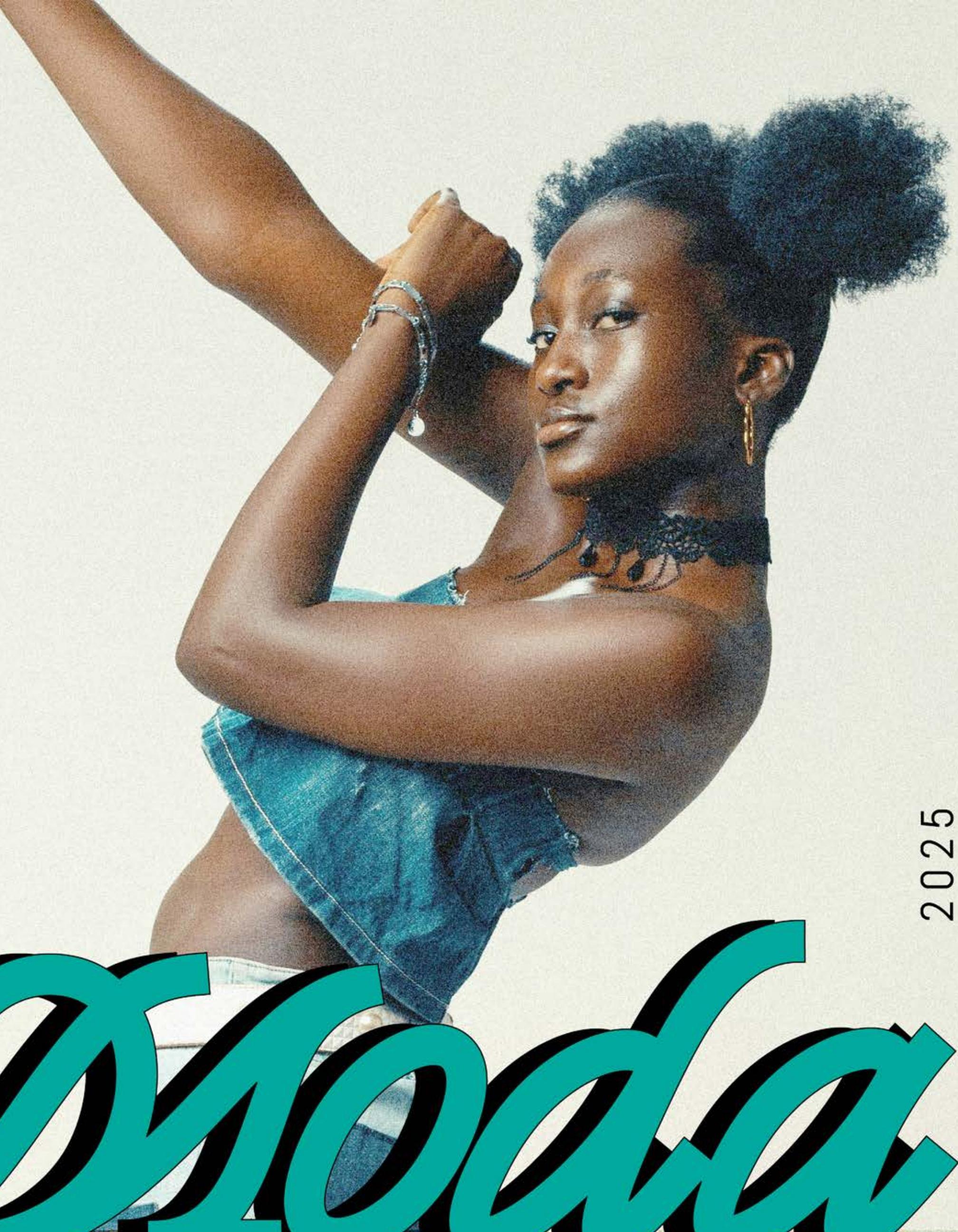


VERSIÓN 01

2025



Moda & SOSTENIBILIDAD

Especial Moda Sustentable: **creatividad e innovación**

La industria de la moda vive un punto de inflexión. Cada vez más marcas, diseñadores y emprendedores están replanteando sus procesos para reducir el impacto ambiental y promover el consumo consciente. En este especial de Diario Sustentable, reunimos entrevistas, casos inspiradores y ejemplos de emprendimientos chilenos que están transformando la forma en que vestimos: desde la moda circular y el reciclaje textil, hasta iniciativas de colaboración, innovación social y diseño con propósito.

Porque vestir también puede ser un acto de sostenibilidad, te invitamos a descubrir cómo la creatividad está dando forma a un futuro donde la moda se vive con estilo, pero también con responsabilidad.

Felipe León, Fundador Diario Sustentable

ÍNDICE

05.	Introducción	24.	Moda con identidad desde la Patagonia al mundo
07.	Un futuro circular en Chile	27.	Nuestra Selección Local
08.	Voces que son parte del cambio	29.	Entrenudos
10.	El desafío de transformar el residuo en recurso	31.	Fundación Textil Circular
13.	De la percha a la sostenibilidad	33.	Katherine Cares
15.	Moda desde distintos frentes	34.	Epifanía
17.	Comunicación territorial	37.	Shumanga
19.	Diseños sostenibles y nuevas tecnologías	39.	Wetter
		42.	Not Fancy
		43.	WasteSur
		45.	Minka
		48.	Futureal

51. **Cuando la música vibra junto al discurso climático**

- 53. La música como protesta ambiental
- 55. Coldplay y su gira con balance climático
- 57. La sostenibilidad como extensión de Billie Eilish
- 59. Expectativas del público y tensiones pendientes

La industria de la moda, una de las más contaminantes del planeta, enfrenta hoy un desafío ineludible, ser sostenible o desaparecer. En Chile, este imperativo se ha hecho más urgente que nunca. Con un consumo per cápita que nos sitúa como grandes importadores de ropa usada y una tasa de reciclaje que no supera el 1%, el país se ha convertido en un brutal testimonio del impacto del modelo lineal de producción.

Desde el basural textil de Alto Hospicio hasta la falta de regulación, la crisis del fast fashion se manifiesta con par-

ticular fuerza en nuestro territorio. Pero en medio de esta problemática, ha surgido un nuevo paradigma. Este especial reúne a las voces y proyectos que están liderando el cambio, demostrando que otro camino es posible. A través de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (Ley REP), la innovación tecnológica y el compromiso de activistas, diseñadores y emprendedores, la moda chilena está reescribiendo su historia.

Además, la cultura y el arte se suman a la conversación, con la música actuando como

una poderosa caja de resonancia para las causas ambientales, llevando el mensaje de la sostenibilidad a una audiencia masiva. Exploramos cómo el residuo se transforma en recurso, la tradición en vanguardia y la conciencia en acción, forjando un futuro circular para la industria textil de la mano de un nuevo diseño, economía y cultura.



UN FUTURO CIRCULAR EN CHILE

La industria de la moda en Chile está experimentando un cambio significativo. Desde el 24 de junio de 2025, los textiles fueron oficialmente declarados productos prioritarios bajo la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (LEY REP). Esta medida impulsa al sector hacia prácticas más sostenibles. Chile genera más de 572 mil toneladas de residuos textiles al año, con un consumo individual de 32 kilos anuales. Somos el cuarto importador global de ropa usada. La industria textil es, además, una de las más contaminantes, con una tasa de reciclaje que apenas supera el 1%. La Ley REP exige desde junio a los productores e importadores que se hagan cargo del ciclo de vida completo de sus productos. Como primer paso, deben inscribirse en el Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC) y declarar anualmente la cantidad de textiles que introducen al mercado.

VOCES QUE SON PARTE DEL CAMBIO

La transformación no ocurre en el vacío. Para entender el alcance de esta nueva legislación, su potencial de cambio y el rol que ha tomado la moda en Chile es clave escuchar a quienes ya están actuando desde distintos frentes. A continuación, presentamos una serie de entrevistas y reportajes con voces influyentes del ecosistema textil sostenible en Chile. Diseñadores, emprendedores, comunicadoras e innovadores tecnológicos que están reescribiendo la historia de la moda desde la sustentabilidad.





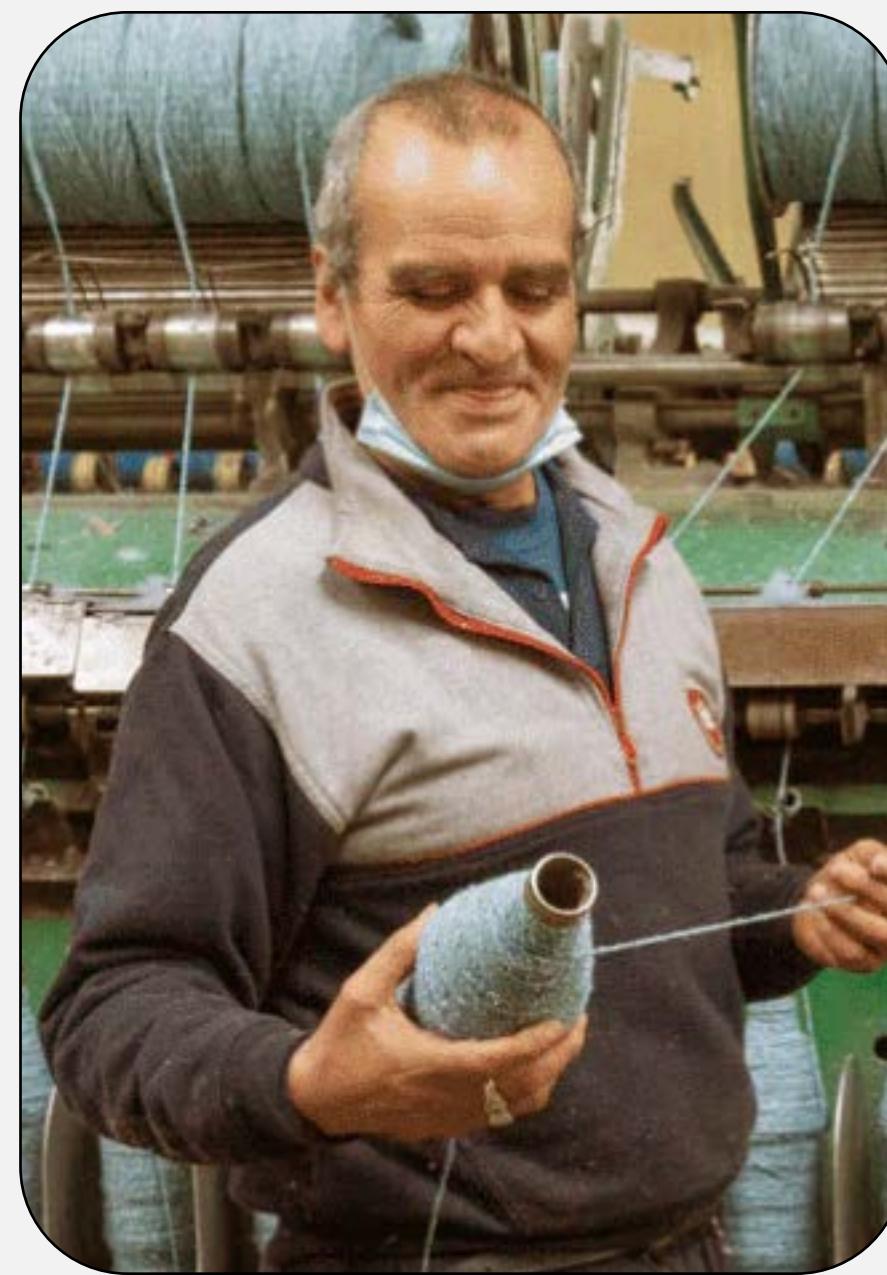
Rosario Hevia

El desafío de transformar el residuo en recurso

Rosario Hevia, fundadora de Ecocitex, ha sido pionera en Chile en dar una segunda vida a los textiles. Desde su rol como emprendedora circular, ha promovido activamente la valorización de residuos textiles a través del reciclaje mecánico y la articulación con distintos actores del ecosistema. En esta sección, Hevia considera que la incorporación de los textiles a la Ley REP representa una validación a los esfuerzos

por una moda más sostenible y permitirá profesionalizar al sector. También ha advertido sobre los desafíos relacionados con el tipo de residuos, la trazabilidad y la necesidad de fomentar modelos integrales que combinen reutilización, supra-reciclaje y reciclaje mecánico.

Para Hevia, la inclusión de los textiles en la Ley REP es una gran noticia, pero advierte que los desafíos son múltiples:



"No hay una única solución para el residuo textil, porque es extremadamente diverso. Se necesita una estrategia que priorice la reutilización, luego el supra-reciclaje, y finalmente el reciclaje mecánico".

"Eliminar el IVA a la ropa usada nacional recolectada y vendida en el país podría marcar una diferencia en la competitividad frente a la ropa usada importada. Necesitamos fomentar un mercado local con incentivos reales y financiamiento para los emprendimientos circulares", concluye.



De la percha a la sostenibilidad

En el dinámico escenario de la moda sustentable, Vestuá se ha posicionado como un actor clave en Chile. Su propuesta se basa en prolongar la vida útil de la ropa a través de un modelo de economía circular que incluye compraventa de segunda mano, alianzas con ONGs y acciones de educación para el consumidor.

Hablamos con Santiago Valdés, quién nos explicó que la empresa trabaja con organizaciones como Coaniquem, Bazar de María, Red Eleam y Debuenafe, para asegurar que la ropa que no cumple con los estándares para reventa pueda seguir generando valor social.

También entrega información transparente sobre el impacto ambiental de cada prenda y ha implementado procesos simples





de participación para fomentar la confianza en el consumo de ropa usada.

Valdés también señala que el compromiso de la empresa va más allá del reciclaje. **"Además de la reventa directa, trabajamos con ONGs como Coaniquem y Red Eleam, quienes reciben productos que no pueden venderse, asegurando que esa ropa siga generando valor, ya sea para financiar obras sociales o mediante la reutilización".**

Con procesos simplificados de venta y donación, Vestuá también apuesta por la educación: **"Lo más importante es hacer fácil el participar"**, afirma. Publican contenido educativo sobre el impacto de la moda, miden el ahorro de CO₂ y agua por cada compra y controlan la calidad de cada prenda que ingresa a su sistema.

MODA DESDE DISTINTOS FRENTE

Para profundizar en los desafíos y oportunidades de la sostenibilidad en la moda, reunimos tres miradas que marcan el pulso del cambio.

Catalina Droguett desde el eco-periodismo, Mary Isabel Buenaventura desde la innovación tecnológica aplicada al diseño, y desde la Patagonia chilena Filippa Lema, creadora de la marca EFELH, con una propuesta que entrelaza territorio, oficio y propósito. Tres voces que, desde distintos lugares, demuestran que la transformación de la industria textil ya está en marcha.

Catalina Droguett



“Acá no se trata de excluir, se trata de invitar.
La sostenibilidad y la regeneración son
una nueva forma de habitar este planeta”.

Comunicación Territorial

Para profundizar en la comprensión de los desafíos y oportunidades de la sostenibilidad en la industria, presentamos la visión de Catalina Drogueut Parra, una voz fundamental en el ecoperiodismo y la conciencia ambiental en Chile.

Catalina Drogueut enfatiza que la incorporación de los textiles como producto prioritario en la Ley REP marca un punto de inflexión crucial para Chile. Subraya que estamos hablando de una de las industrias más contaminantes a nivel global, con la moda rápida generando **"alrededor del 10% de las emisiones globales de carbono, más que el transporte aéreo y marítimo combinados"**, según el Banco Mundial.

En el contexto chileno, el vertedero textil de Alto Hospicio es un testimonio brutal de esta realidad, donde **"más de 59 mil toneladas de ropa usada ingresan cada año, muchas de ellas sin destino claro, contaminando el suelo, el aire y afectando la salud de las comunidades"**.

Desde su experiencia trabajando en la zona, Drogueut ha sido testigo de cómo esta problemática ha evolucionado. "Ha pasado de la indiferencia a convertirse en un símbolo del impacto de nuestro consumo". Para la ecoperiodista, esta actualización legal tiene un alcance que va más allá de la regulación. **"Creo que esta actualización de la Ley REP no solo apunta a regular, sino a educar, visibilizar y cambiar"**



culturalmente nuestra relación con la ropa. Y eso es clave para avanzar hacia una economía circular real y a una relación más sana con el planeta y con nosotros mismos", afirma.

Más allá de la regulación, ¿Cómo se debe comunicar a la ciudadanía y a la industria para asegurar una implementación efectiva y exitosa en el sector textil?

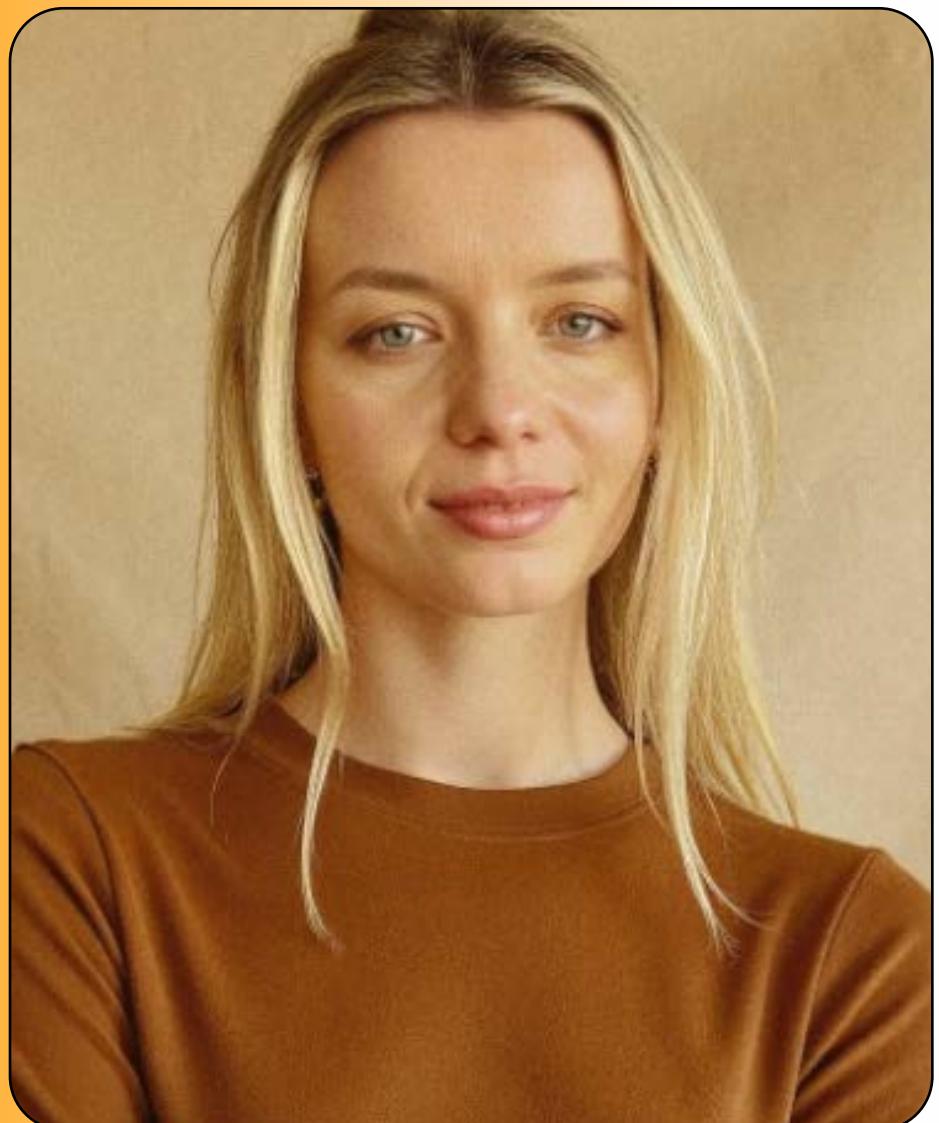
Droguett considera esencial comunicar con claridad que la Ley REP no debe verse como una imposición, sino como **"una gran oportunidad"**. Para la industria, representa la posibilidad de dejar atrás el modelo lineal y sumarse a una economía regenerativa, donde el ecodiseño, la traza-

bilidad y la reutilización de materiales sean la norma.

Para la ciudadanía, el mensaje fundamental es la reconexión con el valor intrínseco de las prendas. Esto implica entender que **"cada decisión de compra es un voto y tiene un fuerte impacto ambiental y social"**. La ecoperiodista insta a ir más allá de **"romantizar el reciclaje como única gran solución"** y, en cambio, enfocarse en los principios de reducir, reparar, reutilizar y responsabilizarse. **"Acá no se trata de excluir, se trata de invitar. La sostenibilidad y la regeneración son una nueva forma de habitar este planeta"**.



Mary Isabel Buenaventura



Diseño sostenible y nuevas tecnologías

Mary Isabel Buenaventura, diseñadora, docente y fundadora de Refashion y Design for AI Studio, convirtió la crisis ambiental de las imágenes del desierto de Atacama cubierto de ropa en desuso en un motor de innovación.

"Las imágenes del desierto visibilizaron de manera irrefutable una problemática que ya existía, pero que carecía de narrativas potentes que movilizaran a nivel masivo", explica Mary Isabel. A partir de ese momento, el debate sobre moda sostenible en América Latina se instaló en el centro de las conversaciones sobre consumo y justicia ambiental.



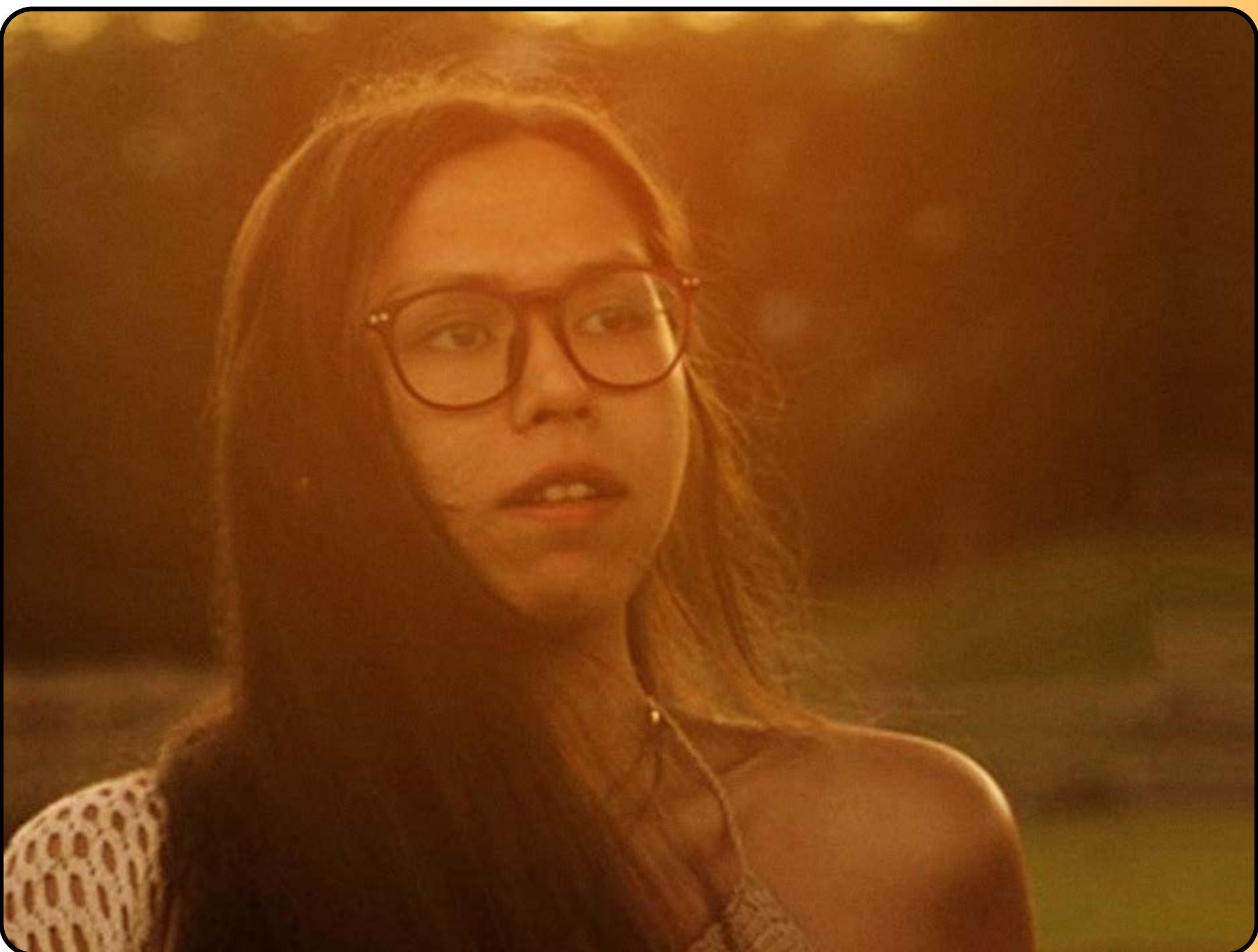


A través de su Design for AI Studio utiliza algoritmos de predicción, simulación y co-diseño para reducir residuos en un 90% y acelerar los tiempos de desarrollo en un 80%. Para Mary Isabel, estos resultados se traducen en impactos concretos: reducir residuos significa mejorar la trazabilidad de materiales y cumplir estándares ambientales, sociales y de gobernanza; acelerar el desarrollo permite probar más ideas con menos riesgo, adaptarse con rapidez al mercado y mantener un enfoque sostenible.

Elegida entre las 100 Jóvenes Líderes 2024, ella afirma: "Hoy el diseño ya no puede ser neutral. Tenemos la responsabilidad y también la oportunidad de imaginar y construir futuros más justos". Desde su punto de vista, Chile tiene una cultura textil diversa, conciencia ambiental creciente y un ecosistema de innovación en expansión.



Filippa Lema



“Lo más desafiante fue traducir esa historia local a un lenguaje visual global, sin perder autenticidad”

Moda con identidad desde la Patagonia al mundo

Desde la Región de Aysén, EFELH como un proyecto que combina propone una nueva forma de hacer moda que sea ética, local y profundamente conectada con el territorio. Filippa Lema, fundadora, diseñadora emergente y estudiante, transformó el desecho de lana y piel ovina en el corazón de una colección que llegó hasta las pasarelas del New York Fashion Week 2025.

Una apuesta que no solo destaca por su estética, sino también por visibilizar una problemática ambiental poco conocida fuera del sur de Chile. La propuesta surgió desde la experiencia directa en el territorio y una pregunta urgente:

¿Cómo es posible que toneladas de materiales con valor se sigan desechar año a año? Desde ahí, EFELH tomó forma

oficio artesanal, recuperación de residuos y narrativas con sentido. **"Lo más desafiante fue traducir esa historia local a un lenguaje visual global, sin perder autenticidad"**, cuenta su creadora.

Para Filippa, la moda sostenible no es una tendencia, sino una responsabilidad. Lema cree que los diseñadores tienen un rol clave en visibilizar problemáticas territoriales y construir nuevas formas de consumo desde lo local. **"La creatividad pude florecer en la escasez. Lo importante es empezar con lo que uno tiene a mano"**.

A composite image featuring two women against a light gray grid background. On the left, a woman with long, wavy, reddish-brown hair is shown from the waist up, wearing a light-colored, ribbed, long-sleeved sweater over a brown belt. She is looking directly at the camera. On the right, a woman with voluminous, curly dark brown hair is shown from the chest up, wearing a light-colored, ribbed, off-the-shoulder top. She is looking slightly to the side. The image is cut off at the bottom.

Su sueño es que la marca se consolide como un proyecto sostenible en lo económico y lo ambiental, y seguir explorando innovaciones como el curtido vegetal, tintes naturales y el cruce con la biotecnología.



Más que una marca, EFELH busca abrir conversaciones y demostrar que es posible hacer moda desde el sur del mundo, con propósito y proyección.

NUESTRA

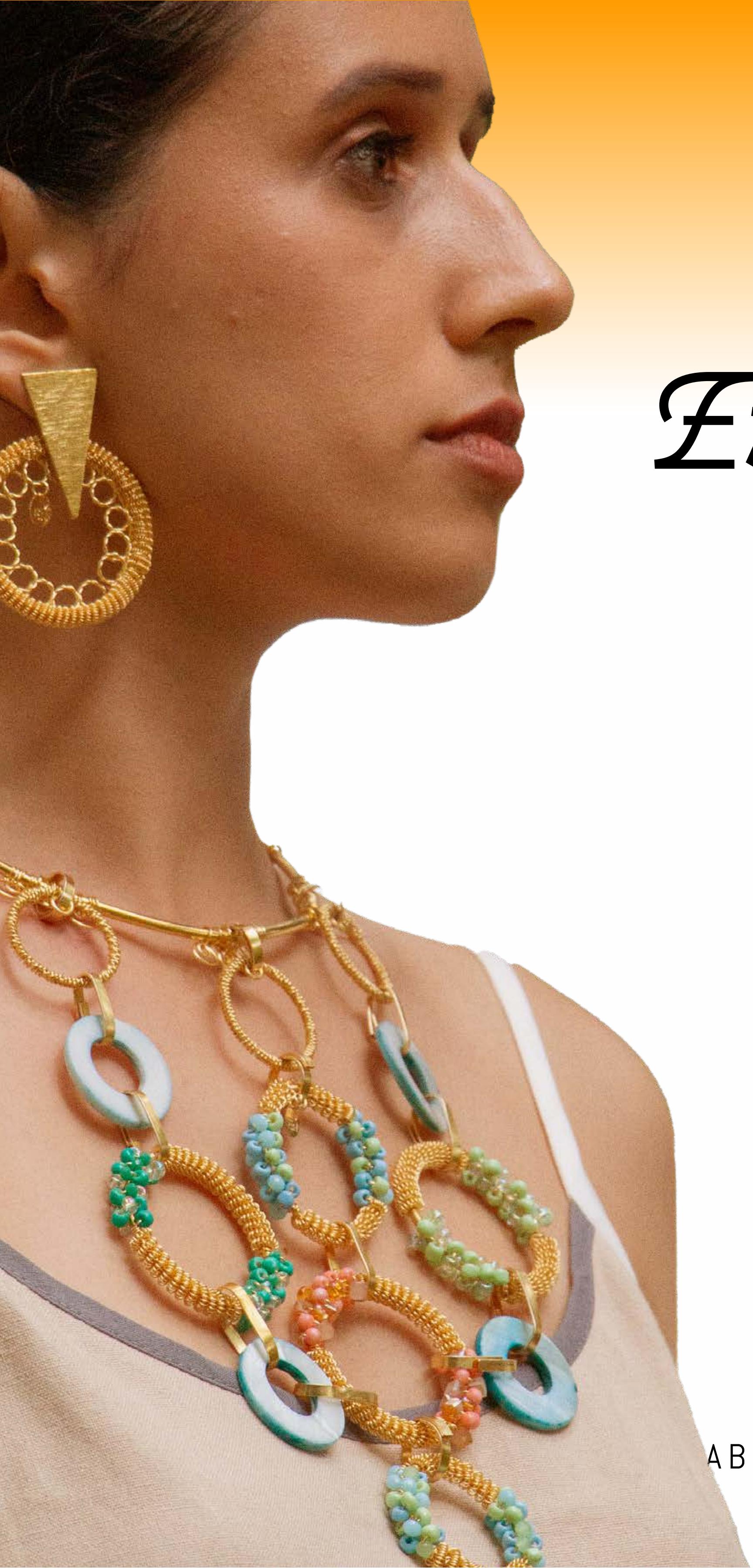
SELECCIÓN



Local

En Chile, la moda se está reinventando desde distintos rincones: talleres, comunidades y proyectos que combinan creatividad, sostenibilidad e innovación.

En esta sección, reunimos algunos emprendimientos que muestran cómo la industria puede transformar residuos en oportunidades, rescatar oficios, impulsar la inclusión social y explorar nuevas formas de consumo, desde el upcycling hasta la moda digital.

A close-up, profile photograph of a woman's face and neck. She is looking to the right. She is wearing several gold-colored necklaces with intricate designs, including large circular pendants and beaded chains. The background is a warm, blurred yellow.

Entre nudos

IG:@Entrenudos.store

Entrenudos nació en 2022 de la mano de Geraldine Volcán Zambrano, con la idea de dar una nueva vida a piezas de bisutería en desuso.

A través del alambrismo y el upcycling, recuperan piedras y cuentas para crear accesorios únicos, involucrando a quienes donan estos materiales en el proceso de selección y limpieza, fortaleciendo así un modelo de economía circular.

ABILIDAD

El proyecto surge como una respuesta al impacto ambiental de la moda rápida, buscando ofrecer una alternativa que apuesta por la producción limitada, la originalidad y el trabajo artesanal.

Además de su tienda online, Entrenudos ofrece capacitaciones para quienes quieren aprender técnicas de alambrismo con materiales reciclados, impulsando un consumo más consciente y responsable.



Fundación Textil Circular

IG: @Fundaciontextilcircular

La fundación nace en Valparaíso en abril de 2024 tras las masivas donaciones de ropa que dejaron los megaincendios. Su sistema de gestión revisa prenda por prenda, aplicando la jerarquía de la economía circular para rescatar textiles y devolverlos a la economía local.

Han recuperado más de 60 toneladas de ropa gracias a voluntarios y recuperadoras, evitando que terminen en rellenos sanitarios. Hoy busca formalizar y poner en valor el trabajo de estas recuperadoras textiles, en su mayoría mujeres, integrándolas en la gestión textil que contempla la Ley REP. Con ello, la fundación no solo promueve el rescate de oficios y el consumo nacional de calidad, sino que también fortalece redes locales que combinan impacto ambiental y desarrollo económico.



Katherine Cárceres

IG: @k.caresssep



Después de dejar su trabajo en 2024, Katherine Cares decidió reconnectar con la costura, una pasión de infancia. Así nació este emprendimiento que transforma camisas de hombre en blusas para mujer, aplicando el upcycling como estrategia para disminuir el desperdicio textil.



Cada prenda es única, marcada por las particularidades de la camisa original. Aunque sostener el proyecto frente a los desafíos económicos ha sido complejo, Katherine se mantiene firme en su propósito de ofrecer una alternativa que promueve el reciclaje de materiales y un consumo más responsable.

Epifanía

IG:@Epifania.chile

Con la convicción de transformar la relación que tenemos con la ropa, Epifanía, liderada por Daniela Romero, combina reatividad, educación y colaboración para promover un consumo consciente y sostenible. Su trabajo se enfoca en comunidades diversas, integrando una perspectiva social y de género que impulsa un cambio desde lo local.

Un punto de inflexión para el proyecto fue la capacitación en upcycling realizada con mujeres privadas de libertad en La Serena, que abrió caminos hacia la inserción laboral y fortaleció su misión social.

Desde entonces, Epifanía ha continuado su labor con vendedoras ambulantes y mujeres en situaciones vulnerables, reafirmando que la moda puede ser una herramienta para la autonomía y la transformación, incluso fuera de los grandes centros urbanos.



• 37 BUILT-IN STITCHES
• 1-STEP AUTO-SIZE BUTTONHOLE
• BUILT-IN EASY THREADING SYSTEM
• JAM RESISTANT DROP-IN TOP BOBBIN
• EASY STITCH SELECTOR DIAL
• BRIGHTLY LIT LED WORK AREA

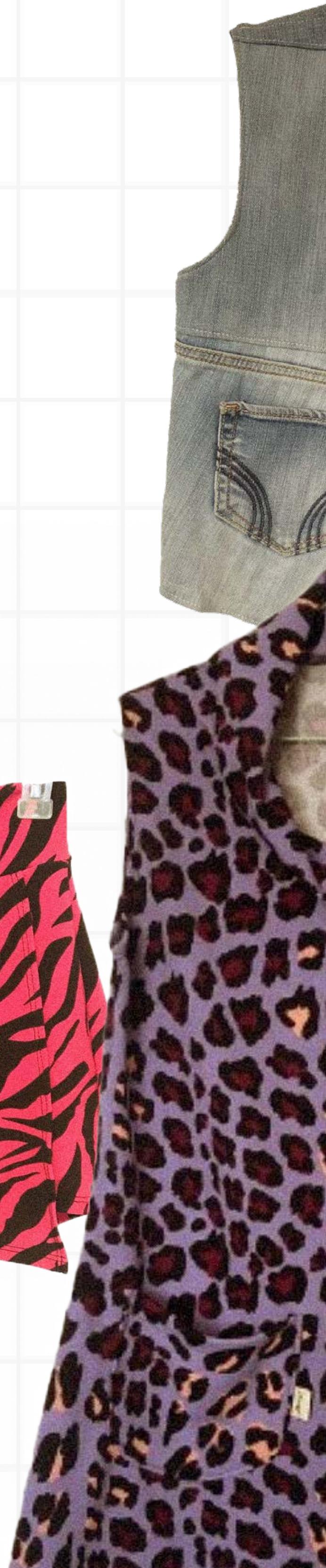
INCLUDES
VARIETY OF
ACCESORIES
QUILTING
ACCESORIES
INSTRUCTIONAL
DVD

BM3850

Shumanga

IG: @Shumanga.arte

Bajo la dirección de Melisa Reley, Shumanga se ha enfocado en transformar residuos textiles en prendas, accesorios y obras e arte con conciencia ambiental. Aunque comenzó trabajando con tejidos a telar, la pandemia y el aumento del precio de la lana llevaron a Melisa a reorientar su proyecto hacia la reutilización y transformación de ropa en malestado. También aprovecha los descartes para crear cuadros textiles, sumando valor a los materiales reciclados.





A través de nuevos diseños y la difusión en redes sociales, Melisa busca motivar a las personas a dar nuevas oportunidades a sus prendas usadas. Entre sus productos más reconocidos están los aros de tela, apreciados por su versatilidad y capacidad de complementar cualquier look.



Wetter

IG: @Wetterlabcl



Wetter, liderado por Felipe Ferrer, nació de la idea de que cada material puede transformarse en algo nuevo y cada objeto puede tener múltiples vidas.

Más que depender de maquinaria para triturar textiles, la propuesta busca generar trabajo real para personas, incorporando manufactura, diseño y materias primas locales. En el corazón del proyecto está la creación de productos con historia, capaces de vincular a quienes los usan con el origen y el proceso que los hizo posibles.

La Ley REP textil abrió nuevas oportunidades para este modelo, especialmente con los uniformes corporativos, que al reutilizarse no solo evitan residuos, sino que también refuerzan el lazo entre las empresas y sus colaboradores. Wetter ha desarrollado procesos junto a marcas como Patagonia y Amphora, donde mermas y descartes vuelven al mercado convertidos en nuevos productos, demostrando que la economía circular también puede ser una experiencia cercana, creativa y con impacto humano.



Not Fancy

TikTok: @Notfancy.podcast

Liderada por Ignacia Núñez, Not Fancy es una comunidad que apoya negocios sostenibles liderados por mujeres en áreas como moda, arte, ilustración y diseño. Su podcast, que cuenta con 41 entrevistas, ha abordado temas clave como moda sostenible y economía circular, reuniendo voces de referentes y ejecutivas de empresas como Patagonia y Natura.

Cada temporada presenta desafíos en financiamiento y producción, pero para Ignacia un momento clave fue entrevistar a la fotógrafa Javiera Eyzaguirre, cuya humildad y profesionalismo inspiraron al equipo.



Wastesur

IG: @wastesur



Liderado por Melania Varas, Wastesur se dedica a la valorización de plástico flexible transformándolo en cuero Wastex, material que luego se utiliza para confeccionar productos funcionales.

A pesar de los desafíos del rubro y la dificultad para mantener ventas constantes, Melania encontró inspiración en un paseo familiar donde sus hijos recogieron basura en la playa, reafirmando el valor de convertir residuos en materia prima y educar sobre el reciclaje desde temprana edad.

El emprendimiento también ofrece productos personalizados para merchandising y regalos corporativos, aportando un sello de responsabilidad ambiental a las empresas.

Melania destaca que entender el negocio requiere conocer a fondo conceptos como sustentabilidad y sostenibilidad, y que la perseverancia es clave para avanzar, incluso cuando el camino es complicado.





Minka

IG: @Minkacl

Con 13 años de trayectoria, Minka, bajo la dirección de María Ignacia Núñez Olea, se especializa en diseñar y comercializar accesorios hechos a mano a partir de descartes textiles. Cada pieza es elaborada por mujeres en situación de vulnerabilidad, promoviendo así la inclusión social y el empoderamiento económico.



La pandemia obligó a la empresa a replantear su modelo, que antes trabajaba con mujeres privadas de libertad, para enfocarse en capacitar a mujeres vulnerables en Recoleta.

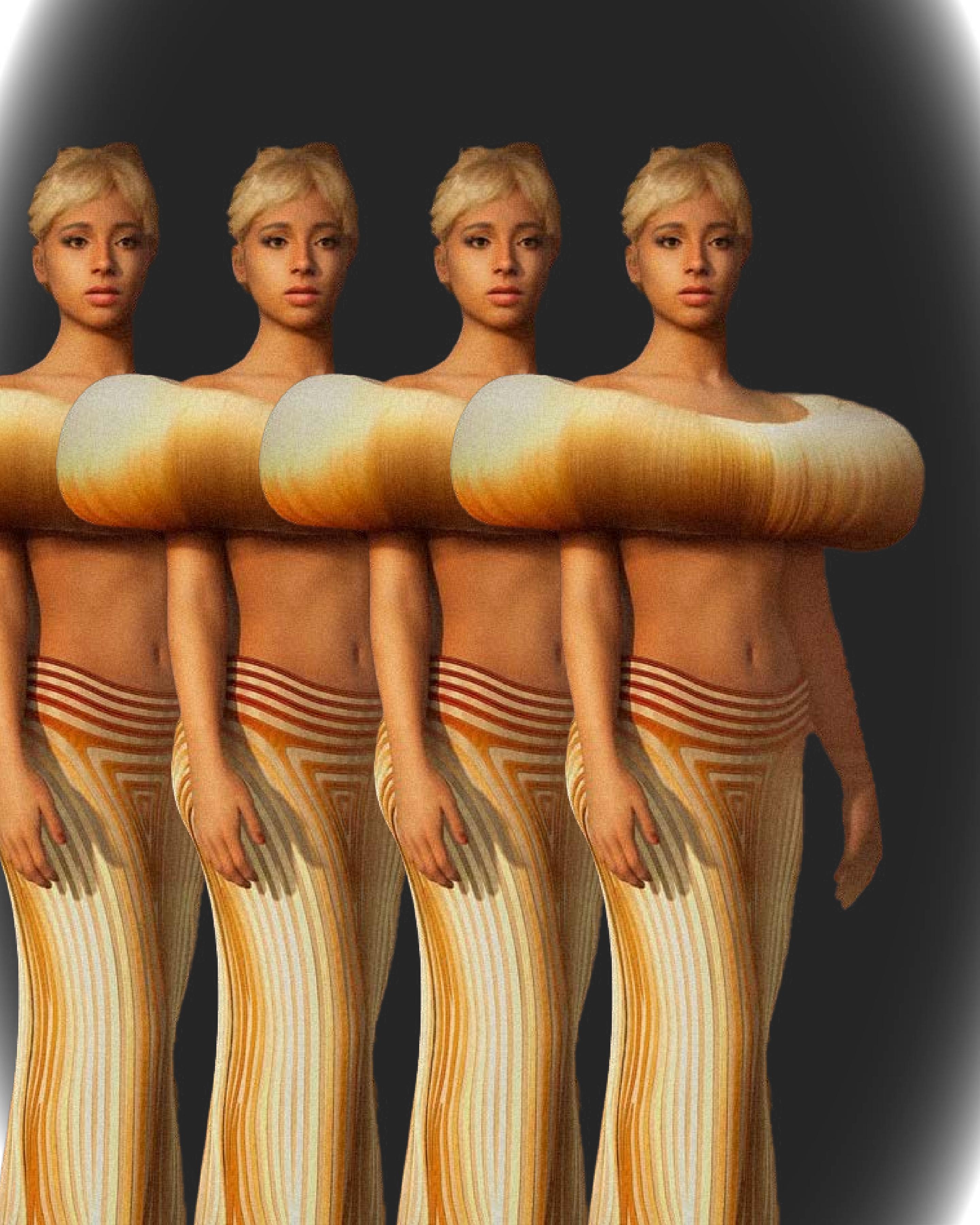
Además, Minka ofrece un servicio de asesoría en economía circular para empresas, ayudándolas a transformar sus propios residuos textiles en productos de alto valor. Entre sus clientes destacan Casaldeas, Mercedes Benz, San Camilo y Soprole.



Futureal

IG: @futurealclub

Futureal, bajo la dirección de Bastián Díaz Orellana, es una empresa pionera en moda digital que busca transformar la industria a través de soluciones tecnológicas y creativas. La compañía ofrece prendas virtuales y servicios de digitalización que permiten reducir residuos textiles físicos, conectando a marcas locales y diseñadores.



La pandemia marcó un punto de inflexión que impulsó a Futureal a concretar su visión, explorando la moda digital como una forma de responder a los cambios en el consumo y producción. Entre sus proyectos destacados está la creación del gemelo digital de Princesa Alba para la Gala de Viña 2025, demostrando cómo la moda digital puede ser una herramienta poderosa para conectar con nuevas audiencias.



CUANDO LA MÚSICA VIBRA JUNTO AL DISCURSO CLIMÁTICO

La sostenibilidad ha dejado de ser un concepto ajeno al mundo del espectáculo. En un contexto donde cada gira musical puede implicar decenas de vuelos internacionales, toneladas de residuos y merchandising masivo, una nueva generación de artistas está repensando el impacto ambiental de subirse al escenario.

Coldplay y Billie Eilish son algunos de los nombres que más visibilidad han dado a las acciones ecológicas en la última década.

Pero la relación entre música y conciencia ambiental no es nueva. Ya en los años 70, figuras como Joni Mitchell, Pete Seeger y Marvin Gaye usaban sus canciones para denunciar la destrucción de la naturaleza y la contaminación industrial. Hoy, esas preocupaciones re-impacto ambiental de subirse surgen con nuevos formatos y estrategias, incluyendo energías renovables, merchandising circular y campañas de conservación asociadas a la estética del show.





La música como protesta ambiental

El cruce entre música y sostenibilidad no es nuevo. A inicios de los años 70, artistas como Joni Mitchell ya denunciaban el deterioro ambiental con canciones como *Big Yellow Taxi* (1970), que criticaba la urbanización y el reemplazo de áreas verdes por estacionamientos. Marvin Gaye incluyó *Mercy Mercy Me (The Ecology)* en su álbum *What's Going On* (1971), adelantándose al concepto de justicia ambiental.

El activismo musical tomó fuerza en la década siguiente. Pete Seeger impulsó la campaña por la limpieza del río Hudson y organizó conciertos a bordo de su barco educativo *Clearwater*.

Afiche Concierto
Farm Aid (1985)



Pete Seeger cantando por la limpieza del río Hudson (EE.UU)

En 1985, Neil Young, Willie Nelson y John Mellencamp fundaron Farm Aid, un festival que aún se realiza anualmente y que promueve la agricultura regenerativa.

Durante los 90 y 2000, Radiohead fue una de las primeras bandas en medir y reducir la huella de carbono de sus giras, evitando vuelos innecesarios y eliminando plásticos de backstage. Pearl Jam y Dave Matthews Band también implementaron programas de mitigación en colaboración con REVERB desde mediados de los 2000, convirtiéndose en referentes en producción de eventos con bajo impacto ambiental. Incluso la industria discográfica comenzó a ser cuestionada. Bandas como R.E.M. y U2 presionaron a sus sellos para reducir el embalaje plástico de los CD, en un momento en que el término "huella ecológica" apenas comenzaba a circular.

Coldplay y su gira con balance climático

Cuando Coldplay anunció en 2019 que no volvería a salir de gira mundial con bajo impacto ambiental. Dos años después, gira hasta que pudiera hacerlo con Music of the Spheres World Tour, presentaron una propuesta de forma ambientalmente responsable, no se trataba de una estrategia publicitaria. La banda británica había identificado un vacío estructural en la industria, y es que no existían mecanismos claros para realizar una planificación del tour integrada desde el inicio sistemas de medición de emisiones, fuentes de





Fotografías de la página oficial de coldplay.

> [www.coldplay.com/
emissions-update](http://www.coldplay.com/emissions-update)

energía renovable y soluciones para el tratamiento de residuos. En lugar de externalizar la sostenibilidad como algo ajeno al espectáculo, Coldplay la puso en el centro del diseño técnico y logístico. La idea de un show que funcione, al menos en parte, gracias a la energía generada por el propio público parecía utópica. Pero hoy es una realidad en estadios de todo el mundo. El resultado ha sido una estructura innovadora que no solo reduce el impacto, sino que abre la conversación dentro de la industria. El equipo detrás de la gira ha publicado informes periódicos y ha trabajado con expertos como Hope Solutions y el MIT para auditar resultados y proponer mejoras.



La sostenibilidad como extensión de Billie Eilish

Con una estética que mezcla vulnerabilidad generacional y crítica al modelo actual, Billie Eilis ha conseguido que la sostenibilidad no sea solo una parte de su propuesta, sino algo esencial de su identidad artística.

En su actual Hit Me Hard and Soft Tour, la artista lleva la conciencia climática a cada punto



Fotografías de la página oficial de Billie Eilish.

de contacto con su audiencia, a reducir su huella personal. desde los materiales del mer- El trabajo detrás del escena- chandising hasta los puntos de rio también es meticuloso. Con hidratación en el recinto. Las apoyo técnico de la organiza- "eco-villages" instaladas en ción REVERB, Eilish y su equi- cada show son espacios edu- po diseñaron una operación de cativos y de activación, donde bajo impacto, eliminando plás- los fans pueden aprender sobre ticos de un solo uso, ofreciendo crisis climática, registrar su alimentación vegana y utilizan- voto en campañas ambientales do transporte logístico más ef- o simplemente comprometerse ciente.

Expectativas del público y tensiones pendientes

Hoy, los artistas enfrentan una audiencia más consciente y verificadas o alianzas con marcas no sustentables, la presión exigente. Según una encuesta de Nielsen (2023), el 73% de los fans menores de 35 años crece.

considera que las acciones ambientales de sus ídolos musicales afectan su decisión de asistir a conciertos o comprar productos oficiales.

La coherencia entre mensaje y práctica importa tanto como el talento. Y aunque aún hay zonas grises, como el uso de

Lo que está en juego no es solo la estética del espectáculo, sino su legitimidad en un contexto global de crisis climática.

Las figuras que ya están reformulando la lógica de sus giras podrían estar marcando el nuevo estándar.

Tanto en la vibrante industria musical como en el dinámico mundo de la moda, la sostenibilidad ha dejado de ser una opción para convertirse en una prioridad estratégica.

La música utiliza su alcance global para concientizar sobre el cambio climático y transformar las prácticas de sus giras, mientras que la moda, impulsada por legislaciones como la Ley REP en Chile, se encamina hacia modelos más circulares. Estos avances no solo demuestran un compromiso creciente con el planeta, sino que también reflejan la demanda de un público cada vez más consciente.

El camino hacia un futuro verdaderamente sostenible requerirá la colaboración continua de artistas, diseñadores, consumidores y formuladores de políticas para seguir innovando y transformando las industrias hacia un impacto positivo.

Moda & SOSTENIBILIDAD