que se hagan, afecten lo menos posible a la naturaleza y generen la menor cantidad de desperdicios, también expresa la problemática de una propuesta ecológica, frente al gran inconveniente de respuesta del mercado.

María Isabel considera que la moda realmente debe ser un impulso para la comunidad en general y no un elemento que provoque una "obsolescencia de productos hechos con la explotación de la mano de obra".¹⁵

La tecnología de reciclaje que hasta algunos años atrás se usaba en nuestro país simplemente como un material reto para la creatividad de los diseñadores, ha tomado un giro interesante en cuanto a la propuesta de un diseño ecológico.

Así la reutilización de lonas publicitarias y caucho de llantas se ha convertido en un ejemplo de innovación del diseño en nuestro país, la exclusividad, textura y acabados casi perfectos son atractivos para un usuario que busca la originalidad.

"El mercado anual de llantas en Ecuador, incluyendo las importadas y producidas en el país, alcanza los 5 millones 700 mil unidades. De estas, al menos 630 mil son desechadas cada año y se estima que tardan 150 años en degradarse", según el presidente ejecutivo de Fundación Natura, Xavier Bustamante.¹⁶

Roberto Morales, de Art Recycling, comenta que las vallas o lonas publicitarias contienen PVC y poliéster:

12 Entrevista a Freddy Gálvez, Abril 2011.

13 Entrevista a Freddy Gálvez, Abril 2011.

14 Entrevista a María Isabel Pinos, Abril 2011.

15 Entrevista a María Isabel Pinos, Abril 2011.

"El "PVC" tarda cerca de 40 años en descomponerse, y el poliéster todavía más, juntando los dos se estima que una lona publicitaria hasta se demoraría un siglo en degradarse". Es más Rebeca Ramos, también de Art Recycling, explica de las tintas impresas en las vallas: "La tinta más tóxica es la que más dura, y al estar en contacto con la basura orgánica se desprende, empieza a actuar y es absorbida por el suelo".¹⁷

En Quito un grupo de diseñadores crearon la marca Fui Reciclado. El gestor de este proyecto con el caucho de llanta y lonas publicitarias como protagonistas es Antonio Portilla, desde hace 4 años, y manifiesta: "Decidí investigar y encontré que en otras partes del mundo las utilizaban para hacer accesorios, entonces empezamos a idear diseños de bolsos con lonas y tubos de llantas. La primera colección fue exclusivamente de bolsos para ir a hacer compras, eran súper sencillos, más bien funcionales, no estaban tan involucrados con la moda pero nos fue bien, por eso decidimos hacer más cosas e involucrarnos con las tendencias de moda".¹⁸



Antonio Portilla y Takashi Hirakawua fueron asesorados por la bióloga Ana María Troya y en 2008 dieron inicio a Fui Reciclado.

La Cooperativa de Reciclaje Numa -Zoreko, es otro grupo de diseñadores y activistas quiteños, que elaboran zapatos y accesorios con llantas de carros, además de muebles y sillones con el caucho de las llantas complementados con cojines de retazos reciclados de telas. Además estos jóvenes entusiastas buscan el apoyo para construir edificaciones con llantas parecidas a las que se levantaron en Haití luego del terremoto hace más de un año.

"Hasta diciembre del 2010, Fui Reciclado logró reutilizar 5.543,87 metros cuadrados de lona publicitaria y 754 kilogramos de caucho de llantas usadas".¹⁹

Art Recycling recuperó 1 tonelada de lonas publicitarias en 3 meses. "El MAAC nos dio alrededor de 500 kilos de lonas, el Ministerio de Cultura unos 200 kilos, y una comunidad cristiana otros 200. Llegamos a 1 tonelada de lonas recicladas en tan solo 3 meses"²⁰ expresa Rebeca Ramos.

La iniciativa de los diseñadores visionarios de Numa-Zoreko, no se manifiesta solamente en la reutilización y apoyo al reciclaje, su compromiso se extiende al diseño sustentable, pues la inauguración de una Escuela de Reciclaje en Manabí, específicamente en las zonas de San Vicente, Jama y Puerto López, es un apoyo enorme al desarrollo económico y autoestima de los moradores de estas zonas.

"Allí trabajamos con gente del botadero y a ellos les gustó muchísimo la idea de utilizar sus manos para transformar la basura, ahora forman parte de una microempresa del reciclaje, y nos están ayudando a nosotros con los pedidos grandes que tenemos en Zoreko"²¹, manifiesta Gabriela Chacón representante de Zoreko.

Esta conciencia de reciclaje, tiene fuerte acogida en nuestro medio, pero realmente no son los diseñadores de textiles y modas quienes se han interesado en esta propuesta innovadora, en su lugar artistas visuales como Marce-

lo Andrade, es quien tomado el uso de este material reciclado y alternativo para lanzar su propuesta de bolsos y carteras.

Otras propuestas con materiales alternativos y reciclados son las de artistas visuales como: Lorena Serrano con su propuesta de un estilo vintage, con la reutilización de telas que cubre con plástico, logrando una alternativa original y atractiva, junto con el constante uso de broches de cerámica con colores referentes a la cultura cuencana.

49: CU.gallery/Carolina Vázquez



Bolso de Lorena Serrano. Artista visual cuencana. Estilo vintage: tela reutilizada, plástico y detalle de cerámica.
de producción de la marca opacan esta iniciativa.

Por otra parte con un estilo Póvera (apariencia de desgastado y haraposo), y el reciclado de fundas plásticas es la propuesta de artistas visuales como Marcela Orellana y Javiera Desing, quienes además trabajan con intervención en prendas usadas, desde el vintage.

Existe una posición clara desde un criterio ecológico radical en el diseño, y es que para que un textil sea certificado como ecológico, en su etapa de producción debe minimizar el impacto ambiental, usar de forma racional los recursos naturales, consumir la mínima cantidad de energía, reciclar agua, usar cultivos hidropónicos (cultivo de plantas sin utilizar el suelo, de

forma que las raíces de las mismas se encuentren al aire²²), mantener las características naturales de la materia prima, no usar procesos químicos sino físicos o mecánicos, utilizar elementos biodegradables y que no dañen la salud de los obreros ni los usuarios.²³

Pero en nuestro medio, estas pautas de diseño ecológico, son muy difíciles de seguir, puesto que la aceptación de nuestro mercado, no cubre con las expectativas del diseño ético, las personas no están consientes de la importancia del diseño sustentable, principalmente no están, refiriéndose a la mayoría, dispuestas a pagar una cantidad relativamente alta por la indumentaria que va adquirir, sin sumar el valor creativo que también es elevado cuando de reutilizar, intervenir, o inventar se trata en la corriente del diseño ético.

50: CU.gallery/Carolina Vázquez



Billeteras en lona reciclada de Marcela Orellana

51: CU.gallery/Carolina Vázquez



Bolso por Javiera Design, materiales atemporales y retazos de telas

22 www.medifer.es
23 www.ethicchic.com

Algunos textiles ecológicos populares se detallan a continuación, estos fueron publicados en www.ethicchic.com una página dedicada a las innovaciones en la ecología:



52: www.ethicchic.com

Algodón orgánico: No se utilizan pesticidas en su cultivo, solo se utilizan colorantes naturales y el comercio justo.

Seda: La nueva seda pacífica está hecha de los revestimientos de los gusanos, recolectados después de que sus mariposas ya han volado.

Bambú: Este material crece sin pesticidas y más fácil y rápido que el algodón orgánico. Sus productores se jactan de que el textil de bambú es naturalmente antibacterial y repele los olores.

Poliéster: Las compañías están encontrando formas de crear poliéster a partir de botellas de plástico recicladas.

Alpaca: Las alpacas de los Andes, muy parecidas a las llamas, no necesitan ser tratadas con antibióticos, su lana no requiere insecticidas, no comen demasiado, son bastante autosuficientes.

Maíz, coco y piña: Son fibras producidas con materias de desecho de estos alimentos, es decir, recursos renovables y no petróleo. Las ventajas de estas fibras ecológicas son que en su proceso no intervienen pesticidas y necesitan menos de la mitad de la energía que requiere incluso el algodón inorgánico.

Pulpa de madera: Es biodegradable y reciclable. Su nombre genérico es Lyocell. Producir este tejido implica menos emisiones de carbono, uso de energía y de agua que las telas convencionales. Además no necesita blanquearse con químicos, es naturalmente anti arrugas.

Soya: Se deriva del frijol de soya. Sus fibras son suaves, sedosas y antibacterial, por lo que es una gran opción en ropa interior.

Cannabis: Cotizada como la máxi-

ma fibra ecológica por no requerir ningún químico para cultivarse, puede usarse para fabricar desde suaves pijamas hasta telas resistentes y cuerdas fuertes.

Cashmere: Viene del pelo de las cabras de Cachemira, una raza nativa de los Himalayas, ahora criada en todo el mundo.

Lino: Hecho de la planta de lino, requiere muy pocos pesticidas. Es mejor cuando está un poco arrugado, para ahorrar energía no planchándolo.

Lamentablemente en nuestro medio, y a nivel nacional, los diseñadores de textiles y modas no están tan preocupados porque su diseño sea sustentable, las trabas del mercado constituyen un fuerte impedimento; pero para lograr un cambio, se requiere de voluntad y entrega.

53: <http://artwansongallery.files.wordpress.com>



El diseño ético, es el diseño ecológico, el diseño sustentable. Y esencialmente el que nos refleja como somos humanos, con la ética personal como nuestro principal vestido, lo primero que mostramos.

Pero hacer campañas para educar al consumidor, para educar al mismo diseñador (el de nuestro medio) que tiene una variedad de opciones en cuanto a fibras orgánicas. La fuerza de la cultura local que inspira y determina, la explosión de nuestras ideas siempre en movimiento (innovación-tecnología-materiales alternativos), abiertas a nuevas propuestas, y el conocimiento de nuestra historia, son las pautas más cercanas y reales que tenemos para iniciar el diseño como movimiento creativo justo.

.....

■ ■ Conclusiones

Este trabajo de tesis aporta ideas claras y contemporáneas pero no asegura que todo se ha dicho o ha hecho con una mirada ética en nuestra profesión. Este documento es analítico y reflexivo e intervienen un conjunto de posturas, criterios y miradas desde la ética en lo cultural, social, tecnológico y ecológico reconsiderando la importancia de la ética en nuestros actos.

He llegado particularmente a concluir que la influencia de un diseño ético en la sociedad es un aporte que a pesar de ser pequeño, tiene una intención válida, en un mundo sistematizado por un individualismo que a veces llega a ser extremo.

El aporte de los entrevistados ha sido desde posturas objetivas frente al contexto, su preocupación y enfatización en la acción del diseño deja puntos claros para tomar en cuenta como: crear desde la humanidad, engrandecer, dignificar, solucionar, experimentar, reflexionar, interactuar, y más actitudes que siempre deben estar presentes al diseñar.

El Diseño Ético es **Diseño desde las particularidades personales**. La ética en el diseño se muestra con detalles que se generan desde la ética personal, pues todo profesional y el de **diseño expresa en el detalle** de sus acciones y trabajo la ética de sus principios.

El Diseño Ético es **Diseño que educa al consumidor**. El diseñador de textiles y modas se enfrenta ante un mercado en el que la **conciencia del valor de diseño** es relativamente nula, entonces ante la demanda de "moda por tendencias globales" ¿debemos saber decir no al consumidor de diseño?, ó, ¿debemos priorizar nuestras propuestas innovadoras y educar al consumidor?, ante estas cuestiones de mercado y diseño, puedo responder que:

Es más fácil establecer la importancia del diseño ético en los estudiantes de diseño y en los activistas del mismo quienes no priorizan exageradamente el aspecto lucrativo de la profesión, quienes aún sostienen su ideal de un diseño sustentable como algo posible.

El Diseño Ético es el **Diseño sustentable**. Ante la sostenibilidad de la cultura y la sociedad el diseño ético responde con **conciencia de la historia y conciencia de la realidad social**. Responde con respeto hacia el legado ancestral de esta historia, y, hacia la realidad de las sociedades en su búsqueda constante del ideal ético. El diseño sustentable deriva en respeto hacia el trabajador, hacia el ambiente, hacia la cultura tradicional, sin olvidar el respeto hacia los ideales y estéticas de los movimientos sociales y contraculturas, quienes siempre buscan direcciones alternativas de expresión.

El Diseño Ético también es **Diseño Tecnológico**. Pues la tecnología contemporánea ha permitido abarcar campos nuevos, ha encaminado la **innovación hacia un nivel de perfeccionamiento** necesario, pues esto es un parámetro para el diseñador de vanguardia. Esta perfección se refiere a proponer estéticas y procedimientos nuevos y replanteados, anteponiendo siempre la sostenibilidad del contexto.

El Diseño Ético es el **Diseño ecológico**. Se puede admitir que el ideal ecológico no genera grandes fortunas, ni genera las fuentes de empleo que genera una industria textilera. Pero ante estas desventajas el diseño ecológico: respeta que las condiciones de trabajo sean dignas, un **pago justo, preservación del medio ambiente y concientización** del problema ambiental.

La intervención de fundaciones y activistas ecológicos en la industria textil a nivel nacional son de singular y capital importancia, pero aún queda mucho por hacer en provecho de nuestro medio local que tiene una buena aceptación de las iniciativas ecológicas pero poca acción en ellas, en el caso del Diseño Textil y Modas.

La Ética en el Diseño Textil y Modas, es un tema de magnitud, pues si bien este aporte es leal a mis principios, los temas analizados quedan a discusión de quien lea este trabajo de tesis, pues como ya anticipé a mis conclusiones no todo se ha dicho sobre la ética, sobre el diseño ético, ni sobre la profesión del Diseño Textil y Modas.

■ ■ Bibliografía

CAP I

INGENIEROS José, La Fuerzas Morales. Primera Edición Agosto 2002. Ediciones Cultura Peruana

CODINA Mónica y HERRERO Monserrat (editoras), Mirando la Moda. 11 reflexiones. Mónica Codina y Monserrat Herrero. Edición 2004. Ediciones Internacionales Universitarias Madrid.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. I: Principios de aplicación de los derechos. Secc. 4ta: Cultura y Ciencia.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. VII: Derechos de la naturaleza.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 9na: Personas usuarias y consumidoras.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. III: Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria. Secc. 7ma: Política comercial.
Constitución Ecuatoriana 2008. Título

II. Cap. VI: Trabajo y producción. Secc. 3ra: Formas de trabajo y su retribución.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. VI: Trabajo y producción. Secc. 4ta: Democratización de los factores de producción.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. VI: Trabajo y producción. Secc. 5ta: Intercambios económicos y comercio justo.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título VII. Cap. I: Inclusión y equidad. Secc. 5ta: Cultura.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. I: Inclusión y equidad. Secc. 8va: Ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. II: Biodiversidad y recursos naturales. Secc. 1ra: Naturaleza y ambiente.

Constitución Ecuatoriana 2008. Título II. Cap. II: Biodiversidad y recursos naturales. Secc. 7ma: Biósfera, ecología urbana y energías alternativas.

Informe de rendición de cuentas, MIPRO, 2010. Eco. Verónica Sión de Josse. Ministra de Industrias y Productividad.

www.edukativos.com/apuntes/archivos/207. Conceptos fundamentales de ética profesional. Esta unidad contiene

los conceptos fundamentales sobre Ética Profesional, su importancia dentro de la sociedad, el sentido social y los elementos reguladores de la vida profesional, Además, describe los deberes fundamentales del profesional. Los textos fueron tomados de: MENDEZ, Aquiles, Ética Profesional, Ed. Herreros Hnos., México 1972

www.edukativos.com/apuntes/archivos/207.

www.bidnetwork.org/download.php?id=169929

www.fairtrade.net

www.hoy.com.ec/...ecuador/ecuador-es-lider-en-comercio-justo-301051-301051.html

www.iepi.gob.ec

Entrevista al Dr. Ramiro Lazo. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

Entrevista a Arq. Diego Jaramillo. Municipalidad de Cuenca: Cuenca-Ecuador, enero 2011

Entrevista al Lic. Fabián Landivar. Universidad del Azuay: Cuenca-Ecuador, enero 2011.

Entrevista Eco. Adriana Cervantes. Información IEPI: Cuenca-Ecuador, abril 2011.

CAP II

ODINA Mónica y HERRERO Monserrat (editoras), Mirando la Moda. 11 reflexiones. Mónica Codina y Monserrat Herrero. Edición 2004. Ediciones Internacionales Universitarias Madrid.

CIDAP Revista – OEA Ecuador. Artesanías de América, No.35, agosto 1991.

GUÍA práctica, Encuentro entre Diseñadores y Artesanos. Craft Revival Trust 2005.

UNESCO 2005. Impreso en Nueva Delhi, India. Diseño FACET Design.

Marketing de la Moda. Elsa Martínez Caballero y Ana Isabel Vázquez Casco. Colección marketing sectorial. Ediciones Pirámide 2006, 2007, 2008. Grupo Amaya S.A. Madrid.

www.propueblo.com / www.propueblo.org.

www.slideshow.net/.../cultivo-de-algodn-1985935
www.aite.com.ec

www.liceus.com, Tesis sobre la Moda, Master Gestión Cultural, Pablo E. Duarte. Entrevista Sociólogo Tulio Hernández (23-08-02).

www.othontellez.com.mx

Entrevista a la Sra. Diana Sojos de Peña, Abril 2011.

Entrevista al Dr. Claudio Malo González, Abril 2011.

Entrevista a la Antropóloga. Gabriela Eljuri, Abril 2011.

Entrevista a Lcda. Ana Tripaldi, Universidad del Azuay, Mayo 2011.

CAP III

SORGER Richard y UDALE Jenny, Principios Básicos del Diseño de Moda.GG Moda. Editorial Gustavo Gili, SL.

www.canalazul.comb

www.hoy.com.ec/zhechos/1999/

www.asocam.org/biblioteca/

www.monografias.com/trabajos11/polim/polim.

www.bellamujer.com/femenina/moda/309-lonas-y-llantas-el-ultimo-grito-de-la-ecomoda

www.medifer.es/es_noticias

www.ethicchic.com

Entrevista a María Isabel Pinos, Abril 2011.

Entrevista a Freddy Gálvez, Abril 2011.

Entrevista dirigida a Silvia Zeas, Abril 2011.

· · Bibliografía imágenes

CAP I

- 1: www.generacion.com/.../flashmode-2009-moda-tica. Sábado 14 de noviembre del 2009
- 2: <http://diariando.files.wordpress.com/2011/03/pensar.jpg>
- 3: <http://www.pazcastello.com/wp-content/uploads/2009/05/conciencia.bmp>.
- 4: <http://imageshack.us/f/164/contrastes-marceloaurelio3.jpg/>
- 5: <http://www.pamplimg.com/mail/capitalism2.jpg>
- 6: <http://www.elblogalternativo.com/>
- 7: <http://www.propueblo.com>
- 8: <http://andresleon118.galeon.com/artes-anias3.jpg>
- 9: <http://fast2.mediamatic.nl/f/rgxv/image/963/170557-500-375.jpg>
- 10: <http://www.metroecuador.com.ec/wp-content/uploads/2010/03/moda-267x300.jpg>
- 11: <http://vademoda.com/wp-content/uploads/2011/06/Vestido-multiusos.png>
- 12: <http://static.panoramio.com/photos/original/51404594.jpg>
- 13: <http://ahau63.blogspot.com/2011/05/brasil-deforestacion-por-la-soja-y-el.html>
- 14,15: picasaweb.google.com/pacocha
- 16: http://www.exportafacil.gob.ec/DEV/images/stories/informacion/que_es.jpg
- 17: www.mipro.gob.ec/logo
- 18: <http://www.rseprohumanablog.cl/wp-content/uploads/2010/05/fairtrade.png>
- 19: www.pinto.com.ec
- 20: www.greenpeace.org/raw/image_full
- 21: www.codeso.com
- 22: www.wipo.int/.../SIXTERXML-IMAGES/images/ec1.jpg
- 23,24: www.iepi.gob.ec/files/general/img/pi.jpg
- 25: a5.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash4/24817...

CAP II

26,27:Kinara: esquina de las Artes:Carolina Vázquez Córdova

28:Steve Hiett aydnews.com/userfiles_automatizacion/image/3marithe_francois_girbaud_jeans.jpg

29:<http://cristinatinajero.files.wordpress.com/2011/03/punk.jpg>

30:Kinara: esquina de las Artes:Carolina Vázquez Córdova

31:http://lh3.ggpht.com/_QzH1YFoYXFM/TNsGyU9SEMI/AAAAAAAAAD5A/ZkadI-blwCE8/reflexiones%20en%20torno%20a%20la%20moda.JPG

32,33,34,35:www.propueblo.com/www.propueblo.org

36:<http://www.revistalideres.ec/MediaFiles/Lideres/57/57de153e-ad1d-4d2c-8af3-aaf717c9bc26.jpg>

37:<http://www.revolvergaleria.com/uploads/images/exhibiciones/imagenes/18-140.jpg>

38:www.tecuentodesdemalaga.com/.../11/anorexia.jpg

39:Terry Richardson, 1.bp.blogspot.com/_QAVZaDVBlxY/S_VREcZ4tDI/AA...

40:3.bp.blogspot.com/.../s1600/IMG_6333.jpg

41:<http://www.neo2.es/blog/wp-content/uploads/bac1.jpg>

CAP III

42:<http://elblogdemissbag.blogspot.com/2011/01/h-apuesta-por-la-ecomoda.html>

43:.....puertorosebud.blogspot.com/2010_08_01

44:Liza Arico in festival de Cannes 2010:
www.facebook.com/pages/...par-Liza/44905488585?sk..

45:www.ethicchic.com

46:1.bp.blogspot.com/.../logo+fundacion+natura.JPG

47:Fotos en taller de Silvia Zeas:Carolina Vázquez Córdova

48:jpg-verdeporquetequieroverde.files.wordpress.com/...

49,50,51: Fotos CU.Gallery/Carolina Vázquez

52:www.ethicchic.com

53:<http://artwansongallery.files.wordpress.com/2009/12/nicole-tran-ba-vang-31.jpg>

Anexos

Los anexos a continuación han sido tomados de la página oficial del IEPI(Instituto Ecuatoriano de Propiedad intelectual) www.iepi.gob.ec

REGISTRO MARCARIO:

Para registrar una marca se debe tramitar de la siguiente manera:

- Llenar dos ejemplares de formulario a máquina de escribir o computadora, de lado y lado, los formularios se puede adquirir en www.iepi.gob.ec, o las oficinas del IEPI directamente.

- Nombre de la marca (casilla No. 3 del formulario).

- Origen de la marca, que puede ser: denominativa (refiriéndose a las características del producto o servicio.), figurativa (se refiere a la simbología en cuanto a formas y colores que se ocupen en el signo un logotipo), mixta.

También puede ser: sonora, (cuando la publicidad auditiva es un punto clave en la marca, como el rugido del león al inicio de una película de MGM) olfativa, (se refiere a publicidad de marcas de perfumes, como por ejemplo las muestras expedidas en revistas y puntos de venta) , táctil (cuando el producto ofrece una sensación agradable al tacto, y esto es usado como publicidad clave para el nombre de la marca) (casilla No. 4 del formulario).

- Tipo de marca :producto, servicio, nombre comercial (se refiere a un nombre que atraiga, generalmente el nombre comercial adquiere importancia por la trayectoria de la marca, no es necesario su registro ya que es públicamente conocido, como por ejemplo en nuestro medio PASA), lema comercial, (el IEPI aconseja indicar el nombre comercial, posteriormente al de la marca, ya que pueden que la marca varíe en sus productos o servicios y esto sería una complicación subsiguiente)

Otros tipos de marca son por: Indicación Geográfica/

Denominación de Origen, apariencia distintiva, (la originalidad con la que se promociona la marca en su signo y lema, se refiere a la apariencia de la estructura, decoración, mobiliaria, etc., que la marca utiliza como marketing) marca colectiva (marca con varios dueños como PASA), marca de certificación (marca que cumpla con normas de calidad certificadas), rótulo o enseña comercial (cuando el nombre es explícito de sus actividades). Llenar en la casilla No. 5 del formulario.

- Nombre, domicilio, nacionalidad del solicitante. (Casilla No. 6 del formulario).

- Nacionalidad de la marca, esto es, país donde produce o presta sus servicios o bienes.

- En caso de firmar el Representante Legal (persona jurídica, que puede ser una empresa), enunciar los nombres, apellidos, dirección, teléfonos, entre otros. (Casilla No. 7 del formulario).

- Si la solicitud es presentada para legitimar el interés en el Ecuador enunciar los datos pertinentes. (Casilla No. 8 del formulario).

- Para el caso de marcas figurativas o mixtas adherir en la casilla No. 9 del formulario, la etiqueta correspondiente.

- Descripción clara y completa de la marca, así, si se trata de un signo denominativo, escribir las palabras que lo conforman, si es figurativo, describir las formas, colores, etc., y si es mixto, describir las letras y figuras que lo conforman. (Casilla No. 10 del formulario).

- Enunciación de los productos, servicios o actividades que protege. Casilla No. 11 del formulario).

- Número de clasificación de acuerdo a los productos o servicios que protege. (Casilla No. 12 del formulario).

- Si se solicita un Lema Comercial, se debe indicar la marca a la que acompaña, se enuncia la denominación, número de solicitud, fecha, clase internacional (se refiere a las clasificación NISA, es decir un código de productos y servicios con el que trabaja el IEPI, en el caso de ropa los códigos son clase 25 refiriéndose a vestidos y calzado, si

es cuero la clase es 18) de la marca a la que acompaña el lema. (Casilla No. 13 del formulario).

- Si se solicita previamente la marca dentro de los 6 meses en cualquiera de los países de la Comunidad Andina, se escribe los datos de la marca, la fecha de presentación, el número de trámite y el país. (Casilla No. 14 del formulario).

- La solicitud de registro debe ser asistida por un Abogado, enunciándose su nombre, casillero IEPI (en Quito, Guayaquil o Cuenca) o Judicial (solo en Quito), para el caso de abogados de otras provincias, señalarán una dirección domiciliaria para que lo notifiquen. (Casilla No. 15 del formulario).

- Como anexos, incorporarán: (casilla No. 16 del formulario)

a) Comprobante original de pago de tasa que tiene un costo de 54 dólares. El comprobante deberá constar a nombre del solicitante o el Abogado encargado.

b) Para el caso de marcas figurativas o mixtas, 6 etiquetas en papel adhesivo de 5X5 cm.

c) Copia de la cédula de ciudadanía, si el solicitante es una persona natural.

d) Copia de la primera solicitud, en caso de requerir prioridad.

e) Poder, en caso de no firmar directamente el solicitante o su Representante Legal

f) Nombramiento (trámite legal) del Representante Legal

g) Para el caso de marcas de certificación y colectivas, el reglamento de uso de la marca (constituido bajo la dirección de la empresa o persona natural solicitante de la marca), lista de integrantes, copia de los reglamentos que conciernen al solicitante.

h) Para el caso de denominaciones de origen, designación de la zona geográfica, documento que justifique el legítimo interés, reseña de calidades, reputación y características de los productos.

- Firma del Solicitante (casilla No. 17 del formulario)

- Firma del Abogado Patrocinador, y su número de matrícula (casilla No. 18 del formulario).¹

REGISTRO DE DERECHOS DE AUTOR:

Para registrar una obra dentro de los derechos de autor, es necesario llenar una hoja de datos que constará de:

1.Escribir los datos del autor o autores. Si hay más de tres autores, adjuntar los nombres en una hoja adicional.

2.Si la obra a registrar es sucesiva, deberá mencionárselo y el registro podrá hacerse a nombre del autor o autores o herederos reconocidos por la ley.

3.Escribir el seudónimo, es decir un distintivo en caso de tenerlo.

4.Escribir el nombre de la persona natural o jurídica que aparezca indicado en la obra. En la obra colectiva, generalmente, es quien haya organizado, coordinado y dirigido la obra.

En cuanto a los datos de la obra:

1.Indicar de manera exacta el nombre de la obra a registrar.

2.Mencionar la fecha de publicación masiva de la obra por primera vez.

3.Indicar si la obra es inédita o si ya a ha sido publicada.

4.Señalar con una X si la obra a registrar es musical, es-cultura, pintura, dibujo, grabado, litografía, planos, mapa, obra fotográfica, o señalar lo que corresponda.

5.Indicar las principales características de la obra para identificarla perfectamente.

El solicitante por su lado:

1.Debe indicar los datos de la persona que hace la solicitud, junto a la firma del Abogado Patrocinador, firma recomendable pero no obligatoria.

2.Si el representado es persona jurídica, deberá acompañar sus datos de un documento que legitime su representación.

Adicionalmente se requiere:



1 www.iepi.gob.ec

- 1.Si la obra a registrar es un cuadro, retrato, pintura, dibujo, busto, escultura, se debe acompañar una fotografía.
- 2.En el caso de planos, croquis, mapas, fotografías, se debe adjuntar una fotocopia de ellos.
- 3.Adjuntar el recibo de pago de la tasa correspondiente.
- 4.Anexar la fotocopia de la cédula de ciudadanía del autor.
- 5.Si la obra tiene más datos de los expuestos en el formulario, anexarlos en una hoja adicional.

REGISTRO DE DISEÑO INDUSTRIAL:

Para llenar el formulario de registro de diseño industrial se debe tomar en cuenta las siguientes instrucciones:

- Llenar la solicitud en letra arial 12 formatos WORD.
- Ingresar primero los apellidos con mayúsculas y luego los nombres con minúsculas.
- Los gráficos en formato jpg.
- Luego del ingreso de cada solicitante tabular (TAB).
- Ingresar las siglas internacionales de acuerdo con la norma ISO estipulada.
- Adicionar en el CD o disquete la memoria descriptiva.
- Cualquier adicional presentarlo por separado.
- Acompañar a la solicitud en CD una copia en papel, que deberá firmar el solicitante y un abogado, según lo dispuesto en la Ley de Abogados del Ecuador, para trámites administrativos.
- Si el solicitante es persona jurídica irá la firma de su representante legal., o del apoderado, quien lo representará.²

REGISTRO DE PATENTES:

Se patentaría según los siguientes requisitos y trámites del IEPI:

1.La solicitud de registro de patente: cedula de identidad del solicitante, del inventor, y del representante o apoderado. La solicitud deberá estar acompañada del nombre y descripción de la invención, los planos y dibujos necesarios, y el comprobante de pago correspondiente.

2.Si cumple con los aspectos formales, se publica en la Gaceta de Propiedad Intelectual. Si se presenta la oposición de alguien a la patente, deberán seguir un trámite legal con fundamentos para que la patente no sea concedida.

Es necesario explicar que la Gaceta, es medio el ofrece el IEPI para dar a conocer las solicitudes de marca, patente, diseño industrial, etc. La Gaceta de información se actualiza mensualmente y el acceso puede ser a través de la página web www.iepi.gob.ec, encontrándose disponible información de marcas, patentes, obras bajo autoría y más, registrados virtualmente desde enero del presente año 2011. La información anterior a esta fecha se encuentra en las gacetas documentadas en las oficinas del IEPI de las respectivas provincias en donde se encuentra la entidad. La gaceta es un libro de consulta de registro, más no de recopilación de información sobre los registrados.

3.La Dirección Nacional de Propiedad Industrial realizará un examen sobre la patentabilidad de la invención. Si el examen es favorable se concede la patente, si es parcialmente favorable se da la patente pero bajo la responsabilidad a reclamos al supuesto titular, si no cumple ninguna de las condiciones se negará la solicitud.

4.La patente concede derechos por 20 años, en este tiempo pagará mantenimiento, de no efectuarse el pago, la autoridad declarará la patente caduca.

La solicitud de patentamiento debe cumplir 3 requisitos de carácter obligatorio:

- Nivel inventivo: se refiere a que sea un reto para la persona experta en la materia que trata la invención.
- Aplicación industrial: Que pueda ser utilizado en la reproducción ilimitada.
- Novedad: que constituya un invento innovador sin divulgación previa a la patente.³

2 www.iepi.gob.ec
3 www.iepi.gob.ec

Los pasos descritos en anexos, se refieres al punto 1.3 del capítulo I de este trabajo de tesis, espero que sean útiles.

La Ética
en el Diseño
Textil y Modas
.....
.....