



UNIVERSITAT
JAUME I
Facultat de Ciències Humanes
i Socials · FCHS
Departament de Ciències
de la Comunicació

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO

La Circular, Magazine de Moda Comprometida

URL: <https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular>



@lacircularmoda



@lacircularmoda

Autor/a del trabajo: Marta Zanón Monzó

Tutor/a del trabajo: María José Picó Garcés

Modalidad del trabajo: Línea C2. Medio digital especializado

Curso: 2022 - 2023

ÍNDICE

1. Introducción.....	3-4
2. Diseño de la publicación.....	4-9
3. Contenidos de la publicación.....	9-13
4. Valoración final.....	14-15
5. Resumen ejecutivo en inglés.....	15-19
6. Anexo.....	20-38

1. Introducción

El sector textil es uno de los más contaminantes del planeta y, sin embargo, muchos consumidores desconocen los daños que produce. El *fast fashion*, conocido por producir millones de prendas de ropa al año en tiempos muy cortos, conlleva a un consumo masivo innecesario. Se trata de prendas fabricadas con materiales sintéticos de baja calidad que dañan el planeta. Según la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo, la producción de ropa y calzado emite el 8,1% de las emisiones de CO2 a la atmósfera, contribuyendo a la polución del aire.

De esta manera, estos últimos tres años —en especial después de la Pandemia—, la **sostenibilidad** en los productos textiles esta cada vez más presente en hechos como el uso de materiales reciclados, consumo de prendas de segunda mano y popularidad de marcas sostenibles. Es por ello que, en mi proyecto de Trabajo de Fin de Grado, voy a dar visibilidad e informar sobre la sostenibilidad y nuevas tendencias de la industria de la moda en Valencia.

La moda es un sector que forma parte de nuestro día a día más de lo que nos pensamos ya que todos nos tenemos que vestir todos los días del año. El nombre de mi medio digital es **La Circular: Magazine de moda comprometida**. La elección del nombre viene del documento informativo que nos daban en el colegio para informarnos sobre algún deber: la Circular Escolar. Para mi proyecto, *La Circular* es un cibermedio que informa sobre economía circular dentro del sector textil.

Los objetivos que me gustaría conseguir con la creación y seguimiento del medio digital son los siguientes:

- Mostrar cómo son los procesos de sostenibilidad en las marcas.
Contactar con marcas sostenibles en Valencia que me puedan enseñar de cerca cómo son los procesos de sostenibilidad y qué características tiene una prenda sostenible: por qué tiene un coste más alto, que

ventajas tiene o las diferencias de una realizada con materiales de baja calidad.

- Conocer e informar sobre los perfiles y referentes del mundo de la moda en Valencia. Es uno de los propósitos más necesarios para la elaboración de mi cibermedio: sin fuentes no puedo informar. Conocer perfiles en moda especializados en sostenibilidad.
- Informar sobre cómo impacta el mundo de la moda en la economía valenciana y sus efectos sobre el medio ambiente. Conocer cómo afecta el *fast fashion* y dar visibilidad de ello para reducir el consumo de estas prendas.
- Divulgación de primera mano eventos, ferias o mercados sobre moda. Poder cubrir eventos sobre moda en los que se traten temas relacionados con mi cibermedio: sostenibilidad, consumo y nuevos proyectos.

Toda la información que ofrezca en *La Circular* va destinada en especial a un target específico: personas jóvenes interesadas por la moda sostenible e innovadora. En general, me gustaría centrarme en la **Generación Z**, ya que son el grupo de personas que promueven las nuevas tendencias y consumen prendas de todo tipo, desde empresas como Inditex hasta marcas de segunda mano. Son un grupo de personas que apuestan por la economía circular.

2. Diseño

Dado que la sostenibilidad es un tema cada vez más presente en la sociedad actual y cobra una gran importancia en el sector de la moda, hay algunos medios especializados en moda sostenible, que serían mi competencia.

Mencionar medios como *The Ecologist*, la revista online sobre moda sostenible impulsada por la plataforma Planeta Moda. Destacar también *VEIN Magazine*, la revista digital independiente que informa sobre moda, arte, objetos de deseo, bodegones, belleza... todo con un matiz atemporal. Por último, señalar la revista AMSE, la Asociación de Moda Sostenible en España.

En relación a las características principales de diseño de mi medio digital, señalar que presenta una plantilla sencilla, con colores muy neutros y poco cargada, en general, un estilo muy minimalista.

De esta manera, la identidad corporativa esta representada por tres colores y una tipografía exacta. En primer lugar, el color principal es el blanco, utilizado en el fondo de la página web. El negro, por otro lado, lo podemos ver en la tipografía de los artículos y en el logo del medio. En último lugar, he utilizado un verde aguamarina para tipografías como títulos, destacados, nombre de las secciones y algunos fondos.

Respecto a la **tipografía escogida** para el medio, mencionar dos tipos: una para los títulos y subtítulos y otra para el texto. La primera, escogida para títulos se caracteriza por tener serifa, lo que la hace más visible y llamativa. Se llama Playfair Display.

La **tipografía escogida** para el texto, sin embargo, no lleva serifa y es más simple. Se trata de un tipo de letra clásico y sencillo para que la lectura sea más fácil. Se llama Proxima Nova.

En cuanto a la **estructura del medio**, mencionar que va a estar compuesta por cinco secciones. En primer lugar, la página principal o *Home*, donde podrás encontrar la actualidad más diaria del medio —últimas noticias o artículos más destacados—, un resumen del medio digital y será lo primero que verás al entrar.

En segundo lugar, la primera sección especializada se llama **Eco** y ahí podrás encontrar artículos que informan sobre los procesos de sostenibilidad en una prenda. Dentro de esta sección podrás localizar categorías: producción, medio ambiente y calidad.

La siguiente sección es **Consumo**, donde divulgo sobre que tipo de consumo es el correcto para aportar una mayor responsabilidad a la hora de comprar ropa. Informar sobre los diferentes tipos de consumo que puede tener una prenda. En

esta sección hablo sobre el consumo en tiendas *vintage* o de segunda mano, eventos de venta de ropa o compra de productos nuevos pero sostenibles.

La cuarta sección se llama **Proyectos**, donde informo sobre nuevas iniciativas o proyectos que hay en la capital valenciana sobre el sector textil y su relación con la sostenibilidad. Hablo sobre marcas que lanzan nuevas iniciativas o empresas que crean proyectos nuevos para avanzar en términos de sostenibilidad.

Por último, una sección que nunca puede faltar es la de contacto. La he llamado **Sobre Mí**, y ahí expongo una breve presentación sobre el medio y los medios necesarios para contactar. Añado además las redes sociales.

La plataforma que he usado para la creación del medio digital es **WIX**. Se trata de una de las plataformas que más he usado, tanto en la universidad como en mis prácticas, por lo que, es de las que más conocimiento poseo y más fácil me resulta. **WIX** me permite desarrollar una página web en muy poco tiempo de manera rápida e intuitiva. No tengo que poseer grandes conocimientos de web para usar esta plataforma, por lo que es muy productiva, me ahorra tiempo y además es gratuita, por lo que no invierto costes en ella.

En relación a las **redes sociales** que voy a usar diariamente, mencionar dos muy populares y en tendencia: Instagram y Twitter. La primera es una de las redes sociales más populares e importantes en el momento, además de ser uno de los mecanismos de visibilidad principales de muchos medios digitales. Instagram para empresas o medios aporta beneficios como resultados en tiempo real sobre tu contenido, estadísticas sobre seguidores y cómo estos interactúan con tu perfil.

Considero que **Instagram** es una red social que *La Circular* debe tener, ya que hoy en día, si no estas en esa red social, no existes. Además, en cuanto a sostenibilidad, las marcas de moda comunican todos los procesos y motivos a través de Instagram, por lo que es una de las más relevantes.

Las **publicaciones** que he realizado en Instagram son informativas sobre los artículos del medio digital. Asimismo, todas las publicaciones siguen el mismo modelo: he creado plantillas en **Canva**, ya que es una plataforma muy práctica que me ofrece editar en el formato de Instagram (1:1). El diseño es similar en todas ellas: el fondo, con el color corporativo del medio digital, verde aguamarina, la introducción del logo en la parte inferior y la utilización de los mismos colores en la tipografía.

He querido utilizar el mismo diseño para crear una imagen de marca reconocida. Sin embargo, he ido cambiando la colocación de las imágenes o el texto para que no sea tan repetitivo. Por otro lado, todo lo que hay en Instagram ha sido publicado también en las historias de la red social, ya que de esta manera se le da más visibilidad al contenido.

Twitter es, por otro lado, la segunda red social que he seleccionado para el medio digital. Se trata de una red social muy popular y usada en el sector periodístico. Asimismo, es una plataforma en la que el texto es lo principal. Si bien es cierto que la aplicación te deja publicar imágenes, Twitter se rige por la publicación de texto y enlaces a páginas externas. Por ello, he escogido Twitter para publicar los enlaces a los artículos publicados en el medio digital.

Mi perfil de **Twitter** he querido que tenga una estética lo más similar posible al medio digital. En la foto de perfil, he colocado el logo de *La Circular*. En cuanto a la imagen de fondo del perfil, he colocado la misma que aparece en la página de inicio del medio digital. Se trata de un collage sin derechos que me he seleccionado de Canva en el que las imágenes muestran moda, naturalidad y medio ambiente.

Por otro lado, en **Twitter** he publicado una breve descripción de la publicación del medio digital y a continuación el enlace a la misma. Se trata de una red social que te permite añadir el enlace de una manera muy práctica y visible. Por ello, he considerado que crear esta red social para *La Circular* sería una buena opción para ofrecer al usuario otra manera de acceder a las publicaciones.

La creación de un medio digital trae consigo una serie de **gastos**. En mi caso, como se trata de un medio creado para mi Trabajo de Fin de Grado, los gastos serán varios. En primer lugar, el transporte. La mayoría de las entrevistas son presenciales, por ello, he tenido que desplazarme a diferentes lugares en los que he quedado con la persona entrevistada. Del mismo modo, he tenido también que acudir a eventos, ferias o mercados relacionados con la moda, para los que he tenido que desplazarme.

Otro gasto a tener en cuenta es la **página web**. Si bien es cierto que WIX es una plataforma online gratuita y ofrece numerosas ventajas, tiene algunas restricciones. Si superas los 500 MB de almacenamiento en la web —con la subida de imágenes, vídeos, audio, o cualquier tipo de archivo—, debes pagar por la versión *Premium* en la que te ofrecen más memoria. Además, numerosas aplicaciones para editar videos como *Premiere* son de pago, por lo que el pago de algunas plataformas para realizar mis proyectos sería otro gasto.

La creación de un medio trae además otros gastos como el **equipo de producción**: micrófonos, cámaras, trípodes y ordenadores, entre otros. Todo ello es necesario a la hora de grabar y editar vídeos o audios, y, muchas veces es esencial para la creación tanto de noticias como de reportajes.

Por último, mencionar el establecimiento. Si no trabajas desde casa, debes estar en una oficina o lugar de trabajo que tiene un costo y debes pagarlo. En general, son varios los gastos que tiene la creación de un medio digital y, debes tenerlos en cuenta antes de comenzar.

En relación con los ingresos, dado que se trata de un Trabajo de Fin de Grado, no voy a obtener remuneración por ello. Sin embargo, en el caso de que fuera la creación de una empresa de comunicación, los ingresos los obtendría a través de diferentes vías: con la publicación de contenido *branding* —hablar de marcas en tus artículos—, por suscripción o por el pago por contenido específico.

De la misma manera que el medio digital trae consigo diferentes gastos que hay que tener en cuenta, debemos conocer los medios de ingresos que se disponen.

El más usual es el publicitario. Hoy en día, está muy presente **la publicidad en redes sociales**, sobre todo en marcas y medios de comunicación. Instagram, por ejemplo, ofrece diferentes posibilidades de publicidad en la red social. Además, al estar conectado con Facebook, te da la posibilidad de colocar publicidad en ambas redes.

Por otro lado, el **método de suscripción** es muy habitual en medios de comunicación. Las piezas más exclusivas pueden llevar un coste diferente, mediante el cual los medios obtienen ingresos.

Por último, mencionar el pago de marcas por publicidad en tus publicaciones. En el caso de las revistas, es muy usual que las marcas paguen a los medios para que hablen de ella o de sus nuevos lanzamientos, por lo que sería otro método de obtener ingresos.

3. Contenidos de la publicación

Los contenidos muestran un enfoque hacia la **sostenibilidad en la moda** y cómo la vemos en Valencia. Además, reflejo aspectos para tener un consumo más sostenible a la hora de comprar ropa. He decidido tratar estos temas porque están relacionados con la especialidad de mi cibermedio.

En primer lugar, he realizado diversas entrevistas en formato pregunta-respuesta. Una de ellas ha sido para la estilista, asesora de imagen y consultora de moda **Bianca Fuentes**. Me ha parecido una fuente muy necesaria ya que tiene una larga trayectoria en el mundo de la moda y creó hace tres años un proyecto llamado “Estilismo Consciente”, donde aboga por crear un consumo responsable y sostenible.

En la entrevista me cuenta su experiencia como estilista y cómo llegó a donde está actualmente. Trabaja para la marca **Upcyclick** como estilista, a la vez que tiene sus propios clientes en Ámsterdam, donde reside actualmente. Además, me comenta una serie de consejos para tener un consumo más sostenible y refleja las diferencias que hay con los países fuera de España en términos de sostenibilidad.

Otra entrevista a destacar ha sido a **Maria Cano**, fundadora de la marca de complementos veganos **Canussa**. Se trata de una marca que muestra un gran compromiso por la sostenibilidad, el reciclaje y el consumo responsable. Todos los bolsos y complementos son realizados en piel vegana, extraída de frutas como el caqui. Además, tienen un producto que se utiliza para colgar los bolsos que ha sido creado a partir de residuos del sector automovilístico y de piezas de bolsos que acabarían en el vertedero.

Por otro lado, he publicado también una galería fotográfica del espacio físico o tienda de la marca **Gonzalo Villamax**, situada en el barrio de Ruzafa de Valencia. Gonzalo Villamax nace en 2008 en Argentina y es una firma de moda sin género, local y sostenible. La marca apuesta por dar voz a trabajos artesanos como las costureras, quienes están en la tienda.

El espacio físico refleja exactamente los valores de la marca. Considero que este tema era una buena opción para hacer la galería ya que se trata de una marca que trabaja a kilómetro cero, apostando por artistas valencianos y productos locales.

La segunda galería fotográfica que he publicado ha sido sobre la **Pasarela Barreira 2023: Renewal**. La Escuela de Arte y Diseño Superior, Barreira, realiza todos los años un desfile donde se exponen los trabajos finales de los estudiantes de Diseño de Moda. Este año, en su undécima edición, fui invitada a la pasarela y me pareció un tema muy bueno para la galería. Renewal habla sobre los cambios que puede realizar el mundo de la moda en el paradigma actual, respecto al medio ambiente y la sostenibilidad.

Otras publicaciones que se incluyen en el cibermedio son: nuevas colecciones de moda sostenible, eventos relacionados con la moda de calidad y noticias destacadas sobre el sector textil. Entre la presentación de nuevas colecciones, destacar la de **ReClick** una colaboración de dos marcas sostenibles en Valencia el 18 de mayo. En el evento se presentaban diez sandalias creadas a partir de residuos como bolsas de plástico. En el cibermedio publiqué la noticia

días antes de que se realizará y el mismo día de la presentación una crónica con fotografías realizadas por mi.

Destacar además entrevistas realizadas a profesionales del sector. Una de las entrevistas que más disfrute fue a **José Royo**, gerente en la empresa de tejidos e hilados **Tejidos Royo**. Tuve el placer de visitar la fábrica Picassent y conocer las instalaciones y los tejidos que fabrican. En la conversación conocí los tipos de materiales sostenibles con los que trabajan y cómo de difícil es producir textil en España. Tejidos Royo es una de las empresas de tejidos líderes del sector por lo que me encantó poder hablar con José Royo.

Asimismo, he hablado con **Mariola Marcet**, fundadora de la marca **Upclick**, marca donde dan una nueva vida a las prendas de forma sostenible y colaborativa. Dos veces al año, se presenta el *Upcycling Festival* en Las Naves, donde Mariola es una de las encargadas. He tenido la oportunidad de ir al segundo festival de *Upcycling* celebrado en Las Naves el 9 de junio. En él, los asistentes tienen la posibilidad de dar una nueva vida a sus prendas y complementos mediante talleres de rediseño y customización.

Otra entrevista en la que me sentí muy cómoda fue a la diseñadora **Alba García**, fundadora de la firma de alta costura valenciana **Cache Croche**. Alba realiza sus prendas con materiales reciclados del mar y utiliza también muchas veces la técnica del upcycling, por ello he considerado que sería una buena opción hablar con ella y entrevistarla.

Alba está realizando un proyecto muy enriquecedor sobre Joaquín Sorolla en homenaje a sus cien años de fallecimiento. Con el apoyo de diversos artistas, han creado 23 vestidos inspirados en los cuadros de Sorolla y los mostrarán en un desfile en la ciudad de Jávea en septiembre.

Otro de los contenidos a destacar de mi cibermedio es el **reportaje audiovisual**. He decidido realizarlo sobre el *copywriting* en términos de sostenibilidad. Hablo sobre la importancia del texto a la hora de comunicar sostenibilidad, en las páginas web de las marcas o en las tiendas físicas. En el reportaje he querido

mostrar la importancia del *copy* cuando informamos y cómo detectar si una prenda es sostenible. He hablado sobre los materiales, los términos ambiguos, la publicidad sostenible y *greenwashing*. He querido dar voz a cómo de importante es estar informado sobre los materiales de las prendas y conocer la marca que estamos consumiendo.

Para la realización del reportaje he contactado con tres fuentes. En primer lugar, **Gloria Montañés**, fundadora de la agencia de comunicación Itrend y copywriting en la empresa. **Ángeles López Sáenz**, consultora de sostenibilidad para marcas de moda. Por último, **Silvia Vaquero**, digital copywriter en Itrend.

Para el **reportaje radiofónico**, he decidido hablar sobre la sostenibilidad de marcas de moda en las redes sociales. Hoy en día, vivimos en un mundo digital y globalizado, donde las redes sociales forman parte del día a día de miles de personas en el mundo. Un mundo donde sin redes sociales, muchas marcas no serían conocidas ni lograrían tener una imagen de marca destacable. Para ello, he contactado con cuatro fuentes diferentes. **Uiso Crespo** es periodista y community manager. En segundo lugar, **Andrea Linares**, fotógrafa y community manager en Fem Marketing Valencia. Por último, he podido hablar con la periodista y community manager **Ángela Moreno**.

Para el **reportaje escrito**, he decido tratar un tema que está volviendo: la **artesanía**. Hace unos años, la corriente de la artesanía y los productos hechos a mano está resurgiendo en la sociedad. Cada vez el usuario valora más la calidad y el servicio del producto, así como la sostenibilidad. Profesiones perdidas de la industria de la moda como las modistas, los artesanos, joyeros y hasta zapateros, están volviendo a introducirse en el mercado.

Para la realización del reportaje he contactado con tres fuentes diferentes. En primer lugar, con **Lucas Zaragosí**, CEO de Estudio Savage y docente en la Escuela de Arte y Diseño Superior Barreira. Lucas tiene una marca de moda hecha a medida en Valencia y, además, es el director del Master en Artesanía Contemporánea en Barreira.

También he contactado con **Macarena Surís**, fundadora de Surisoul, diseñadora y artesana. Macarena trabaja para grandes marcas de lujo en la realización de trabajos artesanales y, además, trabaja como artesana en el taller Manufacturas Vaello, en el barrio de Ruzafa de Valencia.

Por último, he podido hablar con la diseñadora y artesana **Bárbara León**, fundadora de Re_ by Bárbara León, marca de calzado reconstruido a partir de residuos.

Destacar además otras publicaciones diarias de *La Circular*, como una editorial sobre las nuevas normas de la UE en relación con la moda rápida. Los últimos meses se han debatido diferentes aspectos del *fast fashion* que generan contaminación y explotación laboral, desde el Comité de Congresos de la UE se han planteado diferentes normas.

Por último, he publicado **noticias de actualidad** relacionadas con la sostenibilidad textil en *La Circular*, como, por ejemplo: creación de plataformas de segunda mano propias de cada marca, colaboraciones con empresas sostenibles, presentación de colecciones circulares —hechas con materiales reciclados— y eventos o proyectos de la moda que impulsan a la sostenibilidad.

Con todo esto, *La Circular* busca impulsar, mediante noticias, entrevistas, crónicas, galerías y reportajes, la cercanía hacia la moda sostenible e informar sobre los procesos que hay detrás. Asimismo, dar a conocer a los pequeños proyectos que promueven artesanía y economía circular. Ser sostenible no es nada fácil, pero, cada vez son más los pequeños pasos que se dan desde el sector textil para avanzar y reducir el consumo masivo, y todo ello lo he querido mostrar en *La Circular*.

4. Valoración final

Como evaluación final de la creación de *La Circular*, destacar algunas conclusiones. En primer lugar, considero que la realización de un medio especializado ha sido la opción más buena para poder desarrollar y practicar todo lo aprendido durante la carrera. Gracias a los aprendizajes de las asignaturas del grado, he tenido la capacidad de realizar entrevistas con mucha más tranquilidad y experiencia.

En relación a la elaboración del **reportaje audiovisual**, pienso lo mismo. Gracias a todo lo aprendido he podido demostrar mis habilidades y me ha resultado mucho más cómodo y fácil. No obstante, he aprendido cosas nuevas en relación a la edición de vídeo que antes no conocía.

En general, creo que he mejorado bastante en relación a hace cuatro años cuando empecé la carrera. Uno de los aspectos a destacar es la creación de una página web, he mejorado bastante respecto al primer año que cree una y gracias al **Trabajo de Fin de Grado** he conocido numerosos aspectos que antes no sabía.

Gracias a la realización de un medio digital especializado en **moda sostenible** he conocido mucho más a fondo el sector donde me gustaría trabajar. He podido contactar con referentes del mundo de la moda sostenible en Valencia y he tenido la oportunidad de asistir a eventos relacionados con lo mismo.

Por otro lado, también me gustaría mencionar las dificultades que he tenido. La más principal de todas ha sido el poder realizar entrevistas presenciales. He contactado con muchísimos profesionales del sector —adjuntados en los anexos—, que me ponían dificultades para quedar presencialmente o que directamente no podían.

Asimismo, muchos otros no me han respondido a los mensajes. Por ello, muchas entrevistas han tenido que ser por videoconferencia. Sin embargo, mencionar

que he intentado realizar la mayoría de las entrevistas presencialmente. En especial para el reportaje audiovisual, que todas han sido de forma presencial.

La Circular presenta diferentes puntos fuertes. En primer lugar, el tema. La **moda sostenible** es un tema muy actual y que tiene una gran profundización. Es muy extenso y da para realizar muchísimo contenido. Asimismo, otro punto fuerte serían los contenidos. Considero que los contenidos muestran temáticas interesantes y sociales que tienen mucha visibilidad en la actualidad. En especial, destacar las entrevistas y los reportajes, pues pienso que el contenido es atractivo y entretenido.

Por otra parte, en relación con los puntos débiles de *La Circular*, destacar dos. En primer lugar, las fuentes en algunas publicaciones. Considero que algunas publicaciones de noticias y crónicas no tienen muchas fuentes y me limito en algunos casos a notas de prensa y fuentes documentales.

Otro punto débil son las redes sociales. En algunos casos, me he limitado a publicar en el medio digital y no prestar la atención que merecen las redes sociales. Sí que he publicado bastante en Instagram, pero en Twitter no tanto ya que cree la red social un poco tarde.

5. Resumen ejecutivo en inglés

The textile sector is the second most polluting sector on the planet. According to some studies, to produce jeans, between 2 000 and 3 000 litres of water are needed, and this is the amount that a person drinks in four years. With the rise of **fast fashion** and the consumption of thousands of unnecessary garments, the current of **sustainable fashion** is growing in today's society.

More and more fashion brands are betting on the production of **sustainable garments**, made with natural materials or recycled textiles. Similarly, the consumption of **second-hand fashion** is very present today. In recent months, Spanish brands have opted to create their own platform for buying and selling second-hand, which brings their products closer to a more circular economy.

With the realization of my final degree project, I want to give voice to sustainable fashion and responsible consumption, and, for this reason, I have created a digital medium called *La Circular*, a committed fashion magazine. The fashion sector is part of our day to day because we all have to dress every day of the year.

Therefore, sustainability has to be present in people's daily lives, looking for new alternatives or reducing textile consumption. It is estimated that, of all garments manufactured in a year, **40 % will never be worn**. From *La Circular* I wanted to report on circular economy within the textile sector.

For the realisation of the project, I have established different objectives. First, show what sustainability processes look like in brands. Learn more about why a garment is said to be sustainable and what makes it different from the rest.

On the other hand, I wanted to report on the references of the fashion world in Valencia. Thanks to *La Circular*, I have been able to contact professionals and specialists in the sector who have made me aware of very interesting processes. I have had the opportunity to attend **sustainable fashion events** in Valencia and report on them through my digital medium.

Thirdly, from *La Circular* I wanted to report on how the fashion world impacts the economy and the effects it makes on the environment. Today's society is unaware of the negative effects that the textile sector has for the planet and everything behind it. I believe that reporting on these processes is necessary and vital. To communicate all the processes of **sustainable fashion and responsible consumption**, I have divided the digital medium into four different sections. The first, the beginning, where I expose a brief text on the subject of the medium and the most recent entries.

Secondly, the section called **Consumption**, in which I show publications on the consumption of sustainable fashion. In addition, articles related to this topic can be found here. The third section is **Eco**, a page where the user can find

information about the sustainability processes in a garment, especially the materials from which it is made.

Finally, the fourth section is **Projects**, a page in which I show new projects and initiatives on fashion and its relationship with sustainability. I give visibility to brands that launch new initiatives or events on circular fashion. Here the user can read the latest news about related projects with textile sustainability.

The contents of my digital medium show sustainability in fashion and how present it is today. In addition, I talk about measures that must be taken to have a more sustainable consumption, such as the purchase of second-hand products or the *upcycling* design technique, which transforms waste materials into new products and contributes to reduce waste and its impact on environment. I have decided to deal with these issues closely because I consider them to be of vital importance in the world of design and fashion.

In the digital medium, I have talked about sustainable fashion through current news, news that shows how the largest brands approach sustainability through recycled materials, second-hand platforms or local production.

One of the highlights of the medium are **the interviews**. I have contacted great professionals who have told me in depth about new projects and sustainable materials, as well as ways to give a new life to your garments. I have also been able to learn more about processes such as handicrafts, a trend that is returning and generating much success.

The **local production**, the handmade products and the personalisation of the garments are points that society is revaluing and all this has been shown through *La Circular*. I have made a written report on handicrafts and its return to fashion. Fashion professions that were regarded as lost, are returning and large luxury brands bet on artisans.

On the other hand, I have presented an audiovisual report entitled "*El copywriting de la moda verde*" ('the copywriting of the green fashion'), where I wanted to talk

about the importance of text when reporting on sustainability in fashion brands. The text, whether digital or physical, is one of the most important points to publicise your product and why it is sustainable.

It is important to know points such as the materials with which you produce your garment. A garment, in order to be recycled, must be composed **100 % of the same material**. When mixed with different types of materials, the separation of the fibres is very complex, and therefore their recycling as well. These are data that much of society does not know and that brands must give visibility to it, all through the text.

For the report, I have contacted **three copywriting professionals** who have talked about these concepts and how important current fashion communication is. It has been one of the most enriching projects for me and I think the text is very important in terms of sustainability.

On the other hand, I have made a radio report on the presence of **sustainability in social networks**. The future is digital and social networks are able to move the economy and create a more sustainable society with responsible consumption. Therefore, from *La Circular*, through the radio genre, I wanted to give visibility to how brands can achieve a more sustainable community thanks to social networks.

In *La Circular* I have also published two photo galleries. The first, the portrait of the creative studio of the **Gonzalo Villamax brand**, in the Barrio de Ruzafa. Gonzalo Villamax is part of the Fashion + Sustainable group of Las Naves in Valencia. His firm was born in 2008 in Argentina and represents genderless, local and sustainable fashion. The brand is committed to giving voice to crafts such as seamstresses and working from kilometre zero.

The second gallery has been about the **Barreira 2023 Walkway: Renewal**. The School of Art and Design holds a parade every year where the final works of Fashion Design students are exhibited. This year, in its eleventh edition, I was invited to the catwalk and considered it a very suitable theme for the gallery.

Renewal talks about the changes that the fashion world can make in the current paradigm. Therefore, I considered that it would be a very good subject to reflect through the images.

Simultaneously, I have created two social networks in which I have shown the content I published in *La Circular*. On the one hand, I have created a profile on **Instagram**, since in my opinion it is currently one of the most important, popular and most visited networks. In the profile I have published the most relevant news, interviews and reports that I have published in the medium. Also, in **Instagram stories** I have added more visual content, such as photographs of events or exhibitions, as well as texts on materials.

On the other hand, I have created a profile on **Twitter**, since I consider that, at the journalistic level, it is the most used and frequent. On Twitter I have published the links to the articles of *La Circular*. It is a more textual social network, unlike Instagram, which is more visual.

With the creation of these two social networks, much more visibility is given to the digital medium since these are currently what mostly moves and influences the online world. Therefore, the presence in them and publish everything in the medium is utterly important, also doing it daily.

As a conclusion of the work that has been carried out, I consider that talking about sustainable fashion today is paramount because it is the second most polluting sector for the planet. The media are the main source of information for millions of people and addressing issues such as sustainable and circular fashion is essential to raise awareness among citizens.

La Circular has helped me to gain more knowledge of the world of fashion and what we can do to improve it. However, it has also taught me that all these necessary changes and objectives are not as easy as they seem and that 100% sustainable fashion is very difficult to achieve.

6. Anexos

6.1. Plan de Producción:

Publicación reportaje audiovisual: El copywriting de la moda verde

Fuentes a contactar:

- Gloria Montañés, Itrend
- Silvia Vaquero, copywriter en Itrend
- Ángeles López, fundadora Charana Zero y consultora de moda

Estructura reportaje:

1. Introducción con cita de Gloria
2. Portada + título
3. Vídeos de archivo de páginas como Pixabay, Pexels o Unplash
4. Voz en off con vídeos de archivo
5. Declaraciones de las fuentes
6. Cierre con una frase célebre del diseñador de Ecoalf
7. Logo de La Circular

El copy de la moda sostenible es la redacción publicitaria que trabaja para la naturaleza.

¿Cómo influye el copy con la moda sostenible? ¿Qué términos podemos encontrar en el copy que nos hablen de sostenibilidad? *Greenwashing* en moda rápida, ¿Está también en marcas de moda lenta? ¿Qué palabras debemos conocer para informar sobre sostenibilidad?

Cada vez hay más marcas que apuestan por crear textos de posicionamiento en sus e-commerce. ¿Qué importancia tienen para la marca? ¿Es la sostenibilidad un arma de marketing? ¿Qué hacer para no caer en *greenwashing*? ¿Qué es algo ecológico?

“Las compañías no sostenibles lo pasarán mal porque el consumidor lo va a exigir en todos los ámbitos”

Publicación reportaje escrito: La moda que vuelve: alta artesanía

Profesiones de la moda perdidas: modistas, joyeros, artesanos, zapateros...

Hablar sobre las profesiones de los artesanos que con el paso del tiempo se han ido perdiendo pero que los últimos años han vuelto.

Cómo de presente está la artesanía en la actualidad. Si puede cambiar a la moda rápida.

Fuentes:

- Lucas Zaragosí: CEO en Estudio Savage y director del Master en Artesanía Contemporánea de Barreira
- Macarena Surís: CEO en Surisoul y artesana para marcas de lujo internacionales
- Bárbara León: Fundadora Re_ by Bárbara León, diseñadora y artesana de calzado.

PREGUNTAS ARTESANÍA

¿Cómo de presente está la artesanía en la moda española? ¿Puede la artesanía frenar el fast fashion y fomentar la sostenibilidad? ¿Consideras que gracias a el fast fashion profesionales artesanales se han ido perdiendo? ¿Están volviendo estas profesiones?

Háblame un poco de Estudio Savage. ¿Que es lo que hacéis? ¿Cómo de presente está la artesanía? ¿Y la sostenibilidad? La artesanía es una mayor calidad en los productos por unos precios mayores. ¿Es ese uno de los mayores problemas del público para consumir productos artesanales?

¿Que consideras que es lo mejor de la artesanía? Sus puntos fuertes y sus debilidades. Por último, cuéntame un poco sobre el master que dirigís en Barreira sobre Artesanía contemporánea.

PARA BÁRBARA:

- Cuéntame que hacéis en Re_
- Háblame de tu especialización en recuperar calzado a partir de residuos

Publicación reportaje radiofónico: Moda circular en redes sociales

Hablar sobre las redes sociales actualmente y cómo vemos que las marcas de moda comuniquen sostenibilidad a través de ellas.

Fuentes:

- Andrea Linares: Community Manager en Fem Marketing Valencia
- Ángela Moreno: Periodista y community manager en Madrid
- Uiso Crespo: Periodista y community manager en Valencia

Preguntas reportaje radio:

¿Como de presente están las redes sociales en tu día a día? ¿Y la sostenibilidad? Comunicas a través de tu trabajo procesos de sostenibilidad

¿Como de presente esta la sostenibilidad en las redes sociales actualmente? En especial en las marcas de moda. ¿Como se comunica a través de las redes sociales? Que formas de comunicación encontramos.

¿De que manera se comunica la sostenibilidad? ¿Como podemos vender sostenibilidad a traves de las rrs? Si me puedes poner el ejemplo de alguna marca.

¿Es facil para una marca comunicar sus procesos y valores a través de las rrs? ¿Son las redes sociales una buena herramienta de comunicación para las marcas de moda?

¿Cuales son las ventajas e inconvenientes de comunicar a través de las rrs?

¿Son el futuro las rrs a nivel de comunicación y publicidad?

ENTREVISTAS:

- **Entrevista a Bianca Fuentes, estilista y consultora de moda.**

¿Cuándo te diste cuenta de que te querías dedicar a la trabajar en moda sostenible? Llevas a cabo un trabajo de estilismo consciente: ¿Que quiere decir exactamente eso? ¿Como llegas a tus clientes? ¿Cuales son para ti las bases de un consumo de moda responsable?

La moda sostenible siempre es mas cara que la que no lo es, por ello, muchas personas acaban decantándose por el fast fashion. ¿Consideras que los términos económicos son uno de los principales problemas en moda sostenible?

Actualmente esta muy de moda plataformas como Vinted. ¿Que opinion tienes de ello? ¿Y de las tiendas vintage? Como estilista y asesora de imagen: ¿cuáles son las pautas / básicos que deberíamos seguir / tener en nuestro armario y no consumir tanto? En otras palabras, en que productos vale la pena gastar dinero.

Centrándonos en un aspecto muy actual. El greenwashing, cada vez mas presente. ¿Es fácil de detectar? ¿Se debería hablar mas de el?

Tu que vives fuera de España, en Amsterdam concretamente, ¿Opinas que la Sostenibilidad se ve diferente fuera de España? Es decir, si son mas conscientes a la hora de comprar ropa. ¿Que diferencias ves en el consumo de España y el de fuera de ella?

Entrevista a Alba García, diseñadora y fundadora de Cache Croche

Alba García, fundadora de la firma de alta costura valenciana Cache Croche rinde homenaje al pintor impresionista **Joaquín Sorolla** con la creación de **veintitrés vestidos** que reflejan la obra del artista. Proyecto en el que la sostenibilidad y la producción local cobran gran importancia.

Cache Croche nace en 2015 con el objetivo de crear una marca **sostenible y elegante**. Cuatro años después, en 2019, la marca comienza a crear una forma sólida en ventas y producto. La marca está especializada en **americanas, tejidos reciclados y complementos**.

Este año, en conmemoración al artista valenciano Joaquín Sorolla, la diseñadora valenciana Alba García ha diseñado 23 vestidos inspirados en las obras del pintor. Modistas, pintores, escultores, fotógrafos y creativos han formado parte del proyecto.

Preguntas entrevistas:

¿Como nace Cache Croche? ¿Cual es la esencia de la marca? ¿Que le hace diferente?

Cache Croche es una marca comprometida con el medio ambiente y naturaleza ¿que tipo de materiales utilizas en tus piezas? Muchos de vuestros materiales son reciclados ¿Qué tipo de material reciclado usáis?

¿Consideras que en valencia está implantada de forma clara la sostenibilidad en la moda? ¿Como debería de ser un consumo sostenible? ¿Como detectar el greenwashing?

Entrevista a Silvia Ibáñez, de Bohemian Nature:

Háblame de tu marca de joyería

¿Como nace? ¿Que haces en tu marca? ¿Creas piezas desde cero?

¿Como de relacionado esta con la sostenibilidad? ¿Como ves el futuro de la artesanía? ¿Consideras que ha vuelto?

La artesanía es una mayor calidad en los productos por unos precios mayores. ¿Es ese uno de los mayores problemas del público para consumir productos artesanales? ¿Que es lo mejor de la artesanía en joyería?

Entrevista Gonzalo Villamax:

Entrevista a Gonzalo Villamax. Al final realicé una galería fotográfica sobre el estudio de la marca situado en Ruzafa.

¿Como nace Gonzalo Villamax? ¿Como de presente esta la Sostenibilidad en los procesos de producción de las prendas de Gonzalo Villamax? Materiales, producción, consumo...

¿De que manera ofrecéis a los clientes la posibilidad de co-crear sus prendas?
¿Como definirías la marca? He leído que incluís a artistas valencianos en colecciones capsula. ¿Por que nace esa idea? ¿Como la lleváis acabo?
También he leído que en vuestros procesos de consumo incluís a costureras.
¿Apuestas por los trabajos artesanos? ¿Crees que se están perdiendo?

6.2. Publicaciones de La Circular

1. Bianca Fuentes: «Debemos desfocalizar la idea final de comprar»

- Fecha: 12/04
- Género: Entrevista formato pregunta-respuesta
- Fuentes: 1 personal, Bianca Fuentes

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/bianca-fuentes-debemos-desfocalizar-la-idea-final-de-comprar>

2. Gonzalo Villamax: un espacio para la moda sin género, local y sostenible

- Fecha: 16/04
- Género: Galería fotográfica
- Fuentes: 1 personal, Gonzalo Villamax

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/gonzalo-villamax-un-espacio-para-la-moda-sin-género-local-y-sostenible>

3. Nuevo máster en Dirección de Empresas de Moda Sostenible de la mano de AITEX y ESIC

- Fecha: 23/04

- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales, AITEX y ESIC

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/nuevo-máster-en-moda-sostenible-de-la-mano-de-aitex-y-esic-para-el-curso-2023-2024>

4. Cache Croche, la firma valenciana que apuesta por la sostenibilidad y el arte

- Fecha: 27/04
- Género: entrevista reportajeada
- Fuentes: 1 personal, Alba García, diseñadora

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/cache-croche-la-firma-valenciana-que-apuesta-por-la-sostenibilidad-y-el-arte>

5. 40 años de estilo Verino: la exposición que recorre las principales ciudades de España

- Fecha: 3/05
- Género: Crónica
- Fuentes: 2 documentales: Ayuntamiento de Valencia, exposición en el Palacio de Cristal y Roberto Verino. Información de la exposición con archivos de audio.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/40-años-de-estilo-verino-la-exposición-que-recorre-las-principales-ciudades-de-españa>

6. Zara Pre-Owned en Reino Unido: vende y compra ropa de segunda mano en la página web

- Fecha: 04/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental, Zara España y Zara UK

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/zara-pre-owned-en-reino-unido-vende-y-compra-ropa-de-segunda-mano-en-la-página-web>

7. José Royo: «El material reciclado es el futuro de la sostenibilidad»

- Fecha: 9/05
- Género: Entrevista reportajeada
- Fuentes: 1 personal: José Royo, vicepresidente en Tejidos Royo

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/josé-royo-el-material-reciclado-es-el-futuro-de-la-sostenibilidad>

8. Pechakucha Night València: innovación y diseño

- Fecha: 10/05
- Género: Crónica
- Fuentes: 1 documental, Las Naves, 1 personal, Mariola Marcet, fundadora Upcyclick

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/pechakucha-night-valència-innovación-y-diseño>

9. Día Mágico by FMI: la feria internacional de moda de comunión se celebra en mayo en Valencia

- Fecha: 11/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental, FMI, organizador del evento. 1 personal, María Canes, departamento comunicación del evento

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/día-mágico-by-fmi-la-feria-internacional-de-moda-de-comunión-se-celebra-en-mayo-en-valencia>

10. El festival de Upcycling vuelve en el mes de junio a Valencia

- Fecha: 12/05
- Género: noticia
- Fuentes: 1 documental, Las Naves, 1 personal María Luisa Peydro, presidenta Industrias Culturales de Las Naves

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/el-festival-de-upcycling-vuelve-en-el-mes-de-junio-a-las-naves>

11. Tejidos y sostenibilidad: materiales naturales

- Fecha: 13/05
- Género: editorial y análisis
- Fuentes: 1 personal, José Royo. 3 documentales: Slow Fashion Next, Wanderlove, Marmajara, Sustain Your Style

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/tejidos-y-sostenibilidad-materiales-naturales>

12. ReClick_: la colección de sandalias sostenibles se presenta en Valencia el 18 de mayo

- Fecha: 15/05
- Género: noticia
- Fuentes: 1 personal, Mariola Marcet, de Upcyclick. 1 documental, Re_ by Bárbara León y Upcyclick, nota de prensa proporcionada.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/re-click-la-colección-de-sandalias-sostenibles-se-presenta-en-valencia-el-18-de-mayo>

13. Zara presenta su tercera colección más exclusiva: Atelier

- Fecha: 16/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental, Zara España

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/zara-presenta-su-tercera-colección-más-exclusiva-atelier>

14. C&A lanza una nueva colección con algodón reciclado de residuos textiles

- Fecha: 17/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales: C&A, Fsshion United

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/c-a-lanza-una-nueva-colección-con-algodón-reciclado-de-residuos-textiles>

15. Presentación de ReClick_: las sandalias sostenibles

- Fecha: 19/05
- Género: crónica + galería fotográfica
- Fuentes: 2 personales: Mariola Marcet y Bárbara León. 1 documental: nota de prensa proporcionada

https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/presentación-de-re_click-las-sandalias-sostenibles

16. SOM Festival pone en marcha una recogida de plásticos en las playas de Castellón

- Fecha: 20/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 3 documentales: SOM Festival, Organización Nuestra Lucha Y El periodico

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/som-festival-pone-en-marcha-una-recogida-de-plásticos-en-las-playas-de-castellón>

17. Nueva colección de verano en Mango en colaboración con Simon Miller

- Fecha: 22/05
- Género: noticia
- Fuentes: 2 documentales: Mango y FashionUnited

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/nueva-colección-de-verano-en-mango-en-colaboración-con-simon-miller>

18. La japonesa Eriko Inazaki, ganadora de Loewe Craft Prize de 2023

- Fecha: 23/05
- Género: noticia
- Fuentes: 2 documentales: Loewe y FashionUnited

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/la-japonesa-eriko-inazaki-ganadora-de-loewe-craft-prize-de-2023>

19. Nuevas plataformas de venta de segunda mano llegarán a España a finales de año

- Fecha: 24/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales: Zara España y Tendencias

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/zara-abrir%20su-portal-de-segunda-mano-en-espa%20a>

20. «The Circular Denim Project»: nueva colección de 100 % denim reciclado

- Fecha: 25/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales: Desigual y FashionUnited

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/desigual-lanza-una-colecci%20n-de-100-denim-reciclado>

21. Alba Palmer de Ysabel Mora: «La tendencia de sostenibilidad es mayor en las nuevas generaciones».

- Fecha: 26/05
- Género: Entrevista formato pregunta – respuesta
- Fuentes: 1 personal, Alba Palmer, talent manager en Ysabel Mora

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/alba-palmer-de-ysabel-mora-la-tendencia-de-sostenibilidad-es-mayor-en-las-nuevas-generaciones>

22. Slow Fashion Next: Moda sostenible en su décima jornada

- Fecha: 27/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental: Slow Fashion Next

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/presentación-de-la-décima-edición-de-moda-sostenible-de-slow-fashion-next>

23. La moda que vuelve: Alta artesanía

- Fecha: 29/05
- Género: reportaje escrito
- Fuentes: 3 personales: Lucas Zargosí, CEO en Estudio Savage, Macarena Surís, artesana y diseñadora en Surisoul y Bárbara León, diseñadora y fundadora de Re_

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/la-moda-que-vuelve-artesanía-valenciana>

24. Colecciones y colaboraciones para el verano de 2023

- Fecha: 30/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 3 documentales: Bershka, Massimo Dutti y Camper

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/colaboraciones-y-colecciones-para-el-verano-de-2023>

25. Primera cumbre de moda sostenible en el mes de junio en Madrid

- Fecha: 31/05
- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales, MOVE!, Modaes

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/primera-cumbre-de-moda-sostenible-en-el-mes-de-junio-en-madrid>

26. Nuevos proyectos de economía circular: alquiler de prendas en marcas españolas

- Fecha: 1/06
- Género: noticia
- Fuentes: 2 documentales, Adolfo Domínguez y Fashion United

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/nuevos-proyectos-de-economía-circular-alquiler-de-prendas-en-marcas-españolas>

27. Bohemian Nature: la marca de joyas personalizadas y hechas en Valencia

- Fecha: 2/06
- Género: entrevista formato pregunta-respuesta

- Fuentes: 1 personal, Silvia Ibáñez

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/bohemian-nature-la-marca-de-joyas-personalizadas-y-sostenibles-hecha-en-valencia>

28. Mediterránea Fashion Week Valencia: la segunda edición llegará en octubre

- Fecha: 3/06
- Género: noticia
- Fuentes: 1 documental, Fashion United

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/mediterránea-fashion-week-valencia-la-segunda-edición-llegará-en-octubre>

29. Algodón: qué hay detrás del material más usado en textil

- Fecha: 5/06
- Género: Análisis
- Fuentes: Documentales: bettercotton.org, Slow Fashion Next, Mayoral. Personal: José Royo, Tejidos Royo.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/algodón-qué-hay-detrás-del-material-más-usado-en-textil>

30. Upcycling Festival II: cercanía hacia una moda sostenible

- Fecha: 06/06
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental: Las Naves.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/upcycling-festival-ii-cercanía-hacia-una-moda-sostenible>

31. Nueva plataforma de segunda mano en marcas españolas

- Fecha: 07/06
- Género: Noticia
- Fuentes: 2 documentales: Fashion United y Silbon

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/nueva-plataforma-de-segunda-mano-de-marcas-españolas>

32. Copywriting de la moda verde

- Fecha: 08/06
- Género: Reportaje televisivo
- Fuentes: 3 personales: Gloria Montañés, Silvia Vaquero y Ángeles López-Sáenz. Documentales: Blog, María Polaina.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/copywriting-en-términos-de-sostenibilidad>

33. Nueva tecnología que reduce la liberación de microplásticos en el sector textil

- Fecha: 09/06
- Género: Noticia
- Fuentes: 1 documental, FashionUnited

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/nueva-tecnología-que-reduce-la-liberación-de-microplásticos-en-el-sector-textil>

34. Maria Cano, de Canussa: «El futuro de la economía es circular»

- Fecha: 10/06
- Género: entrevista reportajeada
- Fuentes: 1 personal, María Cano, CEO en Canussa

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/maria-cano-de-canussa-el-futuro-de-la-economía-es-circular>

35. Las normativas de la UE y el fast fashion

- Fecha: 12/06
- Género: Editorial
- Fuentes: 1 documental, Fashion United

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/las-normativas-de-la-ue-y-el-fast-fashion>

36. Renewal, Pasarela Barreira 2023

- Fecha: 13/06
- Género: noticia
- Fuentes: 1 documental, Barreira

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/renewal-pasarela-barreira-2023>

37. Moda circular en redes sociales

- Fecha: 14/06
- Género: reportaje radiofónico
- Fuentes: 3 personales: Andrea Linares, Ángela Moreno y Uiso Crespo.

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/moda-circular-en-redes-sociales>

38. Renewal, la pasarela del cambio

- Fecha: 15/06

- Género: Galería Fotográfica
- Fuentes: 1 documental: Barreira
<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/renewal-la-pasarela-del-cambio>

39. La firma de lujo italiana Fendi se entrega a la artesanía en la pasarela de Pitti Uomo

- Fecha: 16/06
- Género: Noticia
- Fuentes: 3 documentales, El País, Fashion Network y Fendi

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/la-firma-de-lujo-italiana-fendi-se-entrega-a-la-artesan%C3%ADa-en-la-pasarela-de-pitti-uomo>

40. Moda Circular y AITEX

- Fecha: 19/06
- Género: Crónica
- Fuentes: 1 personal, Victoria de Peredera, 1 documental, archivos del seminario proporcionados por AITEX

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/moda-circular-y-aitex>

41. Kinanu, la marca valenciana que abarca joyería artesanal y ropa vintage

- Fecha: 20/06
- Género: Entrevista pregunta-respuesta
- Fuentes: 1 personal, Laura Moreno, fundadora Kinanu, 1 documental, Kinanu

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/kinanu-la-marca-valenciana-que-abarca-joyería-artesanal-y-ropa-vintage>

42. Lino, el tejido mediterráneo que ha triunfado en la pasarela de Milán

- Fecha: 21/06
- Género: Noticia / editorial
- Fuentes: 3 documentales, FashionUnited, Fashion Network, Zegna

<https://lacircularmoda.wixsite.com/la-circular/post/lino-el-tejido-mediterráneo-que-ha-triunfado-en-la-pasarela-de-milán>

6.3. Publicaciones en redes sociales

Instagram:

1. Bianca Fuentes 18/04: información entrevista

2. Gonzalo Villamax 20/04: información sobre la galería. Fotos en historias de Instagram.
3. Alba García, de Cache Croche 28/04: información de la entrevista
4. Exposición de Roberto Verino 4/05: información. Publicación imágenes en historias de Instagram.
5. Zara Pre-Owned 5/05: noticia detallada. Varias publicaciones con texto.
6. Jose Royo, Tejidos Royo 9/05: información entrevista. Imágenes en historias de Instagram
7. Colección ReClick_ 20/05: Información sobre la colección. Imágenes en historias de Instagram.
8. La moda que vuelve: Alta artesanía 29/05: información sobre el reportaje, varias publicaciones con las fuentes.
9. Entrevista a Silvia Ibáñez, de Bohemian Nature 05/06: información sobre la entrevista. Citas.
10. Algodón: qué hay detrás del material más usado en textil 06/05. Información detallada de la publicación. Varias imágenes con texto: Carrusel informativo.
11. Festival Upcycling II 07/06: publicación de la noticia en Instagram con información detallada y menciones a los organizadores.
12. El copywriting de la moda verde 08/06: Información sobre el reportaje audiovisual. Exposición de las fuentes.
13. Entrevista Maria Cano, de Canussa. 13/06. Información sobre la entrevista. Citas.
14. Vídeo/reel sobre una de las fuentes usadas para el reportaje audiovisual. 13/06 Ángeles López.
15. Renewal: Pasarela Barreira. 14/06. Información sobre la pasarela, noticia.
16. Vídeo/reel sobre una de las fuentes usadas para el reportaje audiovisual. 14/06. Silvia Vaquero
17. Vídeo/reel sobre una de las fuentes usadas para el reportaje audiovisual. 15/06. Gloria Montañés.
18. Información sobre el reportaje radiofónico. 15/06. Texto.
19. Galería fotográfica Pasarela Renewal. 20/06
20. Entrevista a Laura Moreno, de Kinanu. 21/06. Información sobre la entrevista.

21. Publicación sobre el desfile de lino de Zegna. Información breve sobre el artículo publicado en el medio + tres imágenes.

Twitter:

1. Bienvenida a la cuenta de Twitter de La Circular 05/06
2. Información sobre la pop-up de la marca de joyas Kinanu + fotografías del evento. 05/06
3. Información sobre la publicación del algodón y todo lo que hay detrás. 06/06 + enlace a la publicación
4. Información sobre el evento de Upcycling + Enlace al medio digital 07/06
5. Noticia sobre la plataforma de segunda mano en Silbon + enlace a la noticia en el medio 08/06
6. Información sobre el reportaje televisivo sobre Copywriting de la moda verde. 09/06 + enlace a la web.
7. Noticia sobre nuevas plataformas de sostenibilidad en marcas 13/06 + enlace a la publicación
8. Entrevista de Maria Cano. Información + enlace a la web. 13/06
9. Noticia sobre la pasarela Barreira + enlace a la publicación 14/06
10. Información sobre el reportaje radiofónico + enlace a la web 15/06
11. Información sobre la pasarela 15/06
12. Galería sobre la pasarela (hilo de Twitter con todas las imágenes) 16/06
13. Noticia sobre el desfile de Zegna en Milán. 22/06

6.4. Fuentes personales utilizadas

- Alba Palmer: Talent Manager en la marca de moda Ysabel Mora. Título: Alba Palmer de Ysabel Mora: «La tendencia de sostenibilidad es mayor en las nuevas generaciones». 28/03 Videoconferencia
- María Luisa Peydro: Presidenta de Industrias Culturales en Las Naves. Título: El festival de Upcycling vuelve en el mes de junio a Las Naves. Presencial.

- Bianca Fuentes: Estilista y consultora de moda. Fundadora “Estilismo Consciente”. 30/03. Título: Bianca Fuentes: «Debemos desfocalizar la idea final de comprar». Videoconferencia.
- Mariola Marcet: CEO en Upcyclick, community manager en Las Naves. 30/03. Título: El festival de Upcycling vuelve en el mes de junio a Las Naves. / Pechakucha Night Valencia: Innovación y diseño / Presentación de ReClick_: las sandalias sostenibles. Presencial
- Gonzalo Villamax: diseñador y CEO en Gonzalo Villamax. 14/04. Título: Gonzalo Villamax: un espacio para la moda sin género, local y sostenible. Presencial
- Alba García: diseñadora y fundadora de Cache Croche. Fundadora organización sin ánimo de lucro Nuestra Lucha. 15/04. Título: Cache Croche, la firma valenciana que apuesta por la sostenibilidad y el arte. / SOM Festival pone en marcha una recogida de plásticos en las playas de Castellón. Presencial
- Gloria Montañés: CEO en la agencia de comunicación de moda Itrend y emprendedora. 25/04. Título: El copywriting de la moda verde. Presencial.
- José Royo: vicepresidente en la empresa de tejidos e hilados Tejidos Royo. 8/05. Título: José Royo: «El material reciclado es el futuro de la sostenibilidad». Presencial.
- Lucas Zaragosí: CEO en Estudio Savage y docente en la escuela de arte y diseño Barreira. 15/05. Título: La moda que vuelve: alta artesanía. Videoconferencia.
- Ángela Moreno: Periodista en la revista digital “Revista Revista” y community manager para cine. 16/05. Título: Moda circular en redes sociales. Videoconferencia.

- Bárbara León: diseñadora y artesana. CEO en Re_ by Bárbara León. 19/05. Título: La moda que vuelve: alta artesanía. Presencial.
 - Macarena Surís: diseñadora y fundadora de Surisoul. Artesana. 21/05. Título: La moda que vuelve: alta artesanía. Presencial.
 - Andrea Linares: Fotógrafa y community manager en Fem Marketing. 26/05. Título: Moda circular en redes sociales. Videoconferencia.
 - Ángeles López-Sáenz: Fundadora Charana Zero y consultora de sostenibilidad para marcas de moda. 26/05. Título: El copywriting de la moda verde. Presencial.
 - Uiso Crespo: Periodista, escritor y community manager para el Muy Ilustre Colegio Oficial de Farmacéuticos de Valencia. 27/05. Título: Moda circular en redes sociales. Presencial.
 - Silvia Vaquero: Digital copywriter en la agencia de comunicación Itrend. 31/05. Título: El copywriting de la moda verde. Presencial
 - Silvia Ibáñez: Fundadora Bohemian Nature, joyera y artesana. 1/06. Título: Bohemian Nature: la marca de joyas personalizadas y hechas en Valencia. Videoconferencia.
 - Maria Cano: CEO en Canussa. 9/06. Título: Maria Cano, de Canussa: «El futuro de la economía es circular». Presencial.
- 43.** Laura Moreno, fundadora Kinanu. 19/06. Título: Kinanu, la marca valenciana que abarca joyería artesanal y ropa vintage. Videoconferencia.

He realizado dos entrevistas a dos profesionales que al final, por motivos de que no encajaban no las he incluido. Añado las entrevistas:

- Juanvi Falcó: director de la agencia de publicidad Estimado José Alfredo. 25/04. Presencial.
- Consuelo Caro: Store Manager en Pull & Bear (Barcelona). 23/05. Videoconferencia.

Fuentes contactadas pero que no he recibido respuesta o no se ha podido realizar la entrevista:

- Neomatique, comunidad de convertir neumáticos en piezas de moda
- Rosa Montesa, artesana valenciana
- Reflash, marca de moda sostenible
- Sonia Flotats, consultora de moda sostenible, divulgadora de tendencias sostenibles.
- The Circular Project, marca de moda sostenible
- Maite Sebastiá, periodista de moda
- Andreyana Valera, copywriter
- Maria Selma, digital strategy consultant.
- Clotsy Brand, marca de moda sostenible
- Hupit, marca de moda sostenible
- The Nude Label, marca de moda sostenible
- Gloria Martínez, copywriter de sostenibilidad
- Elia Guardiola, copywriter y storyteller
- Marta Lavanda, Product Marketing
- Eva Montesinos, periodista en Eva Montesinos Comunicación
- Patricia Moreno, periodista y escritora en Vogue.es
- Luciana Borroni, CEO en Itrend y directora en El Atelier Magazine
- Tina Vaia, estudio de moda sostenible en Valencia
- Isabel Sanchís, marca valenciana sostenible
- Sol Mayordomo, consultora de imagen y estilo. Comunicación de marketing de moda.
- Eva La Huerta, fundadora Lahuerta Studio.

ENLACE A LA CARPETA DE DRIVE CON TODA LA DOCUMENTACIÓN:

https://drive.google.com/drive/folders/1CUiDmrVOCVCFaYyYDcKLVlqf-TDi_Wfo?usp=share_link