

DISEÑO, FABRICACIÓN Y SOSTE DE LA SOSTE DE

JOSÉ JAVIER GONZÁLEZ GUZMÁN

Diseño, fabricación y sostenibilidad: Paralelismos verdes con taninos uchos de ustedes se preguntarán que tendrá que ver el ecodiseño con el arte del vino, de los taninos y de la viña... Pues vamos a intentar contarles algo.

Qué queremos decir cuando hablamos de sostenibilidad ligada al diseño...

¿Porqué dedicarnos a "transformar" el mundo?

Sin parecer presuntuosos pensamos que podemos cambiar ya no el mundo sino la realidad que nos rodea, cambiar conciencias o animar a pensar si el camino que estamos llevando tiene sentido o se pueden hacer las cosas de otra manera.

Entendemos que para que una economía local sea sostenible debe de basarse principalmente en la producción que generan *in situ* las empresas que están fabricando en ese lugar, que un porcentaje venga de fuera es comprensible dada la naturaleza e idiosincrasia de la isla. Lo que está pasando actualmente es que muchos comercios e industrias que venden productos del día a día y otros artículos, están fabricando fuera y llegan a la isla de mano de otras empresas. Esto perjudica a las economías locales, pues no pueden competir ni en precio ni en tiempo. En este sentido, entendemos que quizás para poder ser competitivos, pues entendemos que hay empresas con mucho potencial en las islas para poder hacer frente a los proyectos y productos que se demandan, son las instituciones las que deberían de dar voz a nuestro sector empresarial y quizás plantear ven-

tajas fiscales a las empresas que apuesten por empresas con sede en Canarias y con capital social canario.

La sociedad poco a poco va siendo más consciente de lo que está pasando, pero un porcentaje muy alto de población cierra los ojos y quizás no apuesta por estas economías locales y circulares, y prueba de ello, es el crecimiento de grandes empresas como Amazon, que eliminan del mercado a muchas empresas locales que no pueden competir en precios ni en tiempos.

Nuestra empresa es un ejemplo que quiere posicionarse en un mercado paralelo y dejarse ver como alternativa a una forma de consumir diferente, no obstante, somos conscientes de que esto lleva tiempo y tiene muchas dificultades que vamos resolviendo poco a poco.

Lo primero que nos hemos planteado para este 2021, tras una pandemia mundial, es consolidarnos como empresa referente a nivel insular en temas de diseño, fabricación y construcción sostenible, y poco a poco, ir creciendo y dar el salto a otras islas, abrir mercado en península e ir creciendo de manera sostenible.

Cuando hablamos de Ecodiseño, nos referimos a...

Lo primero es cambiar la realidad que nos rodea

El ecodiseño se encuentra estrechamente relacionado con el diseño sostenible, y quizás hoy en día, algunas motivaciones han hecho que este concepto se utilice como una herramienta para marcar una ventaja competitiva –diferenciación, valor añadido, reducción de costos, menor impacto ambiental, etc.– frente a los diseños más convencionales. Al igual que diseñadores/as de todo el mundo se embarcan en este nuevo concepto y navegan en aguas limpias con



Lámpara reDisainTambor de lavadora y 350 corchos de vinos canarios



Mesa Jatoba

Mesa de salón con madera
de Jatoba reciclada

vinaletras

matices verdes, lo mismo le pasaría al vino y sus variedades ecológicas.

Adoptar medidas responsables con el medio que nos rodea nos hace ser más conscientes de que no vivimos solos/ as. Con una metodología ampliamente probada, y con los resultados de proyectos llevados a cabo tanto en Europa como en América Central que ofrecen una reducción de un 30 a un 50% del deterioro del medio ambiente. También es una manera de responder a las necesidades humanas de subsistencia, ya que debido al cambio climático y a la explosión demográfica, es necesario y muy conveniente, que en los próximos años se produzca un profundo cambio cultural y tecnológico. Gracias a la aparición de figuras muy mediáticas como Greta Thunberg, activista medioambiental sueca, que se ha centrado en los riesgos que plantea el calentamiento global, podemos tener nuevas generaciones mejores y más preocupadas por los riesgos que conllevan políticas que condenen a las futuras generaciones, pues no tenemos un planeta "B".

Ecodiseño social, educativo, y también saludable

Cuidemos a la gente, a los peques y al medioambiente

Un buen diseño social, necesita primeramente de una necesidad clara y latente, pues los objetos se plantean para cubrir necesidades actuales que respondan a problemas sociales. El hecho de que sea ecológico, cada vez es más necesario y ya quizás no se plantea como un valor añadido, sino que se nos presenta como algo fundamental pues los tiempos que corren nos llevan a centrarnos en la importancia del medio ambiente y su protección.

El diseño ha de ser ecológico, social y también saludable, para así cuidar y ayudar a las personas y al medio ambiente donde viven; el vino y todo lo que le rodea también bebe de estos conceptos.





Juegos GIGANTES como el "4 en raya" y la "Jenga"

Podríamos hablar de ecodiseño como una herramienta para el cuidado de lo que nos rodea, para tener casas hechas con materiales BIO que cuidan de nosotros y del entorno.

Con los vinos pasa lo mismo, una bebida que según la creencia popular lleva a que tomar una copa de vino al día podría beneficiar al cuerpo a bajar de peso, tratar infecciones en las encías, y en algunos casos, se ha llegado a creer que ayudaría a aumentar los niveles de endorfinas. Sin embargo, sobre este tema, y hasta la fecha, no existe ningún estudio que haya demostrado que la medicina o algún profesional pueda indicar que el consumo de esta bebida puede reemplazar a otras medidas que mejoren el estilo de vida.

El caso del vino tinto es un tanto peculiar. El motivo es que, como ya sabemos, es una bebida que tiene alcohol pero, además de ello, también nos ofrece una rica fuente de polifenoles. Estas sustancias son beneficiosas para nuestro organismo, ya que actúan evitando el envejecimiento prematuro de nuestras células.

UPCYCLING, una nueva forma de ver el diseño que también llega al vino...

"nada se pierde, todo se transforma"

Allá por el 2018 nos inspiró un concepto: *Upcycling*. Concepto que curiosamente fue la palabra del año según el Diccionario de Cambridge para 2019. La palabra más seguida y usada en sus redes durante estos últimos 12 meses.



Conceptos ligados al upcycling



Funda de una tablet con lonas de publicidad reciclada

El upcycling es, generalmente, un término asociado con productos tangibles. La idea es reformular, convertir y mejorar ciertos elementos como la ropa, el mobiliario o la decoración, para que tengan mejores propiedades y diferentes usos a los originales. En nuestra empresa esta palabra ya está ligada a la frase que da nombre a una canción del cantautor Jorge Drexler, que en su día también nos inspiró y desde entonces forma parte del eslogan de nuestra com-

pañía, apareciendo a pie de todos los correos electrónicos, página web, etc. Desde ese momento ya van ambas ideas de la mano: "Upcycling, nada se pierde todo se transforma".

En nuestra filosofía, Upcycling es más que una palabra. Es una idea positiva y una concepción de la realidad. Por eso nos parece importante y necesario, que nuestra empresa siga trabajando en el concepto de darle una segunda vida a las cosas. Desde nuestros inicios allá por el año 2010 cuando comenzamos a caminar por primera vez, pero aún con muchas dudas, cometiendo muchos errores y sin tener una marca registrada ni tan siguiera una página web,

noviembre mes de l'uno la vinal la vinal per a une la vinal per a une

reDisain recogiendo lonas de la D.O. Tacoronte-Acentejo



Bolso fabricado con lonas publicitarias de la D.O. Tacoronte-Acentejo

teníamos claro la dirección que queríamos tomar y conforme va pasando el tiempo, creemos más en que lo que hacemos es lo que tenemos que hacer, que la gente necesita proyectos como éste, que trabajar en red con otras iniciativas empresariales que hablen el mismo idioma es fundamental para que se genere un mercado paralelo al ya existente pero de otra manera.

En este sentido, lo que la sociedad ya no usa y puede ser reciclado, nosotros/as lo convertimos en nuevos productos de diseño, exclusivos, artesanales, sostenibles y personalizados, usando como materia prima aquella que es susceptible de ser reciclada, como cantaba Jorge Drexler: "nada se pierde, todo se transforma".

Mostrando otro ejemplo de cómo el upcycling ha llegado al vino, hoy queríamos presentarles una idea empresarial que hemos conocido hace poco y con la que en breve colaboraremos en un proyecto muy interesante que es *Reciclando Voy*; con sus palabras nos la presenta Gianni Festa...

"Reciclando Voy nace de la mente de Gianni Festa, un irpino que hace años se mudó desde Irpinia (sur de Italia) a Tenerife. Mi material de elección ha sido el vidrio de las botellas de vino; las corto y creo menaje de hogar, lámparas y adornos con mi propio diseño; también creo cuadros reciclando teclas de ordenadores, tapones de corchos y palés pintados con barniz de vino tinto. Me he criado en la Cultura del Vino y del territorio, y lo que intento es llevar adelante estos conceptos en el lugar que he elegido para vivir: Tenerife. He apostado por la sostenibilidad y la ecología, así que el proceso de creación está diseñado para dejar las menores huellas ecológicas posibles. Creo en el compartir, en el reutilizar, en la economía circular y lo que tengo en mente es un día llegar a crear una red de todos los artesanos que de una forma u otra conectan con la cultura del vino. Tengo una atención maníaca para los detalles y el diseño. Las raíces nunca se olvidan y el homenaje a mi tierra está en cada nombre de mis creaciones, son palabras del dialecto con que me he criado, personas para mí importantes y vinos de Hirpinia, mi tierra (escritas en español para que el sonido sea igual). Quería lanzar la iniciativa "Cada corcho una Historia", poniendo a disposición de todos en varios puntos de la isla donde se consuma vino unas cajas donde la gente puede dejar corchos usados escribiendo su nombre en el mismo. Reciclando Voy los transformará en cuadros. Mi frase es: ¡Todos tenemos derecho a una segunda oportunidad, los obietos también!".





Fast Fashion vs. Slow Fashion...

#whomademyclothes y lo insostenible que es la moda

La moda es una expresión cultural y social y tiene que representar lo que somos como cultura y como sociedad. Las prendas tienen que ser bonitas por fuera y por dentro. Hemos vestido ropa casi desde el principio de los tiempos, pero la moda no siempre fue producida y consumida de la forma en que lo es ahora. La producción de ropa en masa ha existido desde la mitad del siglo diecinueve y las condiciones de trabajo han sido un problema desde hace alrede-

40

vinaletras

dor de cien años. Sin embargo, la forma en que la ropa es producida y consumida, ha ido creciendo dramáticamente y ha sido superada en los últimos veinte o treinta años, por ello hemos visto peores y más frecuentes desastres en fábricas.

En los primeros días, la ropa estaba hecha mediante pedidos a fabricantes locales y vendida a través de demostraciones para los clientes aristocráticos. Más tarde, la industria de la moda de lujo comenzaría a ser mostrada en pasarelas a lo largo de algunos grandes centros urbanos. aun siendo producida en una escala relativamente pequeña. La cultura de consumo comenzó alrededor de 1950. En 1973 los Estados Unidos y otras naciones implementaron un sistema de cuota para limitar la cantidad de importaciones textiles y prendas de vestir procedentes de países específicos. Sin embargo, esto condujo a que subieran los costos de fabricación nacional y que la producción comenzara a moverse en el extranjero. A mediados de la década de los setenta, muchas marcas, algunas de las cuales ahora son los mayores minoristas del mundo, empezaron a copiar estilos de pasarela muy rápidamente, produciéndolos por mucho menos y poniéndolos en tiendas en cuestión de semanas. "Fast Fashion" o "Moda rápida" ganó popularidad alrededor de 1980, siendo anunciada por algunos como "la democratización de la moda". Lo que antes parecía exclusivamente para sólo algunas personas, se volvió accesible para la mayoría. La mayoría del mercado fue movido hacia esta dirección. En contraposición a esta tendencia, surge con Gema Gómez el Slow Fashion Next, la plataforma desde la que se proporciona formación para inculcar valores de sostenibilidad en la moda, desde donde se impulsa un directorio con más de 120 marcas responsables con el planeta. Ella considera firmemente que un modelo alternativo es posible y necesario: Slow Fashion.

Otra consideración es el *Fashion Revolution*, como movimiento global para llamar la atención sobre lo poco sostenible que es la industria de la moda, que comenzó tras la tragedia ocurrida en Bangladesh. Nos transportamos al 24 de abril del 2013 cuando ocurrió el cuarto mayor desastre industrial de la historia del país asiático. Y es que el edificio Rana Plaza en donde estaban instaladas cinco fábricas de ropa, colapsó. Tras esta circunstancia, 1133 personas murieron y 2500 resultaron heridas. La mayoría de los afectados eran mujeres, trabajaban para el mercado de la moda occidental en condiciones deplorables y sin derechos. Es-

tos hechos expusieron al mundo la realidad de la industria textil. Fue así como nació el movimiento, que tiene por objetivo promover un concepto de la moda más justo, seguro, limpio y responsable, FASHION REVOLUTION, donde lo importante es dónde se fabrica tu ropa y quién la fabrica.



Para entender el significado real del este movimiento, recomiendo ver el documental The True Cost, que no deja indiferente; disponible en Netflix. Trata sobre la ropa que usamos, la gente que la hace y el devastador impacto que está teniendo en la naturaleza. En las últimas décadas, el precio de la ropa ha disminuido de forma sorprendente, mientras que los costos humanos y ambientales han crecido dramáticamente. Creemos que esta simple pregunta "Who made my clothes?" hace que la gente piense de manera diferente sobre lo que llevan puesto. Hay que saber que como consumidores, nuestras preguntas, nuestras voces y nuestros hábitos de compra pueden tener el poder de ayudar a cambiar las cosas para mejor. Los consumidores guieren y tienen derecho a saber quién hace la ropa y cómo; de modo que nadie esté ayudando involuntariamente e instigar dudosas prácticas, para así no contribuir a un futuro que es malo para la gente y el planeta. Creemos que esta simple pregunta también tiene el poder para impulsar a la industria a ser más transparente. Si se anima a las marcas y los minoristas a responder a esta pregunta, tendrán que echar un vistazo más de cerca a su cadena de suministro.

Greenwashing y los vinos mentirosos...

¿Estamos comprometidos con la realidad?

El Greenwashing por desgracia existe y se trata de una iniciativa que utilizan cada vez más las empresas y es más difícil de identificar por los consumidores. Las grandes empresas han llegado a la conclusión de que cada vez los compradores y usuarios estamos más concienciados y reclamamos que sean responsables con el medio ambiente y aporten su grano de arena. Por eso, se han subido bastantes compañías al carro del Greenwashing; tanto industrias textiles, como de productos de limpieza, de productos de belleza e incluso alimentos. Tan solo hay que ver la publicidad, por ejemplo, de la empresa Coca-Cola en la COP 25; la empresa que más residuos genera del mundo patrocinando un congreso de Cambio Climático.

Creemos que las empresas que dicen estar comprometidas no lo están, y es ya un hecho que cada vez más los consumidores del sector pierden toda la confianza que habían depositado en productos 'bio' cuando se escuchan casos de Greenwashing.



Campaña informativa de Greenpeace

Lo mismo pasa en el sector del vino, el mercado en general está lleno de "ausencia" de información en las elaboraciones y en el contenido de los productos. A nivel de consumidor, y por motivos de salud, no consumiríamos muchas cosas si supiésemos cómo se elaboran. En el vino pasa igual. Lo que no podemos es decir que beber vino con sulfitos puede producir un shock anafiláctico y la muerte porque existen cientos de alimentos que también pueden producirlo.

Artesanía vs. Industrial: Viñedos pequeños y latifundios

vinaletras

Vino de receta y piezas únicas para gente diferente

El proceso industrial se podría diferenciar del proceso artesanal en varios aspectos: primero, quizás, por el uso de maquinaria para la producción en masa de grandes líneas de producción con el objetivo de obtener la mayor cantidad de beneficio posible. En un segundo lugar, y en el caso particular de los vinos, podríamos decir que los obtenidos de manera industrial son "vinos de recetas", para que así sean iguales y se reconozcan año tras año sin perder su firma o marca. Por el contrario, en los vinos artesanales no llama la atención el uso de maquinaria, muchos siguen usando las técnicas de nuestros abuelos, procesos y zonas específicas de trabajo para así obtener vinos con personalidad que cada año son diferentes.

Esto mismo pasa con la moda. Al igual que en la moda de alta costura o de grandes firmas, muchos vinos industriales son vinos correctos y no se puede decir que tengan defectos, pero quizás en los vinos artesanales –como la moda artesanal– se puede decir que todo su proceso está elaborado con mucho mimo. Estos últimos tienen todas las de ganar frente a vinos industriales donde prima el volumen y la marca.

Según comentarios recogidos de una web muy interesante sobre vino, www.vinosdegaraje.com, algunos productores de vinos han decidido decir adiós a los tangues de acero inoxidable, a las levaduras compradas o a los correctores de acidez en favor de una tendencia minoritaria aún, pero que sus defensores defienden a ultranza, asegurando que no será una moda pasajera. Los vinos naturales nacen al calor de lo tradicional y lo sostenible. Son muchos los pequeños productores españoles que podrían abrazar esta tendencia y de hecho existe ya un colectivo que les agrupa, la Asociación de Productores de Vinos Naturales, que critica la falta de información al consumidor que desconoce la manipulación y los procesos a los que se somete el vino industrial. Artesanal frente a industrial, todos los vinos son un alimento natural (información extraída de: https://vinosdegaraje.com/vinos-artesanales-o-industriales/).

42

Ecodiseño en el packaging del vino, la importancia de comunicar un producto...

"El llamado greendesign"

En los últimos tiempos ha ido ganando fuerza el concepto de "ecodiseño" y su aplicación al mundo del packaging, en general, y al del vino, en particular. Una aproximación a esta idea sería entender el ecodiseño (o diseño sostenible, o green desing) como el diseño que considera acciones orientadas a la mejora ambiental del producto en todas las etapas de su ciclo de vida, desde su creación en la etapa conceptual hasta su tratamiento como residuo.

Según la revista *National Geographic*, versión digital, en su artículo sobre "Ecodiseño: los envases del futuro", los envases creados con ecodiseño, sin duda, son más inteligentes que sus predecesores, porque son más respetuosos con los ecosistemas que la Tierra necesita para sustentar la vida.

Tal y como define la norma ISO 14006, que certifica productos y servicios de diseño ecológico, el ecodiseño sirve para promover «la integración de aspectos ambientales en el diseño y desarrollo del producto con el objetivo de reducir los impactos ambientales adversos a lo largo de todo el ciclo de vida de un producto». Así, el medio ambiente pasa a ser un factor de primer orden en la toma de decisiones de todo el proceso, desde la concepción del envase -que determinará hasta un 80% de su impacto medioambientalhasta su eliminación o reaprovechamiento. Las directivas europeas son claras: por un lado, deberemos reciclar hasta el 55% de los residuos municipales para 2025 y el 65% de los envases domésticos, en España estamos en un 78,8%, superando objetivos. Por otro, en 2030 todos los envases de plástico deberán ser reciclables y las botellas de plástico, incorporar un 30% de material reciclado.

Afortunadamente, el mundo del *packaging* ha hecho una gran evolución a lo largo de los últimos veinte años. Actualmente, los envases, que cumplen una función indispensable de conservación e identificación del producto, no solo pesan menos y están compuestos de materiales menos tóxicos y a menudo reciclados, sino que, además, el consumo de energía en su producción es menor y los diseños se modifican para facilitar su plegado y compactado, lo que ha incrementado su reciclabilidad, reutilización y eliminación y reducción de material. También se ha logrado que el transporte de los envases en la cadena de distribución cause menos emisiones de CO₂; lo que es importante, pues ese

sector genera más del 27% de los gases de efecto invernadero en Europa.





El estudio de diseño Ciclus, radicado en Barcelona, ha desarrollado un packaging que puede convertirse en lámpara de mesa.

Para terminar...

¿La Sostenibilidad está de moda?

Nos gustaría pensar que lo sostenible no lo esté, ahora en estos tiempos de moda, sino que sea algo que haya llegado para quedarse, pues al final, trabajar en el ecodiseño, con productos ecológicos, reciclados, locales, y en pro de una economía circular y colaborativa, nos permitirá tener una sociedad más consciente, preocupada por lo que nos rodea y que no condene a las generaciones futuras.

Anexo: El caso reDisain una idea empresarial en constante evolución...

Calidad, innovación, comodidad y funcionalidad

Somos una empresa Canaria con sede en Tenerife, especializada en diseño, fabricación y construcción sostenible, donde lo ECO es lo que nos motiva para diseñar y fabricar objetos y servicios nuevos y adaptados a las necesidades de hoy.

Hoy, reDisain es lo que tú quieras que sea, lo que puedes imaginar que puede ser una empresa especializada en diseño y construcción, que trabaja desde el ECOdiseño con materiales sostenibles, ecológicos, reutilizados y restaurados. Una empresa que quiere cambiar conciencias y animar a la gente a que consuma de otra manera, con conciencia ecológica, social y saludable (redisain.com).

