



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



FACULTAT DE BELLES  
ARTS DE SANT CARLES

# UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

## Facultad de Bellas Artes

El aura del tapete. Desarrollo de una colección de moda

Trabajo Fin de Grado

Grado en Bellas Artes

AUTOR/A: García Conesa, María Dolores

Tutor/a: Esteve Sendra, María Consuelo

Cotutor/a externo: Hernández Jiménez, Octavio Irving

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

## RESUMEN

El presente trabajo final de grado pretende mostrar el planteamiento y desarrollo de una colección de moda creada a partir de ropa y telas descartadas. Acompañada de una reflexión del término de “aura” de Walter Benjamin y de la figura popular del trapero. Indaga sobre la memoria y la conexión intergeneracional puesto que uno de los elementos clave en la colección es el tapete.

Se lleva décadas mirando hacia el progreso, mostrándose éste disruptivo. En cambio, en la era del progreso ¿No sería disruptivo mirar hacia atrás? De esto viene a tratar mi colección. En una sociedad de producción desmesurada y masificada, veo necesario plantear una colección de ropa donde características como la singularidad, la autenticidad y la historia sean las piedras angulares.

El encaje, el crochet y el punto son las telas que conforman las prendas, estas son encontradas en mercados ambulantes, coleccionadas y posteriormente deconstruidas con el fin de traer el pasado al presente. Las nociones en costura son autodidactas e intuitivas, basadas en la observación y la experimentación más que técnicas rigurosas, dejando entrever la esencia de lo artesanal en contraposición a lo industrial.

## PALABRAS CLAVE

Colección de moda; artesanía; memoria; Walter Benjamin; upcycling

## ABSTRACT

The present final degree project aims to showcase the conception and development of a fashion collection created from discarded clothing and fabrics. Accompanied by a reflection on Walter Benjamin's concept of "aura" and the popular figure of the ragpicker, it delves into memory and intergenerational connection, as one of the key elements in the collection is the rug.

For decades, society has looked towards progress, often portrayed as disruptive. However, in the era of progress, wouldn't it be disruptive to look backwards? This is what my collection seeks to address. In a society of excessive and mass-produced consumption, I see it necessary to propose a clothing collection where characteristics such as singularity, authenticity, and history are the cornerstones.

Lace, crochet, and knit are the fabrics that make up the garments, sourced from flea markets, collected, and subsequently deconstructed to bring the past into the present. Sewing notions are self-taught and intuitive, based on observation and experimentation rather than rigorous techniques, hinting at the essence of craftsmanship as opposed to industrialization.

## KEYWORDS

Fashion collection - craft - memory - Walter Benjamin – upcycling

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a Mendieta y a La Ex por haber confiado en mí a la hora del desfile. Y gracias a todas mis amigas; Andrés, Claudia, María, Ana, Júlia, Jesús, Miki, Índigo y Cooper, por haber participado y desfilado, involucrándose profundamente.

Gracias al Teatro Círculo por habernos cedido un espacio para exponer. Gracias a Ana, Paula y Lara, por haberme ayudado a montar. Gracias a toda la gente que vino, por su compañía y por sus cumplidos.

Gracias a Ginebra por haberme sugerido la sesión de fotos y por haber participado de manera significativa, gracias a Aina por haber sido tan profesional, y gracias a Ybelka por haber colaborado en el estilismo con tanta predisposición. Gracias a las tres por haber accedido a ayudarme, por haber estado seis horas echando fotos y por haber aportado vuestra visión al proyecto, enriqueciéndolo enormemente.

Gracias a Paco, mi amigo y hermano, por todos los referentes que me da, por estar cuando entro en crisis dispuesto a escucharme y aconsejarme.

Gracias a Jesús, mi pareja, por ser cero crítico (todo le parece perfecto), pero un gran sustento emocional.

Gracias a Chele, mi tutora, por haberme proporcionado libertad y confianza, así como por sus palabras de ánimo.

Gracias a Ester Torá, por enseñarme Valencia y ayudarme siempre que puede.

Gracias a mis primos, Juanito y Miguel Ángel, por haberme dado tantos tapetes de ganchillo elaborados por su madre. Gracias a Carmen, la tita Nena, su madre, por haber hecho obras tan maravillosas.

Gracias a mi abuela Ana Mari por haberme acompañado durante todo el proceso brindando amor y amparo. Al igual que mi madre y mi tía Raquel, el grupo de WhatsApp de la familia ha sido un buen sitio al que acudir a la hora de pedir opiniones, así como apoyo emocional.

Gracias a mis abuelas por ser quienes son, por haberme querido y cuidado tanto. Sus comidas, sus historias, sus casas, sus labores... me ha inspirado e inspirará toda mi vida. Mi obra está profundamente ligada a ellas, y estoy segura de que, si no hubiesen estado, este proyecto no hubiese existido.

Gracias a todos los que han interactuado con la colección, de forma mayor o menor directa, gracias por vuestras palabras de ánimo y consejos.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>8</b>
<b>2. OBJETIVOS</b>	
2.1. <i>Objetivos generales</i>	8
2.2. <i>Objetivos específicos</i>	8
2.3. <i>Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)</i>	9
<b>3. METODOLOGÍA</b>	
3.1. <i>Metodología conceptual</i>	11
3.2. <i>Metodología de creación</i>	12
<b>4. MARCO TEÓRICO</b>	
4.1.1. <i>Contexto. La moda rápida</i>	13
4.1.2. <i>El aura y Walter Benjamin</i>	17
4.1.3. <i>La figura del trapero</i>	18
<b>5. REFERENTES</b>	
5.1. <i>Temáticos</i>	20
5.2. <i>Conceptuales</i>	20
5.3. <i>Formales</i>	20
5.3.1. <i>El punto</i>	23
5.3.2. <i>Encaje y transparencia</i>	23
5.4. <i>Empresariales</i>	23
<b>6. DESARROLLO DE LA COLECCIÓN</b>	
6.1. <i>Proceso de creación</i>	26
6.1.1. <i>Moodboard</i>	26
6.1.2. <i>Selección de materiales</i>	26
6.1.3. <i>Bocetos y diseño</i>	28
6.1.4. <i>Experimentación textil. Patronaje y moulage</i>	29

<b>6.2. La colección</b>	<b>29</b>
6.2.1. Conjunto 1	30
6.2.2. Conjunto 2	30
6.2.3. Conjunto 3	30
6.2.4. Conjunto 4	30
6.2.5. Conjunto 5	31
6.2.6. Conjunto 6	31
6.2.7. Conjunto 7	31
6.2.8. Conjunto 8	31
6.2.9. Conjunto 9	31
6.2.10. Tacones	32
<b>7. POSTCOLECCIÓN</b>	
<b>7.1. Difusión</b>	<b>33</b>
7.1.1. Fotolibro	33
7.1.2. Exposición	34
7.1.3. Desfile	34
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>35</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>37</b>
<b>10. ÍNDICE DE IMÁGENES</b>	<b>42</b>
<b>11. ANEXO</b>	<b>43</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) pretende mostrar como propuesta artística el planteamiento y desarrollo de una colección de moda. Poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante el Grado de Bellas Artes, así como nociones de costuras adquiridas desde la intuición y la experimentación.

En la producción de moda contemporánea se hayan una serie de problemáticas, sociales y medioambientales, que han dado lugar a que esta colección se desarrolle desde un paradigma diferente. La colección presenta un total de nueve conjuntos, no destinados a la venta, sino presentados como manifestación artística y conceptual. En lugar de enfocarse en la rentabilidad, esta colección prioriza la sostenibilidad y la autenticidad. Actuando como una declaración contra la cultura de consumo excesivo.

La ropa de *El aura del tapete* ha sido elaborada a partir de telas y prendas encontradas, previamente descartadas por la sociedad. Además, han sido confeccionadas manualmente, lo cual les otorga un aspecto imperfecto, pero auténtico y singular. La piedra angular de este proyecto es el tapete de ganchillo, abordándolo desde su contexto, el cual presenta una serie de connotaciones ligadas a la memoria, como la nostalgia y la conexión intergeneracional.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. OBJETIVOS GENERALES

Este trabajo, en primera instancia, pretende poner en práctica y mostrar lo aprendido a lo largo del grado de Bellas Artes. Me sirvo de esta plataforma para transmitir un mensaje, provocar reflexiones y generar debates sobre temas sociales, culturales y personales que me resultan importantes. En definitiva, se trata de utilizar la moda como un medio artístico para comunicar ideas y emociones de manera visual y conceptual.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para abordar los aspectos más detallados o específicos del proyecto, exploraremos las metas que se pretenden alcanzar.

En primer lugar, desarrollar una colección desde la implicación y la dedicación, prestando atención a todas y cada una de las partes que engloba el proceso. Creando una serie de conjuntos que presenten una coherencia visual y conceptual en su conjunto.

En cuanto al apartado formal, se busca experimentar con técnicas de costura autodidactas e intuitivas, basadas en la observación y experimentación, para resaltar la esencia artesanal en contraposición a lo industrial al crear la colección.

En cuanto al apartado teórico, una de las metas es investigar y analizar el impacto social y ambiental que acarrea la producción de moda contemporánea, en concreto la moda rápida. Así como mostrar una alternativa que fomente lo artesanal y singular, inspirándose en el concepto de “aura” de Walter Benjamin y en la figura popular del trapero.

Por último, se pretende crear una carta de presentación que muestre mis habilidades creativas de cara al mundo laboral y a futuros proyectos creativos en los que pueda participar.

### 2.3. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son un conjunto de 17 metas globales adoptadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Están diseñados para abordar una amplia gama de desafíos mundiales, incluidos los relacionados con la pobreza, la desigualdad, el cambio climático, la degradación ambiental, la paz y la justicia.

Los ODS proporcionan un marco para el desarrollo sostenible, buscando equilibrar las dimensiones económica, social y ambiental del desarrollo. Son una hoja de ruta para que gobiernos, empresas y la sociedad civil trabajen juntos para crear un futuro más justo, equitativo y sostenible.<sup>1</sup>

En lo que respecta a este proyecto, se ha procurado integrar principios que se alinean con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible. Aunque el alcance de este trabajo no es equiparable al de una gran empresa o un gobierno, refleja un impacto positivo de las acciones llevadas a cabo en el contexto de desarrollo sostenible, subrayando el valor de las contribuciones a menor escala en la lucha por un futuro más justo.

- **ODS 3: Salud y bienestar.** A partir del reciclaje se ha logrado no crear nuevos recursos, contribuyendo a reducir la exposición a sustancias nocivas por parte de los trabajadores en el proceso de producción textil.

- **ODS 6: Agua limpia y saneamiento.** Al utilizar principalmente materiales existentes, se contribuye a la conservación del agua al reducir la demanda de recursos hídricos empleados en los procesos de fabricación de telas.

- **ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.** Presentando una forma de moda desvinculada del trabajo precario asociado con la industria de la moda, se demuestra que es posible tener un impacto positivo en esta industria mientras se asegura el bienestar y la dignidad de quienes participan en ella.

---

<sup>1</sup> United Nations. (s. f.). *Objetivos de desarrollo sostenible* | Naciones Unidas.

- **ODS 10: Reducción de las desigualdades.** Se pretende abogar por la reducción de las desigualdades entre países al evitar la deslocalización de la producción, aprovechando las condiciones laborales precarias de otros países. Fomentando una distribución más equitativa de la riqueza y los recursos a nivel global.

- **ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.** Todos los elementos utilizados provienen de la comunidad local, incluyendo mercados ambulantes, mercerías, tiendas de telas y tiendas de la caridad y benéficas; promoviendo así la sostenibilidad y el apoyo a la economía local.

- **ODS 12: Producción y consumo responsables.** Este proyecto se centra en la reutilización creativa de textiles desechados, a través del reciclaje, se reduce la generación de desechos, promoviendo un modelo de producción y consumo sostenible y responsable.

- **ODS 13: Acción por el clima.** Al optar por la reutilización de materiales en lugar de la producción de nuevos textiles, se contribuye a reducir las emisiones de gases efecto invernadero asociados con la fabricación de productos textiles, contribuyendo así a mitigar el cambio climático.

- **ODS 14: Vida submarina.** Al reducir la cantidad de desechos textiles que terminan en vertederos o en el mar, se contribuye indirectamente a la protección de la vida marina al prevenir la contaminación de los ecosistemas acuáticos.

- **ODS 15: Vida de ecosistemas.** Al promover la reutilización de textiles, se evita la necesidad de nuevos cultivos de algodón u otros materiales naturales, lo que ayuda a reducir la deforestación y la degradación de los ecosistemas terrestres causada por la expansión agrícola.

- **ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas.** El enfoque en prácticas éticas y sostenibles en la moda ayuda al fortalecimiento de instituciones sólidas y la promoción de la justicia social, al priorizar el bienestar de los trabajadores y el respeto por los derechos humanos en toda la cadena de suministro.

## 3. METODOLOGÍA

### 3.1. METODOLOGÍA CONCEPTUAL

La metodología conceptual de un proyecto artístico es la estrategia que guía la investigación y la creación. Se basa en la exploración y conexión de conceptos e ideas clave, utilizando herramientas como el mapa mental para visualizar y organizar la información de manera clara y concisa. En el siguiente apartado se mostrará cómo diversas ideas y planteamientos han sido conectadas con el fin de llegar a tener un mismo propósito.

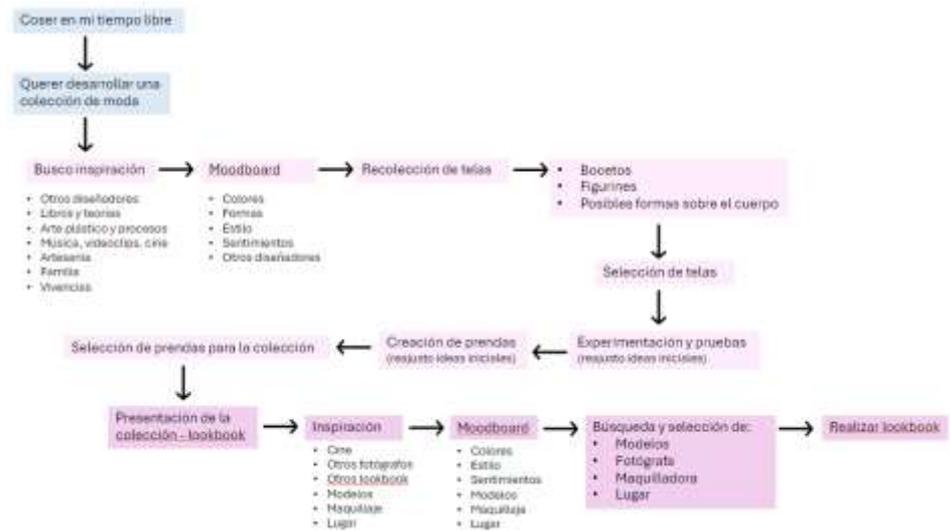


Durante el desarrollo de la colección se reflexiona sobre la industria de la moda, esta reflexión insta a emplear materiales descartados para reciclarlos, dándoles un nuevo significado. Paralelamente se llega a tres conclusiones.

La memoria como tema central, puesto que los elementos reciclados (tapetes, encajes) llevan consigo un contexto y por ende una historia. Convirtiéndose así en un símbolo que pertenece al imaginario popular. La historia que encierran dichos materiales conlleva a una serie de cualidades tales como la singularidad y la unicidad, características que Walter Benjamin les otorga a las obras de arte plásticas en el momento en el que comienzan el cine y la fotografía. Hablamos del “aura”. Además, estos conceptos quedan reforzados al crear las piezas por aspectos como el azar y lo manual. La recolección de materiales y telas descartadas de una sociedad excesivamente consumista remite a la figura del “trapero”, personaje marginal de la historia de la literatura y de la cultura popular.

### 3.2. METODOLOGÍA DE CREACIÓN

La metodología de creación, a diferencia de la metodología conceptual, es la hoja de ruta que guía desde la idea inicial hasta la forma final del proyecto. Junto a un mapa conceptual concreto, se visualizan las conexiones y se organiza el proceso creativo. En este apartado se desglosa de manera pragmática los pasos a seguir para la realización del presente trabajo.



En una primera fase surge la necesidad de desarrollar una colección de moda. Para ello se busca inspiración a partir de numerosas fuentes, como la obra de otros diseñadores y artistas, la música y el cine, vivencias e historias familiares. Para materializar toda esta investigación se realiza un *moodboard*, aquí la idea empieza a mostrar formas, colores, sensaciones...

Una vez hay una idea clara, comienza la búsqueda y la recolección de materiales, en este caso, telas. Dado que una de las técnicas principales es el *moulage*, una vez se escogen telas se posan sobre el cuerpo con el fin de conseguir las formas deseadas, paralelamente me ayudo de bocetos y figurines. Lo siguiente es seleccionar las telas para experimentar, se va probando, ajustando los pasos iniciales a este paso, el cual se acerca más a la realidad sobre la colección. Una vez se ha experimentado, se confecciona, dando lugar al último paso, la selección de prendas. En este último paso también se consideran los pasos anteriores para no alejarse de lo planteado y guardar el nexo en común que presenta la idea inicial.

Cuando se ha desarrollado la colección, se decide presentarla en formato de fotolibro, a partir de una sesión de fotos. El proceso es similar; se busca inspiración, se materializa la idea en un moodboard. En el moodboard aparecen aspectos más abstractos como los colores, la sensación, el estilo, y más concretos como la localización, el maquillaje, los peinados, las poses y las modelos. Por último, se busca y selecciona un equipo de modelos, fotógrafa y asistente para llevarlo a cabo.

- Fig. 2: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Mapa mental para la metodología de creación

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1. CONTEXTO. LA MODA RÁPIDA

Para poder explicar uno de los motores principales de este trabajo; una forma de moda lenta, sostenible y artesanal, hay que adentrarse en su antítesis, la moda rápida (*fast fashion*). Aunque este aspecto artesanal, en términos de tiempo a lo largo de la historia, haya sido el predominante, desde la década de 2000 hasta ahora se ha observado un cambio significativo en la forma de producirse y consumirse moda, generando una serie de problemáticas medioambientales, económicas y sociales.

Si bien en su origen, la ropa presentaba una función protectora frente a factores como el clima, valorando su durabilidad, con los avances tecnológicos y los cambios en el estilo de vida, las prioridades han cambiado. En el occidente contemporáneo, la ropa se ha transformado en una manera de autoexpresión, que va más allá de su función práctica y de su distinción social.

El *prêt-à-porter*, o *ready-to-wear*, surgió en la primera mitad del siglo XX, especialmente después de la XX Guerra Mundial en los años 1950 y 1960. Este concepto se refiere a la producción de ropa en serie y con variedad de tallas, lista para usar, en contraste con la alta costura y la ropa a medida. Grandes diseñadores como Pierre Cardin<sup>2</sup> fueron pioneros en esta tendencia, lanzando líneas de ropa *prêt-à-porter* con el fin de llegar a un público más amplio. La moda rápida tiene sus orígenes en este concepto, desarrollándose en la década de 1980 y 1990. La iniciativa de las empresas pioneras, como Zara<sup>3</sup> y H&M<sup>4</sup>, consistía en democratizar la moda creando prendas inspiradas en grandes firmas a bajo coste y de menor calidad. Este modelo de negocio fue expandiéndose debido a factores como la globalización, la deslocalización de la producción, las innovaciones tecnológicas, el auge de los medios de comunicación y la venta en línea.

Este modelo precursor de moda rápida tuvo un gran impacto en la industria de la moda, transformando la manera en que los consumidores se relacionan con el consumo de ropa. La accesibilidad y la frecuencia de nuevos productos animaron a los consumidores a comprar más a menudo, impulsando el crecimiento de estas empresas y sentando las bases para el modelo de negocio que dominaría en las décadas próximas.

---

<sup>2</sup> CARDIN, PIERRE. Diseñador de moda italiano (1922-2020).

<sup>3</sup> ZARA, cadena de moda española originaria de La Coruña. Perteneció al grupo Inditex y fue creada por Amancio Ortega en 1975. Actualmente liderada por Óscar García Maceiras y Marta Ortega Pérez.

<sup>4</sup> H&M, cadena de moda sueca fundada en 1949 por Erling Persson. Años más tarde se fusionó con Mauritz Widforss y nació *Hennes & Mauritz*: H&M. Actualmente bajo la dirección de Daniel Ervér.

Gran parte de la popularidad que hoy tienen se consigue a partir de estrategias de marketing y campañas publicitarias, destinadas a captar la atención del consumidor e incentivando las visitas a dichos establecimientos y páginas web.

Por un lado, estas marcas se aseguran de que siempre haya algo nuevo en sus tiendas, además, la capacidad de diseñar, producir y distribuir productos rápidamente les permite mantenerse al día con las tendencias más recientes. El precio asequible y las frecuentes promociones y descuentos mantienen el interés del consumidor. En cuanto a las tiendas físicas, éstas están diseñadas para atraer visualmente a los clientes, con espacios expositivos creativos y adaptados a su tiempo, generando un ambiente de compra agradable y moderno. También se sirven de estímulos sensoriales, como olores y música, los cuales usan en su beneficio apelando al comportamiento de compra de los clientes. Una música con ritmos rápidos y enérgicos animaría a los clientes a moverse y explorar más rápido, en cambio una música más lenta y relajante podría fomentar una experiencia más prolongada y tranquila. Este uso de la música también varía según el *target*<sup>5</sup>; las tiendas de marcas para un público más joven muestran más dinamismo que las destinadas a un público más adulto. Otro factor a tener en cuenta es la ubicación, seleccionando lugares clave en grandes ciudades y centros comerciales concurridos.

Estas empresas utilizan publicidad dirigida a sus principales grupos demográficos, empleando medios tradicionales y populares como revistas, anuncios en televisión y publicidad en exteriores de zona urbana. La venta en línea se convirtió en un componente crucial, permitiéndoles llegar a un público global y por ende aumentando sus ventas. Con el auge de las redes sociales, estas marcas se adaptaron rápidamente creando perfiles activos en plataformas como *Instagram* y *TikTok*, publicando contenido regularmente, con fotos de nuevos productos, campañas de moda y colaboraciones con *influencers*<sup>6</sup>. De esta manera se aseguran la relevancia entre los consumidores más jóvenes.

Pero esta forma de actuar acarrea una serie de problemas; por un lado, estas tácticas de marketing, como las promociones constantes, el lanzamiento rápido de nuevas colecciones y la presión en las redes sociales, crean un ciclo continuo de deseo y compra. Esto alimenta una cultura de consumo excesivo y constante, creando una sensación de urgencia y escasez artificial, donde la gente comprende la compra excesiva como una necesidad. Las prendas están diseñadas para tener una vida útil limitada, obligando a los consumidores a reemplazarlas constantemente. Esta obsolescencia programada<sup>7</sup> es una estrategia deliberada para mantener el ciclo de producción y consumo, promoviendo una mentalidad de desecho.

---

<sup>5</sup> Target: público objetivo al que se dirige un producto o servicio.

<sup>6</sup> *Influencer*: anglicismo usado en referencia a una persona que tiene la capacidad de influir sobre otras, principalmente mediante las redes sociales.

<sup>7</sup> Obsolescencia programada: planificación del fin de vida útil de un producto para incentivar su reemplazo.

Según la Agencia Europea de Medio Ambiente<sup>8</sup>, en Europa se consume una media de 26 kg de textiles por persona al año, desprendiéndose de unos 11 kg de textiles cada año. El 87 % de ropa usada es incinerada o depositada en vertederos.

La producción masiva de estas prendas implica un uso intensivo de recursos naturales y una elevada huella de carbono. Según la ONU<sup>9</sup>, la industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global, la producción de ropa y calzado produce el 8% de los gases efecto invernadero y cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura. Según la página oficial del Parlamento Europeo<sup>10</sup>, la industria de la moda es responsable del 10% de las emisiones mundiales de carbono. Además, este exceso resulta en un aumento significativo de residuos textiles.

Otro factor muy importante que caracteriza a estas empresas es la deslocalización industrial. Este fenómeno consiste en trasladar la actividad de un país a otro con el fin de abaratar los costes, acarreando una serie de problemas ambientales y sociales. Por un lado, se haya la gran distancia entre diferentes puntos de la cadena de suministros, y su transporte incesante entre un país y otro, generando una enorme huella de carbono.

Por otro lado, se haya el factor social y laboral. Al abaratar los costes, se reduce la calidad de los materiales y de la mano de obra, deslocalizando la producción a países con condiciones de laborales precarias, como pueden ser: India, Camboya, Bangladesh, China... En la industria de la moda trabaja 1 de cada 6 personas, sin embargo, menos del 2% gana un salario digno<sup>11</sup>.

Una parte de estos trabajadores son niños, Eshan Ullah Khan, activista y luchador contra la esclavitud infantil pakistani, afirma que "fabricar una camiseta puede implicar el trabajo de diez niños esclavos"<sup>12</sup>.

Hay testimonios de niños que trabajaron para esta industria en condición de esclavitud, como Nasreen Sheikk. Huyó de su aldea en la frontera de India y Nepal a los nueve años, y a los diez empezó a trabajar como una niña obrera en una fábrica clandestina en Katmandú (Nepal). Allí vivía, comía y trabajaba en condiciones que describía como una "celda de prisión"<sup>13</sup>, con jornadas de 12 a 15 horas sin derechos laborales. Su historia la ha llevado a fundar *Empowerment Colective*, una organización que pretende poner fin a la esclavitud moderna, abordando tanto la explotación laboral, como los daños ambientales.

---

<sup>8</sup> *Textiles in Europe's circular economy*. (s. f.). European Environment Agency.

<sup>9</sup> *El costo ambiental de estar a la moda*. (2021, 11 octubre). Noticias ONU

<sup>10</sup> *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente | Temas | Parlamento Europeo*. (s. f.). Temas | Parlamento Europeo.

<sup>11</sup> Thomas, D. (2019). *Fashionopolis: Why What We Wear Matters*. Penguin. p.16

<sup>12</sup> Gracia, A. (2019, 12 junio). *Eshan Ullah Khan: "Fabricar una camiseta puede implicar el trabajo de diez niños esclavos"* RTVE.es.

<sup>13</sup> Grigelmo, C. B. (2023, 2 enero). *La otra cara de la industria textil: "Me sangraban los dedos, pero me obligaban a seguir trabajando"*. El País.

El 24 de abril de 2013 tuvo lugar el accidente en Rana Plaza, a las afueras de Dacca (Bangladesh). Ese día se derrumbó un edificio comercial de ocho pisos donde se hallaban cinco fábricas del sector textil (y que tenía una treintena de marcas de ropa internacionales), dejando 1134 fallecidos y más de 2500 heridos. La tragedia puso de manifiesto las deplorables condiciones laborales en la industria de la moda, incluyendo negligencia en la seguridad estructural y la explotación laboral. Aunque el incidente llevó a mejoras en la seguridad y derechos de los trabajadores, aún queda mucho por hacer para garantizar condiciones de trabajo justas y seguras, así como la transparencia en la cadena de suministro global.

A raíz del incidente surgió la campaña *Who made my clothes?* (¿Quién hizo mi ropa?), lanzada por la organización sin fines de lucro *Fashion Revolution*, con el objetivo de crear conciencia sobre las condiciones laborales de los trabajadores en la industria de la moda y exigir mayor transparencia a las marcas y empresas textiles. La idea central es que los consumidores se cuestionen quién está detrás de la fabricación de su ropa.

Ante este panorama, surge el modelo de negocio y producción moda lenta (*slow fashion*). Éste, supone un enfoque en la calidad, la durabilidad y la sostenibilidad. Se opone al modelo de moda rápida al abogar por procesos de producción más lentos, éticos y respetuosos con el medio ambiente. Prioriza la producción local, los materiales orgánicos o reciclados y la mano de obra justa. La moda lenta fomenta un consumo de moda consciente y responsable, promoviendo una relación más significativa con la ropa y reduciendo el impacto negativo en el medio ambiente y en las comunidades.

Otras alternativas incluyen la adquisición de ropa de segunda mano o *vintage*, la participación en intercambios y alquiler de prendas, y la compra consciente, optando por menos piezas de mayor calidad. Además, se puede recurrir al DIY (Hazlo tú mismo), que abarca la reparación, el rediseño o la confección de prendas propias; y el *upcycling* (reciclaje), que consiste en transformar productos o materiales usados en nuevas piezas de ropa o accesorios, con el fin de evitar el consumo de nuevos recursos.

En este contexto, presento una colección de moda, que se distingue por su enfoque en el reciclaje y en la atención puesta al valor artesanal; tanto en el proceso de producción como en los elementos empleados y reciclados.

Este proyecto a nivel teórico se inspira en la teoría del aura en el arte de Walter Benjamin, y en la figura popular del trapero descubierta por la autora a través de Charles Baudelaire, al tiempo que recupera una tradición textil inspirada en las abuelas de la misma.

## 4.2. EL AURA Y WALTER BENJAMIN

Walter Benjamin, un destacado filósofo y crítico cultural alemán del siglo XX, introdujo la teoría del aura en su ensayo *La obra de arte en su reproductibilidad técnica* (1936). Esta teoría se centra en la transformación de la experiencia estética y la percepción del arte en el contexto de la reproducción en masa, un fenómeno emergente en su tiempo.

Según el autor, el aura es la cualidad de autenticidad y singularidad que una obra de arte posee por su contexto histórico, su lugar original y su irrepetibilidad<sup>14</sup>. Esta aura se manifiesta en la “presencia aquí y ahora” de la obra y se asocia con su historia cultural y social, generando una experiencia de distanciamiento y reverencia en el espectador.

Argumenta que la reproducción técnica erosiona el aura al separar las obras de arte de su contexto único. Al poder ser replicadas y distribuidas (con la aparición del cine y la fotografía), las obras pierden esa conexión específica con el tiempo y el lugar que define su aura. La obra ya no es un objeto de contemplación distante, sino algo accesible y común, lo que cambia la manera en que se experimenta y valora.<sup>15</sup>

En el contexto de la moda rápida, la teoría del aura se aplica a la diferencia entre productos fabricados en masa y aquellos que son únicos y hechos a mano. Las prendas artesanales y las piezas de moda recicladas de materiales con historia intrínseca, se contraponen a la producción masiva de ropa. La cual, similar a la reproducción técnica del arte, tiende a crear productos accesibles y comunes eliminando por ende esta singularidad y autenticidad.

---

<sup>14</sup> Benjamin, W. Traducido por: Echeverría, B. (s. f.-b). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. [URtext]. ITACA, pp. 42-48

<sup>15</sup> Benjamin, W. Traducido por: Echeverría, B. (s. f.-b). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. [URtext]. ITACA, p.39.

### 4.3. LA FIGURA DEL TRAPERO

Charles Baudelaire fue un poeta y crítico de arte francés del siglo XIX, conocido por obras como *Las flores del mal* (*Les Fleurs du Mal*), publicada en 1857. Este libro es una colección de poemas que explora temas como la belleza, la decadencia, el amor y la melancolía, entre otros.

En este libro encontré la figura del traperero, en un poema, *El vino de los traperos*. El traperero es quien recolectaba y reutilizaba materiales desechados por la sociedad para darles un nuevo propósito.

Baudelaire los retrata como personas marginadas que encuentran consuelo y escape en el vino. Aunque la figura del traperero en este poema es importante como representación de la marginalidad y la búsqueda de redención en la vida cotidiana, no es el foco central del poema. En este poema el autor utiliza al traperero como un símbolo de la condición humana en general, explorando la dualidad entre la dura realidad de la vida y la efímera felicidad que se encuentra en medio de la desesperación.

*Se ve un traperero que llega, meneando la cabeza,  
Tropezando, y arrimándose a los muros como un poeta,  
Y, sin cuidarse de los polizontes, sus sombras negras  
Expande todo su corazón en gloriosos proyectos.*

*Formula juramentos, dicta leyes sublimes,  
Aterra los malvados, redime las víctimas,  
Y bajo el firmamento cual un dosel suspendido,  
Se embriaga con los esplendores de su propia virtud.*<sup>16</sup>

Aunque en este libro encontré un personaje importante como inspiración, el enfoque no era el deseado, ya que en *El vino de los traperos* el autor utiliza el traperero como elemento dentro de un poema más amplio, sin radicar mucho en la figura en sí.

Como comparación se haya Mariano José de Larra (1809-2837), quien en su escrito *Modos de vivir que no dan de vivir. Oficios menudos* (publicado en Revista Mensajero. 1835). menciona a los traperos como portadores de tesoros, encontrados en los objetos desechados por la sociedad. Su enfoque destaca la importancia de reconocer el valor inherente en lo que la sociedad considera despreciable. Esto se alinea estrechamente con el mensaje de sostenibilidad y apreciación de recursos existentes que pretende transmitir el proyecto, recolectando y transformando materiales cotidianos que, de otro modo, serían desechados.

---

<sup>16</sup> Baudelaire, C. (s. f.). *Las flores del mal: Clásicos de la literatura*. DigiCat. p. 154.

*Desgraciadamente, aunque el mundo da valor a los trapos, no es a los de la traperera. Sin embargo, ¡qué de veces lleva tesoros su cesto! ¡pero tesoros impagables!* <sup>17</sup>

Además, Larra resalta la idea de que los tesoros encontrados son “impagables”, lo que sugiere un valor más allá de lo material, posiblemente cultural, histórico o emocional. Esta apreciación de la riqueza no solo económica, sino también simbólica, resuena con la narrativa que se desea comunicar. En el proyecto se pretende resaltar la importancia de la dedicación y el cuidado artesanal en una era dominada por la producción en masa. De la misma manera, así como la traperera encuentra valor en lo que se ha olvidado o desechado, este trabajo rescata materiales que evocan recuerdos y emociones, al pertenecer a un imaginario ligado a nuestras abuelas y madres.

Esta práctica de recolección y reciclaje inspirada en la figura popular del traperero, adaptada al diseño contemporáneo, no solo minimiza el impacto ecológico y social, sino que también convierte la recolección y el reciclaje en un acto creativo. Cada prenda refleja una cuidadosa selección y reinterpretación de materiales. Además, la combinación de la artesanía con el reciclaje permite que cada pieza sea única imbuida del aura que Benjamin sostenía, otorgándoles a partir de sus signos de uso y manufacturación; un momento, lugar y estado de creatividad irrepetibles.

De este modo, la colección no solo presenta una alternativa a la moda rápida, sino que también busca poner en valor una conexión con la memoria, la singularidad y la tradición. Este proyecto busca devolverle a la moda ese valor artesanal y singular, creando piezas que no solo destacan por su estética sino también por su historia y procedencias únicas. Cada prenda es una obra que encapsula la singularidad del material original, transformando objetos cotidianos y desechados, en prendas de ropa. Esta transformación no solo les otorga una nueva vida a los materiales destinados al olvido, sino que también revaloriza su historia y características intrínsecas, ofreciendo una conexión más profunda con la prenda.

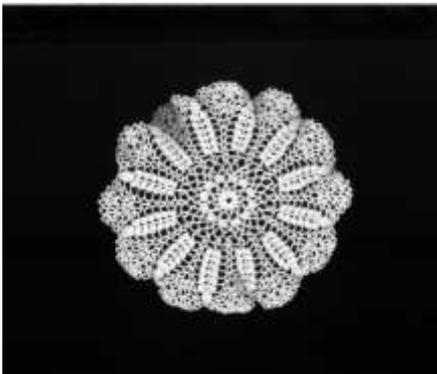
---

<sup>17</sup>Larra, Mariano José de. 1992. *“Modos de vivir que no dan de vivir. Oficios menudos”*. Artículos. Madrid, España: Editorial Cátedra, p.356.

## 5. REFERENTES

La creación de una colección de moda va más allá de la selección de telas y la confección de prendas; implica la construcción de un universo estético y conceptual que quiere comunicarse. En este contexto, los referentes juegan un papel crucial al proporcionar la estructura y la inspiración. Analizaremos cómo estos elementos se entrelazan para crear una narrativa coherente y significativa que trasciende la mera estética y alcanza dimensiones más profundas de expresión artística y cultural.

### 5.1. TEMÁTICOS



La colección se inspira y se construye a partir de la rica tradición de la artesanía textil, convirtiéndose en la base material de cada diseño. Se fundamenta en la reconceptualización de elementos domésticos y artesanales como cortinas, manteles y colchas, transformándose en expresiones artísticas que trascienden de su función original.

Esta reinterpretación no solo pretende destacar la belleza y la destreza de la artesanía textil, sino que también pretende cuestionar las nociones de lo cotidiano y lo sublime en el contexto de la moda y el arte. Además, la elección de los materiales establece un hilo conductor cohesivo a lo largo de toda la colección, otorgando una uniformidad visual y conceptual a cada pieza, y logrando una experiencia estética armoniosa.

Los elementos como manteles, cortinas y colchas evocan una sensación de hogar y familiaridad, convirtiéndose en metáforas visuales de la memoria. Cada puntada y cada detalle cuentan una historia, recordando momentos compartidos y la calidez de los lazos familiares.

Al integrar estos referentes temáticos en la colección, se busca honrar la tradición y la artesanía textil, al tiempo que se exploran temas más profundos ligados a la identidad, la pertenencia y la transmisión intergeneracional de conocimientos. Este enfoque no solo añade profundidad a la colección, sino que también resalta la importancia de preservar y celebrar nuestras raíces culturales a través del arte y de la moda.

### 5.2. CONCEPTUALES

Los referentes conceptuales son aquellas ideas y conceptos que dotan a la colección de profundidad y coherencia narrativa.

Una de las influencias que se hayan este trabajo es la del renombrado director manchego Pedro Almodóvar. En concreto, la profunda exploración de la identidad, la memoria y la estética visual que se haya en sus películas. Este director de cine es conocido por su atención al detalle en la creación de mundos visuales a menudo inspirados en la cultura popular española y en elementos cotidianos transformados en símbolos. Además, la obra de

Fig. 3 y 4: GARCÍA CONESA, M.  
DOLORES. Cuello y tapete de ganchillo.



Almodóvar suele presentar personajes femeninos fuertes y complejos, lo cual conecta con la decisión de mirar hacia mis abuelas y sus labores artesanales para literalmente tejer una narrativa visual que celebra la belleza, la habilidad y la creatividad transmitidas a través del tiempo. Fusionando lo antiguo con lo nuevo, con la intención de revisar y recordar.

De la mano de Almodóvar, se encuentra el diseñador de moda cordobés Palomo Spain, conocido por su enfoque en la artesanía y en la tradición española. El diseñador ha desafiado las convenciones de género en la moda masculina, fusionando elementos tradicionales de la sastrería española con una estética provocativa y extravagante.

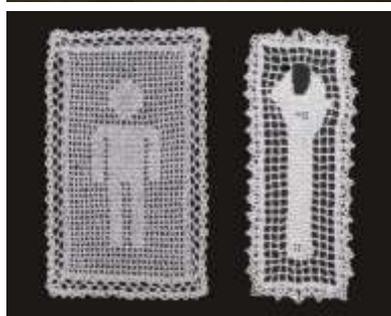
*“Yo hago lo que hago porque son recuerdos y sensaciones que tengo desde pequeñito. Todo lo que me ha hecho abrir los ojos, todo lo que me ha hecho inspirarme desde pequeño”<sup>18</sup>.*

La cita de Palomo Spain resalta la profunda conexión entre la obra de un artista y sus experiencias personales y recuerdos de la infancia. Esta afirmación resuena en mi trabajo, ya que también me inspiro en recuerdos y sensaciones que tengo desde pequeña al haberme criado con mis abuelas en un pequeño pueblo murciano.

Ambos artistas traen al presente sus raíces, su clara inspiración en la sociedad española. Revisando y renovando la herencia cultural y la memoria personal, creando algo auténtico y contemporáneo.

Ashley Blalock es una artista contemporánea originaria de San Diego, California. Su obra trata de reinterpretar técnicas tradicionales como el ganchillo y formas como el tapete en el contexto del arte contemporáneo. A partir de la lentitud meditativa y el aspecto artesanal, la artista pretende posicionarse y combatir el estrés de la vida moderna. Así como ser testimonio de la forma del tapete la cual se va a alejando cada vez más rápido del imaginario colectivo.

Otro artista contemporáneo que hace uso de esta técnica y forma es Nathan Vincent, artista nacido en Michigan y asentado en Los Ángeles. Con esculturas y tapetes realizados a partir de ganchillo pretende cuestionar la concepción de masculinidad, contrastando elementos asociados socialmente al hombre con tareas como el ganchillo, asociadas a la mujer.



- Fig. 5: Fotograma de la película Dolor y Gloria de Pedro Almodóvar. 2019.

- Fig. 6: Modelo de la colección *Aires de folklore y libertad*, de Palomo Spain. 2017.

- Fig. 7: BLALOCK, ASHLEY. *Now I lay Me Down...* 2010. Hilo de algodón.

- Fig. 8: VINCENT, NATHAN. *Doilies*. 2010. Hilo de algodón

<sup>18</sup> Alonso, R. (2024, 21 marzo). *Palomo Spain se sincera con Lecturas sobre sus sueños, cómo es su día a día y sus proyectos más inminentes*. Lecturas.



### 5.3. FORMALES

Los referentes formales son fundamentales a la hora de establecer una dirección creativa, así como al contextualizar un trabajo dentro del panorama de la moda, identificando tendencias emergentes y estableciendo conexiones con la historia del arte y la cultura. Pero sobre todo son importantes porque abren un abanico de posibilidades y soluciones creativas.

En este análisis nos centraremos en dos de los recursos más visibles de la colección: el punto, y el encaje y la transparencia, a través de grandes firmas como Dior, Givenchy y Dolce & Gabanna, entre otras.



#### 5.3.1. El punto

John Galliano<sup>19</sup> a finales de 1996 el elegido como director creativo de la casa Dior, es en 1997 cuando presentan la colección primavera – verano en el Grand Hotel de París, caracterizada por la opulencia y la teatralidad. Cabe destacar dos conjuntos presentados donde el ganchillo fue el protagonista, reinventando una técnica tradicional de forma vanguardista. Galliano fusionó la artesanía del ganchillo con la sofisticación de la alta costura de Dior.

En el desfile de Dolce & Gabanna<sup>20</sup> para otoño 2020 en la *Milán Fashion Week*, la marca destacó la artesanía y la tradición italiana al presentar prendas elaboradas artesanalmente. Durante el desfile se proyectaron imágenes que mostraban el proceso de fabricación de las prendas, resaltando la belleza y la calidad y subrayando el compromiso de la marca con las técnicas tradicionales de fabricación y el patrimonio italiano. El uso del punto en esta colección permitió crear prendas elegantes y cómodas, perfectas para el estilo de vida contemporáneo, pero inspiradas en la tradición.

En 2008, el diseñador francés Jean Paul Gaultier<sup>21</sup> presentó su colección de primavera - verano de alta costura en la *París Fashion Week*<sup>22</sup>, inspiradas en mito de las sirenas y el mundo mariner. La colección se distinguió por el uso de varias capas y caídas sinuosas que realzaban la silueta femenina, creando una sensación de movimiento y fluidez. Para las texturas se sirvió de las caídas de la tela, lentejuelas, bordados y tejidos como el ganchillo.



- Fig. 9 y 10: Modelos en desfile Dior; Primavera-Verano 1997 Alta Costura.

- Fig. 11 y 12: Modelos en desfile de Dolce & Gabanna; Otoño 2020 RTW.

- Fig. 13 y 14: Modelos en desfile de Jean Paul Gaultier; Primavera-Verano 2008 Alta Costura.

<sup>19</sup> GALLIANO, JOHN. (1960-actualidad) Diseñador de moda hispano-británico conocido por su labor en Givenchy, Dior; actualmente es el director creativo de Maison Margiela.

<sup>20</sup> Dolce & Gabanna es una marca de moda fundada en 1985 en Milán por Stefano Gabnna y Domenico Dolce.

<sup>21</sup> GAULTIER, JEAN PAUL. (1952-actualidad) Diseñador de moda francés y una de las figuras más relevantes en el mundo de la moda. Comenzó trabajando para Pierre Cardin, y en 1976 lanzó su propia marca. También fue director creativo de Hermès.

<sup>22</sup> *París Fashion Week*: la Semana de la Moda de París es un evento que sucede durante una semana dos veces al año (primavera/verano) (otoño/invierno). Diseñadores y creativos muestran su obra en el formato de la pasarela.

### 5.3.2. Encaje y transparencia

Vivienne Westwood<sup>23</sup> es conocida por su enfoque rebelde y vanguardista en la moda. Andreas Kronthaler<sup>24</sup>, diseñador austriaco y marido de ésta, ha trabajado estrechamente con Westwood durante muchos años, hoy en día cuenta con su propia línea *Andreas Kronthaler por Vivienne Westwood*. Durante la *Paris Fashion Week* tuvo lugar el desfile en homenaje a Vivienne Westwood, fallecida el 29 de diciembre de 2022, de la mano de Andreas Kronthaler se presentó la colección *43 Old Twon* primavera – verano 2024 RTW. La propuesta contaba con el armario personal de la difunta diseñadora y prendas que hicieron ambos conjuntamente durante su matrimonio. Presentó una variedad de tejidos contrastados que entablaban diálogos entre sí, cabe destacar uno de los conjuntos, el look 30. Este conjunto consta de un vestido de ganchillo transparente donde puede observarse la ropa interior y una gasa sobre el pelo.



En 1996 Givenchy<sup>25</sup>, bajo la dirección creativa de John Galliano presentó en París su colección otoño – invierno de alta costura. Esta fue la última colección de John Galliano para Givenchy antes de pasar a ser director creativo de Dior.

La inspiración en la aristocracia francesa se reflejó en la colección a través de detalles y elementos característicos de la época, los cuales evocaban la opulencia y el refinamiento de la corte francesa, añadiendo un toque de grandeza histórica a las prendas. Cabe destacar las transparencias, la silueta imperio y el uso de ropa interior en el exterior.

## 5.4. EMPRESARIALES

En este apartado de referentes empresariales, se examinarán marcas de moda sostenibles y artesanales que ofrecen un modelo a seguir para una industria más consciente. Éstas, presentan un modelo de negocio crítico que enfrenta las prácticas convencionales de producción y consumo desmesurado.

En cuanto a la proyección empresarial se haya un referente clave, Paul Harnden, diseñador canadiense afincado en Brighton. Su marca comenzó en

- Fig. 15 y 16: Modelos en desfile de Vivienne Westwood; Primavera-Verano 2024 RTW.

- Fig. 17 y 18: Modelos en desfile de Givenchy; Otoño-Invierno 1996 Alta Costura.

<sup>23</sup> WESTWOOD, VIVIENNE. (1941-2022) Diseñadora de moda británica, conocida sobre todo por su papel en el surgimiento de la moda *punk* y *new wave*.

<sup>24</sup> KRONTHALER, ANDREAS. (1966-actualidad) Diseñador de moda austriaco conocido por ser el director creativo de la marca Vivienne Westwood.

<sup>25</sup> Givenchy es una marca de moda fundada en 1952 por el diseñador francés Hubert de Givenchy. De esta marca fueron directores creativos grandes figuras de la moda como John Galliano y Alexander McQueen; actualmente es Matthew M. Williams.



1987 junto a Elena Dawson<sup>26</sup>; dedicándose a crear zapatos de aspecto muy antiguo. Hacia la década de los 2000 comenzaron a producir ropa y años después, en 2006, se separaron y Elena acabó fundando una marca independiente.

De Paul Harnden se haya muy poca información; es una persona muy reservada y conocido por su enfoque distintivo en la moda, que desafía las convenciones de la industria al priorizar la artesanía y la exclusividad sobre el marketing y la producción en masa. A lo largo de su carrera ha mantenido una filosofía empresarial discreta y selectiva, centrándose en la calidad y la autenticidad de sus creaciones en lugar de en la promoción comercial. Esta visión ha convertido a Harnden en un referente clave para aquellos que valoran la singularidad y la minuciosidad en la moda contemporánea. Su perspectiva en cuanto a la producción artesanal y su rechazo hacia las ventas online y las rebajas, desafían las normas de la industria, ofreciendo una alternativa radicalmente diferente en un mundo dominado por la rapidez y el consumo desmedido.

Otra forma de negocio parecida es Chopova Lowena, una marca londinense fundada por las búlgaras Emma Chopova y Laura Lowena-Irons en 2017. Esta marca ha destacado por combinar referencias al folclore y a la tradición búlgara con una estética actual y urbana. Chopova Lowena se dio a conocer por sus faldas y vestidos confeccionados a partir de textiles antiguos y elementos como cinturones y hebillas de estilo militar.

Esta marca es conocida también por su compromiso con la sostenibilidad al utilizar materiales reciclados. Además, trabaja con una red de artesanos locales de Bulgaria, donde se fabrican muchas de sus piezas empleando técnicas tradicionales de tejido y confección.

Vivienne Westwood es una diseñadora de moda británica considerada una de las figuras más importantes del mundo de la moda. Comenzó su carrera en la década de 1970, junto con su entonces esposo, Malcom McLaren, mánager de la banda de punk Sex Pistols. Juntos, ayudaron a definir la estética *punk*<sup>27</sup> y *new wave*<sup>28</sup> que influyó significativamente en la moda de la época.

A lo largo de su carrera ha desafiado constantemente las convenciones de la moda, fusionando elementos de la cultura popular, la historia y el arte en sus diseños. Westwood ha sido pionera en el uso de tejidos y siluetas inusuales, así como en la incorporación de mensajes políticos y sociales en

<sup>26</sup> DAWSON, ELENA. Diseñadora de moda británica, en el año 2000 lanzó *Paul Harnden Clothiers* junto a Paul Handen, y en el año 2006 lo dejó para comenzar con su propia marca.

<sup>27</sup> El punk es un movimiento cultural y social que surgió a mediados de 1970, principalmente en Reino Unido y Estados Unidos. Se caracteriza por su actitud de rebeldía y crítica social.

<sup>28</sup> New wave es una corriente artística de finales de 1970 y mediados de 1980, presente sobre todo en la música y en la moda, que pretende romper con la academia. Bebe del punk, del rock y del pop.

- Fig. 19: Paul Harnden en su taller.

- Fig. 20: Laura Lowena-Irons y Emma Chopova vestidas con sus diseños.

- Fig. 21: Vivienne Westwood con una camiseta donde se lee "buy less". Extracto de su conocida frase "buy less, choose well, make it last" (compra menos, elige bien, hazlo durar).

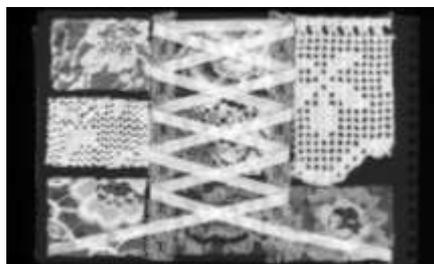
sus colecciones. La diseñadora ha promovido activamente la moda sostenible a través de diversas iniciativas, incluida la producción de colecciones con materiales reciclados, así como el apoyo a organizaciones benéficas y proyectos ambientales<sup>29</sup>. También ha abogado por un enfoque más consciente del consumo, animando a las personas a comprar menos y a elegir prendas con más durabilidad.

Vivienne Westwood ha sido una defensora del activismo social y ambiental, utilizando su plataforma para hablar sobre temas como el cambio climático, la justicia social y los derechos humanos. Esta perspectiva se extiende a su vida personal y a su activismo público; no solo se limitaba a su trabajo en la moda, lo que le convierte en una figura influyente en la lucha por un futuro más sostenible y equitativo.

---

<sup>29</sup> En 2011, Vivienne Westwood invirtió y lanzó una campaña de recaudación de fondos “No Fun Being Extinct” para apoyar a Cool Earth y criticar la falta de gasto de los fondos del Banco Mundial destinados a detener la deforestación.





piezas. Además, también se adquieren de tiendas de la caridad, como Cáritas<sup>33</sup>, Piel de Mariposa<sup>34</sup> y Koopera<sup>35</sup>.

El encaje y el punto pertenecen a otras prendas de ropa, como camisetas, vestidos o faldas. Muchas de las medias que he comprado para el estilismo no se fabrican y han sido encontradas o bien en mercados, o en pequeñas tiendas locales.

El hecho de que muchas de las telas hayan sido elaboradas a mano les otorga un lugar en el espacio-tiempo irrepetible, y esto conecta con las ideas de Walter Benjamin. Así como con la figura del trapero, que va vagando por las calles buscando tesoros desechados por la sociedad.

La carta de color está formada por tonos blancos, beige y crema. Esta elección ha sido influida por el tapete, puesto que suele presentar estos colores. Se ha decidido mantenerla y alimentarla puesto que refuerza la idea de *aura*, dada la simbología que presentan estos colores, así como otros términos que refuerzan la idea de mi trabajo.

El blanco simboliza la idea de comienzo y resurrección, Jesús al tercer día de resucitar se mostraba con sábanas blancas. También tiene connotaciones ligadas a la muerte, o a la pérdida material de un ser. Estas telas pertenecen a una generación que nos dejará. Son técnicas que no son tan populares como solían, mantenerlas y practicarlas es una forma de aportación. Además, representa limpieza y pulcritud, lo cual conlleva un alejamiento. En la colección este alejamiento es un símbolo de respeto y además una reivindicación. No se puede comprar ninguna prenda de la colección, simplemente se puede observar, desafiando el paradigma de consumismo tan establecido en nuestra sociedad actual. También simboliza la inocencia, lo cual remite a ingenuidad. Lo ingenuo e intuitivo frente a la técnica exacta, lo artesanal frente a lo industrial<sup>36</sup>.

<sup>33</sup> Cáritas: tienda benéfica de ropa de segunda mano de la confederación oficial de entidades de acción caritativa y social de la Iglesia católica.

<sup>34</sup> Piel de mariposa: tienda solidaria de ropa de segunda mano destinada a la ayuda de familias con Piel de Mariposa, trastorno hereditario caracterizado por la fragilidad extrema de la piel y las membranas mucosas.

<sup>35</sup> Koopera: tienda de ropa de segunda mano y proyecto social de empleo de inserción.

<sup>36</sup> Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. (1.a ed.). (Gustavo Gili, SL., pp. 153-176.

### 6.1.3. Bocetos y diseño

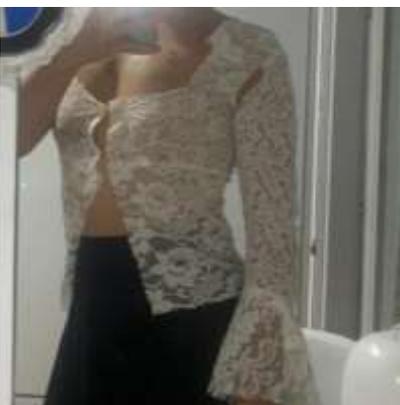
Los bocetos representan el punto de partida creativo, donde las ideas toman forma y se transforman en conceptos visuales.

Desde los primeros bocetos hasta los diseños detallados, esta fase es un proceso de exploración y refinamiento. Se seleccionan los diseños más prometedores, se estudian los aspectos técnicos y se recibe retroalimentación para garantizar que cada prenda sea visualmente atractiva y funcional. Al final de esta etapa, los bocetos y diseños representan el camino trazado hacia la realización de la colección, capturando la esencia creativa que guiará cada paso del proceso de producción.

Los bocetos no solo son representaciones visuales de las prendas, sino también posibles estilismos. Algunas prendas nacen como ideas individuales, mientras que otras se desarrollan en conjunto, los bocetos se convierten en herramientas versátiles que ayudan a visualizar cómo se relacionan entre sí en el contexto de la colección.



- Fig. 28: GARCÍA CONESA, M. DOLORES.  
Escáner de los bocetos finales.



#### 6.1.4. Experimentación textil. Patronaje y moulage

En esta parte del proyecto se ofrece una visión experimental en cuanto a la forma de abordar la costura. Este enfoque, permite explorar nuevas formas, texturas y siluetas, mientras se honra la tradición y se fomenta la innovación. La falta de conocimientos previos puede ser un beneficio en términos de creatividad, ya que no está limitada por reglas convencionales. Esto permite una exploración más libre en el diseño, fomentando la búsqueda de soluciones originales. Al no tener una formación previa en costura, uno puede estar más dispuesto a probar técnicas y enfoques, lo que puede conducir a resultados únicos.

La técnica principal consiste en el *moulage*, una técnica de confección que consiste en trabajar la tela y las formas directamente sobre el maniquí, colocando alfileres o imperdibles. Desde una edad temprana, esta técnica ha sido una parte natural de mi proceso constructivo y creativo en la costura, permitiendo una construcción libre y experimental de las formas y texturas de la tela. A través de la manipulación directa del tejido sobre el maniquí, en este caso, mi cuerpo, se moldea y da forma a las prendas de manera orgánica y fluida, respondiendo a la intuición y a la inspiración del momento. El patronaje que se haya en este trabajo parte de la reinterpretación de prendas existentes y adaptándolas a las necesidades y visiones del proyecto.

Sin nociones previas de costura, este proceso se basa en la observación y experimentación directa con las prendas, explorando sus estructuras y formas para comprender cómo se construyen. A partir de ahí, se realizan ajustes y modificaciones según el diseño, permitiendo una adaptación espontánea y creativa de los patrones originales.

## 6.2. LA COLECCIÓN

A continuación, exploraremos los conjuntos y estilismos de la colección. Cada pieza ha sido creada a partir de elementos desechados y previamente descartados, aportando una dimensión ecológica y consciente, así como una narrativa de transformación y renovación.

La colección, inspirada en la textura y el simbolismo del tapete de ganchillo, fusiona tradición y modernidad. A medida que analizamos cada estilismo, veremos cómo los materiales reciclados no solo reducen el impacto ambiental y social, sino que también aportan una historia única a cada diseño. Esta aproximación no solo redefine la moda, sino que también subraya el compromiso con prácticas responsables y la innovación en el uso de recursos.

- Fig. 29: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del top del conjunto 5.

- Fig. 30: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del vestido del conjunto 6.

- Fig. 31: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del top del conjunto 8.

### 6.2.1. Conjunto 1

El conjunto número 1 ha sido confeccionado a partir de unas cortinas adquiridas en el mercado ambulante de Benimaclet (Valencia).

A partir de éstas se hizo una chaqueta torera de escote redondo de manga larga, anudada por la parte delantera; una minifalda de tablas y un ligero. Las medias fueron encontradas en la tienda de Cáritas de ropa donada en San Javier (Murcia). Los apliques de puntilla que se hayan tanto en el collar, como en la chaqueta, se compraron en diversas mercerías locales tanto de Valencia, como de San Javier (Murcia).



### 6.2.2. Conjunto 2

El conjunto número 2 se compone de dos tapetes de ganchillo.

El top de tirantes fue elaborado a partir de un tapete cedido por mis tíos, éste había sido elaborado por su madre, mi tía Nena (Carmen). La falda se hizo a partir de un tapete artesanal encontrado en el mercado ambulante de Benimaclet (Valencia).

### 6.2.3. Conjunto 3

El conjunto número 3 está formado por dos tapetes y restos de una colcha.

Para el top de palabra de honor se utilizaron dos trozos de una colcha artesanal comprada en el mercado de San Javier, los cuales se unen con lazo blanco por los laterales, ciñéndose al torso. La falda está conformada por dos tapetes hechos a mano unidos también con lazo blanco; el delantero encontrado en el mercado de Benimaclet, y el trasero elaborado por mi tía Nena. Los guantes fueron comprados nuevos en la tienda de telas Tejidos Marina (Valencia) y las medias se adquirieron a partir de la plataforma de compra y venta, Vinted. El conjunto cuenta con unos collares tipo perlas que tenía por casa.



### 6.2.4. Conjunto 4

En el conjunto número 4 se haya un top palabra de honor y una chaqueta torera de manga larga realizados con la tela de encaje elástica de Tejidos Marina. Al top se le añadió puntilla y lazo, y a la chaqueta un plisado en el escote. Los *shorts* se extrajeron de unas medias compradas a través de Vinted, y las medias fueron encontradas en el mercado ambulante de Benimaclet. La cinta del cuello es una puntilla de una mercería local.

- Fig. 32 y 33: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 1 y 2.

- Fig. 34 y 35: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 3 y 4.



#### 6.2.5. Conjunto 5

El conjunto número 5 consta de una camiseta de escote cuadrado de manga larga y anudada por la parte delantera y una minifalda.

La camiseta se compró en el mercado de Benicalap (Valencia), y fue entallada y customizada por la parte del escote. La falda eran partes de los volantes de una colcha, del mercado de San Javier. Las medias son las mismas que en el conjunto 1, y los collares iguales que en el conjunto 3.

#### 6.2.6. Conjunto 6

El conjunto 6 lo forma un tapete artesanal. Éste fue comprado en la tienda de caridad Cáritas, de San Javier, y transformado en un vestido hasta las rodillas, de palabra de honor y anudado por el lateral. El pañuelo semitransparente se adquirió en el mercado ambulante del Cabañal (Valencia).



#### 6.2.7. Conjunto 7

El conjunto 7 trata de un top escotado y una minifalda. Ambas prendas fueron confeccionadas con la tela de una falda larga comprada en el mercado de Benicalap (Valencia). El top presenta una apertura en la parte del pecho y va anudado por la parte de delante. A los laterales de la falda se haya una cinta y cosidos, una serie de lazos. Los guantes, (iguales que en el conjunto 5) se compraron en un bazar por la zona de *Trinitat* (Valencia).

#### 6.2.8. Conjunto 8

El conjunto 8 está formado por una blusa abierta de escote cuadrado y una falda pomposa hasta los tobillos.

La blusa está realizada a partir de diversos retales de camisetas encontradas en numerosos mercados ambulantes. La falda ha sido confeccionada en base a dos cortinas del mercado de Benimaclet. En el cuello se haya una puntilla elástica y uno de los collares del conjunto 3.

#### 6.2.9. Conjunto 9

El conjunto 9 está formado por un jersey de hombros descubiertos y una minifalda semi transparente.

El jersey fue elaborado a partir de un tapete de ganchillo encontrado en el mercado de Benicalap. La tela de la minifalda pertenece al viso de una camiseta comprada también el mercado de Benicalap.



- Fig. 36 y 37: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 5 y 6.

- Fig. 38 y 39: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 7 y 8.

- Fig. 40: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 9.

Los guantes son los mismos que los de los conjuntos 3 y 7. Las medias beige de rejilla se compraron en la tienda de segunda mano *Rastrell* (Valencia).

#### 6.2.10. *Tacones*

En todos los conjuntos se hayan los mismos tacones. Éstos fueron comprados en la tienda benéfica *Piel de Mariposa* (Valencia). Como eran marrones, se tuvo que pintar con betún blanco, dándole varias capas (hasta 10). Una vez eran blancos, se customizaron, aplicando retales de encaje blanco y cinta plisada en tonos blanco y blanco crudo. Para poder tener más combinaciones, se le añadió una especie de calcetín, hecho con retales de encaje blanco y una cinta de color blanco crudo anudada con un lazo al final. Esto iría por fuera del tacón, creando una ilusión de bota y permitiendo cambiar a tacón cuando se desase.



- Fig. 41 y 42: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Tacones elaborados para la colección.

## 7. POSTCOLECCIÓN

### 7.1. DIFUSIÓN

El apartado de difusión es una etapa vital en el proceso de este trabajo final de grado, donde la creatividad y el diseño se encuentran con el público. Se han desarrollado tres componentes principales para la difusión de esta colección de moda: un fotolibro, una exposición y un desfile de moda.

#### 7.1.1. Fotolibro

Se ha creado un fotolibro meticulosamente diseñado que encapsula la esencia y la narrativa de la colección. Cada página está cuidadosamente elaborada, permitiendo a los espectadores sumergirse en el mundo creativo de la colección.

Para este apartado se realizó una sesión de fotos ex profeso en el plató de fotografía de la UPV. Colaboraron Ginebra Cots, como fotógrafa; Aina Monzo, como modelo, e Ybelka Torá como asistente de estilismo. La dirección creativa y la escenografía fue de mi mano.

Se contó con un *moodboard* para la sesión y unos bocetos que ayudaron a la hora de elegir el estilismo final.

En cuanto al desarrollo del fotolibro; en una primera etapa se maquetó e imprimió un fotolibro de prueba. Este ensayo inicial permitió simplificar y optimizar el proceso para el fotolibro definitivo. En la versión final se emplearon más recursos, incluyendo una introducción, escáneres de tapetes, una carta de telas, una mayor cantidad de imágenes de la sesión de fotos y un proceso de encuadernación más detallado.

El libro comienza con una breve introducción a modo de contextualización, sigue de uno de los pasos previos al desarrollo de la colección, la carta de telas. Luego se muestran los diferentes conjuntos en un plano entero, acompañado de una foto más teatral del mismo conjunto, la enumeración y la descripción de los materiales. Así sucesivamente con cada propuesta. Después de ésta aparece la recopilación de todos los conjuntos y los créditos. Por último, aparecen los tacones y cómo se hicieron; y una serie de fotografías de la sesión a modo de acompañamiento. Tanto la portada como la contraportada son tapetes escaneados. El texto está impreso en papel cebolla.



- Fig. 43: GARCÍA CONESA, M. DOLORES.  
Escáner de la portada del fotolibro final.

- Fig. 44: GARCÍA CONESA, M. DOLORES.  
Escáner del conjunto 3 del fotolibro de prueba.

- Fig. 45: GARCÍA CONESA, M. DOLORES.  
Escáner del conjunto 3 del fotolibro final.

### 7.1.2. Exposición en Teatro Círculo

La colección tuvo la oportunidad de exponerse en el espacio expositivo del Teatro Círculo<sup>37</sup> (Benimaclet, Valencia), un entorno artístico y cultural.

Con este proyecto se pretendió plantear y llevar a cabo una exposición individual que mostrase y mi obra y línea de trabajo. En este caso fue la costura, la moda y lo descartado. La exposición contó dos series de obras: *El aura del tapete*, desarrollo de una colección de moda y *Cianotipias*.

Esta exposición proporcionó una oportunidad única para que el público experimentara los diseños en persona, fomentando la interacción directa y el diálogo entorno al proyecto. Se inauguró el martes 23 de mayo y permaneció hasta el domingo 28 de mayo.

Se presentó por un lado el trabajo final de grado y por otro, una serie de cinco cianotipias que mostraba prendas de vestir pertenecientes al espacio íntimo, lencería. Éstas habían sido descartadas previamente, puesto que se encontraron en mercados ambulantes. Dichas prendas se investigaron desde la ausencia y la huella que deja la emulsión de la cianotipia en el papel, en este caso.

Ambas series contaban con similitudes, por ello se decidió exponerlas juntas, aunque dejando clara la separación entre ellas.

### 7.1.3. Desfile de moda en el Jardín Botánico

Con el fin de llevar la colección a su entorno, una pasarela, se organizó un desfile, el sábado 25 de noviembre, en el Jardín Botánico de Valencia, de la mano de la promotora cultural valenciana y emergente, LA EX. En este evento participaron distintos jóvenes artistas unidos bajo el concepto creativo de: el cambio climático, los ODS y la urgencia medioambiental.

El evento se dividió en seis intervenciones artísticas dentro de un circuito cíclico que permitía al espectador ver cada obra libremente, escogiendo el recorrido deseado.

Para este evento se contó con la colaboración de mis amigas<sup>38</sup> como modelos.



- Fig. 46: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Foto de *El aura del tapete*, expuesto en el Teatro Círculo. 2024.

- Fig. 47: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Foto de *Cianotipias*, expuesto en el Teatro Círculo. 2024

- Fig. 48: Foto final de desfile en el evento *Juventut i Planeta*. 2024. Jardín Botánico. (Las modelos y la diseñadora)

<sup>37</sup> Teatro Círculo: fundado en 1994; lugar de referencia en el panorama cultural de Valencia, ubicado en Benimaclet.

<sup>38</sup> Participaron como modelos: Cooper Kneeland, Índigo Arroyo, Andrés Cuesta, Claudia Campello, Jesús Robles, Ana Fernández, Júlía Monge, María Martínez y

## 8. CONCLUSIONES

En el marco del trabajo final de grado en Bellas Artes, se ha desarrollado una colección de moda que se centra en la reutilización de tapetes de ganchillo y otros materiales reciclados para la creación de prendas únicas. Este proyecto nace de una reflexión profunda acerca de la sostenibilidad y la producción ética en la industria de moda, abordando tanto cuestiones estéticas como conceptuales.

La figura popular del trapero, quien recolectaba y reciclaba materiales desechados por la sociedad de consumo, sirve de inspiración para el enfoque sostenible de esta colección. Al utilizar tapetes, no solo como materia prima sino también como símbolo, se pretende revivir y revalorizar estos textiles cotidianos en un contexto artístico.

Este modo de abordar el trabajo se vincula con la idea de *aura* de Walter Benjamin, que enfatiza la singularidad y el valor intrínseco en un momento y lugar en las obras de arte, frente a la reproducción de la misma. Cada pieza de la colección posee un carácter único debido a los materiales y técnicas de elaboración artesanal empleadas, destacando la relación entre el proceso artesanal y el producto final.

Además, *El aura del tapete* se posiciona como una crítica ante las prácticas de producción en la moda contemporánea. La colección propone una alternativa basada en el reciclaje, el trabajo manual, la cercanía, la sostenibilidad, y la justicia laboral, evitando los modelos de producción a gran escala, deslocalizados y contaminantes.

Este proyecto se fundamenta en un proceso de trabajo intuitivo y experimental, dado que no se posee unas nociones formales previas en costura. Esta metodología ha permitido abordar la creación de cada prenda de manera creativa, adaptándose a los materiales y formas de manera orgánica.

El trabajo se ha materializado en varias formas de presentación: la colección de ropa en sí, un desfile, una exposición y un fotolibro que documenta y amplía la narrativa visual de la colección. Cada uno de estos formatos contribuye a una comprensión más rica y multifacética de *El aura del tapete*.

A pesar de que en Bellas Artes no se impartan clases específicas de costura, la elección de crear una colección de moda se justifica plenamente por la interdisciplinariedad inherente a la formación adquirida. La moda, como forma de arte permite integrar conceptos y técnicas de dibujo, escultura, escenografía, fotografía e historia, entre otros. Esta colección no solo refleja las habilidades y conocimientos en el campo de las artes visuales, sino que también amplía los límites tradicionales de la práctica artística. Demostrando cómo la moda puede servir como medio expresivo y conceptual en el contexto de Bellas Artes.

*El aura del tapete* no se limita a un carácter funcional de la ropa (de hecho; ni la ropa busca serlo, ni lo es), se trata de una exploración estética y una propuesta ética y sostenible, ofreciendo un modelo que desafía las convenciones actuales e imperantes en el panorama de la industria de la moda. Que busca revalorar la importancia del proceso artesanal y la reutilización creativa de materiales.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

Admin. (2022, 3 octubre). *Jean Paul Gaultier - The FashionGton Post*. The FashionGton Post. . [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://fashiongtonpost.com/es/jean-paul-gaultier/>

Alonso, R. (2024, 21 marzo). *Palomo Spain se sincera con Lecturas sobre sus sueños, cómo es su día a día y sus proyectos más inminentes*. Lecturas. [Consulta: 21-03-2024] Disponible en: [https://www.lecturas.com/actualidad/palomo-spain-se-sincera-lecturascom-sobre-sus-suenos-como-es-su-dia-dia-sus-proyectos-mas-inminentes\\_153889](https://www.lecturas.com/actualidad/palomo-spain-se-sincera-lecturascom-sobre-sus-suenos-como-es-su-dia-dia-sus-proyectos-mas-inminentes_153889)

ASHLEY V. BLALOCK. (s. f.). [Consulta: 16-05-2024] Disponible en: <https://www.ashleyvblalock.com/about>

Baudelaire, C. (s. f.). *Las flores del mal: Clásicos de la literatura*. DigiCat, p. 154. Disponible en: <https://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/Baudelaire,%20Charles%20-%20las%20flores%20del%20mal.pdf>

Benjamin, W. Traducido por: Echeverría, B. (s. f.-b). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. [URtext]. ITACA.

*Christian Lacroix*. (2020, 11 noviembre). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/christian-lacroix/829#:~:text=Christian%20Lacroix%20es%20un%20dise%C3%B1ador,de%20trabajar%20en%20un%20museo.>

Colaboradores de Wikipedia. (2024, 26 mayo). *Zara*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. [Consulta: 20-03-2024] Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Zara>

Colaboradores de Wikipedia. (2024a, mayo 22). *Lola Flores*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/Lola\\_Flores](https://es.wikipedia.org/wiki/Lola_Flores)

Colaboradores de Wikipedia. (2024c, junio 6). *New wave*. Wikipedia, la Enciclopedia Libre. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: [https://es.wikipedia.org/wiki/New\\_wave](https://es.wikipedia.org/wiki/New_wave)

Cool Earth. (2022, 16 junio). *Vivienne Westwood - Campaña No Fun Being Extinct con Cool Earth*. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.coolearth.org/es/news/vivienne-westwood-no-fun-being-extinct/>

Correa, A. (2022, 30 diciembre). *Vivienne Westwood: 60 años diseñando la estética de la rebeldía*. *Vogue España*.

<https://www.vogue.es/moda/articulos/vivienne-westwood-disenadora-punk-activista-climatica>

De Comerciantes del Casco Viejo, A. (2021, 28 abril). *Koopera Store*. Asociación de Comerciantes del Casco Viejo. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: [https://cascoviejobilbao.eus/koopera-store/#:~:text=Las%2033%20Koopera%20Store%20\(10,a%20quienes%20m%C3%A1s%20lo%20necesitan.](https://cascoviejobilbao.eus/koopera-store/#:~:text=Las%2033%20Koopera%20Store%20(10,a%20quienes%20m%C3%A1s%20lo%20necesitan.)

Doilies — Nathan Vincent. (s. f.). Nathan Vincent. [Consulta: 16-05-2024] Disponible en: <https://www.nathanvincent.com/doilies>

*Dolce & Gabbana*. (2020, 23 julio). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/dolce-gabbana/124>

*El costo ambiental de estar a la moda*. (2021, 11 octubre). Noticias ONU. [Consulta: 04-06-2024] Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda%20es%20responsable%20del%2020%25%20del,a%20un%20cami%C3%B3n%20de%20basura>

*El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente* | Temas | Parlamento Europeo. (s. f.). Temas | Parlamento Europeo. [Consulta: 04-06-2024] Disponible en: <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

*Empowerment Collective | H O M e*. (s. f.). EC. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://www.empowermentcollective.org/>

Freeman, L. (2020, 12 marzo). *La sostenibilidad, gran protagonista del premio LVMH 2020, en palabras de Delphine Arnault*. Vogue España. [Consulta: 24-05-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/finalistas-premio-lvmh-2020-jovenes-disenadores-sostenibilidad>

García, R. (2023, 19 enero). *Chopova Lowena: entre rosas y adolescencia* – VEIN Magazine. VEIN Magazine. [Consulta: 24-05-2024] Disponible en: <https://vein.es/chopova-lowena-entre-rosas-y-adolescencia/>

Gimeno, R. R. (2023, 6 diciembre). *¿Por qué Teatro Círculo se llama Teatro Círculo?* Verlanga. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://verlanga.com/lo-de-los-nombres/por-que-teatro-circulo-se-llama-teatro-circulo/>

*Givenchy*. (2021, 7 julio). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/givenchy/132>

Gracia, A. (2019, 12 junio). *Eshan Ullah Khan: "Fabricar una camiseta puede implicar el trabajo de diez niños esclavos"* RTVE.es. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20190612/eshan-ullah-khan-fabricar-camiseta-puede-implicar-trabajo-diez-ninos-esclavos/1943963.shtml>

Griguelmo, C. B. (2023, 2 enero). *La otra cara de la industria textil: "Me sangraban los dedos, pero me obligaban a seguir trabajando"*. *El País*. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://elpais.com/planeta-futuro/2023-01-02/la-otra-cara-de-la-industria-textil-me-sangraban-los-dedos-pero-me-obligaban-a-seguir-trabajando.html>

H&M. (2021, 25 noviembre). Modapedia. [Consulta: 20-03-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/h-m/259>

Heller, E. (2004). *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. (1.a ed.). Gustavo Gili, SL., pp. 153-176.

Itrend. (2022, 10 noviembre). ¿Quién impone la moda en la actualidad? - iTREND. iTREND. [Consulta: 20-03-2024] Disponible en: <https://itrend.es/quien-impone-la-moda/>

*Jean Paul Gaultier*. (2021, 21 octubre). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/jean-paul-gaultier/135>

*Jean Paul Gaultier*. (2021b, octubre 21). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/jean-paul-gaultier/207>

*John Galliano*. (2020, 24 julio). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/john-galliano/204>

Kessler, A. (2021, 8 marzo). *Vivienne Westwood y Andreas Kronthaler se sinceran*. *Vogue España*. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/articulos/vivienne-westwood-andreas-kronthaler-otono-invierno-2021-2022>

Larra, Mariano José de. 1992. *"Modos de vivir que no dan de vivir. Oficios menudos"*. Artículos. Madrid, España: Editorial Cátedra, p.356.

Luis, N. (2024, 23 febrero). *Ha muerto Claude Montana, cuyas siluetas de grandes hombros definieron la década de 1980*. *Vogue España*.

[Consulta: 10-06-2024] Disponible en:

<https://www.vogue.es/articulos/claude-montana-disenador-muere>

*Objetivos de desarrollo sostenible.* (s. f.). UNDP. [Consulta: 10-06-2024]  
Disponible en: <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>

Ortiz, M. B. y. L. (2022, 7 abril). *Fast fashion: de tu armario al vertedero.* *La Vanguardia*. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20220407/8185203/fast-fashion-armario-vertedero.html#:~:text=Debido%20a%20la%20producci%C3%B3n%20r%C3%A1pida,%2C%20Indonesia%2C%20China>

Paco. (2023, 12 abril). *Diez años después: Rana Plaza y el legado del Acuerdo.* *Ropa Limpia*. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://ropalimpia.org/noticias/diez-anos-despues-rana-plaza-y-el-legado-del-acuerdo/>

*Pierre Cardin.* (2021, 12 enero). *Modapedia*. [Consulta: 20-03-2024]  
Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/pierre-cardin/846>

*Rana Plaza.* (2024, 28 marzo). *Clean Clothes Campaign*. [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://cleanclothes.org/campaigns/past/rana-plaza>

RTVE.es. (2021, 9 diciembre). *¿Qué famoso hizo que a Palomo Spain le temblasen las piernas?* RTVE.es. [Consulta: 21-03-2024]  
<https://www.rtve.es/television/20211209/palomo-spain-almodovar-nervios-dia-desfile/2236901.shtml>

Salvá, A., (2021, 16 mayo). *Rana Plaza: los trabajadores de la industria textil de Bangladés, de nuevo en peligro.* *El País*. [Consulta: 07-06-2024]  
Disponible en: <https://elpais.com/planeta-futuro/2021-05-16/los-trabajadores-de-la-industria-textil-de-banglades-de-nuevo-en-peligro.html>

Staff, W. (2022, 7 enero). *ELENA DAWSON.* *Worthwhile*. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://shopworthwhile.com/blogs/news/elena-dawson-7>

Stoppard, L. (2022, 5 abril). *Paul Harnden: todo sobre el diseñador más misterioso.* *GQ*. [Consulta: 24-05-2024] Disponible en: <https://www.gq.com.mx/moda/articulo/paul-harnden-todo-sobre-el-disenador-mas-misterioso>

*Textiles in Europe's circular economy.* (s. f.). *European Environment Agency*. [Consulta: 04-06-2024] Disponible en:

<https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy/textiles-in-europe-s-circular-economy>

Thomas, D. (2019). *Fashionopolis: Why What We Wear Matters*. Penguin, p.16

*Tiendas Solidarias – Asociación DEBRA-PIEL DE MARIPOSA*. (s. f.). [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://pieldemariposa.es/tiendas-solidarias/>

Ulloa, K. G. (2020, 14 febrero). *Fashion Week: qué es, cómo asistir y dónde es la semana de la moda*. Vogue. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.mx/moda/articulo/fashion-week-que-es-como-asistir-y-donde-es-la-semana-de-la-moda-de-milan-paris-nueva-york-y-londres>

United Nations. (s. f.). *Objetivos de desarrollo sostenible | Naciones Unidas*. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/objetivos-de-desarrollo-sostenible>

Villatoro, A. (2024, 29 mayo). *Cómo entender la industria de la moda - Martha Debayle*. Martha Debayle. [Consulta: 20-03-2024] Disponible en: <https://www.marthadebayle.com/lo-escuche-con-martha/estilo-de-vida/como-entender-la-industria-de-la-moda/>

*Vivienne Westwood*. (2022, 30 diciembre). Modapedia. [Consulta: 10-06-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/vivienne-westwood/192>

*Who made my Clothes: Fashion Revolution*. (s. f.). [Consulta: 07-06-2024] Disponible en: <https://www.fashionrevolution.org/tag/who-made-my-clothes/>

*Zara*. (2021, 2 diciembre). Modapedia. [Consulta: 20-03-2024] Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/zara/265>

## 10. ÍNDICE DE IMÁGENES

- Fig. 1: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Mapa mental para el desarrollo conceptual.
- Fig. 2: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Mapa mental para la metodología de creación.
- Fig. 3 y 4: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner de cuello y tapete de ganchillo. Elaborado por Isidora Calonges.
- Fig. 5: Fotograma de la película Dolor y Gloria de Pedro Almodóvar. 2019. Fuente: Arquitectura y Diseño
- Fig. 6: Modelo de la colección Aires de folklore y libertad, de Palomo Spain. 2017. Fuente: Vogue Spain
- Fig. 7: BLALOCK ASHLEY. *Now I Lay Me Down...* 2010. Hilo de algodón. Fuente: ashlaeyvblalock.com
- Fig. 8: VINCENT, NATHAN. *Doilies*. 2010. Hilo de algodón. Fuente: nathanvincent.com
- Fig. 9 y 10: Modelos en desfile de John Galliano para Dior; Primavera-Verano 1997 Alta Costura. Fuente: Getty Images
- Fig. 11 y 12: Modelos en desfile Dolce & Gabbana; Otoño 2020 RTW. Fuente: Vogue Runway
- Fig. 13 y 14: Modelos en desfile de Jean Paul Gaultier; Primavera-Verano 2008 Alta Costura. Fuente: El Mundo, Yo Dona
- Fig. 15 y 16: Modelos en desfile de Andreas Kronthaler para Vivienne Westwood; Primavera-Verano 2024 RTW. Fuente: Vogue Runway
- Fig. 17 y 18: Modelos en desfile de Givenchy; Otoño-Invierno 1996 Alta Costura. Fuente: Vogue Runway
- Fig. 19: Paul Hardnen en su taller. Fuente: GQ México
- Fig. 20: Laura Lowena-Irons y Emma Chopova vestidas con sus diseños. Fuente: New York Times
- Fig. 21: Vivienne Westwood con una camiseta donde se lee "buy less". Extracto de su conocida frase "buy less, choose well, make it last" (compra menos, elige bien, hazlo durar). Fuente: ELLE
- Fig. 22-25: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Moodboard digital elaborado para el desarrollo de la colección. 2024
- Fig. 26 y 27: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner de la carta de telas elaborada para el desarrollo de la colección.
- Fig. 28: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner de los bocetos finales.
- Fig. 29: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del top del conjunto 5.
- Fig. 30: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del vestido del conjunto 6.
- Fig. 31: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. foto del proceso de construcción del top del conjunto 8.
- Fig. 32 y 33: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 1 y 2. Fotografiados sobre la modelo Aina Monzo.
- Fig. 34 y 35: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 3 y 4. Fotografiados sobre la modelo Aina Monzo.
- Fig. 36 y 37: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 5 y 6. Fotografiados sobre la modelo Aina Monzo.
- Fig. 38 y 39: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 7 y 8. Fotografiados sobre la modelo Aina Monzo.
- Fig. 40: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Conjunto 9. Fotografiados sobre la modelo Aina Monzo.
- Fig. 41 y 42: VTacones elaborados para la colección.
- Fig. 43: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner de la portada del fotolibro final.
- Fig. 44: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner del conjunto 3 del fotolibro de prueba.
- Fig. 45: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Escáner del conjunto 3 del fotolibro final.
- Fig. 46: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Foto de *El aura del tapete*, expuesto en el Teatro Círculo. 2024.
- Fig. 47: GARCÍA CONESA, M. DOLORES. Foto de *Cianotipias*, expuesto en el Teatro Círculo. 2024
- Fig. 48: Foto final de desfile en el evento *Joventut i Planeta*. 2024. Jardín Botánico. Fuente: d'Matinada Estudi

# 11. ANEXO

- ANEXO I. Relación del trabajo con los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030.<sup>39</sup>



## ANEXO I. RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los  
Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenible	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza.	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 2. Hambre cero.	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 3. Salud y bienestar.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 4. Educación de calidad.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 5. Igualdad de género.	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 10. Reducción de las desigualdades.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 12. Producción y consumo responsables.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 13. Acción por el clima.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 14. Vida submarina.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

Descripción de la alineación del TFG/TFM con los ODS con un grado de relación más alto.

<sup>39</sup> Este apartado se desarrolla en "Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)".

- ANEXO II. 1. Proceso de CONSTRUCCIÓN

Conjunto 1



Conjunto 2



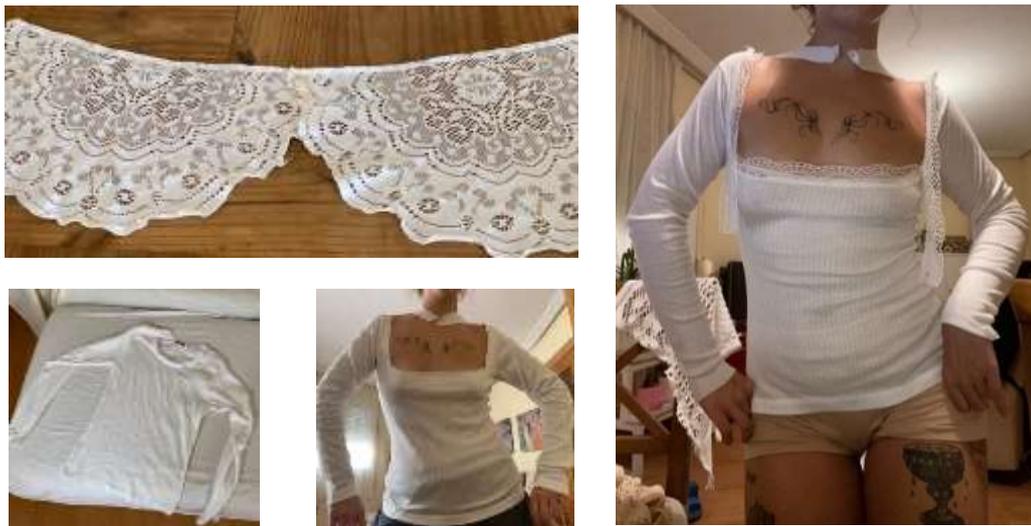
Conjunto 3



Conjunto 4



Conjunto 5



Conjunto 6



Conjunto 7



Conjunto 8



Conjunto 9



Tacones



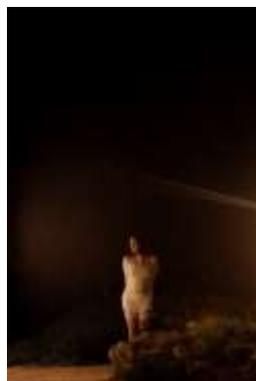
- ANEXO II. 2. Moodboard para la sesión de fotos:



- ANEXO II. 3. Apartado de DIFUSIÓN:

- ANEXO II. 3.1. Imágenes del desfile *Joventut i Planeta*. Fotografías: d´Matinada Estudi

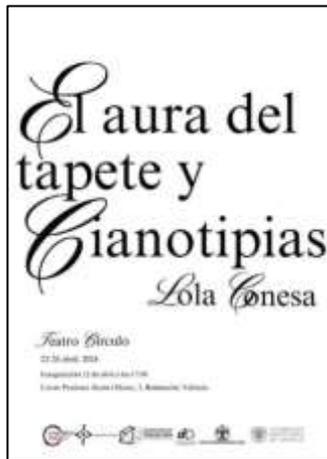
<https://www.instagram.com/p/CzjvD7EtA81/?igsh=ZHYybTd3d3RydlVg>



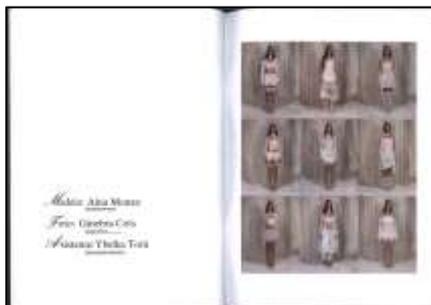
Tras los bastidores:



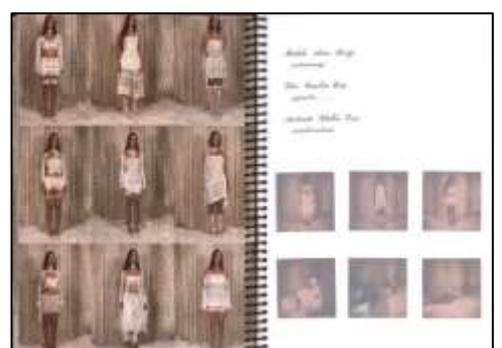
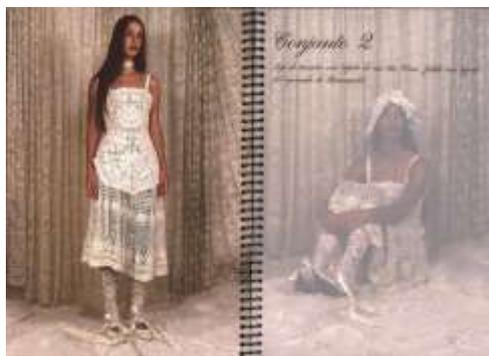
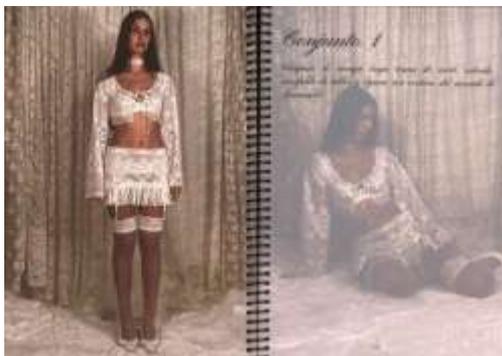
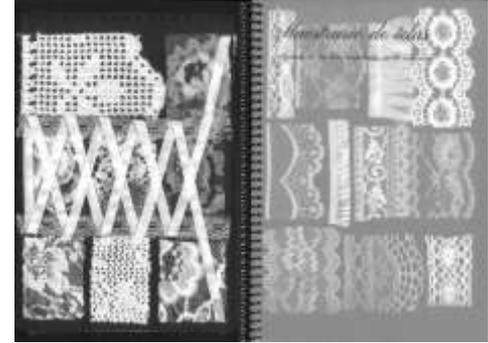
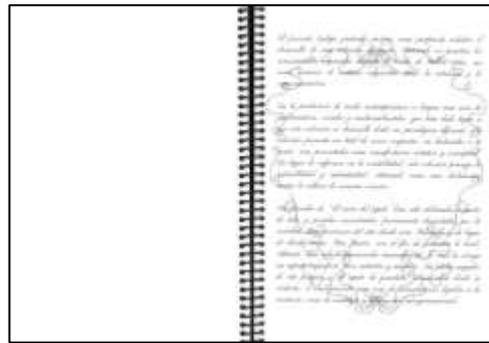
- ANEXO II. 3.2. Imágenes del desfile *Juventut i Planeta*. Fotografías: d' Matinada Estudi

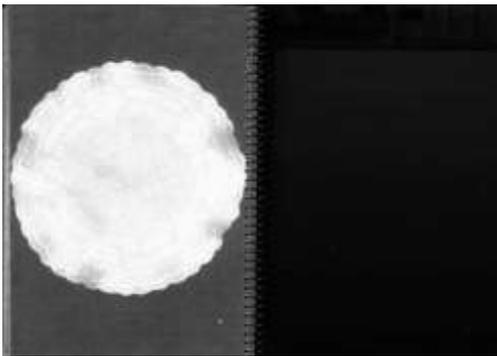


- ANEXO II.4. FOTOLIBRO DE PRUEBA



- ANEXO II.5. FOTOLIBRO FINAL





- ANEXO II. 6. FOTOGRAFÍAS DE LA SESIÓN

Fuente: GARCÍA CONESA, M. DOLORES











Fuente: COTS, GINEBRA.



