TRO-PIEZA

UN PROYECTO DE MODA HECHO CON DESECHOS.

PRESENTADO POR MARTA FERNÁNDEZ ROMERA

Martafropaint@gmial.com

TUTOR: MARÍA ISABEL CASTRO DÍAZ

Mi.castro.prof@ufv.es

Facultad de Comunicación
Grado en Bellas Artes
Universidad Francisco de Vitoria
Curso 2023-2024



RESUMEN

El proyecto *Tro-Pieza* se basa en la confección de prendas de ropa usando únicamente material reciclado. Productos cotidianos de carácter doméstico, telas viejas o prendas de ropa han sido los elementos base para la construcción de los chalecos. El objetivo principal es convertir un objeto contaminante y destructivo en un componente útil y creativo. Se trabaja desde la investigación y la experimentación de diferentes residuos para entender las características compositivas y ver cómo funcionan sobre el tejido. *Chalecos Salva-Vida* será el concepto que recoja los valores medio ambientales y sociales que caracteriza el proyecto. Realizar una colección de siete chalecos hechos a partir de elementos reciclados como reivindicación de cambio de mentalidad hacia un futuro sostenible y justo con la naturaleza. Con la editorial fotográfica y el *fashion film*, se podrá ensalzar las capacidades creativas de los chalecos, invitando al espectador a participar, formar parte del cambio, parte de la solución. Un proyecto que se centra en crear conciencia sobre el cuidado del medio ambiente a través de una mirada positiva que busca una oportunidad en objetos considerados "basura".

Palabras clave: *Upcycling*/ colección de moda/ desechos/ medio ambiente/ hecho a mano.

ABSTRACT

The Tro-Pieza project is based on the production of clothing using only recycled material. Everyday household products, old fabrics or clothing items have been the base elements for the construction of vests. The main objective is to convert a polluting and destructive object into a useful and creative component. We work from research and experimentation with different waste to understand the compositional characteristics and see how they work on the fabric. Salva- Vida vest will be the concept that includes the environmental and social values that characterize the project. A collection of seven vests made from recycled elements as a demand for a change in mentality towards a sustainable and fair future with nature. With the photographic editorial and the fashion film, the creative capabilities of the vests can be praised, inviting the viewer to participate, be part of the change, part of the solution. A project that focuses on raising awareness about caring for the environment through a positive outlook that seeks an opportunity in objects considered "trash".

Keywords: Upcycling/ fashion collection/ waste/ environment/ handmade

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN 8

1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA 9
1.1. OBJETIVOS 9
1.2. METODOLOGÍA 9

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN 12
2.1. MEDIO AMBIENTE Y LA INDUSTRIA DE LA MODA 12
2.1.1. Situación climática actual. ¿Cómo afecta la industria de la moda en el planeta 12
2.1.2. Causas y consecuencias 17
2.1.2.1. Soluciones para un mundo mejor: Moda sostenible 17
2.1.2.2. Fast fashion. Comprar, usar y tirar 18
2.1.2.3. Moda *online*. Cantidad sobre calidad 22
2.1.2.4. Ciclo de vida de una prenda 25
2.1.2.5. Tendencias sostenibles en la moda contemporánea 28
2.1.2.5.1. Prendas multifuncionales 30
2.1.2.5.2. *Ecomoda Slow fashion* 31
2.1.2.5.3. Moda ética 32
2.2. DE PROBLEMA A OPORTUNIDAD: *UPCYCLING* 35
2.2.1 *Upcycling*. La moda que nos hace más humanos 35
2.2.2. *Trashion*. Moda y basura, una combinación útil y bella 45
2.2.3. Artistas que trabajan a partir de desechos. *Upcycling* como oportunidad de cambio 50
2.3. LA MODA COMO EXPRESIÓN PERSONAL 55
2.3.1. ¿Qué dice de nosotros la ropa? El vestir como reflejo de identidad 55
2.4. EL RESIDUO PLÁSTICO Y SUS CAPACIDADES 61
2.4.1. Residuos urbanos. ¿Qué son y cuál es su clasificación? 61
2.4.2. El plástico y su versatilidad. Nuevo material artístico 64
2.4.2.1. Plástico como soporte artístico 65

3. DESARROLLO 69
3.1. DIAGNÓSTICO FINAL DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN 69
3.2. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN 70
3.3. ANTECEDENTES 71
3.4. REFERENTES 75
3.5. DESARROLLO DE LA OBRA 78
3.5.1. Chalecos 78
3.5.2. Editorial fotográfica 137
3.5.3. *Fashion film* 141

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS 148
4.1. CHALECOS *SALVA-VIDA* 148
4.2. EDITORIAL FOTOGRÁFICA 162
4.3. *FASHION FILM* 172

5. CONCLUSIÓN 175

BIBLIOGRAFÍA 178

INTRODUCCIÓN

Desde que soy muy pequeña el cuidado del medioambiente me ha afectado enormemente y me ha generado una sensación de angustia y desesperación por un mundo bello cuya destrucción sólo parece aumentar. Esta visión negativa con el tiempo ha ido mejorando, transformándose en una intención creativa y personal. No sirve desesperarse por una situación en la que no se hace nada en consecuencia, porque las acciones más pequeñas son mejores que las intenciones más grandes. Por ello, desde hace tiempo, y aprovechando mis capacidades artísticas, busco a través del arte transmitir un mensaje concienciador y positivo de una realidad que, aunque es crítica, puede mejorar y se debe mejorar. La palabra "oportunidad" define mi proyecto personal de fin de grado; una oportunidad para conseguir aquello que más deseo: un cambio social que ayude a respetar el cuidado del medioambiente, una oportunidad para experimentar y trabajar con una materia que hasta este curso desconocía, el diseño de moda, pero que me ha permitido desarrollar un proyecto completo tanto en su base teórica como en la práctica-creativa.

Es bien sabido que la industria de la moda es uno de los factores más contaminantes del planeta, por ello, me hace especial ilusión enfrentarme a un reto como este, crear una colección de moda en la que prácticamente todos los materiales sean provenientes de restos de residuos generados por mí misma. Es una metáfora irónica en la que valoro la importancia de la personalidad de cada individuo (qué mensaje se quiere transmitir al mundo a través de sus prendas) pero en este caso hecho con un material tan íntimo como la basura de cada uno. Ambos factores hablan sobre la identidad de una persona, pero en una ocasión desde una perspectiva superficial y externa y, en la otra en cambio, desde un punto de vista más confidencial y "secreto" como lo es la basura. Datos que no son más que restos de una forma de vivir que me permitirán darles otra manera de existir, otra oportunidad de ser.

Se trata de un proyecto con un enfoque ético y social ya que, muestra la preocupación por un mundo que está siendo destruido, un contexto de extrema urgencia que no parece encontrar salida. Por ello, es fundamental crear nuevas formas de pensar, de actuar y, en definitiva, de vivir. *Tro-Pieza* propone un cambio, un progreso a nivel artístico y social, una evolución.

1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

1.1. Objetivos

OBJETIVO PRINCIPAL:
Convertir restos de desechos en un material artístico generando una nueva oportunidad en su uso, funcionalidad, y estética. Crear un proyecto artístico que plantee una reflexión y conciencia social sobre el espectador a partir de una colección de chalecos hechos con materiales reciclados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Investigar sobre los materiales que se han desechado durante meses para entender sus posibilidades artísticas.
2. Crear un muestrario con los materiales estudiados.
3. Investigar sobre los tipos de reciclaje que se desarrollan en la industria de la moda, como el *Upcycling*.
4. Crear una serie de chalecos hechos a partir de materiales reciclados.
5. Realizar una editorial fotográfica que muestre la belleza y el carácter de los chalecos.
6. Realizar un *fashion film* que refleje y eleve el espíritu.concienciador del proyecto.

1.2. Metodología

Se llevará a cabo una metodología basada en la búsqueda de información en diferentes fuentes secundarias (artículos científicos, libros o revistas académicas, entre otros) para indagar sobre la innovación del *upcycling* como nueva tendencia ecológica en la industria textil. *El cuerpo y la moda* de Entwistle (2002), facilitará el entendimiento del valor cultural, simbólico y expresivo que tiene la moda sobre el cuerpo humano, la identidad y la sociedad. *Moda ética para un futuro sostenible* de Salcedo (2014), se usará como base teórica para entender la urgencia climática provocada por la industria textil. Además, servirá como fuente de inspiración para encontrar diferentes tendencias e iniciativas que la moda está realizando para hacer frente al cambio climático. Diferentes estudios sobre el *fast fashion* desvelarán la realidad que esta moda inmediata y barata supone. El descubrimiento del *upcycling* y el *trashion* permitirá investigar acerca de nuevas iniciativas y formas de integrar elementos reciclados o desechos como un material artístico o textil más. El conocimiento de los diferentes tipos de desechos, especialmente los plásticos y envases, y la forma en la que se han de gestionar para aprovechar su funcionalidad ayudará a resolver exitosamente la experimentación práctica.

Se realizará una investigación sobre empresas o firmas que apuesten por un futuro sostenible desde una práctica activa. Se van a estudiar proyectos de moda como *Ecoalf* o marcas como *VEJA*, quienes realizan prendas de ropa a partir de la reutilización textil o la integración de nuevos materiales recuperados de plásticos reciclados. Jóvenes artistas o diseñadores como Nigel Javier o Paula Votteler servirán como inspiración para el desarrollo creativo gracias al ingenio y el detalle de sus piezas. Además, se ensalzará el valor de la moda *handmade* como forma de alcanzar una industria transparente con sus condiciones de trabajo, la decencia de sus salarios y, la originalidad y calidad de sus resultados. Se perseguirá la calidad sobre la cantidad en el desarrollo creativo.

Se investigará de qué manera se puede llevar a cabo prendas útiles hechas a partir de materiales reciclados. Siguiendo con la metodología creativa, se realizará un proceso de selección y estudio de desechos que puedan usarse como material de confección. Una metodología artesanal que se basará en una experimentación matérica para entender las condiciones de los productos. Se realizarán figurines con diferentes diseños de chalecos que servirán como modelo para su posterior materialización. La carga creativa se centrará en la capacidad e ingenio del uso del material. Se crearán patrones básicos con papeles reciclados. La estética de las prendas destacará por el colorido, las texturas y la variedad de tejidos y materiales. Habrá, de nuevo, una clara influencia de la moda *handmade* en la que lo casero y lo artesanal, será ensalzado y tratado con gran detalle. Para elevar la idea del proyecto, se llevará a cabo la producción de una editorial fotográfica y la grabación y montaje de un *fashion film* que potenciará el mensaje concienciador y optimista del proyecto.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1. MEDIO AMBIENTE Y LA INDUSTRIA DE LA MODA

2.1.1. SITUACIÓN CLIMÁTICA ACTUAL. ¿CÓMO AFECTA LA INDUSTRIA DE LA MODA EN EL PLANETA?

"La Tierra está cambiando y lo está haciendo a un ritmo muy rápido"[1] .

En este capítulo se hablará del peligroso cambio que está sufriendo nuestro planeta como respuesta a una mala gestión, entre otras cosas, de la industria textil: consecuencias por la producción masiva de prendas de ropa. También abordaremos sobre la explotación laboral que sufren los trabajadores en las fábricas textiles.

El aumento de las temperaturas es uno de los factores más destacados del cambio climático que se ve acentuado por el aumento de los gases de efecto invernadero. El informe de la OMM confirma que 2023 fue el año más cálido desde que hay registros[2] . El dióxido de carbono es un gas de efecto invernadero que ayuda a regular el clima, suministra el oxígeno y nos protege de los rayos de sol. El GEI es uno de los gases que produce la Tierra de manera natural y que conforma la atmósfera. Sin embargo, las industrias y fábricas están alterando la producción de estos gases generando un desequilibrio en la temperatura del planeta. La moda es un sector con un gran peso en cuanto a la sostenibilidad y al impacto medioambiental, pues su proceso de producción origina diferentes situaciones contaminantes afectando el bienestar del planeta. La huella que tiene una prenda sobre la naturaleza comienza desde la extracción de materia prima y su proceso de producción textil a través de sustancias químicas, hasta su distribución y venta, y finalmente el uso y cuidado de la prenda por el consumidor. Sara del Río, portavoz de Greenpeace en España, asegura que dichos químicos tóxicos pueden ser peligrosos durante la producción, el consumo y el desecho de las prendas no sólo para el medioambiente sino para la salud de las personas[3].



1. Naja Bertolt Jensen. Como afecta la industria textil en la contaminación del agua.

1 Gore, A. (2007). *Una verdad incómoda para futuras generaciones. Los peligros del calentamiento global explicados a los jóvenes.* Barcelona, Gedissa Editorial.

2 OMM. (2024). Los indicadores del cambio climático alcanzaron niveles sin precedentes en 2023: OMM. [Documento de sitio web]. Organización Meteorológica Mundial. Recuperado de: https://wmo.int/es/news/media-centre/los-indicadores-del-cambio-climatico-alcanzaron-niveles-sin-precedentes-en-2023-omm#:~:text=El%20informe%20de%20la%20OMM%20confirm%C3%B3%20que%202023%20fue%20el,c%C3%A1lido%20desde%20que%20hay%20registros. [Consultado el: 21 de marzo de 2024]

3 Carrasco Rozas, A. (2017). "Tóxicos textiles: Lo que esconden tus prendas de ropa". *Fashion United*. Recuperado de: https://fashionunited.es/noticias/moda/toxicos-textiles-lo-que-esconden-tus-prendas-de-ropa/2017053123996. [Consultado el: 4 de marzo del 2024]



2. Kevin McElvaney. Vertedero surafricano.

La relación entre economía, la sociedad y el medio ambiente a de funcionar colaborativamente en una misma esfera para obtener el mejor resultado en nuestro planeta. El bienestar de la economía debería depender del bienestar de la sociedad que, a su vez, debería depender del bienestar del medio ambiente [4].

La población mundial está creciendo a un ritmo acelerado (actualmente somos ocho mil millones de personas en el mundo, pero se estima que para el 2050 seremos alrededor de 9.700) [5] , lo que conlleva un mayor incremento de consumo y sus consecuentes formas de llevarlo a cabo, explotando de mala manera los recursos naturales. "Somos testigos de un choque colosal, sin precedentes, entre nuestra civilización y la Tierra. Estamos arrasando con el planeta. ¿Cómo ha ocurrido? Una de las principales causas es que somos muchos"[6], afirma Gore. Esta situación desembocará en un colapso económico y medioambiental. La producción de los objetos deja un fuerte rastro en la naturaleza a lo largo de su ciclo de vida, por ello, es necesario darles la máxima utilidad y durabilidad. Cuanto mayor sea la rentabilidad de una prenda, mejor será aprovechada la causalidad y consecuencias de su creación. De esta manera se podría reducir hasta un 44% de los gases de efecto invernadero según confirma Enric Carrera, director del INTEXTER (Instituto de Investigación Textil y de Cooperación de Terrassa) [7].

La creación de una prenda aumenta el deterioro natural, según comparte Salcedo [8], se ha estudiado que el 20% de las aguas están contaminadas a causa de los químicos usados en la industria textil durante los procesos de extracción y cultivo de materia prima y su posterior tintados y limpieza. Además, el agua no sólo se ve afectada en este sentido, sino que también se usan grandes cantidades de litros de agua durante su creación. Se calcula que la industria textil utiliza en el mundo 387.000 millones de litros de agua al año [9], una peligrosa cifra que desafía la crisis climática por sequía y falta de agua. A esto hay que añadir las microfibras que desechan las prendas cada vez que son lavadas, acabando en los mares y ríos.

4. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

5. ONU. (2019). Paz, dignidad e igualdad en un planeta sano. [Documento de sitio web]. Desafíos globales- Población. Una población en crecimiento. Recuperado de: https://www.un.org/es/global-issues/population. [Consultado el 10 de marzo de 2024]

6. Gore, a. (2007). *Una verdad incómoda para futuras generaciones. Los peligros del calentamiento global explicados a los jóvenes.* Barcelona, Gedissa Editorial.

7. CO2mpensamos. (2024). "La huella de carbono en la industria de la moda". *CO2mpensamos Blog*. Tips de sostenibilidad. Recuperado de: https://blog.co2mpensamos.com/post/huella-carbono-industria-moda [Consultado el 25 de marzo del 2024].

8. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

9. *Ibid.*

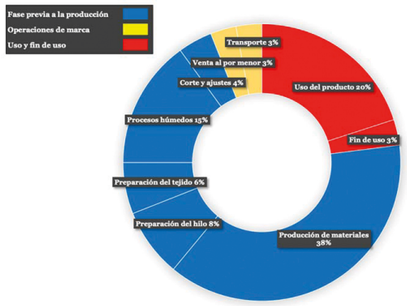




3. *Iberdrola*. (2019). La población mundial.

4. *Greenpeace*. (2021). Montaje fotográfico de la industria *Fast fashion.*

Otro factor que destaca en el proceso de creación y distribución de estos productos y que tampoco es inofensivo para el planeta son las emisiones de CO_2, ocupando el 10% del total de las emisiones en el mundo [10]. En este sentido hay que tener en cuenta no sólo el proceso de creación, sino su transporte y mantenimiento. "Se ha calculado que, en 2019, la industria de la moda emitió aproximadamente 890 megatoneladas de equivalentes de dióxido de carbono a la atmósfera y se prevé que esta cifra aumentará a 1,3 gigatoneladas en 2030 si no se toman medidas drásticas" [11] confirma Abigail Orús en las estadísticas sobre la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030.



5. Emisiones de GEI de la cadena de valor de prendas de vestir y calzado. Fuente: Traducción de *"Fashion on climate. How the fashion industry can urgently act to reduce its greenhouse gas emissions".*

En cuanto a la basura que la industria de la moda genera, destacan los residuos sólidos, restos de una prenda que quedan olvidados y perdidos en vertederos. Una de las tendencias que más daños está causando es el *fast fashion*, pues este exceso incontrolable de ropa genera enormes cantidades de residuos textiles. Algo que no suele tenerse en cuenta es el embalaje no reutilizable usado durante los envíos o las ventas físicas. Este sistema produce un evidente daño en la biodiversidad, pues ya no sólo se generan residuos sólidos textiles sino toneladas de envolturas plásticas de un solo uso. La mala gestión de los cultivos para las fibras naturales como el algodón, los monocultivos y la deforestación provocan un grave impacto en el desarrollo natural de la tierra, dejando infértil el suelo, perturbándolo aún más con los químicos y pesticidas que envuelven los espacios. El mal uso de los recursos naturales afecta consecuentemente a los seres vivos que habitan en estos espacios cuya vida cada vez queda más limitada y apartada, lejos de un equilibrio sostenible y respetuoso con la naturaleza. "Perder biodiversidad al ritmo que la estamos perdiendo supone estar erosionando los cimientos de nuestras economías, medios de vida, seguridad alimentaria, salud y calidad de vida en todo el mundo"[12].

10. CO2mpensamos. (2024). "La huella de carbono en la industria de la moda". *CO2mpensamos Blog*. Tips de sostenibilidad. Recuperado de: https://blog.co2mpensamos.com/post/huella-carbono-industria-moda [Consultado el 25 de marzo del 2024].

11. Orús, A. (2024). Estimación de emisiones de gases de invernadero de la industria de la moda 2019-2030. [Documento de sitio web]. Statista. Emisiones previstas equivalentes de dióxido de carbono (CO2e) de la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030. Recuperando de: https://es.statista.com/estadisticas/1349799/estimacion-de-emisiones-de-gases-de-invernadero-de-la-industria-de-la-moda/#:~:text=Se%20ha%20calculado%20que%20en,no%20se%20toman%20medidas%20dr%C3%A1sticas. [Consultado el 16 de marzo del 2024].

12. Xicota, E. (2021). "El impacto de la industria de la moda en la pérdida de la biodiversidad". Ester Xicota. Recuperado de: https://www.esterxicota.com/impacto-perdida-biodiversidad/. [Consultado el 16 de marzo de 2024].



6. Ghana se ha convertido en un vertedero de la moda rápida.

Por supuesto, no sólo la naturaleza queda afectada por las consecuencias de la industria textil. Este sistema tiene un importante y grave impacto social. ¿Nos hemos preguntado alguna vez de dónde viene nuestra ropa? Las condiciones laborales de insalubridad e inseguridad en las industrias de la moda siempre han destacado por su carencia. Según la *Clean Clothes Campaign* [13] , la explotación laboral en la industria textil, en muchos casos de menores de edad, exige a los trabajadores en torno a 10 o 12 horas de trabajo diario, incluso 16 o 18 horas si es temporada alta. Esta injusticia social es un atentado contra el bienestar del ser humano [14]. Las condiciones físicas y mentales de los empleados son enormemente perjudiciales para su salud. La falta de seguridad en las infraestructuras de las fábricas ha causado graves accidentes como es el caso del derrumbe del Rana Plaza en Bangladesh en el 2013 con 1.134 muertos. A raíz de este terrible accidente, se establecieron diferentes medidas que protegiera la salud y bienestar de los trabajadores en Bangladesh, como el "Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección", firmado por más de 100 marcas en el 2021 [15].

13. *Clean Clothes Campaign*. (2024). Amplifying worker voices in the garment and sportswear industry. Clean Clothes Capaign. Recuperado de: https://cleanclothes.org/. [Consultado el 25 de marzo del 2024].

14. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

15. Campaña Ropa Limpia. (2021). Muertes y heridos en la industria mundial de la confección. *Campaña Ropa Limpia*. Recuperado de: https://ropalimpia.org/noticias/muertes-y-heridos-en-la-industria-mundial-de-la-confeccion/. [Consultado el 25 de marzo de 2024].



7. Colapso del Rana Plaza en Bangladesh, 2013.

El resultado de la producción masiva de prendas del *fast fashion*, generando prendas en muchas ocasiones de baja calidad, se traduce en un aumento exponencial de los vertederos textiles. "El 40% por ciento de los residuos textiles se exporta a países del Tercer Mundo, principalmente en África" [16] .El 46% de las prendas de segunda mano acaban en África para la reutilización local, según explica la Agencia europea del Medio Ambiente (EEA) [17] , para complacer la demanda de ropa usada y barata. Lo que no puede ser usado por sus malas condiciones es desechado en vertederos o quemados al aire libre. Además de las consecuencias climáticas que esto conlleva, también empieza a afectar en los mercados locales pues se está reduciendo considerablemente la producción textil local alterando negativamente el desarrollo económico [18]. Otros países que reciben el impacto de los residuos textiles son Emiratos Árabes Unidos, Pakistán, la India, República Dominicana o Chile, siendo este último uno de los casos más graves de contaminación con montañas de ropa usada que cubre el desierto de Atacama.



11. Fabrice Monteiro. (2015). Diosa vestida de plásticos sobre el gran vertedero de Dakar.



8. Familiares buscan a supervivientes tras la catástrofe del Rana Plaza.



9. Campaña Ropa Limpia. (2021). Trabajadora de la confección sosteniendo cartel "Los accidentes laborales pueden prevenirse".



10. Lázaro, P. (2019). Ilustración sobre el precio que hay detrás de la moda.

16. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

17. Greenpeace. (2023). "Siguiendo la pista a 29 prendas de ropa". *Greenpeace*. Destino África. Venta de ropa de segunda mano barata y el impacto sobre los mercados locales. Recuperado de: https://es.greenpeace.org/es/en-profundidad/una-segunda-vida-para-tu-ropa/siguiendo-la-pista-a-29-prendas-de-ropa/#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Agencia%20Europea%20del%20Medio%20Ambiente%20(EEA)%2C%20en,usada%20y%20barata%20de%20Europa. [Consultado el 25 de noviembre del 2024].

18. *Ibid*.



12. Martin Bernetti. (2021). Personas que buscan ropa en los vertederos del Desierto de Atacama.

Para conseguir un cambio y una mejora es fundamental orientar nuestra forma de entender el mundo como una unidad y un mismo sistema, dejando la idea equívoca de tratar al planeta únicamente desde una superioridad antropológica. Es importante el cambio de actitud y el entendimiento de que debemos remar todos para el mismo lado o nos hundiremos. Hay que informar y concienciar sobre las consecuencias que tiene la industria textil con el objetivo de mejorar los procesos de creación y el bienestar de las personas que se esconden tras la moda; y aquellos espacios que poco a poco estamos destruyendo con toda la vida que allí habita. Sin embargo, hay alternativas que llegan pisando fuerte, con valores e ideas de innovación y cambio para compensar el daño causado hasta el momento: la moda sostenible.

2.1.2. Causas y consecuencias.

2.1.2.1. SOLUCIONES PARA UN MUNDO MEJOR: MODA SOSTENIBLE.

En este apartado se va a hablar una de las causas más contaminantes del planeta: la industria de la moda; analizando diferentes tendencias y métodos de consumo que nos proyectará un esquema general de la realidad actual y, en consecuencia, se tendrán en cuenta los conocimientos para actuar conforme al momento actual.

Lo más común siempre ha sido que los diseñadores de moda saquen dos colecciones al año: primavera verano, invierno otoño. Estas son las conocidas colecciones principales de seis meses de durabilidad. Sin embargo, actualmente el mercado ha incluido varias tendencias intermedias con la intención de generar un mayor consumo: el *pre-sping*, *pre-fall*, o el *high summer* son algunos ejemplos. Dependiendo de las marcas, se sacan entre dos y cuatro colecciones al año, lo que significa que la vida útil de una prenda queda limitada cada poco tiempo. Cuantas más tendencias haya, más ropa se genera y se consume, pero menor es su etapa de uso, por lo que pronto acabará en vertederos textiles. El período del comercio de moda cambia en función a la respuesta de los consumidores, quienes, de alguna forma, marcan el dinamismo de este proceso. Se ha demostrado que cambiar de colección cada poco tiempo incrementa la necesidad de comprar ropa nueva, pues se produce una sensación de "oportunidad" [19] por querer renovar continuamente al armario. Algo parecido sucede con las rebajas, cuando un producto, en principio, ha disminuido su coste a favor del cliente. Las rebajas se entienden como una oportunidad de comprar un objeto necesario aprovechando el bajo precio de este. Sin embargo, nada más lejos de la realidad, pues es bien sabido que mucha gente acaba gastando más dinero del que pretendía a causa de la compulsividad que surge de la falsa sensación de "necesidad" por aprovechar la ocasión. "Las rebajas te sitúan en una situación

19. Tekstila. "Fast Fashion: Cuatro temporadas en un día". *Tektila GV, S L*. Barcelona. Recuperado de: https://tekstila.net/fast-fashion-cuatro-temporadas-un-dia/. [Consultado el 25 de marzo del 2023].20. Muñiz Marcelo, M. (2023). "Rebajas y ansiedad: cómo comprar sin dañar tu salud mental". Welife a new way of living. Recuperado de: https://www.welife.es/mente/salud-mental/rebajas-ansiedad-compras-compulsivas/. [Consultado el 25 de marzo del 2024].

de ambivalencia en la cual nunca estás satisfecho del todo. A corto plazo por la compra sí, a largo plazo por la decisión tomada o por lo que no has comprado, no tanto"[20]. De nuevo, se genera un círculo vicioso en el que el consumidor se ve envuelto en la obligación de consumir aumentando las posibilidades de generar basura con más frecuencia.

Esta realidad de consumo masivo tiene una importante base de falta de conocimiento, por lo que es fundamental concienciar acerca de ello. Cuando las personas conocen lo que necesitan y saben por qué lo necesitan, no es tan fácil caer en las atractivas tentaciones que la industria textil suscita. Las colecciones de moda pueden mejorar las formas de producción orientándolas a una creación de prendas útiles, de calidad perdurable y, sobre todo, acercándose a una moda sostenible. Pero es fundamental el conocimiento de esta situación pues es la forma en la que los usuarios pueden decidir y apostar por marcas cuyos valores e ideas defiendan un bienestar común y respeto por la naturaleza.

2.1.2.2. *FAST FASHION*. COMPRAR, USAR Y TIRAR.



13. Harley Weir y Urs Fischer. (2017). Una campaña de Stella McCartney filmada en un vertedero escocés para crear conciencia sobre el desperdicio y el consumo excesivo.

20. Muñiz Marcelo, M. (2023). "Rebajas y ansiedad: cómo comprar sin dañar tu salud mental". Welife a new way of living. Recuperado de: https://www.welife.es/mente/salud-mental/rebajas-ansiedad-compras-compulsivas/. [Consultado el 25 de marzo del 2024].

La actualidad recoge una etapa social y cultural en la que destaca el deseo constante de comprar prendas baratas, que nace de la producción masiva y exagerada de los productos. La moda rápida, o más conocido como *fast fashion* es una tendencia que lleva años destacando en el mercado: industrias y cadenas textiles que aprovechan el bajo coste de producción de sus prendas para generar nuevos productos y actualización de sus diseños con el objetivo de conseguir más consumidores.

Los objetivos del *fast fashion* se reducen en dos mecanismos sociales; el cliente siempre debe tener nuevos diseños que le hagan conectar y sentirse identificados con las prendas para que, por este continuo cambio de prendas, el cliente visite con frecuencia la tienda. Ambos objetivos nacen de un fin concreto, conseguir que el cliente compre más [21]. El tiempo que transcurre desde la orden de producción de la prenda a la compra de dicho objeto son tan solo 18 días, creando un sistema rápido y "flexible" con importantes impactos sociales, medioambientales y fiscales [22]. Esto se traduce en la creación de prendas con una calidad de tejidos muy baja y de una resistencia mínima, por lo tanto, su durabilidad estará muy limitada. Aquí surge el término que tan bien describe las prendas del *fast fashion*: una moda de "usar y tirar". La moda rápida ha disparado la cantidad de ropa que se produce, pero también la que se tira, aumentando los residuos sólidos, creando incluso los llamados "mares de ropa". Actualmente se fabrican al año 62 millones de toneladas de ropa, obteniendo entre 80.000 y 150.000 millones de prendas para 8 millones de personas que hay en el mundo [23]. La COPE publicó un artículo el 21 de marzo del 2024 en el que se estima que en Europa se tira cada año unos 20 Kilos de ropa por persona, es decir, 900 toneladas al año [24].



14. Muntaka Chasant. Ropa vieja y desechada en Ghana.

Uno de los ejemplos más evidentes de "mares de ropa" es el desierto de Atacama en Chile, un auténtico vertedero de ropa que proviene, en su mayoría, de Estados Unidos y Europa. Se estima que cada año llegan a este paisaje textil cerca de 39.000 toneladas de ropa [25], provocando inmensas consecuencias medioambientales, ya que además muchas de estas prendas no son biodegradables por lo que desequilibra todo el ecosistema.

Algunas de las marcas que fomentan el fast fashion son Zara (presenta casi 20 colecciones al año), Bershka, Pull and Bear y Stradivarius (pertenecientes al mismo grupo de Inditex), Uniqlo (cuenta con más de 1.500 tiendas en todo el mundo), Fashion Nova (lanza entre 600 y 900 diseños nuevo a la semana), Forever 21 (en su mejor momento, producía 400 diseños al día, actualmente está en

21. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

22. Ibid. Pág. 27.

23. Franklin-Wallis, O. (2023). Ropa de segunda mano: ¿qué pasa de verdad con las prendas que donas? *GQ*. Recuperado de: https://www.revistagq.com/articulo/ropa-de-segunda-mano-que-pasa-de-verdad-con-las-prendas-que-donas. [Consultado el 20 de marzo del 2024].

24. COPE. (2024). *"¿Puede Shein tener los días contado en Europa? Francia, la primera en planta cara a la 'fast-fashion'". COPE*. Radio Popular. Recuperado de: https://www.cope.es/programas/herrera-en-cope/noticias/puede-shein-tener-los-dias-contados-europa-francia-primera-plantar-cara-fast-fashion-20240321_3209638. [Consultado el 24 de marzo del 2024].

25. Franklin-Wallis, O. (2023). Ropa de segunda mano: ¿qué pasa de verdad con las prendas que donas? *GQ*. Recuperado de: https://www.revistagq.com/articulo/ropa-de-segunda-mano-que-pasa-de-verdad-con-las-prendas-que-donas. [Consultado el 20 de marzo del 2024].

quiebra) y Primark (con 400 tiendas en 14 países diferentes)[26], todas ellas comparten la característica de producir compulsivamente ropa con materiales de baja calidad y a través de una mano de obra barata. Sin embargo, hay que destacar que la gran mayoría de las marcas están introduciendo nuevos métodos sostenibles para mejorar la calidad de sus productos, adaptándose a la realidad actual. No obstante, queda mucho proceso y esfuerzo por delante.



15. Kseny Kolesnik. Protesta de moda, moda sostenible, moda rápida, ética, estilo, fotografía de moda creativa, segunda mano, consumo responsable.

La moda rápida destaca por los precios bajos: pack de cuatro camisetas por 5€, jersey por 8€. Marcas que apuestan por una calidad mediocre de sus productos, pero a cambio ofrecen una constante actualización de sus prendas. Esto tiene devastadoras consecuencias en los trabajadores que quedan a la sombra, olvidados y descuidados por todo lo que el sistema de la industria de la moda engloba, incluyendo a los clientes. Las marcas de moda rápida averiguan continuamente las nuevas tendencias para satisfacer los deseos de su clientela, lo que conlleva una enorme presión sobre los empleados quienes deben trabajar en condiciones inhumanas de estrés constante por cumplir con el plazo de los pedidos. Por supuesto, hay que añadir las lamentables condiciones de estas largas jornadas de trabajo, que, en el peor de los casos, llegan a ocupar entre 16 y 18 horas diarias, por unos salarios ínfimos [27]. La industria de la moda que genera ropa barata está interesada en ubicar sus fábricas en países que geográficamente se sientan lejos y en los que exista una desigualdad económica en la que los salarios mínimos son muy bajos y los trabajadores son capaces de aceptar condiciones laborales que en el primer mundo sería impensable. Alguno de estos países son Bangladesh, Camboya o la India. Con esta estrategia, que roza la dignidad humana, ningún cliente tiene por qué saber el origen del producto y no sentirá remordimiento por las condiciones de trabajo que ha tenido la persona que lo ha confeccionado, por lo que seguirá comprando. La falta de seguridad que existe en las infraestructuras de estos edificios decadentes quedó bien reflejada en la catástrofe del 2013 cuando el edificio Rana Plaza colapsó en Bangladesh provocando el fallecimiento de 1.130 personas y más de 2.000 heridos. Una desgracia que recoge las terribles consecuencias a las que se enfrentan diariamente miles de trabajadores en la industria textil. Hay que añadir el contacto continuo que mantienen con químicos y tintes sin ningún tipo de protección aumentando el riesgo de problemas de salud a largo plazo.



16. Orsola de Castro. *Wake Up Call* (Llamada de atención). Los materiales que llevamos en nuestros cuerpos tienen un profundo impacto social en las personas del sistema de la moda.



17. Matthew Horwood. "Grito de ayuda" en un top de Primark en Swansea.

26. Navarro, R. (2022). "Fast Fashion: ¿una amenaza para el planeta?". *Eldestape*. Recuperado de: https://www.eldestapeweb.com/sociedad/moda/fast-fashion-una-amenaza-para-el-planeta--20223212130. [Consultado el 24 de marzo del 2024].

27. Yoochan Si. (2024). "Explotación laboral: la sombra de la industria de la moda". *Luxiders Mgazine*. Recuperado de: https://luxiders.com/es/explotacion-laboral-la-sombra-de-la-industria-de-la-moda/. [Consultado el 26 de marzo del 2024].

Sin embargo, no todas las marcas se aprovechan de estas lamentables condiciones de trabajo, y cada vez con más frecuencia la moda apuesta por una justicia, igualdad y seguridad en el trabajo, mejorando notablemente los recursos y sistemas en las fábricas. Algunos ejemplos son las marcas Puma, Adidas o H&M, que han sido examinadas para la evaluación de sus cumplimientos sobre la protección de los trabajadores y los espacios usados en Bangladesh, obteniendo entre el 58% y 49% de las condiciones laborales [28]. La responsable de sostenibilidad de H&M en España, Nuria Ramírez, comparte el deseo de la marca por alcanzar en el 2030 una sostenibilidad del 100%; en la actualidad más del 60% de materiales usados son reciclados o de fuentes sostenibles [29].

Este análisis no solo muestra alguna de las devastadoras consecuencias en el sector humano y medioambiental que implica el fast fashion, sino una reflexión sobre el exceso de ropa que compramos y nunca llegamos a usar, nos cansamos y nos deshacemos de ella. Un círculo vicioso que debe inclinarse hacia una moda más consecuente y menos compulsiva. El cliente debe premiar las marcas que están cambiando, debe reivindicar sus valores; ya no vale fijarse sólo en el precio, hay que exigir un producto ético, cuestionarse sus orígenes y evaluar sus consecuencias.



18. Shopia Online. *All you need is less*: "todo lo que necesitas es menos".



19. Lora Proost. 2021. *Let's Trash Fast Fashion*: "vamos a tirar a la basura la moda rápida".

28. Modaes. (2024). "Lululumon, Puma y Adidas, las empresas con mejor puntuación en las condiciones laborales". *Back Stage*. Recuperado de: https://www.modaes.com/back-stage/lululemon-puma-y-adidas-las-empresas-con-mejor-puntacion-en-las-condiciones-laborales. [Consultado el 20 de marzo del 2024].

29. Cuervo, C. (2020). "El gran azul: cuando los pantalones vaqueros dejaron de contaminar." *Bazaar*. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a32223239/pantalones-vaqueros-medio-ambiente-contaminacion-novedades-que-hacer/. [Consultado el 26 de marzo del 2024].

2.1.2.3. MODA *ONLINE*. CANTIDAD SOBRE CALIDAD.

Para entender la importancia de la moda online en la actualidad hay que hacer un pequeño estudio sobre los servicios que esta ofrece. Analizando las consecuencias que estas plataformas electrónicas generan, especialmente marcas como Shein, se entenderá de manera más fiable el impacto social y climático que esconden los característicos productos de tan bajo coste.

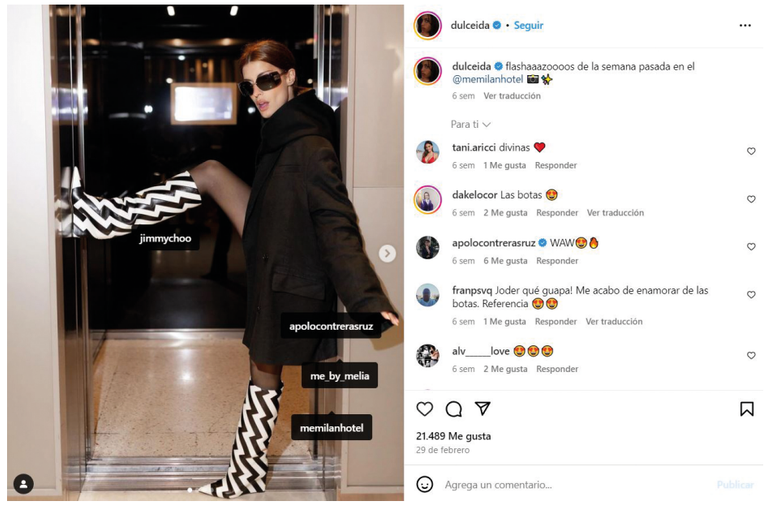
"Las ventas de comercio electrónico en el sector de la moda están creciendo en todo el mundo, y se espera que esta tendencia continúe en un futuro próximo" [30].

La inmediatez del internet y la tendencia de *fast fashion* han traído al mercado la venta online de productos de moda. Actualmente las grandes empresas textiles ofrecen el comercio electrónico en plataformas online para adaptarse a la comodidad de las personas. Este tipo de compras resultan muy atractivas para los clientes puesto que es frecuente que los envíos sean gratis, lo que resulta tentador. Además, se puede comprar desde cualquier sitio sin salir de casa. El lujo de estas condiciones lo ha llevado a convertirse en la segunda actividad con mayor facturación en comercio en la red del país [31] .

El auge del uso de los dispositivos móviles ha sido clave para el desarrollo tan exitoso de la compra por internet [32].La facilidad y comodidad que se ofrece ha permitido alcanzar todo tipo de compradores, desde 45 y 54 años, hasta jóvenes de entre 16 y 24 años [33]. Otro factor de gran importancia que ha convertido el comercio online en un deseo constante son las redes sociales y los *influencers*. Las redes sociales no sólo se han utilizado como escaparate sino como plataforma de venta *online*, mientras que los influencers han servido como fieles aliados que promocionan sus productos [34]. Esta colaboración ha intensificado notablemente la compra *online*. "Según Statista, la industria de la moda online tuvo un valor de más de 439.000 millones de dólares en 2018. Se prevé que esta cifra crezca hasta más del doble (953.000 millones de dólares) en 2024" [35].



20. Instagram de la influencer española María Pombo.



21. Instagram de la influencer española Dulceida.



22. Instagram: Sustainable Fashion Forum

Sin embargo, este aumento de demanda no sólo ha provocado la adaptación de marcas como Zara o Desigual al comercio electrónico, sino la aparición de nuevas plataformas de venta online. Shein, Aliexpress o Temu son alguna de las marcas con más ventas del mundo, arrasando especialmente entre las generaciones más jóvenes. Estas plataformas de origen chino se caracterizan por el bajo coste de todo tipo de productos, especialmente prendas o complementos de moda, pero de una cuestionable calidad. Los precios tan exageradamente bajos y el corto plazo de entrega de los pedidos nos hacen reflexionar sobre las posibles condiciones de trabajo que se escoden tras el mercado. Además, la intensa producción de prendas ha generado un notable aumento en los desechos de toneladas de ropa, siendo a menudo prendas completamente nuevas. El pack de seis camisetas iguales, pero de diferentes colores por 4€ resulta irresistible para muchas personas, aunque es frecuente que varias de estas prendas acaben olvidadas en el armario sin ser usadas hasta que, por falta de espacio, son tiradas a la basura y abandonas sin haber sido estrenadas nunca.

30. Sancho Martínez, M. P. (2022). "Un análisis de la industria del comercio electrónico de moda en 2022". *Data Feed* Watch Blog. Recuperado de: https://www.datafeedwatch.es/blog/analisis-de-la-industria-del-comercio-electronico-de-moda. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

31. Marcos, N. (2022). La moda online en España- Datos estadísticos. *Statista*. Recuperado de: https://es.statista.com/temas/3527/la-moda-online-en-espana/#topicOverview. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

32. *Ibid*.

33. Orús, A. (2022). Productos adquiridos a través de Internet por los consumidores online en España durante 2023, por categoría. *Statista*. Recuperado de: https://es.statista.com/estadisticas/499435/productos-online-comprados-online-espana/. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

34. Marcos, N. (2022). La moda online en España- Datos estadísticos. *Statista*. Recuperado de: https://es.statista.com/temas/3527/la-moda-online-en-espana/#topicOverview. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

35. Sancho Martínez, M. P. (2022). "Un análisis de la industria del comercio electrónico de moda en 2022". *Data Feed Watch Blog*. Recuperado de: https://www.datafeedwatch.es/blog/analisis-de-la-industria-del-comercio-electronico-de-moda. [Consultado el 27 de marzo del 2024].



23. Victoria Lobo. Collage sobre las consecuencias que esconde la moda.

Actualmente, Europa quiere poner fin las ofertas y servicio que Shein ofrece por las consecuencias medioambientales y sociales que la marca está provocando. Francia es la primera que se enfrenta a las plataformas Shein y Temu a través de una propuesta que limita la compra de sus productos mediante sanciones. Además, como indica Alberto Herrera para COPE, "la empresa de venta tiene que incluir dos mensajes junto a los precios: sensibilizar sobre el impacto medioambiental y promover la sobriedad, reparación y reciclaje", si no se cumplen dichas condiciones se puede sancionar con multas de hasta 15.000 euros [36]. Esta es una de las iniciativas que se están tomando para poner fin a la tendencia *fast fashion* que se potencia con el comercio *online*.



24. Shein *Clothes*. Bolsas de embalaje de la marca Shein.

Sin embargo, existen otras plataformas de compra y venta online que luchan por una economía circular y el aprovechamiento de los objetos que todavía pueden aportar mucha más vida útil. *Wallapop*, *Vinted* o Milanuncios son algunas de las más populares entre las personas que quieren vender pertenencias suyas para ahorrar espacio y ganar dinero. Es una forma de comprar ropa de segunda mano en la que se puede encontrar ofertas que se ajustan a la calidad y uso de las prendas. Se trata de una nueva industria que ha surgido de la necesidad de producir, promocionar y consumir [37] de manera más sostenible. La conciencia medioambiental ha llevado a las personas a querer consumir de manera menos contaminante y buscar alternativas que se adapten a sus necesidades, pero también a sus ideales.



25. Catarina Bessel. Collage industria de la moda.

36. Herrera, A. (2024). "¿Puede Shein tener los días contados en Europa? Francia, la primera en plantar cara a la 'fast- fashion'". *COPE*. Recuperado de: https://www.cope.es/programas/herrera-en-cope/noticias/puede-shein-tener-los-dias-contados-europa-francia-primera-plantar-cara-fast-fashion-20240321_3209638. [Consultado el 26 de marzo del 2024]

37. Araújo, H. (2023). "La nueva era de la moda Circular". *El Periódico de España*. Consumo. Recuperado de: https://www.epe.es/es/ocio/20230402/nueva-moda-circular-82478187. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

El consumidor es quien decide qué prenda vale más y, en consecuencias, qué marcas son más exitosas. Por ello, la conciencia que se desarrolle en las personas es fundamental para inclinar las preferencias sociales hacia la calidad y no la cantidad. Apostar por la moda duradera que pone en valor la labor de los trabajadores y, a favor de una producción más sostenible. Una acción que depende de todos; cada decisión es importante y cada elección es un avance para alcanzar un sistema de comercio electrónico justo.

2.1.2.4. CICLO DE VIDA DE UNA PRENDA.

Este apartado es uno de los capítulos más importantes para entender la magnitud de la huella climática causada por la industria textil, y cómo se pueden buscar alternativas para aprovechar de manera óptima los recursos utilizados.



26. Iniy Sánchez.

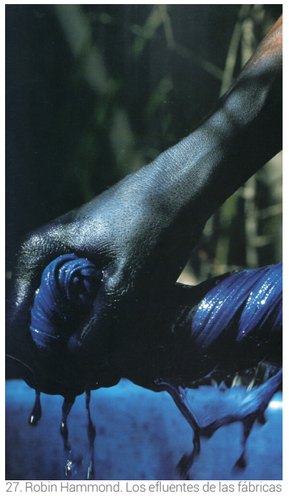
El proceso del ciclo de vida de una prenda comprende los procesos de extracción de la materia prima a partir de la cual se construirá el producto, hasta los desechos y la eliminación de sus restos. El ACV (Análisis del ciclo de la vida) es el sistema que se usa normalmente para analizar el impacto de un producto en el medioambiente: "de la cuna a la tumba" [38] .

38. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

Todo producto comienza con una idea, un diseño de la prenda. La extracción de materias primas para la producción de fibras puede clasificarse en tres tipos: las fibras naturales de origen vegetal (algodón, lino, cáñamo) o fibras naturales de origen animal (cuero, lana y seda), las fibras sintéticas (poliéster) que provienen del petróleo, y las fibras artificiales (viscosa o *lyocell*) que se consiguen a través de procesos químicos [39]. Este es uno de los procesos más contaminantes de la industria textil debido a los pesticidas y productos químicos que usan para tratar las fibras. La fabricación de la prenda comienza con el proceso de convertir las fibras en hilado y tejido para las telas, sometidos posteriormente a los tintes. El teñido de las propiedades de los tejidos es el paso más perjudicial para la salud de los trabajadores, y el segundo factor más contaminante a nivel mundial de agua limpia.

La confección de las prendas se realiza a partir de piezas ya tratadas y cortadas para la obtención final del producto. El proceso con mayor impacto medioambiental de la fabricación de prendas, en numerosos casos es el acabado (etiquetado, serigrafía, botones...), especialmente en los vaqueros: "fabricar un par de vaqueros requiere 70 litros de agua, 1,5 kilovatios de energía y 150 gramos de productos químicos" [40]. Ríos que se han transformado en aguas residuales teñidas de azul oscuro tras los químicos y tintes tóxicos, especialmente en China, África o la India.





27. Robin Hammond. Los efluentes de las fábricas de prendas de vestir de Maseru fluyen hacia el río Caledon.

28. Mano manchada de tinte azul.



29. Munir Uz Zaman. Contaminación río de Narayanganj, Bangladesh.

39. Anne. (2023). "Ciclo de vida de una prenda: Producción e impacto en 5 pasos". *COSH*! Recuperado de: https://cosh.eco/es/articulos/ciclo-de-vida-de-una-prenda-produccion-e-impacto-en-5-pasos. [Consultado el 24 de marzo del 2024].

40. Cuervo, C. (2020). "El gran azul: cuando los pantalones vaqueros dejaron de contaminar". *Bazaar*. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a32223239/pantalones-vaqueros-medio-ambiente-contaminacion-novedades-que-hacer/. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

Tras el proceso de fabricación, la prenda se empaqueta y se transporta a los almacenes y tiendas físicas en los transportes correspondidos, bien marítimo, aéreo o terrestre . Aquí no sólo hay que tener en cuenta las emisiones de carbono, sino, los embalajes, de un solo uso, que envuelven dichas prendas, y los procesos que han llevado a cabo para su elaboración.

Una vez comprada la prenda entran en juego dos factores: el mantenimiento (lavado, planchado...) y el uso . En esta fase de mantenimiento, el cliente es responsable de su cuidado. Cuanta mayor utilidad se le dé a la prenda, mejor será compensada la carga medioambiental que ha provocado. Este proceso tiene una gran carga medioambiental pues durante la fase de uso, se realizan lavados, secados y arreglos que consumen energía y agua y, en los que se utilizan detergentes químicos . Por esta razón es tan importante conocer el origen de la ropa, por el elevado coste medioambiental que esta produce.

Finalmente, el ciclo de la prenda acaba cuando deja de ser útil, cuando ya no se usa o está dañada. Sin embargo, si las prendas que no usamos les sacamos partido a través de las tiendas de segunda mano o les damos una nueva apariencia con el upcycling, su vida útil puede alargarse considerablemente. Otra vía que ayudaría a reducir el impacto medioambiental es convertir el final de la vida útil de una prenda en el comienzo de otra nueva, usando sus fibras y materias primas para la creación del nuevo producto, y de esta forma, generar un proceso circular sostenible en la moda. Este es, quizás, el proceso más importante para dirigir el impacto de la moda hacia un futuro más sostenible pues se trata de una solución que depende de nuestros actos y nuestra voluntad por mejorar el mundo. Desarrollar un uso efectivo de los residuos textiles y contribuir a mejorar las consecuencias de los productos sacándoles más partido y rentabilidad.



30. Imagen de archivo. Collage niña tejiendo un mapa.

41. Anne. (2023). "Ciclo de vida de una prenda: Producción e impacto en 5 pasos". *COSH*! Recuperado de: https://cosh.eco/es/articulos/ciclo-de-vida-de-una-prenda-produccion-e-impacto-en-5-pasos. [Consultado el 24 de marzo del 2024].

42. *Ibid.*

43. Anne. (2023). "Ciclo de vida de una prenda: Producción e impacto en 5 pasos". *COSH*! Recuperado de: https://cosh.eco/es/articulos/ciclo-de-vida-de-una-prenda-produccion-e-impacto-en-5-pasos. [Consultado el 24 de marzo del 2024].

44. *Ibid.*

Un ejemplo positivo que apuesta por la durabilidad de la vida útil de una prenda y que, además, puede ser una buena estrategia para la venta de sus productos es Levi's con la campaña de 2022 "When they're made to last, we can all waste less. I Buy Better. Wear Longer"[45] (Cuando están hechos para durar, todos podemos desperdiciar menos. Compra mejor. Úselo por más tiempo). Un compromiso de la marca para conseguir que la moda sea más sostenible a través de un cortometraje en el que los jeans 501, su prenda más icónica, es adoptada y trasformada por cada propietario a lo largo de las décadas inspirándose en el estilo de cada época. Con ello, lanza un mensaje sólido sobre el atractivo perdurable de los productos de Levi's que cautiva a una amplia audiencia. Como se muestra en la obra audiovisual, se trata de una prenda atemporal y versátil que pueden lucir todas las generaciones. Además, la marca está probando alternativas sostenibles innovando con materiales como el cáñamo algodonado y técnicas de menor huella medioambiental como la línea Levi's *Well Thread* o la tecnología *Water< Less* [46].



31. Campaña Levi's: *When they're made to last, we can all waste less. I Buy Better. Wear Longer*, 2022.

2.1.2.5. TENDENCIAS SOSTENIBLES EN LA MODA CONTEMPORÁNEA.

Las tendencias sostenibles han servido como herramienta creativa hacia un progreso en el que predomina la conciencia climática y la justicia social. Los nuevos métodos de creación miran por un futuro sostenible a favor de una belleza estética y funcional.

"El diseñador tiene que ver la estrategia de la sostenibilidad como una oportunidad de innovación" [47].

45. Levi's. (2022, 21 de septiembre). *When they're made to last, we can all waste less. I Buy Better. Wear Longer*. I Levi's. [Video]. Canal Levi's. https://youtu.be/4oCB0SwxJB8?si=2YR7Z0YGMYC-qqDP.

46. Ortega, R. (2023). "Buy Better, Wear Longer": La campaña de Levi's que apuesta por la economía circular." *Latam Green*. Recuperado de: https://latam-green.com/buy-better-wear-longer-la-campana-de-levis-que-apuesta-por-la-economia-circular/. [Consultado el 27 de marzo del 2024].

47. Gwilt, A., Rissanen, T. (2011). *Shaping Sustainable Fashion: Changing the Way We Make and Use Clothes*. Abingdon. Routledge.



32. Jhonny Dufort para Stella McCartney. *Fall Winter* 2019.

Una forma nueva de entender el mundo. El diseñador no sólo debe tener en cuenta la durabilidad de su producto, sino las connotaciones de una prenda sostenible: prendas que apoyen el compromiso entre consumidor y prenda (generar una unión emocional que fortalezca la empatía por la marca), restringir la combinación de materiales o tejidos mixtos para un proceso más natural y amable con el planeta, diseñar modelos que reduzcan los residuos y optimicen al máximo el uso de todo el material, incluido las mermas: trozos sobrantes que quedan tras el corte de piezas textiles [48]. Otro factor fundamental que hay que tener presente para la concienciación climática en el sector de la moda sostenible es el mensaje que se quiere transmitir: informar al consumidor del objetivo de las marcas por luchar por un mundo mejor. Esto suele llevarse a cabo en las etiquetas o bolsa de embalaje, un espacio que se aprovecha para contar, de manera eficaz, visual y precisa los valores de la marca. Además, esto aporta una cercanía más humana con el comprador, lo que favorece a la hora de crear lazos emocionales entre marca y cliente.

33. Etiqueta: *I'm Eco Friendly*

34. *Nu- in. Bolsa biodegradable.*

35. *Jan'N June. Caja de embalaje*







48. Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

2.1.2.5.1. PRENDAS MULTIFUNCIONALES.

La versatilidad de una prenda ayuda a alargar su vida útil y sacarle más partido con su uso en diferentes situaciones. Entender que hay prendas que sólo se pueden utilizar de una manera y para ocasiones muy concretas hace que nos resulten obsoletas muy pronto. Por ello, las prendas multifuncionales son una gran solución a este problema, pues además de ser una prenda que se adapta a diferentes situaciones y necesidades [49], apuesta por un uso creativo y espontáneo. Uno de los ejemplos más clásicos es el vestido convertible, un vestido que puede lucir más o menos elegante en función de cómo se coloque [50].



36. Blanco, A., Pulgar M. F. (2013). 2:AM, marca de ropa alternativa y multifuncional.

Un ejemplo contemporáneo y actual de la tendencia multifuncional es la firma Jade Cropper, que desafía las formas tradicionales apostando por una reivindicación de las prendas versátiles [51]. Tiene como objetivo partir de telas ya utilizadas o recicladas para crear piezas que combinan la alta costura con la estética urbana. Apuesta por el *slow fashion* como forma de reinventar prendas que luchen por un mundo más sostenible [52].



37.Diseños de Jade Cropper.

49. Bianchi Moda. (2022). **"Prendas multifuncionales: simplificando tu día a día con estilo y versatilidad"**. *Bianchi Moda*. Recuperado de: https://www.bianchimoda.com/blogs/news/prendas-multifuncionales-simplificando-tu-dia-a-dia-con-estilo-y-versatilidad.

[Consultado el 29 de marzo].

50. *Ibid*.

51. Piera, M. (2022). **"Marcas emergentes que debes conocer de la CPFW"**. *Highxtar. Moda*. Recuperado de: https://highxtar.com/marcas-emergentes-que-debes-conocer-de-la-cpfw/. [Consultado el 29 de marzo del 2024].

52. *Ibid*.

2.1.2.5.2. *ECOMODA* O *SLOW FASHION*

Una de las tendencias sostenible más populares actualmente es la *ecomoda*, o moda ecológica, que consiste en la creación de prendas cuyo proceso de producción tiene un impacto ambiental muy bajo. Normalmente se usan fibras naturales de origen ecológico como el algodón, el bambú o la ortiga, siguiendo el mismo sistema que el de agricultura orgánica [53]. Además, destaca por la confección de prendas atemporales poniendo en valor la durabilidad y versatilidad de la ropa.

Alguna de las marcas que han servido como inspiración por la transparencia de sus ideales éticos son Mara Hoffman y Nudie Jeans [54]. El uso de materiales prácticamente naturales con un impacto medioambiental casi inexistente ha permitido abrir camino a una nueva forma de producir en la que la naturaleza no queda contaminada. Mara Hoffman destaca por un uso de colores alegres y atrevidos con un estilo étnico y personal en sus prendas. Con un mensaje de reivindicación por cuidar el planeta la marca ha conseguido conectar con los clientes a través de las redes sociales como Instagram. Nudie Jeans, también cuida las redes sociales como principal escaparate de sus artículos, y defiende el uso de prendas de segunda mano a las que devuelve la vida con pequeños arreglos para aprovechar al máximo su funcionalidad.

"No estamos buscando moda pasajera; nuestra inspiración se encuentra lejos del *glamour* y las pasarelas. No solo ofrecemos *jeans*. Ofrecemos una forma de pensar, un concepto y una pasión imperecedera, alimentada por las tradiciones del Denim. El denim es un tejido vivo que cambia con el tiempo y es para todos, todas las edades y todos los géneros", María Erixon, fundadora de Nudie Jeans [55].



38. Mara Hoffman.

53. Marca Lima. "Moda ecológica: ¿Qué es y cuáles son sus características?". Marca Lima. Recuperado de: https://marcalima.pe/marketing-social/moda-ecologica/#Ejemplos_de_marcas_de_Moda_Ecologica_o_Slow_Fashion. [Consultado el 29 de marzo del 2024].

54. Nudie Jeans. (2024). [Página web de la tienda]. Recuperado de: https://www.nudiejeans.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwzZmwBhD8ARIsAH4v1gW2IWkfMOBsFWmpnQsR5E6G459SvROXkhK36B-FeKI36-9bCA6AJrEaAsKaEALw_wcB. [Consultado el 29 de marzo 2024].

55. Rueda, B. (2024). "The naked truth about denim. 100% organic denim collection". Coomo. Marcas: Nudie Jeans Co. Recuperado de: https://www.coomo.es/brands/nudie-jeans/. [Consultado el 30 de marzo del 2024].



39. Nudie Jeans.

ByniumaaL [56] es una de las firmas que mejor ha sabido resolver el problema medioambiental en España creando piezas femeninas atemporales y con materiales sostenibles [57]. La sencillez de sus prendas genera una sensación de confort y seguridad impulsando a los clientes a vestir de manera consciente.



40. Byniumaal.

2.1.2.5.3. MODA ÉTICA.

La moda ética además de proteger el ecosistema prioriza la salud y el bienestar de sus trabajadores. Una balanza equilibrada medioambiental y social. Prendas de origen, producción y venta local son pilares muy presentes en los principios de la moda ética.

Como referente de la moda ética se va a analizar la marca Patagonia [58], considerada una de las firmas más comprometidas con el medioambiente [59]. El uso de materiales reciclados, la transparencia laboral

56 ByniumaAl. (2024). [Página web de tienda]. Recuperado de: https://byniumaalshop.com/es/. [Consultado el 29 de marzo del 2024].

57 Calvo, N. (2023). "20 firmas de moda sostenible españolas donde comprar ropa". *Bazaar*. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/g252047/marcas-firmas-espanolas-moda-etica-sostenible/. [Consultado el 30 de marzo del 2024].

58. Patagonia. (2024). [Página web de tienda]. Recuperado de: https://eu.patagonia.com/es/en/shop/collections/new-arrivals?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw8J6wBhDXARIsAPo7QA-0GMSAh8GnEhgWImqW6jPHOo7diGghRhYwMyNlSEs97USHSTHZXjkaAmRREALw_wcB&gclsrc=aw.ds. [Consultado el 29 de marzo del 2024].

59. Peyer, N. (2024). "Las 23 Mejores Marcas de Moda Sostenible en 2024". *Sumissura*. Recuperado de: https://www.sumissura.com/es/blog/marcas-moda-sostenible. [Consultado el 29 de marzo del 2024].

y el reparto de un porcentaje de los beneficios obtenidos a organizaciones medioambientales, la han situado en una de las marcas líderes en sostenibilidad del mundo. Con la iniciativa *Worn Wear* se llevó a cabo un programa de venta y compra de prendas usadas con el objetivo de alargar la durabilidad de dichas prendas, y establecer precios más asequibles para todos los públicos. Uno de los pilares fundamentales de la firma Patagonia es hacer prendas de calidad y duraderas para disminuir la huella de carbono. El interés por crear piezas cómodas, útiles y duraderas sirve como referente para la producción de cualquier prenda sostenible.



41. Patagonia.

Vezavena es una de las marcas españolas que mejor representa la tendencia ética en el país. Aumenta su desarrollo siguiendo un enfoque medioambiental y, apoya la responsabilidad social a través de artesanos locales [60]. El estilo casual y los materiales empleados recuerdan a la moda *hand made*. La transparencia de elaboración de sus productos ayuda a conectar con las prendas de manera honesta y natural.

42. Vezavena.



60. Calvo, N. (2023). "20 firmas de moda sostenible españolas donde comprar ropa". *Bazaar*. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/g252047/marcas-firmas-espanolas-moda-etica-sostenible/. [Consultado el 30 de marzo del 2024].

La moda ya no significa sólo belleza y estilo, hay que ir más allá, adaptarse a la realidad actual, inspirar al mundo a través de la moda sostenible. La innovación y creatividad deben ser los cimientos para la creación de prendas éticas y duraderas. Cada vez son más marcas las que participan activamente siguiendo dichos principios, firmas que hacen frente al *fast fashion* e intentan estabilizar el impacto climático que supone el desecho de miles de toneladas de ropa al año ensuciando los paisajes naturales. El problema está presente, pero la respuesta de las marcas empieza a equilibrar la balanza hacia una industria de moda sostenible, justa, digna, y duradera. Los diseñadores ya no sólo muestran sus dotes de confección de prendas de una estética única, sino, la capacidad de producir ropa casi íntegramente con materiales orgánicos o reciclados, respetando y cuidando las condiciones de los trabajadores. Las marcas han tomado la iniciativa, es hora de que los consumidores valoren y escojan estos principios éticos, apoyando y cuidando cada prenda como un pequeño acto de revolución climática. A medida que aumente la concienciación y la tendencia sostenible se haga más popular, antes se podrá alcanzar una armonía entre la producción textil y medio ambiente.

"Porque las cosas están cambiando, pero no han cambiado todavía."[61].



43. Vivienne Westwood. *Climate revolution* Red Label.

61. Marín, A. (Director). (2023). *Te estoy amando locamente*. [Film]. RTVE, Canal Sur Televisión, ESCAC.

2.2. DE PROBLEMA A OPORTUNIDAD: *UPCYCLING*.

2.2.1. *UPCYCLING*. LA MODA QUE NOS HACE MÁS HUMANOS.

La lucha por lograr un mundo más sostenible ha llevado a los profesionales a innovar con los materiales en su producción. Una forma de orientar el futuro hacia un sistema de economía circular en el que el reciclaje se ha convertido en la oportunidad de transformación hacia un crecimiento sostenible y beneficioso para el planeta. Del neologismo inglés que une los conceptos reciclar (*recycling*) y mejorar (*up*) [62], nace el concepto *upcycling* por el ingeniero alemán Reiner Pilz en 1994: "Lo que necesitamos es upcycling, donde a los viejos productos se les dé más valor, no menos"[63]. Una forma de crear productos nuevos y de gran valor partiendo de elementos antiguos, dañados y destinados a ser desechados. Una segunda vida que nace desde la creatividad y el reciclaje; reinventar a partir de lo que ya existe[64]. Una forma de aprovechar los recursos a favor de la economía circular y presentándose como una amenaza ante el consumo masivo del *fast fashion*.



44. Johanna Goodman *collage*. Vestido creado a partir de retales de telas vaqueras y azules.

62. Andrespert. (2021). "La tendencia UPCYCLING". *ANDRESPERT*. Recuperado de: https://www.andrespert.com/upcycling/. [Consultado el 8 de abril del 2024].

63. BBVA. (2023). "¿Qué es el 'upcycling' o suprarreciclaje de los residuos?". *BBVA*. Economía circular. Cultura reciclaje. Recuperado de: https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-upcycling-o-suprarreciclaje-de-los-residuos/. [Consultado el 8 de abril del 2024].

64. Bullfeet. (2023). "¿Qué es el Upcycling? Upcycling vs Recycling". *Bullfeet*. Recuperado de: https://www.bullfeet.com/es/blog/upcycling. [Consultado el 8 de abril del 2024].

En la moda, el *upcycling* se ha desarrollado como una forma de crear y "reimaginar" prendas a partir de materiales preexistentes con una base estética y funcional. Se trata de una corriente sostenible que nace por la preocupación ante un exceso de desechos textiles, y una mala gestión de los recursos naturales y la energía, que ensucian cada vez más nuestro planeta y empiezan a afectar a la salud de las personas. Por ello, cada vez es más frecuente ver potencial en materiales cotidianos para crear prendas de un estilo único y distintivo. Redes, sacos, envases o restos textiles (mermas y retales) son algunos materiales que han quedado fuera de uso y pasan a convertirse en productos de mayor calidad y durabilidad, integrándolos como un elemento más en la confección de prendas. Esta tendencia implica creatividad, ingenio y conciencia. Al rescatar objetos destinados a vertederos, las personas *upcyclers* disminuyen la huella de carbono encontrando formas ingeniosas de reutilizar los materiales [65]. Una de las principales diferencias del *upcycling* con el reciclaje, no solo es el aprovechamiento de los objetos desechados descompuestos en sus materiales básicos sino también, sacar partido a los objetos sin alterar su forma original [66]. La transformación de objetos existentes desde una manipulación artesanal [67].









El *upcycling* es una corriente que tiene mucha presencia en la sociedad actual por sus principios éticos. La producción masiva de ropa ha provocado la existencia de otras corrientes que se oponen a seguir el mismo camino retándose a través de concienciación e innovación artística y estética. Este reto conlleva la reintegración de materiales ya existentes para evitar aumentar las consecuencias de su producción [68]. Además, el *upcycling* cuenta con un atractivo especial, pues los objetos tienen pasado y pueden contar historias, lo que aumenta su valor. Esta característica es muy apreciada por los clientes puesto que reciben la información completa de lo que están comprando, permitiendo imaginar la vida anterior de dichos productos, desarrollando así un pensamiento creativo y anecdótico en los compradores.



45. Restos de ropa a causa del *fast fashion*.



46. Camisa hecha con retales de tela reciclada.

47. Diseño upcycling de Shie Lyu hecho a mano a partir de otras prendas.

48. Stella McCartney 2022. Diseño *upcycling*.



49. McLaughlin (2020). Chaleco hecho a partir de tela de zapatillas *Allbirds*.

La tendencia *upcycling* o suprarreciclaje tiene una relación estrecha con la moda *hand made*, pues es frecuente el nacimiento de pequeñas firmas en las que a través del trabajo manual y las habilidades artísticas se van produciendo prendas de manera únicas y personales. Confeccionar las prendas artesanalmente lleva tiempo, y esto es una característica que ensalza aún más la moda *upcycling* como una de las tendencias sostenibles más firmes: "las cosas buenas llevan tiempo" [69], el público ha de escoger calidad frente a cantidad. Otra característica de gran valor es la originalidad e individualidad de las prendas ya que, al estar hechas a mano las prendas serán siempre distintas y limitadas. Visibilizar el proceso creativo y artesanal que hay detrás de la confección de las prendas ayuda a concienciar y entender el esfuerzo, trabajo y tiempo que esconde la industria de la moda, generando mayor responsabilidad en las personas a la hora de comprar ropa.



50. Etiquetas *hand made*.

Jóvenes artistas han conseguido abrirse camino en el mundo de la moda gracias a la corriente sostenible *upcycling*. Una forma atractiva y divertida de sacar partido a prendas destinadas a la basura apostando por una confección novedosa y atrevida. Siguiendo una estética urbana de los 90', destaca Nigel Xavier, ganador de la segunda temporada del programa *Next in Fashion* [70], quien ha demostrado su preocupación por el medioambiente y su capacidad técnica para trabajar a partir de restos de telas sobrantes con el objetivo de sacar provecho a cualquier material y llevarlo a la alta costura. El mensaje de superación personal junto con el control absoluto de los materiales le ha llevado a ser unos de los referentes contemporáneos más importantes de la revolución textil.

65. Sanmamed, M. (2023). *Transformar la basura en arte: Upcycling, suprareciclaje y residualismo - Marta Sanmamed.* Marta Sanmamed. Recuperado de: https://sanmamed.net/transformar-la-basura-en-arte-upcycling-suprareciclaje-y-residualismo/. [Consultado el 15 de abril del 2024].

66. Recovo. (2024). "¿Qué Es El Upcycling? El siguiente Paso En La Moda Sostenible". *Recovo*. Recuperado de: https://recovo.co/es/blog/que-es-el-upcycling-el-siguiente-paso-en-la-moda-sostenible/#:~:text=En%20el%20%C3%A1mbito%20de%20la,piezas%20frescas%20y%20con%20estilo. [Consultado el 8 de abril del 2024].

67. Sanmamed, M. (2023). *Transformar la basura en arte: Upcycling, suprareciclaje y residualismo - Marta Sanmamed.* Marta Sanmamed. Recuperado de: https://sanmamed.net/transformar-la-basura-en-arte-upcycling-suprareciclaje-y-residualismo/. [Consultado el 15 de abril del 2024].

68. Recovo. (2024). "¿Qué Es El Upcycling? El siguiente Paso En La Moda Sostenible". *Recovo*. Recuperado de: https://recovo.co/es/blog/que-es-el-upcycling-el-siguiente-paso-en-la-moda-sostenible/#:~:text=En%20el%20%C3%A1mbito%20de%20la,piezas%20frescas%20y%20con%20estilo. [Consultado el 8 de abril del 2024].

69. Alonso, T. (2021). Béhen, la firma de upcycling que recupera la tradición textil y la artesanía portuguesa. *FashionNetwork*. Recuperado de: https://es.fashionnetwork.com/news/Behen-la-firma-de-upcycling-que-recupera-la-tradicion-textil-y-la-artesania-portuguesa,1356385.html. [Consultado el 15 de abril del 2024].

70. Touseef, F. (2023). The Sustainable Fashion Revolution of Nigel Xavier: A Journey Through Upcycling and Textile Manipulation. Arts Help. Recuperado de: https://www.artshelp.com/sustainable-fashion-nigel-xavier-next-in-fashion-winner-netflix/. [Consultado el 15 de abril del 2024].



51. Diseños *upcycling* de Nigel Xavier.

La artista Paolina Russo es una joven diseñadora que crea prendas únicas de alta costura transformando la ropa deportiva de una manera atrevida y extravagante. Es una de las firmas contemporáneas que mejor demuestran su compromiso sostenible [71]. En 2020 la diseñadora canadiense colaboró con Adidas para la creación de prendas deportivas siguiendo un estilo "streetwear" de los años 90 [72]. Paolina Russo es un claro ejemplo de que la moda reciclada también puede recoger una estética refinada y avanzada con los materiales. Para ella, la durabilidad de las prendas es uno de los pilares fundamentales de su producción textil, siempre usando tejidos y materiales reciclados [73].



52. Paolina Russo. Ropa deportiva con la colaboración de Adidas 2020.

71. Halliday, S. (2023). La londinense Paolina Russo se alza con el Zalando Visionary Award y desfilará en la Fashion Week de Copenhague. FashionNetwork.com. Recuperado de: https://es.fashionnetwork.com/news/-la-londinense-paolina-russo-se-alza-con-el-zalando-visionary-award-y-desfilara-en-la-fashion-week-de-copenhague,1523072.html. [Consultado el 8 de abril del 2024].

72. WebAdictos, S. (2020). "Adidas Originals presenta su colaboración con Paolina Russo". WebAdictos. Recuperado de: https://webadictos.com/adidas-originals-paolina-russo/. [Consultado el 8 de abril del 2024].

73. Terihaj, L. (2020). Paolina Russo Handcrafts A Wearable, Scannable, Up-cycled Touch Of Magic. Sleek Likes. Recuperado de: https://www.sleek-mag.com/article/paolina-russo-klarna-card/. [Consultado el 15 de noviembre del 2024].

En España destaca el proyecto sostenible de la artista Mariola Delfer, quien combina la artesanía con el *upcycling* para crear piezas únicas contemporáneas [74]. Mantiene la estética *vintage* de los 90' pero con un estilo personal. Destaca especialmente en la realización de complementos como boinas y bolsos.



53. Diseños de Mariola Delfer.

En cuanto a una estética clásica y sencilla, de tonos neutros y uso de tejidos procedentes de telas antiguas encontradas en mercadillos, destaca la firma española *Après Ski*, de la mano de Lucía Vergara, quien confecciona a mano prendas usando como tejido manteles, servilletas, sábanas o retales de telas antiguas [75].



54. Après Ski. Prendas de Lucía Vergara creadas a partir de manteles y servilletas de tela.

74. Alarcón, D. (2021). Mariola Delfer, o cómo hacer de la moda, la artesanía y el upcycling una combinación ganadora. *VEIN Magazine*. Recuperado de: https://vein.es/mariola-delfer-o-como-hacer-de-la-moda-la-artesania-y-el-upcycling-una-combinacion-ganadora/. [Consultado el 15 de abril del 2024].

75. Tato, M. M. (2021). Lucía Vergara de Après Ski y su ropa de tejidos antiguos: "Hay prendas que me da pena vender porque sé que son únicas". *Vanity Fair*. Recuperado de: https://www.revistavanityfair.es/articulos/apres-ski-marca-ropa-telas-antiguas. [Consultado el 8 de abril del 2024].

Behén Studio es una marca portuguesa cuyo objetivo se basa en devolver la importancia del trabajo manual y artesanal en la producción de prendas: "La artesanía ayuda a recordarnos lo que el tiempo realmente significa. Confeccionar las prendas a mano lleva tiempo, ¡como tiene que ser!" [76]. A través de mercadillos, Behén obtiene casi todo el material reciclado para crear sus prendas, de esta forma el resultado es único y limitado.



55. Diseños upcycling de Behén Studio.

Una marca artística española que destaca por sus piezas creativas a partir de restos de prendas u objetos encontrados en la basura es *A Hug*, una marca que no se centra únicamente en la creación de prendas, sino que experimenta con la escultura *upcycling*. Las prendas *hand made* que realiza la fundadora Alex Henkes a partir de ropa de segunda mano se caracterizan por un estilo divertido, experimental y participativo [77]. La combinación de tejidos, formas y colores la ha llevado a considerarse una de las marcas más sorprendentes y originales del *upcycling* [78]. Alex Henkes ha mostrado su lado más artístico a través de la *performance* y la escultura textil como herramienta de comunicación para resolver sus inquietudes. La creatividad y la iniciativa por experimentar distintos campos artísticos la han convertido en una auténtica artista contemporánea con un importante enfoque medioambiental y social.

"Me gustaría ser un referente a nivel mundial, no solo del actual *upcycling*. Que mis propuestas fueran consideradas como objetos de arte ponibles y que mis valores y mi metodología de trabajo fueran un ejemplo a seguir, inspirando a la gente con sensibilidad sostenible" [79].



56. Diseños originales de A Hug.

76. Alonso, T. (2021). Béhen, la firma de upcycling que recupera la tradición textil y la artesanía portuguesa. *FashionNetwork*.Recuperado de: https://es.fashionnetwork.com/news/Behen-la-firma-de-upcycling-que-recupera-la-tradicion-textil-y-la-artesania-portuguesa,1356385.html. [Consultado el 15 de abril del 2024].

77. Palomares, M. (2022). El upcycling español eleva el nivel gracias a la firma A HUG. *Ecolover*. Recuperado de: https://ecolover.life/blog/upcycling-espanol-moda-artesanal-sostenible/. [Consultado el 15 de abril del 2024].

78. *Ibid*.

79. Palomares, M. (2022). El upcycling español eleva el nivel gracias a la firma A HUG. *Ecolover*. Recuperado de: https://ecolover.life/blog/upcycling-espanol-moda-artesanal-sostenible/. [Consultado el 15 de abril del 2024].



57. A Hug. *Armadura de sol*. 2024.

Siguiendo una línea más convencional destaca una joven diseñadora independiente que trabaja a partir de residuos para generar prendas estéticas y usables. Ensalzando el *hand made* y la creatividad, el *upcycling* se ha convertido en una técnica más de confección de moda sostenible. Paula Votteler es una joven diseñadora alemana que crea prendas de una belleza y cuidado único. Sus característicos bolsos hechos a partir de pequeños trozos de plástico de botellas se han convertido en un objeto deseado por muchas personas. Del objeto cotidiano: envases, redes de frutas o botellas de plástico, Votteler encuentra una oportunidad estética y práctica para alargar su vida útil. El proceso manual que muestra en sus redes sociales de sus proyectos textiles ha inspirado profundamente a los espectadores a realizar sus propios objetos a partir de residuos, valorando por primera vez la capacidad artística que pueden ofrecer.

58. Bolsos hechos a partir de botellas y envases de plástico.





59. Blusa realizada a partir de una bolsa de malla de verduras.

Otra voz emergente que integra elementos plásticos en sus prendas con naturalidad es la diseñadora Elise Knits. Esta joven artista desarrolla prendas con una estética colorida y divertida en la que combina diferentes tejidos y texturas. Destaca por un alto conocimiento de técnicas como el crochet, punto y bordado con las que juega para desarrollar tejidos nuevos y creativos [80]. La integración de plásticos de colores como un tejido más ha permitido obtener resultados de un interés especial, en los que lo "feo" o lo desordenado han obtenido un sentido y un valor estético. El proceso creativo de sus propuestas permite entender y apreciar con mayor consideración el valor de su trabajo como diseñadora y artista textil.



60. Bocetos y referencias textiles de Elise Knits.

80. Elise Knits. (2020). Elise Knits. *NOT JUST A LABEL*. Recuperado de: https://www.notjustalabel.com/elise-knits. [Consultado el 22 de abril del 2024].



61. Diseño de Elise Knits, 2018.

Sin embargo, nos sólo pequeñas firmas o diseñadores independientes se han sentido fuertemente influenciados por la corriente sostenible: la preocupación por el cuidado del medioambiente ha llevado a importantes marcas comerciales de ropa a colaborar por mejorar y concienciar sobre la situación medioambiental, siendo la contaminación plástica de los mares uno de los impactos climáticos más graves en la actualidad. Uno de los actos más importantes es la labor de Ecoalf, quienes llevan a cabo el proyecto *Upcycling the Oceans* contra la lucha de la basura marina. Con más de 1.000 barcos pesqueros recogen los residuos que ensucian los mares del mediterráneo, habiendo obtenido más de 1.450 toneladas desde su inicio en el 2015 [81]. Los objetivos de la marca son recuperar la basura, ordenarla y separarla para su reciclaje y finalmente, usarla en los diseños textiles como oportunidad de cambio [82]. Ecoalf es reconocida como una de las empresas más responsables con el medio ambiente del mundo. Uno de los materiales que se ha integrado de manera innovadora es el "Hilo del Mar", obtenido como respuesta a los 12,7 millones de toneladas de residuos plásticos que acaban en el océano [83]. Gracias al proyecto *Upcycling the Oceans* (UTO) las botellas de PET se transforman en hilo de poliéster de gran calidad. La recuperación de más de 929.000 botellas de plástico [84] del océano ha supuesto un auténtico logro para la *Fundación Ecoalf*. Este es solo uno de los muchos objetivos que se han alcanzado gracias a sistemas de innovación y cuidado por mejorar el mundo. "El reto real no es limpiar el océano sino dejar de ensuciarlo. Por eso, es fundamental el papel educativo, demostrativo, y científico de este proyecto, para promover las medidas preventivas" [85], Irene Díez, directora de la fundación de Ecoalf. La marca ha dejado claro que lucha por un mundo limpio y justo usando la moda como herramienta de cambio social, educativo y concienciador. Es fundamental compartir y comunicar continuamente sus principios sostenibles como base primordial de la confección de sus productos para conectar con clientes de una forma más cercana y personal, en la que, además, ayudan a las personas a sentirse parte de la solución y no del problema con sus elecciones.

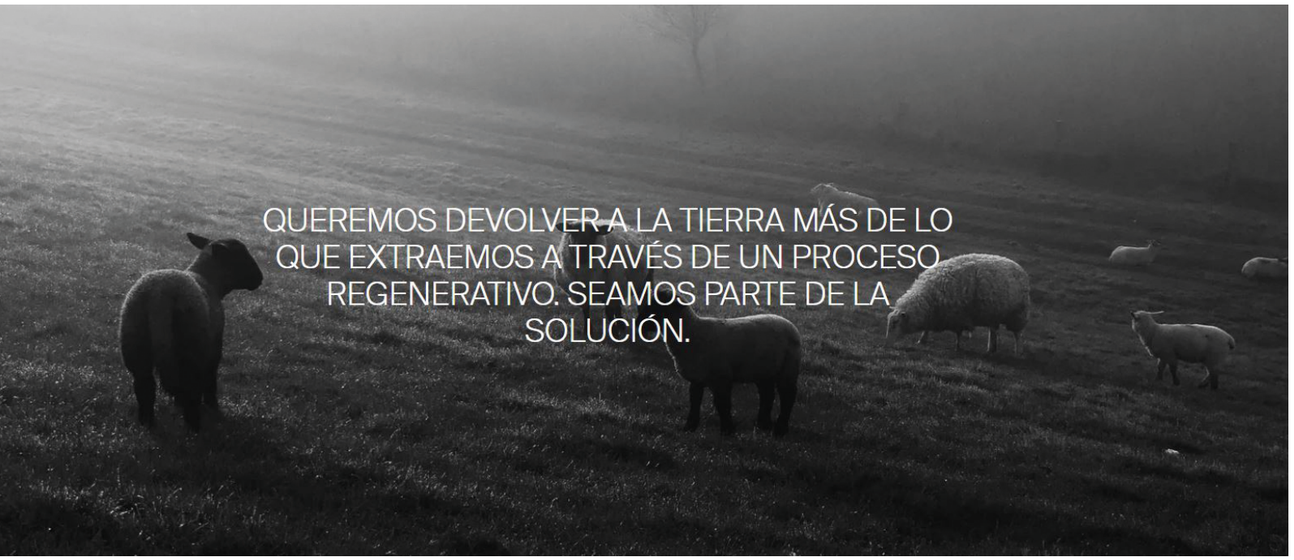
81. ECOALF. (2024). *Upcycling the Oceans*. Recuperado de: https://ecoalf.com/pages/upcycling-the-oceans. [Consultado el 8 de abril del 2024].

82. *Ibid.*

83. ECOALF. (2024). ECOALF - Sostenibilidad y estilo. Recuperado de: https://ecoalf.com/. [Consultado el 9 de abril del 2024].

84. ECOALF. (2024). ECOALF- Materiales. Recuperado de: https://ecoalf.com/pages/materiales. [Consultado el 9 de abril del 2024].

85. Ecoembes. (2022). "2.600 pescadores del proyecto Upcycling the Oceans recuperaron más de 190 toneladas de basura marina en 2021". *Ecoembes*. Recuperado de: https://www.ecoembes.com/es/upcycling-oceans-recupera-basura-marina. [Consultado el 9 de abril del 2024].



62. Frase de inspiración de Ecoalf. 2024.





63. Ecoalf. (2023). "¿Sabías que por cada artículo de *Because There Is No Planet B* vendido, se dona un 10% a la Fundación Ecoalf?".

64. Ecoalf. (2023). "¿Sabías que por cada artículo de *Because There Is No Planet B* vendido, se dona un 10% a la Fundación Ecoalf?".



65. VEJA. 2023. *Zapatilla V-10.*

De igual manera, VEJA se une a la innovación de los materiales reciclados con el *B-Mesh*, una tela compuesta por poliéster 100% reciclado procedente de botellas de plástico que se trituran en trozos para su transformación en tejido para la realización de sus caracterizas zapatillas. Además, se sustituye el cuero por un *upcycling* de maíz: el *C.W.L* (algodón cubierto por una capa de maíz) [86].

Los profesionales han entendido el *upcycling* como una oportunidad de innovación y cambio aprovechando sus capacidades creativas para desarrollar piezas sostenibles. Los proyectos creativos de diseñadores contemporáneos resultan de gran interés para el consumidor, pues se trata de una moda individualizada en la que cada prenda es única y especial, aportando una conexión personal y cercana entre profesional y cliente. Además, la moda se ha convertido en una herramienta de comunicación que ofrece la oportunidad al público de participar activamente en un consumo responsable y consciente a través de una elección sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Se trata de un comportamiento colectivo y colaborativo para alcanzar un futuro óptimo, una moda que nos hace más humanos.

2.2.2. *TRASHION.* MODA Y BASURA, UNA COMBINACIÓN ÚTIL Y BELLA.



66. Boceto de la diseñadora Hayley Grundmann.

La tendencia trashion viene de la unión de *trash* (basura) y *fashion* (moda), es decir, moda hecha a partir de basura. Una corriente que defiende las segundas oportunidades a partir de materiales abandonados en contenedores. Se clasifica el trashion como un tipo de *upcycling* en el que se usan objetos no deseados y considerados inútiles para la creación de nuevos artículos con el fin de evitar generar grandes cantidades de basura y reducir su huella medioambiental. El *trashion* junto con el *upcycling* comparten el concepto de reciclaje, sumándose, además, la importancia y el valor en sí mismo de ser piezas creadas a partir de otras ya existentes. El *trashion* en la moda suele responder a la reflexión ecológica sobre el consumo y los desechos que generan las personas en el planeta; mientras que el *upcycling* se basa en la construcción de prendas a partir de la transformación de otras prendas o de la misma para hacerla mejor y aumentar su ciclo de vida útil. "El 50 % de las prendas *fast fashion* terminan como basura en menos de un año. En algunos países, la generación de residuos sólidos por persona alcanza los 4,54 kilogramos por día. En 2018, la cantidad total de

86. VEJA. (2024). *Upcycling - VEJA*. Recuperado de: https://project.veja-store.com/es/single/upcycling. [Consultado el 9 de abril del 2024].

plástico que produjimos fue equivalente al peso de todos los seres humanos que habitan en el planeta, y ese mismo año desechamos cuatro veces esa cantidad solamente en residuos orgánicos" [87], confirma Christopher Brosse en su libro *La basura no existe. Hacia el superreciclaje y la economía circular* [88].



67. Montañas de basura en Ghana.

El *trashion* es una corriente artística a la que se puso nombre en el 2004, aunque su actividad comenzó en los noventa con Vivienne Westwood. La diseñadora británica proponía prendas atrevidas con un estilo *punk* usando materiales reciclados como expresión personal de su preocupación climática. Una de sus colecciones completamente trashion fue *Handmade with love* [89] en asociación con *Ethical Fashion Initiative*, en la que se emplearon materiales como carteles, latón, lienzos, remanentes de cuero.





68. Vivienne Westwood en una manifestación climática en 2016, con su lema *Climate Revolution*.

69. Vivienne Westwood. *Ready to wear*, en la *Fashion show*, 2019.

Una característica que define la tendencia *trashion* es la estética que se obtiene, ya que es frecuente que las prendas resulten claramente hechas a partir de basura, con acabados expresivos y grotescos. El deseo de aprovechar al máximo los desechos, ha convertido a los diseñadores y profesionales en grandes artistas. El ingenio y la expresividad son cualidades que distinguen esta corriente filosófica, ética y artística de otras tendencias sostenibles.

87. BBVA. (2023). "¿Qué es el 'upcycling' o suprarreciclaje de los residuos?". *BBVA NOTICIAS*. Economía circular. Cultura reciclaje. Recuperado de: https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-upcycling-o-suprarreciclaje-de-los-residuos/. [Consultado el 8 de abril del 2024].

88. Brosse, C. (2021). *La Basura No Existe. Hacia el suprarreciclaje y la Economía Circular.* [Formato Kindle]. España.

89. Next, S. F. (2022). "Vivienne Westwood: La Dama Punk de la moda". Slowfashionnext. *Slowfashionnext*. Recuperado de: https://slowfashionnext.com/blog/vivienne-westwood-la-dama-punk-la-moda/. [Consultado el 9 de abril del 2024].



70. "Cuidado": Hecho con basura recuperada de la playa. Fotografía de Kelly Fajack.



71. Rob Greenfield, activista medioambiental lleva puesta la basura que ha desechado durante un mes.

Esta nueva alternativa de cuidado ambiental ha traído el surgimiento de diferentes artistas y diseñadores que quieren colaborar por una justicia climática. La experimentación con los materiales se basa en una descomposición y construcción de los elementos para aprovechar al máximo su funcionalidad. La libertad creativa permite arriesgar en las formas y elementos compositivos obteniendo un resultado extravagante, original y único.

El artista chino Wan Yunfeng destaca por la realización de prendas poco convencionales y alternativas convirtiéndose en un icono de la denuncia medioambiental [90]. Sus obras se han convertido en una referencia artística de concienciación y crítica por un planeta que está siendo destruido. "Quiero transmitir el concepto de protección del medio ambiente al mundo convirtiendo la basura en alta costura" [91]. Yunfeng realiza piezas con materiales encontrados y recuperados de la calle, transformándolos en auténticas obras de arte.

"Quiero reconstruir las escenas de esos animales que luchan antes de morir, provocada por la contaminación del océano" [92].



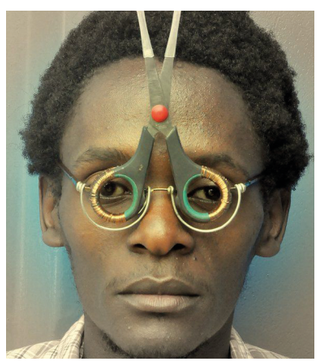


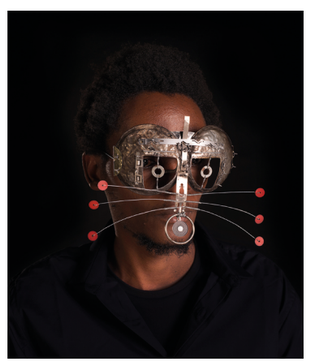
72. Wan Yunfeng. *Protection of the Ocean.*

Cyrus Kabiru es un artista procedente de Kenia que ha creado una colección de gafas- esculturas siguiendo un discurso metafórico con el que propone "mirar" hacia el continente africano con otros ojos. Las gafas han sido construidas a partir de elementos encontrado en la calle y en vertederos. Este ingenioso artista demuestra sus dotes creativas utilizando como soporte escultórico la basura, objetos que han perdido valor y han quedado abandonados a su suerte, para comunicar un mensaje crítico y profundo.

73. Cyrus Kabiru y su colección de gafas hechas con desechos.







90. De la Cal, L. (2019). El artista chino que hace alta costura con porquería para denunciar la contaminación. *ELMUNDO*. Recuperado de: https://www.elmundo.es/papel/lifestyle/2019/11/26/5ddc0c15fc6c8359228b45db.html. [Consultado el 17 de abril del 2024].

91. *Ibid.*

92. Westcott, B., Fang, N. (2019). Chinese artista Wan Yunfeng is turning trash into high fashion. *CNN Style*. Recuperado de: https://edition.cnn.com/style/article/wan-yunfeng-environment-artist-intl-hnk/index.html. [Consultado el 17 de abril del 2024].

Una interesante interpretación del *trashion* fue la colección de moda del 2017 de la firma de lujo Moschino en la que propuso una divertida e irónica colección hecha a partir de materiales cotidianos y de poco *glamour*. En el desfile Otoño 2017 de Milán, Jeremy Scott mostró una variada selección de prendas extravagantes inspiradas en el reciclaje: el "trash chic" . La divertida y original propuesta es un homenaje a la basura, con la que visibiliza de manera cómica la gran utilidad que pueden ofrecer elementos cotidianos como cajas de cartón, periódicos, papel higiénico, bolsas de basura, o incluso la rueda de una bicicleta.











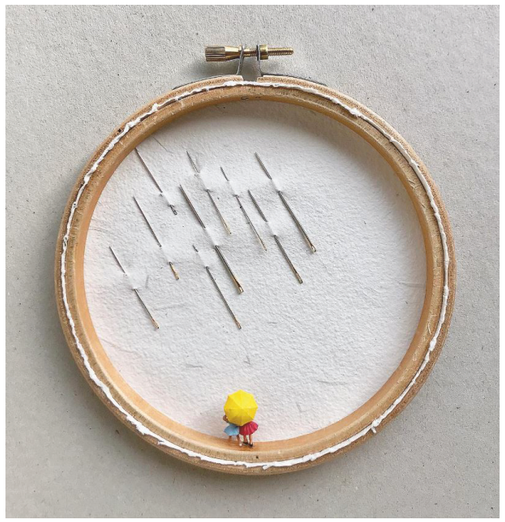


74. Moschino, pasarela otoño 2017, Milán.

2.2.3. ARTISTAS QUE TRABAJAN A PARTIR DE DESECHOS. *UPCYCLING* COMO OPORTUNIDAD DE CAMBIO.

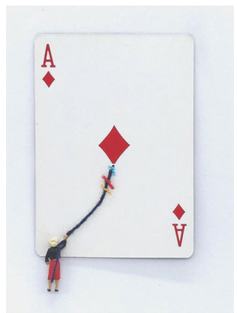
Sin embargo, la tendencia de reciclaje no sólo ha iluminado a diseñadores y marcas de ropa, sino, a artistas que han empleado su creatividad y habilidad para crear piezas de gran interés usando objetos recuperados de la calle.

La artista española Marta G. Salas recoge pequeños objetos para crear escenas poéticas y reflexivas llenas de detalle y acierto. Con sus piezas en miniatura trasforma materiales reciclados para crear poesías visuales con composiciones aparentemente sencillas. La artista encuentra la belleza en la cotidianeidad de los objetos, dándoles una nueva vida. Con sus obras, Marta nos invita a reflexionar sobre los objetos que nos rodean, la delicadeza que se puede conseguir cuando existe una intención, un mensaje que ensalza el material y permite contar historias con él. El ingenio y la precisión de estas miniaturas recogen la obra de Salas como parte de la tendencia *upcycling*.



75. Miniaturas de la colección *Mymicroparadise*.



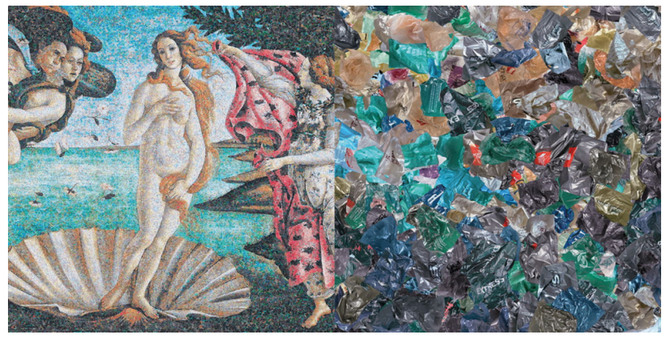




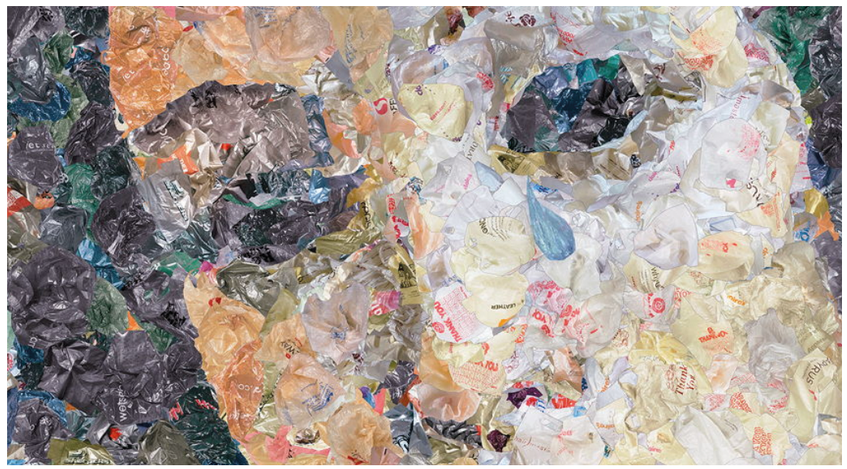
76. Miniaturas de la colección *Mymicroparadise*.

El estadounidense Chris Jordan trabaja a partir de pequeños trozos de residuos para crear retratos y paisaje a gran escala siguiendo la técnica del *collage*. El artista desarrolla una obra de *upcycling* para criticar a una sociedad capitalista que está destrozando el planeta. Su obra pretende crear concienciación climática [94] a través de la transformación de residuos en material artístico.

Alejandro Durán es un artista mexicano que también trabaja desde el arte reciclado tratando de concienciar sobre la basura que ensucian los océanos. El artista mexicano, al igual que Chris Jordan y Marta G. Salas, invita al espectador a reflexionar sobre la manera en la que las personas se relacionan con los desechos [95], una tendencia que se ha incrementado con la moda de "usar y tirar". Durán pretende trasformar lo "feo" de los residuos que contaminan los paisajes en composiciones bellas y coloridas que causen impresión en el espectador con el objetivo de mostrar la realidad: "contar lo que está sucediendo con nuestro medioambiente y dar visibilidad a lo invisible" [96]. La relación del ser humano con la naturaleza es uno de los pilares que conforman la obra. A través de montajes en escenarios naturales, Durán expande los elementos encontrados tras una extensa y minuciosa, limpieza y catalogación por colores, transformando los paisajes de forma desoladora. Se trata de uno de los artistas de *upcycling* y *trash art* más comprometidos en la actualidad. Una lucha por proteger y cuidar nuestro hogar desde la sensibilidad y expresividad del arte. "Cuando se limpia, no se garantiza que llegue más basura al día siguiente. Limpiar la playa es, literalmente, una tarea de Sísifo" [97], por ello, es fundamental concienciar y humanizar al espectador para que partícipe colaborativamente por recuperar la belleza de la naturaleza que estamos destruyendo.



77. *Venus*. (2011) de la serie de Chris Jordan "Running the Numbers II: Portraits of Global Mass Culture", que muestra 240.000 bolsas de plástico: el número estimado de bolsas de plástico consumidas en todo el mundo cada 10 segundos.



78. Detalle de los pequeños trozos de plástico de la pieza *Venus*.

94. Ortega, S. (2009). Chris Jordan y su Eco-Art. *Sergio Ortega*. Recuperado de: https://blog.sortega.com/chris-jordan-y-su-eco-art/. [Consultado el 22 de abril del 2024].

95. Ruiz, R. (2020). El artista que denuncia la invasión de plásticos hasta en 'la Puerta del Cielo' - Signus Blog. *Signus Blog*. Recuperado de: https://blog.signus.es/artista-alejandro-duran-invasion-de-plasticos/. [Consultado el 22 de abril del 2024].

96. *Ibid*.

97. Ruiz, R. (2020). El artista que denuncia la invasión de plásticos hasta en 'la Puerta del Cielo' - Signus Blog. *Signus Blog*. Recuperado de: https://blog.signus.es/artista-alejandro-duran-invasion-de-plasticos/. [Consultado el 22 de abril del 2024].



79. *S.O.S.* Proyecto *Whased Up*, Alejandro Durán, 2010.



80. Derrame. Proyecto *Whased Up*, Alejandro Durán, 2010.

Desde una perspectiva urbana, pero con la misma intención de cuidar la naturaleza y la fauna que recoge destaca el artista portugués Bordalo II. El artista y activista recupera desechos del ser humano para crear significados y darles una nueva utilidad [98]. Con toda clase de materiales Bordalo explora sobre el color y la escala [99] a través de grandes murales y esculturas de animales. El espacio público se convierte en el lienzo elegido como excusa para una reflexión y crítica hacia la sociedad materialista y avariciosa a la que pertenece [100]. En un mundo en el que la producción masiva de objetos y el poco y limitado valor que se les proporciona, la basura solo crece afectando y contaminando gravemente los ecosistemas. Por ello, el artista portugués busca alargar la vida útil de las "cosas" usando los desechos como materia prima de sus obras. El resultado es una colorida y expresiva representación de animales salvajes y autóctonos de la zona como reivindicación del daño que causa el ser humano en la vida de estos animales, el reflejo de una sociedad con poca conciencia medioambiental y ecológica [101].



81. Pintos, 2023. Bordalo II



82. Mountain lion, 2022. Bordalo II.

98. Huacuz, F. (2019) Bordalo II y los trash animals del street art - All City Canvas. *All City Canvas*. Recuperado de: https://www.allcitycanvas.com/mejores-obras-de-street-art-bordalo-ii/. [Consultado el 22 de abril del 2024].

99. Walls, B. (2023). BORDALO II - *Beyond Walls*. Recuperado de: https://beyondwalls.org/es/artists/bordalo-ii/. [Consultado el 22 de abril del 2024].

100. *Ibid*.

101. Walls, B. (2023). BORDALO II - Beyond Walls. Recuperado de: https://beyondwalls.org/es/artists/bordalo-ii/. [Consultado el 22 de abril del 2024].

El *trash art* y el *upcycling* han demostrado ser técnicas innovadoras de gran expresividad e intención. Artistas que se adaptan a los tiempos que toca: una grave situación climática movida por una comunidad que queda reflejada por lo que tira ensuciando la naturaleza y la vida que alberga. Artistas, activistas, diseñadores y profesionales que rescatan objetos destinados a morir y lo transforman en originales y estéticas obras de arte. Una tendencia que demuestra una vez más que el arte se puede convertir en herramienta de respuesta ante la realidad actual, una forma de entender el mundo y actuar en consecuencia. Con el ingenio y el compromiso ecológico buscan concienciar e informar a la sociedad de la conducta egoísta y poco sensata que se está tomando para ofrecer la oportunidad de cambio para formar parte de la solución y no del problema. Se trata de una responsabilidad colaborativa en la que todos debemos participar para conseguir un futuro óptimo, justo y positivo entre el ser humano y la naturaleza. Entender el reciclaje como una oportunidad que oriente el consumo compulsivo y el derroche masivo de prendas y objetos hacia una solución bella y útil.

"No es mi basura, pero sí es mi planeta" [102]. Hagamos algo con ella.



83. *Optimism*, (optimismo). Iconeo, 2023.

84. Sophie Burrows, 2019.

102. Ecólatras. (2019). No es mi basura, pero es mi planeta. *Ecólatras*. Sevilla. Recuperado de: https://www.ecolatras.es/detalle/no-es-mi-basura-pero-es-mi-planeta. [Consultado el 22 de abril del 2024].

2. 3. LA MODA COMO EXPRESIÓN PERSONAL.

2.3.1. ¿QUÉ DICE DE NOSOTROS LA ROPA? EL VESTIR COMO REFLEJO DE IDENTIDAD.

Desde comienzo de los tiempos, el acto de ir vestido ha significado protección ante temperaturas extremas y condiciones climatológicas [103], permitiendo la adaptación del ser humano al medio natural al que pertenece. Sin embargo, las prendas han ido adquiriendo valor convirtiéndose en una forma de diferenciarse e individualizarse [104] como ser humano. Crear una distinción y una estética concreta significa poder pertenecer a un grupo, sentirse aceptado e integrado en una comunidad. La vestimenta se ha convertido en una presentación del yo, una forma de expresión de identidad. Desde los inicios, las prendas de ropa han servido como elemento de comunicación para mostrar cómo es una persona, hacer visible la personalidad de cada individuo [105]. Aunque en la moda destaca el instinto diferenciador, también se caracteriza por el sentido comunitario [106]. Actualmente el deseo de pertenencia a una comunidad tiene mucha presencia en la sociedad, las personas quieren sentir que pertenecen a grupos con los que comparten ideas, valores y gustos. Sin embargo, no quieren ser "clones" de ellos, sino destacar individualmente, luchar por una autenticidad [107].



103. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda*. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].

104. *Ibid.*

105. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda*. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].

106. *Ibid.*

107. Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona. Paidós contextos.

"El vestir es un hecho básico de la vida social" [108]. Un cuerpo vestido adquiere sentido e identidad en un espacio sociocultural. Todas las personas, sin importar el lugar, van vestidas; decoran y adornan sus cuerpos a través de prendas, complementos o tatuajes [109], elementos que ayudan a la diferenciación de culturas o grupos sociales. "El mundo social es un mundo de cuerpos vestidos" [110]. El cuerpo sin ropa se siente vacío, desnudo, incompleto; el cuerpo necesita la vestimenta para mostrar la totalidad de su esencia y la declaración de sus intereses [111]. El hecho de vestirse es una experiencia personal de una presentación pública de nuestra imagen [112]: "la ropa representa una experiencia íntima del cuerpo y a la vez una presentación pública del mismo" [113].

El cuerpo es un medio de expresión que sin darnos cuenta está muy restringido por las normas sociales y culturales de cada lugar; las personas han de ceñirse a formas de actuar concretas marcadas por códigos sociales. Los protocolos de vestimenta forman parte de las normas que se han de cumplir para encajar en un espacio determinado y de esta forma no sentir rechazo social; "el vestido es la garantía y pasaporte suficiente para ser aceptado o rechazado por el otro" [114]. Cuando se lleva la ropa adecuada en el momento preciso, predomina una sensación de comodidad y seguridad con la decisión tomada, favoreciendo el bienestar personal de cada uno. Una buena elección de vestimenta ayuda a apreciar y valorar mejor la relación con nuestros cuerpos. Sin embargo, esto también sucede a la inversa. Cuando la ropa que llevamos nos incomoda o no es la indicada, nos sentimos fuertemente avergonzados e inseguros de nuestra imagen [115]. Por ello, se entiende que la ropa tiene un impacto directo en la gestión de nuestras emociones.



85. Ilustraciones de moda de George Barbier.



86. *Colours of the Masai* (colores de Masai). Fotografía por Darren Smith, 2005.

La imagen de una persona vestida es el símbolo de la cultura y el contexto al que pertenece. Analizando las prendas y la forma de vestir se puede entender la relación sociocultural de cada individuo, su estatus social e incluso su oficio. Los estilos de vestimenta resultan reveladores de información sobre la identidad. Según explica Juan Carlos Santos las personas tienen la necesidad de contar historias, expresar quiénes son y cómo quieren ser [116]. La elección de las marcas que consumimos, la tendencia que seguimos, las prendas que usamos o la combinación de colores que escogemos son mensajes cognitivos que transmitimos al resto de personas, una comunicación no verbal de la que muchas veces no somos conscientes [117]. Según Santos esto es fundamental a la hora de desarrollar un producto, ya que hay que tener presente que este no puede satisfacer de la misma forma a todos los consumidores [118]. Para entender mejor la relación entre sociedad e identidad Santos ofrece un esquema en la que parte de tres estilos de vida básicos: el Clásico (busca la solución de los problemas sociales en el pasado y son convencionales; estilo institucional), el Moderno (busca la solución mirando al futuro a través del conocimiento y la ciencia; estilo frío, material), y el Natural (se mueve en el presente, busca a nivel interior y emocional; estilo armonioso). El estilo natural o estilo casual, destaca por su comodidad y su sencillez. Se trata de personas optimistas que buscan potenciar aspectos cotidianos de la vida, el trato con las personas y la percepción del mundo que les rodea [119], así como, cuidar la conexión con la naturaleza. Una característica que define el estilo natural es la elección de tejidos naturales como el algodón o el lino, y la búsqueda de prendas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Esta tendencia ecológica ha llevado al etilo natural a desembocar en otros subgéneros como el estilo hippie o bohemio que destaca por su espíritu libre y desenfadado [120]. Los estampados y texturas, influencia de la moda étnica, han permitido desarrollar la moda como expresión personal. El estilo hippie mantiene una estrecha relación con la naturaleza y la cultura alternativa [121], siendo el color uno de los elementos más simbólicos de este estilo.



87. Estilo clásico.

108. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda*. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].

109. *Ibid*.

110. Turner Bryan, S. (1989). *El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social*. México, Fondo de Cultura Económica.

111. Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona. Paidós contextos.

112. *Ibid*.

113. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda*. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].

114. *Ibid*.

115. Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona. Paidós contextos.

116. Santos, J. C. (2014). *Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda*. [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

117. P. L., y P. L. (2024). ¿Cómo influye la ropa en nuestro estado de ánimo? *Confidencial Digital*. Recuperado de: https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/tendencias/como-influye-ropa-nuestro-estado-animo/20240326105313749977.html. [Consultado el 27 de abril del 2024].

118. Santos, J. C. (2014). *Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda*. [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

119. Miralles, I. (2020). Claves del estilo natural. *Consultorio de imagen*. Recuperado de: https://consultoradeimagen.com/claves-del-estilo-natural/. [Consultado el 5 de mayo del 2024].

120. Uyuni. (2024). Cómo crear un estilo de ropa hippie y boho. *Uyuni*. Recuperado de: https://uyuni.es/blog/post/como-crear-un-estilo-de-ropa-hippie-y-boho.html. [Consultado el 5 de mayo del 2024].

121. *Ibid*.





88. Estilo moderno.





89. Estilo natural.

Estos tres grupos recogen en términos generales la identidad de una persona. Estos estilos primarios y básicos se solapan para dar lugar a los estilos secundarios: entre el Clásico y el Moderno se encuentra el Contemporáneo, entre el Moderno y el Natural está el Informal, y el Natural con el Clásico se crea el Romántico. Las formas de dichos estilos pueden variar según el contexto histórico y social. A medida que la sociedad evoluciona, la complejidad de su organismo va en aumento por lo que cada vez existen más variedad de contenidos de estilos [122]. Cuando se comprenden estos apartados, se comienza a desarrollar un imaginario con el que se percibe el mundo a través de una modificación de la realidad, ya que las conclusiones de los estilos que se obtienen están marcadas por los propios estilos de vida que nos representan. Es decir, la ropa que escogemos nos ayuda a expresar nuestra personalidad, pero también puede tener lecturas no correspondidas o malas interpretaciones, por lo que no siempre será entendido [123]. La vestimenta se ha convertido en la envoltura desde la que percibimos y entendemos el mundo, pero, además, la forma de expresión que permite mostrar nuestra identidad en el mismo espacio. La moda actúa como protectora o reveladora de nuestro mundo interior, pero siempre limitada o adaptada a un entorno social. Por ello, se ha convertido en un elemento que guarda una compleja relación con la identidad. Como dice el filósofo Alfredo Cruz, "El vestir no solo cubre el cuerpo, sino que carga de sentido y expresividad nuestra presencia física" [124]. Aunque nuestra intimidad queda protegida por las prendas, hace visibles nuestras intenciones; el cuerpo nos permite existir y adquirir una identidad en un espacio concreto [125].

122. Santos, J. C. (2014). *Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda*. [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

123. Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona. Paidós contextos.

124. Lolo. (2019). La moda que nos hace más humanos. *Aceprensa*. Recuperado de: https://www.aceprensa.com/cultura/la-moda-que-nos-hace-mas-humanos/#:~:text=%E2%80%9CEl%20vestir%20no%20solo%20cubre,presencia%20f%C3%ADsica%E2%80%9D%2C%20dijo%20Cruz. [Consultado el 27 de abril del 2024].

125. Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Barcelona. Paidós contextos. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].



90. Ilustración anónima.

Cuando nos vestimos, mostramos cual es el estado de ánimo que sentimos en ese momento; cuando estamos apenados preferimos escoger ropa holgada y cómoda que nos proteja del mundo. En cambio, cuando el estado de ánimo es positivo, preferimos vernos atractivos, llamativos o coloridos. La ropa no sólo nos ayuda a reflejar los sentimientos, también es la causa de ellos, tiene consecuencias psíquicas; una mala vestimenta puede ocasionar vergüenza. Es por ello por lo que existe una dimensión vital en las prendas, una forma de dar a conocer nuestra identidad variando en función de la interacción que exista con la moda [126]. La psicóloga inglesa Karen Pine afirma que el 73% de las 400 mujeres que fueron encuestadas se visten para alcanzar un bienestar propio, una confianza y una seguridad en ellas mismas [127], sin valorar la influencia u opinión que cause en terceros. Cada persona escoge qué enseñar y qué esconder de su identidad, abordando cuestiones tanto físicas como psicológicas para mostrar al mundo lo que se quiere percibir de ella. La ropa se convierte en un escaparate público, pero también en un escudo personal. Las prendas tienen un importante valor que pueden ayudar en la gestión de sentimientos y emociones. Como afirma Pine: "somos los que vestimos, pero también podemos llegar a ser lo que nos ponemos" [128]. Esto responde a la cuestión de cómo podemos moldear nuestras emociones con la ropa que escogemos, y cuánta es la importancia que tiene sobre nuestro estado de ánimo. "Lo que nos ponemos afecta a nuestro estado de ánimo y nuestros sentimientos a la hora de elegir la ropa influyen en la ropa que elegimos ponernos" [129]. La psicología del color tiene un gran impacto en el comportamiento del ser humano, por lo que una elección consciente de los colores de nuestras prendas puede favorecer nuestro estado de ánimo. La ropa amplía nuestras capacidades físicas, sociales y cognitivas: quiénes somos y quiénes pretendemos ser [130]. Además, la forma en que viste una persona puede llegar a determinar cómo piensa. En caso de que exista una relación simbólica, esta puede provocarnos un cambio de pensamiento en la prenda [131]. Por otra parte, es frecuente que algunas prendas de una etapa anterior, durante su uso actual esta nos evoque sentimientos positivos si el recuerdo era bueno. La vestimenta tiene la capacidad de conectar la memoria de experiencias pasadas con la actualidad. Prendas que desencadenarán recuerdos positivos que, a su vez, desencadenarán respuestas emocionales positivas [132].

Sin embargo, muchas de las elecciones no las hacemos conscientemente, sino que, y sobre todo en la vestimenta cotidiana, nos dejamos llevar y usamos lo primero que vemos. Este aparente desconocimiento sobre las decisiones que tomamos a la hora de escoger un producto, una marca o un color están más analizadas y estudiadas de lo que nos podemos imaginar. En la entrevista de

126. Casablanca, L., Chacón, P. (2014). *El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda*. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421. [Consultado el 27 de abril del 2024].

127. Fernández, L. (2021). Por qué la moda que vistes habla de tus emociones. *Muer Hoy*. Recuperado de: https://www.mujerhoy.com/moda/tendencias/201810/21/como-afecta-moda-emociones-rev-20181019104149.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F. [Consultado el 27 de abril del 2024].

128. *Ibid*.

129. Hernández, C. (2014). La moda y las emociones... *Carolina Hernández- Coaching*. Recuperado de: https://carolinahernandezcoaching.es/la-moda-y-las-emociones/. [Consultado el 27 de abril del 2024].

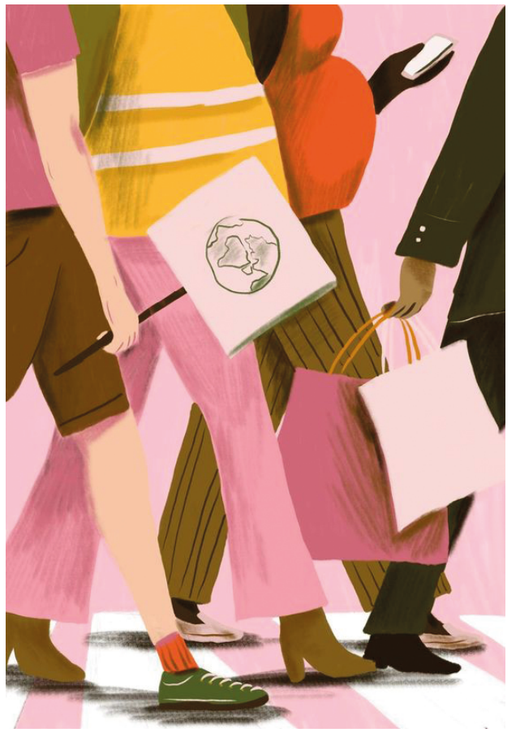
130. Santos, J. C. (2014). *Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda*. [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

131. Hernández, C. (2014). La moda y las emociones... *Carolina Hernández- Coaching*. Recuperado de: https://carolinahernandezcoaching.es/la-moda-y-las-emociones/. [Consultado el 27 de abril del 2024].

132. *Ibid*.

Juan Carlos Santos, destapa el control que tiene el mercado sobre la ingenuidad y la inocencia de las personas que sin saberlo pertenecen a un estilo de vida básico, a un estatus social y mantienen un criterio concreto [133]. Cada decisión tomada está estudiada y analizada a través de unos códigos y unos valores que nos encasillan, obligándonos a escoger entre objetos, que aun con las mismas capacidades nos resulta difícil elegir su diseño sólo por el mensaje connotativo que el mundo va a recibir: una aspiradora verde o azul [134] que, a pesar de ser exactamente la misma, es distinto el mensaje (inconsciente) que queremos transmitir de nuestra propia identidad. Como enseña Santos, el mercado está compuesto por consumidores con necesidades y, empresas que ocasionan los productos para satisfacer dichas necesidades [135]. Actualmente las empresas están acelerando las necesidades, especialmente necesidades orientadas a la idea de crear una identidad, una imagen en la sociedad. Las personas reciben esta inspiración y la transforman para contar algo nuevo, para sentirse libres en su elección. Esto es uno de los motivos que el *fast fashion* está aprovechando para mantener en los clientes la falsa necesidad de consumir productos nuevos cada poco tiempo.

Todas las personas buscan encajar, pero también destacar; poder ser uno mismo dentro de un grupo social. La ropa nos ha permitido encontrar nuestra identidad y mostrarla al mundo, una forma de comunicar nuestras ideas y pensamientos, nuestras inquietudes y nuestros miedos. Aunque estemos atados a códigos culturales y protocolos sociales debemos ser fieles a nuestra personalidad, a nuestros valores. Entender el impacto que tiene la ropa sobre nuestras emociones, y nuestras emociones sobre la ropa, apreciando el valor positivo de una producción textil justa y equilibrada con el medioambiente. Una buena elección, una prenda bella, cómoda y ética, favorecerá la autoestima y orgullo sobre nuestra ropa y nuestros cuerpos.



91. Ilustración de Beya Rebai, 2019.

133. Santos, J. C. (2014). ***Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda.*** [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

134. *Ibid.*

135. Santos, J. C. (2014). ***Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda.*** [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc. [Consultado el 27 de abril del 2024].

2. 4. EL RESIDUO PLÁSTICO Y SUS CAPACIDADES

2.4.1. RESIDUOS URBANOS ¿QUÉ SON Y CUÁL ES SU CLASIFICACIÓN?

Actualmente vivimos una realidad en la que todos los productos están envueltos en plásticos o envases para su protección. Todo elemento que se vaya a consumir va acompañado de futuros residuos que acabarán desechados tras su uso. Esta situación, resultado directo de los sistemas de producción y consumo [136] de la sociedad de hoy en día, ha sobrepasado límites alcanzando un grave impacto ambiental.



92. Playas llenas de basura tras las fiestas de San Juan. Alejandro García, 2022.

Los residuos urbanos, también llamados residuos sólidos urbanos (RSU) se distinguen por ser aquellos generados en un espacio municipal, procedente de hogares, comercios o servicios públicos [137]. La ciudad y toda la actividad y movimiento que la acompaña se ha visto envuelta en una producción desmesurada de diferentes residuos: orgánicos, plásticos, papel, vidrio o metales [138].Para entender bien el impacto medio ambiental de los desechos urbanos hay que analizar el origen y composición de cada uno. Existen varias formas de clasificar los residuos, por su biodegradabilidad (orgánico o

136. Céspedes, L., Rojas, C. (2011). Residuos sólidos urbanos: un grave problema ambiental. *Ciencia UNAM*. Recuperado de: https://ciencia.unam.mx/contenido/galeria/51/residuos-solidos-urbanos-un-grave-problema-ambiental. [Consultado el 30 de abril del 2024].

137. LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. *LafargeHolcim* España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial. [Consultado el 30 de abril del 2024].

138. *Ibid.*

inorgánico), por su composición (papel y cartón, plástico, envases o vidrio, entre otros), o por su origen (domiciliarios, municipales, industriales, comerciales, hospitalarios y de construcción) 139.



93. Fundación Biodiversidad, 2021.

La materia orgánica proviene de restos de alimentos, de jardinería o materiales biodegradables (pañuelos o algodón). Estos desechos deben tirarse al cubo de basura verde para obtener compost como fertilizante agrícola tras su descomposición 140 y aprovechar todavía los nutrientes válidos 141.

En cuanto a la clasificación por composición se encuentran el papel y el cartón. Estos materiales son unos de los residuos que más afectan a la biodiversidad. Además de contaminar con productos químicos y gasto de agua durante su proceso de blanqueo, supone una de las causas más importantes de la tala de árboles. "Alrededor del 93% del papel procede de los árboles" 142, lo que supone una rápida deforestación. Esta situación, además de alterar la fauna y flora silvestre, la pérdida de bosques está afectando gravemente al cambio climático 143. En España usamos cuatro millones de toneladas de papel y cartón 144, pero cuando estos se reciclan se puede llegar a ahorrar 14 árboles por tonelada 145. Tras el uso del papel, los restos acaban en vertederos, donde comienza a descomponerse, liberando metano tóxico y ensuciando fuentes de agua con la tinta de impresión, afectando aún más al espacio natural 146.

Los plásticos destacan por ser un material versátil y ligero, pero demasiado abundante en la actualidad. Una característica del plástico es su larga descomposición, a veces no llega a destruirse nunca. Su origen se encuentra en el petróleo 147, de donde se extrae la materia prima. Este material se utiliza en numerosos productos.

El vidrio es uno de los materiales que mejor se ajusta al reciclaje. Con un kilo de vidrio se puede ahorrar el 100% de la materia prima, un 26% de energía y 56% 148.

En los residuos electrónicos se encuentran todos los dispositivos eléctricos o electrónicos que han dejado de ser útiles. Las pilas conforman uno de los objetos más contaminantes y peligrosos para el

139. LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. *LafargeHolcim* España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial. [Consultado el 30 de abril del 2024].

140. Ayuntamiento de Aljaraque. Residuos Urbanos. [Revista digital]. Áreas temáticas. Medio ambiente. Buenas Prácticas Ambientales. Recuperado de: https://www.ayto-aljaraque.es/es/areas-tematicas/medio-ambiente/buenas-practicas-ambientales/residuos-urbanos/. [Consultado el 30 de abril del 2024].

141. LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. *LafargeHolcim* España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial. [Consultado el 30 de abril del 2024].

142. Honig, J. (2023). Descubra cómo el alimentar el uso papel puede reducir la huella de carbono de su empresa. *DocuWare*. [Blog]. Recuperado de: https://start.docuware.com/es/blog/elimine-el-papel-y-reduzca-la-huella-de-carbono. [Consultado el 30 de abril dl 2024].

143. *Ibid*.

144. Ayuntamiento de Aljaraque. Residuos Urbanos. [Revista digital]. Áreas temáticas. Medio ambiente. Buenas Prácticas Ambientales. Recuperado de: https://www.ayto-aljaraque.es/es/areas-tematicas/medio-ambiente/buenas-practicas-ambientales/residuos-urbanos/. [Consultado el 30 de abril del 2024].

145. *Ibid*.

146. Honig, J. (2023). Descubra cómo el alimentar el uso papel puede reducir la huella de carbono de su empresa. *DocuWare*. [Blog]. Recuperado de: https://start.docuware.com/es/blog/elimine-el-papel-y-reduzca-la-huella-de-carbono. [Consultado el 30 de abril dl 2024].

147. Ayuntamiento de Aljaraque. Residuos Urbanos. [Revista digital]. Áreas temáticas. Medio ambiente. Buenas Prácticas Ambientales. Recuperado de: https://www.ayto-aljaraque.es/es/areas-tematicas/medio-ambiente/buenas-practicas-ambientales/residuos-urbanos/. [Consultado el 30 de abril del 2024].

148. *Ibid*.

medio ambiente. Esta situación obliga a realizar un reciclaje selectivo y complejo 149.

El metal es un material que, aunque está muy presente en los productos que consumimos (latas o botes) no hay mucho conocimiento sobre cómo se debe reciclar. Por ello, es importante concienciar ya que, si el metal se reciclase, se podría recuperar gran parte de su materia prima.

La clasificación de los residuos urbanos por su origen ayuda a realizar una gestión y tratado más propio con cada material. Los residuos domiciliarios son aquellos que provienen del hogar y que se deben reciclar y clasificar en las propias viviendas 150: papel y cartón, envases, orgánico y vidrio. Los residuos comerciales son aquellos que tienen origen el tiendas, restaurantes, empresas u oficinas. Normalmente, desechan materiales muy similares a los residuos domésticos añadiendo algún que otro producto concreto según el comercio específico 151. Los residuos industriales pueden ser peligrosos y necesitan un tratamiento especial para disminuir su impacto medioambiental: metales, plásticos o químicos. Las actividades de demolición, construcción, o renovación de edificios desechan residuos como el hormigón, madera, metales o ladrillos 152. Los residuos municipales o de servicios públicos son aquellos que se encentran en la vía pública, desde elementos orgánicos como hojas o ramas, hasta basura. Finalmente, está la clasificación de residuos peligrosos: sustancias tóxicas, corrosivas, infecciosas, inflamables o explosivas 153; que suponen una amenaza para el medio ambiente y la salud de las personas. Estos residuos necesitan un tratamiento especial para que el riesgo y la contaminación sea lo más leve posible.

Para obtener un mundo limpio y sano se requiere de esfuerzo y colaboración. Los residuos urbanos son parte de la actividad humana, no se pueden eliminar, pero si se puede actuar conscientemente cuidando nuestra salud y el medio ambiente con cada pequeña acción. Conociendo los tipos y orígenes de la basura que se genera, se puede contribuir de manera más eficiente a través del reciclaje, entendiendo la importancia que este tiene sobre el cuidado y bienestar del planeta. Encontrar posibles cambios o transformaciones desde una perspectiva creativa para ayudar a concienciar desde el arte.



94. *Contaminación en el mar.* Iconeo, 2019.

149. Ayuntamiento de Aljaraque. Residuos Urbanos. [Revista digital]. Áreas temáticas. Medio ambiente. Buenas Prácticas Ambientales. Recuperado de: https://www.ayto-aljaraque.es/es/areas-tematicas/medio-ambiente/buenas-practicas-ambientales/residuos-urbanos/. [Consultado el 30 de abril del 2024].

150. LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. *LafargeHolcim* España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial. [Consultado el 7 de abril del 2024].

151. *Ibid*.

152. LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. *LafargeHolcim* España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial. [Consultado el 7 de abril del 2024].

153. *Ibid*.

2.4.2. EL PLÁSTICO Y SU VERSATILIDAD. NUEVO MATERIAL ARTÍSTICO

Los plásticos son materiales compuestos por resinas y otras sustancias que permiten moldear y modificar su forma con facilidad al someterse a altas temperaturas o compresión [154]. Los plásticos están formados por sustancias químicas sintéticas cuyo componente principal es el carbono [155]. Esto permite dar lugar a un material que se adapta a diferentes formas y aplicaciones. El plástico es único por muchas de sus propiedades: ligero, fácil de trabajar y moldear, resistente, flexible, barato, impermeable, aislante eléctrico, aislante acústico, tacto agradable, resistente a la corrosión y a determinados factores químicos, entre otros. Sin embargo, es un material no biodegradable y muy contaminante si se quema. Además, su reciclaje muchas veces es casi imposible para algunos tipos de plástico, por lo que tiene un grave impacto medioambiental, afectando especialmente en ríos y mares, donde ya se generan "islas" de plásticos.

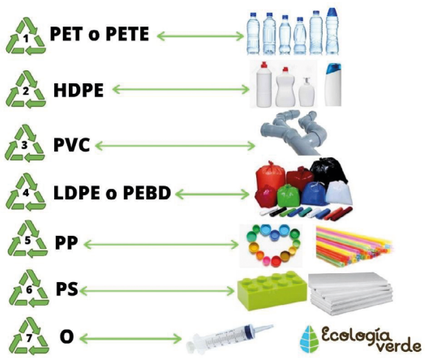


96. Horizonte de la isla plástica del Pacífico.



95. Isla plástica del Pacífico.

Actualmente se han desarrollado siete tipos de plástico con una estructura interna concreta [156], y se pueden clasificar en plásticos naturales, o plásticos sintéticos. El PET se encuentra en botellas de agua, refrescos o contenedores de alimentos, entre otros. El HDPE se usa en champús o envases similares. El PVC es uno de los más utilizados, siendo algunos ejemplos las tarjetas de crédito, las tuberías, cables o distintos elementos domésticos. El LDPE se encuentra especialmente en las bolsas de plástico. El PP se utiliza para los tapones de botellas de agua o *tuppers*, entre otros. El PS es empleado en cubiertos, vasos para bebidas calientes, entre otros. Finalmente, existen otros plásticos menos concretos que conforman electrodomésticos, piezas industriales, colchones o garrafones [157]. Conocer los diferentes tipos de plástico, ayuda a entender la funcionalidad de cada uno.



97. *Ecología Verde*. Irene Juste, 2020.

154. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (2021). Plásticos: qué son, características, tipos y reciclaje. *RSS*. Recuperado de: https://responsabilidadsocial.net/plasticos-que-son-caracteristicas-tipos-y-reciclaje/. [Consultado el 7 de mayo del 2024].

155. *Ibid*.

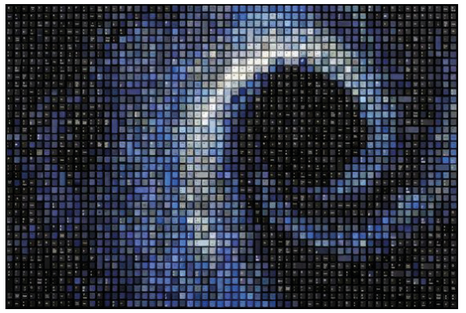
156. Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (2021). Plásticos: qué son, características, tipos y reciclaje. *RSS*. Recuperado de: https://responsabilidadsocial.net/plasticos-que-son-caracteristicas-tipos-y-reciclaje/. [Consultado el 7 de mayo del 2024].

157. *Ibid*.

2.4.2.1. PLÁSTICO COMO SOPORTE ARTÍSTICO.

La versatilidad del plástico ha convertido el material en una oportunidad para crear obras de arte. La asequibilidad y la fácil manipulación ha llevado a varios artistas a experimentar con las capacidades que este material puede aportar, buscando una manera de aprovechar los productos ya existentes de manera estética y artística.

Actualmente, numerosos artistas reutilizan el plástico como un material más en sus obras. La capacidad de apreciar la belleza en este material requiere de una inteligencia y sensibilidad artística. Destacan especialmente artistas que aprovechan elementos encontrados en contenedores para materializar sus obras. Uno de los artistas contemporáneos que incluyen plásticos reciclados para crear y construir sus piezas es Erik Jensen, un pintor de murales a partir de teclas de ordenadores. Sus grandes cuadros se muestran como un homenaje a los píxeles característicos de una imagen digital, siguiendo el procedimiento de los mosaicos usando las teclas como teselas.

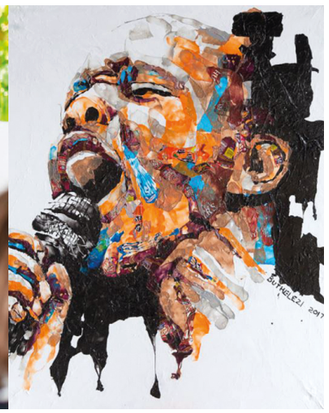




98. Murales. *Void*, 30x 43. Erik Jensen.

En el campo de los murales, destaca un interesante artista sudafricano, Mbongeni Buthelezi, que realiza impresionantes cuadros con pequeños trozos de plásticos reciclados. Buthelezi trabaja con la intención de concienciar sobre los problemas medioambientales y el consumo excesivo de envases [158]: "La idea central concierne al reciclaje, pero si ambas cosas no se gestionan de manera correcta pueden convertirse en un problema para la sociedad. Nuestro cuerpo necesita azúcar, pero si no se controla bien su consumo, si falta azúcar o sobra, resulta problemático" [159].





99. Mbongeni Buthelezi. Obra sin título.

158. Euronews. (2017). Mbongeni Buthelezi, el artista que crea obras de arte con plástico reciclado. *Euronews*. Recuperado de: https://es.euronews.com/cultura/2017/07/17/mbongeni-buthelezi-el-artista-que-crea-obras-de-arte-con-plastico-reciclad. [Consultado el 7 de mayo del 2024].

159. *Ibid*.

Una escultora que también ha encontrado inspiración en los plásticos, especialmente en el plástico PET, es Veronika Ritchterová. Con una fuerte inspiración en la fauna y la naturaleza, la artista ha creado un mundo fantástico en el que sus piezas de colores y formas orgánicas envuelven el espacio de manera armoniosa y bella.



100. Escultura mariposas de plástico, Veronika Richterová. Sin título.





101. Escultura de cactus de plástico, Veronika Richterová. Sin título.

102. Flores de plástico, Veronika Richterová.Sin título.

El fotógrafo y creativo Bejamin Von Wong ha destacado por crear piezas e instalaciones a partir de plásticos reciclados. Con un carácter social, el artista es capaz reconocer los problemas ambientales y compartir un mensaje concienciador a través de su imaginario [160]. Con la instalación *Strawpocalypse* el artista utiliza 168. 000 pajitas [161] de plástico PP para crear un espacio salvaje y bello que recuerda a una ola de mar, criticando las lamentables condiciones en las que se encuentran

160. Alonso, L. (2019). 168 mil pajitas recicladas en una instalación que denuncia la gravedad del plástico en los océanos. *Cultura Inquieta*. Recuperado de: https://culturainquieta.com/arte/instalaciones/168-mil-pajitas-recicladas-en-una-instalacion-que-denuncia-la-gravedad-del-plastico-en-los-oceanos/. [Consultado el 8 de mayo del 2024].

161. *Ibid*.

nuestros mares: "El problema del plástico está fuera de la vista, fuera de la mente, o tan omnipresente que se vuelve invisible, por eso, quería usar el arte para abordar ambos ángulos, creando algo hermoso y único a partir de una tragedia ambiental" [162].



103. Proceso de la instalación *Strawpocalypse*. Bejamin Von Wong, 2019.



104. Instalación *Strawpocalypse*. Bejamin Von Wong, 2019.

El arte de reciclar ha permitido crear interesantes obras. Artistas inquietos que saben reconocer la belleza que el plástico esconde, añadiéndole valor si existe una intención medioambiental y una crítica social. Aprovechar la accesibilidad y asequibilidad de este material con las inmensas cualidades que ofrece, puede ser una forma bella y estética de enfrentarse a la realidad actual: encontrar una oportunidad para proteger nuestro mundo de la basura. La sociedad genera suciedad, y es inevitable, pero la concienciación y reflexión sobre este conflicto es crucial para cambiar el rumbo hacia un planeta limpio y sano. Confiar en un instrumento que va más allá de la utilidad, dejarnos sorprender por la belleza que los artistas encuentran y capturan en lo que ya se está convirtiendo en un verdadero material artístico, el plástico.

162. Alonso, L. (2019). 168 mil pajitas recicladas en una instalación que denuncia la gravedad del plástico en los océanos. *Cultura Inquieta*. Recuperado de: https://culturainquieta.com/arte/instalaciones/168-mil-pajitas-recicladas-en-una-instalacion-que-denuncia-la-gravedad-del-plastico-en-los-oceanos/. [Consultado el 8 de mayo del 2024].

3. DESARROLLO

3.1. DIAGNÓSTICO FINAL DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN.

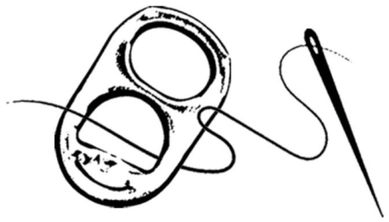
La industria de la moda, especialmente a partir de la tendencia del *fast fashion*, ha ocasionado graves riesgos en la salud de las personas, el bienestar del planeta, y la seguridad de los trabajadores. Con la investigación, se ha indagado de manera precisa el impacto que tiene la industria de la moda sobre el medio ambiente. La contaminación con sustancias tóxicas y microfibras que desembocan en mares y ríos; el consumo de agua, ya escaso y limitado, para la fabricación de prendas; los vertederos textiles; la emisión de gases de efecto invernadero durante la producción textil y su transporte o; la pérdida del ecosistema por la sustitución de espacios preparados para la creación de tejidos, son algunas de las muchas causas que están poniendo en riesgo el bienestar del planeta.

Las condiciones inhumanas que muchos trabajadores sufren en las fábricas textiles han provocado más de algún susto con terribles consecuencias. La explotación laboral y el aprovechamiento de los ínfimos salarios son algunas de las características que se esconden tras la industria textil del *fast fashion*. El incremento de consumo de prendas y la renovación continua de tendencias ha obligado a los trabajadores a tener largas jornadas laborales en pésimas condiciones.

Sin embargo, existen numerosas alternativas que ya se están llevando a cabo para frenar y disminuir estas situaciones. Aunque la realidad de la industria textil afecta gravemente al bienestar común y a la salud medioambiental, también existen profesionales que quieren cambiar este rumbo hacia un consumo responsable y consciente. Cada vez son más marcas y firmas independientes que apuestan por una revolución ecológica a través de la moda. Con técnicas de innovación textil como prendas multifuncionales, el *upcycling*, el *trashion* o la recuperación e intervención de materiales plásticos para la producción de materia prima, se está consiguiendo un cambio social en el que los clientes también quieren ser partícipes a través de sus compras. Cómo las prendas hablan de quiénes somos y quiénes queremos ser han impulsado a los consumidores a apostar por una moda ecológica y respetuosa con los trabajadores y el medio ambiente. El hecho de sentir que nuestras decisiones ayudan y se suman a la colaboración social por cambiar esta situación, proyecta en nuestra ropa y nuestros cuerpos una satisfacción y orgullo.

El ingenio y la creatividad de artistas y profesionales se ha convertido en un arma de ataque contra la desigualdad e injustica social y climática. Esta revolución movida por el deseo de conseguir un planeta sano y responsable con nuestros actos ha llevado a numerosos artistas a crear y trabajar a partir de materiales contaminantes como es el plástico. Trabajar desde el reciclaje de residuos y desechos como un material artístico más que ha ensalzado un elemento pobre convirtiéndolo en una oportunidad de mejorar y embellecer nuestro mundo. Un movimiento creativo y ocurrente a favor de una revolución social por rescatar a un planeta que está siendo destruido. La concienciación como pilar fundamental para alcanzar una estabilidad climática y social.

3.2. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.



105. Logo *Tro-Pieza*.

El proyecto *Tro-Pieza* hace alusión a la oportunidad de cambiar y encontrar en lo negativo una forma de crear y mejorar. Encontrar la felicidad y la perfección en el camino, en el proceso, y no en el resultado. Con la intención de cambiar la realidad climática con pequeños gestos, nos enfrentamos a caídas (tropiezos) y situaciones críticas que no deben impedirnos levantarnos y continuar, luchar por un mundo mejor.

Tro-Pieza es un proyecto artístico que ofrece una colección de chalecos sostenibles bellos y prácticos creados a partir de desechos domésticos. Con la intención de rescatar a la naturaleza, de elementos contaminantes ofreciendo una oportunidad de aumentar la vida útil de los desechos de manera estética surge el concepto: *Chaleco Salva-Vida*. El propio gesto de usar dicha prenda como un acto revolucionario, una forma de proteger nuestra integridad, nuestros valores y nuestras ideas de la suciedad que la sociedad genera. El simbolismo que recoge este concepto responde a las inquietudes del proyecto: dar una nueva vida a objetos que se van a desechar, y así, disminuir su impacto en la naturaleza.

El proyecto consiste en la creación de siete chalecos realizados a partir de la experimentación con materiales reciclados. Tras una investigación de las cualidades que algunos residuos pueden ofrecer, como es el caso del plástico, se ha obtenido un resultado combinando arte con moda. Tras haber explorado el impacto que tiene la industria de la moda en el medio ambiente y cuáles son sus consecuencias, se ha decidido poner freno a la compra compulsiva e innecesaria de prendas creando unas piezas hechas a mano con materiales reciclados. Una combinación de *upcycling* y *trashion* para dar lugar a prendas bellas, funcionales y originales. *Tro-Pieza* propone un acto revolucionario que ponga en valor el ingenio y la destreza creativa como herramienta de cambio y oportunidad para ofrecer nuevas soluciones: alargar la vida de nuestras prendas y nuestros residuos para crear algo mejorado. Una manera de construir nexos entre la reflexión artística, la innovación y la concienciación.

La colección de los chalecos *Salva-Vida*, mantiene una estética veraniega y primaveral, aunque puede ser usada en cualquier época del año, apostando por la creación de prendas multifuncionales y versátiles para distintas situaciones. De la mano de la moda sostenible, se busca generar conciencia sobre la situación climática actual. Por ello, se trata de piezas genderless dirigidas a almas libres que estén dispuestas a romper con las normas y materiales clásicos a favor de una nueva y divertida forma de vestir. Un público creativo y concienciado que quiere formar parte de la solución siendo responsables de cada gesto y cada decisión; luchar por un mundo mejor, seguir inspirándonos y disfrutando de la belleza natural.

3.3. ANTECEDENTES.

A lo largo de la carrera se han desarrollado algunos intereses que definen la línea de mi obra como artista. La preocupación por medio ambiente, el impacto del plástico en la naturaleza y la búsqueda de expresión a través del color han sido algunas de las características que destacan en proyectos artísticos anteriores.

3.3.1. *ÚTIL, LIGERO Y BARATO*

Útil, ligero y barato, es un proyecto de fotografía de una serie de diez piezas en las que se muestra el exceso de plásticos que encontramos en el día a día de manera cotidiana. Esta rutina envuelva en un material con unas cualidades aparentemente tan buenas, nos ha llevado a un abuso y mal uso del plástico. A través de la ironía y el minimalismo se invita a reflexionar sobre otras posibles opciones que ayuden a alcanzar una práctica responsable y positiva para la contaminación que este material está generando en la naturaleza.



106. *Vida*. Marta Fernández Romera, 2021.

107. *Desayuno*. Marta Fernández Romera, 2021.



108. *Pescado fresco*. Marta Fernández Romera, 2021.

109. *Recambio*. Marta Fernández Romera, 2021.



110. *Hogar*. Marta Fernández Romera, 2021.

3.3.2. *¿TE HAS PLANTEADO ALGUNA VEZ CON QUÉ MANOS ESTÁN HECHAS NUESTRAS PRENDAS?*

¿Te has planteado alguna vez con qué manos están hechas nuestras prendas? Es un proyecto de grabado en el que se investigó acerca de la industria de la moda y la base oscura que esconde con miles de hombres y mujeres, incluso menores de edad, que trabajan en condiciones miserables en países subdesarrollados como Bangladesh o Vietnam. Para ello, se imitó las etiquetas de algunas de las marcas de ropa o complementos más populares que desgraciadamente en el 2022 aún seguían participando de estas calamidades; enfrentándolo, con la otra cara del papel, con grabados de aquellos niños que se esconden tras esta industria.







111. *¿Te has preguntado alguna vez de dónde viene nuestra ropa?* Marta Fernández Romera, 2022.

3.3.3. *UN DÍA EN LA PLAYA.*

Un día en la playa es un cuento de ilustración infantil que narra de manera visual las actividades que Amaya, una niña de nueve años, realiza en la playa. Se trata de un cuento interactivo enfocado para niños entre 2 y 4 años en el que tendrán que buscar y encontrar algunos objetos escondidos y perdidos por la arena. Un día en la playa es una obra que reflexiona sobre las tristes condiciones ambientales de nuestras playas y los océanos. La protagonista, Amaya, a lo largo del día va siendo poco a poco consciente del grave problema que supone esta realidad y decide ponerle fin. Además, como aparece en el cuento, también hay numerosos e importantes grupos que se encargan de que esta triste situación empiece a mejorar. Es por ello, que el cuento infantil no pretende únicamente concienciar sobre este hecho, sino proponer un cambio, una iniciativa que defienda la importancia del cuidado del medioambiente. Si todos pusiéramos nuestro granito de arena, nuestras playas nunca más se verían afectadas: “No es tan difícil cuidar y proteger, sólo tienes que querer y recoger”.







112. Cuento infantil *Un día en la playa.* Marta Fernández Romera, 2023.

3.3.4. *AIRE FRESCO.*

Un proyecto que ha impulsado la idea de combinar materiales reciclados con moda es *Aire fresco*. Se trata de un proyecto de diseño de moda en el que se realizaron una serie de doce conjuntos combinando materiales que se iban a tirar como plásticos, sábanas o bolsas de basura, entre otros, para crear una colección de moda conceptual. Se hizo el desarrollo de la propuesta de doce *looks*, pero sólo se confeccionó uno. Con la intención de crear un proyecto artístico, atrevido y divertido sobre moda hecha con "basura" que caracteriza esta propuesta, nace la idea de *Tro-Pieza*.



113. Figurines *Aire fresco.* Marta Fernández Romera, 2023.





114. Conjunto *Aire fresco.* Marta Fernández Romera, 2023.





3.4. REFERENTES

Durante el proceso de desarrollo creativo a lo largo la carrera se han encontrado varios proyectos y obras que han servido como referentes no sólo para el proyecto final sino, además, como motivo de inspiración y motor propulsor personal.

Una de las principales referencias y, sobre todo, fuente de inspiración constante por la agudeza y la sensibilidad que muestra por la naturaleza y la vida que allí se encuentra son los anuncios de Estrella Damm: *Acto I. Alma* [163] en 2019 y, *Acto III. Compromiso* [164] en 2020. Estos dos anuncios, completamente artísticos, destacan con un mensaje claro y emotivo que provoca una sensación de desconsuelo y agobio en el espectador. La calidad audiovisual obtenida consigue transportarnos a esos espacios y contagiarnos de ese deseo por salvar el planeta. Ambas piezas han sido el motor emotivo del proyecto por entender el daño que el ser humano está causando al medio ambiente como una oportunidad de concienciar a través del arte y la belleza. Como la unión de las personas, especialmente las nuevas generaciones, pueden ayudar al cambio, una lucha colaborativa por un mundo sano y respetuoso con la naturaleza.

ACTO I. Alma.

"Ahora yo que vi nacer el mundo, que mi latido es tuyo,

Ahora yo que abrazo tus recuerdos, y callo tus secretos, siento terror.

No comprendo por qué escupes veneno, me dejas sin aliento,

me quemas todo el cuerpo.

Hace un tiempo que te veo y no te entiendo.

Debe haber Otra forma de vivir"



115. *Acto I. Alma.* Estrella Damm, 2019.

163. Estrella Damm. (2019). ***Acto I. Alma. Estrella DaMM 2019*** [Video YouTube]. Recuperado de: https://youtu.be/gKZ-Lgt1m7I?si=t6tUP-Qns18nLNz7i. [Consultado el 20 del 5 del 2024].

164. Estrella Damm. (2020). ***Acto III. Compromiso. Estrella DaMM 2020*** [Video YouTube]. Recuperado de: https://youtu.be/3SsbRoyJLH0?-si=d3xrg35OXP2Wotbl. [Consultado el 20 del 5 del 2024].

ACTO III. Compromiso

"Y ahora tú,

Y miles como tú hablando de un lugar, donde empezar

y ahora aquí, tu voz vuelve a existir, y aquella sensación de ser feliz

Y un gesto,

De golpe para el tiempo

Junta ese dolor y lo aleja con el viento,

Madre aquí me tienes,

En tu inmensidad como una hija más

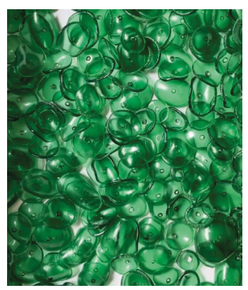
Debe haber Otra forma de vivir"



116. *Acto III. Compromiso.* Estrella Damm, 2020.

En cuanto a referentes estéticos y creativos destacan dos influencias. Paula Voteller es una joven diseñadora de moda y confección que trabaja desde el *upcycling* para la creación de prendas y bolsos con una estética moderna y única. De restos de objetos cotidianos consigue, a través de la deconstrucción de materiales y el ingenio, desarrollar artesanalmente productos bellos y prácticos.







117. Proceso de trabajo de un bolso hecho a partir de botellas de plástico recicladas.

Con la estética divertida y rural que caracteriza la línea de los chalecos *Salva-Vida*, ha influenciado la personalidad y el carácter del personaje *Pippi Calzaslargas*, una niña rebelde de nueve años cuya imaginación no tiene límites. Se trata de una niña huérfana con una fuerte personalidad que no se deja humillar por nadie y, además, es defensora y amante de los animales. Su espíritu entrañable y carácter revolucionario le ha llevado a romper con las ideas más convencionales de cómo debe comportarse una niña en la sociedad. Esto queda reflejando en las ganas por cambiar el rumbo social de la actualidad, falta de ilusión, rutina e inmediatez, a favor de un mundo de color, divertido y respetuoso. Una manera de romper con materiales clásicos y convencionales para atrevernos a probar formas nuevas de vestir, incluso, hechos a partir de desechos.



118. Pippi Calzaslargas.

Tro-Pieza recoge la influencia emotiva, práctica y estética de dichas referencias, componiendo una obra personal movida por un sentimiento de preocupación y responsabilidad por el planeta.

3.5. DESARROLLO DE LA OBRA

3.5.1. CHALECOS.

3.5.1.1. RECOPILACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE DESECHOS.

En un primer momento, se comenzó con una recopilación de basura y desechos durante tres meses, en los que cada producto que se iba a desechar se limpiaba y se guardaba en bolsas de plástico o cajas de cartón. El proceso de limpieza de productos varios como envases, tetrabriks, yogures, zumos, bolsas de plástico o bandejas fue fundamental para evitar los malos olores que la descomposición de los restos de comida pueda dejar. Por ello, se llegó a la conclusión de que todo resto de alimento orgánico no era útil por sus condiciones concretas que provocan putrefacción. Todos los productos de carácter cotidiano iban siendo guardados sin ningún tipo de orden en diferentes bolsas y cajas para una posterior organización y jerarquía de materiales. Esta etapa de almacenamiento ha servido como un primer contacto con materiales desechados.



119. Almacenamiento de desechos.

Durante la clasificación y separación de los materiales seleccionados, además de encontrar similitudes en los tamaños, texturas y componentes, se utilizó los propios residuos para almacenar y guardar elementos concretos ya ordenados. Se organizó en secciones: cartones de diferentes productos (envases de galletas, cereales, lentillas o cerveza) cortados y doblados en cajas más grandes, cartones de rollos de papel o huevos en una caja de cartón, los cartones más grandes y resistentes fueron ordenados en bolsas de papel, y los cartones más finos y papeles varios (papel de envolver, revistas o periódicos) se depositaron en cajas de cartón. En cuanto a los plásticos: procedentes de productos congelados u otros alimentos como chocolatinas, colines, pan de molde y otras envolturas de plástico similares se iban guardando y doblando unas dentro de las otras quedando todas recogidas en una caja

de cartón, botes de plástico de champú, botellas de agua o botes de jabón en una bolsa de basura grande junto a envases de embutido, pizza o yogures entre otros. Todos los tapones de botellas de agua o tetrabriks de leche se ordenaron y guardaron dentro de un envase reutilizado de un producto alimentario. Las redes de frutas y verduras se colocaron dentro del envase típico de galletitas saladas y, las hebillas de latas, junto a las lentillas de usar y tirar fueron almacenadas en el envase de mantequilla. Las latas se iban guardando en una caja grande de cartón junto con los tetrabriks de leche. Sin embargo, a causa del mal olor a pesar de ser lavados, estos últimos se eliminaron de la clasificación de materiales. Bolsas de plástico de la compra, de basura o bolsas de colores sueltas se guardaron en una bolsa más grande. Las bolsas biodegradables de la fruta se metieron en una caja de cartón. Todos los elementos iban adquiriendo un lugar provisional y un primer orden como método de clasificación y tanteo con los materiales.



120. Clasificación de materiales.

Este proceso fue repetido en varias ocasiones para ordenar de nuevo todos los elementos que se iban sumando a lo largo de los meses. Por ello, el contacto con los materiales fue constante, lo que facilitó el desarrollo general de ideas para la experimentación.

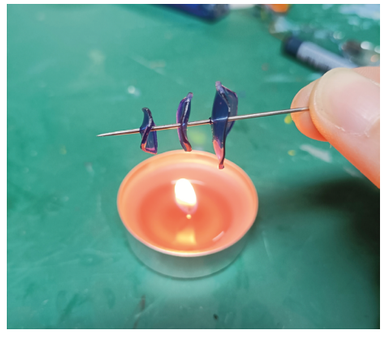
3.5.1.2. TRABAJO DE CAMPO Y EXPERIMENTACIÓN CON LOS MATERIALES.

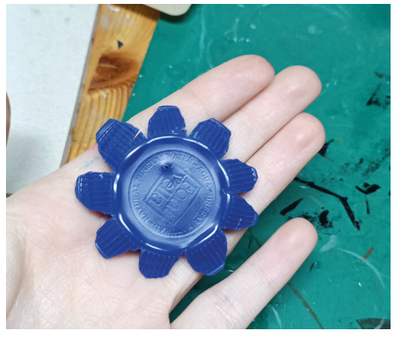
Cuando se obtuvo material suficiente como para empezar a crear, se elaboró una fase de trabajo de campo para estudiar los elementos de manera práctica. Se comienza con una experimentación, prueba y error, con las diferentes posibilidades que puede ofrecer un mismo material. En este primer contacto se establecen propuestas interesantes a cerca de la obra artística a realizar. Con la intención de crear piezas de moda prácticas se empieza adquirir una cercanía por algunos materiales concretos como es el caso de plástico, ya que un mismo producto permite resultados variados y atractivos.

Durante el proceso de trabajo de campo se realizaron diferentes pruebas para entender los límites y las capacidades que se pueden conseguir con cada elemento. Los primeros objetos que se utilizaron fueron las botellas de plástico de agua y otros envases similares. Se iba recortando el plástico con formas variadas y quemándolas con una vela para evitar cortes y conseguir una superficie suave y resistente. Cortando círculos pequeños se iban obteniendo botones que, con la reacción ante el calor de la vela, se conseguían formas muy variadas y orgánicas. Además, se empezó a dividir estas pequeñas piezas según los tonos del plástico y de esta forma, poder localizarlas más fácilmente.





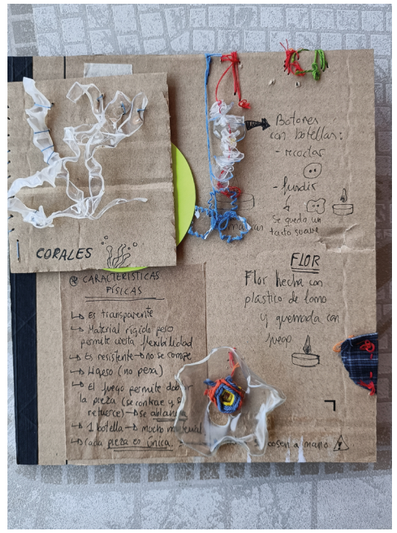


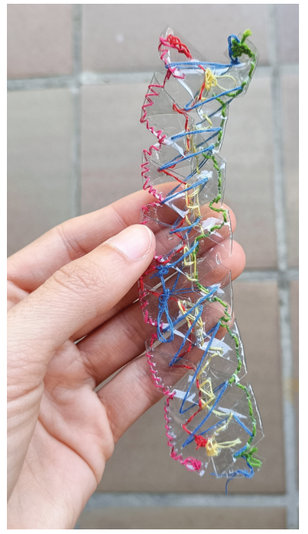


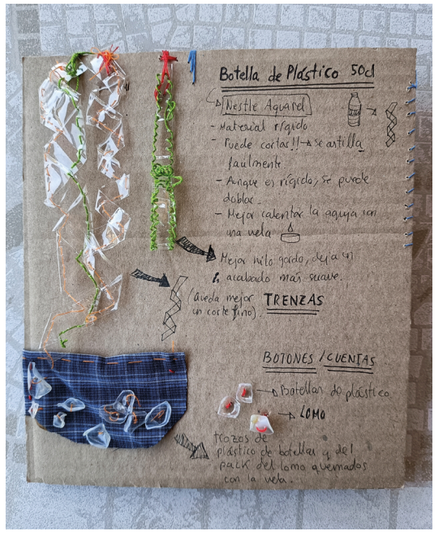
121. Mesa de trabajo durante la experimentación.

122. Trabajo de campo con plásticos.

El plástico ha servido como un material completamente artístico, la versatilidad y la diversidad de opciones que este material permite han sido de gran interés durante el desarrollo creativo. Con las botellas y envases se han obtenido: botones, flores, corales, y tiras, almacenadas en una bandeja reciclada. También se han usado los tapones de botellas de plástico como elementos decorativos tras cortarlos por varias partes para aplanarlos y quemar las esquinas de cada corte para redondear y suavizar sus lados.









123. Bandeja con diferentes piezas de plástico.

124. Cartones con reflexiones y pruebas de materiales de plástico.

Tras la experimentación con este formato de plástico, se comenzó a crear texturas con bolsas de plástico de diferentes alimentos a partir de cortes y superposición. Jugando con los colores y los formatos se iban obteniendo parches de prueba que eran plastificados y cosidos para comprobar la resistencia y apariencia de su resultado. Alguno de ellos, fue incluso rellenado con pequeños trozos de tela y plásticos para conseguir un efecto acolchado. En un principio, el objetivo de esta experimentación era conseguir material que fuera cómodo y práctico para construir prendas de ropa hechas únicamente con restos de desechos domésticos.







125. Parches hechos a partir de tiras de envases o bolsas de plástico.

Las trenzas fueron uno de los elementos más resolutivos y atractivos que se logró del proceso de trabajo de campo. Uno de os principales problemas para hacer trenzas era la escasa longitud de cualquier bolsa, incluso las bolsas de basura más grandes se quedaban cortas. Investigando y haciendo numerosas pruebas que acababan en error, se llegó a una solución: cortar las bolsas como si se pela una manzana. De esta forma, se podía conseguir de toda la bolsa una única tira, y crear “ovillos” de plásticos.



126. Ovillos hechos con bolsas de plástico.

Una vez superada esta dificultad, se comenzaba a realizar diferentes tipos de trenzado en los que se combinaban plásticos y telas para una mayor resistencia y un resultado más agradable al tacto. Esto último era un factor importante, ya que se trataba de una experimentación para encontrar una manera de producir prendas de ropa al uso. Además, trabajando con trenzas, estas se comienzan a incluir en otras partes de algunos elementos como las anillas de botellas de plástico o las hebillas de

las latas con la intención de aprovechar al máximo cada elemento. Este proceso ofreció resultados muy atractivos y, además, se llegó a la conclusión de que el plástico se convierte en un material mucho más resistente cuanto más grande y más nudos tiene la trenza, y especialmente, si uno de ellos es de tela.





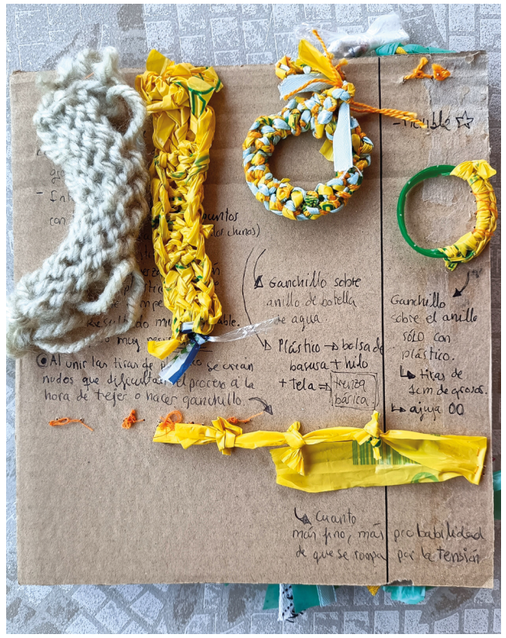
127. Tipos de trenzado con bolsas de plástico.



128. Trenzado y punto con bolsas de plástico en hebillas.

También se aprendió a tejer y a hacer punto con tiras de bolsa de plástico sin tener ninguna experiencia con dichas técnicas para comprobar cuánta podía ser la resistencia y flexibilidad de este material.





129. Pruebas de punto con plástico.

Este proceso de experimentación fue muy interesante para encontrar formas estéticas y prácticas para la confección de futuras prendas de ropa. Sin embargo, se trataba de un largo y minucioso procedimiento de "deconstrucción" del material para obtener, en su mayoría, pequeñas piezas. Este inconveniente generó dudas sobre la realización de conjuntos de prendas completos puesto que se trataba de un proceso extremadamente lento. Es por ello por lo que, tras muchas propuestas, se llegó a la idea de centrarse únicamente en la realización de chalecos, ya que se trata de una prenda atemporal que puede usarse en cualquier época del año y, además, es tendencia en la actualidad. Este avance fue esencial para concretar y centralizar toda la experimentación con un pensamiento definido.

Una vez probado y experimentado con productos de plástico, se decide eliminar cartones y papeles como material artístico para la creación de chalecos por sus condiciones limitadas y frágiles en cuanto a uso, comodidad y calidad.

Habiendo desarrollado la trenza como elemento "textil" se intentó realizar un chaleco de prueba completamente cubierto por tiras trenzadas de diferentes plásticos y telas recicladas de colores. Sin embargo, durante el proceso de creación, el chaleco resultó poco estético, incómodo de confeccionar y muy pesado, además de tratarse de un procedimiento muy tedioso, por lo que se decidió eliminar. Las numerosas trenzas se guardaron para un futuro uso y, el patrón textil del chaleco, tela de una sábana antigua, sirvió de base para una prueba futura.











130. Proceso de materialización del primer chaleco de prueba.

131. Detalle del trenzado del chaleco de prueba.

Tras haber intentado crear la primera pieza, se inició una nueva fase de organización y limpieza del material definitivo que se emplearía en los chalecos. Para ello, se establecieron cinco secciones: botellas de plástico; complementos o piezas pequeñas (tapones de botellas, lentillas, hebillas, anillas y, botones de plástico de colores); bolsas de plástico organizadas si son biodegradables y pequeñas (como las de la fruta) dentro de los envases de galletitas saladas, y las bolsas de colores en una bolsa de tela; las trenzas recicladas de la primera prueba y, finalmente, las redes (de ajos, patatas, mandarinas u otras frutas y verduras). De esta forma se establecería un orden estructurado para una mayor rentabilidad y eficacia durante el trabajo.

132. Organización final del material artístico.









133. Organización final del material artístico.



Teniendo esto en cuenta, se realizó una segunda prueba experimentando más con el material e incluyéndolo de manera más creativa sobre la base textil. A pesar de la sencillez de su resultado, este sí sirvió como punto de partida para el desarrollo de los siguientes chalecos.





134. Segundo chaleco de prueba.

3.5.1.3. INICIO DEL PROCESO *TRO-PIEZA*.

El proceso de creación de cada chaleco nace de una inquietud por experimentar con los materiales más que de una idea concreta. Es por ello, que la necesidad de transformación y cambio están presentes en cada decisión. Con la intención de crear piezas originales que rompan con lo establecido pero que mantengan una cierta coherencia estética inspirada en un estilo natural, rural y alternativo, se desarrollan chalecos que definen no sólo la identidad personal de la artista, si no sus valores climáticos y sociales. Con esta investigación previa y toda la experimentación de trabajo de campo, nace *Tro-Pieza*, una colección de diez chalecos *Salva-Vida* de los cuales se han confeccionado siete. Los figurines aparecen con calcetines de colores como acto de rebeldía y diversión, además de la intención de sentirse libres y más cercanos a la naturaleza.

3.5.1.3.1. DISEÑOS FINALES.



135. Figurines *Tro-Pieza*.







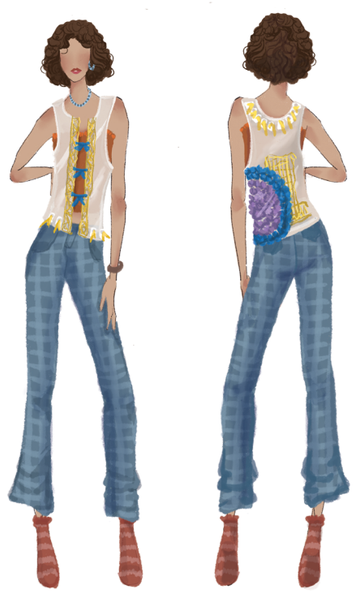














3.5.1.3.2. CARTA DE MATERIALES.

La carta de materiales se basa en una selección de elementos que resultan de gran interés cuando se combina con tejido textil. Sus condiciones agradables al tacto, cómodas de usar, ligeras y de una manipulación adecuada, han permitido trabajar correctamente y emplearlas como un material más.

-BOLSAS DE PLÁSTICO



-BOLSAS DE BASURA



-BOLSAS BIODEGRADABLES



-BOLSAS DE MALLA DE FRUTAS



-BOTELLAS DE PLÁSTICO



-HEBILLAS DE LATAS DE REFRESCO



-ANILLAS DE BOTELLAS DE PÁSTICO



-TAPONES DE BOTELLAS DE PLÁSTICO



-LENTILLAS



-PLÁSTICO PROTECTOR DE SACO DE PAPATAS



-SOBRANTES DE LANA RECICLADA



-ENVASES DE PLÁSTICO DE COLORES



136. Carta de materiales.

3.5.1.3.3. CARTA DE COLORES.

La paleta cromática que se ha escogido ha sido en función de las telas que se iban a usar, por ello, toda decisión creativa parte del material que ya existe. Estas condiciones de trabajo potencian la creatividad y el ingenio. Además, cromáticamente se genera una coherencia al usar partes de las mismas telas recicladas: sábanas, camisas viejas, fundas de cama o vaqueros rotos. Según el tejido, el color o la forma de cada tela se han ido escogiendo los materiales valorando las posibles combinaciones con el resto de los elementos de desechos domésticos. Valorando estas cuestiones, la paleta final cuenta con nueve colores principales.



137. Carta de colores.

3.5.1.4. MATERIALIZACIÓN DE LOS CHALECOS.

3.5.1.4.1. CHALECO SALVA-VIDA MARRÓN.

Se empieza escogiendo qué materiales se van a usar y cómo estos combinan con las diferentes telas recicladas de camisas, vaqueros, sábanas, colchas, u otras piezas textiles viejas o rotas. Una vez encontrados los materiales, se comienzan a realizar diferentes propuestas hasta obtener el figurín final. En este caso, una camisa antigua y mallas protectoras de verduras.



138. Figurín chaleco *Salva-Vida Marrón.*

Tras haber realizado el boceto se comienza con la elaboración del patrón, hecho también con material reciclado, reutilizando trozos de papeles usados. Posteriormente, se coloca el patrón sobre la tela y se dibuja su silueta con la tiza de sastre. En este caso, se recicla una camisa rota, por lo que se intenta aprovechar costuras ya hechas.



139. Patrón sobre camisa reciclada.

Una vez se tiene las partes cortadas, se comienza con la experimentación y el proceso creativo con el resto de los elementos, en este caso redes de verduras y frutas en colores cálidos: naranjas y amarillos, siendo buena combinación con el marrón de la tela.









140. Proceso de materialización del *Chaleco Salva-Vida Marrón.*

Cuando ya se tienen todas las partes preparadas, estas se cosen a mano detalladamente cuidando la sujeción y la estética. Finalmente, se unen los dos laterales, se cosen las sisas y el bajo. Además, se le añaden hebillas a modo de botones.





141. Chaleco *Salva-Vida Marrón.*

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Primavera- verano 2024

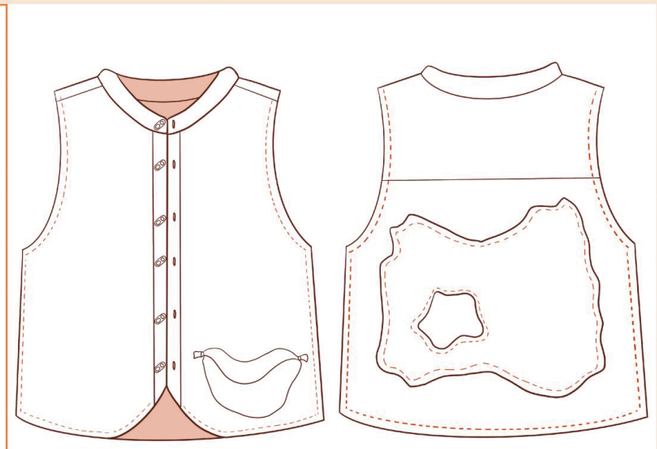
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela trenzado Twil, hilo nylon, hebillas, malla de nylon.

Muestra de tejido:





142. Ficha técnica chaleco *Salva-Vida Marrón.*



143. Muestra de materiales.

3.5.1.4.2. CHALECO SALVA-VIDA ROJO



144. Figurín chaleco *Salva-Vida Rojo.*

Para la realización del segundo chaleco, se escogió como principal material un plástico rojo reciclado de la envoltura de un ramo de flores. Una vez valorada la cantidad necesaria del material, y sabiendo qué formas se quieren lograr se comienza a trabajar en el patrón.





145. Patrón chaleco *Salva-Vida Rojo.*

Tras pasar el patrón al plástico, se escoge el resto de los materiales. Al tratarse de una de las caras completamente cubiertas de plástico, para que la prenda fuera práctica se necesitaba una base textil para evitar incomodidades que el aumento de temperatura corporal pudiera provocar, por lo que se empleó una tela de un antiguo mantel colocado bajo la superficie del plástico. Además, al ser un rojo tan llamativo, con la base de esta tela, el tono consigue un efecto más atractivo e interesante. Con la intención de rebajar la exagerada tonalidad del plástico se usa para la parte trasera una tela recogida de la colcha de una cama en un tono granate. Con las piezas básicas preparadas, se comienza con la experimentación y las pruebas de materiales.



146. Pruebas con materiales.

Se realiza una trenza de un metro con bolsas moradas de basura y bolsas blancas de la compra, y cuando esta se acaba, se usa una nueva bolsa de basura de un tono malva. Tras la experiencia de haber trabajado con numerosas trenzas anteriormente, se ha llegado a la conclusión de que es más ingenioso y práctico usar una única trenza larga puesto que, permite movimiento y, además, es más eficiente de hacer.

Posteriormente, se cortan las bases de botellas de plástico simulando una flor. Con las velas se define mejor la forma y se suavizan los bordes. Una vez están con la forma y el tamaño adecuado, se borda con hilo grueso los bordes y el centro de la flor, usando una paleta cromática que mantenga una coherencia estética: malva, azul ultramar, beige o rosa. Finalmente, estas flores son cosidas en la parte superior del chaleco.

Con las lentillas también se usa una vela para ablandar el plástico y poder agujerearlo y así, introducir un trozo de plástico del mismo color que la trenza. Estas son colocadas en el hombro derecho.

Una vez cosidos todos los elementos, se cosen los hombros y se colocan dos nudos por lado como unión lateral de las dos piezas.



147. Chaleco *Salva-Vida Rojo.*

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Otoño- primavera 2024

Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de poliéster, tela waffle, plástico de envoltura, hilo nylon, hilo para bordar poliéster, botellas de plástico, lentillas, bolsas de plástico.

Muestra de tejido:





148. Ficha técnica.



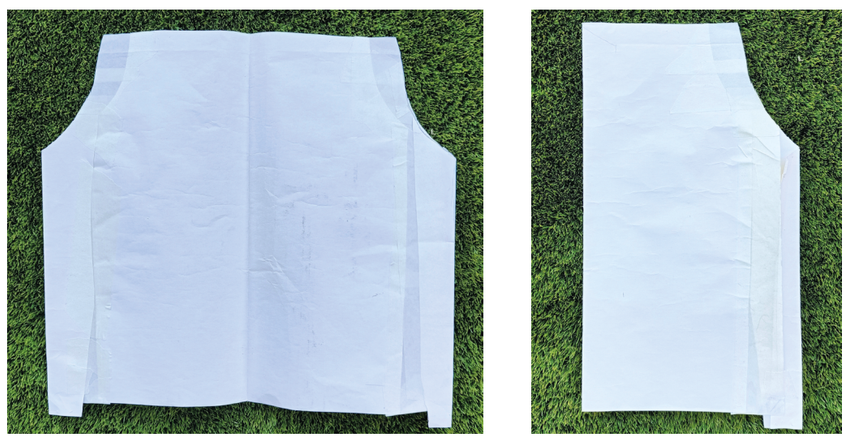
149. Muestra de materiales.

3.5.1.4.3. CHALECO SALVA-VIDA NARANJA.



150. Figurín chaleco *Salva-Vida Naranja.*

Para la creación de este chaleco se han empleado dos telas procedentes de sábanas viejas, una en naranja, y la otra, que servirá de revestimiento interior para dar resistencia, en verde pistacho. El patrón cuenta con dos partes iguales, aunque una de ellas, el frontal, se ha cortado en dos piezas. La sencillez y el minimalismo del patrón del chaleco, en el que destaca la ausencia de tirantes, se verá compensado con los materiales y elementos decorativos que se coserán durante el proceso creativo.



151. Patrón chaleco *Salva-Vida Naranja.*





152. Base textil del chaleco.

Con las piezas base ya cosidas se comienza con los elementos decorativos. Se realizan pequeñas trenzas que van a ocupar una de las caras del chaleco, y para ello se van a usar lanas recicladas y bolsas biodegradables de la fruta que se irán cortando, siguiendo el mismo mecanismo de pelar fruta.







153. Proceso de recortes de bolsas de plástico en tiras.

154. Proceso decorativo del chaleco.

Tras haber realizado alrededor de 50 trenzas, se empiezan a coser una por una a mano sobre la base textil. Cuando están todas las piezas fijadas en la tela, se usan restos de otras telas para cubrir el plástico sobrante de la parte superior del chaleco.







Un factor que hay que destacar es el uso de dos trenzas de siete nudos en los laterales como unión de las tres piezas, además, permitiendo que el chaleco se ampliase dos centímetros por lado.

Con el chaleco formado, se añaden el resto de elemento decorativos. Se aprovecha de un vaquero viejo el bolsillo como decoración, y los bajos como tirantes. Uno de los "corales" hechos a partir de botellas de plástico, se convierte en el broche que permita unir las dos piezas frontales. Una peculiaridad de este modelo es que no hay parte frontal o trasera, ya que se puede usar de las dos formas, como más guste.





155. Proceso del bolsillo vaquero.



156. Detalles del cierre del chaleco.





157. Chaleco *Salva-Vida Naranja.*

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Primavera- Verano 2024

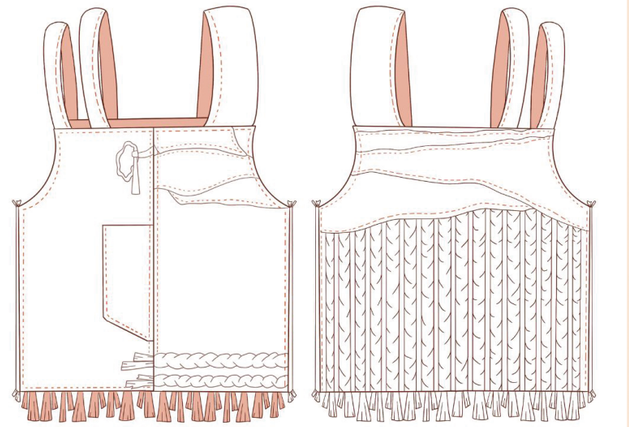
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de algodón, tela trenzado fil a fil, tela vaquera, hilo nylon, lana reciclada, bolsas de plástico biodegradable, botella de plástico.

Muestra de tejido:





158. Ficha técnica.



159. Muestra de materiales chaleco *Salva-Vida Naranja.*

3.5.1.4.4. CHALECO SALVA-VIDA BLANCO.



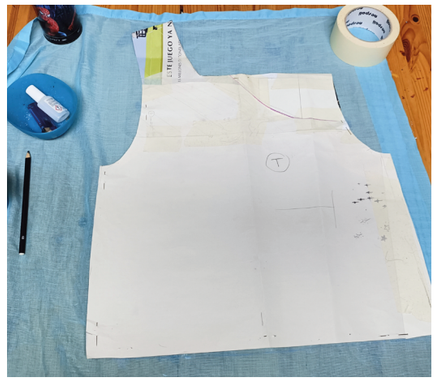
160. Figurín chaleco *Salva-Vida Blanco.*

El chaleco blanco es uno de los modelos que más han ido cambiando durante su proceso. Primero se escogió la tela adecuada, una sábana de cuna antigua. Aunque, para evitar que el estampado destacase tanto, la tela se usó del revés. También se ha empleado como revestimiento de la parte trasera una cortina azul. Sabiendo los materiales base del chaleco se realiza en patrón, en este caso, de un chaleco asimétrico.





161. Patrón del chaleco *Salva-Vida Blanco.*

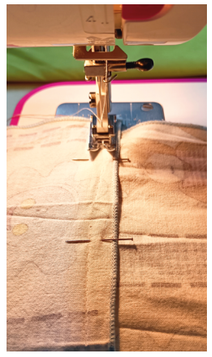




162. Pasar el patrón a la tela.

Para la parte delantera, se tuvo que unir de manera ingeniosa dos trozos de la tela aprovechando su remate, a causa del escaso tamaño de la tela.







163. Proceso de la parte delantera.

Cuando se han cosido cada una de las partes, es fundamental plancharlas para obtener una superficie homogénea y cuidada. Sobre esta base, se comienza a trabajar los elementos decorativos. En este caso, se han usado tiras de bolsas de plástico verdes creado pequeños rulos que se mezclan unos con los otros en la parte frontal del modelo.





164. Detalle de elementos decorativos.

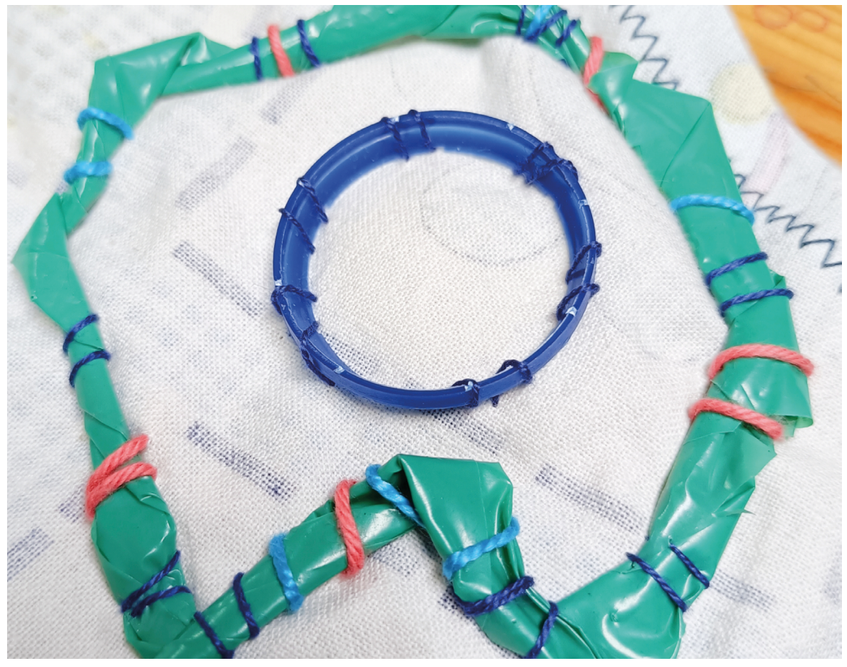
Durante este proceso de experimentación se han producido diferentes modificaciones hasta llegar a un resultado estético e interesante. El modelo final cuenta con las anillas de botellas de plástico que aporta un sentido orgánico en el diseño.







165. Modificaciones del diseño hasta el modelo final.



166. Detalle de anilla de botella cosida en la tela.

Tras la realización de la parte frontal del chaleco, se comienza a fabricar el tirante, en el que se usarán tela de sábana, cordón de yute, y diferentes bolsas de plástico. Cuando una de las tiras de la trenza se acaba, en esta se hace un corte central para crear un nudo básico con el extremo de la otra tira.



167. Nudo básico para unir distintas tiras.





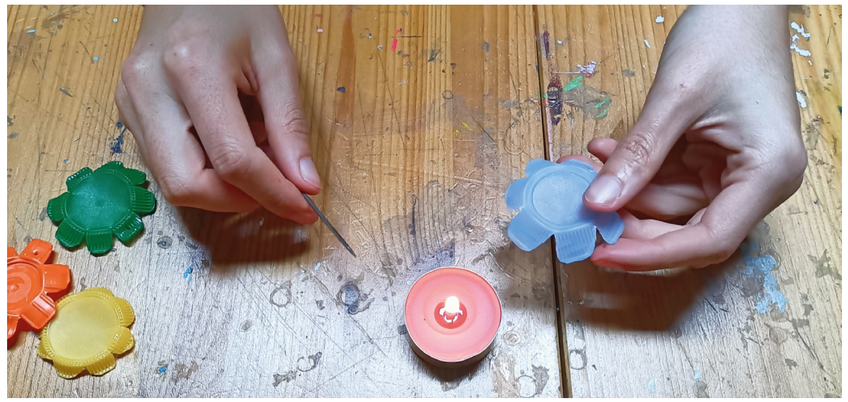




168. Trenza de 1, 5m.

169. Detalles de la trenza.

Además de para la decoración frontal del chaleco, otros elementos de las botellas de plástico se han usado para crear el cierre de los modelos: los tapones.



170. Detalle del proceso de trabajo con los tapones.

Se corta por la superficie varias veces para poder aplastarlo y conseguir una forma más plana. Después se redondea y suaviza con el calor de una vela, y finalmente se calienta la aguja para poder coser el tapón a la tela.

171. Diseño final chaleco *Salva-Vida Blanco*.







172. Detalle de los tapones como cierre del chaleco.

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Primavera- Verano 2024

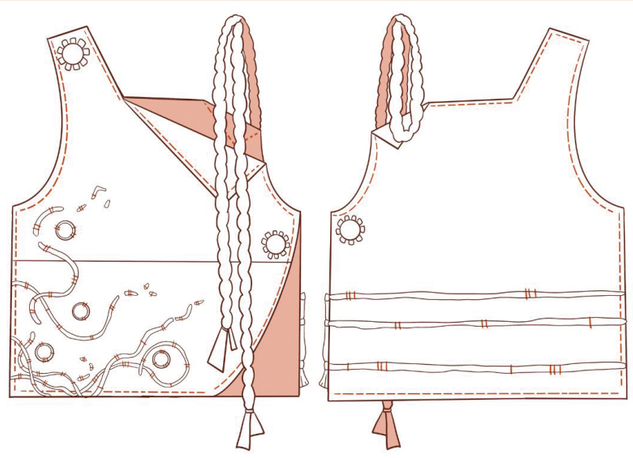
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de algodón, tela de visillo, hilo poliéster para bordar, bolsas de plástico, anilla de botella de plástico, tapón de botella de plástico.

Muestra de tejido:





173. Ficha Técnica chaleco *Salva-Vida Blanco.*



174. Muestra de materiales.

3.5.1.4.5. CHALECO SALVA-VIDA GRANATE.



175. Figurín de chaleco *Salva-Vida Granate*.

Para la creación del chaleco granate se aprovecha como base un forro polar roto de la talla XL. Por ello, no ha sido necesario realizar un patrón nuevo, ya que se usarán los hombros y el cuello. Sin embargo, para tener una forma básica orientativa, se coloca el patrón base del anterior chaleco *Salva-Vida Rojo*.





176. Forro polar antes de la transformación.

Con el patrón puesto se recortan las mangas y se comienza a dar forma al chaleco. Para ello, se va a recortar en la parte inferior un triángulo invertido para crear una abertura que llega casi hasta la cremallera.



177. Forro con patrón base.

Para la parte decorativa se ha empleado únicamente el material que se encuentra en las bolsas de patatas: malla de nylon y plástico protector. Se han usado varios plásticos con los estampados y las frases publicitarias concretas de diferentes marcas de patatas. Este proceso ha sido muy divertido a la hora de encontrar una forma atractiva de colocar dichos elementos. Además, la malla de las patatas se ha distribuido en la abertura del chaleco, para potenciar el interés y la coherencia con la temática.



178. Detalle de malla de bolsa de patatas.

Para coser la parte lateral con el plástico, se ha decidido atravesar todo el diseño con líneas rectas verticales para unificar y asegura su resistencia.



179. Detalle de costura.

En cuanto a la parte trasera se ha usado de nuevo la malla blanca característica de estas bolsas de patatas. Sin embargo, su diseño fue sufriendo distintos cambios hasta llegar al definitivo. Agujereando el forro se iban metiendo las mallas y el hilo de yute creando distintos patrones.





180. Distintos diseños para la parte trasera.

Finalmente, se aplica el mismo método en una de las sisas y se añade el resto de malla en la parte inferior del chaleco. Por último, se coloca una hebilla de refresco en el tirante de la cremallera para facilitar su uso.





181. Diseño final del chaleco *Salva-Vida Granate*.

182. Ficha técnica chaleco *Salva-Vida Granate*.

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Otoño- Primavera 2024

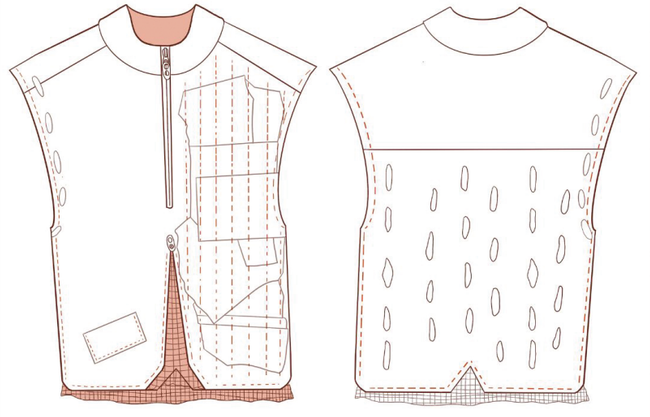
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de poliéster y elastano, hilo nylon, cordón de yute, malla de plástico, plástico protector, hebilla de refresco.

Muestra de tejido:







183. Muestra de materiales.

3.5.1.4.6. CHALECO SALVA-VIDA NEGRO.



184. Figurín chaleco *Salva-Vida Negro.*



185. Prenda original.



186. Detalle de la rotura de la prenda.

Para la realización de este chaleco se ha reciclado una blusa que estaba vieja y rota.

En este caso, el modelo no ha necesitado ningún patrón, ya que se ha buscado aprovechar al máximo cada costura. Es por ello, que tan solo se han eliminado las mangas y abierto en la parte frontal del chaleco.





187. Proceso de creación del chaleco.

El chaleco *Negro* ha sido sin duda uno de los más interesantes y complicados de confeccionar. Con la intención de reciclar los restos de plásticos, hilos, cordones, lanas o telas que han ido sobrando de chalecos anteriores, almacenadas en pequeñas bolsas, se ha decidido usar como material principal en esta pieza. La idea se basa en rellenar las bolsas biodegradables de la fruta con todos los trozos sobrantes, para simular la textura de un abrigo plumas con la costura. Para ello, hay que comenzar haciendo trocitos pequeños de todos los restos reciclados y colocándolos en una misma bolsa, donde se han de mezclar correctamente.





188. Bolsa biodegradable y restos de plásticos y telas.



189. Proceso de cortar y mezclar los trocitos de sobrantes.

Cuando ya se han integrado y revuelto correctamente los trozos restantes, se meten en las bolsas de plástico rellenando aproximadamente el 30% para su posible costura en el chaleco ya que, si fuera más, la bolsa se rajaría. Se colocan seis bolsas en la espalda y cuidadosamente, se unen con alfileres. La delicadeza y fragilidad de la bolsa ha dificultado enormemente el proceso de creación, especialmente en el momento de coser con máquina.





190. Bolsas rellenas de resto de plásticos y telas.





191. Detalle del proceso de coser a máquina.

Después de mucho esfuerzo por evitar cualquier rotura en el plástico, el intento por que los trocitos restantes no se salieran por las esquinas de las bolsas abiertas y, la concentración por coser en línea recta, se consigue un resultado realmente interesante. Por ello, se decide seguir el mismo procedimiento para crear bolsillos delanteros. En este caso se van a utilizar las mangas eliminadas de la blusa como base. La costura en vez de ser recta, seguirá la forma orgánica del propio bolsillo.







192. Proceso mangas de la blusa.



193. Costura del bolsillo.





194. Bolsillo sobre el chaleco.





195. Chaleco *Salva-Vida Negro.*

Colección: *Tro- Pieza*

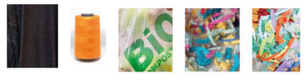
Temporada: Otoño- Primavera 2024

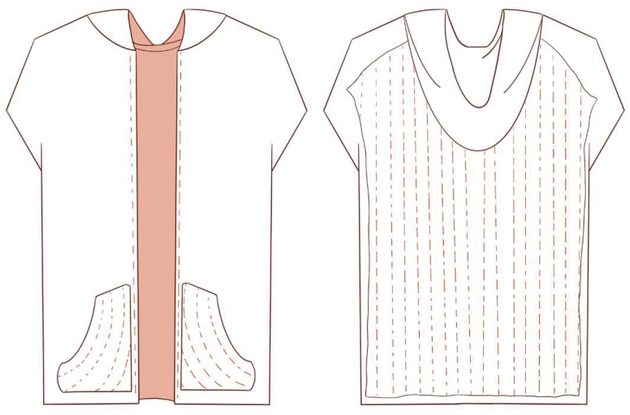
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de algodón fino, hilo nylon, bolsa de plástico biodegradable, lana reciclada, restos de plástico reciclado.

Muestra de tejido:





196. Ficha técnica chaleco *Salva-Vida Negro.*



197. Muestra de materiales.

3.5.1.4.7. CHALECO SALVA-VIDA AZUL.



198. Figurín chaleco *Salva-Vida Azul.*

El chaleco azul es el último confeccionado de la colección de los diez chalecos hechos a partir de materiales reciclados. Para este, se ha usado una base textil procedente de diferentes sábanas. En un principio, el patrón cuenta con tres partes distintas, las dos delanteras asimétricas y, la trasera, aunque esta última será cortada por la mitad. Se han usado dos telas por pieza para obtener una mayor resistencia y un aspecto más uniforme.





199. Patrón del chaleco *Salva-Vida Azul.*



200. Patrón sobre tela.



201. Piezas delanteras cortadas.







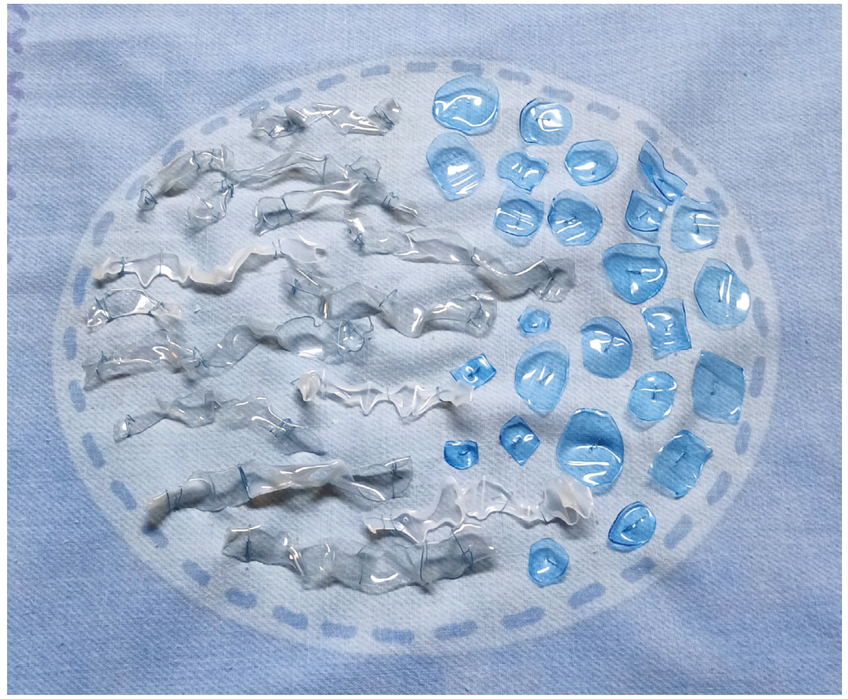
202. Base del chaleco.

Cuando la base del chaleco se ha cosido, se comienza a decorar con botones y corales procedentes de botellas de plástico, u otros envases de distintos colores (envase de pizza o envase de galletas de chocolate). El procedimiento es lento y tedioso. Primero, se cortan los diferentes plásticos en pequeños trozos redondos, para después, gracias al calor de una vela, conseguir una superficie suave

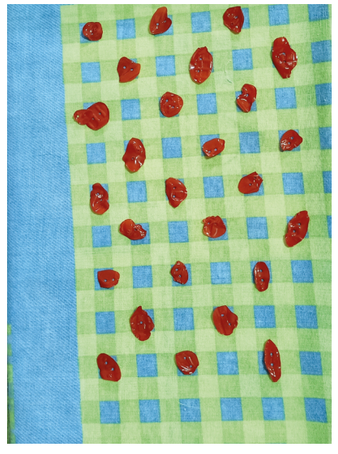
y pulida. La aguja también se calienta con la vela para hacer los agujeros centrales de cada botón, uno a uno. Se trata de un proceso muy cuidadoso y detallista. Los corales se consiguen con el corte de una tira de plástico de botella de agua reaccionando al calor de una vela. De esta forma, el plástico comienza a ondularse y a crear una forma similar a la de los corales.



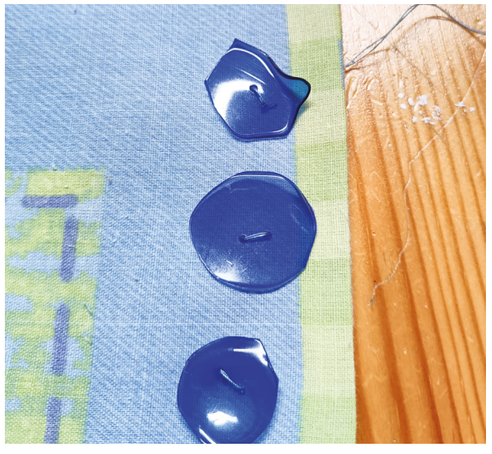
203. Proceso decorativo con botones de plástico.



204. Corales y botones de plástico.



205. Detalle de botones de colores de plástico.



Una vez escogido el diseño y el esquema que se quiere seguir, cada pieza es cosida una a una a mano.

Además, se ha aprovechado el elástico de la sábana como elemento decorativo de la parte inferior del chaleco, ya que da un efecto fruncido muy interesante. La unión de las tres partes se ha conseguido a partir del uso de hebillas de refresco que han sido cosidas a mano en los laterales y los hombros.



206. Detalle de costura de las hebillas.



207. Detalle del elástico de la sábana.





208. Detalle de las hebillas.



El cierre del chaleco se ha creado a partir de trozos de plástico de un tamaño mayor y un cordón de bordar, que va cosido en una de las partes delanteras, con el que se ata dando vueltas a cualquiera de estos tres “pétalos” de plástico. Hay tres pétalos, permitiendo ajustarse más o menos a la figura.







209. Diseño chaleco *Salva-Vida Azul.*

210. Detalle del cierre del chaleco.

Colección: *Tro- Pieza*

Temporada: Primavera- Verano 2024

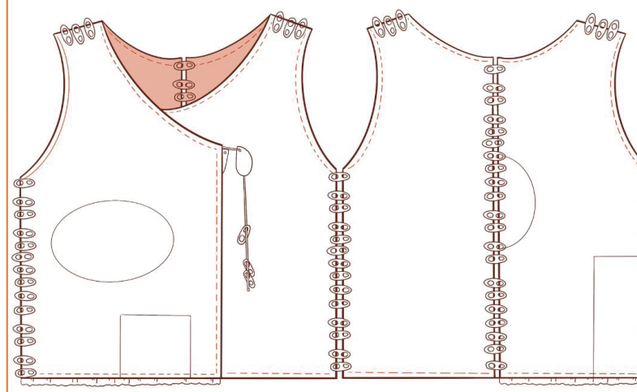
Artículo: Chaleco *Salva- Vida*

Talla: One size

Materiales: Tela de algodón, hilo nylon, cordón de bordar, botellas de plástico, envases de plástico, hebilla de refresco.

Muestra de tejido:





211. Ficha técnica chaleco *Salva-Vida Azul.*



212. Muestra de materiales.

3.5.1.5. ETIQUETAS.

Como ya se ha estudiado durante la investigación, muchas marcas usan el espacio de la etiqueta para poder acercarse más al comprador compartiendo los valores de la firma con alguna frase que recoja sus principios. Por ello, aunque este proyecto no cuente con ninguna marca, si se ha usado la etiqueta para potenciar la responsabilidad y conciencia en el espectador. Junto con un pequeño logo que se ha creado para el proyecto, una hebilla y una aguja, se ha citado una pequeña frase que recoge los intereses de los chalecos: “No es mi basura, pero sí es mi planeta. Hagamos algo con ella.”

Para su materialización se ha usado una camiseta blanca de algodón reciclada, sobre la que se ha impreso con tinta ecosolvente para tela. El diseño ha sido creado previamente con el sistema de edición de *Adobe Photoshop*.



213. Proceso de creación de las etiquetas.



214. Detalle etiqueta *Tro-Pieza*.

3.5.2. EDITORIAL FOTOGRÁFICA.

3.5.2.1. CONCEPTO.

El concepto creativo de la fotografía que recoge el proyecto *Tro-Pieza* se basa en un estilo fresco, rural y colorido. Con la intención de concienciar sobre el medio ambiente desde una perspectiva divertida, las imágenes invitan al espectador a formar parte del cambio. Jóvenes inquietos que apoyan los pequeños gestos como expresión de sus preocupaciones y sus intereses. Llevar puesto el chaleco como símbolo revolucionario de protección y cuidado por la naturaleza. Buscar una oportunidad, una solución que cambie el rumbo climático desde una visión artística. Defender las segundas oportunidades a favor de la creatividad e ingenio por reutilizar objetos que van a ser desechados. Una forma nueva de vestir, una forma nueva de vivir.

La línea fotográfica se encontraría en revistas de moda que no sólo destacan las últimas tendencias, sino que, además, tienen interés por iniciativas sostenibles y ecológicas. Dar visibilidad a diseñadores que apuestan por la innovación el uso de materiales poco tradicionales. Algunos ejemplos serían *Vogue*, *Harper’s Bazaar*, *Elle* o *Marie Claire*.

3.5.2.2. *MOODBOARD*.



215. *Moodboard* para la sesión fotográfica.

3.5.2.3. LOCALIZACIÓN.

Para la localización de la sesión fotográfica se buscó un espacio natural que recogiera los intereses creativos del proyecto: admiración y cuidado por el medioambiente. Por ello, se decidió realizar la sesión en una zona de campo ubicado en Villanueva de Cañada, cerca de C. Sierra de Guadarrama. Tras valorar distintos espacios, zonas con más tierra, encinas con más presencia, o explanadas, se optó por un espacio salvaje en el que las flores destacaban por su magnitud.



216. Localización de las fotografías.

3.5.2.4. *CASTING*.

El *casting* cuenta con siete modelos diferentes. Personas jóvenes de entre 19 y 22 años que actúan con naturalidad frente a la cámara. La espontaneidad y el movimiento son algunas de las características que cumplen los siete modelos escogidos, amigos que han participado involucrándose en el desarrollo de este proyecto. María, Marta, Carlos, Mario, Blanca, Laura y Pablo son los protagonistas de esta historia.



217. Fotografía grupal durante la sesión fotográfica. Imagen tomada por Mario Ramos.

3.5.2.5. ESTILISMO.

El estilismo se basa en una elección de prendas informales que aportan cotidianeidad y al mismo tiempo resultan atrayentes. La naturalidad a través de prendas básicas, en su mayoría monocromáticas, como camisetas de algodón, vaqueros, pantalones, monos, pantalones cargo o faldas. La comodidad y seguridad es fundamental para trasmitir los valores medioambientales del proyecto. Por otra parte, la elección cromática de las prendas ha dependido de las combinaciones con sus respectivos chalecos. De esta forma, los chalecos adquieren el protagonismo. En cuanto al peinado, todos los modelos con el pelo largo se lo han recogido con un moño o, con coletas y trenzas a los lados. Los peinados se han decorado con pequeñas pinzas de colores que combinan con los diseños de los chalecos. Además, se han usado algunos elementos como sillas de metal de colores, escaleras y tul naranja para acompañar y favorecer el estilismo de las fotografías.

3.5.2.6. SESIÓN FOTOGRÁFICA.



218. Sesión fotográfica. Imagen tomada por Laura de la Llana Domarco.

Para la realización de las fotografías se ha empleado una cámara *Canon EOS R100*. Durante el proceso de las sesiones, se sufrieron varios acontecimientos meteorológicos que dificultaron la correcta realización de las fotografías: viento fuerte y lluvia. Sin embargo, a pesar de las circunstancias, la profesionalidad de los modelos junto con la del fotógrafo Mario Roberto Ramos, se obtuvo el mejor resultado. La sesión fotográfica duró tres horas, 17:30- 20:30, para aprovechar la luz cálida de la tarde. La espontaneidad de las actuaciones de los modelos ha permitido obtener un movimiento natural y divertido, potenciando la trasparencia de los valores del proyecto con el espectador.



219. Proceso de sesión fotográfica. Fotografía de Laura de la Llana Domarco.





220. Proceso de la sesión fotográfica. Imágenes tomadas por Laura de la Llana Domarco.

3.5.2.7. EDICIÓN.

La edición fotográfica se ha desarrollado a través del programa *Adobe Lightroom.* Se ha aplicado un poco de grano y ajustando los tonos de las luces y las sombras para simular un aspecto analógico. Se ha retocado la iluminación de las imágenes para obtener ese efecto tan característico de los carretes *Kodak*. Con un estilo atemporal, se emplea una edición del pasado para un proyecto que busca cambiar el futuro.

3.5.3. FASHION FILM.

3.5.3.1. CONCEPTO.

La intención del *fashion film* es concienciar a la juventud sobre la crítica situación del medio ambiente desde una perspectiva fresca y animada. En el *fashion film* se narra de manera visual como cuatro jóvenes se divierten e interactúan con el espacio natural que les rodea, y al mismo tiempo, son conscientes del daño que genera la sociedad en estos espacios. Es una producción de carácter alegre y desenfadado, pero al mismo tiempo refleja cierta seriedad ante la situación actual.

3.5.3.2. *MOODBOARD*.



221. *Moodboard* de referencia 1.



222. *Moodboard* de referencia 2.

3.5.3.3. *STORYTELLING*.

Este *fashion film* busca la conexión inmediata con el espectador para comunicar la urgencia de actuar contra el cambio climático a través de cuatro jóvenes que bailan y corren por espacios naturales. Con la fuerza de sus miradas, los protagonistas invitan al espectador a participar, a formar parte del cambio. Desde una visión fresca y lúdica, el *fashion film* comparte un mensaje sólido y doloroso, luchar por un mundo mejor, un planeta sano y respetuoso.

Al principio del vídeo, los protagonistas rompen la cuarta pared cuando uno de ellos se acerca a la pantalla para llamar la atención del espectador. Seguidamente, se presentan los cuatro jóvenes ante el público, haciéndoles presente en la escena.

Algunas de las secuencias guardan una alegoría especial. Uno de los casos es el pañuelo de tul naranja que aparece en varias ocasiones como símbolo de cambio, un arma para construir un mundo mejor. Se trata de un elemento textil, al igual que los chalecos *Salva-Vida*, que los protagonistas usan haciendo ver que la responsabilidad por mejorar depende de todos; símbolo que impulsa la acción como acto revolucionario. Otra de las escenas a destacar es el plano invertido en el que aparecen corriendo libremente por el campo. Esta secuencia se debe a una metáfora por darle la vuelta a las cosas, aprovechar un elemento contaminante como los residuos y transformarlos en una oportunidad de crear algo bello y bueno. Las escenas protagonizadas por las sombras aluden a que cualquier persona puede formar parte del cambio, verse reflejada en un mundo respetuoso y consciente con el medio ambiente.

El plano final es posiblemente la escena más seria de todo el cortometraje, una mirada de urgencia al presente, al espectador. Un acto de rebeldía que invita al público a involucrarse, mostrar el deber

que tenemos por luchar y proteger nuestro mundo. Concienciar a la gente joven. Una llamada de atención a las nuevas generaciones. Respetar y cuidar la naturaleza, ser responsables y creativos con nuestros residuos.

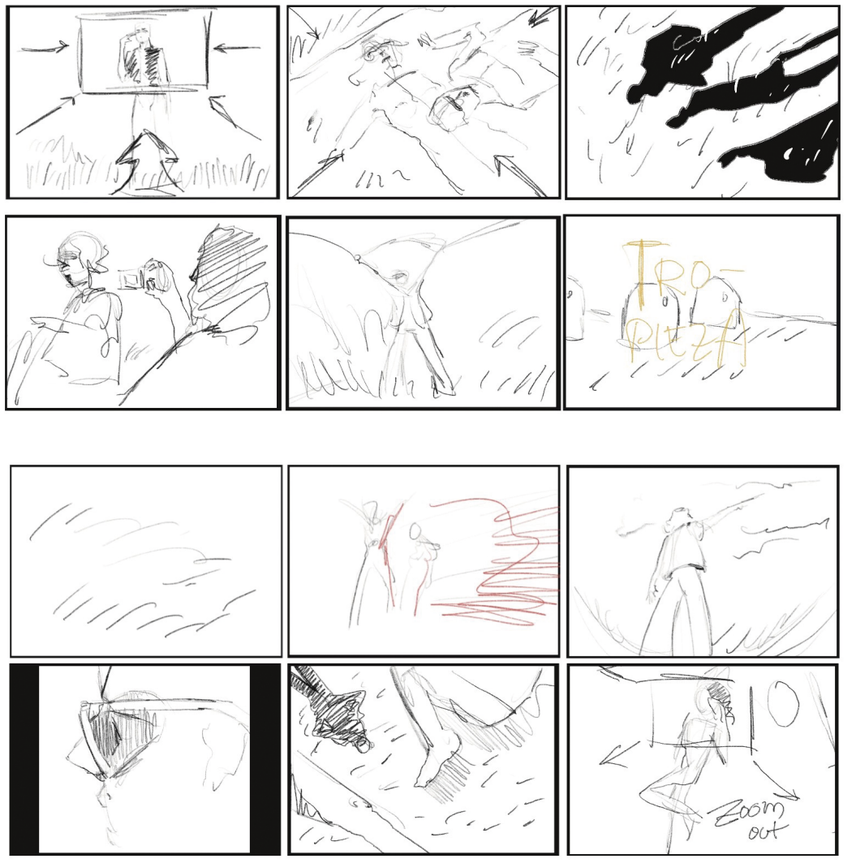
3.5.3.4. *STORYBOARD*.

Para la realización del *fashion film* se ha contado con la ayuda de dos compañeros con mucha experiencia audiovisual Andy y David Niddam. Los *storyborads* han sido realizados por Andy inspirándose en el concepto y *moodboards* mostrados.





223. *Storyboard.* Andy Niddam.



224. *Storyboard.* Andy Niddam.

3.5.3.5. LOCALIZACIÓN.

Para la grabación del cortometraje se han escogido varios espacios naturales. Uno de ellos se encuentra cerca del punto limpio de Villanueva de la Cañada. En mitad del campo hay esparcidos diferentes contenedores de vidrio y compostaje.



225. Punto limpio de Villanueva de la Cañada.

El otro espacio de grabación ha consistido en una explanada formada por un campo de trigo ubicado en las afueras de Villanueva de la Cañada.



226. Explanada de campo de tirgo. Villanueva de la Cañada.

3.5.3.6. *CASTING*.

En este caso, el *casting* ha sido mucho más selectivo. Lo han formado cuatro jóvenes amigos, tres chicas y un chico de 21 años: María, Marta, Laura y Mario. La química y el buen rollo que existe entre los modelos es fundamental para comunicar al espectador la honestidad de los valores del proyecto.



227. Plano final de la *fashion fim Tro-Pieza.*

3.5.3.7. ESTILISMO.

El estilismo del *fashion film* se ha cuidado y detallado adecuadamente. Aunque se han repetido alguno de los conjuntos elaborados para el vestuario anterior de la editorial fotográfica, en este caso, se ha elevado su valor estético. Las personas adquieren una gran importancia durante el rodaje del videoclip puesto que son ellos los responsables, quienes tienen el poder de cambiar. Todos los modelos, salvo una, llevan dos estilismos distintos, en los que el vestuario y el maquillaje han cambiado adaptándose a las circunstancias concretas. Para esta grabación se han usado peinados más divertidos y atractivos, en los que la trenza ha adquirido gran protagonismo, al igual que sucede en los chalecos. El maquillaje se ha basado en usar sombra de ojos con tonos que acompañen al chaleco, para potenciar la mirada. Aun así, se trata de un maquillaje sencillo y natural, que mantiene el carácter fresco y juvenil de la pieza audiovisual. Algo a destacar son los complementos. Uno de los más importantes son las gafas de sol que usa la modelo María durante toda la grabación, quitándoselas sólo al final reivindicando la participación del espectador cuando dirige una mirada seria y crítica a la pantalla.

3.5.3.8. SESIÓN DE GRABACIÓN.

El rodaje audiovisual se ha llevado a cabo en un periodo de dos días. El horario de grabación era de 17:00- 21:00. La primera hora se dedicó a estilismo y maquillaje, y las tres restantes para rodar en el es espacio determinado. La cámara que se ha usado es *Blackmagic* pocket cinema camera *6K G2, Sony A6500*, con *Objetivo Canon* 18-135mm y *Objetivo Canon* 10-18mm.



228. Pruebas de imagen.



229. Modelos posando. Imagen realizada por Marta Fernández.



230. Grabación de la *fashion film*.
Fotografía realizada por Marta Fernández.



231. Grabación de la *fashion film*.
Fotografía realizada por Marta Fernández.

3.5.3.9. EDICIÓN Y MONTAJE.

Para el montaje del *fashion film* se ha usado el programa de edición *DaVinci Resolve 18*. Se ha buscado una estética setentera simulando una grabación analógica. *A carta cabal*, y *Desde las Alturas* de Guitarricadelafuente han servido como inspiración.

La música que se ha utilizado es *Gypsy* de Ronan Hardiman, una melodía que combina instrumentos tradicionales como el violín y la flauta, con toques modernos aportando frescura y vitalidad. La pieza trasmite una mezcla de emociones vibrantes y nostálgicas, evocando imágenes de paisajes abiertos y bailes de libertad. Por ello, la atmósfera que se genera encaja perfectamente con la experiencia audiovisual, potenciando su carácter emotivo.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Tro-Pieza es un proyecto de moda que busca las segundas oportunidades en productos que se van a desechar. Desde el reciclaje, y con un importante espíritu concienciador por la contaminación del medio ambiente, la artista crea una obra en la que, a partir de elementos "no útiles" y "feos" consigue imaginar posibles funciones bellas y prácticas. De la idea de alargar la vida útil de algunos desechos como los textiles o plásticos, surge la colección *Chalecos Salva-Vida*. La editorial fotográfica y el *fashion film* son piezas que complementan y potencian el valor y espíritu del proyecto.

Porque tropezar nos ayuda a ser conscientes del camino, y nos da la oportunidad de empezar de nuevo.

4.1. CHALECOS *SALVA-VIDA.*

La realización de siete chalecos hechos a partir de materiales reciclados. Con el concepto *Chalecos Salva-Vida*, se busca crear una prenda única a partir de desechos contaminantes como el plástico, para ofrecer una nueva oportunidad en su uso y belleza. Con el objetivo de evitar el deterioro medioambiental que estos residuos están generando se ha encontrado una forma de integrarlos en materiales textiles para crear originales y atrevidos chalecos. Llevar el chaleco como acto revolucionario y simbólico, una forma de proteger y cuidar nuestro planeta, nuestras ideas, nuestro futuro.

4.1.1. FICHA TÉCNICA.

Título: *Chalecos Salva-Vida*

Autor. Marta Fernández Romera

Obra: Proyecto de moda *Tro-Pieza*

Técnica: *Upcycling*. Colección *Chalecos salva-Vida*

Dimensiones: Siete chalecos

Año: 2024

4.1.2. OBRA FINAL.








TRO-PIEZA








TRO-PIEZA
PATATAS
3kg
PATATA NUEVA
APTAS PARA TODO
SO CULINARIO











4.2. EDITORIAL FOTOGRÁFICA.

El proyecto *Tro-Piezas* cuenta con una editorial fotográfica en la que además de mostrar los chalecos, se busca compartir los valores éticos de la obra: proteger y cuidar el medio ambiente. La propuesta ofrece una reflexión en el espectador sobre el uso consciente y creativo de nuestros desechos. Ser capaces de crear un mundo mejor encontrando nuevas oportunidades en productos cotidianos. A través de la frescura del paisaje y la naturalidad de los modelos, se expresa la sesibilidad creativa y ecológica del proyecto.

4.2.1. FICHA TÉCNICA.

Autor: Marta Fernández Romera

Obra: Editorial fotográfica para el proyecto de moda *Tro-Pieza*

Técnica: Fotografía digital

Estilismo: Marta Fernández Romera

Fotografía: Mario Roberto Ramos

Año: 2024

4.2.2. OBRA FINAL




PATATAS
3kg
PATATA NUEVA
APTAS PARA TODO
USO CULINARIO















4.3. *FASHION FILM.*

El *fashion film* es una llamada de atención a las nuevas generaciones para respetar y cuidar la naturaleza, ser responsables y conscientes de nuestros actos. Desde una perspectiva alegre y divertida se invita al espectador a formar parte del cambio, cambiar el rumbo de la sociedad hacia un comportamiento colaborativo en el que todos rememos en la misma dirección.

4.3.1. FICHA TÉCNICA

Título: *Tro-Pieza*

Técnica: Vídeo digital

Duración: 2’13’’

Año: 2024

4.3.2. CRÉDITOS

Director creativo: Marta Fernández Romera.

Dirección de grabación: Andy Niddam

Dirección de fotografía: David Niddam

Maquillaje: María Calvo, Marta Fernández, Laura de la Llana Domarco

Vestuario: Marta Fernández Romera

Montaje: Andy Niddam

Etalonaje: Andy Niddam y David Niddam

Música: Ronan Hardiman “Gypsy” (Michael Flatley’s Lord Of the Dance)

Localidad: Villanueva de la Cañada

Año: 2024

4.3.3. OBRA FINAL

Link de YouTube a la *fashion film*: https://youtu.be/O2MIaQNVajU.

Link de Drive a la *fashion film*: https://drive.google.com/file/d/1eUJ9m4U9f9tflcwUUoj2BJ3kHI1u-0FVW/view?usp=sharing









5. CONCLUSIÓN

El objetivo del proyecto se ha centrado en convertir objetos considerados desechos en nuevos productos bellos y prácticos con la intención de alargar la vida útil de estos elementos. Con la intención de hacer frente al consumo masivo y poco respetuoso con el medioambiente, nace *Tro-Pieza*, un proyecto de diseño de moda que impulsa las segundas oportunidades desde la creatividad y la sensibilidad. La concienciación climática y la responsabilidad social son los pilares que han dirigido el desarrollo de la obra artística.

Si se analiza el proyecto, la hipótesis principal ha sido resuelta acertadamente. La obra ha contado con tres piezas principales. La primera se basa en la realización de siete chalecos confeccionados a partir de elementos reciclados o desechos domésticos. Gracias a la experimentación y trabajo de campo que se ha llevado a cabo, se han podido entender las capacidades de cada material. La transformación de algunos elementos como el plástico que se ha obtenido ha sido un descubrimiento muy enriquecedor para integrarlo como un nuevo material artístico, en este caso, para la realización de elementos decorativos y funciones en prendas de vestir. Para una mayor conexión y entendimiento de la obra, se ha realizado la línea creativa de una editorial fotográfica para una posible revista de moda que destaque por el interés hacia tendencias novedosas y ecológicas, como puede ser *VOGUE o Harper's Bazaar*, sirviendo como puente de unión entre el espectador y la obra. La *fashion film* ha supuesto el cierre del proyecto, una forma de compartir un mensaje concienciador de forma visual y directa. Desde una perspectiva lúdica y fresca la pieza invita al espectador a participar, a formar parte del cambio, a ser conscientes del problema no desde la culpa sino desde la oportunidad. Una pieza que ensalza la creatividad y el ingenio artístico de construir un mundo nuevo a partir de elementos que ya existen.

El marco teórico ha servido como base de conocimiento fundamental para el posterior desarrollo artístico. El análisis de tendencias de moda como el *upcycling* o el *trashion* de diseñadores como Paula Votteler han servido como inspiración creativa, complementándolo con el trabajo escultórico y pictórico de numerosos artistas como Veronika Ritchterová o Bordalo II que han sabido adaptarse a un contexto social y cultural usando desechos como nuevo material artístico. Con el entendimiento de características de esta índole, se ha podido fusionar la idea central del proyecto con obras ya realizadas y estudiadas, obteniendo una nueva forma de crear. Al combinar diferentes fuentes y artistas que trabajan desde el reciclaje, se ha obtenido un estilo de producción único y original. Artesanalmente se ha llevado a cabo la realización de prendas de vestir a partir de materiales accesibles a todo el mundo, ofreciendo al público una forma de participar, de poder hacer frente a un problema climático con elementos básicos encontrados en cualquier espacio doméstico. Un estilo de vida apto para cualquiera que quiera formar parte del cambio.

La investigación y conocimiento sobre el *upcycling* han servido como motor de todo el proyecto. Elevar el reciclaje hacia una forma bella y práctica de crear. Una combinación entre el reciclaje de elementos viejos, que han perdido su valor original, con la integración de productos considerados feos e inservibles como la basura, para crear nuevas piezas que ensalcen y potencien su atractivo original. Desde una observación activa y un ingenio intuitivo se ha creado un estilo personal y único.

Además, a través de este proyecto, se ha obtenido aún más conciencia de la cantidad excesiva de plásticos que se utilizan en el día a día, muchos de ellos, teniendo funciones limitadas de un sólo uso. Durante el proceso de recopilación de desechos se comprendió la gravedad y la importancia que tiene el exagerado uso de envases que acaban perdidos contaminando y ensuciando los espacios naturales. Esta realidad impulsó el mensaje positivo y concienciador del proyecto *Tro-Pieza*, que defiende las segundas oportunidades en circunstancias frágiles y trágicas como la actual crisis climática. Un acto simbólico y artístico que busca la colaboración social por luchar juntos contra esta realidad.

La colaboración ha sido un elemento de auténtico valor. La idea esperanzadora y positiva del proyecto ha conseguido emocionar e ilusionar a las personas más cercanas del proyecto, quienes han ofrecido su ayuda de diferentes maneras: aportando material reciclado, ayudando con ideas creativas o, sirviendo como modelos, entre otros, incluso, se han interesado en comprar alguna de las piezas textiles. Esta situación ha sido, quizás, una de las experiencias más enriquecedoras de todo el proyecto, ya que se ha demostrado que las personas cuando se trata de hacer el bien, en su mayoría, quieren formar parte del remedio, de la solución, sentir que participan y ponen su "granito de arena" por un mundo mejor. Esta participación se ha convertido en uno de los logros principales del proyecto puesto que se ha comprobado que las personas, a través de una concienciación positiva y desde una visión creativa y divertida, están dispuestas a cambiar cuando se les ofrece dicha oportunidad. Como se ha ido comprendiendo, la acción más pequeña de cada uno supone la transformación más grande y valiosa.

De la misma forma, una de las conclusiones obtenidas es la importancia de compartir y comunicar un problema desde una visión optimista y esperanzadora. Nunca dar por vencida una circunstancia, fomentar las ideas ingeniosas y creativas que iluminen la realidad más oscura. Con este proyecto se ha comprobado que esta forma de comunicar es importante para provocar una emoción y un cambio en el espectador, y de esta forma, ralentizar el problema.

Además, *Tro-Pieza* defiende un uso responsable y cuidadoso con lo que ya se tiene, por ello, los *Chalecos Salva-Vida*, al estar confeccionados con materiales reciclados requieren de un cuidado y un trato especial, sin olvidar que es una prenda práctica en cualquier época del año.

El proyecto se ha llevado a cabo con éxito, sin embargo, es cierto que han existido algunos inconvenientes. Al tratarse un trabajo artesanal tan cuidadoso y, en muchas ocasiones, minucioso, la falta de tiempo ha estado presente durante todo el proceso creativo de los chalecos, impidiendo en algunas ocasiones la materialización de algunas ideas. Sin embargo, de esta forma se ha comprendido en primera persona el tiempo que supone confeccionar prendas de vestir, por lo que se valora y aprecia aún más la industria de la moda. Por otra parte, se ha encontrado alguna dificultad en aspectos más técnicos como en patronaje o en la realización de fichas técnicas de prendas puesto que la falta de conocimiento por no haber cursado la carrera siguiendo la especialidad en moda han dificultado, pero no impedido, algunos procesos.

La metodología que se ha llevado a cabo en este proyecto ha sido la adecuada y serviría para futuros proyectos si estos también comparten un proceso de investigación de materiales, su integración como nuevo material artístico y el desarrollo de una pieza artística como resultado. La experimentación matérica y la ilusión por cumplir con el objetivo principal, crear arte a través de material que se va a

desechar, han permitido una realización exitosa y una metodología óptima.

En cuento a la vía de desarrollo del proyecto, se ha llegado a la conclusión de seguir creando *Chalecos Salva-Vida* reivindicando el valor de aquellos materiales que pasan por desapercibidos. Sin limitar la creatividad y el ingenio, el proyecto seguirá creciendo y se intentará adaptar al momento presente como reflejo social de la realidad actul. Además, se crearán talleres y academias destinadas al *upcycling* de prendas en las que se fomente el reciclar y arreglar aquellos productos que ya existen haciendo frente al problemático fast fashion de "usar y tirar". Espacios creativos en los que se enseñe a reinventar nuevas prendas empleando todo tipo de materiales desafiando la crisis climática no sólo desde la concienciación, sino desde la acción.

Tro-Pieza hace alusión a la búsqueda de oportunidades en aquello que aparentemente es negativo. Encontrar caminos que ayuden a establecer un equilibrio social y climático. Porque tropezando se ven las piedras del camino. Hay que caerse para saber hacia dónde ir.

BIBLIOGRAFÍA

Alarcón, D. (2021). Mariola Delfer, o cómo hacer de la moda, la artesanía y el upcycling una combinación ganadora. VEIN Magazine. Recuperado de: https://vein.es/mariola-delfer-o-como-hacer-de-la-moda-la-artesania-y-el-upcycling-una-combinacion-ganadora/.

Alonso, L. (2019). 168 mil pajitas recicladas en una instalación que denuncia la gravedad del plástico en los océanos. Cultura Inquieta. Recuperado de: https://culturainquieta.com/arte/instalaciones/168-mil-pajitas-recicladas-en-una-instalacion-que-denuncia-la-gravedad-del-plastico-en-los-oceanos/.

Alonso, T. (2021). Béhen, la firma de upcycling que recupera la tradición textil y la artesanía portuguesa. FashionNetwork. Recuperado de: https://es.fashionnetwork.com/news/Behen-la-firma-de-upcycling-que-recupera-la-tradicion-textil-y-la-artesania-portuguesa,1356385.html.

Andrespert. (2021). “La tendencia UPCYCLING”. ANDRESPERT. Recuperado de: https://www.andrespert.com/upcycling/.

Anne. (2023). “Ciclo de vida de una prenda: Producción e impacto en 5 pasos”. COSH! Recuperado de: https://cosh.eco/es/articulos/ciclo-de-vida-de-una-prenda-produccion-e-impacto-en-5-pasos.

Araújo, H. (2023). “La nueva era de la moda Circular”. El Periódico de España. Consumo. Recuperado de: https://www.epe.es/es/ocio/20230402/nueva-moda-circular-82478187.

Ayuntamiento de Aljaraque. Residuos Urbanos. [Revista digital]. Áreas temáticas. Medio ambiente. Buenas Prácticas Ambientales. Recuperado de: https://www.ayto-aljaraque.es/es/areas-tematicas/medio-ambiente/buenas-practicas-ambientales/residuos-urbanos/.

BBVA. (2023). “¿Qué es el ‘upcycling’ o suprarreciclaje de los residuos?”. BBVA. Economía circular. Cultura reciclaje. Recuperado de: https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-upcycling-o-suprarreciclaje-de-los-residuos/.

Bianchi Moda. (2022). “Prendas multifuncionales: simplificando tu día a día con estilo y versatilidad”. Bianchi Moda. Recuperado de: https://www.bianchimoda.com/blogs/news/prendas-multifuncionales-simplificando-tu-dia-a-dia-con-estilo-y-versatilidad.

Brosse, C. (2021). La Basura No Existe. Hacia el suprarreciclaje y la Economía Circular. [Formato Kindle]. España.

Bullfeet. (2023). “¿Qué es el Upcycling? Upcycling vs Recycling”. Bullfeet. Recuperado de: https://www.bullfeet.com/es/blog/upcycling.

ByniumaAl. (2024). [Página web de tienda]. Recuperado de: https://byniumaalshop.com/es/.

Calvo, N. (2023). “20 firmas de moda sostenible españolas donde comprar ropa”. Bazaar. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/g252047/marcas-firmas-espanolas-moda-etica-sostenible/.

Campaña Ropa Limpia. (2021). Muertes y heridos en la industria mundial de la confección. Campaña Ropa Limpia. Recuperado de: https://ropalimpia.org/noticias/muertes-y-heridos-en-la-industria-mundial-de-la-confeccion/.

Carrasco Rozas, A. (2017). “Tóxicos textiles: Lo que esconden tus prendas de ropa”. Fashion United. Recuperado de: https://fashionunited.es/noticias/moda/toxicos-textiles-lo-que-esconden-tus-prendas-de-ropa/2017053123996.

Casablanca, L., Chacón, P. (2014). El hombre vestido. Una visión sociológica, psicológica y comunicativa sobre la moda. Cartaphilus (n.º 13). Pp. 60-83. Recuperado de: https://revistas.um.es/cartaphilus/article/view/216111/170421.

Céspedes, L., Rojas, C. (2011). Residuos sólidos urbanos: un grave problema ambiental. Ciencia UNAM. Recuperado de: https://ciencia.unam.mx/contenido/galeria/51/residuos-solidos-urbanos-un-grave-problema-ambiental.

Clean Clothes Campaign. (2024). Amplifying worker voices in the garment and sportswear industry. Clean Clothes Capaign. Recuperado de: https://cleanclothes.org/.

CO2mpensamos. (2024). “La huella de carbono en la industria de la moda”. CO2mpensamos Blog. Tips de sostenibilidad. Recuperado de: https://blog.co2mpensamos.com/post/huella-carbono-industria-moda.

COPE. (2024). “¿Puede Shein tener los días contado en Europa? Francia, la primera en planta cara a la ‘fast-fashion’”. COPE. Radio Popular. Recuperado de: https://www.cope.es/programas/herrera-en-cope/noticias/puede-shein-tener-los-dias-contados-europa-francia-primera-plantar-cara-fast-fashion-20240321_3209638.

Cuervo, C. (2020). “El gran azul: cuando los pantalones vaqueros dejaron de contaminar.” Bazaar. Recuperado de: https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a32223239/pantalones-vaqueros-medio-ambiente-contaminacion-novedades-que-hacer/.

De la Cal, L. (2019). El artista chino que hace alta costura con porquería para denunciar la contaminación. ELMUNDO. Recuperado de: https://www.elmundo.es/papel/lifestyle/2019/11/26/5ddc0c15fc-6c8359228b45db.html.

ECOALF. (2024). ECOALF - Sostenibilidad y estilo. Recuperado de: https://ecoalf.com/.

ECOALF. (2024). ECOALF- Materiales. Recuperado de: https://ecoalf.com/pages/materiales.

ECOALF. (2024). Upcycling the Oceans. Recuperado de: https://ecoalf.com/pages/upcycling-the-oceans.

Ecoembes. (2022). “2.600 pescadores del proyecto Upcycling the Oceans recuperaron más de 190 toneladas de basura marina en 2021”. Ecoembes. Recuperado de: https://www.ecoembes.com/es/upcycling-oceans-recupera-basura-marina.

Ecólatras. (2019). No es mi basura, pero es mi planeta. Ecólatras. Sevilla. Recuperado de: https://www.ecolatras.es/detalle/no-es-mi-basura-pero-es-mi-planeta.

Elise Knits. (2020). Elise Knits. NOT JUST A LABEL. Recuperado de: https://www.notjustalabel.com/elise-knits.

Entwistle, J. (2002). El cuerpo y la moda. Una visión sociológica. Barcelona. Paidós contextos.

Euronews. (2017). Mbongeni Buthelezi, el artista que crea obras de arte con plástico reciclado. Euronews. Recuperado de: https://es.euronews.com/cultura/2017/07/17/mbongeni-buthelezi-el-artista-que-crea-obras-de-arte-con-plastico-reciclad.

Fernández, L. (2021). Por qué la moda que vistes habla de tus emociones. Muer Hoy. Recuperado de: https://www.mujerhoy.com/moda/tendencias/201810/21/como-afecta-moda-emociones-rev-20181019104149.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F.

Franklin-Wallis, O. (2023). Ropa de segunda mano: ¿qué pasa de verdad con las prendas que donas? GQ. Recuperado de: https://www.revistagq.com/articulo/ropa-de-segunda-mano-que-pasa-de-verdad-con-las-prendas-que-donas.

Gore, A. (2007). Una verdad incómoda para futuras generaciones. Los peligros del calentamiento global explicados a los jóvenes. Barcelona, Gedissa Editorial.

Greenpeace. (2023). "Siguiendo la pista a 29 prendas de ropa". Greenpeace. Destino África. Venta de ropa de segunda mano barata y el impacto sobre los mercados locales. Recuperado de: https://es.greenpeace.org/es/en-profundidad/una-segunda-vida-para-tu-ropa/siguiendo-la-pista-a-29-prendas-de-ropa/#:~:text=Seg%C3%BAn%20la%20Agencia%20Europea%20del%20Medio%20Ambiente%20(EEA)%2C%20en,usada%20y%20barata%20de%20Europa.

Gwilt, A., Rissanen, T. (2011). Shaping Sustainable Fashion: Changing the Way We Make and Use Clothes. Abingdon. Routledge.

Halliday, S. (2023). La londinense Paolina Russo se alza con el Zalando Visionary Award y desfilará en la Fashion Week de Copenhague. FashionNetwork.com. Recuperado de: https://es.fashionnetwork.com/news/-la-londinense-paolina-russo-se-alza-con-el-zalando-visionary-award-y-desfilara-en-la-fashion-week-de-copenhague,1523072.html.

Hernández, C. (2014). La moda y las emociones... Carolina Hernández- Coaching. Recuperado de: https://carolinahernandezcoaching.es/la-moda-y-las-emociones/.

Herrera, A. (2024). "¿Puede Shein tener los días contados en Europa? Francia, la primera en plantar cara a la 'fast- fashion'". COPE. Recuperado de: https://www.cope.es/programas/herrera-en-cope/noticias/puede-shein-tener-los-dias-contados-europa-francia-primera-plantar-cara-fast-fashion-20240321_3209638.

Honig, J. (2023). Descubra cómo el alimentar el uso papel puede reducir la huella de carbono de su empresa. DocuWare. [Blog]. Recuperado de: https://start.docuware.com/es/blog/elimine-el-papel-y-reduzca-la-huella-de-carbono.

Huacuz, F. (2019) Bordalo II y los trash animals del street art - All City Canvas. All City Canvas. Recuperado de: https://www.allcitycanvas.com/mejores-obras-de-street-art-bordalo-ii/.

LafargeHolcim. (2023). Residuos urbanos: definición, tipos y clasificación esencial. LafargeHolcim España. Para Que el Mundo Construya Mejor. Recuperado de: https://www.holcim.es/residuos-urbanos-definicion-tipos-y-clasificacion-esencial.

Levi's. (2022, 21 de septiembre). When they're made to last, we can all waste less. I Buy Better. Wear Longer. I Levi's. [Video]. Canal Levi's. https://youtu.be/4oCB0SwxJB8?si=2YR7Z0YGMYC-qqDP.

Lolo. (2019). La moda que nos hace más humanos. Aceprensa. Recuperado de: https://www.aceprensa.com/cultura/la-moda-que-nos-hace-mas-humanos/#:~:text=%E2%80%9CEl%20vestir%20no%20solo%20cubre,presencia%20f%C3%ADsica%E2%80%9D%2C%20dijo%20Cruz.

Marca Lima. "Moda ecológica: ¿Qué es y cuáles son sus características?". Marca Lima. Recuperado de: https://marcalima.pe/marketing-social/moda-ecologica/#Ejemplos_de_marcas_de_Moda_Ecologica_o_Slow_Fashion

Marcos, N. (2022). La moda online en España- Datos estadísticos. Statista. Recuperado de: https://es.statista.com/temas/3527/la-moda-online-en-espana/#topicOverview.

Marín, A. (Director). (2023). Te estoy amando locamente. [Film]. RTVE, Canal Sur Televisión, ESCAC.

Miralles, I. (2020). Claves del estilo natural. Consultorio de imagen. Recuperado de: https://consultoradeimagen.com/claves-del-estilo-natural/.

Modaes. (2024). "Lululumon, Puma y Adidas, las empresas con mejor puntuación en las condiciones laborales". Back Stage. Recuperado de: https://www.modaes.com/back-stage/lululemon-puma-y-adidas-las-empresas-con-mejor-puntacion-en-las-condiciones-laborales.

Muñiz Marcelo, M. (2023). "Rebajas y ansiedad: cómo comprar sin dañar tu salud mental". Welife a new way of living. Recuperado de: https://www.welife.es/mente/salud-mental/rebajas-ansiedad-compras-compulsivas/.

Navarro, R. (2022). "Fast Fashion: ¿una amenaza para el planeta?". Eldestape. Recuperado de: https://www.eldestapeweb.com/sociedad/moda/fast-fashion-una-amenaza-para-el-planeta--20223212130.

Next, S. F. (2022). "Vivienne Westwood: La Dama Punk de la moda". Slowfashionnext. Slowfashionnext. Recuperado de: https://slowfashionnext.com/blog/vivienne-westwood-la-dama-punk-la-moda/.

Nudie Jeans. (2024). [Página web de la tienda]. Recuperado de: https://www.nudiejeans.com/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwzZmwBhD8ARIsAH4v1gW2IWkfMOBsFWmpnQsR5E6G459SvROXkhK36B-FeKI36-9bCA6AJrEaAsKaEALw_wcB.

OMM. (2024). Los indicadores del cambio climático alcanzaron niveles sin precedentes en 2023: OMM. [Documento de sitio web]. Organización Meteorológica Mundial. Recuperado de: https://wmo.int/es/news/media-centre/los-indicadores-del-cambio-climatico-alcanzaron-niveles-sin-precedentes-en-2023-omm#:~:text=El%20informe%20de%20la%20OMM%20confirm%C3%B3%20que%202023%20fue%20el,c%C3%A1lido%20desde%20que%20hay%20registros

ONU. (2019). Paz, dignidad e igualdad en un planeta sano. [Documento de sitio web]. Desafíos globales- Población. Una población en crecimiento. Recuperado de: https://www.un.org/es/global-issues/population.

Ortega, R. (2023). "Buy Better, Wear Longer": La campaña de Levi's que apuesta por la economía circular." Latam Green. Recuperado de: https://latam-green.com/buy-better-wear-longer-la-campana-de-levis-que-apuesta-por-la-economia-circular/.

Ortega, S. (2009). Chris Jordan y su Eco-Art. Sergio Ortega. Recuperado de: https://blog.sortega.com/chris-jordan-y-su-eco-art/.

Orús, A. (2024). Estimación de emisiones de gases de invernadero de la industria de la moda 2019-2030. [Documento de sitio web]. Statista. Emisiones previstas equivalentes de dióxido de carbono (CO_2e) de la industria de la confección de ropa en todo el mundo de 2019 a 2030. Recuperando de: https://es.statista.com/estadisticas/1349799/estimacion-de-emisiones-de-gases-de-invernadero-de-la-industria-de-la-moda/#:~:text=Se%20ha%20calculado%20que%20en,no%20se%20toman%20medidas%20dr%C3%A1sticas.

P. L., y P. L. (2024). ¿Cómo influye la ropa en nuestro estado de ánimo? Confidencial Digital. Recuperado de: https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/tendencias/como-influye-ropa-nuestro-estado-animo/20240326105313749977.html.

Palomares, M. (2022). El upcycling español eleva el nivel gracias a la firma A HUG. Ecolover. Recuperado de: https://ecolover.life/blog/upcycling-espanol-moda-artesanal-sostenible/.

Patagonia. (2024). [Página web de tienda]. Recuperado de: https://eu.patagonia.com/es/en/shop/collections/new-arrivals?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw8J6wBhDXARIsAP07QA-0GMSAh8GnEhgWImqW6jPHOo7diGghRhYwMyNlSEs97USHSTHZXjkaAmRREALw_wcB&gclsrc=aw.ds.

Peyer, N. (2024). “Las 23 Mejores Marcas de Moda Sostenible en 2024”. Sumissura. Recuperado de: https://www.sumissura.com/es/blog/marcas-moda-sostenible.

Piera, M. (2022). “Marcas emergentes que debes conocer de la CPFW”. Highxtar. Moda. Recuperado de: https://highxtar.com/marcas-emergentes-que-debes-conocer-de-la-cpfw/.

Recovo. (2024). “¿Qué Es El Upcycling? El siguiente Paso En La Moda Sostenible”. Recovo. Recuperado de: https://recovo.co/es/blog/que-es-el-upcycling-el-siguiente-paso-en-la-moda-sostenible/#:~:text=En%20el%20%C3%A1mbito%20de%20la,piezas%20frescas%20y%20con%20estilo.

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (2021). Plásticos: qué son, características, tipos y reciclaje. RSS. Recuperado de: https://responsabilidadsocial.net/plasticos-que-son-caracteristicas-tipos-y-reciclaje/.

Rueda, B. (2024). “The naked truth about denim. 100% organic denim collection”. Coomo. Marcas: Nudie Jeans Co. Recuperado de: https://www.coomo.es/brands/nudie-jeans/.

Ruiz, R. (2020). El artista que denuncia la invasión de plásticos hasta en ‘la Puerta del Cielo’ - Signus Blog. Signus Blog. Recuperado de: https://blog.signus.es/artista-alejandro-duran-invasion-de-plasticos/.

Salcedo, E. (2014). Moda ética para un futuro sostenible. Barcelona, Gustavo Gili Barcelona.

Sancho Martínez, M. P. (2022). “Un análisis de la industria del comercio electrónico de moda en 2022”. Data Feed Watch Blog. Recuperado de: https://www.datafeedwatch.es/blog/analisis-de-la-industria-del-comercio-electronico-de-moda.

Sanmamed, M. (2023). Transformar la basura en arte: Upcycling, suprareciclaje y residualismo - Marta Sanmamed. Marta Sanmamed. Recuperado de: https://sanmamed.net/transformar-la-basura-en-arte-upcycling-suprareciclaje-y-residualismo/.

Santos, J. C. (2014). Análisis de Tendencias en los Accesorios de Moda. [Conferencia]. Museo de Arte Contemporáneo de Alicante. Recuperado de: https://youtu.be/nkYpd2aUcqQ?si=O-MWmV6cuL1fqfkc.

Tato, M. M. (2021). Lucía Vergara de Après Ski y su ropa de tejidos antiguos: “Hay prendas que me da pena vender porque sé que son únicas”. Vanity Fair. Recuperado de: https://www.revistavanityfair.es/articulos/apres-ski-marca-ropa-telas-antiguas.

Tekstila. “Fast Fashion: Cuatro temporadas en un día”. Tektila GV, S L. Barcelona. Recuperado de: https://tekstila.net/fast-fashion-cuatro-temporadas-un-dia/.

Terihaj, L. (2020). Paolina Russo Handcrafts A Wearable, Scannable, Up-cycled Touch Of Magic. Sleek Likes. Recuperado de: https://www.sleek-mag.com/article/paolina-russo-klarna-card/.

Touseef, F. (2023). The Sustainable Fashion Revolution of Nigel Xavier: A Journey Through Upcycling and Textile Manipulation. Arts Help.Recuperado de: https://www.artshelp.com/sustainable-fashion-nigel-xavier-next-in-fashion-winner-netflix/.

Turner Bryan, S. (1989). El cuerpo y la sociedad: exploraciones en teoría social. México, Fondo de Cultura Económica.

Uyuni. (2024). Cómo crear un estilo de ropa hippie y boho. Uyuni. Recuperado de: https://uyuni.es/blog/post/como-crear-un-estilo-de-ropa-hippie-y-boho.html.

VEJA. (2024). Upcycling - VEJA. Recuperado de: https://project.veja-store.com/es/single/upcycling.

Walls, B. (2023). BORDALO II - Beyond Walls. Recuperado de: https://beyondwalls.org/es/artists/bordalo-ii/.

WebAdictos, S. (2020). “adidas Originals presenta su colaboración con Paolina Russo”. WebAdictos. Recuperado de: https://webadictos.com/adidas-originals-paolina-russo/.

Westcott, B., Fang, N. (2019). Chinese artista Wan Yunfeng is turning trash into high fashion. CNN Style. Recuperado de: https://edition.cnn.com/style/article/wan-yunfeng-environment-artist-intl-hnk/index.html.

Xicota, E. (2021). “El impacto de la industria de la moda en la pérdida de la biodiversidad”. Ester Xicota. Recuperado de: https://www.esterxicota.com/impacto-perdida-biodiversidad/.

Yoochan Si. (2024). “Explotación laboral: la sombra de la industria de la moda”. Luxiders Mgazine. Recuperado de: https://luxiders.com/es/explotacion-laboral-la-sombra-de-la-industria-de-la-moda/.