

APROVECHAMIENTO DE RESIDUO TEXTIL COMO MATERIA PRIMA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS*

Utilization of textile waste as raw material for creating products

*Jessica Lorena Henao Ortiz***

* Artículo de reflexión. Trabajo de grado en el programa de Diseño Industrial.

** Graduada Universidad Católica de Pereira. 2015. Contacto: jessica.henao@ucp.edu.co

Resumen:

El objetivo de este artículo es sintetizar el proyecto de grado presentado con el mismo nombre, en el cual se plantea una solución para el manejo de residuos textiles, como una alternativa que busca extender el ciclo de vida útil de un residuo al crear productos que, por medio de vínculos afectivos, logren trascender en el tiempo. Se utilizan las metodologías *Design thinking* y Diseño Participativo. Gracias a conceptos como responsabilidad ambiental, producción socialmente responsable, cocreación, longevidad y diseño emocional, se consigue un proyecto de diseño integral e innovador, involucrado con los usuarios.

Palabras claves:

Eco-diseño, longevidad, reciclaje, *Design thinking*.

Abstract:

The aim of this article is to summarize the graduation project presented with the same name, in which a solution for the management of textile waste arises, presenting an alternative that seeks to extend the lifecycle of a waste, creating products by emotional ties transcend time achieve this by making use of methodologies such as Design Thinking and the concept of Participatory Design. And with concepts such as environmental responsibility, socially responsible production, cocreation, longevity and emotional design a draft comprehensive and innovative design, which also engages with users.

Key words:

Eco-design, Longevity, Recycling, Design Thinking.

APROVECHAMIENTO DE RESIDUO TEXTIL COMO MATERIA PRIMA PARA LA CREACIÓN DE PRODUCTOS

Para citar este artículo: Henao Ortiz, Jessica L. (2016). Aprovechamiento de residuo textil como materia prima para la creación de productos. En: Revista Académica e Institucional Páginas de la UCP No.100 (Julio-Diciembre de 2016); pp. 103- 109.

Primera versión recibida el 12 de febrero de 2017. Versión final aprobada el 23 de junio de 2018

El sector de la confección es un gran pilar para el desarrollo económico nacional; la industria textil ha tenido el poder económico para efectuar y favorecer el crecimiento laboral, social e incluso el crecimiento académico, como lo menciona López (1983): “Las textileras creaban instituciones: universidades, centros de enseñanza, escuelas, hoteles, palacios de exposiciones, etc. Controlaban los gremios y solían favorecer con la distinción de sus productos a familiares y allegados.”

Así mismo, este sector demuestra su importancia como factor primordial de la estructura económica de diferentes ciudades del país; entre estas, se muestra la importancia contemplada para la ciudad de Pereira, según Ruíz y Galvis (2004):

La actividad de las confecciones está presente en la estructura económica de Pereira y el departamento de Risaralda, desde la primera fase de industrialización de mediados de 1920 con la constitución de sociedades anónimas entre las que aparecen la empresa de Hilados y Tejidos de Pereira, este período de las grandes inversiones industriales y del montaje de plantas modernas, estuvo acompañado de otro aspecto importante, la confección de ropaza y pacotilla, que cumplirá un importante papel en la nueva dimensión industrial de Pereira en la denominada segunda fase de industrialización.

Si bien el sector textil ha sido de gran importancia, sus procesos productivos han estado evolucionando con el fin de hacerse más eficientes, eficaces y ambientalmente responsables. Así, se han generado normativas legales y ambientales que promueven el buen manejo de residuos químicos o la separación de residuos sólidos; sin embargo, no se han planteado normativas para el manejo del residuo de retazo textil, ya que este no se considera potencialmente peligroso, aunque su acumulación del mismo en rellenos sanitarios sea ambientalmente inadecuado. A partir de lo anterior, se plantea una interrogante: ¿Cómo aprovechar el residuo de retazo textil para la creación de productos, que logren trascender en el tiempo?

Considerando la problemática presentada en un sector tan fuerte a nivel nacional, se realizan visitas a dos empresas modelo (XTON S.A y C.I. Nicolle S.A). Se encuentra que cuentan con un desperdicio de retazo cuyas características siguen siendo útiles, ya que gracias al tamaño, formas y colores de los residuos, pueden ser utilizados en otros contextos, fabricando productos que promuevan una extensión de vida del material que sea más amplia, para contribuir así a un menor desperdicio del mismo, beneficiando a su vez a las empresas, con manejo de residuos responsables e incluso con retribución económica por ello (Figura 1).



Figura 1. Residuos de retazo textil

Para resolver la problemática planteada, se toman como referente las siguientes propuestas teóricas:

- Desecho considerado desde una perspectiva útil:

Por medio del cual se presenta una perspectiva que busca abrir la posibilidad de considerar el residuo desde diversas aplicaciones antes de considerarlo desecho, permitiendo así una extensión de su ciclo de vida, beneficiando el medio ambiente y satisfaciendo, a su vez, las necesidades de los nuevos consumidores que buscan ir más allá, ya que “tanto los diseñadores como los consumidores están empezando a considerar algo más que el aspecto y el funcionamiento de cada producto y empiezan a pensar qué ha ocurrido durante el proceso de fabricación y qué pasará cuando finalice su vida útil.” (Brower , Mallory y Ohlman, 2005)

- Longevidad como aspecto de eco-innovación:

Concepto que se soporta desde la perspectiva según la cual un producto longevo es uno

que no se desecha en un largo transcurrir de tiempo y que, a su vez, sin la característica de desecho, beneficia el aspecto ambiental. Asimismo, se soporta este concepto desde la iniciativa de vincular los objetos con procesos afectivos y emocionales, a través de historias que puedan manifestar recuerdos. Este valor se puede ver expresado en la investigación “El juguete como objeto semiótico”: “Todos los entrevistados responden, a la pregunta sobre a qué jugaban en su infancia, con un relato. Hay un argumento que organiza el recuerdo. Observamos que dicho argumento gira alrededor de los vínculos y/o juguetes evocados” (Santos y Saragossi, 1999) y, a su vez, se puede observar en detalle los sentimientos en torno a esos recuerdos.

- Co-creación como estrategia de apropiación del producto:

Por último, se presenta un concepto por medio del cual el vínculo afectivo consigue más fuerza, gracias a un proceso en el que los usuarios pueden intervenir en el producto, para sentir mayor apropiación por el mismo. Se adicionan entonces características

personales a los productos y se obtiene como resultado un producto único.

Solución de diseño

Para el proceso de diseño se utiliza la metodología *Design thinking* (Figura 2), ya que destaca la importancia de los valores humanos,

la colaboración en el proceso, la conciencia sobre lo que se está diseñando, la necesidad e importancia de los prototipos y la evaluación de los mismos, iterando las veces que sea necesario. Además, es una estrategia adecuada para obtener resultados innovadores en colaboración directa con los usuarios.

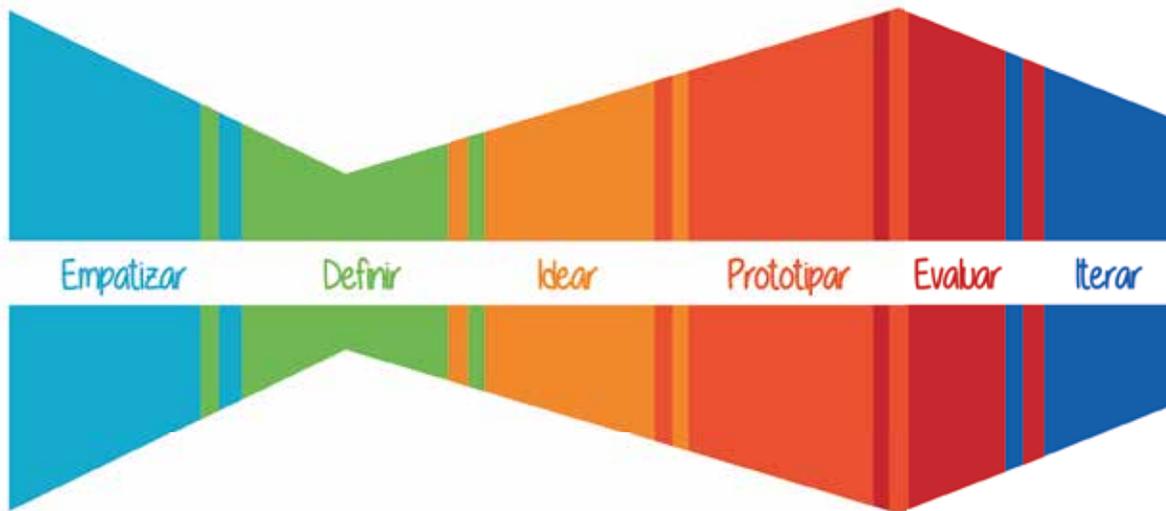
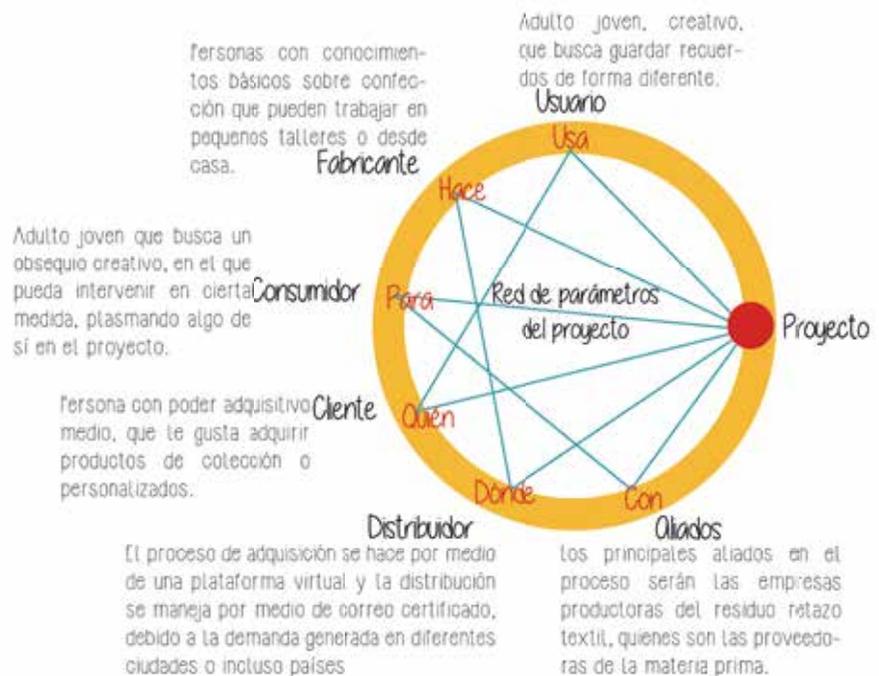


Figura 2. Metodología *Design thinking*

La metodología anterior se soporta en la teoría de Jorge Montaña sobre el diseño participativo (Figura 3).

Figura 3. Esquema de diseño participativo (Montaña, 2002)



Nace como resultado “¡Jupa!”, un proyecto que busca generar vínculos afectivos con sus usuarios, evitando así su llegada al relleno sanitario. Por medio de esta estrategia se consigue extender el ciclo de vida útil de su materia prima, que son los retazos generados en las fábricas productoras de prendas de vestir.

La estrategia de ¡Jupa! se basa en la cocreación, ya que sus usuarios podrán crearlo en línea partiendo de unas características preconcebidas,

pero explorando la posibilidad de múltiples opciones. Además de esto, es un proyecto que cuenta historias de vida, ya que puede ser personalizado con algunos eventos o sucesos que van ocurriendo con el paso del tiempo (Figura 4).

¡Jupa! consigue reducir cierto porcentaje del residuo textil generado en la industria, ayudando así a disminuir la cantidad que termina contaminando en un relleno sanitario.

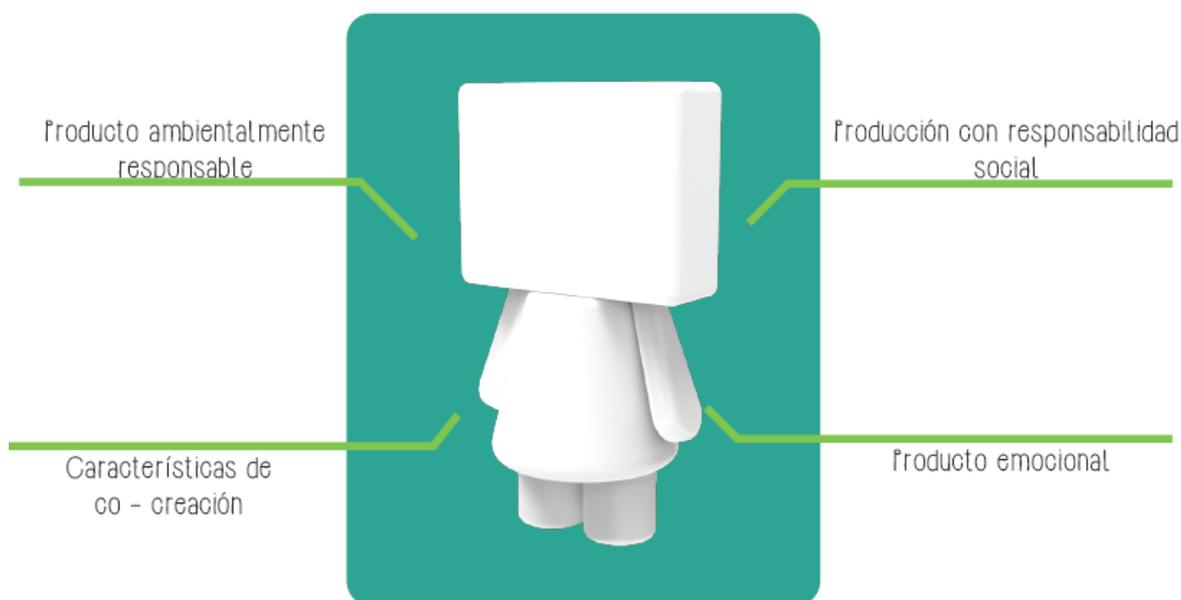


Figura 4. Características de ¡Jupa!

Conclusiones

- La responsabilidad ambiental es tarea de todos. El diseño industrial es una posibilidad productiva para el mejoramiento, aprovechamiento e integración de procesos ecológicos, por lo cual es necesario crear más proyectos que busquen ser responsables y amigables con el medio ambiente.
- Se considera de gran importancia la exploración en el uso de residuos generados en cualquier industria, ya que se pueden crear proyectos que ofrezcan una segunda vida a todos aquellos materiales que son considerados desecho.
- Para lograr que un producto sea longevo es necesario vincularlo con el usuario,

ofreciendo valores emocionales o afectivos, por medio de historias, recuerdos o personas. Estos factores benefician un ciclo de vida amplio del producto y evitan que sea desechado.

- Un proceso de cocreación ayuda a que los usuarios le den más valor emocional a un producto, ya que se involucran en su proceso creativo; además, permite un nivel de satisfacción más amplio sobre los productos que adquieren.
- Es posible integrar múltiples aspectos en el diseño de un producto, con el fin de lograr un proyecto integral que beneficie una labor social, ambiental, económica, creativa y tecnológica.

Referencias

- Brower , C., Mallory, R., y Ohlman, Z. (2005). *Diseño Eco - Experimental*. Barcelona: Gustavo Gili.
- López, H. (1983). Las textileras en tela de juicio. *Revista Diners*, 22-23.
- Montaña, J. (2002). *Aprendiendo con el líder*. Curitiba, Brasil: Editorial CEM.
- Ruíz, L. y Galvis, J. A. (2004). El sector de la confección en el departamento de Risaralda. *Revista Páginas*, 69, 118 - 144.
- Santos, G. y Saragossi, C. (1999). El juguete como objeto semiótico. *Investigaciones en Psicología*, 4(2), 115-133.