Universitat Autònoma de Barcelona

Dipòsit digital de documents de la UAB

This is the **published version** of the bachelor thesis:

Maella González, Consuelo; Griera Llonch, Maria del Mar, dir. Sostenibilidad, y nuevas pautas de consumo de moda entre la población joven. 2021. (819 Grau en Sociologia)

This version is available at https://ddd.uab.cat/record/272738

under the terms of the BY-NC-ND license

Universitat Autònoma de Barcelona

Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

Trabajo de Fin de Grado
Resumen

Título: **Sostenibilidad, y nuevas pautas de consumo de moda entre la población joven**

Autor/a: **Consuelo Maella González**

Tutor/a: **Maria del Mar Griera Llonch**

Fecha: 20 de mayo, 2021
Grado en: Sociología

Índice

1. Introducción 3
2. Marco teórico 5
3. Metodología 9
4. Resultados 10
5. Conclusiones 19

Apéndices

- Apéndice A - Cuestionario 21
- Apéndice B - Guión entrevista 25
- Apéndice C - Análisis entrevistas 27

1. Introducción

Con el presente trabajo se pretende realizar una aproximación a cuáles son los factores y motivaciones que han impulsado a los jóvenes que han decidido adquirir moda sostenible a llevar a cabo dichas prácticas de consumo. Se busca analizar el trasfondo social y moral de dicho comportamiento, para ver si responde a un *habitus* (ligado al posicionamiento del clase del individuo), además de analizar de forma complementaria con la teoría de Bourdieu, la teoría del individualismo contemporáneo de Lipovetsky, la cual responde a una búsqueda de la diferenciación, que no tiene tanto que ver con la clase, sino con el alarde de un estilo, de una forma de individualización; una forma de mostrarse distinto ante los demás y por ende, identificarse dentro de la masa como un ser único y especial.

Para este fin, se recogerán las teorías sociológicas de Pierre Bourdieu y Gilles Lipovetsky. Concretamente se acuñara la noción de *habitus* de Bourdieu determinando el *capital cultural* y *el capital económico* de la población de estudio, a través de la realización de entrevistas y encuestas, para observar si hay influencia y relación con sus prácticas de consumo. Del mismo modo, se tendrá en cuenta la teoría de la moda de Lipovetsky, que la concibe como un sistema permanente de la realidad social e histórica, donde actualmente prima un individualismo y una cultura en la cual los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, único y exclusivo. Lo primordial es el placer, la individualidad y la máscara, una máscara que da imagen de equívoco y ambiguo, facilitando el traspaso de una manera de ser a otra muy distinta, definiendo arquetipos y estereotipos a través de un estilo. Con la investigación, se busca determinar si las prácticas de consumo de moda sostenible de estos jóvenes van acorde. y si basan su discurso y comportamientos con estos valores (distinción, exclusividad, placer, comodidad, etc.) los cuales defiende el autor, en esta sociedad que él define como individualista. Esta tarea se realizará siguiendo con la metodología de entrevistas y encuestas escogida. De esta forma también se podrá determinar si se puede seguir hablando del consumo jerárquico de la moda, o si este ha sido sustituido por el placer y la comodidad, pasando del estatus-simbólico al estilo-símbolo, relacionado con los comportamientos sostenibles. En el estatus-simbólico, los objetos de la moda adquieren una significación de prestigio, confiriendo un rango y un estatus social a su poseedor. De esta manera, el consumo de moda actúa como un instrumento de jerarquía social, que segrega y estratifica. A través del estilo-símbolo, más que posicionarse en la estructura de clase, se busca hacer ostentación de un gusto, de un estilo de vida, diferenciándose así del resto (Barriero, 1998).

Por ello, me planteo las siguientes preguntas:

¿Qué factores impulsan a los jóvenes catalanes consumidores de moda sostenible de entre 20 y 25 años a llevar a cabo dichas prácticas de consumo ecológico? ¿En que se basan sus elecciones y cómo lo justifican en términos discursivos? ¿Las elecciones y prácticas hacia un consumo de moda más sostenibles entre esta población está ligada a un *habitus* (Bourdieu)? ¿Cómo se relaciona con la teoría de Lipovetsky del apogeo del individualismo narcisista contemporáneo?

Referente a la elección del tema, recae en mi interés personal en el mundo de la moda y la visión de esta desde un punto de vista sociológico. Suelo consumir mucho periodismo sobre moda y belleza, y me gusta leer los artículos aplicando mis conocimientos sobre sociología, dotando así al contenido, un enfoque social. Me resulta muy interesante el análisis de tendencias, como surgen estas y porque las personas las siguen, así como la sociedad utiliza el consumo de moda para expresar su individualidad, y como a través de ella externalizamos características sobre nuestra persona, o lo que pretendemos o

queremos ser. En definitiva, la moda como instrumento social, y el consumo de esta como productor de identidad y herramienta de diferenciación social. Por otro lado, la elección de la temática también recae en la problemática sobre el estado medioambiental del planeta, y el querer explorar las nuevas formas y hábitos, que yo misma empiezo a aplicar, que están surgiendo a raíz de la inquietud y concienciación de la sociedad en lo referente a la sostenibilidad. Investigar cómo tanto mi generación, como la industria de la moda, cambian y se adaptan para ir en paralelo con todos estos valores que emergen para el cuidado de la Tierra.

2. Marco teórico

La moda es un sector cada vez con mayor trascendencia ambiental, sociocultural, además de ser una de las industrias más globalizadas (Gardetti, 2008). La moda es una institución que ocupa una posición estratégica en la postmodernidad (Lipovetsky, 1900). Autores como Lipovetsky (1900) y Maffesoli (1900) hablan del consumo jerárquico de la moda, sustituido por el placer y la comodidad, pasando del estatus-simbólico al estilo-símbolo (Martínez-Barreiro, 2020).

Echando la mirada atrás, las perspectivas clásicas sobre la sociología de la moda, empiezan a elaborarse con el análisis de las sociedades europeas de finales del siglo XIX e inicios del XX. Se desarrollan teorías relacionadas con el campo del consumo, del ocio o de la manifestación de gustos, y la estructura social. La explicación a los comportamientos referentes al consumo de moda se encontraría en la estructura de clases de la sociedad, sirviendo como instrumento de expresión, agrupación, y diferenciación social (Barbeta, 2019).

Para autores como Spencer (1947), la moda se basa en la imitación entre los distintos grupos sociales, donde las clases inferiores imitan a las superiores, siendo estas últimas el modelo aspiracional para el conjunto social. Según el autor, este mecanismo de imitación se basa en el concepto de “rivalidad” que se produce cuando las diferencias entre grupos sociales permiten a las clases dominantes rivalizar, mediante el consumo de lujo, con el resto de grupos sociales. En el mismo marco de la imitación, encontramos los estudios de Veblen (1899) que sitúa las prácticas de consumo de moda como un medio para la adquisición de estatus social. Distingue entre la clase ociosa y las laboriosas, donde la clase laboriosa intenta emular a la ociosa, la cual tienen una identidad social basada en el prestigio, que mantiene su reputación a través del consumo como mecanismo de diferenciación. Esto lo hará a través del consumo de ropa, cuidado del cuerpo, consumo de alimentos, tipos de ocio, maneras de comportarse, etc.

Por su parte, otros autores como Simmel (1900;1903) considera, desde una perspectiva fenomenológica, que el consumo de moda sirve para mostrar la pertenencia a un grupo y para afirmar la identidad del individuo. Así pues, respondería a la dualidad imitación/diferenciación; es decir, a cómo se agrupan y diferencian los individuos a través del acto de consumir dentro de cada clase social (Barbeta, 2019).

Referente a las perspectivas más contemporáneas, autores como Bourdieu y Baudrillard, que han desarrollado una teoría del consumo, proponen la superación de la visión de los objetos en términos de necesidad o su valor de uso. Por tanto, desechando así, una visión de consumo utilitarista y una perspectiva funcionalista. Lo fundamental en las sociedades modernas es el valor de cambio signo. Según Baudrillard, nunca se consume un objeto por sí mismo o por su valor de uso, sino en razón de su valor de cambio, es decir, en razón del prestigio, del estatus y del rango social que confiere

(Martínez-Barreiro, 1996). Esta perspectiva respondería al consumo jerárquico mencionado anteriormente, que reconoce en el consumo de moda un instrumento de la jerarquía social, y en los objetos un ámbito de producción social de diferencias y valores clasistas.

Para Bourdieu el consumo se manifiesta a través de la exteriorización del gusto, el cual define como un elemento construido culturalmente y utilizado por los individuos y por las clases sociales para afirmar la propia identidad de manera diferencial y opuesta. Para entender dicha construcción, Bourdieu aporta a su análisis el concepto de *capital*, que responde a una acumulación y transmisión de competencias que los individuos adquieren y rinden manifiesto dentro de las clases sociales. Estos capitales son denominados por el autor como: capital cultural, capital económico, capital social y capital simbólico. El gusto legítimo es de quien posee un alto capital cultural y de quien proviene de una clase dominante de larga tradición. Esta es la forma en la que funciona la moda, a partir de la imposición de un estilo cultural, al cual todos tienden a conformarse y que nadie cuestiona.

Así pues, el gusto funciona como *habitus,* concepto que se ha convertido en clave para la teorías de la moda.. El *habitus* no es algo que los sujetos puedan elegir, sino que es el resultado de los diversos capitales, del trasfondo social, de los comportamientos adquiridos, los cuales se exteriorizan y naturalizan. A través del habitus rendimos evidente nuestra concepción de la cultura, de manera inconsciente, ya que se trata de esquemas incorporados, construidos en el transcurso de la historia colectiva y que vienen adquiridos en el curso de la historia individual. El *habitus* se manifiesta como una actitud natural de un comportamiento cultural. Por tanto el gusto une y separa, funciona como barrera y como nivel, ya que pone en el mismo plano a las personas que provienen de una misma clase social, y separa a las demás, creando una batalla por la afirmación e imposición de un estilo de vida, sentido estético y práctica distintiva (Meloni, 2018).

Esto explica el proceso de diferenciación social, donde cada clase social estaría ligada a un *habitus,* a través del cual se generan las prácticas de consumo distintivas. Así el consumo de productos y sus representaciones, se asocian a grupos sociales y se estructuran de acuerdo a sistemas de oposición y niveles de legitimidad. Habría los consumos legítimos practicados por las clases dominantes y los consumos vulgares, populares, vinculados a las clases dominadas. Este proceso de distinción sería, precisamente, el papel principal del consumo en el marco de una lucha simbólica entre clases y grupos sociales. De esta manera, el *habitus*, deviene un dispositivo de orientación de las prácticas; pues elige, clasifica y es clasificado, pero, además, contribuye a reproducir la misma estructura social (Barbeta, 2019).

La sociedad de consumo, con sus obsolescencias orquestadas, sus marcas más o menos cotizadas, no es más que un inmenso proceso de producción de valores signos cuya función es otorgar connotación a los rangos y reinscribir las diferencias sociales. Es esta lógica del objeto signo la que impulsa a la renovación acelerada de los objetos y su reestructuración bajo el imperio de la moda, pues el fin de lo efímero y la innovación sistemática es reproducir la diferenciación social. Las constantes novedades de la moda tienen como función volver a crear distancias, excluir a la mayoría incapaz de asimilarlas de inmediato y distinguir, por el contrario, a las clases privilegiadas que sepan apropiárselas. Dicha innovación estética realiza una función de discriminación cultural, donde las clases privileagiadas reproducen constantemente su privilegio cultural. Por lo tanto, la moda actúa como instrumento de distinción de clases, reproduce la segregación social y cultural, y participa de las mitologías modernas que enmascaran una igualdad inexistente (Martínez-Barreiro, 1998).

No obstante, sin desechar la teoría del consumo jerárquico, autores como Lipovetsky, Morace y Maffesolí, abren una nueva línea de investigación que podría ser definida como la perspectiva ecológica de la moda y que responde al apogeo del individualismo contemporáneo tal y como argumenta Lipovetsky. Los valores permisivos, hedonistas y psicologistas eran los que predominaban en la cultura del industrialismo burgués hasta el desarrollo del consumo y la comunicación masiva. De esta manera, el individualismo narcisista se convierte en el nuevo trasfondo moral de las sociedades contemporáneas (Martínez-Barreiro, 1998).

En el ámbito de la moda hablamos de multiplicidad estética ya que, por ejemplo, a raíz del surgimiento del prêt-à-porter (que significa listo para llevar y que responde a la confección a gran escala, haciendo la moda más accesible para todos los estratos sociales), ya no hay una «sola moda», sino «una multiplicidad de modas» igualmente legítimas. A partir de aquí, también se han observado cambios en el comportamiento y motivaciones del individuo hacía la moda. Entre ellos una mayor autonomía en relación a las novedades, pues ya no se adoptan rápidamente las tendencias que emergen, sino que se asimilan a su ritmo y antojo haciendo desaparecer el "estar pasado de moda". En segundo lugar, las mujeres continúan siguiendo la moda, pero de una forma más libre. Se lleva lo que a uno le gusta, y se imita lo que se quiere, cuando se quiere y como se quiere. En tercer lugar, este individualismo narcisista conduce a una relajación de la preocupación por la moda. Se entra en una era desapasionada del consumo, de curiosidad relajada y diversificada. Por último, como ya se ha mencionado, se ha reducido la dimensión del símbolo jerárquico en favor del placer, la comodidad y la libertad. Esto se refiere a que a través del vestido ya no se busca principalmente hacer alarde de pertenencia a una clase social, sino de un gusto, de un estilo de vida. Dicho esto, los autores que apoyan la perspectiva del consumo de moda recién expuesta, no niegan que este consumo funcione como instrumento de diferenciación social, pero consideran que la teoría es muy reducida y que no abarca toda la cuestión (Martínez-Barreiro, 2006).

Lipovetsky y Morace argumentan que, en las sociedades modernas actuales, el consumo de moda ya no es solo una búsqueda de reconocimiento social, sino que también una búsqueda de bienestar, funcionalidad y de placer, donde entra en juego el concepto de individualismo narcisista, al cual corresponde no sólo el desarrollo del furor psíquico y corporal, sino una nueva de relacionarse con los demás y con las cosas. La era de la indagación en las propias motivaciones y existencialidad, de la gratificación psicológica, del placer por sí mismo, de la calidad y de la utilidad de las cosas, que han tomado el relevo.

En la misma línea, Maffesolí propone en su libro *Los tiempos de las tribus* que para poder hablar de moda hay que entender que los individuos no tenemos una identidad estable sino extensible y volátil. Tenemos una multiplicidad de yoes, y somos portadores de máscaras, las cuales cambiamos en función del contexto social en el que nos encontremos. El autor habla de micro grupos llamados *tribus.* Cuando uno se viste de la misma manera que se viste su tribu, ya no tiene un sólo ego, sino que podemos hablar de un ego extensible. Cuando uno lleva el "uniforme" *punk*, o se viste de *hippie*, gótico, *rocker* o incluso el atuendo para ir a trabajar, se mimetiza en una tribu; y si en otro momento del día lleva otro "uniforme" (cambiando, por ejemplo, su traje clásico para el trabajo, para vestirse con ropa deportiva) se entra en otra tribu. De ahí, que hay algo de extensible en mi identidad, pues no somos seres estables, sino que nos perdemos a través de la idea de extensibilidad del yo. Entonces, para Maffesolí, no existe un narcisismo en las sociedades postmodernas, sino un yo extensible, con diferentes máscaras y uniformes, que aparece particularmente representado en especies de reagrupamientos de tipo puntual (Martínez-Barreiro, 1998).

A partir de este individualismo que exponen estas teorías, podemos pensar que "la moda se está orientando hacia formas más maduras y sutiles creándose un mecanismo de autorregulación mediante el cual los consumidores eligen los productos en términos de ecología y sostenibilidad, rechazando con decisión la lógica de la diferenciación y buscando en su vestimenta la lógica de la identidad profunda" (Martínez-Barreiro, 1998).

La socióloga Kawamura (2005), define la moda como un sistema de instituciones, organizaciones, grupos, productores, consumidores, eventos y prácticas, todos los cuales contribuyen a la creación de la moda. A diferencia del concepto ropa o vestimenta, que es la parte más material de la moda, la moda se caracteriza por su dimensión sociocultural, además de su dimensión económica (Martínez-Barreiro, 2020).

Podemos empezar a hablar de sostenibilidad como una categoría esencial para el estudio académico de la moda del siglo XXI (Martínez-Barreiro, 2020). Sostenibilidad es mucho más que nuestra relación con el medioambiente, tiene que ver con la relación con nosotros mismos, nuestras comunidades y nuestras instituciones (Seidman, 2007). La moda sostenible apoya una armonía con la naturaleza, que los trabajadores de la manufactura tengan condiciones seguras y humanas de trabajo (Partridge, 2011). Por otro lado, esta nueva categoría viene implícita con una "nueva forma de pensar", que convella la ralentización de los ciclos, el saber el cómo y el porqué se fabrican las prendas, la búsqueda de soluciones que sean viables para los problemas complejos emergentes relacionados con el cuidado del ecosistema, la vestimenta, el cuerpo y la cultura" (Root, 2009). Con esta definición de lo que se entiende por sostenible, podemos concluir que el *fast fashion* no responde a dichas demandas ecológicas, en tanto que se distingue por el uso de materiales baratos y perjudiciales para el medioambiente, productos con ciclos de vida cortos que implican gasto y falta de reciclaje. Algunos autores llaman a la moda sostenible *slow fashion* (Clark, 2009; Fletcher, 2008; Patel & Davidson, 2003; Patel & Tebelius, 1987; Tran, 2008), que opuesto al *fast fashion*, implica un consumo y producción sostenible, diseño ecológico, así como el uso de materiales sostenibles para este, gestión del gasto, reusar y reciclar, primar la calidad para una perdurabilidad, concienciación en materia de medioambiente (Hold, 2009). El lema de este tipo de consumo es "menos, pero mejor".

Hasta el día de hoy, el concepto de sostenibilidad no se veía reflejado en los estudios sobre sociología de moda. La explicación, recae en la división sutilmente trazada entre el mundo natural y el mundo social (Entwistle, 2015). Los actuales costos ambientales ejemplifican esta división de la "naturaleza" y el "mundo social", cuyo resultado ha sido insuficientemente analizado por la sociología de la moda, al centrar su interés en las desigualdades sociales, o en los estudios culturales y las propias prácticas de consumo de ropa (Entwistle, 2015). Los primeros debates se remontan a la época del 1990, cuando el tema de la explotación infantil (por parte de la marca NIKE) llamó la atención de la sociedad occidental.

Principales enfoques teóricos sobre la moda sostenible (Martínez-Barreiro, 2020):

- Ecológico: es inherente al estudio de los ciclos de vida de las prendas de vestir, a partir de la valoración de los impactos ambientales de un producto, desde que se extraen las materias primas, pasando por la producción, hasta el uso del propio consumidor y el desecho del producto.
- Social y económico: este enfoque tiene que ver con la justicia social y los derechos de los trabajadores, está ligado a la globalización económica, que facilitó la flexibilidad del sistema

de la moda, gracias a la subcontratación de mano de obra en países en vías de desarrollo, produciendo efectos sociales indeseables como el de la explotación laboral. Es importante la presión del consumidor como parte de la solución al problema. Tal y como argumentaba Richard Sennett (2008), una buena artesanía implica una buena ciudadanía, donde el ritmo y el aprendizaje de un trabajo creativo enseñan a gobernarse a sí mismos y ser buenos "ciudadanos". De esta manera se puede conseguir a través de la producción y consumo de moda sostenible fomentar, a su vez, una sostenibilidad social.

- Educación para un desarrollo sostenible: en este tema, Parker y Dickson (2009); McVaugh y Norton (2012); y, recientemente, Gardetti y Delgado (2018) han reconocido que el sistema de la moda sostenible requiere un enfoque más integrado e interdisciplinario de los problemas ambientales, sociales y económicos, junto con un programa vital de educación para las personas que trabajan dentro del sistema de moda y los consumidores, en general. También se reivindica el prestar atención a la dimensión cultural de la sostenibilidad, ya que la constitución de un imaginario de moda sostenible debe ser más inclusivo y plural, desprendiéndose de los ideales altamente divisivos en términos de estética corporal, clase, raza o sexualidad que hay actualmente en el sector.

3. Metodología

El universo de estudio lo formarán mujeres y hombres de nacionalidad catalana de entre 20 y 25 años, pertenecientes a cualquier clase social y que lleven a cabo por decisión propia y de manera autónoma prácticas de consumo sostenibles. Considero interesante este rango de edad puesto que suelen ser las edades cuando los jóvenes empiezan a desarrollar cierta autonomía en la compra de su propia vestimenta; ya no dependen de sus familiares o de terceras personas para escoger de qué forma vestir y para tomar decisiones al respecto. Todo esto acompañado de una posible emancipación o independencia económica de los genitores, que les propicia más libertad de elección. También, es en este rango de edad, donde se desarrollan las preferencias, se descubren motivaciones y se articulan una serie de convicciones ideológicas en torno al hecho de la indumentaria y las preocupaciones de tipo social, como la de la sostenibilidad ambiental, cuestiones que además se ven profundamente influenciadas por la clase social, que es una de las variables contempladas.

Las hipótesis que orientarán la investigación son:

H1: La práctica del consumo de moda sostenible es un indicativo de posición de clase de los jóvenes, que recoge un perfil de comprador con un capital cultural y capital económico alto.

H2: La práctica del consumo de moda sostenible, proyecta un mismo *habitus* entre los jóvenes de clase media-alta, donde se revela un discurso de diferenciación social y simbólica y que, a su vez, suele ir correlacionada con otras prácticas asociadas al consumo ecológico en otros sectores.

H3: Los jóvenes que siguen la moda, no sólo la conciben como un instrumento de diferenciación social, sino que también buscan la autoafirmación identitaria, la personalización, la comodidad y la libertad, y con ello la consecución de altas dosis de gratificación y narcisismo, siendo este un efecto propio del individualismo contemporáneo.

H4: Los jóvenes catalanes consumidores de moda sostenible declaran un discurso a favor de un estilo de vida ecológico y sostenible, no obstante, siguen llevando prácticas que aún siguen los patrones del *fast fashion.*

Para abordar la cuestión, se procederá a la aplicación de una metodología de tipo mixta, utilizando la encuesta para la recopilación de datos más cuantitativos, a la vez que se empleará el método de la entrevista, para un análisis de tipo cualitativo. Por un lado, se ha distribuido un cuestionario online entre la población de estudio seleccionado, y, por el otro, se han realizado 5 entrevistas en profundidad y semidirigidas de aproximadamente 1 hora de duración. Entre las preguntas de control que han formulado en el cuestionario, aparte de la edad y el género, han sido la de la localidad de residencia, la actividad de los individuos, si existe o no independencia económica y si sus prácticas de consumo se consideran o no ecológicas.

La tipología de los perfiles que han conformado la muestra para las entrevistas, está configurada por dos hombres y tres mujeres de clase media-alta con un rango de edad comprendido entre 20 y 25 años. Los individuos entrevistados también han realizado el cuestionario, pero no de forma anónima. Los entrevistados han sido contactados de forma aleatoria, sin tener en cuenta ni la variable sexo ni la variable clase social.

Por lo que respecta al cuestionario, se ha distribuido entre 31 personas, las cuales se consideran consumidores sostenibles, teniendo en cuenta el factor edad, aunque tampoco se ha introducido ningun tipo de sesgo en relación al sexo o clase social de los entrevistados. Ha sido distribuida a través de la propia red de contactos que, al tratarse de una red estrecha, quizás ha introducido sesgo por lo que refiere a los encuestados. Dicho sesgo se tendría que tener en cuenta de cara a futuras investigaciones, pero nos sirve en el presente trabajo, para realizar una primera aproximación respecto al tema de estudio. Las edades de los encuestados, tal y como se ha dicho, se comprende en el rango entre 20 y 25 años. Otras preguntas de control que se han formulado en el cuestionario, a parte de la edad, han sido el sexo, la localidad de residencia y la actividad de los individuos. La muestra a la que se ha distribuido el cuestionario, por lo tanto, responde a las siguientes características:

- 63.3% de mujeres y 36.7% de hombres.
- Un 13.3% trabaja; un 36.7% estudia; un 50% estudia y trabaja; y un total de 0 ni estudia ni trabaja.
- El 86.7% depende económicamente de sus padres; el 13.3% no lo hace.

4. Resultados

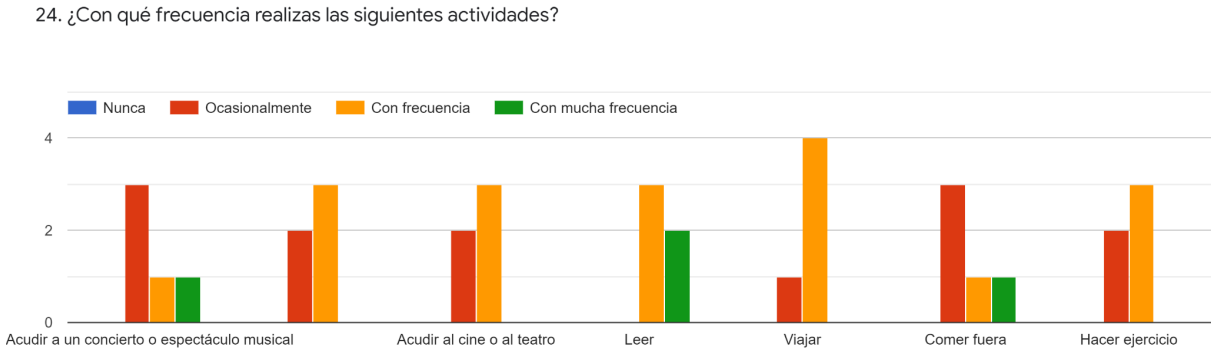
H1: La práctica del consumo de moda sostenible es un indicativo de posición de clase de los jóvenes, que recoge un perfil de comprador con un capital cultural y capital económico alto.

En la teoría de Bourdieu las clases sociales son construidas como un conjunto de agentes con semejantes posiciones, condiciones de existencia, intereses y, por lo tanto, prácticas y postulaciones similares (Capdevielle, 2011). Las posiciones se definen por las dotaciones de recursos con las que cuentan los agentes - las diferentes formas de capital- así como sus estrategias e intereses antagónicos (Alonso, 2005). Las posiciones con una acumulación de capital mayor, conforman las clases dominantes, que hacen referencia a las clases medias-altas de la población.

El nivel de capital cultural y el capital económico de los jóvenes catalanes consumidores de moda sostenible, se ha extraído a partir de una serie de indicadores, reflejados en los resultados de los encuestados y de los argumentos de los entrevistados, entre los cuales figuran, por ejemplo, el nivel de estudios de los individuos y de sus padres, los intereses culturales, así como el nivel de ingresos y de propiedades del hogar familiar.

El 83.3% de los encuestados tiene estudios, ya sean universitarios, de formación profesional, o de máster o posgrado y, a su vez, la misma cifra constata seguir estudiando en la actualidad. Solo el 16.7% de los individuos tiene solo estudios de bachillerato. Este hecho confirma que los individuos poseen un capital cultural elevado en tanto a su formación académica. Otro de los indicadores que nos confirman dicha hipótesis, es el nivel de estudios de los padres de los cuales, el 70% tienen estudios universitarios o de posgrado, dato que confirma una formación académica igualmente alta de los parientes de los encuestados. Esta hipótesis se puede contrastar con la información extraída del cuestionario y de las entrevistas, donde se evidencia la realización ocasional de actividades de ocio y de tiempo libre de tipo cultural, como la asistencia a conciertos o espectáculos musicales, así como a museos o galerías de arte, ir al cine o al teatro y afición por la lectura. En el caso de los entrevistados, las actividades mencionadas, se hacen de forma frecuente.

Figura 1.



Referente al capital económico de la muestra analizada, el 86.7% depende económicamente de sus padres aunque el 70%, en su gran mayoría, dispone de una media mensual de ingresos personales de entre 50€ y 1.000€. Teniendo en cuenta los datos del Idescat (Instituto de Estadística de Cataluña) la media salarial de ingresos del hogar durante el año 2020 en el territorio catalán ha sido de 35.030€ anuales, que equivaldría aproximadamente a 2.919€ mensuales. Los ingresos del hogar de los jóvenes consumidores de moda sostenible se encuentran, para un 26.7% de la muestra, entre 2.500€ y 4.000€ por lo tanto, dentro de la media en Cataluña. Seguido de un 23.3% que declara ingresos de más de 4.000€, mientras que un 20% dispone entre 1.500€ y 2.500€ al mes. Este puede ser un primer indicador de un capital económico entre los jóvenes, ya que la mayoría se encuentra dentro de la media, con unos ingresos familiares regulares, y otros que la superan, siendo hogares igualmente pudientes. Atendiendo a las entrevistas, los jóvenes entrevistados argumentan realizar actividades de ocio en su tiempo libre que requieren de cierta capacidad adquisitiva. Entre estas, figuran una frecuencia alta de viajes al año, hacer actividades extracurriculares, acudir al gimnasio, comer fuera, ir al cine, al teatro y a conciertos, etc. Todos ellos habitan en las zonas consideradas como acomodadas de Barcelona, como por ejemplo, Sarrià-St. Gervasi, La Bonanova o la Eixample. Otro marcador de

disponibilidad económica que se ha observado entre los 5 entrevistados, es que todos disponen de segunda residencia y de uno o más vehículos privados en sus casas.

> *"Estoy apuntada a clases de baile. (...) Ahora he vuelto a hacer bastante deporte, voy bastante al gym, voy a clases de bodypump y tal. (...) Me gusta ir al cine" - Entrevista 1, mujer, 22 años"* - Entrevista 1, mujer, 22 años

> *"Hago clases de yoga, leo y pinto acuarelas"* - Entrevista 4, mujer, 21 años

> *"Mis padres se cogen dos semanas de vacaciones en agosto y entonces hacemos destinos bastante lejanos (...) principalmente vamos a Asia. (...) Con amigos y tal vamos a Menorca"* - Entrevista 2, hombre, 22 años

> *"En verano pues (viaja) muchísimo, casi cada semana estoy haciendo algo. No me voy a EEUU cada finde, pero si a Mallorca, Menorca o algún viaje por Europa. (...) Antes viajaba un montón con la familia, quizás 4 viajes al año"* - Entrevista 5, hombre, 23 años

Con los datos analizados, podemos confirmar la hipótesis H1 donde los jóvenes consumidores de moda sostenible son pertenecientes a una misma clase social, ya que comparten una dotación semejante de recursos económicos y culturales.

H2: La práctica del consumo de moda sostenible, proyecta un mismo *habitus* entre los jóvenes de clase media-alta, donde se revela un discurso de diferenciación social y simbólica y que, a su vez, suele ir correlacionada con otras prácticas asociadas al consumo ecológico en otros sectores.

El *habitus* permite explicar y comprender las disposiciones a actuar o pensar de los individuos que ocupan posiciones similares en el espacio social, donde cada clase social quedaría ligada a un tipo de *habitus* concreto, a través del cual se generan prácticas de consumo distintivas. Así pues, de los jóvenes encuestados, el 86.7% considera que su posición social se encuentra entre clase media y la clase media-alta, como en el caso de los entrevistados, los cuales todos se perciben de clase media-alta. Se observa una estrategia común de diferenciación social y simbólica, donde la puesta en práctica de la proyección de un *habitus*, se revela a través de un discurso cargado de signos sociales distintivos, así como: interés por el saber y aprender, informados/desinformados, con o sin posibilidades económicas, atracción a cuestiones de relacionadas con la moda, valores, preferencias, expectativas, aspiraciones, intereses, etc; además de extender el consumo ecológico de igual manera a otra áreas de su vida, por lo tanto podríamos afirmar la hipótesis.

Analizando los discursos de los entrevistados se puede observar dicha lógica. Las siguientes afirmaciones, junto con los datos de las encuestas, nos muestran una reiteración en su retórica del 'saber', del estar informados sobre lo relativo a la ecología y sus consecuencias para el medio, frente al resto de individuos desinformados, distinguiéndose así de estos últimos. Además se construye una imagen inferiorizada de los mismos, ya que se conciben como sectores sociales despreocupados, pasivos y conformistas por las cuestiones relacionadas con el consumo sostenible, consideradas como fundamentales para los entrevistados. De esta forma se puede ver un fuerte distanciamiento simbólico, que se materializa por la proyección del habitus de los consumidores en las prácticas de consumo, se observa, por ejemplo, signos distintivos como valoraciones y clasificaciones de determinados elementos de la cultura de la moda, conocimiento de marcas sostenibles, así como su relación e

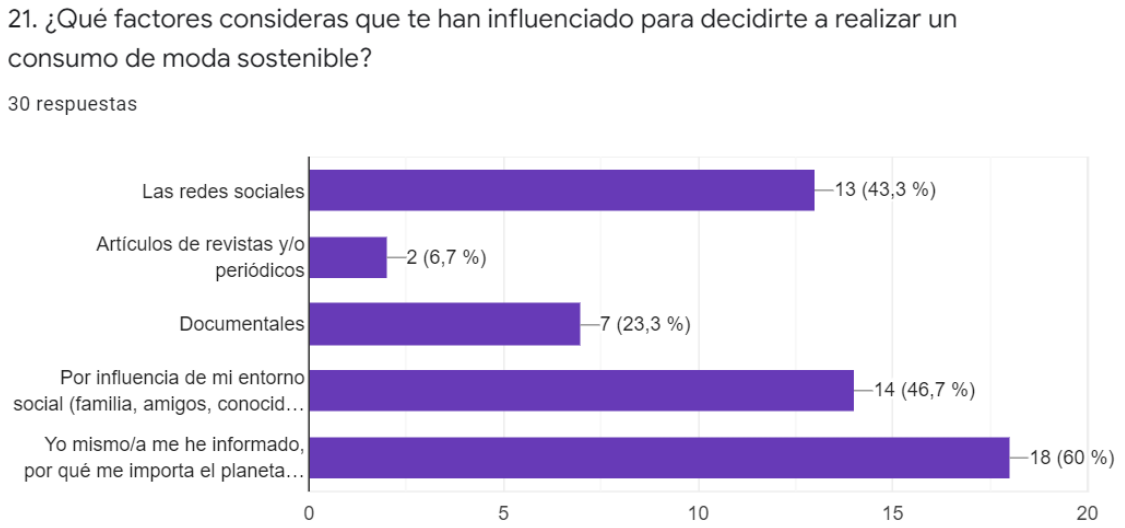
impacto en la salud medioambiental, etc. Este discurso también se puede ver reflejado a partir de los datos del cuestionario donde, los consumidores con prácticas sostenibles, dicen que el factor más relevante, que les ha propiciado a llevar dichos hábitos, es el de la información por medios propios sobre el estado del planeta con un porcentaje del 61.3%, seguido del visionado de documentales del 22.6% y por la lectura de revistas y artículos. Por lo tanto, se muestran como personas informadas en materia de medio ambiente.

> *"la gente, que no los quiero los quiero llamar ignorantes, que no se plantean muchas cosas, supongo que les preocupan otras cosas"* - Entrevista 1, mujer, 22 años

> *"se tendría que hacer consciente a la población del desastre que conlleva el consumir fast fashion"* - Entrevista 3, mujer, 21 años

> *"la gente compra mucha ropa (...) me da rabia el pensar que se usa una de agua, se desperdicia una de plástico (...) odio el consumismo este de comprar cada semana y prendas tan baratas, porque si valen 10€ es porque algo se está haciendo mal"* - Entrevista 5, hombre, 23 años

Figura 2.



También se hace referencia a la capacidad adquisitiva como un elemento social distintivo. En ningún momento ninguno de los entrevistados afirma no poder comprar ropa sostenible, pero sí que mencionan a los individuos que no se puede permitir su consumo como consecuencia de los altos precios de esta.

> *"Si a ti te gusta la moda pero no tienes demasiado dinero, pues ¿dónde vas a ir? pues a Zara, por ejemplo. Eso está muy mal. Pero entiendo que es porque no pueden comprar en una tienda que valga más dinero. La moda sostenible no es asequible."* - Entrevista 1, mujer, 22 años

> *"Si tu quieres comprarte ropa, entiendo que no te quieras gastar un dineral, pudiendo gastar 15€ en una camiseta de Zara, lo que pasa es que son prioridades."* - Entrevista 1, mujer, 22 años

Por otro lado, se refleja en las respuestas de los jóvenes entrevistados, la creencia de la existencia de un modelo "superficial" de consumidor, que compra porque "está de moda", siendo un consumo alejado de los valores que justifican y legitiman el consumo ecológico según los entrevistados. Podemos observar cómo el discurso se orienta a establecer una estrategia de diferenciación en el interior del segmento de consumidores ecológicos.

> *"creo que la gente también se encasilla mucho en esta ideología del "ecologismo falso" o en plan "ecología de Instagram"* - Entrevista 5, hombre, 23 años

> *"ahora están saliendo muchas marcas pequeñas (...) igual que se está poniendo de moda la ropa de segunda mano, que ahora es carísima porque se ha puesto de moda"* - Entrevista 4, mujer, 21 años

> *"Antes los compradores de moda sostenible eran un grupo muy reducido, pero creo que ahora se ha puesto de moda. No se si estoy contenta de que sea una moda, porque me da miedo que la moda pase, que acabe y que se deje de comprar en tiendas de segunda mano"*- Entrevista 3, mujer, 22 años

Siguiendo la misma línea, la proyección del habitus de los jóvenes consumidores de moda sostenible, también se refleja en sus expectativas, proyectos vitales y de futuro. Por ejemplo, se ha podido observar en las respuestas de los entrevistados sobre su proyecto de vida, que aunque no tengan claro cuál es este, su intención es fluir en el momento presente y entregarse al porvenir de lo que la vida les traiga. Aunque, por otro lado, también declaran que temen por el futuro. Les preocupa y lo perciben como incierto.

> *"Mi proyecto de vida es seguir a flote. Como vivir en el presente y no agobiarme mucho por el futuro. Lo que me tenga que traer la vida, pues que me lo traiga"* - Entrevista 3, mujer, 22 años

> *"Si que tengo claro lo que haré en los próximos dos o tres años, pero no lo que haré en cinco, que ya veré cómo estaré"* - Entrevista 2, hombre, 22 años

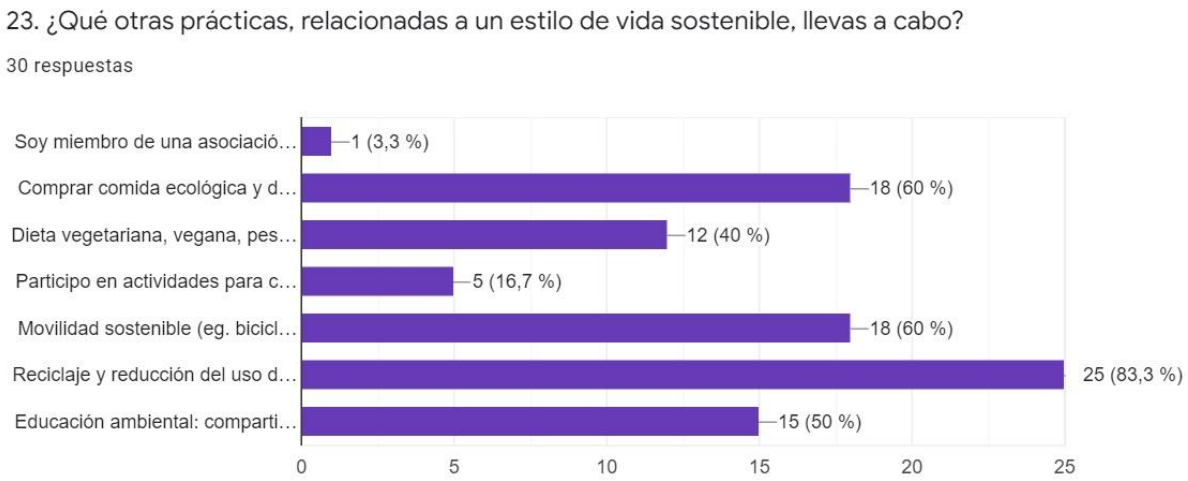
> *"Me preocupa bastante lo de no saber a dónde ir. (...) Al final fluyo porque no tengo otra cosa, porque sino estaría agobiada todo el día"* - Entevista 1, mujer, 22 años

> *"(Le preocupa) el trabajo, la economía ¿vamos a poder vivir igual que cuando éramos pequeños? a ver, depende las circunstancias de cada familia, pero en mi caso, ¿voy a poder vivir como han vivido mis padres? ¿Lo voy a tener tan fácil para llegar donde ellos han podido llegar?"* - Entrevista 5, hombre, 23 años

A partir del análisis de datos, se puede observar, que la práctica del consumo de moda sostenible va correlacionada con otras prácticas de tipo ecológico. Los jóvenes que afirman llevar un consumo responsable, por lo que refiere a la ropa, también aplican dicho consumo a otras áreas de su vida como puede ser la alimentación sostenible, así com la compra de en establecimientos especializados en la venta de productos orgánicos y/o de km 0, la práctica del reciclaje, la realización de una movilidad sostenible, etc. Además de que buscan compartir y educar en materia de sostenibilidad a su entorno más inmediato. No obstante, la mayoría de ellos no participa junto con ninguna asociación para el cuidado medioambiental. De esta forma se podría argumentar que los jóvenes que consumen

moda sostenible se adhieren a un mismo estilo de vida en relación a la ecología pero no adoptan un comportamiento activista en términos asociativos.

Figura 3.



> *"He sido vegana durante bastantes años, desde los 14, pero ahora estoy en transición entre vegetariana y vegana"* - Entrevista 3, mujer, 22 años
>
> *"Me muevo en bici. Voy a "currar" cada día en bici, sino caminando o en transporte público"* - Entrevista 4, mujer, 21 años
>
> *"En mi casa siempre vamos al mercado, además de que mi padre tiene un huerto del cual también consumimos. Quiero cuidar mi cuerpo, y esto implica saber de dónde vienen las cosas que como"* - Entrevista 3, mujer, 22 años

H3: Los jóvenes que siguen la moda, no sólo la conciben como un instrumento de diferenciación social, sino que también buscan la autoafirmación identitaria, la personalización, la comodidad y la libertad, y con ello la consecución de altas dosis de gratificación y narcisismo, siendo este un efecto propio del individualismo contemporáneo.

Como argumenta Lipovetsky, se han observado cambios en el comportamiento de los individuos respecto a la moda, y su teoría se puede aplicar a la muestra del estudio de consumidor de moda sostenible. Aunque un 60% de los encuestados dice estar interesado en la moda, adjudicando en su mayoría un 7 entre un nivel de importancia del 1 al 10, ya no se persiguen tanto las tendencias, sino que se viste de una forma más libre, buscando ser fiel a un gusto y a un estilo propio. Este hecho se puede comprobar a través del análisis de los datos de los encuestados, en el que un total del 70% da un nivel de importancia alto en el momento de decidir sus compras al que la prenda les guste y vaya acorde con su estilo, mientras que el criterio "Que esté a la moda" se concibe como poco o nada importante para un 73.3% de la muestra. Podemos afirmar que se produce una aparente relajación de la preocupación por la moda.

Siguiendo la misma línea, se ha observado por las respuestas obtenidas de los entrevistados en lo referente a la definición de su estilo y el objetivo que persiguen a la hora de vestir, utilizan verbos

como el expresarse, diferenciarse y mostrarse como son, que responderían a la búsqueda de una autoafirmación identitaria. Por otro lado, los sujetos entrevistados también dicen vestirse para ellos mismos y con ropa que les guste, atribuyendolo a una cuestión de autoestima, no obstante, también afirman vestir para los demás, para que "les vean bien" o para agradar. Por tanto, estos argumentos revelan una voluntad de obtención de gratificación, tanto por cuenta propia, como a través de la validación de ajenos, respondiendo a un comportamiento de tipo narcisista e individualista. Además, la muestra analizada también dice perseguir a través del acto de vestir la comodidad y la utilidad, así como la funcionalidad de la pieza para la realización de sus actividades diarias. Los datos obtenidos apuntan a que un 96.6% de la población encuestada, adjudica a la utilidad y comodidad de la prenda, un nivel de importancia alto o muy alto, como criterio para decidirse en la compra de esta. Dicha información también se ve respaldada por las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados.

> *"(la moda) es una forma muy guay de expresarse, de arreglarse, de ponerse guapa, de sentirse uno mismo"* - Entrevista 1, mujer, 22 años

> *"Mi estilo diría sobre mi persona que busco en parte diferenciarme de aquello mainstream"* - Entrevista 4, mujer, 21 años

> "Tengo como objetivo estar feliz yo. (...) Me hace feliz vestirme y comprar ropa que me guste. (...) Que la gente me mire por la calle por como visto también me hace feliz" - Entrevista 3, mujer, 22 años

> "Ir cómodo sobre todo, luego seguir una estética que a mi me guste y ya luego como última, si me dicen "que guapo vas" pues también me sienta bastante bien" - Entrevista 5, hombre, 23 años

> "Me gusta que la pieza sea bonita, pero sobre todo cómoda. Quiero poder respirar. Necesito ropa que me permitan moverme en el taller donde trabajo, en bicicleta, subir, bajar, trabajar, ir a la universidad" - Entrevista 3, mujer, 22 años

El individualismo contemporáneo en la postmodernidad que teoriza Lipovetsky, también se puede aplicar a los jóvenes entrevistados de la muestra estudiada, ya que en el bloque de las preguntas abiertas, todos ellos argumentan están comprometidos con ellos mismos, con el autoconocimiento, cons sus metas personales y con su futuro, aunque si quieren incidir en el bien social en términos de ecología.

> *"Quizás el compromiso con mi entorno, entendido como mi familia y amigos está al mismo nivel que el compromiso conmigo mismo, aunque quizás el yo un poco más por encima, y lo último es la sociedad"* - Entrevista 2, hombre, 22 años

> *"Estoy comprometida conmigo misma seguro, con mi entorno cercano muchísimo, pero también lo importante que es hacer comunidad, hacer redes, porque llegas mucho más lejos, tú y tus acciones"* - Entrevista 4, mujer, 21 años

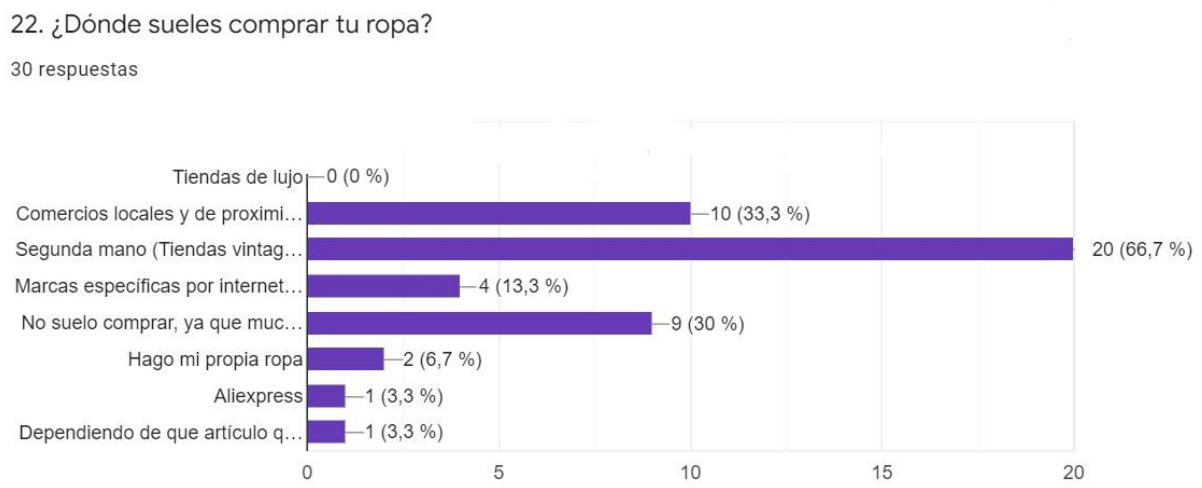
> *"Yo soy bastante individualista. Estoy comprometido conmigo mismo y de rebote con la sociedad porque a mi me gusta mucho el tema humanitario o relaciones internacionales"* - Entrevista 5, hombre, 23 años

De esta manera, podemos concluir que el consumo de moda entre los jóvenes que compran ropa sostenible, ha dejado de ser solo una búsqueda de reconocimiento social, para también desplegarse hacia el bienestar, la funcionalidad y el placer en sí mismo por la calidad y la utilidad de las prendas, respondiendo a la lógica del individualismo contemporáneo. Por lo tanto, se confirma la hipótesis H3.

H4: Los jóvenes catalanes consumidores de moda sostenible declaran un discurso a favor de un estilo de vida ecológico y sostenible, no obstante, siguen llevando prácticas que aún siguen los patrones del *fast fashion.*

El discurso sobre lo importante que es llevar un estilo de vida sostenible para un menor impacto ambiental está cada vez más interiorizado en la sociedad actual, ya que se trata de un razonamiento que es visto como políticamente correcto. Los jóvenes consumidores de moda ecológica analizados en el presente trabajo, tienen claro dicho discurso y lo defienden con argumentos lógicos, los cuales apoyan aportando datos además de manifestar su preocupación por el estado del planeta. Si hablamos de la puesta en práctica de hábitos sostenibles, los encuestados que han respondido que realizan un consumo de ropa ecológico el 66.7% dice comprar ropa de segunda mano y lo verifican poniendo ejemplos de tiendas, entre las más mencionadas, Vinted, Humana y Flamingos, seguido del 33.3% que compra en comercios locales como Ecoalf, Saye, Brownie y Djarabi, mientras que el resto dice heredar la ropa o hacerla a mano.

Figura 4.



Siguiendo en la misma línea, los tres criterios que los jóvenes consideran más importantes a la hora de realizar sus comprar son: que la fabricación sea local y de proximidad, que tengan certificación social para asegurar las condiciones de los trabajadores y que los materiales de confección sean sostenibles, dejando en segundo plano la calidad de la prenda, la exclusividad o la originalidad de esta. No obstante, cuando se les pide que adjudiquen un nivel de importancia para los motivos en la decisión de compra de una pieza consideran "Muy importante" que la ropa sea de su agrado y vaya acorde con su estilo, y lo mismo con que sean prendas útiles y cómodas, mientras que la media considera sólo "Importante" el resto de criterios que responden a principios ecológicos, situándolos por debajo de los mencionados anteriormente, que nada tienen que ver con la sostenibilidad. Dicha información no implica que la población no lleve hábitos ecológicos, ya que también según la encuesta, en altos porcentajes, extienden sus prácticas sostenibles más allá de la compra de moda, a otras áreas como la

movilidad, la alimentación, así como la compra de alimentos orgánicos y en establecimientos de km0, reciclaje y educación en materia de medio ambiente (Véase Figura 3.).

Observando las respuestas de los entrevistados, podemos concluir, que su discurso sobre la importancia de realizar un estilo de vida sostenible si que se lleva a la práctica. El total de los individuos dice realizar una movilidad no contaminante, ya sea en bicicleta, en transporte público o incluso por la disposición de un vehículo eléctrico. En lo referente a la alimentación, las mujeres entrevistadas siguen una dieta vegetariana, mientras que los hombres dicen consumir carne de forma regulada. En sus hogares, la compra de alimentos se hace principalmente en establecimientos de km0 o *bio* como en el supermercado Origen Ametller, Veritas o en mercados de barrio, mientras que algunos también disponen de un huerto particular de donde obtienen alimentos como frutas, verduras y huevos. No obstante, en todos los casos, también se frecuentan de forma ocasional supermercados "normales" como Caprabo o Mercadona, aunque como ellos no se encargan de la tarea de comprar en sus casas, en su mayoría argumentan que si de ellos dependiera, no realizarían la compra en dichas superficies. Todos practican de igual manera el reciclaje, además de educar en materia de cuidado medio ambiental a su entorno más inmediato, que incluye familia y amigos. Como en el caso de los encuestados, menos una de las entrevistadas, el resto no participa con ninguna asociación para el medio. En relación al consumo de moda, todos ellos dicen comprar sobre todo ropa de segunda mano, aunque algunos también frecuentan tiendas locales o reutilizan piezas heredadas o realizan intercambios de prendas con sus amigos/as. Dos de ellos dicen haber comprado de forma puntual en grandes grupos como Inditex, en ocasiones como, por ejemplo, la compra de un vestido de graduación o de camisas para ir al trabajo. Al tratarse de un hecho puntual y aislado sienten que no compromete en gran medida su estilo de vida ecológico.

> *"La compra la hacen mis padres. Yo se que ellos la hacen en Caprabo o en Origen Ametller, pero muchas veces, siempre que voy yo, voy a Ametller, me gusta mucho, la verdad. Entre ese y Veritas"* - Entrevista 5, hombre, 23 años
>
> *"Yo casi siempre compro ropa de segunda mano o Made in Spain"* - Entrevista 1, mujer, 22 años
>
> *"Desde hace ya 6 años que sigo una dieta vegetariana, básicamente por el maltrato animal, porque me dan mucha pena y obviamente es un plus la sostenibilidad"* - Entrevista 4, mujer, 21 años
>
> *"Estoy trabajando en un fondo de inversión que lo que hace es invertir en startups sostenibles y eso me llena mucho"* - Entrevista 1, mujer, 22 años

Por lo tanto, refutamos la hipótesis H4, ya que aunque su el consumo de los jóvenes analizados no se puede considerar 100% ecológico, ya sea porque no dependa de ellos, o porque se consuma de forma meramente puntual en multinacionales, su estilo de vida en general se rige por un principio sostenible acompañando el discurso en favor de este,

5. Conclusiones

Con este estudio se ha pretendido llevar a cabo una primera y breve aproximación a cuáles són los factores que han impulsado a los jóvenes catalanes a consumir moda de una forma sostenible, focalizado principalmente la investigación en las motivaciones y discursos en los que apoyan dichas prácticas. Los estudios sociológicos sobre la moda són pocos y recientes, aunque se ha visto en numerosas teorías que la moda es un potente instrumento de segregación y clasificación dentro de la estructura social; es decir, la lógica social de la moda ha sido siempre la de distinguirse socialmente mediante la manera de vestir, operando bajo el impulso de la competición de clases (Martínez-Barreiro, 1996).

A través de la teoría del *habitus* de Bourdieu se ha podido comprobar que, a través del capital cultural y económico de la muestra analizada, se genera un estilo de vida diferenciado, el cual responde a un *habitus* concreto para este grupo de consumidores. Según los resultados obtenidos, dicho *habitus* se proyecta en las prácticas y signos sociales distintivos de los jóvenes, ya que se muestran como individuos informados y curiosos en materia de cuidado medio ambiental, con intereses, aspiraciones y valores comunes, además de posibilidades económicas y un estilo de vida ecológico que se expande más allá del ámbito de la vestimenta. Todos estos signos distintivos se deben a unos capitales cultural y económico altos, que los aglutina bajo una misma posición social, que en este caso, se refiere a una clase media-alta.

Para el estudio, se ha analizado de forma complementaria a la teoría de Bourdieu, la aportación teórica posmoderna de Lipovetsky, que parte de la premisa de que el individualismo narcisista se ha convertido en en nuevo trasfondo moral de las sociedades contemporáneas (Martínez-Barreiro, 1998) donde el objetivo con el consumo de moda es la búsqueda del placer individual, para una autoafirmación identitaria y para la propia gratificación. Esta teoría se ve reflejada en la investigación, atendiendo al discurso de los jóvenes consumidores sostenibles, que dicen buscar a través de la moda el placer, el disfrute, el expresarse, agradar a los demás y el gustarse a ellos mismos, con el fin de hacer alarde de un gusto o estilo de vida propio, siguiendo la moda de una forma más desenfadada.

A modo de conclusión podemos constatar que las transformaciones de la moda, incluyendo el auge del consumo de moda sostenible, son producto de la lógica de las luchas de clase internas dentro marco de la oposición (antiguo/nuevo, caro/barato, etc.) y la imposición de la clase dominante, que enfrentan a los poseedores del gusto y a los pretendientes pretenciosos (Doria, 2012). Por otro lado, también se ha podido observar la importancia de la moda como una función expresiva y seductora entre los jóvenes que han escogido, acorde con sus valores y cosmovisiones, llevar a cabo estas prácticas de consumo sostenible, no obstante, llevando ropa con la que se sientan cómodos, que les guste, que les aporte bienestar, así como para hacer ostentación una forma de vida.

Referencias

Alonso, L. E. 2005. "El estructuralismo genético y los estilos de vida: consumo, distinción y capital simbólico en la obra de Pierre Bourdieu". *Universidad de Navarra, Publicaciones y Recursos de Sociología y Áreas Afines*.

Barbeta Viñas, M. 2019. "¿Moda o estilo de vida? El consumo ecológico en la encrucijada". *Aposta. Revista de Ciencias Sociales* 83: 30-60.

Bourdieu, Pierre. 1991. La distinción. Madrid: Taurus.

Doria, Patricia. 2012. “Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias”. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos* 42: 101-106.

Entwistle, J. 2015. “Sustainability and fashion. En K. Fletcher y M. Tham (Eds.), Routledge Handbook of Sustainability and Fashion”: 25-33.

Maffesoli, Michel. 1990. *El tiempo de las tribus*. Barcelona: Icaria.

Martínez-Barreiro, A. 1996. “Elementos para una teoría social de la moda Sociológica”. *Revista de pensamiento social* 1: 97-123.

Martínez-Barreiro, A. 1998. “La moda en las sociedades avanzadas”. *Papers: revista de sociología*: 129-137.

Martínez-Barreiro, A. 2004. “Moda y globalización. De la estética de clase al estilo subcultural”. *Revista Internacional De Sociología 62*(39): 139–165.

Martínez-Barreiro, A. 2006. “La difusión de la moda en la era de la globalización”. *Papers: Revista de Sociología* 81: 187-204.

Martínez-Barriero, A. 2020. “Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales”. *Sociedad y Economía* 40.

Martínez-Barreiro, A. 2021. “La sostenibilidad en los estudios de moda”. *Athenea Digital* 21:1.

Meloni, P. Antropología del consumo. Doni, merci, simboli. Roma. Carocci. 2018.

Lipovetsky, Gilles. 1990. *El Imperio de los efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas.* Barcelona: Ed. Anagrama.

Apéndice A

Cuestionario

Edad:

Sexo:

- Mujer
- Hombre
- Otros

Nivel de estudios:

- Sin estudios
- Educación secundaria obligatoria (ESO)
- Bachillerato o COU
- FP de grado medio
- FP de grado superior
- Estudios universitarios
- Estudios de posgrado, máster o doctorado

Situación laboral:

- Estudio
- Trabajo
- Estudio y trabajo
- Ni estudio ni trabajo

¿Actualmente dependes económicamente de tus padres?

- Sí
- No

Promedio de ingresos personales al mes:

- No dispongo de ingresos personales
- Hasta 500€
- De 500€ a 1000€
- De 1000€ a 2000€
- De 2000€ a 2500€
- De 2500€ a 4000€
- Más de 4000€

Ingresos promedio del hogar al mes:

- Hasta 500€
- De 500€ a 1000€
- De 1000€ a 1500€
- De 1000€ a 1500€
- De 1500€ a 2500€
- De 2500€ a 4000€
- Más de 4000€

¿Cómo te consideras a nivel de clase social?

- Alta

- Media-alta
- Media
- Media-baja
- Baja

Nivel de estudios de los padres

- Sin estudios
- Educación secundaria obligatoria (ESO)
- Bachillerato o COU
- FP de grado medio
- FP de grado superior
- Estudios universitarios
- Estudios de posgrado, máster o doctorado

Localidad de residencia
Pregunta abierta

¿Te interesa el mundo de la moda?
- Si, me interesa
- No, no me interesa
- Indiferente

Del 1 al 10, ¿Qué tan importante es la moda en tu vida?

¿Cómo te informas sobre el mundo de la moda?
- Revistas de moda y estilo de vida
  ¿Cuáles? (abierta)
- Redes sociales
- Blogs de moda
- ¿Cuáles? (abierta)
- Asistencia a eventos de moda
- ¿Cuáles? (abierta)
- Otros

¿Consideras que realizas un consumo de moda sostenible? (Por moda sostenible entendemos: fenómeno en el que el diseño, la producción y el uso de la ropa se basa en minimizar las consecuencias medioambientales y garantizar los derechos laborales, entre otros factores).

-Sí
-No

¿Qué criterios serían más importantes para ti? ¿Cuáles te han motivado a practicar el consumo de moda sostenible? (Selecciona 3 opciones)
- Fabricación local y de proximidad, para evitar la contaminación con la importación y los residuos de envase derivados de esta actividad.
- Certificación social, que asegura buenas condiciones laborales de los trabajadores.

- El uso de materiales respetuosos con el medioambiente, ecológicos y reciclables para evitar el impacto de la industria textil en el planeta.
- Evitar el maltrato animal, así como el impacto medioambiental de la industria ganadera.
- La superioridad en la calidad, perdurabilidad, atemporalidad, de las prendas sostenibles.
- Adquirir prendas más exclusivas y más originales, a diferencia de lo que ocurre con el *fast fashion.*
- Otros

Dime dos marcas de ropa o tiendes que consideres que son sostenibles
Pregunta abierta

¿Con qué frecuencia sueles comprar nuevas prendas?
- Todas las semanas
- Una vez cada dos semanas
- Una vez al mes
- Una vez cada seis meses
- Una vez al año

¿Por qué razones vas a comprar ropa?
- Solo cuando lo necesito
- Porqué me gusta ir de compras
- Voy a comprar porque necesito algo, pero luego siempre acabo comprando de más.
- Aprovecho para ir en periodo de rebajas

En promedio, ¿Cuánto gastas aproximadamente al mes en ropa?
- Menos de 50€
- De 50€ a 100€
- De 100€ a 200€
- Más de 200€

Ordena por nivel de importancia los criterios que utilizas para decidir tus compras: (Muy importante, Importante, Poco importante, Nada importante)
- Motivos de estética: tengo en cuenta el diseño, prendas que me gusten, que vayan acorde a mi estilo.
- Utilidad y comodidad: incorporar prendas cómodas, clásicas, de calidad y atemporales para que perduren en el tiempo.
- Que la producción sea ética y de proximidad: sello de comercio justo o made in Europa y/o consumir en comercios locales.
- Que los materiales de fabricación sean sostenibles con el medio ambiente (reciclados, algodón, lino y cáñamo orgánicos, seda paz, tela reciclada, etc.)
- Que el producto sea vegano y animal friendly: que en la producción no haya habido maltrato animal.
- Busco prendas originales, que me permitan distinguirme del resto, para marcar mi propio estilo a la hora de vestir.
- Doy preferencia a la calidad de las prendas que no a la cantidad e invierto en ello.
- Que esté a la moda.
- La marca o el diseñador/a.
- Que el precio sea económico.

¿Qué factores consideras que te han influenciado para decidirte a realizar un consumo de moda sostenible?

- La redes sociales
- Artículos de revistas y/o periódicos
- Documentales
- Por influencia de mi entorno social (familia, amigos, conocidos) que siguen o tienen en cuenta el consumo sostenible.
- Yo mismo/a me he informado, por qué me importa el planeta y he buscado opciones más sostenibles

¿Dónde sueles comprar tu ropa?

- Grandes grupos (Inditex, H&M, Mango, etc.)
- Tiendas de lujo
  Si es así, ¿cuáles?
- Comercios locales
  Si es así, ¿cuáles?
- Segunda mano (Tiendas vintage, Mercadillos, Vinted, Vestiaire Collective, De Pop, Best for Less, etc.)
  Si es así, ¿cuáles?
- Marcas específicas por internet (IKKS, SKFK, YERSE, etc.)
  Si es así ¿cuáles?
- No suelo comprar, ya que muchas de las prendas que utilizo son heredadas.
- Hago mi propia ropa
- Otros

¿Qué otras prácticas, relacionadas a un estilo de vida sostenible, llevas a cabo?

- Soy miembro de una asociación para el cuidado medioambiental.
- Comprar comida ecológica y de comercio de proximidad.
- Dieta vegetariana, vegana, pescatariana o similar.
- Participo en actividades para cuidado del medioambiente (eg. recogidas de plásticos, talleres, asistencia a conferencias, voluntariados, etc.)
- Movilidad sostenible (eg. bicicleta, uso de vehículos eléctricos, carsharing, transporte público).
- Reciclaje y reducción del uso de plásticos.
- Educación ambiental: compartir tu experiencia y concienciación con tu entorno.

¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades? (Nunca/Ocasionalmente/Con frecuencia/Con mucha frecuencia)

- Acudir a un concierto o espectáculo musical
- Visitas a museos y galerías de arte
- Acudir al cine o al teatro
- Leer
- Viajar
- Comer fuera
- Hacer ejercicio

Apéndice B

Guión de entrevista

Bloque 1. Introducción

Vamos a empezar hablando un poco de ti.

Nombre:
Edad:
Sexo:

- Explícame quién eres y cómo te defines.
- ¿Dónde vives?
- ¿Dispones de segunda residencia? Si es así, ¿Dónde?
- ¿Dispones en tu casa de vehículo privado? Si es así, ¿Cuántos/Cuáles?

Bloque 2. Autopercepción

- ¿Crees que hoy en día las personas seguimos las modas del momento a la hora de vestir? o, ¿vestimos de una forma más libre? ¿dirías que tu las sigues o vistes a tu gusto?
- ¿Cómo definirías tu estilo a la hora de vestir?
- ¿Buscas destacar de alguna forma, siendo creativa/o u original con las prendas que vistes?
- ¿Crees que la forma de vestir habla sobre nosotros como personas? si es así, ¿Que diría tu estilo sobre tu persona?
- ¿En qué o quién te inspiras a la hora de vestir?
- ¿Consideras que te vistes para ti mismo o también para los demás? ¿Por qué?
- Más allá de la necesidad, ¿Es para ti la moda algo lúdico? ¿La disfrutas? ¿Del 1 al 10?
-

Bloque 3. Hábitos y estilo de vida

- ¿Lees? Si es así, ¿Qué tipo de lectura?
- ¿Con qué frecuencia sueles viajar? ¿A qué destinos? ¿Quién te acompaña?
- En lo referente al desplazamiento, ¿Realizas una movilidad sostenible? Si es así, ¿Cómo? ¿Dispones de algún tipo de vehículo amigable con el medioambiente? (bicicleta, bicicleta eléctrica, patinete eléctrico, moto eléctrica, coche eléctrico, etc.)
- ¿Sigues algún tipo de dieta sostenible? Si es así, ¿Qué tipo de dieta sostenible sigues? (vegana, vegetariana, ovolactovegetariana, etc) ¿Por qué motivo?
- También relacionado con el consumo de alimentos, si vas ha hacer la compra, ¿A qué tipos de supermercados vas? (ecológicos, de km 0, etc.) ¿Por qué motivo?
- ¿Estás familiarizada/do con el reciclaje? ¿Lo practicas? ¿Tienes en cuenta si el packaging de lo que compras es amigable con el medioambiente?
- ¿Colaboras o participas en alguna asociación por el medioambiente? Si es así, ¿De qué manera? ¿Qué actividades realizas? ¿Cada cuanto?
- ¿Intentas compartir con tu entorno tu concienciación con el medioambiente? ¿De qué manera?
- ¿Qué otras prácticas relacionadas con la sostenibilidad realizas en tu día a día?
- Dejando de lado la sostenibilidad, ¿Haces algún tipo de actividad de ocio en tu tiempo libre? Si es así, ¿Cuáles?

Bloque 4. Preguntas abiertas

- ¿Cual es tu proyecto de vida?
- ¿Te planteas tener hijos?
- ¿Estás implicado de alguna forma en alguna causa social? Si es así, ¿de qué manera?
- ¿Te interesa hacer proyectos que tengan trascendencia social y que incidan en el futuro? Si es así ¿qué tipo de proyectos serían?
- ¿Te interesa la política? ¿Cómo definirías tu ideología política?
- ¿Cómo definirías tu filosofía de vida? ¿Crees que los jóvenes se aglutinan en una filosofía de vida común? ¿Cuál sería dicha filosofía?
- ¿Cuáles crees que son las inquietudes / preocupaciones de tu generación? ¿Y las tuyas?
- ¿Crees que los jóvenes hoy en día están más comprometidos consigo mismos y con sus metas personales? ¿Tú con quién estás comprometido? (contigo mismo, con tu entorno inmediato, con la sociedad, etc.)
- ¿Cómo ves el futuro? ¿Cómo influye tu visión en las decisiones que estás tomando ahora?

- En relación a la moda, ¿qué piensas sobre los tiempos actuales? ¿Qué cosas buenas encuentras? ¿Qué cosas malas?
- ¿Es la moda importante para ti? ¿En qué sentido?
- ¿Qué buscas / persigues a la hora de vestir? ¿Cuáles son tus objetivos, necesidades, deseos...?
- ¿Apuestas por una moda sostenible? ¿Por qué? (o ¿por qué no?) ¿Tu entorno apoya, acepta o lleva también dichas prácticas?
- Si tuvieras capacidad de influencia, ¿qué cambios harías en el mundo de la moda para que sea más sostenible?
- ¿Crees que la forma de vestir varía en función del contexto social? ¿De qué forma? (Ej: en épocas de crisis la moda es vista como más austera, pero en los 90 (años de bonanza económica) la moda era más alocada ¿Como crees que vestimos los jóvenes actualmente? ¿Nos encontramos en el “todo vale”o “todos iguales"?
- Siguiendo la misma línea, ¿Crees que nuestra forma de vestir puede usarse como método de reivindicación / elección política / más justicia / equidad?
- ¿Buscas reivindicar algo a través de lo que vistes? ¿Qué?

Apéndice C

Análisis entrevistas

María: Mujer de 22 años
Martí: Hombre de 22 años
Abril: Mujer de 22 años
Marina: Mujer de 21 años
Xavi: Hombre de 23 años

Bloque 1. Introducción

Vamos a empezar hablando un poco de ti.

- Explícame quién eres y cómo te defines.

Se define como alegre, organizada, le gusta salir con sus amigos.
Se define como una persona simple, sin muchos complejos ni preocupaciones, realista, tranquilo.
Se define como alguien abierta, que mira siempre antes por los demás que no por ella misma. Le gusta cuidar las cosas. Quiere una vida sencilla y cómoda.
"Me defino como una persona muy sensible y muy sensibilizada"
"Me defino como activo, bastante social y que me preocupo bastante, no solo por mi mismo, sino también por los míos y la sociedad. Tengo curiosidad por conocer el mundo".

- ¿Dónde vives?
- ¿Dispones de segunda residencia? Si es así, ¿Dónde?

Vive con sus padres, y además de la casa familiar situada en Barcelona, dispone de tres segundas residencias, dos de ellas en Fuerteventura, otra en la Cerdaña y otra en Gavà.
Barcelona (Eixample). Dispone de una segunda residencia familiar en Viladamat (pueblo del Empordà).
Vive en Barcelona, concretamente en el barrio del Born. Sus padres disponen de una casa en la montaña, en un pueblo que se encuentra en la Plana de Vic.
Barcelona. "Mis padres tienen una segunda residencia en la Costa Brava, en Playa de Aro".
Vive en Barcelona en el barrio de la Bonanova. "Por parte de mi madre tenemos una casa en Andorra y luego una casa en Lleida, o sea, una masía familiar".

- ¿Dispones en tu casa de vehículo privado? Si es así, ¿Cuántos/Cuáles?

También dispone de tres vehículos privados de gama alta y uno de ellos es eléctrico.
y también dispone de un coche en casa para los cuatro miembros de la familia.
También dispone de vehículo privado. De 1 coche y 1 moto, además de muchas bicicletas.
"Mis padres tienen un coche y mi padre también una moto. Yo tengo una bici".
"El de mi padre, que es un Audi y luego mi madre tiene un Sab"

Bloque 2. Autopercepción

- ¿Crees que hoy en día las personas seguimos las modas del momento a la hora de vestir? o, ¿vestimos de una forma más libre? ¿dirías que tu las sigues o vistes a tu gusto?

Considera que casi todo el mundo de su entorno sigue las modas, ella incluida.
Considera que existe la moda en función del grupo o "tribu" con el que te juntes, y que intentas estar a la moda y parecerte dentro de este grupo de amigos. Considera que ahora hay más opciones para

vestir, pero cuando escoges un grupo, del estilo acorde a este no sales. Siempre irás con una características muy concretas. Somos libres de escoger pero el grupo nos limita.
"Creo que intentamos seguir una moda que viene dictada desde arriba, pero también creo que ha surgido una corriente en el mundo de la moda que dice "viste como te dé la gana". Si que es verdad que si te fijas en Inditex e incluso en la tienda de segunda mano Human, hay un poco lo mismo, pero creo que ahora mismo podemos vestir como queramos. Todo está aceptado, todo es válido. Entonces diría que sí y no a la vez".
"Creo que nunca he seguido la moda y que visto mucho a mi gusto. Con los años he ido mejorando. Porque cuando eres pequeño, cuesta romper con la moda establecida. Ahora no he de contentar a nadie. Me visto por mi y para mi"
"Si que creo que vestimos de una forma más libre que no en los años veinte, pero creo que hoy se da mucho con el capitalismo y el patriarcado, el concepto de "falsa libertad", es decir, muchas cosas pensamos que las hacemos por libertad propia y gustos propios, pero en realidad estan super condicionados por la publicidad, por nuestro entorno y tal". "Se juzga menos a las personas por como visten, pero creo que muchas cosas están condicionadas". "Yo diría que visto como me gusta, pero que estoy condicionada por la moda, y por lo que se lleva cada año" "Mucha de la ropa que tengo la tengo desde hace mucho, pero también voy renovando con cosas que se llevan durante la temporada".
"Yo creo que la gente cada vez más sigue las modas que ven en Instagram y que es muy fácil que, sobre todo chicas que se dedican al mundo de influencer y tal, tienen muchísimo poder de control sobre la gente. Básicamente se siguen todas las modas típicas de "ahora se lleva pantalón ancho", pues todo el mundo lleva pantalón ancho, luego "camisa de cuadros" y todo el mundo en camisa de cuadros. Así que sí, creo que la gente es muy influenciable". "Yo no las he seguido nunca. Quizás porque soy un chico y no hay tantos referentes, como influencers. Pero no, considero que visto bastante atemporal".

- ¿Cómo definirías tu estilo a la hora de vestir?

Define su estilo como "pihippie". No viste marcas, colores, prendas anchas.
Él considera que sí que sigue un estilo concreto a la hora de vestir, al que él mismo define como "perroflauta". Considera que pertenece a un entorno concreto, que viste de una forma concreta. Hablando desde su propia experiencia, considera que en la etapa de la adolescencia, si que vestimos para encajar y que es en ese momento cuando nos adherimos al grupo que después va a determinar en cierta forma nuestra manera de vestir.
"Definiría mi estilo de vestir un poco a como he definido a mi persona. Quiero piezas que duren mucho, con colores tenues y tranquilos. No me gustan mucho los colores llamativos. Me gusta que la pieza sea bonita, pero sobre todo cómoda. Quiero poder respirar. Necesito ropa que me permitan moverme en el taller donde trabajo, en bicicleta, subir, bajar, trabajar, ir a la universidad".
"Definiría mi estilo como un poco "bollish", ropa ancha combinada con ropa estrecha. Visto mucho de negro o con colores basicos y en verano quizás un poco más bohemio".
"Yo diría que bastante ecléctico. Pues por ejemplo durante el día cuando estoy en la ofi voy en traje, pero los findes visto a mi gusto. Me gustan las prendas antiguas. Un básico que siempre tengo son unos Levi's 501 y cualquier jersey basico de segunda mano o alguna sudadera más chula y bambas" "Bastante cómodo"

- ¿Buscas destacar de alguna forma, siendo creativa/o u original con las prendas que vistes?

Argumenta que no busca destacar, que lo que intenta que lo que compra sea básico para combinarlo con todo y tener "fondo de armario", aunque si encuentras algo diferente que le guste, se lo compra.
Considera que no es muy original, pero sí que ha hecho cambios radicales en determinados momentos de su vida, como raparse el pelo y teñirlo de rosa.

“Creo que sí. Creo que todos buscamos destacar. De hecho cuando leía tus preguntas pensaba “no, yo no busco destacar”, porque también hay esta moda del pasotismo. Pero creo que busco llamar la atención en mi misma. Si llevo algo que no me gusta tengo un mal dia. Me gusta vestirme y pensar: me gusta lo que me he puesto. Si que me hace feliz que los demás se fijen en mí, pero me visto para mi”.
“No busco destacar, porque justamente con colores oscuros no creo que llame mucho la atención, pero creo que la ropa dice cosas de ti”.
“En cierta manera busco ir cómodo y que me guste, pero por otra parte, sí que es verdad que sí que me gusta ser un poco más creativo”.

- ¿Crees que la forma de vestir habla sobre nosotros como personas? si es así, ¿Que diría tu estilo sobre tu persona?

Considera que la forma de vestir habla sobre nosotros mismos, que va con nuestra personalidad, y define su estilo como alegre. Le gusta vestir bien, pero tampoco ir excesivamente arreglada.
Cree que nuestra forma de vestir no habla del todo sobre nosotros mismos, solo en casos radicales, cuando la persona es miembro de una “tribu” a la que se le asocian estereotipos de estilo de vida, ideología, valores, etc. Pone como ejemplo a los “punks”. Sobre el mismo, argumenta que su estilo en la adolescencia sí que estaba más marcado, pero que ahora es más “neutro”.
“Creo que hay gente que se viste por un motivo meramente funcional, porque hay que vestirse y punto y gente que no”. “Definiría mi estilo como alguien que le gusta tener cuidado por las cosas (...) por eso también me gusta hacer investigación de dónde compro. No quiero comprar ropa, así como no como carne, que conlleve la negatividad de no estar producida de forma ética”. “Me gusta la ropa delicada, bonita, bien hecha”.
“Mi estilo diría sobre mi persona que busco en parte diferenciarme de aquello “mainstream”, y que vestir con ropa sencilla o con ropa de hombre o sin sujetador, también muestra libertad o mi sexualidad”. “Una chica que viste con ropa ancha principalmente se la tacha de lesbiana o bisexual, así que supongo que eso diria mi ropa de mi”.
“Un montón. Depende del factor, pero el vestir te encasilla en una clase social, en una personalidad, por los colores que uses, la talla que uses…si usas una talla más oversize, la gente suele ser menos social, más reservada. En cambio si usas ropa más estrecha o más corta, se da por entendido que eres un poco más social, más atrevido. Yo creo que influye mucho en la personalidad de la persona”. “Yo creo que al usar ropa bastante antigua, el llevar pantalones más anchos…mis amigos me dicen “es que tu eres muy moderno”.

- ¿En qué o quién te inspiras a la hora de vestir?

Como fuente de inspiración para vestir sigue cuentas en Instagram o en Tik Tok o también se fija en sus amigas.
“Me inspiro a la hora de vestir en mi mamá, así como en mi hermana pequeña, que es confiada y me lo transmite” “También en gente de la calle. A la que fotografío y guardo en un archivo el cual reviso para inspirarme”.
“Me inspiro para vestirme por lo que veo en Tik Tok o Pinterest”.
“En Tik Tok, a veces, hay videos de típicos chicos que visten como bastante guay y a veces me inspiro en eso, también de películas y sobre todo de cómo se vestía la gente en los ‘90”.

- ¿Consideras que te vistes para ti mismo o también para los demás? ¿Por qué?

Argumenta que las personas nos vestimos en cierta forma para los demás, ya que queremos “que nos vean bien”, sino iria muchas veces en chándal, pero por estética e imagen no lo hace. “

Considera que viste para sí mismo y para los demás. “Es un concepto de autoestima, pero también para que el resto te vea bien”.
“Considero que visto para mi misma, en el sentido de que visto con lo que me gusta y me siento cómoda, pero en ciertas situaciones, como por ejemplo en verano cuando estoy en la Costa Brava, me adapto al entorno y me visto más “pija” para salir o para ir a La Santa o al White Summer”
“Depende. Durante el día cuando voy en traje, pues para los demás, porque si fuera por mi iría muchísimo más cómodo. O sea, para los demás depende del porqué y, por ejemplo, los findes más para mi, pero es obvio que si salgo pues te arreglas más, porque supongo que quieres ir más guapo y gustar más”.

- Más allá de la necesidad, ¿Es para ti la moda algo lúdico? ¿La disfrutas? ¿Del 1 al 10?

Percibe la moda como algo lúdico y un factor que le proporciona bienestar en tanto que le hace “sentirse más guapa” y mejorar su autoestima.
La moda le es indiferente, no la ve como algo lúdico.
“Disfruto la moda. Si fuera por utilidad, cada día me pondría lo mismo, pero realmente disfruto combinando las cosas y escogiendo mis outfits. Me encanta ir a mirar tiendas por mirar. Cada semana voy a Humana y miró aunque no compre, porque alimenta mi cabeza, y para mi es lúdico”.
“Nunca me ha interesado la moda, pero me gusta definir mi propio estilo”.
“La verdad es que sí, me gusta bastante (la moda). De hecho no solo la moda masculina, sino también la moda de prendas femeninas, pues me gustan las típicas modelos como Bella Hadid, Gigi Hadid, Kendall, también me gusta como visten y tal”.

Bloque 3. Hábitos y estilo de vida

- ¿Lees? Si es así, ¿Qué tipo de lectura?

Si que dedica tiempo a la lectura.
Se considera un lector habitual. Lee libros de historia, de sociología, ensayos, etc.
“Cada día intento leer un poco. Me gustan los ensayos en torno al mundo del arte y las novelas clásicas (...) también revistas ”.
“Leo mucho mucho mucho. Leo tanto novelas, como libros de retorica feminista, libros sobre el cambio climatico, algo de filosofia, creciemiento personal”.
“Si, leo muchísimo. En el “curro” cosas del curro y cuando termino siempre leo libros. Cuando termino uno, empiezo el mismo día otro”. “Me gusta mucho la narrativa, la narrativa histórica, la narrativa hispánica y de aprender”.

- ¿Con qué frecuencia sueles viajar? ¿A qué destinos? ¿Quién te acompaña?

Viaja con mucha frecuencia. Los viajes más lejanos los realiza con su familia, mientras que los que hace con su círculo de amistades suelen ser por España o por el resto de Europa. “Los viajes más lejanos son con mi familia, y ya si es por España o algún sitio de Europa, pues con mis amigas”
Viaja con bastante frecuencia. Con su familia realiza un viaje al año a destinos lejanos como Asia. Con sus amigos suele viajar por la península. “Mis padres se cogen dos semanas de vacaciones en agosto y entonces hacemos destinos bastante lejanos (...) principalmente vamos a Asia (...) con amigos y tal vamos a Menorca”
“Cada año voy a Formentera con mi familia y luego siempre caen uno o dos viajes más. Un par de veces al año yo diría”.

“He viajado mucho por la uni (LEIN), una vez al año, y desde la pandemia que no viajo mucho, solo por España. Ahora que estoy trabajando y tengo mi propio suelo, me muevo bastante” “Viajó más con amigos”
“Depende. En verano pues muchísimo, casi cada semana estoy haciendo algo. No me voy a EEUU cada finde, pero si a Mallorca, Menorca o algún viaje por Europa. Pero la verdad es que intento que sea bastante frecuente”. “Siempre con amigos. Antes viajaba un montón con la familia, quizás 4 viajes al año, pero ahora ya no”.

- En lo referente al desplazamiento, ¿Realizas una movilidad sostenible? Si es así, ¿Cómo? ¿Dispones de algún tipo de vehículo amigable con el medioambiente? (bicicleta, bicicleta eléctrica, patinete eléctrico, moto eléctrica, coche eléctrico, etc.)

Realiza una movilidad sostenible.Cuando vivía en el centro de la ciudad se movía mucho en bicicleta, pero ahora que está más a la afueras, utiliza coche eléctrico para los desplazamientos o en autobús.
Realiza una movilidad sostenible, ya que por Barcelona se desplaza en transporte público y utiliza el servicio “Bicing” para moverse en bicicleta.
“Me muevo en bicicleta a todas partes”
“Me muevo en bici. Voy a “currar” cada día en bici, sino caminando o en transporte público”.
“Pues sí, porque odio conducir, odio los coches, odio las motos, o sea que ando o cogo el bus o los ferrocarriles”.

- ¿Sigues algún tipo de dieta sostenible? Si es así, ¿Qué tipo de dieta sostenible sigues? (vegana, vegetariana, ovolactovegetariana, etc) ¿Por qué motivo?

Sigue una dieta vegetariana, impulsada por la visión de un documental llamado “Cowspiracy”, el cual le hizo ver el impacto de la industria cárnica en el planeta y el maltrato que reciben los animales. Dos aspectos que le preocupan actualmente.
No sigue una dieta sostenible, pero su hermano es vegetariano y entonces indirectamente afecta a cómo come en casa, ya que de normal comen poca carne.
“He sido vegana durante bastantes años, desde los 14, pero ahora estoy en transición entre vegetariana y vegana” “Empecé por tema de alta sensibilidad. Vi un documental y al ver las imágenes no pude comer más carne” " Tuve la gran suerte de que mis padres respetaran mi decisión”.
“Desde hace ya 6 años que sigo una dieta vegetariana, básicamente por el maltrato animal, porque me dan mucha pena y obviamente es un plus la sostenibilidad”. “Tiro más a que un zapato no lleve piel de animal, a que se haya producido de forma sostenible”.
“Fui vegetariano durante un par de años y lo dejé hace un par de años” “Ahora como orgánico. Intento no comer cosas ultra procesadas y luego carne, pues que sea de proximidad, consumo regulado, intento comer no cada día sino que 2 veces a la semana”.

- También relacionado con el consumo de alimentos, si vas ha hacer la compra, ¿A qué tipos de supermercados vas? (ecológicos, de km 0, etc.) ¿Por qué motivo?

No hace la compra. Pero en su casa suelen comprar en Casa Ametller o en la Sirena. Les traen la comida a casa por un tema logístico, ya que la zona de Barcelona en la que viven se encuentra mal comunicada.
En su casa los congelados se compran en la Sirena y el resto de la compra la realizan en Bonpreu y Casa Ametller.
“En mi casa siempre vamos al mercado, además de que mi padre tiene un huerto del cual también consumimos. Quiero cuidar mi cuerpo, y esto implica saber de dónde vienen las cosas que como. Así que suelo comprar en Veritas y. a veces, en Aldi que tiene una sección bio. También intento consumir

productos de temporada. Pero también he de decir que si algún día puntual tengo que ir al Mercadona, voy".
"Mi padre tiene un huerto, así que tenemos cosecha propia y con la vecina intercambiamos cosas. Ella tiene gallinas, así que los huevos son también de al lado de casa". "Todo lo que es fruta, verdura y queso que no tengamos, lo compramos en el mercado, pero por otro lado también compramos cosas en Mercadona". "O sea, combinamos los dos, no es que seamos supercríticos".
"La compra la hacen mis padres. Yo se que ellos la hacen en Caprabo o en Origen Ametller, pero muchas veces siempre que voy yo, voy a Ametller, me gusta mucho, la verdad. Entre ese y Veritas".

- ¿Estás familiarizada/do con el reciclaje? ¿Lo practicas? ¿Tienes en cuenta si el packaging de lo que compras es amigable con el medioambiente?

En su casa se practica el reciclaje. Si ella hace la compra intenta que los envoltorios no contengan mucho plástico y lleva sus propias bolsas de tela.
Practica el reciclaje y cada vez tiene más en cuenta el envoltorio de las cosas que compra, ya que su padre se dedica a la venta de productos de cocina, y van a comprar con el carro y con bolsas de tela para no usar las de plástico que dan el los supermercados. Pero no mira mucho el embalaje del producto.
Si que practica el reciclaje. "Me gustaría comprar en tiendas a granel, pero no lo hago por falta de tiempo".
"Desde pequeña que en casa separamos las 5" "Si vamos al mercado sí que vamos con nuestras bolsas y nuestro carro, pero si vamos a Mercadona pillamos lo que haya, esté envuelto de una manera o de otra".
Si practica el reciclaje."En Ametller no suelen haber packaging de plástico, y si voy a algun sitio tipo Mercadona, que te ponen la fruta en bandejas de plástico, en mi vida compraría esto".

- ¿Colaboras o participas en alguna asociación por el medioambiente? Si es así, ¿De qué manera? ¿Qué actividades realizas? ¿Cada cuanto?

Antes de la pandemia participaba de forma activa en recogidas de plástico que organizaron asociaciones para el cuidado del medioambiente. Aunque argumenta que ha dejado de hacerlo porque no siente que sirva de mucho.
No colabora ni participa en ninguna asociación para el medioambiente.
No colabora ni participa en ninguna asociación para el medioambiente.
"Participo con la asociación Extincion Rebellion, que realiza movilizaciones pacíficas" "También hago actividades, sobretodo con las del trabajo, porque somos una frikis de la sostenibilidad, y vamos a la playa a recoger colillas o recoger plásticos del mar".
No colabora ni participa en ninguna asociación para el medioambiente.

- ¿Intentas compartir con tu entorno tu concienciación con el medioambiente? ¿De qué manera?

Intenta educar en materia de medio ambiente, recomendando documentales, debatiendo. Aunque a su parecer su entorno es muy cerrado de mente.
No comparte sus hábitos sostenibles por redes sociales y considera que no ejerce mucha presión en su entorno ni educa en materia de cuidado del medioambiente.
"Desde muy pequeña he dado la tabarra en casa" "Me ha costado mucho introducir esta manera de pensar y hacer, porque al final la concepción de mis padres es distinta a la mía. Pero a día de hoy reciclamos, compramos en el mercado, orgánico, traemos nuestras propias bolsas ". "Pero nunca quiero hacer sentir mal a los demás. No quiero ser la vegana que le dice que tiene un muerto en el plato".

“Sobre todo a mis padres, es a los que más doy la turra. Con amigos y amigas a veces suelto algún comentario, pero para ellos es como si me sintiera con superioridad moral, entonces me callo bastante”.
“Si, sobre todo con mis amigas. Les digo “sois muy falsas” porque vais cada dos por tres a actividades de Greenpeace y cosas de estas y luego vais al Zara y os gastáis 200€ en 500 tops”.

- ¿Qué otras prácticas relacionadas con la sostenibilidad realizas en tu día a día?

Otras prácticas relacionadas con la sostenibilidad que lleva a cabo, es el uso de champús y gel de ducha en sólido.
En temas domésticos considera “que no la hacen bien en casa”, ya que no miran mucho el consumo de agua, ni el gasto eléctrico, etc.
“En la moda hay sobreproducción por la alta demanda de esta. Vivimos en una sociedad de consumo, donde compramos porque si. Yo intento no contribuir en esta rueda e intento consumir ropa que ya existe”. “También intentó comprar muebles de segunda mano”.
“Envuelvo mi bocadillo en algodón. A veces compro a granel”.

- Dejando de lado la sostenibilidad, ¿Haces algún tipo de actividad de ocio en tu tiempo libre? Si es así, ¿Cuáles?

Otras actividades de ocio que realiza son clases de baile y frecuenta el gimnasio. Le gusta ir al cine, caminar, salir de fiesta. “Estoy apuntada a clases de baile (...) Luego ahora he vuelto ha hacer bastante deporte, voy bastante al gym, voy a clases de bodypump y tal (...) Me gusta ir al cine”
Como actividad de ocio, practica el fútbol. Antes estaba en un equipo, pero ahora por temas logísticos y de horarios, hace “pachangas” con sus amigos. “Normalmente hago deportes, bueno, fútbol sobre todo. Estamos apuntados a un equipo con mis amigos”
“Me gusta coger la bici en mi tiempo libre, también dibujar, y quedar con mis amigas. También ir a tiendas de segunda mano a mirar”.
“Hago yoga, leo y pinto acuarelas”
“Gimnasio, natación, jugar al tenis. Luego escucho mucha música, voy a conciertos, salgo de fiesta”.

Bloque 4. Preguntas abiertas

- ¿Cual es tu proyecto de vida?

No tiene claro su proyecto de vida, pero argumenta que le gustaría trabajar en algo relacionado con la sostenibilidad.“Fluyo con lo que se me viene. (...)
Referente a su proyecto de vida, tiene claro que quiere terminar la carrera y hacer un master. Tiene claro que le interesa la Sociología y que le gustaría profundizar más en un tema concreto y dedicarse a ello. Pero dice que son proyectos a corto plazo, que ahora mismo no se plantea un futuro lejano, en términos de si va a seguir o no viviendo en Barcelona. No se quiere crear expectativas. “Si que tengo claro lo que haré en los próximos dos o tres años, pero no lo que haré en cinco, que ya veré como estaré”.
“Mi proyecto de vida es seguir a flote. Como vivir en el presente y no agobiarme mucho por el futuro. Lo que me tenga que traer la vida, pues que me lo traiga”. “Creo que mi proyecto es cuidar a la gente que quiero y cuidarme a mi misma” “Intentar vivir de manera humilde, pero sin perder la ambición”.
“Teniendo en cuenta que tengo 21 años y que todavía no me conozco nada, sé que tengo una vocación en ayudar a la gente. Principalmente luchas como los derechos de los animales y las mujeres. Entonces tengo claro que cuando he buscado trabajo, busco sitios que compartan mis valores y dedicar mi jornada laboral a algo que aporte algún bien y no enriquecer las multinacionales”. “Creo

que mi proyecto de vida es conocerme, saber que me gusta para gestionar mis sentimientos y estar trabajando todo el tiempo que pueda en hacer un bien en la sociedad".
"Me gustaría mucho trabajar para las delegaciones de la UE en el exterior, o sea, en la embajada. Rollo en lo diplomático, pero de la UE".

- ¿Te planteas tener hijos?

Ahora mismo no se plantea tener hijos. Argumenta que depende de las circunstancias vitales.
Siempre que las circunstancias se lo permitan, si que le gustaría tener hijos.
"Si tendría hijos porque creo que vivir es un regalo. El poder dar y recibir amor".
"Si me lo planteo ahora digo que no. No me veo nada teniendo hijos. Porque creo que me sacan toda la libertad, además de los sueldos que se nos vienen a nuestra generación, creo que es muy difícil tener el dinero para mantener a un hijo".
"Si. Esto va a sonar un poco egoísta, pero no quiero llegar a los 70 y estar solo".

- ¿Estás implicado de alguna forma en alguna causa social? Si es así, ¿de qué manera?

No está implicada en ninguna causa social.
No está implicado en ninguna causa de tipo social
"He estado implicada en comedores sociales y en casal de mi barrio cuidando a niños en verano. Cuando estuve viviendo en escocia trabajé en un café como voluntaria que servia a gente sin techo".
"Intento hablar con gente de la calle, porque sé que mucha gente solo quiere hablar y algo de compañía". "A veces preparo bolsas de comida y se las doy a la gente sin techo que vive por mi barrio".
"El la carrera desenvolupe un proyecto que se llamada "Violets", que era una productora adudiovisual feminista, es decir, que haciamos videos de mujeres referentes al colectivo LGTBI+ y de igualdad. Eso, que siempre he tenido vocación por meterme en cosas de estas". "Estuve un tiempo en la asociación de barrio de jóvenes".
"Me gusta mucho el trabajo humanitario. He sido voluntario en Jerusalén durante un tiempo, con los refugiados palestinos. De hecho, ahora estoy aplicando a trabajos para las Naciones Unidas, o sea, en cosas humanitarias si".

- ¿Te interesa hacer proyectos que tengan trascendencia social y que incidan en el futuro? Si es así ¿qué tipo de proyectos serían?

Trabaja en un fondo de inversión que invierte en startups sostenibles y eso "le llena mucho", y le gustaría seguir en este camino, es decir, dedicarse a algo orientado a la sostenibilidad. pero le interesa participar en proyectos con causa (gestión de una asociación de rodamon), pero el interés es más a nivel laboral, y que le paguen.
"Me gustaría trabajar con niños que encuentren en condiciones precarias, introduciéndoles al mundo del arte y el diseño, ya que creo que es un mundo que tendría que ser accesible para todos".
"Si, muchísimo. Por ejemplo, desde que empecé, hice prácticas en amnistía internacional. Todo el resto de "curros" que he cogido luego,que han sido dos, uno que ha sido para una empresa que se llama Evelyn's, donde se hacen proyectos de consultoría para la ONU y para la Comisión Europea, y todos tenían un impacto bastante "guay". Luego dejé ese curro para trabajar en Deloitte, que es donde estoy ahora, y estoy en el departamento de sector público, y lo que buscaba era que los proyectos en los que yo estuviese involucrado tuviesen un impacto aún más directo que los de la otra empresa para la que trabajaba y, así es, estamos haciendo un proyecto para crear políticas activas de ocupación en Barcelona".

- ¿Te interesa la política? ¿Cómo definirías tu ideología política?

La política le podría interesar más, dice que sus amigas están mucho más enteradas. Se considera de centro.
Argumenta que la política cada vez se ha ido aburriendo más. Después de Covid le ha dejado de importar completamente. No sabría como definir su ideología. Antes se definía como de izquierdas, pero ahora depende de la cuestión. Ha visto que ni derechas ni izquierdas tienen "la verdad absoluta". Pero sí que sus pensamientos son más cercanos a las izquierdas. Está a favor de una empatía global.
"Te he de decir que estoy super poco enterada sobre el mundo de la política" "Odio las rivalidades. No me gusta nada el odio" "No hay ningún partido que me guste. No voy a dar mi voto a un partido que sé que no va a sacar los números. Voto en blanco, porque creo que hay que votar" "Creo más en la izquierda. Pero no en los partidos radicales. No creo en la radicalidad ni en la violencia".
"No me interesa la política. Diría que soy de izquierdas, pero no soy una persona muy política. Soy activista pero apolítica, por decirlo así".
"Si, la verdad es que sí. He estudiado políticas. Empecé siendo de centro derecha, pero cada día soy más de izquierdas".

- ¿Cómo definirías tu filosofía de vida? ¿Crees que los jóvenes se aglutinan en una filosofía de vida común? ¿Cuál sería dicha filosofía?

Su filosofía de vida, es fluir, ir viendo lo que viene cada día con optimismo, no soporta a la gente negativa, ver las cosas con perspectiva y relativizar siempre mucho, luchar por los valores de uno, transmitir buena vibra a su entorno. Cree que los jóvenes no comparten una misma filosofía de entorno. Argumenta que su entorno tiene formas de vivir, pensar, objetivos distintos entre ellos. "Yo vivo mucho "go with the flow", al día, voy fluyendo, lo que se me va viniendo"
Considera que los jóvenes no tenemos una filosofía de vida común, ya que nuestra generación es mucho más compleja que las anteriores, en la que cada uno ve la vida de diferentes maneras. Considera que , como en la moda, hay muchos más frentes abiertos, más posibilidades. Antes las expectativas de vida estaban muy marcadas y ahora los jóvenes nos hacemos demasiadas preguntas. El define su filosofía de vida como "lo más simple posible". Intenta simplificarlo todo más, sin rebuscar mucho. "Lo mejor es pensar menos y ser más simple. Si esta está bien, tiró hacia allí, sin pensar que lo otro hubiese sido mejor"
"Mi filosofía de vida es cuidar lo que me rodea, independientemente de si es humano, objeto, animal, cuidarme a mí misma también. Intentar hacer el mundo mejor, dejando la mínima huella, crear el mínimo impacto". "Creo que depende del contexto. Mi forma de pensar es de persona privilegiada, que vive en un barrio privilegiado, con una buena situación económica. Tengo una buena situación social, económica y política, así que no creo que sea igual para todo el mundo. Creo que hay gente que vive solo por los demás, gente que vive solo por ellos mismos y creo que cambia dependiendo del contexto en el que estas y de la gente con la que te rodeas".
"Soy una persona altamente sensible. Tengo muy en cuenta el cómo me relaciono, proceso y gestiono los sentimientos, y intento tener mucha conciencia, no solo de lo que esta pasando, por ejemplo, que hacen las grande marcas, de donde sacan la ropa y a que trabajadores están explotando, sino yo mismas como Marina que estoy sintiendo, como lo puedo gestionar y tal". "Filosofía de vida, así como proyecto de vida, es aportar un bien".
"Los jóvenes somos en teoría más críticos, como que luchamos más, causas sociales, y creo que es algo que se ve mucho en la generación Z. Pero a la vez veo tantos niveles diferentes de concienciación, que por otro lado te digo que no se puede generalizar".
"Vive y deja vivir" "Yo creo que no. Va muy ligada la ideología de cada uno y su background familiar y al contexto social. Yo siento que muchas veces en mi grupo de amigos del barrio, de toda la vida, pero cada vez más me siento menos como ellos, ya sea ideológicamente o filosóficamente. Creo que

tenemos proyectos de vida bastante distintos y creo que la gente también se encasilla mucho en esta ideología del "ecologismo falso" o en plan "ecología de Instagram".

- ¿Cuáles crees que son las inquietudes / preocupaciones de tu generación? ¿Y las tuyas?

Lo que más le preocupa es el medio ambiente y el feminismo. "El feminismo y la sostenibilidad serían las luchas más importantes para mi ahora" "No veo un futuro sin que sea sostenible, porque esque sino no lo va ha haber".
Considera que hay dos tipos de jóvenes. Los que están muy implicados en las causas sociales y los que no se preocupan por ninguna causa. Sus preocupaciones e inquietudes: le preocupa bastante no saber que quiere en un futuro, a donde ir. Le preocupa que la gente no se pare a pensar en términos de sostenibilidad aunque conozcan y tengan acceso a las cuestiones relativas a este tema. Le preocupa el futuro de todo el mundo.
Cree que nuestra generación tiene muchas preocupaciones. Entre ellas el miedo al futuro, saber "dónde acabaremos"
"Mis preocupaciones e inquietudes son el calentamiento global, la justicia climática, que es básicamente que todos los países del mundo nos hayan de estar alimentado a los occidentales y se están muriendo y estemos acabando con tribus y culturas, es algo que me preocupa mucho" "Yo me pongo a mirar un documental de National Geographic, como si es de águilas, que me pongo a llorar" "Me preocupa también que no hay igualdad entre hombres y mujeres. Y que si aquí ya no hay, en otros países aún menos. Se que esto es algo que comparte mucha gente joven, que estamos luchando y hablando mucho sobre todo". "Creo que nuestra generación ha crecido con el cambió climático y, me da la sensación de que lo tenemos tan normalizado, que no actuamos todo lo que podríamos actuar. O sea, nos preocupa, pero como pequeños nos han dicho que el mundo "se va a la mierda", pues vivimos con ellos".
"Yo creo que el futuro nos preocupa un montón a todos. Eso es algo en lo que todos estamos de acuerdo. Tenemos 22/23 años y hemos vivido la crisis económica del 2008, la crisis del Covid, ahora una guerra, entonces ¿qué va a pasar en unos años? Luego creo que nos preocupa muchísimo la apariencia, el cómo nos mostramos a los demás, por culpa de Instagram y todo esto, en lo que yo me incluyo. Yo a veces también me preocupo por cómo me van a ver los demás". "El trabajo, la economía ¿vamos a poder vivir igual que cuando éramos pequeños? a ver, depende las circunstancias de cada familia, pero en mi caso, ¿voy a poder vivir como han vivido mis padres? ¿Lo voy a tener tan fácil para llegar donde ellos han podido llegar?"

- ¿Crees que los jóvenes hoy en día están más comprometidos consigo mismos y con sus metas personales? ¿Tú con quién estás comprometido? (contigo mismo, con tu entorno inmediato, con la sociedad, etc.)

Considera que hoy en día los jóvenes estamos más comprometidos con nosotros mismos, pero no desde el punto de vista del egocentrismo. "Encuentro super bien que una persona ahora no quiera tener hijos y que se ponga ha hacer cosas que le apetecen" Considera que hay más libertad en comparación a las generaciones pasadas, que la época actual nos brinda más facilidades en términos apertura de la mente.
Está comprometida con ella misma. Con su familia y amigos también pero no al mismo nivel.
"Nuestra generación era más individualista de lo que era antes. Antes había más división por grupos, por clases y las preocupaciones eran comunes. Ahora las preocupaciones son más individuales". "Ahora piensas más en ti mismo, en tu futuro y en tus metas personales". "Quizás el compromiso con mi entorno, entendido como mi familia y amigos está al mismo nivel que el compromiso conmigo mismo, aunque quizás el yo un poco más por encima, y lo último es la sociedad".

“Creo que somos mucho más egoístas en comparación a antes. Creo que tenemos una mirada muy yoista. O sea creo que sí que somos más egoístas, pero al menos con la gente que me rodeo, hay cada vez más un espíritu de colectivo y de ayudarnos los unos a los otros”.
“Creo que somos más individualistas. Veo otras generaciones que hacen muchos más actos de comunidad, queriendo ayudar a tus vecinos y tal, y nosotros miramos más hacia nosotros mismos, a nuestro ego, a lo que tenemos y lo que podemos conseguir”. “Estoy comprometida conmigo misma seguro, con mi entorno cercano muchísimo, pero también lo importante que es hacer comunidad, hacer redes, porque llegas mucho más lejos, tú y tus acciones”.
“Yo creo que sí. Si, por ejemplo, miramos la época de nuestros padres, o aún más hacia atrás, en la época de nuestros abuelos, que se casaban a los 18 años, eso era muy poco para ti mismo, era mirar pues para quedar también “bien” por lo que se tenía que hacer en aquella época. Yo creo que ahora cada uno estamos más enfocados hacia nuestro propio camino y que es bastante más inamovible de lo que era antes. Creo que la gente tiene bastante claro pues, lo que quiere estudiar, lo que luego va ha hacer. En el caso de las mujeres, ellas dicen “quiero tener mi carrera profesional y da igual si voy a tener hijos a los 25 o a los 35””. “Yo soy bastante individualista. Estoy comprometido conmigo mismo y de rebote con la sociedad porque a mi me gusta mucho el tema humanitario o relaciones internacionales”.

- ¿Cómo ves el futuro? ¿Cómo influye tu visión en las decisiones que estás tomando ahora?

Considera que para que el futuro sea bueno muchas cosas han de cambiar, considera que ahora mismo los problemas son visibles pero falta actuar sobre ellos. Considera que detrás del cambio ha de haber mucho trabajo. Considera que sí que está implicada en la medida de sus posibilidad en que el futuro sea mejor, aunque argumenta que es complicado incidir en grandes cambios a nivel individual.
“Creo que en los últimos años el mundo no está evolucionando como tocaría. Creo que los humanos hemos perdido el control de todo, del poder que tiene la gente”.
“Creo que el futuro es incierto. Pero el planeta está en una situación precaria y vivo en una sociedad de más consumismo. Intento centrarme en lo que puedo cambiar hoy, en el momento presente”.
“Veo el futuro “chungo”, porque creo que estamos en una sociedad con problemas complejos. Creo que todo es muy volátil. Cambios constantes de trabajo, de país…y también por cómo está el planeta”.
“Veo el futuro incierto y bastante negro”

- En relación a la moda, ¿qué piensas sobre los tiempos actuales? ¿Qué cosas buenas encuentras? ¿Qué cosas malas?

En relación a la moda: “ es una forma muy guay de expresarse, de arreglarse, de ponerse guapa, de sentirse uno mismo” pero se está cargando muchas cosas y está muy mal planteada. Ahora todo está muy globalizado y masificado. Si no tienes dinero te vas a comprar a Zara, pero si no tienes dinero también entiendo que no te vayas a comprar a una tienda que valga más dinero. Le molesta que la moda sostenible no sea asequible.
“Creo que hay un negoció un poco turbio. Encuentro que a veces se persigue más el negocio, que la moda en sí. Se busca el material más barato y que pueda gustar a los jóvenes, con el fin de lucrar a la empresa. En vez de buscar aquello que quizás cuesta más de producir, pero está hecho de una forma más ética y sostenible ”
“Cosas buenas de la moda, es que ahora tienes mil opciones, mil estilos, para expresarte y se te juzga menos. Ahora están saliendo muchas marcas pequeñas y la gente joven apoya a estas pequeñas empresas, igual porque también están saliendo algunas marcas que son realmente sostenibles como Ecoalf o Bask, igual que se está poniendo de moda la ropa de segunda mano, que ahora es carísima porque se ha puesto de moda”. “Y por otro lado está el fast fashion, esta Shein, que cada vez es más conocida, así como Inditex y mil empresas así, que dan miedo y que, como vivimos en este mundo de

constante necesidad y nunca es suficiente lo que tenemos, pues la gente compra mucho más de lo que se debería".
"Creo que cada vez más, está más normalizado el comprar de segunda mano. Antes comprabas de segunda mano y "madre mía", sobre todo en España. Esto es interesante, la perspectiva que tenemos en España de comprar de segunda mano. Ahora está de moda, pero te vas a otros sitios, como en París, que la gente compra de segunda mano desde hace años. Hay un montón de tiendas allí, como también en Londres y en NY".

- ¿Es la moda importante para ti? ¿En qué sentido?

La moda es importante, ya que vestirse es una actividad que realizamos cada día.
Indiferent
"La moda es importante para mi mismo, porque me gusta, me entretiene"

- ¿Qué buscas / persigues a la hora de vestir? ¿Cuáles son tus objetivos, necesidades, deseos...?

Con la moda persigue expresarse, mostrarse como es ella misma. "Mostrar como soy, lo que me gusta, con lo que estoy cómoda. Comodidad, no me podría hacer una cosa que no fuese cómoda".
"Me gustan cosas que aguanten, no de usar y tirar. Busco mucho que sean cómodas y que me las pueda hacer mías".
"Tengo como objetivo estar feliz yo, o sea, me gusta vestirme. Y creo que el vestirme cada mañana es un reto porque me he fijado mucho en mi cuerpo y en mi imagen. Y para mi es retar a la enfermedad. Me hace feliz vestirme y comprar ropa que me guste. Es decir que no al odio a la imagen de uno mismo" "Que la gente me mire por la calle por como visto también me hace feliz".
"Cuando visto creo que voy como "me da la gana", busco estar cómoda".
"Ir comodo sobre todo, luego seguir una estética que a mi me guste y ya luego como última, si me dicen "que guapo vas" pues también me sienta bastante bien".

- ¿Apuestas por una moda sostenible? ¿Por qué? (o ¿por qué no?) ¿Tu entorno apoya, acepta o lleva también dichas prácticas?

Compra ropa de Segunda mano o made in Spain. Pero cuando ha de comprarmelo ella puntualmente (cosas que solo se va a poner una vez) si que va a grandes grupos. Pone el ejemplo de su vestido de graduación.
Su entorno no lleva a cabo un consumo de moda sostenible. Considera que tiene que ver con un tema económico, ya que como jóvenes, no disponemos de suficientes ingresos para permitirnos comprar sostenible. Y la cultura del menos pero de mayor calidad no está presente.
"Me he introducido en este mundo por mi entorno, porque es gente que va mucho a tiendas de segunda mano y que usan ropa de los abuelos, de los padres"
"Creo que cada vez más de mis amigos compran ropa de segunda mano. Antes los compradores de moda sostenible eran un grupo muy reducido, pero creo que ahora se ha puesto de moda. No se si estoy contenta de que sea una moda, porque me da miedo que la moda pase y esto acabe y se deje de comprar en tiendas de segunda mano, pero de momento está haciendo un bien".
"Desde que me puse a ver documentales y, ya te digo, mis compañeras de trabajo también me han ayudado mucho. Mi padre apoya el no consumir cuando no lo necesitas, pero mi madre, cuando ve que compro ropa de segunda mano, me dice que me acompaña al centro a comprar y que me lo paga para que no me compra reutilizada". "Con las del trabajo, tenemos una zona en la que podemos traer ropa, e intercambiarnosla, para ir renovando el armario entre nosotras".
"Quizás hay 3 cosas que me hacen consumir moda sostenible. La primera no es el medio ambiente, pero sí que odio todas estas tiendas Inditex. También te digo, alguna camisa en Massimo Dutti alguna vez me he comprado. Pero donde la gente compra mucha ropa, sobre todo chicas, que se compran

50.000 tops, y me da una rabia el pensar que se usa una de agua, se desperdicia una de plástico, que al fin y al cabo te cuestan 10€, que si que es verdad que nunca compro en Inditex porque odio el consumismo este de comprar cada semana y prendas tan baratas, porque si valen 10€ es porque algo se está haciendo mal".
"Lo primero, es por economía y estética y luego va la sostenibilidad" "Es por un mix de los tres, el estético, el económico y el de la sostenibilidad".
"Depende del entorno. Tengo amigos bastante variopintos. Los de mi cole no son muy sostenibles, pero luego tengo amigos de la uni que sí, que visten super bien de segunda mano, sobre todo chicas. Chicos tengo muy pocos, solo dos. También te voy a decir una cosa, no sé si estoy ayuda a tu investigación, pero yo soy gay y estos dos amigos también. No conozco muchos heteros que sigan patrones de moda sostenibles".

- Si tuvieras capacidad de influencia, ¿qué cambios harías en el mundo de la moda para que sea más sostenible?

Si pudiera influir en el mundo de la moda para hacerla más sostenible: Considera que no es viable cerrar los grandes grupos, porque muchas personas se quedan sin vestir o sin trabajo. Cambiar el sistema de producción como sea. Un sistema de rotación de prendas, economía circular. Mejorar las condiciones laborales de los trabajadores. Habría que pasar muchas más inspecciones.
"Creo que el problema es que el tiempo que te "aguanta" una pieza de ropa, la vida, es muy corta, entonces para ser más sostenibles, se tendría que producir con materiales que aguantan más. Lo único que no sé es si eso implica el uso de materiales poco sostenibles".
"Sé que es algo muy utópico. Pero lo primero que me saldría decir es cerrar todas las tiendas de Inditex, pero se que no sería la solución y que es muy radical. Pero obligaría a que se dejara de producir ropa a niveles "locos". Si tuviera el poder de prohibir esto, lo prohibiría, y también que no se explote al trabajador. Prohibiria que se pudieran usar tejidos no sostenibles, como el poliéster o derivados. Así como que hubiese 16 temporadas de ropa al año. Limitaría a 2 o 3 colecciones al año".
"Ordenaría una ley que hiciera que se tuviera que cambiar todo el modelo de negocio de una forma radical y, en vez de propiciar el consumir, que hiciesen como Patagonia, que es una multinacional, que te vende una pieza de ropa que te tiene que durar muchos años y ,sino no te dura, la puedes devolver y te la arreglan y te la devuelven, educando a la población en el consumo responsable". "Luego se tendría que hacer consciente a la población del desastre que conlleva el consumir fast fashion".
"Por ejemplo, poner precios justos a las prendas. No puede ser que un top te cueste 4€, es que es inviable, porque si a ti te cuesta 4€, cuesta aún menos hacerlo y eso significa que se está haciendo en masa, porque sino no sale rentable. Por tanto esto, intentar hacerlo todo un poco más sostenible, sobre todo las tiendas como Inditex y todas estas". "Regular un poco más el fast fashion este".

- ¿Crees que la forma de vestir varía en función del contexto social? ¿De qué forma? (Ej: en épocas de crisis la moda es vista como más austera, pero en los 90 (años de bonanza económica) la moda era más alocada ¿Como crees que vestimos los jóvenes actualmente? ¿Nos encontramos en el "todo vale"o "todos iguales"?

Considera que cuanto más mayor eres, más libertad dispones para vestir, a la vez que te da más igual. Considera que sigue vistiendo parecido al resto pero que cada uno lo lleva a su estilo. El contexto/época varía la forma de vestir. "A raíz de la pandemia nos hemos acostumbrado a ir más cómodos, y para mi ahora la gente se viste mucho más cómoda que antes" Ahora no se le ocurriría salir en tacones.
"Creo que cada vez hay más libertad para vestir, pero también una mayor estigmatización como consecuencia de ello" "Creo que hay cada vez más la gente viste como le apetece"

“Creo que nos encontramos en la era del “todo vale”, pero también es cierto que mi punto de vista es el de una persona que vive de forma muy privilegiada. Al final mi realidad es el barrio donde vivo, la gente con la que me rodeo. No se como viven el la mina, ni la gente que se encuentra en situaciones precarias y dudo mucho que les importe si la ropa es de Prada, de Zara o de su abuela”. “No todo se vale porque no está aceptado un cuerpo grande, como lo es uno pequeño. Que una mujer no sea fina y que use chándal”.
“Creo que sí que cambia dependiendo del contexto. Tengo dos visiones, así como veo ahora que hay mucha diversidad y que se está aceptando todo tipo de diversidad, ya sea en materia de género o de sexualidad, diferentes maneras de hacer tu vida, pues también se ve expresado en cómo vestimos. Pero a la vez, creo que buscamos lo típico, buscar formar parte de un grupo”. “Creo que buscamos mostrarnos como individuos, pero mostrando el formar parte de un estilo, grupo o pensamiento”.
“El contexto social dice mucho. Pero también es un mix entre el contexto familiar o social económico, cultural. No se viste igual en los diferentes países de Europa. Luego, más históricamente, por época, en los años 60 que la gente era más hippie, la gente se vestía más colorida porque eran años después de guerra. En los periodos de entreguerra la gente está más feliz, pero más pobre y se intenta poner ropa más viva para alegrarse un poco más”.
“El ambiente de Barcelona es bastante cerrado en cuanto a moda. No te puedes poner lo que quieras sin que nadie te mire un poco raro. Pero por ejemplo en Madrid, la gente si que viste como les sale, o en Dinamarca, la gente se pone una cortina y nadie te va a mirar raro, y es que encima llevan la cortina de una forma que dices “si le queda hasta bien” y aquí no “todo vale”, la verdad. Vestimos muy igual, chicos y chicas”.

- Siguiendo la misma línea, ¿Crees que nuestra forma de vestir puede usarse como método de reivindicación / elección política / más justicia / equidad?

“Antes más. Ahora aunque vistas como una tribu con una determinada ideología, no implica que la compartas. Puedes hacerlo por un motivo puramente estético”
“Creo que sí. No se en tanto al hombre, pero para la mujer, vestir puede ser reivindicar. De decir “me visto como me da la gana”.
“Es lo que hizo Coco Chanel, se empezó a vestir con ropa de hombre. Pues, como por ejemplo, el no llevar sujetador”.

- ¿Buscas reivindicar algo a través de lo que vistes? ¿Qué?

A través de la moda se pueden reivindicar cosas como el ir sin sujetador, que tiene una base feminista.
“Ahora no. Si que cuando era más pequeño, para llevar la contraria a mis padres”