



- LÍNEA

**INNOVACIÓN
EN EL AULA**

Santiago

2024-2

CARRERAS

- Diseño de Moda y Gestión
- Publicidad

Asignaturas

- Sostenibilidad en Moda
- Taller VI

BENEFICIARIOS

85 estudiantes
3 docentes

DOCENTES

María Sofía Calvo Foxley 
Pivonka Loza Soto 

Tutora

Pía Benoit Harris 

FACULTAD DE DISEÑO
FACULTAD DE COMUNICACIONES

Metodologías interdisciplinarias para el estudio de la sostenibilidad en la moda

RESUMEN

El proyecto “Metodologías interdisciplinarias para el estudio de la sostenibilidad en la moda” realizado durante el segundo semestre de 2024, se desarrolló como iniciativa de las carreras de Diseño de Moda y Gestión y Publicidad de la Universidad del Desarrollo (UDD) con apoyo del Centro de Innovación Docente (CID). Esta propuesta buscó facilitar el aprendizaje colaborativo entre estudiantes de ambas disciplinas, mediante el diseño de una activación / campaña promotora de una cultura de gestión de residuos textiles en sintonía con los lineamientos de la Estrategia de Economía Circular para Textiles y la incorporación de los residuos textiles en la Ley N°20.920 de Responsabilidad Extendida del Productor (REP).

Dentro de los resultados alcanzados destaca la definición de un marco metodológico compartido y planificación conjunta de contenidos entre las asignaturas de Sostenibilidad en Moda y Taller VI. En definitiva este proyecto marcó un avance significativo en la incorporación de metodologías colaborativas que fomentan pensamiento crítico, actitud interdisciplinaria, y reflexión sobre los desafíos de sostenibilidad en la industria de la moda.

INQUIETUD ATENDIDA CON LA INNOVACIÓN IMPLEMENTADA

La necesidad de desarrollo del proyecto surge de una doble constatación. En primer lugar, se identificó en la asignatura Sostenibilidad en Moda una dificultad recurrente por parte del estudiantado para aplicar metodologías que les permitieran vincular los contenidos teóricos con la realidad territorial y proponer soluciones viables ante problemáticas socioambientales concretas. Esta brecha se había evidenciado en ejercicios evaluativos y actividades de curso, especialmente al abordar temáticas como la gestión de residuos textiles. En segundo lugar, la falta de espacios sistemáticos de trabajo interdisciplinario – clave en los procesos de innovación hacia la sostenibilidad – limitaba el desarrollo de habilidades de colaboración entre disciplinas afines como el diseño y la publicidad.

En este sentido, la iniciativa se alineó con los pilares de Interdisciplina y Aprendizaje Experiencial del Proyecto Educativo UDD Futuro, entendidos como herramientas que permiten generar conocimiento contextualizado, transferible y funcional (Romero, 2010; UDD, 2018). Además, se inscribió en una coyuntura país que exigía una transformación urgente del sector moda, en concordancia con políticas públicas como la Estrategia de Economía Circular para Textiles y la incorporación de los residuos textiles en la Ley REP. Así, la elaboración de una metodología que combinara saberes disciplinares y promoción de trabajo colaborativo en contextos reales se volvió fundamental en la formación de profesionales capaces de enfrentar los desafíos de sostenibilidad que marcarán la industria en los próximos años.

OBJETIVOS PROPUESTOS PARA LA EJECUCIÓN DE LA INNOVACIÓN

Objetivo general

Facilitar el aprendizaje colaborativo entre los estudiantes de la asignatura Sostenibilidad en Moda de la carrera de Diseño y los estudiantes del Taller VI de la carrera de Publicidad, mediante la implementación de metodologías interdisciplinarias para desarrollar proyectos conjuntos que comuniquen y promuevan una cultura de gestión de residuos textiles durante el período 2025-1.

Objetivos específicos

1. Adaptar metodologías interdisciplinarias que integren los enfoques y contenidos de las asignaturas Sostenibilidad en Moda y el Taller VI, para facilitar la colaboración entre docentes y estudiantes de ambas disciplinas en el desarrollo de proyectos conjuntos que comuniquen y promuevan la gestión de residuos textiles.
2. Aplicar la metodología interdisciplinaria diseñada en las actividades y proyectos conjuntos entre los estudiantes de las carreras de Diseño y Publicidad durante el periodo 2025-1.

3. Evaluar la efectividad de la metodología interdisciplinaria implementada, mediante la recopilación y análisis de retroalimentación de los estudiantes y la evaluación de los proyectos desarrollados, a través de resultados de aprendizaje específicos de cada carrera e interdisciplinarios.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACCIONES DESARROLLADAS

Esta innovación docente se implementó entre marzo y junio de 2025, involucrando a involucrando a 55 estudiantes de la asignatura Sostenibilidad en Moda (divididos en tres secciones)^[1] y a 30 estudiantes del Taller VI de Publicidad. El lanzamiento oficial del proyecto se realizó en marzo, mediante un encuentro conjunto donde participaron todos los estudiantes que integrarían los grupos mixtos. En esta instancia se presentaron los objetivos, se firmaron consentimientos informados, y se introdujo la metodología metodología “Mirar bajo el agua”, centrada en la observación activa y la formulación de preguntas clave.

En abril, los estudiantes de diseño expusieron su investigación en formato infografía a sus pares de publicidad, insumo base para construir los briefs de campaña. Posteriormente, se implementó la metodología “Vuelta de Tuerca”, que permitió a los equipos la creación de un brief y profundizar en los desafíos identificados para generar soluciones comunicacionales estratégicas. En mayo, los grupos interdisciplinarios presentaron sus propuestas de activación y campaña, orientadas a la prevención de residuos textiles.

En junio, los estudiantes de diseño ejecutaron las activaciones en terreno, mientras que los estudiantes de publicidad desarrollaron videos caso que documentaron dichas acciones. Como cierre del proceso, se realizó un acto de clausura, donde un jurado externo revisó una lista corta de tres videos seleccionados por las docentes de publicidad y se premió la(s) propuesta(s) destacada(s).

Cabe mencionar que, paralelamente, una tercera sección de sostenibilidad (20 estudiantes) fue instruida en las metodologías sin participar en grupos interdisciplinarios, funcionando como grupo de implementación parcial. Una cuarta sección (19 estudiantes) abordó el mismo desafío sin interacción con estudiantes de publicidad ni acceso a las metodologías, actuando como grupo de control.

La evaluación del proceso consideró observación directa, revisión de entregables, encuestas de percepción y análisis comparativo, entregando evidencia respecto a las mejoras del pensamiento estratégico, colaboración y pertinencia comunicacional entre los estudiantes.

[1] Dos con implementación total y una parcial.

RESULTADOS

La innovación docente logró cumplir satisfactoriamente los tres objetivos específicos planteados.

- **Se alcanzó el 100% de participación de los docentes** implicados en la definición de marcos metodológicos y planificación de contenidos, consolidando una metodología interdisciplinaria basada en las herramientas “Mirar bajo el agua” y “Vuelta de Tuerca”.
- **El 100% de los estudiantes que integraron los grupos mixtos** - 35 de diseño y 30 de publicidad - **aplicaron la metodología en la creación de activaciones y campañas de prevención** de residuos textiles, abordando desafíos reales mediante pensamiento crítico, colaboración y reflexión, en coherencia con los resultados de aprendizaje interdisciplinarios establecidos.
- **Todos los estudiantes de estas secciones lograron realizar satisfactoriamente el proceso de diseño y ejecución de sus activaciones** superando la previsión inicial en la que se esperaba que solo el 70% de ellos lograrían realizar satisfactoriamente este proceso, cumpliendo con los criterios evaluativos definidos en sus respectivas asignaturas.

Pese a lo mencionado, no se logró aplicar la encuesta de satisfacción al 100% de los estudiantes. Sólo 13 estudiantes de diseño completaron la encuesta, aunque 29 entregaron observaciones cualitativas en sus informes finales evaluados como examen, lo que permitió recoger información relevante sobre la experiencia. En el caso de los estudiantes de publicidad, no se obtuvo respuesta, y no se cuenta con evidencia que permita identificar las causas. Independiente de ello, el análisis global de los productos generados, las rúbricas aplicadas y la reflexión estudiantil evidencian que el objetivo general del proyecto – facilitar el aprendizaje colaborativo para promover una cultura de gestión de residuos textiles desde la interdisciplina – fue alcanzado.

En cuanto a las percepciones de estudiantes de diseño sobre este desafío recabadas en el informe final de los grupos que efectuaron la activación, destacan las siguientes:

“Esta instancia permitió evidenciar la importancia del trabajo interdisciplinario, tanto en el contexto académico como en el profesional. Colaborar con otras disciplinas enriquece los proyectos y entrega aprendizajes valiosos, como la adaptación a diferentes formas de trabajo y la capacidad de dialogar frente a visiones distintas”.

“Enfrentar un desafío interdisciplinario en la universidad, como el que vivimos al trabajar junto a la carrera de Publicidad, fue una experiencia compleja pero profundamente formativa. Desde Diseño de Moda y Gestión asumimos el proyecto con un alto nivel de compromiso, entendiendo que colaborar con otras disciplinas es parte esencial de nuestra formación profesional y una preparación directa para el mundo laboral, donde constantemente se cruzan visiones, lenguajes y formas de trabajo”.

“En lo personal, creo que fue una instancia bastante reveladora y real en relación con el mundo que nos espera al momento de egresar. Por un lado, la interdisciplina es algo fundamental en el contexto de la sociedad actual, pues significa momentos enriquecedores de cruces entre disciplinas con fronteras difusas, y así mismo nos aportó en conversar, trabajar y sacar adelante un gran y poderoso proyecto”.

RECOMENDACIONES PARA LA UTILIZACIÓN DEL RECURSO

A partir de la experiencia de implementación se identifican distintas recomendaciones clave para futuras versiones del proyecto.

- **Alinear carga horaria de asignaturas participantes:** esto para que el desafío compartido tenga igual peso y prioridad para ambos grupos de estudiantes, favoreciendo un compromiso simétrico en todas las etapas del proceso.
- **Incorporar instancias tempranas de encuentro entre estudiantes:** facilitar diversas instancias informales y dinámicas de conocimiento entre estudiantes de distintas disciplinas, para así establecer vínculos de confianza previos al trabajo colaborativo. En la presente edición, si si bien hubo interacción en seis de las 17 sesiones del semestre, los estudiantes tendieron a coordinarse exclusivamente por WhatsApp, sin generar la cercanía que fortalece el trabajo interdisciplinario.
- **Establecer momentos formales de retroalimentación intermedia entre los grupos:** generar momentos que permitan ajustar el proceso de trabajo y distribuir equitativamente las responsabilidades y roles, previniendo asimetrías en la ejecución.

Estas recomendaciones surgen de reconocer tanto las condiciones favorables (motivación docente, pertinencia temática, compromiso general del estudiantado) como las desfavorables (asimetría en carga horaria, diferencias de involucramiento y coordinación intergrupala), y buscan fortalecer la implementación de innovaciones interdisciplinarias en el aula.

CONCLUSIONES

El proceso de implementación de la innovación docente permitió cumplir con los objetivos propuestos, en especial la promoción de un aprendizaje colaborativo e interdisciplinario que favorecedor del desarrollo de competencias como el pensamiento crítico, la reflexión y la transferencia de conocimientos a problemáticas reales. A pesar de ciertas dificultades, como la diferencia de carga horaria entre asignaturas y la limitada interacción inicial entre estudiantes, los resultados alcanzados dieron respuesta al problema original: la necesidad de dotar al estudiantado de herramientas prácticas y colaborativas para abordar los desafíos de la sostenibilidad en la moda.

La experiencia evidenció el valor de integrar disciplinas diversas y metodologías provenientes del ámbito profesional, como Mirar bajo el agua y Vuelta de Tuerca, para diseñar campañas con foco en el cambio cultural. Esta innovación no solo demostró su efectividad en el aula, sino que también generó interés institucional: fue compartida en un café temático del Seminario IDEA 2025 UDD, lo que motivó su proyección a otros contextos, como una futura implementación en una asignatura conjunta entre el Magíster en Data Science y el Magíster en Gestión de la Sustentabilidad.

Además, los productos resultantes – los video caso – serán presentados en la Feria de Educación Ambiental de la Región Metropolitana, y una de las activaciones creadas por estudiantes será parte de la representación institucional en ese espacio. Estas instancias fortalecen la continuidad del proyecto y abren nuevas posibilidades de articulación con otras carreras, niveles formativos y espacios de vinculación externa, por lo que, para asegurar su proyección dentro de la carrera, se plantea como futura línea de trabajo la integración de estos enfoques metodológicos a otras asignaturas del eje de sostenibilidad, la formación de docentes en trabajo interdisciplinario y la generación de una estrategia institucional que fomente desafíos de este tipo con condiciones de paridad entre las carreras participantes.

REFLEXIÓN DOCENTE

Esta innovación representó una experiencia profundamente enriquecedora para la práctica pedagógica de la asignatura Sostenibilidad en Moda. El proyecto permitió no solo aprender y aplicar metodologías propias del ámbito de la publicidad – como Mirar bajo el agua y Vuelta de Tuerca –, sino también integrarlas en el proceso formativo de las y los estudiantes de diseño, ampliando sus herramientas creativas y estratégicas en contextos reales de activación. Desde una perspectiva profesional y académica, el trabajo conjunto con las docentes implicadas de Publicidad (Taller IV, co-responsable y tutora) se constituyó como una genuina oportunidad de aprendizaje, enmarcada en un ambiente de respeto, compromiso y buena

disposición, donde incluso el humor jugó un rol clave para sortear los desafíos propios de una primera implementación.

Si bien las expectativas de obtener resultados perfectos estuvieron presentes en todo momento, se valora profundamente la experiencia por lo que logró sentar: una base sólida para futuras colaboraciones interdisciplinarias entre carreras que, aunque afines, rara vez interactúan de manera intencionada durante la formación universitaria, a pesar de compartir espacios en el mercado laboral. Mostrar esa oportunidad estratégica al estudiantado se configura, sin duda, como un camino que las y los docentes debieran seguir explorando y perfeccionando.

Por su parte, la experiencia vivida por el equipo docente de Taller VI de la carrera de Publicidad fue altamente positiva, ya que permitió comprender de forma práctica cómo los procesos interdisciplinarios requieren un esfuerzo significativo, tanto en términos de pensamiento como de disposición.

Este ejercicio puso en evidencia la necesidad de que cada docente pueda ponerse en el lugar de otra disciplina y entender cómo piensan sus estudiantes, reconociendo que el hecho de tratarse de carreras afines no garantiza el éxito, aunque ciertamente facilita el entendimiento mutuo.

Asimismo, resultó un aprendizaje valioso el diseño de estrategias que fomentaran la cooperación conjunta y una motivación constante entre todos los participantes. Sin duda, fue una experiencia formativa que prepara para futuras intervenciones colaborativas en contextos similares.

REFERENCIAS

Romero Ariza, M. (2010). El aprendizaje experiencial y las nuevas demandas formativas. *Revista de Antropología Experimental*, 10, 89–102.

Universidad del Desarrollo. (2018). *UDD Futuro. Proyecto Educativo Pregrado*.