

Yai Yai





A mi mama que me prestó su maquina
de coser y a mi profe Carol que me
enseñó corte y confección

Gracias

Una de las mayores problemáticas a la que nos enfrentamos en esta industria es la sobreproducción de ropa. Se produce más ropa de la que usamos, generando toneladas de residuo textil. ¿Y qué hacemos con toda la basura textil? ¡Reinventarla puede ser la solución!

Bajo este contexto, **Yai Yai** crea su primera colección basada tres prendas de vestir a partir de ropa que iba a ser desechada. Buscando como cualidades principales la calidad y la atemporalidad como apología a un consumo más lento y eficiente, tratando también de mostrar una alternativa a la sociedad más joven que reclama cuidar el medio ambiente.

Se intenta subsanar de alguna forma la necesidad cada vez mayor de reducir la superproducción textil, y reciclar el desecho ya producido. Siendo la industria de la moda considerada la segunda más contaminante en el mundo. Presentando un modelo de moda lenta mucho más responsable.

Además, es una colección única. Confeccionada en casa, a mano y destinada a venderse localmente, para no contribuir al aumento de la huella de carbono ni al incumplimiento de los derechos fundamentales de niños y trabajadores.



Transformando la moda
pg. 4-7

Test
pg. 8-9

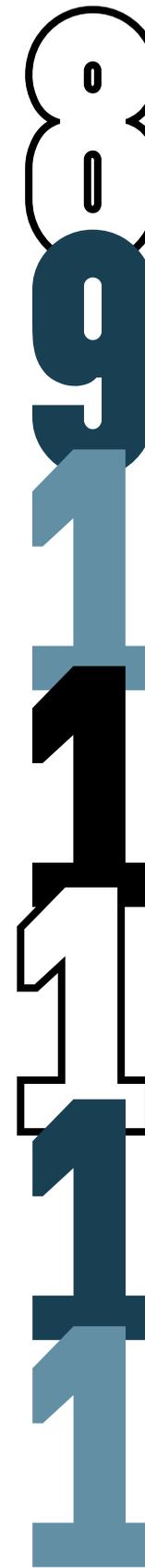
Moda Vintage
pg. 10-11

El patchwork
pg. 12-13

Modelos
pg. 14-15

Plataforma de la marca
pg. 16-17

Materiales
pg. 18-21



Bocetos
pg. 22-23

Patrones
pg. 24-31

Proceso
pg. 32-33

Chaqueta
pg. 34-47

Falda
pg. 48-59

Vestido
pg. 60-73

Bibliografía
pg. 74-75



Transformando la moda

La industria de la moda se ha asociado durante mucho tiempo con tendencias vertiginosas, ropa desechable y una huella ambiental significativa. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un movimiento creciente hacia la sostenibilidad y el consumo consciente. Un aspecto clave de este cambio es la práctica del “upcycling” o reciclaje, que está cobrando impulso en la industria del diseño de moda. El reciclaje ofrece una solución creativa e innovadora para reducir el desperdicio, conservar recursos y promover un ecosistema de moda más sostenible. En este artículo, exploramos la importancia del “upcycling” y su potencial transformador dentro de la industria de la moda.

La industria de la moda es notoria por su generación masiva de desechos, con toneladas de textiles que terminan en vertederos cada año. La reutilización presenta una forma efectiva de combatir este problema al reutilizar materiales desechados en piezas de moda nuevas y valiosas. Al utilizar telas y prendas existentes, los diseñadores pueden desviar los desechos de los vertederos y reducir significativamente el impacto ambiental asociado con la producción textil.

Reciclar es un componente fundamental del concepto de economía circular, cuyo objetivo es minimizar la extracción de recursos y la generación de residuos. En lugar de seguir un modelo lineal de “tomar-hacer-desechar”, el reciclaje fomenta un sistema de circuito cerrado, donde los materiales se reutilizan, reinventan y regeneran. Al adoptar prácticas de recuperación, la industria de la moda puede hacer la transición hacia un enfoque más sostenible y circular, reduciendo su dependencia de recursos vírgenes y contribuyendo a un ecosistema más resistente.

El reciclaje alimenta la creatividad y la innovación dentro de la industria del diseño de moda. Los diseñadores tienen el desafío de pensar fuera de la caja, reutilizando materiales de formas únicas e inesperadas. Este enfoque fomenta la experimentación y supera los límites, lo que da como resultado prendas



únicas que cuentan historias de transformación. Las piezas de moda recicladas tienen el poder de captar la atención, generar conversaciones e inspirar a las personas a pensar de manera diferente sobre su relación con la ropa.

Más allá de sus beneficios ambientales, también tiene un gran potencial para promover la responsabilidad ética y social en la industria de la moda. Al incorporar materiales reciclados en sus diseños, las marcas de moda pueden apoyar a los artesanos locales, las comunidades y los pequeños productores. Además, permite a los consumidores tomar decisiones conscientes al alentarlos a buscar piezas de moda únicas y sostenibles que se alineen con sus valores.

La industria de la moda rápida prospera con las tendencias en constante cambio y la ropa desechable. Por el contrario, reciclar promueve la moda atemporal y anima a los consumidores a adoptar los principios de la moda lenta. Las prendas recicladas a menudo transmiten una sensación de individualidad y artesanía, lo que anima a los consumidores a valorar la calidad

por encima de la cantidad. Al cambiar el enfoque de las tendencias efímeras a la moda sostenible y duradera, la reutilización fomenta un enfoque más consciente y responsable de la vestimenta.

Reciclar se ha convertido en una poderosa fuerza de cambio en la industria del diseño de moda, ofreciendo una alternativa sostenible al modelo de moda rápida predominante. A través de esta, la industria puede reducir los desechos textiles, promover una economía circular, fomentar la creatividad y la innovación, apoyar la responsabilidad ética y social y fomentar tendencias de moda sostenibles.

A medida que los consumidores se vuelven cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus elecciones, el "upcycling" presenta una valiosa oportunidad para que las marcas de moda reinventen sus prácticas y contribuyan a un futuro más sostenible. Adoptando todo esto, la industria de la moda puede transformarse en una fuerza de cambio positivo, donde el estilo y la sostenibilidad van de la mano.



¿Cuánto nos interesa una moda sostenible?

1. ¿Cuánta ropa compras al año?

- a) Menos de 10 prendas
- b) Entre 10 y 30 prendas
- c) Entre 30 y 50 prendas
- d) Más de 50 prendas

2. ¿Consideras la sostenibilidad al comprar ropa?

- a) Siempre
- b) A veces
- c) Nunca

3. ¿Has oído hablar de la huella de carbono en la moda?

- a) Sí
- b) No

4. ¿Has oído hablar de los derechos laborales en la industria de la moda?

- a) Sí
- b) No

5. ¿Estarías dispuesto/a a pagar más por ropa producida de manera ética y sostenible?

- a) Sí
- b) No
- c) Depende del precio

6. ¿Te preocupa el impacto ambiental de la producción de ropa?

- a) Mucho
- b) Algo
- c) Poco
- d) Nada

7. ¿Crees que las marcas de moda deberían ser más transparentes en cuanto a sus prácticas de producción?

- a) Sí
- b) No

8. ¿Conoces alguna marca de moda sostenible?

- a) Sí
- b) No

9. ¿Cómo desechas la ropa que ya no utilizas?

- a) Donándola o vendiéndola
- b) Tirándola a la basura

10. ¿Crees que la moda rápida (fast fashion) es sostenible?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo sé

RESUMEN

Mayoría de A

consideras la sostenibilidad al comprar ropa de manera consistente. Es posible que conozcas marcas de moda sostenible y estés consciente del impacto ambiental de la producción de ropa, mostrando una alta preocupación al respecto. Estás dispuesto/a a pagar más por ropa producida de manera ética y te genera impotencia e injusticia la moda rápida, por ello intentas no contribuir a ella. Gracias a estas decisiones como consumidor, los diseñadores y pequeñas empresas pueden generar un cambio en la industria.

Mayoría de B

Consideras que la moda rápida no es sostenible, pero no tienes tanta conciencia sobre ello. Aunque no conoces necesariamente marcas éticas de moda, muestras cierta preocupación por el impacto ambiental de la producción de ropa, y a veces consideras la sostenibilidad en tus elecciones de compra, si no hay que pagar un precio más elevado. Tus elecciones no son las más sostenibles porque priorizas la comodidad y la inmediatez, pero si hubiera más opciones más accesibles si apostarías por ellas.

Mayoría de C o D

Probablemente, sea una persona que compra mucha ropa, y consume las últimas tendencias. No estas ni informada ni interesada en el impacto negativo de la industria de la moda, por lo que a la hora de comprar no consideras si tus opciones son sostenible o no. Es fácil estar en esta opción debido al marketing de las gigantescas marcas de moda y el frenesí en el que vivimos. Además, es difícil tener acceso a información transparentes y hay pocas opciones sostenibles y asequibles.

moda

VINTAGE

La moda vintage ha ganado una gran popularidad en los últimos años, especialmente entre los jóvenes. Existe un creciente interés por adquirir todo tipo de artículos vintage, desde ropa hasta accesorios y muebles antiguos. Según el artículo "Consumo retro: la nostalgia impulsa las ventas de vintage" publicado en La Vanguardia (2017), este fenómeno puede atribuirse a diversos factores que influyen en los patrones de consumo de la generación millennial.

Uno de los principales motivos por los cuales los jóvenes consumen artículos vintage es la nostalgia. La generación millennial ha crecido rodeada de tecnología y avances rápidos, lo que ha generado cierta añoranza por tiempos pasados. La moda vintage ofrece una conexión con el pasado y evoca recuerdos de épocas anteriores, creando una sensación de familiaridad y calidez emocional. Al vestir prendas o utilizar objetos vintage, se puede experimentar una especie de escapismo hacia un mundo más real, simple y cercano.

Además, el consumo de artículos vintage refleja una búsqueda de originalidad y singularidad por parte de los jóvenes. En una era dominada por la producción en masa y la homogeneización de la moda y el diseño, muchos jóvenes buscan destacarse y expresar su individualidad a través de piezas únicas. Los artículos vintage les brindan la oportunidad de adquirir objetos que no están disponibles en las tiendas convencionales y que les permiten expresar su originalidad y desmarcarse de la multitud.

El aspecto económico también juega un papel importante en la preferencia de los jóvenes por los artículos vintage. Muchas veces, estos artículos se pueden encontrar a precios más accesibles en comparación con los productos nuevos de calidad similar. Y a menudo, las limitaciones financieras, ven en el mercado vintage una forma de adquirir productos de calidad a precios más asequibles.

Pero más allá del precio económico, Según el artículo "El auge de la moda vintage: ¿Por qué está triunfando la ropa de segunda mano?", publicado en El Mundo (2022). El interés por la moda vintage



está estrechamente relacionado con el concepto de sostenibilidad y consumo responsable, muy arraigado también por los consumidores más jóvenes. En un mundo cada vez más consciente del impacto ambiental de la industria de la moda, la adopción de prendas de segunda mano se ha convertido en una elección respetuosa con el medio ambiente. Al comprar ropa vintage, se prolonga la vida útil de las prendas y se reduce la demanda de producción de nuevos productos, lo que contribuye a la reducción de residuos y emisiones.

El artículo también destaca el papel de las redes sociales, especialmente Instagram, en el impulso de la moda vintage. Las plataformas digitales han brindado una vitrina global para exhibir el estilo personal y compartir ideas de moda. La estética retro y vintage se ha vuelto muy popular en Instagram, y los influencers y usuarios frecuentemente publican fotos con atuendos de segunda mano, lo que ha contribuido a difundir la tendencia y aumentar su visibilidad.

La irrupción de Internet ha sido determinante en la democratización de la moda vintage al hacer que las compras en línea sean accesibles para todos y ofrecer una mayor variedad de productos en comparación con las tiendas físicas (El Mundo, 2022). Ejemplos de este éxito son tiendas online como Vestiaire Collective o aplicaciones de venta de ropa de segunda mano entre particulares como Vinted. De hecho, Según un informe de BCG. (2022, noviembre 8), actualmente el mercado de segunda mano representa entre el 3% y el 5% del sector global de la ropa, el calzado y los accesorios, y se proyecta que pueda crecer hasta alcanzar el 40%. Además, se espera que los productos de reventa constituyan aproximadamente el 27% de los armarios de los compradores de productos de segunda mano para el año 2023.

Finalmente, la autora Emma Baxter-Wright, en su libro "Vintage Fashion: Collecting and Wearing Designer Classics", destaca que el atractivo del vintage no se limita a la exclusividad de llevar algo único, sino que también radica en la alta calidad de las prendas, que es poco probable encontrar en piezas modernas (confeccionadas rápidamente con materiales de baja calidad) y en los detalles extraordinariamente inesperados y únicos que ofrecen los artículos de otras épocas. (Baxter-Wright, 2006).

Se puede asegurar que la moda vintage ha ganado popularidad entre los jóvenes debido a la nostalgia, la búsqueda de originalidad, la accesibilidad económica y la sostenibilidad. Las redes sociales han impulsado su visibilidad y el mercado en línea ha democratizado su acceso. Es una elección de consumo que brinda conexión emocional, originalidad, singularidad y conciencia ambiental.

EL PATCHWORK

El patchwork es un arte textil que ha sido practicado durante siglos en diversas culturas alrededor del mundo. Esta técnica de costura consiste en unir fragmentos de tela de diferentes colores, patrones y texturas para crear composiciones visuales únicas. Pueden aplicarse en la creación de colchas, prendas de vestir, accesorios y decoración del hogar. A lo largo de la historia, el patchwork ha evolucionado desde su origen como una forma de reciclar telas hasta convertirse en una forma de tradición cultural y de expresión artística donde el artista puede reflejar toda su personalidad.

El arte del parcheado de retales, se remontan a la antigüedad, con evidencia de textiles acolchados que se encuentran en varias partes del mundo. El patchwork tiene un atractivo universal, con sus tradiciones y técnicas que emergen de forma independiente en diversas culturas (Von Gwinner, 1988). Las tumbas del antiguo Egipto, por ejemplo, revelan la existencia de colchas de retazos que datan de la era faraónica. Del mismo modo, las mantas de retazos de seda

china conocidas como "pikkuai" fueron creadas durante la dinastía Tang. Además, es una práctica de aprovechamiento textil, por lo que podía ser recurrente en la antigüedad, donde la oferta de materiales era limitada y a menudo sufrían periodos de hambre y escasez.

Este arte ha evolucionado con el tiempo, abarcando una variedad de técnicas y estilos que reflejan preferencias culturales, regionales y personales. El acolchado, la aplicación y el empalme se encuentran entre las técnicas más comunes empleadas en el patchwork. El acolchado, o también conocida como técnica del "quilting" (en inglés) consiste en unir una tela superior, con la guata y la tela de respaldo, para crear un tejido en capas que da lugar al edredón. La aplicación es de carácter decorativo y consiste en unir motivos de tela a una tela de fondo, a menudo usando puntadas entrelazadas a mano o a máquina. El último procedimiento consiste en ensamblar pequeñas piezas de tela para formar bloques o patrones más grandes.



Colcha de la artista textil estadounidense Colleen Rae Smiley

El patchwork trasciende también de su función práctica como revestimiento cálido o elemento decorativo y encarna significados simbólicos. A lo largo de la historia, ha servido como un medio para contar historias, ya que las personas incorporaban narrativas personales y simbolismo cultural en sus creaciones. Las colchas de retazos a menudo reflejan experiencias familiares, regionales o sociales, y cada pieza de tela representa un hilo en el amplio tapiz de la vida humana (Von Gwinner, 1988).

Los edredones de patchwork también se han utilizado como símbolos de resistencia. Como se ve en los edredones de Underground Railroad, El Ferrocarril Subterráneo, era una red de rutas secretas y casas seguras utilizadas por los afroamericanos esclavizados para escapar hacia la libertad durante el siglo XIX. En "Hidden in Plain View: A Secret Story of Quilts and the Underground Railroad", los autores Jacqueline L. Tobin y Raymond G narran cómo se usaban los retales para crear dibujos con mensajes codificados y mapas simbólicos para guiar a los afroamericanos esclavizados hacia la libertad.

En los últimos años, el patchwork ha experimentado un renacimiento, con renovado interés e innovación artística. Mediante el uso de pequeños retazos de tela que de otro modo se desperdiciarían, el parcheado

permite un enfoque más ecológico de los textiles. Siendo esto importante para la sociedad actual, Los "quilters" modernos continúan ampliando los límites del patchwork tradicional, experimentando con nuevos materiales, técnicas y diseños.

El patchwork ha encontrado su lugar en galerías y exposiciones, donde se reconoce como una forma de arte legítima. Hoy en día, las colchas y los retazos continúan evolucionando como un medio para la auto-expresión y la preservación cultural, pues "la misma naturaleza del patchwork es explicar una historia" (Brower et al., 2005). Este es el caso de la artista textil estadounidense Colleen Rae Smiley cuyas colchas y fundas textiles de telas recicladas a través del patchwork, cuentan su propia historia.

El patchwork, con su rica historia, diversas técnicas y profundo simbolismo, sirve como testimonio de la perdurable creatividad de la humanidad. Desde las antiguas tumbas egipcias hasta las galerías de arte contemporáneo, el parcheado ha cautivado a personas de todas las culturas y épocas. A medida que esta cautivadora artesanía evoluciona, continúa entretejiendo historias, tradiciones e innovación artística, inspirando a las generaciones venideras, todo ello de forma sostenible.

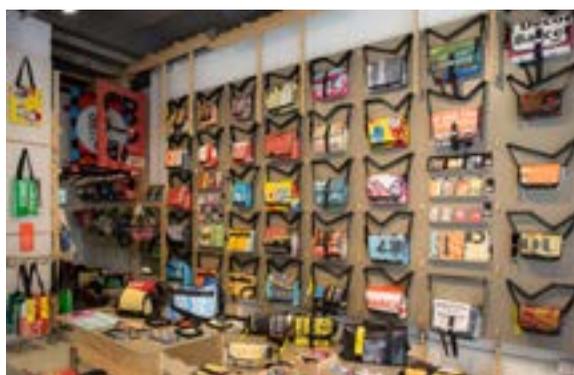
MAESTROS DE LA COSTURA

El programa de televisión de Maestros de la Costura, es un reality show español donde los concursantes tienen que demostrar sus habilidades como costureros y diseñadores. En todas las temporadas siempre incluyen una prueba en la que tienen que confeccionar las prendas con materiales 100% reciclados sin que tenga que ser estos necesariamente textiles.



DEMANO

Demano es una empresa que nace en Barcelona en 1999, confeccionando bolsos y mochilas hechos a mano. Utilizan solo materiales reciclados y tan originales como lonas publicitarias, telas de paraguas o de cometas de kitesurf. Consiguen estos materiales poniéndose en contacto con empresas y entidades de todo tipo y se publicitan con su #ALWAYS RECYCLED. Además, han sido galardonadas en tres ocasiones: Premio Diseño para el Reciclaje (otorgado por la Generalitat de Cataluña, 2003) Premio a la Empresa emprendedora (Por Barcelona Activa - Ayuntamiento de Barcelona, 2006) Premio Mujeres emprendedoras Europeo (por el Parlamento Europeo, 2010).



LAS VACAS FLACAS

Carolina Azcona y Miriam Cobo desarrollaron durante la década de 1990 un lenguaje propio, inédito en España, con el que fueron pioneras del reciclaje y la "customización". Trapos de cocina, gamuzas, calcetines, bufandas o cremalleras les sirvieron para idear una moda irónica y alegre que también supo sintonizar con la estética grunge y los eclecticismos propios del período.



MARIA ESCOTE X WALLAPOPO

En la pasarela de la MBFW Madrid, Wallapop y María Escoté sorprendieron al público con una colaboración única: una colección de ropa de segunda mano. En un esfuerzo por promover la sostenibilidad y la reutilización de prendas, la reconocida diseñadora española se asoció con la popular plataforma de compraventa para dar nueva vida a prendas preexistentes. La colección cautivó con su estilo vanguardista y original, demostrando que la moda de segunda mano puede ser igual de innovadora y emocionante. El desfile fue un claro ejemplo de cómo la industria de la moda puede abrazar la circularidad y la conciencia medioambiental sin sacrificar la creatividad y el estilo.



GGRIPO ART+DESIGN

Es un taller textil sostenible, establecido en 1998 en Brooklyn, se especializa en piezas ecológicas hechas a mano. Mantienen una operación a pequeña escala, centrándose en la artesanía de alta calidad. Sus diseños originales, creados a partir de suéteres de cachemira vintage de origen local, incluyen ropa, accesorios y artículos para el hogar. Cada pieza es única y está meticulosamente elaborada. El taller también funciona como galería y casa de té, fomentando la colaboración y celebrando las contribuciones individuales.

Yai Yai

La marca

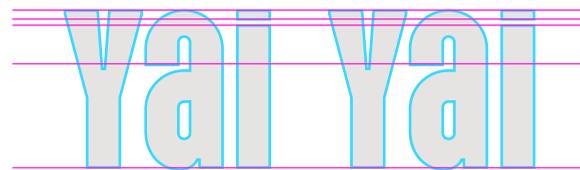
Logo, colores y variaciones



Yai Yai

Yai Yai

Yai Yai



Yai Yai

Yai Yai

About

“Diseñando el futuro sostenible”



Insight

Prendas de diseño sostenible

Personalidad

Versátil, creativa, divertida, auténtica

Valores

Sostenibilidad
Calidad
Cercanía
Ético
Único

Visión

Desde el amor y la creatividad queremos cambiar la forma de consumo y hacer accesible la sostenibilidad. Damos una segunda vida a la ropa creando de forma original nuevas prendas; bonitas, atemporales, duraderas y con un toque único.

Manifiesto: Para no contribuir al daño de la cadena de la Industria de la moda, y poder revertir el daño ya causado solo utilizando ropa desechada.

Activos de Marca

Implementación de programas de enseñanza, aprendizaje en corte y confección de telas recicladas.

Creación de un sistema de recompra o donación de prendas.

Compromiso con el barrio y la comunidad.

Materiales RECICLADOS

Todos los materiales utilizados en el proyecto son reciclados. Las herramientas de corte y confección ha sido en su mayoría cedido por mi madre, y es que como muchas de nuestras madres, ella ya contaba con una cuantas cajas de esas de galletas antiguas llenas de hilos, tijeras, agujas, alfileres y dedales. Además, la suerte de tener una máquina de coser Singer que tendrá poco más de 30 años, algo pesada por sus piezas de hierro, pero dicen que ya no fabrican máquinas de tanta calidad, lo suficiente que me ha permitido coser la tela vaquera sin mucho problema. Normalmente, las máquinas actuales son de plástico y la tela vaquera es

demasiado dura para esta, que se cosen con máquinas especiales de tarea pesada.

Por otro lado, tenemos los materiales textiles. Todos son prendas que iban a ser desechadas, algunas que guardaba para el proyecto y en su mayoría donadas por amigas. A las que pedí que me cedieran todo tipo de prendas vaqueras o de tela negra.

Para el conjunto vaquero se han utilizado un total de 6 pantalones vaqueros, de los cuales sigue sobrando retales suficientes para futuros proyectos. Se ha





intentado aprovechar al máximo el material de cada pantalón. Por ello se comenzó con la realización de la falda con 3 pantalones y posteriormente se utilizó el sobrante de estos para crear la chaqueta junto con 4 vaqueros más. También se han reutilizado los bolsillos, las cinturillas, y todos los cierres y botones. Además, la chaqueta cuenta con forro interno que se trata de una camisa antigua muy bien conservada reutilizada por su satinada parte exterior. Para coser y bordar el conjunto entero se han utilizado 8 hilos estándar de poliéster, de distintos azules, y 2 hilos de torzal, marrón clarito.

En el caso del vestido contaba con mucho más material, pero de nuevo para aprovecharlo al máximo solo se han utilizado 3 prensas, un vestido de punto de algodón, una falda de poliéster, y una blusa que presentaba unos ojales redondos que se ha utilizado para adornar la espalda del vestido. Se ha utilizado aproximadamente 1/3 de una bobina de 1000 m de hilo negro, 100% poliéster.



BOCETOS



Patrones

Tras recopilar los materiales, hacer el diseño y la planificación mediante bocetos y esquemas, el siguiente paso es el patronaje. Es decir, comenzamos la transformación de esas ideas en patrones concretos que den forma a los diseños. Son la base sobre la cual se construirán las prendas, y su correcta elaboración es fundamental para lograr un resultado final exitoso. El primer paso en la creación de patrones de moda es tomar las medidas precisas del cuerpo o las prendas de referencia sobre las cuales se va a trabajar. Esto se hace utilizando cintas métricas y tomando las dimensiones clave, como el contorno del busto, la cintura, las caderas y la longitud de los brazos o las piernas. Estas medidas se utilizan como guía para crear los patrones a medida.

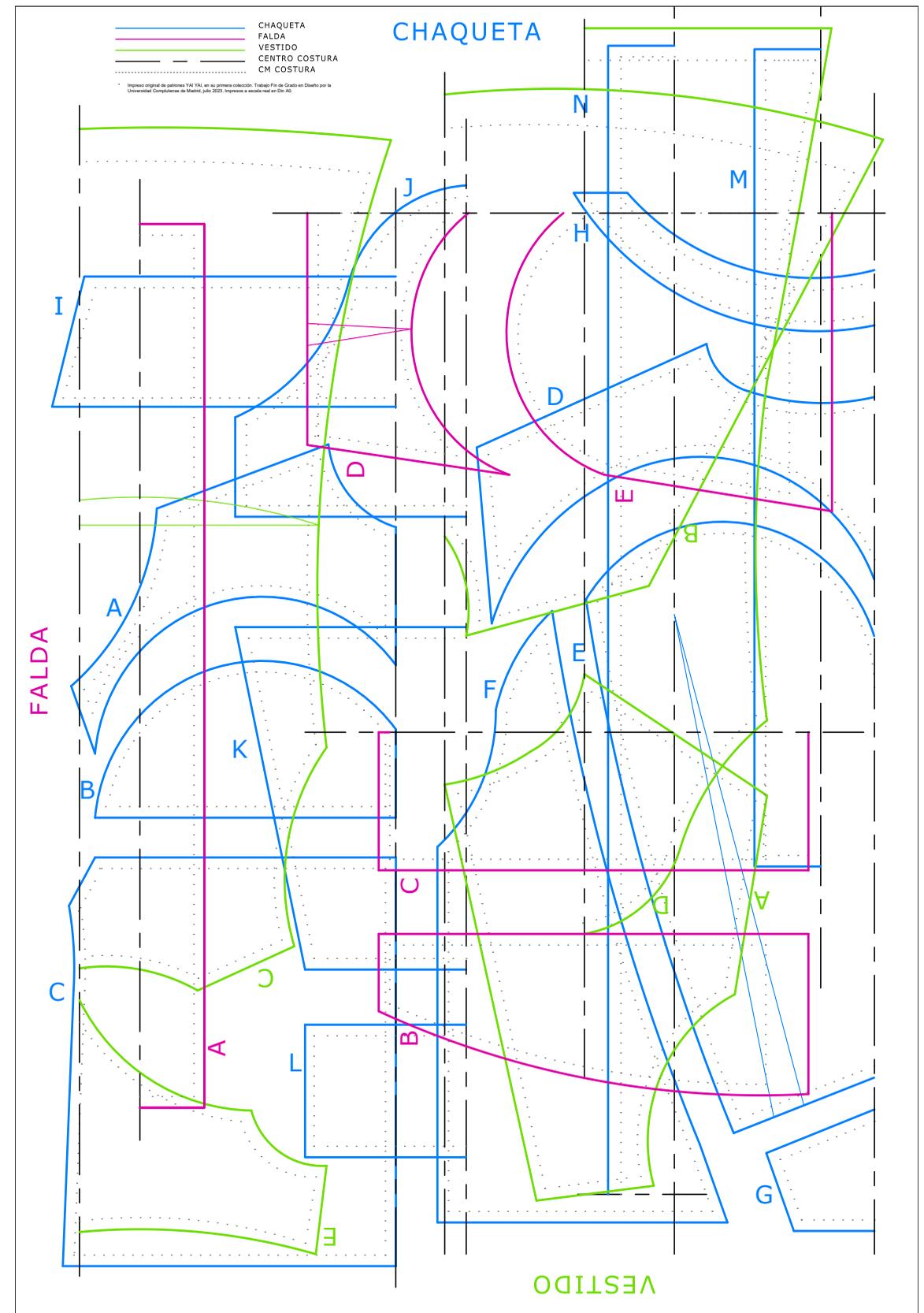
Una vez que se tienen las medidas, se procede a dibujar los patrones en papel o utilizar software especializado de diseño de patrones. Los patrones se crean a escala y se traza una serie de líneas y formas que representan las diferentes piezas que componen la prenda. Estas piezas pueden incluir partes delanteras y traseras, mangas, cuellos, solapas, bolsillos, entre otros, dependiendo del diseño específico de la prenda.

Durante este proceso, es importante tener en cuenta la relación entre las diferentes partes del patrón y cómo se ensamblarán para formar la prenda completa. Se deben considerar los márgenes de costura, los pliegues, las pinzas y cualquier otro detalle que afecte la forma y la estructura de la prenda. En este caso, los patrones presentados llevan, como se observa en la imagen de la izquierda, 1 cm de costura ya dado, además de las pinzas y tablas correspondientes marcadas. En el caso del los bajos hay entre 2-4 centímetros de costura extra añadidos.

Una vez que los patrones están trazados, se pueden realizar pruebas y ajustes. Estas pruebas implican confeccionar una versión inicial de la prenda utilizando los patrones creados y realizar ajustes según sea necesario. Esto puede implicar modificaciones en las medidas, cambios en la forma de las piezas o incluso la creación de nuevos patrones si es necesario. No obstante, para la creación de esta colección los patrones se fueron modificando sobre las telas definitivas. No se hizo un prototipo previo, pues considero es un gasto adicional de material que en este caso podía ahorrarse. Una vez que los patrones han sido probados y

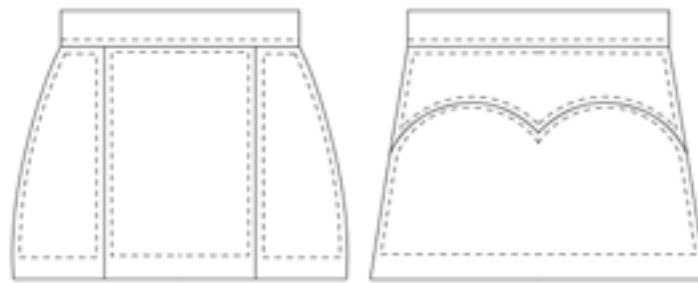
ajustados, se considera la etapa final de su realización. Los patrones definitivos se pueden transferir a papel o cartón más resistente para su uso a largo plazo. En este caso los patrones han sido digitalizados en AutoCAD e impresos en tamaño real, Din-A0 y de este modo se pueden utilizar una y otra vez para producir múltiples versiones de la misma.

La creación de patrones precisos y bien diseñados es esencial para lograr un ajuste adecuado y una construcción de calidad en la confección de prendas de moda.

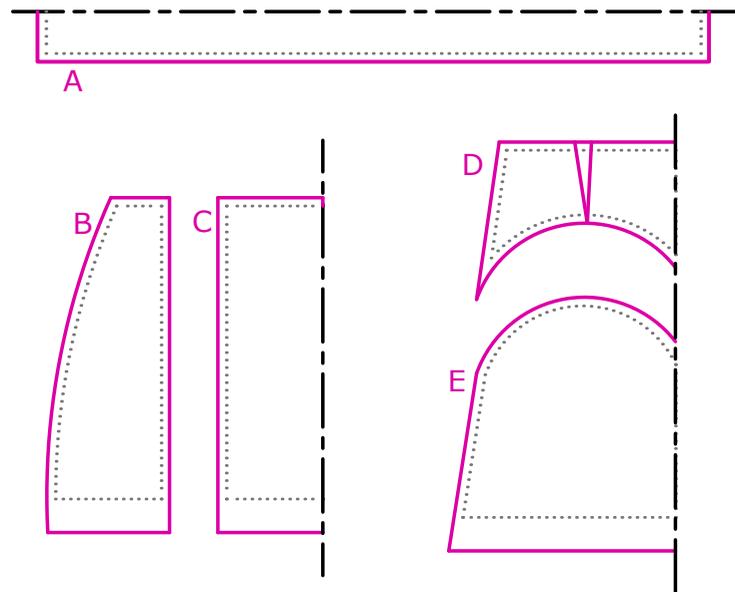


FALDA

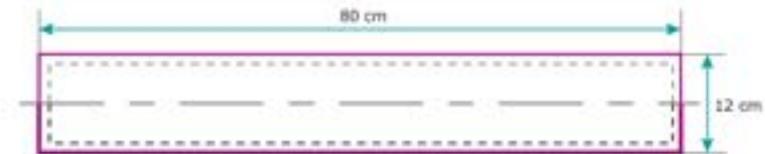
MEDIDAS



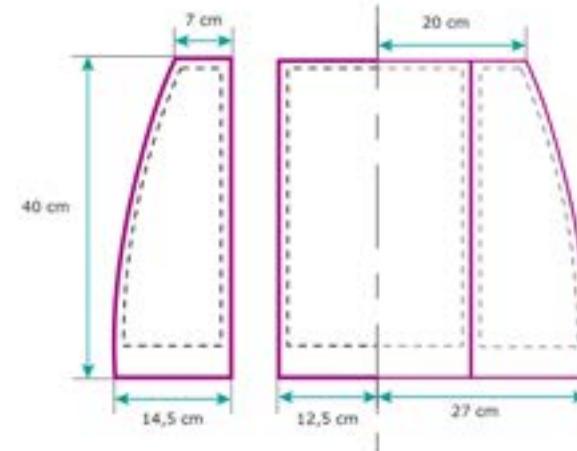
VISTA Y NUMERACIÓN DEL CONJUNTO DE PIEZAS



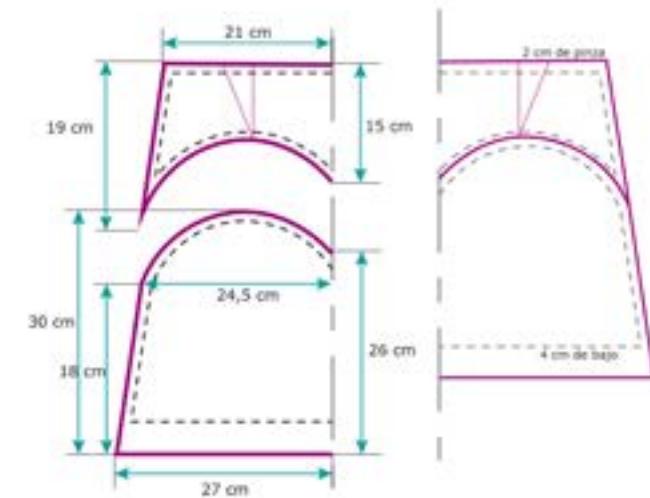
Cinturilla



Delantero



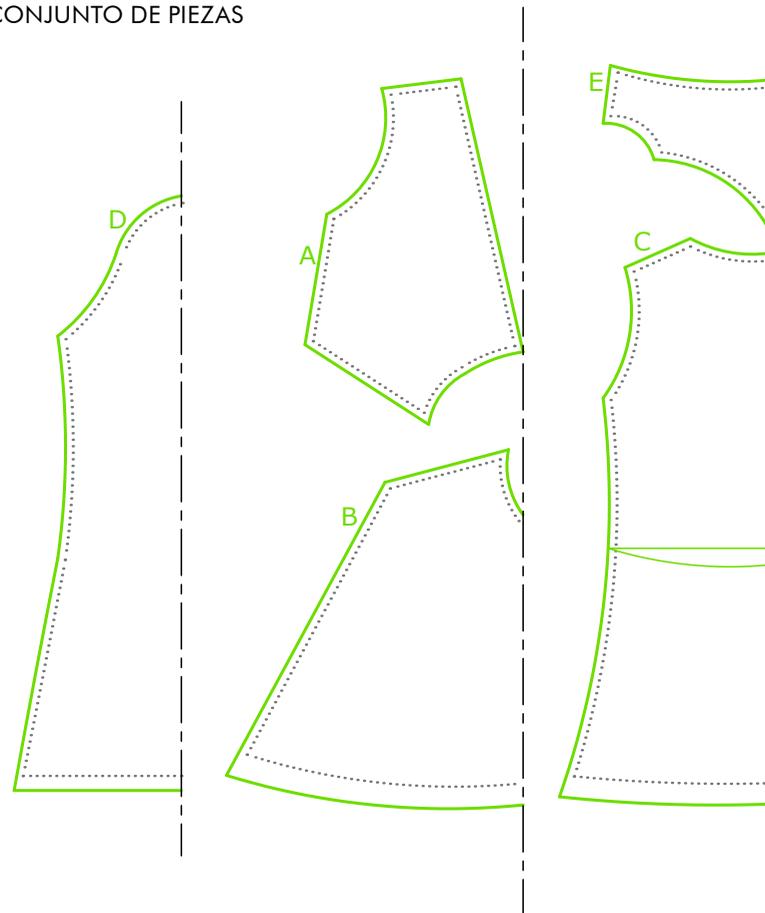
Espalda



VESTIDO

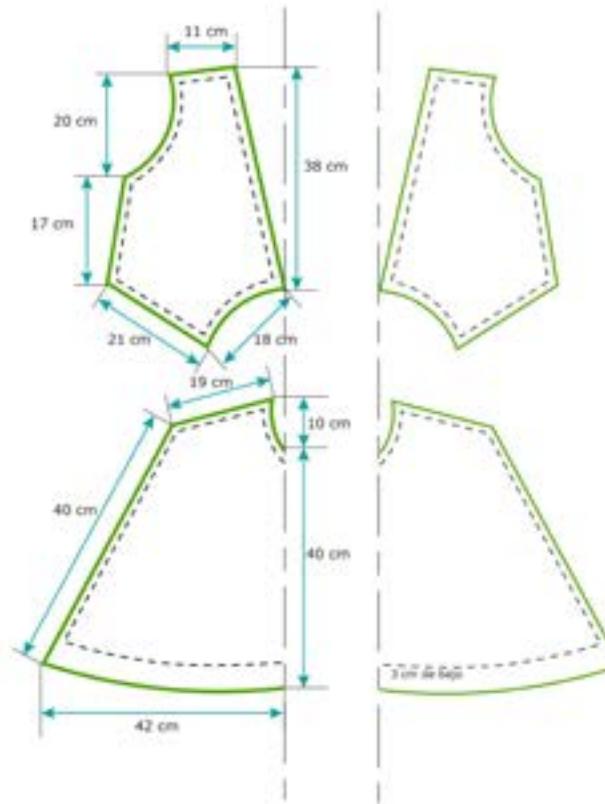


VISTA Y NUMERACIÓN DEL CONJUNTO DE PIEZAS

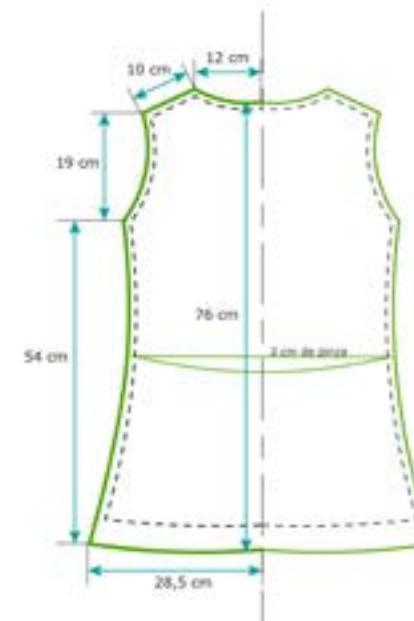


MEDIDAS

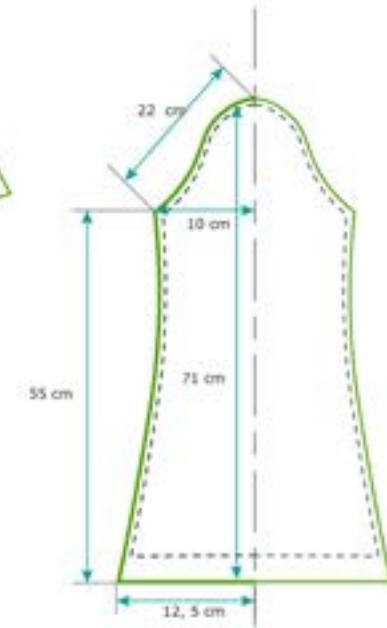
Delantero



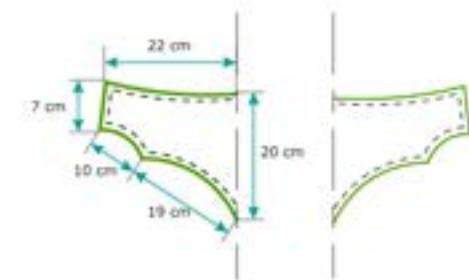
Espalda



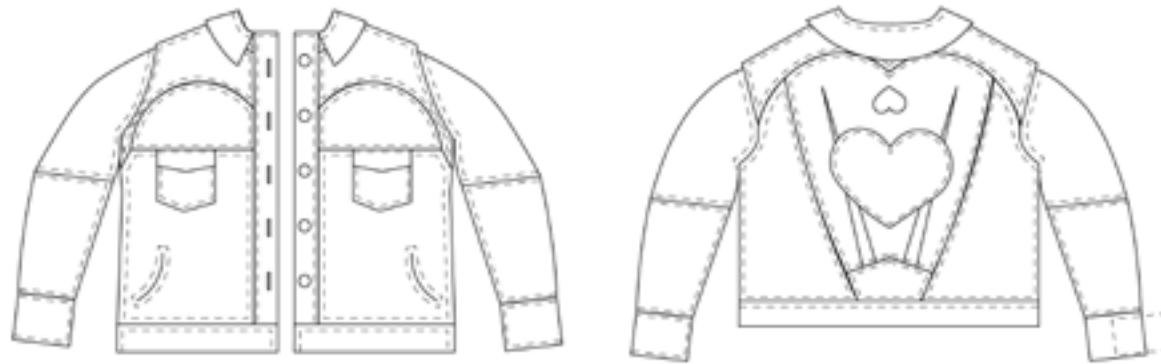
Manga



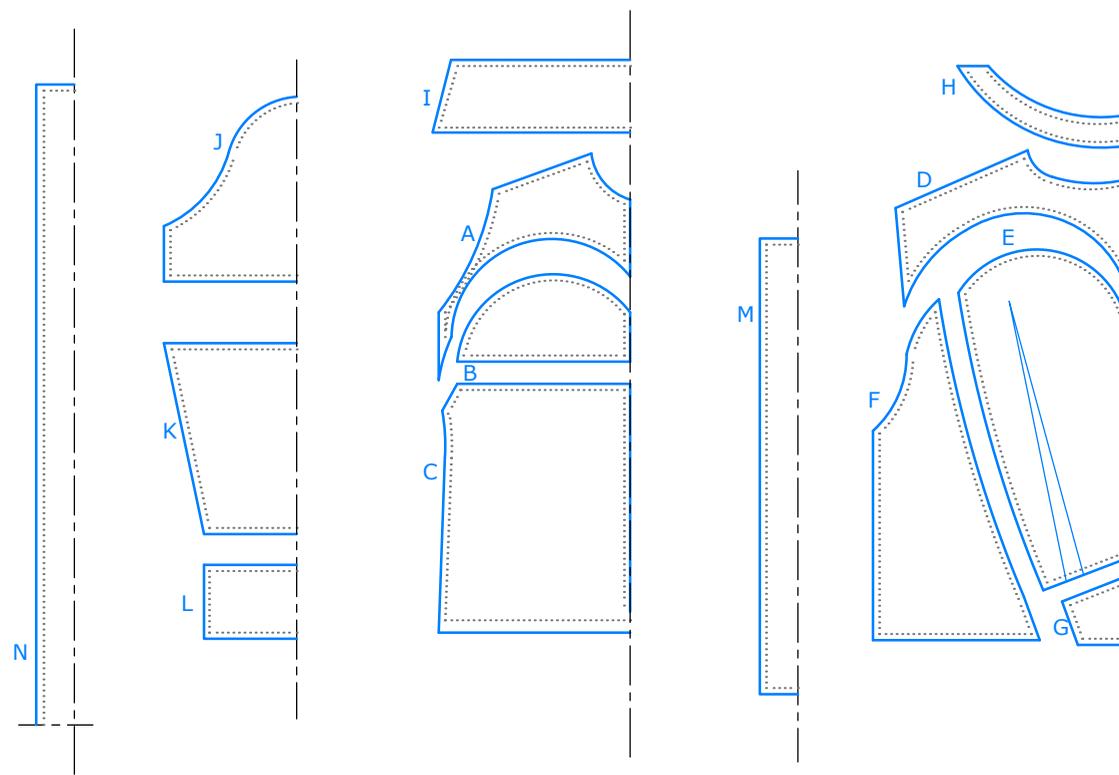
Detalle espalda



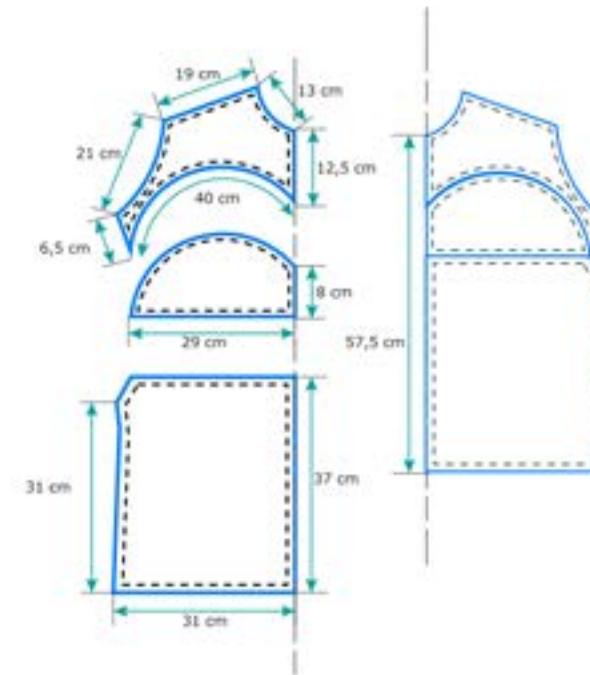
CHAQUETA



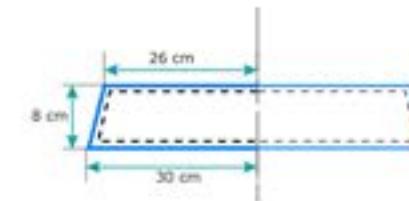
VISTA Y NUMERACIÓN DEL CONJUNTO DE PIEZAS



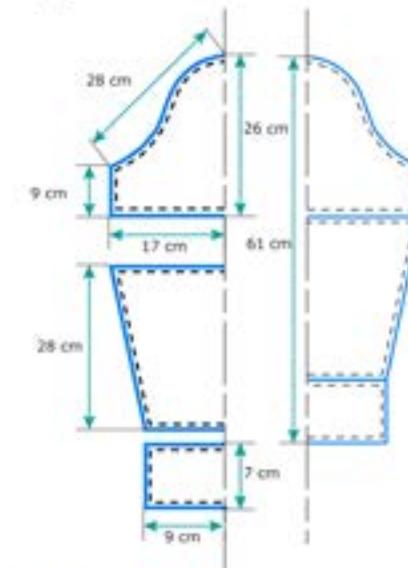
Delantero



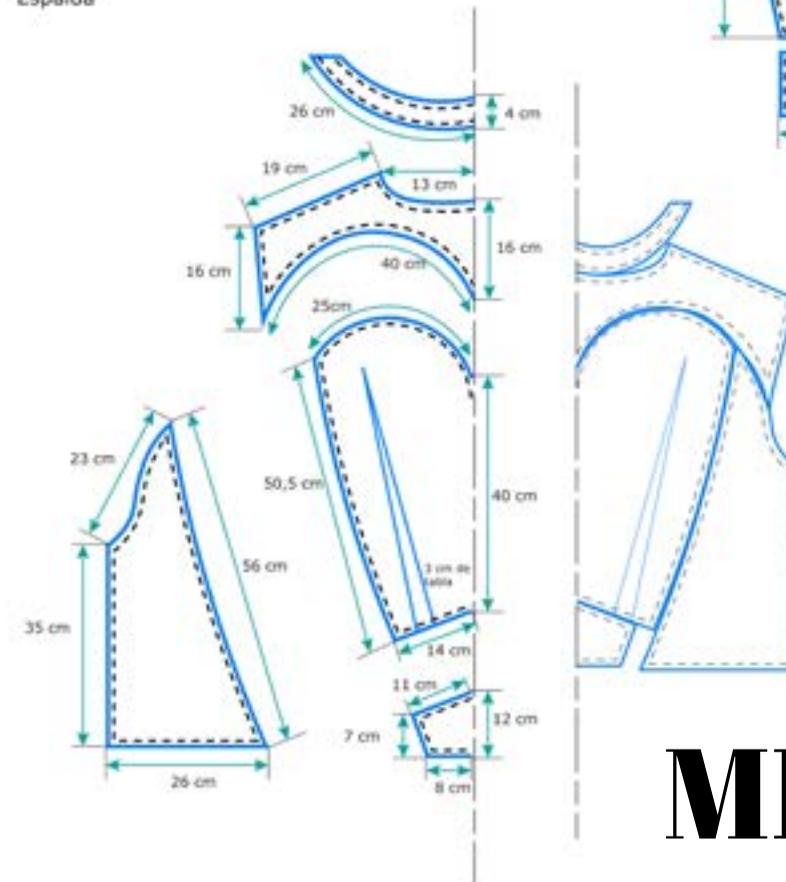
Cuello



Manga



Espalda



MEDIDAS

Proceso

Una vez que los diseños, los materiales y los patrones están definidos, comienza la etapa de confección. En este proceso es cuando se decide las combinaciones de colores definitivas, se corrigen defecto y añaden detalles. Aquí es donde entra en juego también la técnica de patchwork, que consiste en unir diferentes trozos de tela para crear un diseño más grande y coherente. El patchwork se utiliza de manera estratégica para aprovechar al máximo los materiales reciclados, creando piezas únicas y con un estilo distintivo.

Para la confección de las prendas utilizan los patrones creados previamente, adaptándolos a los materiales reciclados seleccionados. La técnica de patchwork se aplica cuidadosamente, uniendo los diferentes trozos de tela de manera creativa para formar las distintas partes de la prenda, como cuerpos, mangas o bolsillos. La precisión en la costura es esencial para obtener un acabado de alta calidad.

Durante el proceso de confección, también se pueden añadir detalles adicionales a las prendas, como apliques de tela, bordados o elementos decorativos, utilizando los materiales reciclados de manera ingeniosa y creativa. Estos detalles personalizados realzan el valor estético de las prendas y agregan un toque único a cada una de ellas.

Una vez que las prendas están confeccionadas, se lleva a cabo un proceso de evaluación y ajustes. Se revisan cuidadosamente los acabados, las costuras y los detalles para asegurarse de que las prendas cumplan con los estándares de calidad y durabilidad. Si es necesario, se realizan ajustes adicionales para mejorar el ajuste o la apariencia general de las prendas. Y por último se cosen las etiquetas, que marcaran el sello de identidad y originalidad de las prendas.



Las siete imágenes repartidas entre las páginas 28 y 29 corresponden al proceso de confección.

La chaqueta vaquera

Si tenemos que hablar de un tejido emblemático del que nunca jamás pasará de moda, ese es el vaquero. Tejido principalmente hecho del algodón, el cual es asargado de trama blanca, teñido de azul y lleva un proceso de desgastado que le da el diseño final.

También conocido como jeans, se originan como una prenda resistente para los trabajadores y esclavos de estados unidos en el siglo XIX. No obstante, a lo largo del siglo XX se convertirían en una prenda popular en todo el mundo.





PAISAJE DEL INDIGO

Strobilantes cusia es el nombre de la planta nativa de Taiwan cuyas hojas son utilizadas para la preparación del teñido con índigo. A partir del bordado y el teñido como herencia, la pieza se quiere aproximar al origen y proceso de transformación de materiales provenientes del mundo de las plantas.

Lápiz de color acuarelable y bordado en tela, hilos de algodón teñidos con índigo

75 x 147 cm

Pieza realizada en Fubon artist residence program, Taipei 2017

Se desconoce el origen exacto de la fabricación de tela vaquera, pero hay indicios de telas parecidas creadas para trabajar en India, en Génova y en Nines cuya tela llevaban Denin. Generalmente, se teñían de azul para ocultar la suciedad utilizando el Índigo, planta y conocimiento de tintado que se llevaron consigo los esclavos afroamericanos. Estos mismos fueron quienes trabajan las tierras de índigo y algodón y quienes producían la manufactura de la tela vaquera, por lo que el costo de producción era tan barato que rápidamente se extendió por todo Norte América. Utilizados por la clase trabajadora, eran también llamados "ropa de negros".

Pero los vaqueros se rasgaban con facilidad, hasta que un sastre llamado Jacob Davis patentó un sistema de remaches que reforzaban los pantalones en los puntos de tensión y se asoció con Levi Strauss, comerciante de ropa. Juntos montaron la primera compañía de los jeans más resistentes, y cuando perdieron la patente, cientos de compañías reprodujeron ese vaquero. Los cowboys los popularizaron con el cine del oeste durante la gran depresión, dando también una gran oportunidad a las mujeres de llevar pantalones, y con ello sentirse más libres e iguales en la sociedad. Y luego lo hicieron los militares durante la segunda guerra mundial. Y los jeans, se convirtieron así en una prenda que unificó EEUU, usados por todos, independientemente de su clase, género o raza.

Por primera vez en la historia, aparece en Estados Unidos el término "cultura juvenil" con la explosión de la clase media, asociado a una juventud rebelde que se desmarcaba del tradicionalismo de las generaciones de sus padres. Representados por los actores de Hollywood y estrellas del Rock n' Roll como Elvis Presley, llevaban los pantalones vaqueros de trabajo antes usados por la considerada clase inferior. Los llevaban ceñidos, y rotos, con una camiseta de deporte blanca ajustada y una chupa de cuero. Era el look de los adolescentes americanos, que los europeos copiaron paulatinamente.

En el movimiento por los derechos civiles (1954-1968) los jóvenes afroamericanos universitarios empezaron a llevar vaquero como forma de protesta y representación por sus antepasados

A partir de entonces, el vaquero ha sido muy acogido por el resto de estilos y tendencias a lo largo de las décadas, convirtiéndose en una prenda para todo el mundo. En los años 50 se llevaban de cintura alta, los hippies en los 60 consiguieron que los vaqueros ya no solo fueran para rebeldes adolescentes y los popularizaron con la música y el activismo. En el movimiento por los derechos civiles (1954-1968) los jóvenes afroamericanos universitarios empezaron a

llevar vaquero como forma de protesta y representación por sus antepasados. Los 70 los vaqueros eran acompañados y fueron todavía más estúpidos porque las estrellas musicales los llevaban y se convirtieron en un ícono de sexualidad de la mano de diseñadores como Calvin Klein. Posteriormente, en la década de los 80 y los 90, hubo muchos movimientos que se enfundaron en vaqueros. Entre ellos el punk, indomables y antisistema. El casualismo influenciado en el pop y las marcas europeas de ropa deportiva. La moda grunge con su aspecto desaliñado con referentes como Nirvana y el canal MTV. Y por último tenemos el Hip-hop que popularizó la cultura de la calle y dio la oportunidad de estandarizar las clases, con los jeans XL



en Garrido/ Acuarela 2013, 2. eres vistiendo pantalones vaqueros os 40, 3. Antiguo logo de Levi Strauss & Company

y presumiendo los logos de las marcas. Hasta llegar a la posmodernidad, donde ya no se puede hablar de una moda sino de muchas y la moda actualidad reconfigurada por el internet y el globalismo, la tela vaquera es un imprescindible en todo tipo de prendas, estilos y cortes de cada año y cada temporada.

Pero la producción del vaquero también es dentro de la industria textil de las más contaminantes. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se necesitan desde 10 000 a 20 000 litros de agua para producir un vaquero, cifra que incluye el cultivo del algodón, el teñido y el proceso de acabado, el cual le dan el aspecto desgastado. Este último proceso junto con el teñido requieren también el uso de muchos productos químicos que no solo son nocivos para el medio ambiente, sino para los trabajadores en producción textil, la gran mayoría en precarias condiciones laborales.

Aun así, todavía nos quedan buenas noticias en las que confiar como esta; "Levi's fabricará pantalones éticos gracias a un invento valenciano". La empresa desarrolladora se llama Jeanología y su tecnología consiste en fotografiar la prenda para ilustrar sobre ella el acabado que se desea. Posteriormente, utilizan el láser para obtener el resultado pesado, en tan solo 90 segundos. Lo que antes requería el uso de tóxicos, grandes cantidades de agua y 10 minutos por prenda ahora es relativamente así de sencillo. Y Levi's piensa implementar esta nueva tecnología en todas sus fábricas. Además, esta marca, gigante en la industria textil del denim están apostando fuertemente por hacer su marca sostenible. No solo con grandes tecnologías como esta, sino que apuestan por usar diseños atemporales, y usar tejidos de calidad para crear un consumo más consciente y responsable.

El viaje de los jeans de pantalones de trabajo utilitarios a un fenómeno mundial de la moda refleja su atractivo perdurable y su importancia cultural. Han llegado a simbolizar la rebelión, la cultura juvenil y la individualidad, resonando con personas de todos los ámbitos de la vida. A medida que los jeans continúan evolucionando con las tendencias de la moda, su estilo atemporal y su versatilidad aseguran que seguirán siendo un elemento básico en nuestros guardarropas en los años venideros. Y que mejor manera de que sigan siendo parte de nuestras vidas desde una perspectiva respetuosa con el medio ambiente.



Pieza de la primera exposición individual de 69: Déjà vu, ahora en el MOCA (Museo de Arte Contemporáneo) 69 es un estudio de diseños con sede en Los Ángeles desde 2011. Marca que Rompe con los límites y tiene sello de buen rollo y diversión.

MOODBOARD



Inspira ción

Inspirado en la colección de acuarelas Índigo de la artista contemporánea Jen Garrido que además de ser el color de la mezclilla, sus composiciones evocan al patchwork. De igual forma tenemos las acuarelas-collage de Ashlee Jenna todas inspiradas en la naturaleza, especialmente las que representan cielos y océanos. Transmiten las sensaciones de armonía, que quiere evocar esta colección.

Las prendas combinarán distintos retazos de denim en una composición única y vibrante. Cada parche de tela representa una historia, un momento o una experiencia, fusionando diversas telas con diferentes lavados, colores y texturas. Los tonos azules profundos se entrelazan con los más sutiles añiles, creando una paleta de colores evocadora de la naturaleza y el cielo. El patchwork se convierte en un lienzo donde se entremezclan los recuerdos, las emociones y los paisajes de nuestras vidas.

Buscaba un corte recto a la vez que algo grande, para conseguir atemporalidad y comodidad de la prenda. Siguiendo también una línea clásica de las chaquetas vaqueras como la que llevó Marilyn Monroe en la película "The Misfits". El toque especial está en los detalles, de líneas curvas, la gracia del trabajo en retales, y parches originales.

En resumen, esta chaqueta vaquera de patchwork es una fusión artística de retazos de tela que cuentan historias, expresan emociones y celebran la individualidad. Es una prenda única que te envuelve en su encanto y te invita a abrazar tu propia creatividad y originalidad.

1. Natasha Zinko/ Chaqueta vaquera extragrande de algodón acolchado con patchwork, 2. Marilyn Monroe as Roslyn Tabor in The Misfits (1961). Photo by Eve Arnold, 3. AREA/ Conjunto vaquero con aberturas, 4. Ashlee Jenna Art/ Acuarela, 5. Monki/ Colección cápsula totalmente compuesta por piezas de mezclilla recicladas



ESPALDA



DELANTERO

Las costuras, cuidadosamente ejecutadas, añaden un toque artesanal y auténtico a la chaqueta. En algunos lugares, las puntadas son visibles, recordándonos el trabajo meticuloso y el amor invertido en cada pieza. El diseño presenta una combinación armoniosa de formas geométricas, desde cuadrados y rectángulos hasta arcos y corazones, creando una estética visualmente atractiva y contemporánea.



De

tales







La mini falda

La minifalda fue toda una revolución, y ya no solo en la historia de la moda, también fue una metamorfosis trascendental para la mujer. Inspirada en las túnicas de griegos y romanos, los hombres las llevaron durante siglos como uniforme usando medias o mallas, mientras las mujeres vistieron largos vestidos y faldones que tapaban sus tobillos, hasta que el mundo empezó a cambiar y la moda se unió al cambio.

Los felices años 20 ya ayudaron a acortar el largo de los vestidos femeninos, pues era una época de diversión y prosperidad donde se buscaba un armario más cómodo y atrevido en el que las mujeres pudieran sentirse más libres. Pero la llegada de guerra apagó esta ilusión y se volvió a los estilos austeros y conservadores. Las mujeres cubrían los puestos de trabajo que los hombres dejaron por la guerra en un periodo de escasez y hambre, donde el gobierno británico implantó el Plan de Utilidad (vigente desde 1945 hasta 1952) que regulaba el diseño, fabricación, cantidad y precio de la ropa. Así nace la moda utilitaria caracterizada por diseños austeros de cortes sencillos y funcionales; chaquetas cuadradas, faldas rectas de tablas y uniformes.

Tras la segunda guerra mundial se le encarga al diseñador Cristian Dior diseñar una nueva moda con la necesidad de reconstrucción de la vida cotidiana y volver a poner a París como capital mundial de la moda.

Pero la idea también era recuperar el papel tradicional de la mujer, por lo que sus colecciones moldeaban la figura femenina con bustos redondeados, corsés y faldas voluminosas. Fue un look muy criticado por su opulencia y extravagancia en tiempos de racionamiento. Aunque en los años posteriores, cuando la economía se empezó a recuperar, el New look se consagró como el estilismo de la alta costura, No obstante empezábamos a ver pinceladas de progreso que se consolidaron en la siguiente década, con diseños como el traje camisero de Balenciaga (1957) o el sencillo traje de punto de Coco Chanel, quien volvió a las pasarelas con la necesidad de crear ropa que tuviera en cuenta la comodidad de la mujer, Criticando los diseños de Dior.

Ahora llegamos al conocido como Swinging London (Londres Vibrante) Según Pérez (2021), “una revolución cultural capitaneada por bandas musicales como The Rolling Stones y The Beatles”, pero también social y políticamente, que se dio en la Inglaterra de los años 60.

Este movimiento cultural fue impulsado por la juventud que eran un porcentaje mayoritario de la población, con buenos ingresos y estaban muy cansados de las restricciones de la sociedad conservadora de la posguerra. Buscaban Libertad, ocio, y nuevas formas de experimentar el arte y la moda. Además, se empezaron graduar las primeras promociones de jóvenes diseñadores que se sentían incompatibles con una moda tan anticuada, por lo que comenzaron a abrir sus propias boutiques.

Una de esta pionera Diseñadora fue Mary Quant, quien en 1955 abrió su tienda Bazaar en King’s Road. Empezó a coser diseños manejables con telas innovadoras y usaba cortes acampanados, suelto y muy cortos, apareciendo así las primeras Minifaldas, que rápidamente se popularizaron por su estilo fresco, divertido y gracias también a la invención de los pantis. Por otro lado, en París, que veían como Londres les comía el terreno eh influenciados por sus tendencias juveniles,

aparecen diseñadores como André Courrèges que en 1963 presento su minifalda que convidaba con botas altas. España, que por su régimen político andaba atrasada de las corrientes occidentales, la minifalda llego más tarde y lo hizo de la mano Massiel cuando gano Eurovisión en 1968 con un vestido de Courrèges. Para las mujeres fue un contexto histórico todavía más importante, empezaban a acceder a la educación y al trabajo libremente, se comercializó la píldora anticonceptiva y el movimiento feminista crecía con publicaciones como la “La mística de la feminidad, un ensayo en el que abordaba el “problema que no tiene nombre” de Betty Friedan en 1963 . Por ello, Sadie Frost (como se cita en Navarro, 2022) afirmó que “La minifalda de Mary Quant fue un corte de mangas al Gobierno”. Y una tendencia que empoderó a la mujer y se quedó en su armario para siempre.



Modelos en minifaldas de la diseñadora Mary Quant



Tamara Lempicka/ Mujer en gran ciudad

MOODBOARD



Inspira ción

“La moda se trata de romper reglas y explorar nuevas ideas”

Mary Quant

Desde el inicio la idea era crear un conjunto de chaqueta y minifalda vaquera con la misma idea y estilo que combinaran entre sí. Los conjuntos de ropa siempre presentan coherencia y armonía, pues los colores, estampados y texturas combinan complementarse entre sí, de manera equilibrada. Crean una apariencia elegante y estéticamente agradable. Se puede dar mucho uso a un conjunto, pues es muy sencillo vestirlo, no tienes que pensar con que conjuntarlo porque esto ya viene dado. Pero también puede ser tremendamente versátil. Las prendas pueden combinarse de diferentes formas para crear múltiples estilos, lo que permite maximizar el uso de cada pieza y optimizar el guardarropa al máximo.

Se buscó una minifalda muy minifalda que reafirmara los derechos de la mujer, siendo sexy a la par que elegante. Una falda corta es sinónimo también de comodidad y libertad, además evoca la diversión de los divertidos años 60 en Londres, donde nace esta pieza. De líneas recatas y entallada que dibujara la silueta femenina.

1. Ilustración propia corazones 2. Fotografía propia que refleja el Swinging London, exposición CINE Y MODA. POR JEAN PAUL GAULTIER DEL 18 DE FEBRERO AL 5 DE JUNIO DE 2022, Caixa Forum Madrid, 3. Fotografía propia Conjunto André Courrèges , exposición CINE Y MODA. POR JEAN PAUL GAULTIER DEL 18 DE FEBRERO AL 5 DE JUNIO DE 2022, Caixa Forum Madrid, 4. Lili Álvarez, la primera gran tenista española en Wimbledon, 5. AREA/ Falda vaquera, 6. Fotografía telas teñidas de índigo, 7. Brigitte Bardot, abanderada de las minifaldas

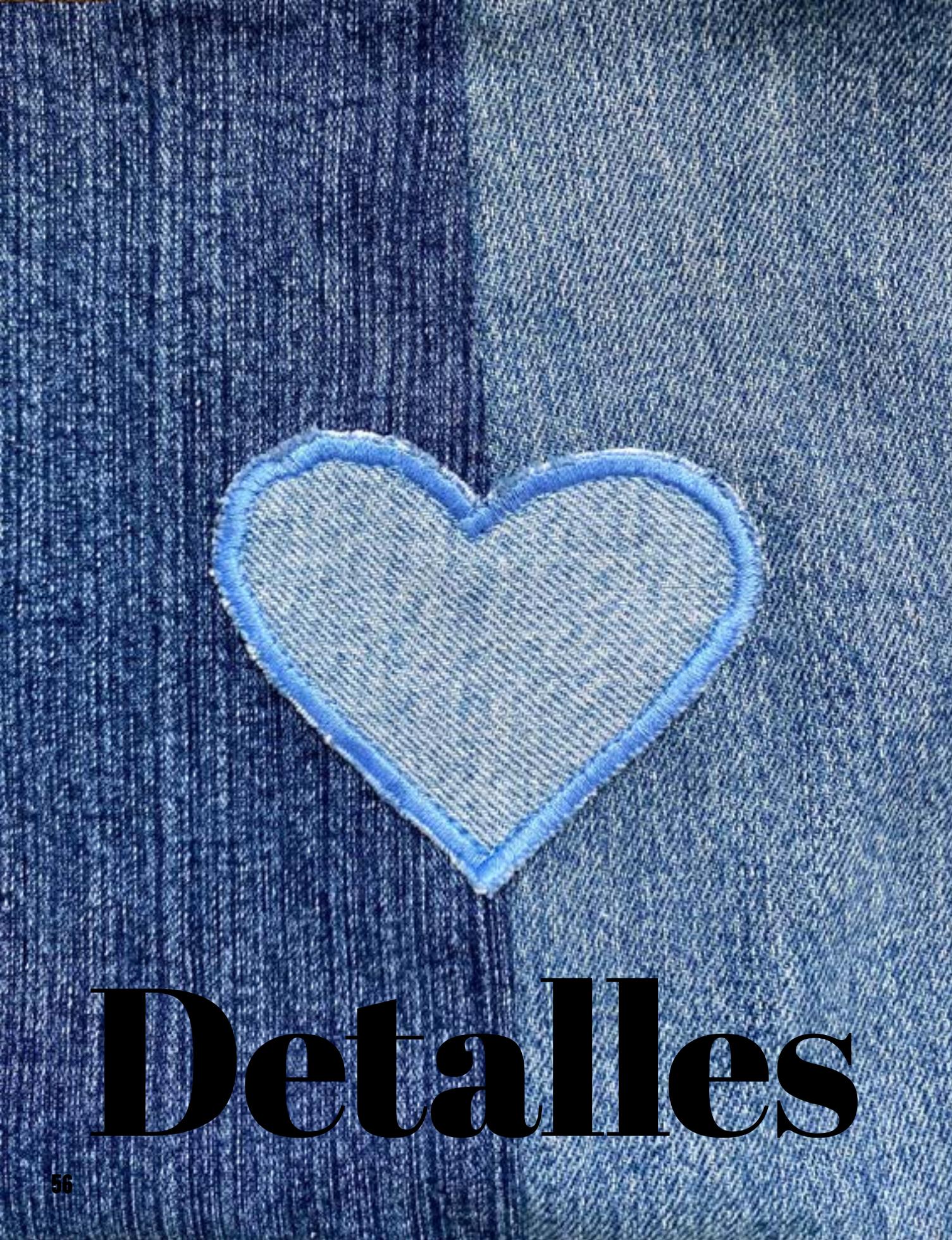


DELANTERO



ESPALDA





Detalles



Se estima que la fabricación de un solo pantalón vaquero puede requerir alrededor de 7,500 a 10,000 litros de agua.



El pequeño vestido negro

La moda es una industria en constante evolución que presenta continuamente nuevas tendencias y estilos de los cuales acaban naciendo prendas icónicas. Como es el caso del "Little Black Dress" (LBD), el pequeño vestido negro. Siendo una pieza atemporal que se ha mantenido relevante durante décadas.



Nace en la Modernidad de los años 20, con el funcionalismo de la Bauhaus, donde “la forma sigue a la función” y el “menos es más” de Mies Van der Rohe, que posteriormente sentaría las bases del minimalismo. Así, en estos diseños prevalece la utilidad, con las formas limpias y simples, colores sobrios y neutros. Donde además la mujer había empezado a ganar libertades como practicar deportes, querían ser representadas con dignidad, por lo que se buscaron siluetas andróginas.

Diseñadores como Jean Patou, propulsor de Ralph Lauren con un estilo Sport y chic, dieron las directrices de corte de este vestido, buscando la funcionalidad con líneas sencillas, geométricas y deportivas. Pero el legado del vestido negro se le atribuye a Coco Chanel quien defendía “la simplicidad como primer paso para la elegancia” (MacKenzie, 2010). Y utilizó el negro de forma trasgresora, pues hasta entonces era el color que usaban las criadas, por ser barato y fácil de limpiar. Las mujeres de la alta sociedad vestían colores claros y vivos, el negro era solo para ocasiones de luto. En 1926, Vogue publicó un vestido negro de Chanel vaticinando que se convertiría en “una especie de uniforme para todas las mujeres de buen gusto”. Goldstone (2017).

Fue todo un éxito, estrenado en una época donde las mujeres deseaban ser libres, el vestido negro representaba esa revelación con la mayor pureza formal. También, estandarizó las clases porque era relativamente barato adquirir un vestido negro. Posteriormente, con la llegada de la gran depresión y la moda utilitaria de la guerra, se extendió siendo una elección perfectamente económica y elegante.

Desde sus inicios, el vestido negro ha ido transformándose, para adaptarse a las cambiantes modas. En la década de 1950, el “New Look” de Christian Dior presentó una silueta más encorsetada, enfatizando la figura del reloj de arena y utilizó el pequeño vestido negro como símbolo de elegancia, con cinturas ceñidas y faldas amplias, personificando el glamour de esa época.

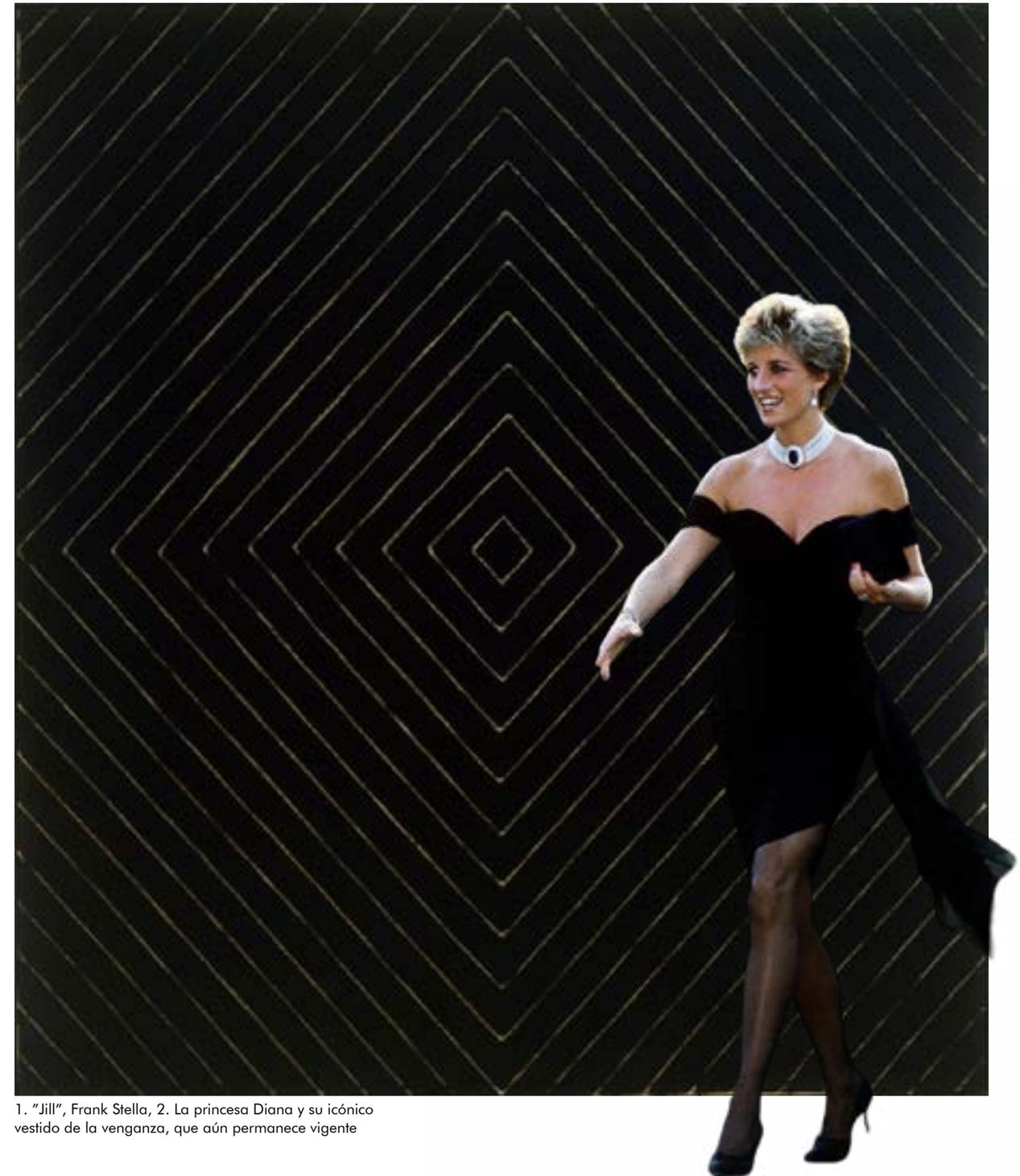
En la década de 1960, El icónico vestido negro de Givenchy de Audrey Hepburn en la película “Desayuno con diamantes” ejemplificó esta era, consolidando el pequeño vestido negro como una elección atemporal y sofisticada.

En los locos años 80, sonaba Michel Jackson, era una moda excéntrica, de punk, se llevaba el neón, el chándal, el vaquero y los leggings. Y el sencillo vestido negro se reinventó añadiéndole elementos originales como el vistidito negro con osos de Moschino (1988).

Los diseñadores minimalistas de los 90 como Calvin Klein o Jil Sander renegaron de la extravagancia de los 80. Buscaron un estilo austero, intelectual y elegante, por lo que el vestido negro fue su abanderado. En esta década vimos incluso a la Princesa Diana llevar su LBD que pasaría a la historia como el vestido de la venganza, pero a ella “usó el vestido para recuperar su espacio en la narración, afirmándose a sí misma y a su independencia.” (Adamiyatt, 2022)

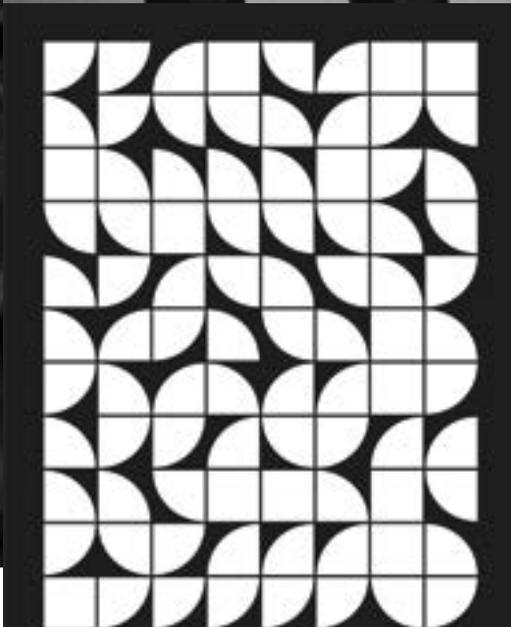


El atractivo perdurable del LBD radica en su capacidad para trascender el tiempo y las tendencias. Es un lienzo en blanco sobre el que se puede expresar el estilo individual, y personalizarlo. La sencillez y la elegancia discreta lo convierten en un elemento básico de vestuario que se puede vestir en todo tipo de ocasiones. Además, se ha convertido en un símbolo de empoderamiento y confianza. Encarna la noción de que uno no necesita colores llamativos o adornos excesivos para hacer una declaración. El pequeño vestido negro es un testimonio de la creencia de que la simplicidad puede ser tan poderosa como atractiva.



1. “Jill”, Frank Stella, 2. La princesa Diana y su icónico vestido de la venganza, que aún permanece vigente

MOODBOARD



BAUHAUS

Inspira ción

“Menos es más”

Mies van der Rohe

Versátil y sencillo, perfecto para un sin fin de ocasiones. Inspirado en la elegancia del clásico vestido negro que Coco Chanel populariza llevado por Audrey Hepburn en *Desayuno con diamantes*. Busca la comodidad y el representar a la mujer como la pionera tenista española Lili Álvarez, que ya lucía vestidos cortos en los años 20 para jugar al tenis.

Imaginamos un vestido pequeño negro que evoca elegancia y encanto, con un toque especial que lo hace destacar entre la multitud. Este vestido corto de mangas acampanadas se convierte en una expresión de amor y feminidad a través de sus detalles únicos en forma de corazón.

El color negro, símbolo de sofisticación y misterio, envuelve suavemente la figura, realzando la belleza natural y dota a la mujer de una confianza radiante. Las mangas acampanadas añaden un toque de romance y movimiento a cada paso, creando un aura de graciosa y delicada. En equilibrio perfecto entre lo clásico y lo contemporáneo. Su silueta ajustada resalta la figura, y una abertura central que le da un toque atrevido. La combinación de líneas limpias y detalles encantadores crea un contraste cautivador, capturando la atención de todos a tu alrededor.

1. Cantante Aitana con vestido de la diseñadora Pepa Salazar, 2. Coco Chanel presentando en un pequeño vestido negro, 1926, 3. Mōnot/ Mini vestido asimétrico con abertura, 4. Ilustración propia/ Corazón Blanco sobre fondo negro, 5. Tela negra de satén, 6. Póster Bauhaus



DELANTERO



ESPALDA





Según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), se estima que alrededor de 170 millones de niños están involucrados en trabajo infantil en diversas industrias, incluida la industria de la moda.



De ta lles





Los detalles en forma de corazón, meticulosamente incorporados en el diseño, aportan un toque de dulzura y romanticismo





BIBLIOGRAFÍA

Affaticati, A., Affaticati, A., Buxbaum, G., & Buxbaum, G. (2007). Iconos de la moda: el siglo XX (1ª). Electa.

Adamiyatt, R. (2022, 28 noviembre). The Story of Princess Diana's Revenge Dress—And Why We Still Can't Get Enough of It. Town & Country. Retrieved from <https://www.townandcountrymag.com/style/fashion-trends/a41913960/princess-diana-revenge-dress-history/>

Baxter-Wright, E. (2006). Vintage Fashion: Collecting and Wearing Designer Classics. Carlton Publishing Group.

Brower, C., Mallory, R., & Ohlman, Z. (2005). Diseño eco-experimental: Arquitectura, moda, producto. Gustavo Gili.

Cn, R. (2018, 6 marzo). Levi's fabricará pantalones éticos gracias a un invento valenciano. Código Nuevo. Retrieved from <https://www.codigonuevo.com/nosotrxs/levis-fabricara-pantalones-eticos-gracias-Invento-valenciano-AOCN128910>

Davies, H. (2010). Cuadernos de bocetos de diseñadores de moda (1ª). Blume.

Goldstone, P. (2017). A short yet comprehensive history of the little black dress. Marie Claire UK. Retrieved from <https://www.marieclaire.co.uk/fashion/little-black-dress-524293>

MacKenzie, M. (2010). -lsmos: Para entender la moda. Turner.

Méndez, M. J. P., & Méndez, M. J. P. (2022, 13 abril). ¿Es el vintage sostenible (de verdad)? Hablamos con Sophie Hersan, cofundadora de Vestiaire Collective. ELMUNDO. Retrieved from <https://www.elmundo.es/yodona/moda/2022/04/13/6256a4c121efa039748b4599.html>

Navarro. (2022). El mito de la minifalda. El País. Retrieved from <https://elpais.com/cultura/2022-03-02/el-mito-de-la-minifalda.html>

Phillips, N. (2020, 19 febrero). Moda vintage: la solución de quienes quieren ser sostenibles pero no repetir look. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/moda/articulos/moda-vintage-como-comprar-sostenibilidad-look-intagram>

RiusBarcelona, M. (2017, 19 marzo). Lo que la afición al vintage y lo retro dice de nosotros. La Vanguardia. Retrieved from <https://www.lavanguardia.com/vida/20170319/42953844529/consumo-retro-vintage-nostalgia-consumo-millennials-tendencias-moda.html>

Se espera que la ropa de segunda mano represente el 27% de la moda que consume el comprador promedio en 2023. (s. f.). BCG Global. Retrieved from <https://www.bcg.com/press/8november2022-se-espera-que-la-ropa-de-segunda-mano-represente-el-27-de-la-moda-que-consume-el-compr>

Tobin, J., & Dobard, R. G. (1999). Hidden in Plain View: A Secret Story of Quilts and the Underground Railroad. Retrieved from https://openlibrary.org/books/OL386998M/Hidden_in_plain_view

United Nations World Water Assessment Programme. (2017). Wastewater: The Untapped Resource - The United Nations World Water Development Report 2017. Retrieved from <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/20448>

Von Gwinner, S. (1988). The History of the Patchwork Quilt: Origins, Traditions and Symbols of a Textile Art. Schiffer Craft.

YAIZA VEGA DIEZ



La revista "YAI YAI" es un anexo al trabajo de fin de curso presentado por Yaiza Vega, como parte de sus estudios académico del Grado en Diseño por la Universidad Complutense de Madrid.

Edición, Diseño, Maquetación, redacción y fotografía; Yaiza Vega Díez
Modelo principal: Ana Moreno

Julio 2023



