

**ANÁLISIS DE TOTE BAGS COMO BOLSOS ECOLÓGICOS Y UN BUEN  
ELEMENTO DEL DISEÑO Y LA MODA**

Mariana Aguirre Salazar

Juan José Fernández

Miguel Osorio Ramírez

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA PASCUAL BRAVO

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

MEDELLÍN

2022

## CONTENIDO

	<b>pág.</b>
<b>1.1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>2</b>
<b>1.1 FORMULACION HIPOTESIS</b>	<b>3</b>
<b>1.2 REFERENTES TEÓRICOS</b>	<b>3</b>
<b>1.3 DESCRIPCIÓN TÉCNICA</b>	<b>4</b>
<b>19.1 CONCLUSIÓN</b>	<b>6</b>
<b>7. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>6</b>

## 1.1. INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto investigativo se basa en el análisis de las bolsas llamadas “tote bags” y su importancia a nivel ecológico, del diseño gráfico, diseño de moda y su viabilidad para ser comercializadas al 100% en el mundo, ya que son bolsas fabricadas con residuos naturales y reciclables que no solo satisfacen las necesidades de los consumidores, también aportan al cuidado del medio ambiente ya que por el consumismo de la industria textil y la mala elaboración de los productos de moda principalmente en su vida útil, genera un problema que nos afecta a todos como consumidores gracias a las grandes extensiones de desechos plásticos, dado a el crecimiento genérico de su demanda ya que el consumidor le ha dado diferentes usos a los productos fabricados con polietileno, destacando aquí las bolsas plásticas que es lo que utilizamos como medio para realizar nuestras compras y adicionalmente son utilizadas como recipientes para la disposición de las basuras domésticas, nuestros alimentos entre otros; afectando así no solo el ecosistema sino también nuestra salud, donde debido a su lento proceso de degradación las bolsas plásticas llegan a océanos, rellenos sanitarios o fuentes hídricas; causando un grave impacto ambiental debido a que las bolsas principalmente son elaboradas con un derivado del petróleo, el polietileno, un recurso no renovable que dura por lo menos entre unos 100 y 400 años en degradarse completamente. Y todo esto para que una bolsa sea utilizada por lo menos 20 minutos de su vida útil.

Mediante la recolección de información por medio de páginas web, perfiles en redes sociales de emprendedores y marcas nacionales e internacionales se evidencia la importancia y efectividad de las bolsas tote, las cuales se implementan para publicitar la imagen de una marca, ya sea para obsequiar a sus clientes, como sus empaques principales, como un embalaje premium para las promociones, o inclusive un accesorio que ya muchas marcas en el mundo implementan como factor clave en sus colecciones. Pues son bolsas versátiles

que pueden usarse para hacer la compra diaria, guardar la ropa usada, o como contenedor de residuos, son fáciles de guardar y debido a sus materiales son mucho más resistentes física y estéticamente.

Diferentes marcas de alto estatus en la moda como MARC JACOBS, PRADA CANAPA, VERSACE, los usan como complemento de vestimenta ya que son bolsas amigables con el medio ambiente y sus diseños personalizados han creado un estilo único.

Esta recolección de información se hace con el fin de entender cómo esta nueva tendencia de empaque o accesorio de moda es relevante para los diseñadores gráficos y de moda ya que en ellos se pueden plasmar sus ideas de manera creativa en algo tan sencillo como una bolsa de tela que actualmente aumenta su reconocimiento y se da un puesto dentro de las opciones en colecciones, armarios y outfits, no solo de celebridades y grandes exponentes de la moda sino también en los espacios más populares y criollos de nuestro país y ciudad.

## **1.1 Formulacion Hipotesis**

¿Cómo reducir la contaminación de bolsas no biodegradables? Ya que a partir de una investigación verificamos que las nuevas generaciones como los millennials y la generación Z, quienes están siendo conscientes y están tomando decisiones frente al gran daño que están generando las empresas fabricantes de plásticos o polímeros. ¿Cómo los tote bags entran en la macro tendencia del slow Fashions y veganismo, para que este se vuelva relevante y adquiera una valoración y significación a partir de su uso cotidiano por las personas? Para esto realizamos un recorrido visual e informativo durante un periodo de tiempo de las diferentes problemáticas sociales a nivel global, es sorprendente el hecho de que existan listados y listados sobre problemáticas y demandas de la humanidad frente a tantas situaciones, pero lo agobiante, es el hecho de que todos en un punto

seamos afectados por el mismo problema, apoyándonos de estudios ya realizados y apropiándose del trabajo investigativo (con observación no participante, realizando encuestas casuales/breves y recopilando productos, empresas y marcas relacionadas con la macrotendencia), encontramos que la problemática más ligada a los resultados era la emergencia climática y sus múltiples problemáticas, la razón principal de este caso es la sistematización industrial que aborda la explotación extrema y un total abuso sobre el territorio verde y viviente no solo del país sino del mundo (deforestaciones, fracking, combustibles fósiles, producción innecesaria de pet, entre otros).

Para poder plantear el problema que se pretende solucionar con el proyecto, se utilizaron lluvias de ideas, donde se empezaron a plasmar todas las convicciones que se les ocurran bajo 4 reglas básicas eliminar toda crítica de la idea, el pensamiento libre, alta cantidad de ideas y el efecto multiplicador que se forma entre las ideas fomentadas, pudimos desarrollar una base sólida de lo importante que es el diseño gráfico dentro de esta relación que planteamos entre un producto, dos ramas del arte y nuestro propósito como seres humanos racionales a favor de la sostenibilidad por medio del diseño textil y gráfico en un producto, el bolso tipo tote, favoreciendo necesidades socioambientales y sus sectores menos favorecidos, incentivando desde la comunicación creativa a los portadores y diseñadores generando un sentido de amor por dicho concepto y lo que representa a niveles culturales. Con un producto significativo y vistoso a la vez, pero lo más importante que sea funcional y comunicativo, y que como valor agregado pueda ser personalizable haciéndolo original y creativo.

## **1.2 Referentes teóricos**

Historia y definición:

El origen de las Tote Bags proviene del inglés del siglo XVII y significa “llevar”. A lo largo de la historia, el concepto de “tote bag” ha ido variando hasta transformarse en lo que hoy conocemos: un bolso muy práctico (en el que meter de todo) y llevar en cualquier ocasión.

Para entender sobre algo en específico normalmente se toma muy en cuenta su historial en el mundo, si se tienen datos de su creación o hallazgo y desde el punto histórico de este accesorio podemos resaltar momentos importantes; Desafortunadamente, no hay datos confiables sobre cuándo apareció la primera bolsa en la historia o su origen exacto. Pero este accesorio ha estado allí desde el comienzo de la existencia humana. Este hecho se conoce porque los antiguos pueblos prehistóricos dibujaban figuras y símbolos (petroglifos) en las rocas, representando su vida y costumbres. Algunas de estas pinturas que han sobrevivido hasta el día de hoy muestran rasgos y formas de una especie de bolsa. (adjunto imagen 1)



*historia del bolso.* (s. f.). robert pietri. <https://robertpietri.com/historia-del-bolso-parte-i/>

Esta bolsa en tela ya bajo el concepto de tote fue creada al principio del siglo XX por los ingleses, y servía como bolsa de correos para los carteros de Gran Bretaña, en 1940, el término “tote bag” se aplicó a las bolsas y estas se diseñaron

con el objetivo de hacer el equipaje de mano mucho más cómodo. Los tote en Estados Unidos no llegaron hasta alrededor de 1940 y como eran tan cómodos la viralización del modelo no tardó en hacerse patente. A lo largo de la década de los 50 fue cuando los bolsos Tote entraron a formar parte habitual de los looks de las mujeres en todo el mundo y no fue hasta la década de los 60 cuando empezaron a diseñarse con cierto estilo y a tener la exquisitez de la que hoy gozan. Hasta pasados los años ochenta no empezaron a ser característicos de estilo y distinción, debido a las firmas emergentes de la época y a las celebridades que empezaron a lucirlos como algo mucho más allá de un accesorio cómodo y práctico. A partir de 1950, se popularizó el uso de las tote bags como bolsas de mano, ya que no requerían muchos cuidados. En 1960, las tote bags adquirieron un espacio propio con nuevos diseños tanto para maletas como para bolsos y, a partir de 1990, se comenzaron a llevar como bolsos al hombro. No fue hasta la década de los 2000 que definitivamente se popularizó de una manera tan universal en el mundo que adquirió una silueta simple y universal. (Tanten Moda, s.f)

En cuanto a investigaciones relacionadas con la significación de los objetos, se sabe que el diseño, en todas sus manifestaciones, influye en la vida de maneras diversas y en múltiples niveles, donde el significado y los valores que se les asignan a los objetos por parte de quienes los utilizan, suele tener variaciones considerables entre una cultura y otra (Heskett, 2005).

Para Vázquez (2013): Los objetos le han servido a la humanidad, a lo largo de su desarrollo evolutivo, como herramientas para intervenir en el ambiente. En este proceso histórico, los objetos fueron cobrando un nivel de significación cada vez mayor: desde meras herramientas para modificar nuestro entorno, a objetos de altísimo valor cultural, religioso, artístico, económico, social y de poder (párr. 1).

Actualmente los objetos, así como los entornos, son utilizados para la construcción de signos que representen la identidad de quien los utiliza; sin embargo, esta crea una imagen y significado determinados con el fin de moldear, e incluso sustituir lo que se percibe al exterior (Heskett, 2005). Por su parte, Cid (2015, párr. 1) menciona que “un objeto es el signo de su propio uso y de su propia función, de acuerdo con el principio de interpretación y con la radicación de significados específicos acumulados”. En ese sentido, el mismo autor hace referencia a la construcción de significados, resultantes de un proceso social donde las acciones, funciones y usos terminan por influir de manera relevante en la suma conceptual de significados del objeto, para interpretar la perspectiva sociocultural de quienes los utilizan y están cercanos a él.

### **1.3 Descripción Técnica del Proyecto**

Esta es una investigación sobre las marcas que priorizan la comunicación consciente para aquellas personas deseosas por cuidar el planeta y su ecosistema, adquiriendo productos intervenidos gráficamente,

Bolsas Ecológicas Medellín: “seleccionamos la imprenta gráfica, ya que usan materias primas sostenibles como la caña de azúcar y la reutilización de materiales previamente tratados para usarlos como bolsas, de esta forma damos vida útil a productos que fueron desechados y contaminaban el medio ambiente” junto con terramarte, “que son productores de bolsas ecológicas reutilizables en diversos materiales principalmente fibras naturales que se degradan en un corto tiempo, con lo cual han logrado reducir más de 200 millones de bolsas plásticas de un solo uso” tomado de Bolsas reutilizables - Terramarte.

Incluso analizando el sector internacional, identificamos grandes marcas que implementaron este tipo de bolsas como lo son, Mango. Esta marca fue creada entre los años de 1984 y los 2000 y su creador fue Isak Andic quien es una



influencia en la moda española y se encarga en la fabricación de prendas y accesorios para todo tipo de público siendo un mayor exportador en el sector textil español. Haciendo que esta marca junto con otras como Zalando, Nicholas Kirkwood, lograron un gran impacto, comprometiéndose a revolucionar sus cadenas de suministros. Donde las grandes marcas se unen para un cambio. “Estamos eliminando gradualmente el uso de bolsas de plástico polybag (utilizadas para transportar nuestras prendas desde origen a tienda) y reemplazándolas por bolsas de papel a lo largo de toda la cadena de producción y distribución. Un objetivo que solo podemos lograr con el esfuerzo común de toda nuestra cadena de suministro. Nuestro objetivo es eliminar 160 millones de polybags al año.” Esto es lo que menciona la marca Mango en sus páginas oficiales (shop.mango.com) donde siempre da a entender que ellos usan bolsas de papel, generando posiblemente un daño mínimo que menciona (Fashion Network. s.f pe.fashionnetwork.com) Pero siendo esto un gran avance con la disminución de polietileno.

Al tratarse de una investigación en proceso se encargará de conocer mejor cuáles son los componentes que apoyan la importancia de marcas que manejan y usan una línea gráfica, que sea implementada en la moda como el slow Fashion, en cuanto a referentes empresariales y gráficos ya poseemos una solidez en su desarrollo conceptual y comunicativo, tomado por referentes internacionales como:

Baggu: es una fábrica familiar, de los Estados Unidos, que empezó con una madre e hija, generada en 2007. Empezando con bolsas simples, ecológicas, que poseen una gran calidad y elegancia, esta empresa cuenta con 21 empleados y se encarga de venderle a más de 1000 (mil) tiendas. Tomado de <https://asana.com/es/case-study/baggu>

Imagen 1

Imagen 2



*Bolsos Baggu.* (Septiembre 9, 2019.).Amazon.

<https://www.amazon.com/-/es/compras-reutilizable-est%C3%A1ndar-comestibles-almuerzo/dp/B07XPFN4RW>

The Better Packaging Co: esta marca fue creada en Australia en el año 2018, esta marca cuenta con personal apasionado y decidido a mejorar el estado del medio ambiente. Debido a que visto de primera mano lograron apreciar la cantidad de desechos plásticos, generados por las industrias del comercio y tecnología, decidiendo así poner manos a la obra. Tomado de <https://www.au.betterpackaging.com/pages/aboutus>

Imagen 1

Imagen 2



*Bolsos The Better Packaging Co. (s.f).MONOPOLITAN.*

<https://themonopolitan.com/2019/12/the-better-packaging-co>

Dogdrop: esta marca está naciendo desde la época de pandemia, surgiendo en 2020, ubicada en Estados Unidos, siendo una marca que ha creado bolsas compostables para los desechos de nuestras mascotas. Estas bolsas están hechas a base de plantas, con un novedoso material súper resistente para soportar los desechos y olores de las mascotas, siendo perros o gatos. Tomado de <https://www.dogdrop.co/about>

Imagen 1

Imagen 2



*Dogdrop.* (s.f).MONOPOLITAN.<https://www.dogdrop.co/aboutging-co>

CRAD: es un emprendimiento de la ciudad de Medellín, en el cual sus dueñas; Andrea y Rosa, a través de un proceso de confección sostenible y un buen manejo de redes, desarrollan artículos ecofriendly, versátiles, cómodos y durables, que reúnen varios atributos que responden al gusto personal y a las necesidades de cada cliente. Tomado de <https://comprahechoenmedellin.co>

Imagen 1



Imagen 2



*Bolsos CRAD* (s.f).comprahechoenmedellin .<https://comprahechoenmedellin.com>

MARIAC.BAGS: María Paula, una paisa que desarrolla en colaboración con varias madres cabezas de familia de la comuna 13 de Medellín, un bag multipropósito en

tela tipo malla que se vuelve mucho más funcional de lo planteado en un principio.  
Tomado de <https://www.instagram.com/mariac.bags/?hl=es>

Imagen 1



Imagen 2



Bolsos MARIAC.BAGS (s.f). mariac.bags <https://www.instagram.com/mariac.bags/>

abbart.rt: es una marca Colombiana que surgió el 3 de diciembre del 2021 que se fundamenta en impactar de una buena forma en nuestro planeta, está regida por manos de artesanos locales y una producción sin contaminantes, usando recursos compostables y biodegradables. Tomado de <https://abbart-rt.com/blogs/about-us/about-us>

Imagen 1



Imagen 2



Bolsos abbart (s.f). abbart.rt <https://www.instagram.com/abbart.rt/>

Terramarte: es una empresa que trabaja creando soluciones en forma de productos y servicios que ayuden a mitigar el impacto de los plásticos de un solo uso en el planeta y las especies que lo habitan incluida la humana, mediante la elaboración y distribución de bolsas ecológicas reutilizables en diversos materiales, principalmente fibras naturales que se degradan en un corto tiempo, con lo cual han logrado reducir más de 200 millones de bolsas plásticas de un solo uso en el país generando también un impacto social ya que son confeccionados en su mayoría por madres cabeza de hogar, adultos mayores, cuidadores o personas con alguna condición de discapacidad que no les permite integrarse fácilmente y productivamente en la sociedad. Tomado de <https://terramarte.com.co/>

Imagen 1

Imagen 2



Bolsos terramarte (s.f). abbart.rt <https://terramarte.com.co/>

Friki Freak es una marca de Medellín que explora el textil como lienzo. Más que un simple estampado, buscan contar una historia única con cada pieza que crean: pañuelos, camisetas, tops, chaquetas y mallas con un impacto visual cortesía de la ilustradora Catalina Vásquez. Las prendas son hermosas y la producción es pequeña, si le gusta la ilustración, y le gusta aún más sacar la ilustración del papel para llevarla en su ropa friki claramente es una opción. Tomado de <https://www.instagram.com/friki.freak/>

Imagen 1

Imagen 2



Bolsos friki.freak (s.f). abbart.rt <https://www.instagram.com/friki.freak/>

Estas marcas son unas cuantas referencias nacionales e internacionales que también están interesadas por la integridad y el cuidado del planeta.

#### **1.4 Conclusiones**

La aplicación de este análisis nos permitió abordar un campo poco explorado que es el aporte de las bolsas biodegradables llamadas tote bag al diseño gráfico, gracias a las investigaciones y análisis de diferentes páginas web, noticias y marcas nacionales e internacionales concluimos que el tote bag aparte de ser un elemento importante para el slow fashion y el veganismo también tiene un gran aporte al diseño gráfico, ya que es un empaque versátil, ligero, resistente, y lo más importante, tiene una gran superficie de personalización donde puedes proyectar la imagen de tu empresa. Además, al ser un producto que se lleva por la calle, no solo verá tu marca el propietario de la bolsa, si no que será como una “valla publicitaria andante”, por lo que tu marca la verán cientos de personas, y sirve también para llevar un buen mensaje y ser muy inclusivas.

Gracias a los hallazgos investigativos nos damos cuenta que utilizar estas bolsas ayuda a que otros quieran unirse a la causa por lo que crea conciencia y enseña a la sociedad al igual que a las empresas a reducir al mínimo el impacto del sistema de consumo sobre el planeta ya que es una de las mayores preocupaciones. Las



bolsas de tela al ser un producto de miles de usos contribuyen a reducir el consumo de bolsas de otro tipo de materiales más nocivos como el plástico, por lo que con éste, contribuirás a un consumo más sostenible, siendo un producto asequible para todos.

El desarrollo de este análisis llevo a tener un conocimiento más cercano a la creación de estos bolsos y personalmente nos aportó cosas valiosas que nos pueden servir para ser consideradas en un futuro proyecto de diseño para que se vuelva mas significativo a nivel social y ambiental, que graficamente podamos representar el trabajo de los jovenes colombianos que estan luchando por eliminar la contaminacion del polietileno, de grandes fabricas productoras de platico, adicional a esto poder cambiar el estigma internacional que vincula a Colombia unicamente con el narcotrafico y el terrorismo siendo remplazado por toneladas de buena energia creativa, llevada a multiples campos (textiles,artesanales y digitales).

## **7. Bibliografía**

Cid, A. T. (2002). El estudio de los objetos y la semiótica. Nueva Era. 9 (25). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/351/35102511.pdf>

\_\_\_\_\_. (2015). Uso y función en el estudio de los objetos. Inventio. 11 (25). Recuperado de <http://inventio.uaem.mx/index.php/inventio/article/view/253>

Heskett, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona, España: Gustavo Gili

Moda, T. (2019, enero 28). Historia de las Carteras y Bolsos: El inicio. Tanten Moda | Escuela de Marroquinería; Tanten Moda. Recuperado de:  
<https://tantenmoda.com/carteras-y-bolsos/historia-de-las-carteras-y-bolsos-el-inicio/>

Vázquez, F. (mayo, 2013). Significación de los objetos: el diseño como instrumento del consumo. Actas de diseño (15). Recuperado de:  
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2547>

Zacarias. A (2018) cambio climático y medio ambiente recuperado el 24 de febrero de 2022, de <https://news.un.org/es/interview/2018/12/1447801>

Gómez De los Ríos, L. Vázquez, M. (2017) marca de streetwear Cloud Ten recuperado el 15 de julio de 2022,  
<https://cloudtenbrand.co/pages/quienes-somos>

Cano, P.M (2020) Emprendimiento encontrado en Instagram usado como referente recuperado el 15 de mayo de 2022 <https://www.efectodominoco.com/>