

JUAN V-V

DO WHAT YOU WANT, BE WHAT YOU WANT

MAKING UPRECYCLING COOL

MA

UNA COLECCION DE JUAN VALENTIN-GAMAZO

RECYCLING IS THE WAY TO INNOVATE

BRAND-

O

O

K

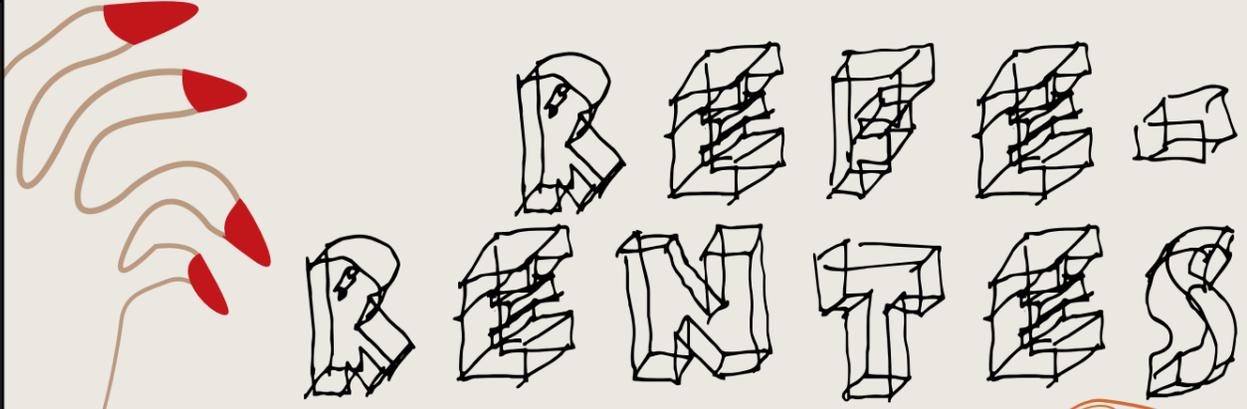
QUAN



CONCEPTO CONCEPTO

JUAN VG. TOMA COMO REFERENCIA AQUELLAS GENERACIONES DE JOVENES QUE SE HAN VISTO PRESIONADAS POR LA SOCIEDAD PARA SER ALGO QUE REALMENTE NO SON. DE AQUELLA IDEOLOGIA LA CUAL EXPONE QUE PARA TRIUNFAR HAY QUE SER SERIO Y VESTIR EN TRAJE. EN RESUMEN, LA IDEA DE QUE PARA PODER LLEGAR A ALGO EN LA VIDA NO HAY QUE SALIRSE DE LA NORMA EN LA QUE SE BASA LA SOCIEDAD.

A PARTIR DE ESTE CONCEPTO, Y SIENDO INSPIRADO POR TODAS AQUELLAS SUBCULTURAS QUE SE DECIDIERON REBELAR CONTRA ESTA IDEA Y CELEBRAR AL INDIVIDUO, SUS RAREZAS Y LOCURAS. ME INSPIRO EN ESA YUXTAPOSICION Y DECONSTRUCCION DE PRENDAS DE SASTRERIA COMO LA AMERICANA, LA CAMISA Y LA CORBATA. PARA MEZCLARLO CON UN ESTILO DESENFADADO, ALTERNATIVO Y UNISEX. TOMANDO COMO BASE DE MI DISENO EL UPCYCLING Y EL DISENO CIRCULAR.



REFERENTES



THOM BROWNE



COLM DILANE



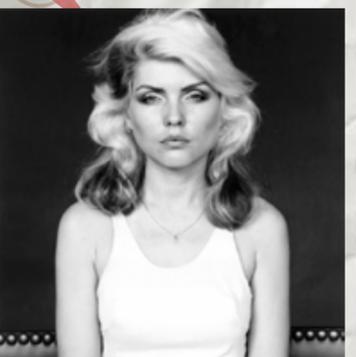
SURFBORT



DALI



BANSKY



DEBBIE HARRY

JUANvG REPRESENTA LA IDEA DE UNA SOCIEDAD REBELDE. TENIENDO POR FILOSOFIA

LA FRASE "DO WHAT YOU WANT, BE WHAT YOU WANT", EXALTANDO LA CREATIVIDAD, LA INDIVIDUALIDAD Y LOCURA DE CADA PERSONA, PERO PARTIENDO DESDE EL RESPETO, LA ACEPTACION, LA IGUALDAD, Y SENTIMIENTO DE UNIDAD, CON CONCIENCIA SOBRE LO REALMENTE IMPORTANTE.

"WE CAN, WE WILL, WE MUST". Esta frase representa la actitud que tenemos que tener actualmente como colectivo social para poder llevar acabo un verdadero cambio social.



S
E
R
O
L
A
V

Parte de los valores de la marca se centran en la sostenibilidad y en el consumo responsable. La mentalidad de JUANvG expone, que ahora nuestra generación es la que tiene el poder de realizar un verdadero cambio, tanto en la industria de la moda, como en el resto de industrias. No podemos continuar por el mismo camino, y el consumo tal y como lo conocemos DEBE cambiar, tenemos que reestructurar nuestra mente y la idea que tenemos por necesidad.



- SOSTENIBILIDAD
- CONSUMO RESPONSABLE
- DIFERENCIACION / EXALTACION DE LA INDIVIDUALIDAD
- CREATIVIDAD
- LOCURA
- IGUALDAD
- RESPETO
- ACEPTACION
- UNIDAD





ESTETICA

ESTETICA

JUEGO ENTRE LO QUE REPRESENTA LA MARCA, CONTRASTONDOLO DE MANERA QUE CREE UN CIERTO SINSENTIDO A LA VEZ QUE CIERTA CRITICA, DANDO UN TOQUE IRONICO Y QUITANDO CIERTO PESO A LA PARTE MAS REIVINDICATIVA DE LA MARCA.

ESTETICA

ESTETICA

UNA BELLEZA EXTRAÑA Y PERTURBADORA



MACROTEN- DENCIA

ADN

ESCAPISMO PARA JUANVG. ESCAPISMO TE DA UNA ALTERNATIVA AL MUNDO EN EL QUE VIVIMOS, A COMO SOMOS Y COMO ACTUAMOS. ABRIENDOTE A UN SINFIN DE POSIBILIDADES, A PARTIR DE DONDE PUEDES DESCUBRIR TU VERDADERO YO. O QUIEN QUIERES SER EN REALIDAD. PODER APRENDER Y TOMARLO COMO PARTE DE TU ESTILO DE VIDA. CREA TU PROPIA REALIDAD.

JUANVG representa un vomito de conceptos, los cuales cuadran entre sí, balanceándose entre varios puntos de vista. Reivindica el consumo masivo y apoya la sostenibilidad; pero a su vez representa a una sociedad de outsiders, de individuos y locuras, una exaltación del exceso, del "DO WHAT YO WANT, BE WHAT YOU WANT". Una expresión irónica a la vez que metafórica y moral.

Para JUANVG, eco es una manera de pensar y de actuar, la cual no tendría que exponerse en la actualidad, ya que tendría que ser un hecho, algo que toda la sociedad debería interiorizar como parte de su filosofía de vida.

ATRIBUTOS

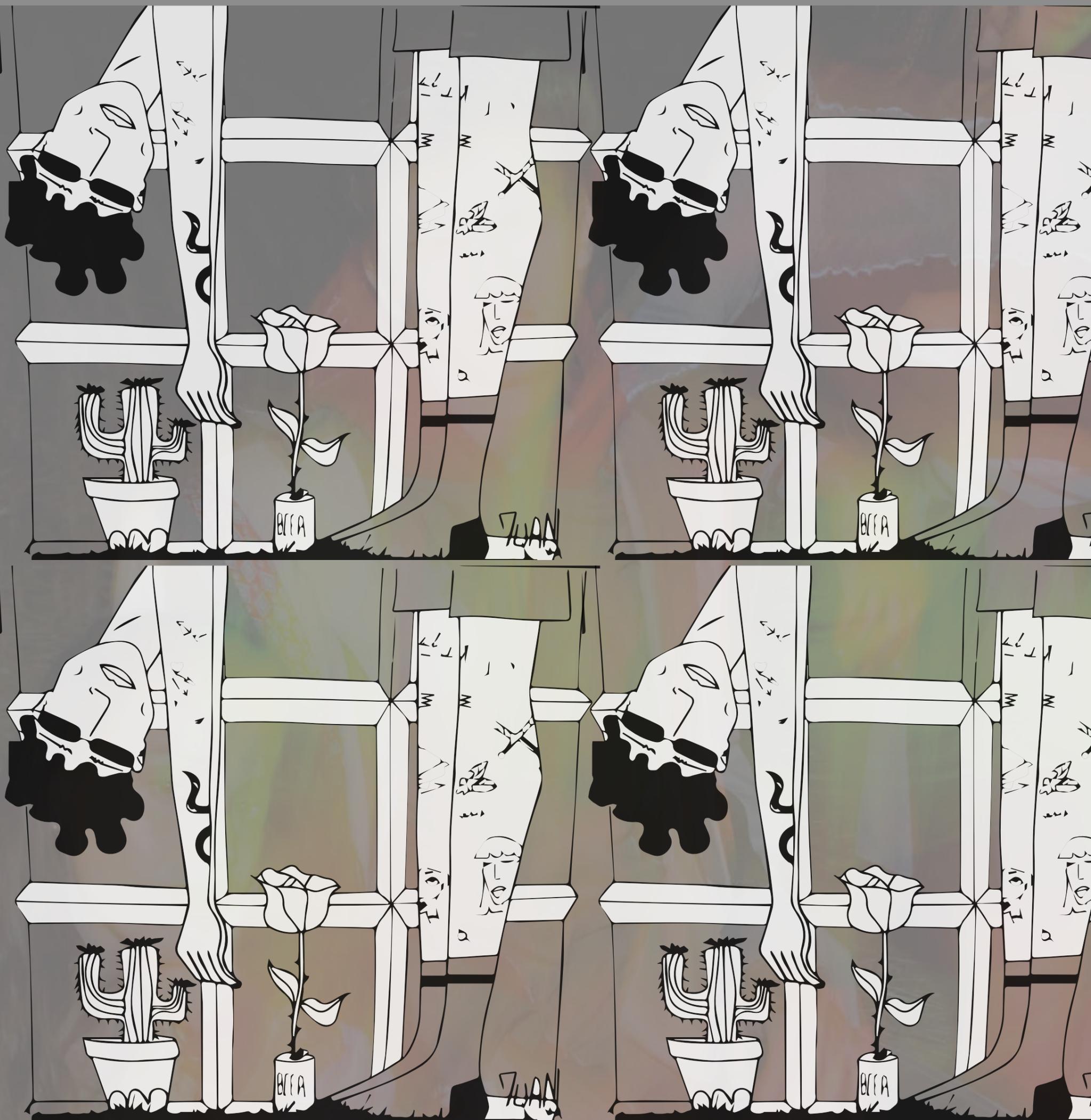
EFÍMERO/ espectáculo.

Cambiar el concepto que existe de temporadas, jugando con la atemporalidad de las prendas. Crear eventos y pop ups los cuales surjan de manera "espontánea" como surgían las raves de los 90, tener la posibilidad de crear esa expectativa de no saber cuándo ni dónde vas a poder encontrar nuestras prendas de manera física, creando de esta manera una experiencia única, interesante y emocionante para nuestros clientes.

TARGET.

PERSONAS DE CUALQUIER EDAD QUE QUIERAN AYUDAR AL MEDIO AMBIENTE. CREAN UN CONSUMO RESPONSABLE, PERO A SU VEZ QUIERAN DIFERENCIARSE. SER ÚNICAS. PERSONAS QUE NO BUSCAN SER NI PARECERSE A LO QUE LA SOCIEDAD ESTIPULA.

PERSONAS LAS CUALES ESTAN CANSADAS DEL ESTEREOTIPO DE VESTIR CON TRAJE Y CORBATA PARA QUE TE TOMEN EN SERIO. QUE TU EDAD NO DEFINA LA MANERA EN COMO UNO TIENE QUE HACERSE VER ANTE LA SOCIEDAD. VESTIRSE O COMPORTARSE.



EFFIQUERIANDO

ETIQUETA EXTERNA 7.5X5.5CM.
PAPEL DE SEMILLAS DE MANZANILLA. PLANTABLE. SOSTENIBLE Y ORGANICA

ETIQUETA CUERO VEGANO 4X4CM

ETIQUETA ALGODON INTERIOR 7X7CM

WHEN YOU FEEL TRAPPED IN A BOX BECAUSE
YOUR EYES,
SOMETIMES YOU USE THE BOX AS YOUR GUIDE,
LIVING IN YOUR OWN PRIVATE IDAHQ.

YOU DON'T FEEL, LOOK, OR ACT LIKE ANYBODYELSE.

IT COULD DISTORTS YOUR VISION, IT CLOSES

AT THIS MOMENT IN TIME WERE THE SKY IS FULL OF CLOUDS, PROBLEMS AND SITUATIONS, WE HAVE TO REMIND OURSELFS TO BE AS WE WANNA BE,
YOU SEE, THERE'S MANY, MANY PEOPLE IN THE WORLD AND I'M NOT SURE IF I LIKE, BECAUSE WHO WANT TO BE LIKE ALL OF THE PEOPLE,

RUNNIN' AROUND, NOT MAKING A SOUND, LIVIN' YOUR LIFE WITHOUT A CARE IN THE WORLD, AND

THAT'S THE WAY IT SHOULD BE, SO KEEP OFF THE PATH, GO TO PARTIES, AND DANCE THIS MESS AROUND,

BECAUSE THE MOST AMAZING THING THAT I'VE SEEN IN MY TIME ARE ALL THE DIFFERENT PEOPLE, ALL THEIR DIFFERENT MINDS, WAYS, NOT ONE'S EXACTLY THE SAME

SO WHY DONT YOU DANCE WITH ME?



MOVING ALONG, JUST GOING YOUR OWN WAY, DON'T YOU TRY TO CHANGE, NEVER TRY TO REARRANGE,
IT JUST WOULDN'T BE THE SAME, WHY CAN'T YOU SEE I'M JUST THAT WAY? I COULD CARE LESS WHAT YOU SEE,
FOR ME, MY CONFIDENCE WILL LEAD THE WAY, DON'T THAT MAKE YOU FEEL A WHOLE LOT BETTER, AN? WELL, I'M JUST ASKIN' IF WE DIDN'T ACT THIS WAY,
I'M JUST NEVER THE LESSHERE

SO WHY DON'T YOU DANCE THIS MESS AROUND?

LOT'S OF PEOPLE THINK THAT YOU SHOULD CHANGE BUT YOU KNOW THAT YOU'RE JUST THAT WAY, AND THAT'S JUST YOU,
IF YOU ARE OUTER SPACE, COME ON AND SHAKE IT, OH YEAH, SHAKE IT,
IF WERE ALL TRAPPED IN A BOX, IS NOT ENOUGH FOR A HUMAN TO GROW, YOUR LIFE BECOMES VOID AND ALL OF THE THOUGHT OF ONESELF'S NOW
DESTROYED CONTROLLING OUR MIND.

Colección agender, diseñada a través de prendas recicladas, obtenidas gracias a SOLIDANÇA.

Las partes de arriba son camisetas, tops, sudaderas, cazadoras de toalla y una chaqueta de corbatas.

Prendas inferiores en su gran parte son pantalones largos, jeans, bermudas y dos faldas.

Todas las prendas de la colección se caracterizan por estar confeccionadas a partir de patchwork uniendo los tejidos dejando las costuras vistas para dar a la prenda un toque más rústico y personal.

Con esta colección se busca transformar las prendas usadas a diario para ir a trabajar, como son los trajes, las corbatas y camisas.

En resumen, prendas que actualmente no todos están dispuestos a ponerse, decostruyéndolas y dándolas una nueva vida más urbana, atrevida y desenfadada.

- X 3 JERSEYS
- 3 CHAQUETAS
- 1 CHALECO
- X 1 CHAQUETA 3/4
- 3 CAZADORAS ~~TOALLA~~
- 3 CAMISAS
- 1 VESTIDO +
- 2 SUDADERAS
- X 4 CAMISETAS
- 2 TOPS
- 2 FALDAS
- 2 BERMUDAS
- X 6 JEANS X
- 9 PANTALONES

CARTA DE COLORES

La carta de color expuesta, se manifiesta como una guía, dejandote entrever la gama de colores usada. Ya que el diseño parte del upcycling, nunca esta la garantía de encontrarse el color requerido, y la carta de color seria muy extensa.



CARTA DE COLORES



CARTA DE TEJIDOS

CARTA DE TEJIDOS

TEJIDOS RECICLADOS

PUNTO: 10%WD - 50%PES - 40%PBT - +170gr/m²

SARGA: 55% CO - 45% PES - 150gr/m²

DENIM: 50% CO - 40%PES - 10%EA - 150gr/m²

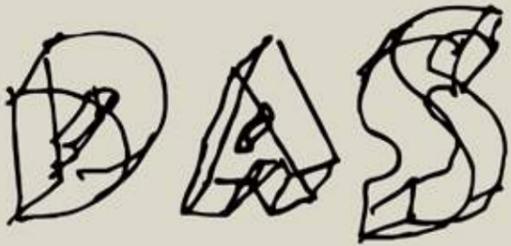
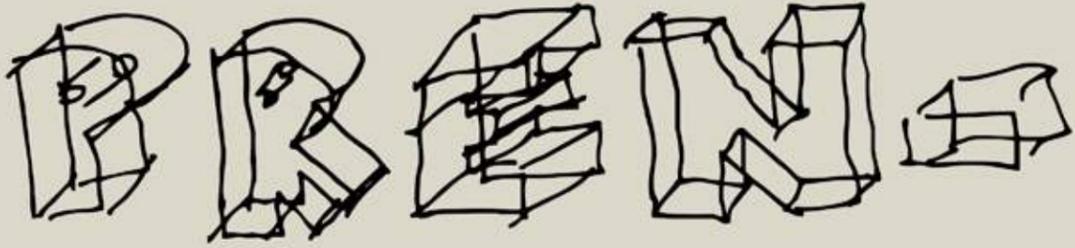
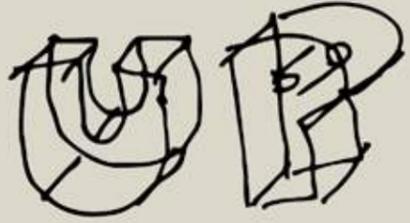
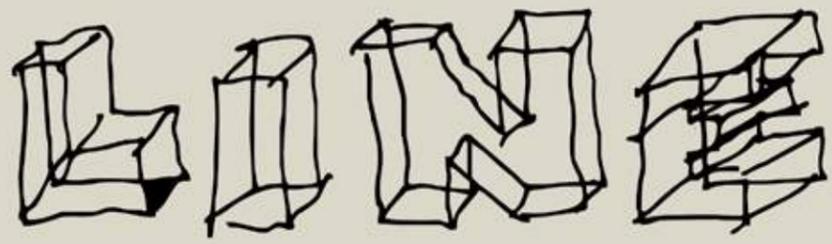
MELANGE: 55%CO - 45%PES% - 130gr/m²

ALGODON: 100%CO - 110gr/m²

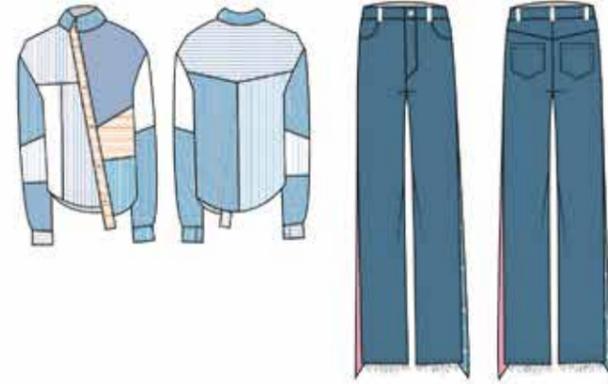
POPELIN: 65%CO - 35%PES - 115gr/m²

RAYA DIPLOMATICA: 60%CO - 40%PES - 130gr/m²

TOALLA: 60%PES - 40%CO +200gr/m²



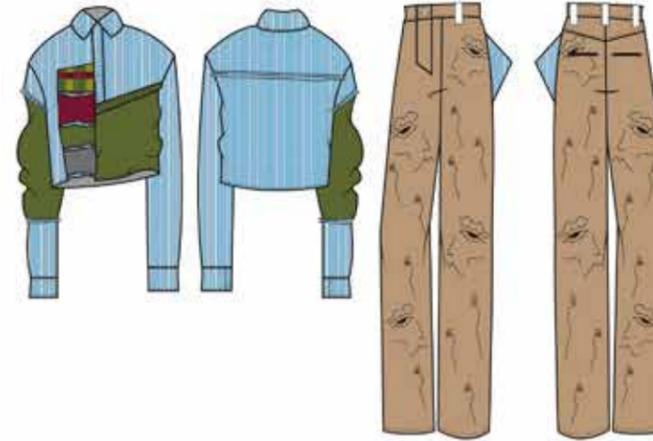
LOOK 1



LOOK 2



LOOK 3



LOOK 4



LOOK 5



LOOK 6



LOOK 7



LOOK 8



LOOK 9



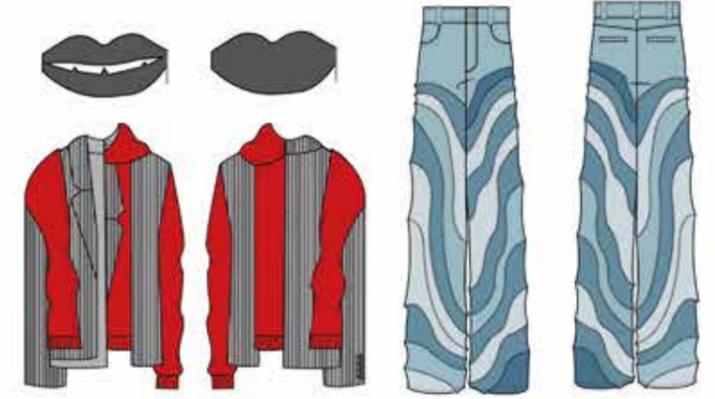
LOOK 10



LOOK 16



LOOK 17



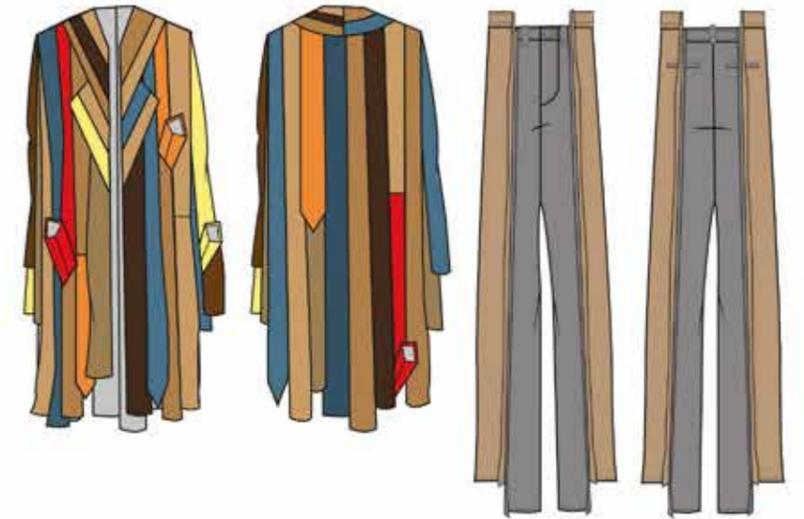
LOOK 11



LOOK 12



LOOK 18



LOOK 13



LOOK 14



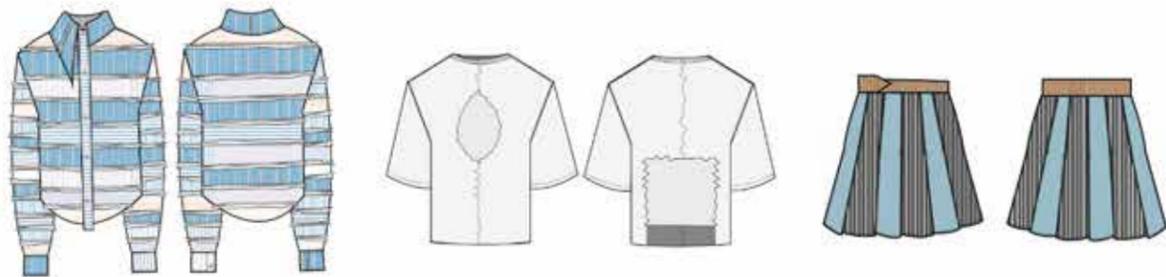
LOOK 19



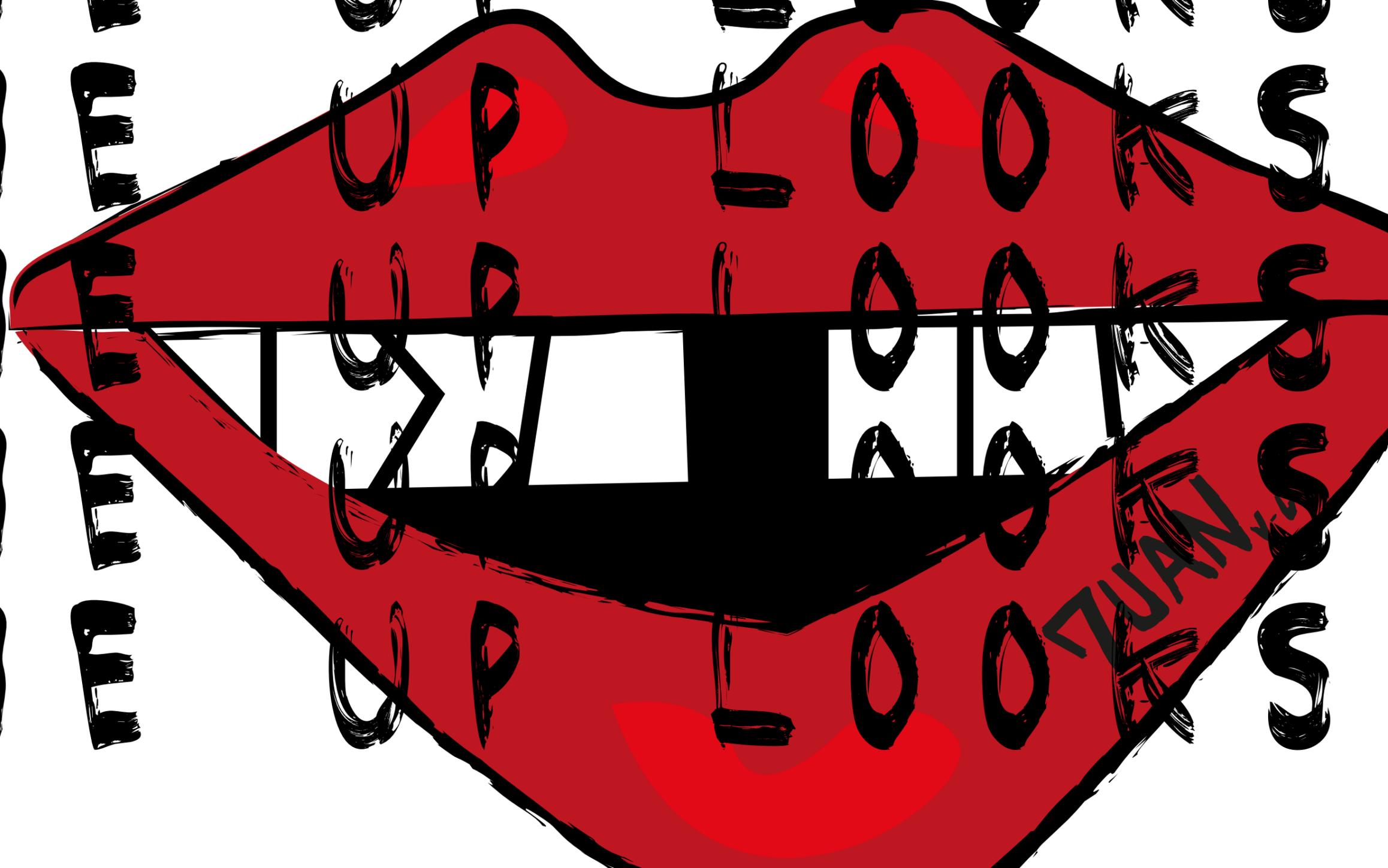
LOOK 20



LOOK 15



L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S
L I N E C U P L O O K S





POI, UNOS PANTALONES CHAVITO EN TU VIDA



LUIS YA LOS TIENE!



ROCKING LA BERMUDAS JOSEFA



JAVIER VESTIENDO VALENTINO JERSEY



¿HAS VISTO LOS MEMOS DE AGUS?



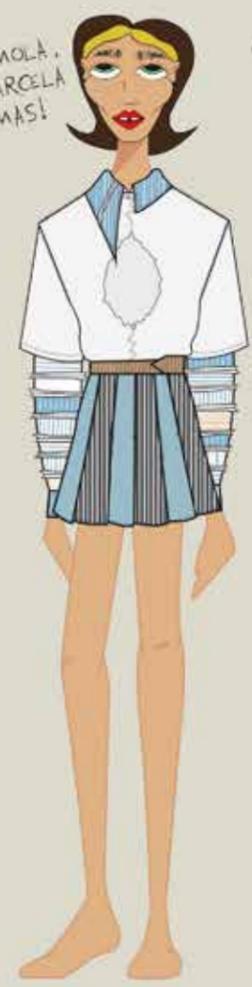
JESUS Y AGUS CON LAS CAMISITAS TRIZNADO NO FALLA



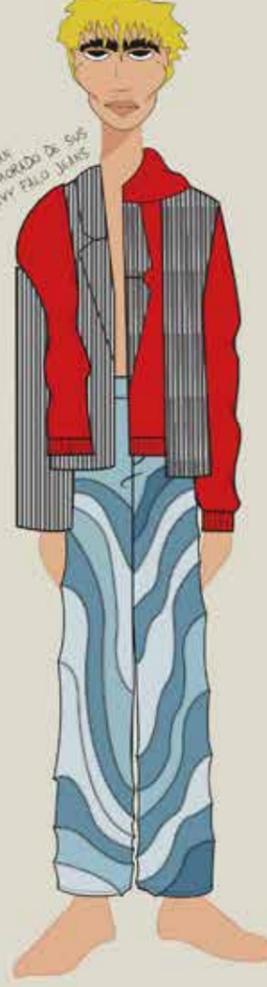
MEMEO PANTS



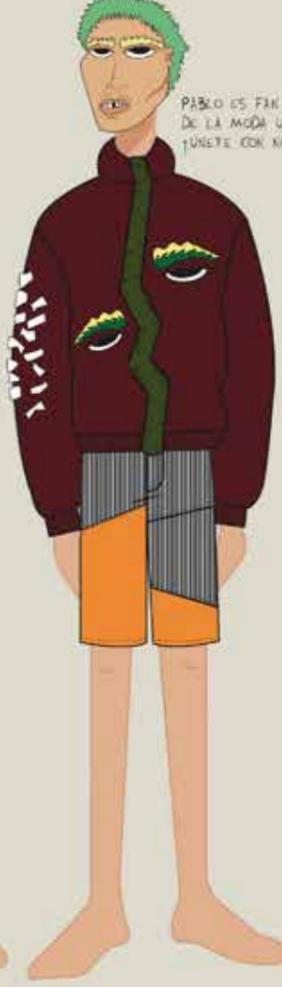
OLIVIA MOLA, Y SU MARCELA SKIRT MAS!



GRANIA ENAMORADO DE SUS WAVY PALO JEANS



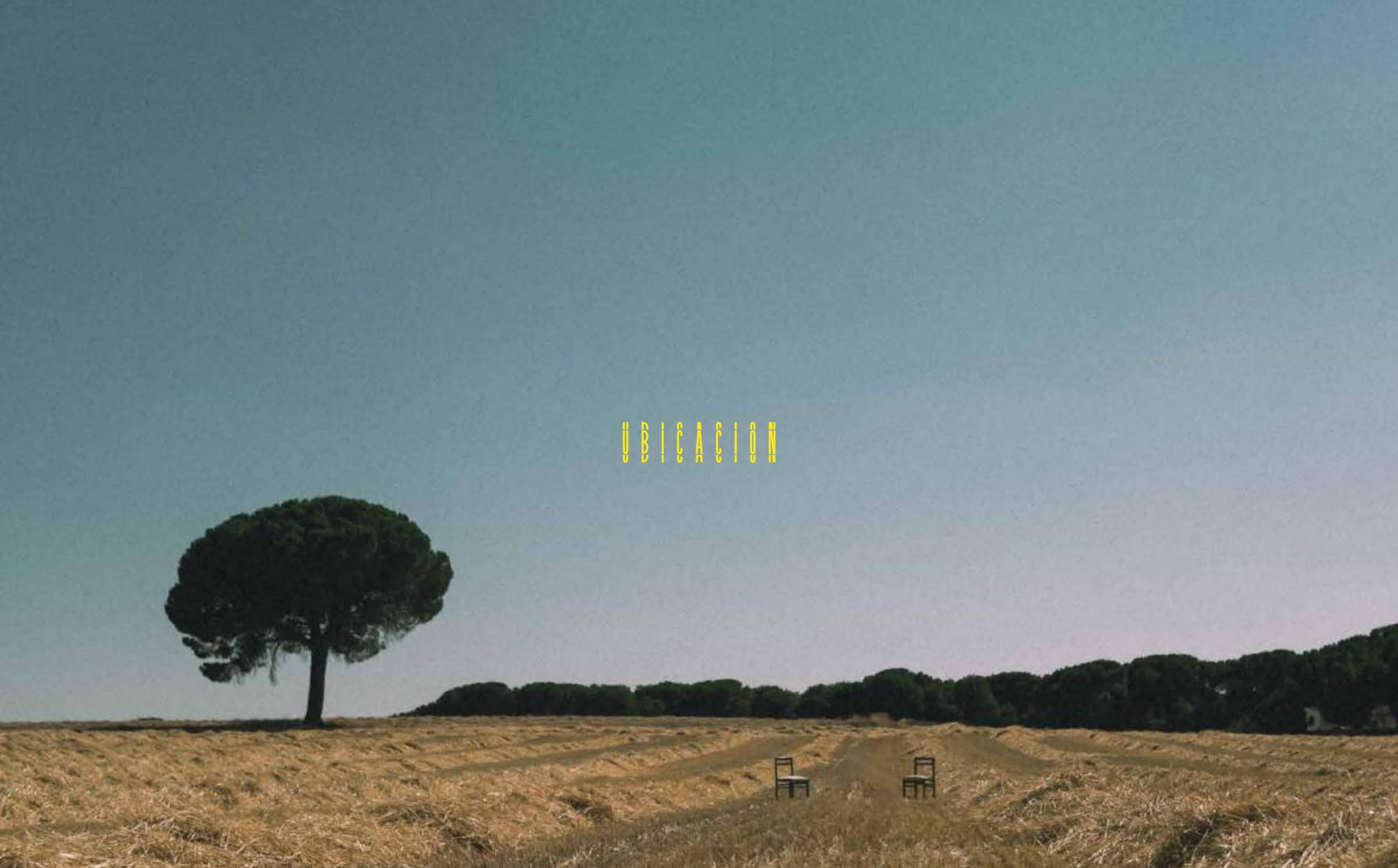
JESUS PARTIENDOLO CON APOLONIO JACKET



PABLO ES FAN DE LA MODA UPCYCLING JUNETE CON NOSOTROS!





A landscape photograph showing a wide, flat field of dry, golden-brown grass. On the left side, there is a large, dark green, rounded tree. In the center-right of the field, two simple wooden chairs are placed on the grass. The background consists of a dark green line of trees under a clear, light blue sky. The word 'UBICACION' is written in yellow, spaced-out capital letters across the middle of the image.

UBICACION

Ubicación: Pinar de Antequera, Valladolid

Ciudad natal de Juan Valentín-Gamazo, Es un lugar de crecimiento, paz, reflexión, una zona donde poder adentrarte, evadirte, dejar de pensar, solo ser y disfrutar del momento, el campo, la desconexión, dando lugar al desarrollo de tu locura interna y creatividad.

ANZANA
CORPORACIÓN
REBOBINAR



ReBobina

Recicla, Reduce, Reutiliza. Con una bobina se pueden cambiar muchas cosas. ReBobina, replanteate las cosas y haz un cambio en tu vida.

NO ESPERES A QUE LLEGUE EL CAMBIO,
HAZ QUE TODO CAMBIE.t

REBOBINAR
CORPORACIÓN
REBOBINAR

Una colección creada, diseñada y confeccionada por Juan Valentín-Gamazo a partir de prendas existentes en desuso.
destruyéndolas y transformándolas, dándolas una nueva vida.
No hace falta renunciar al estilo para llevar un consumo responsable y sostenible.

DESUSUO





Deja atrás la idea
de que las corbatas
solo sirven para el traje.
¡Ahora también abrigan!



7
U
A
N
V-6

T R E C Y L I N G D O E S N ' T H A V E
T O B E B O R I N G

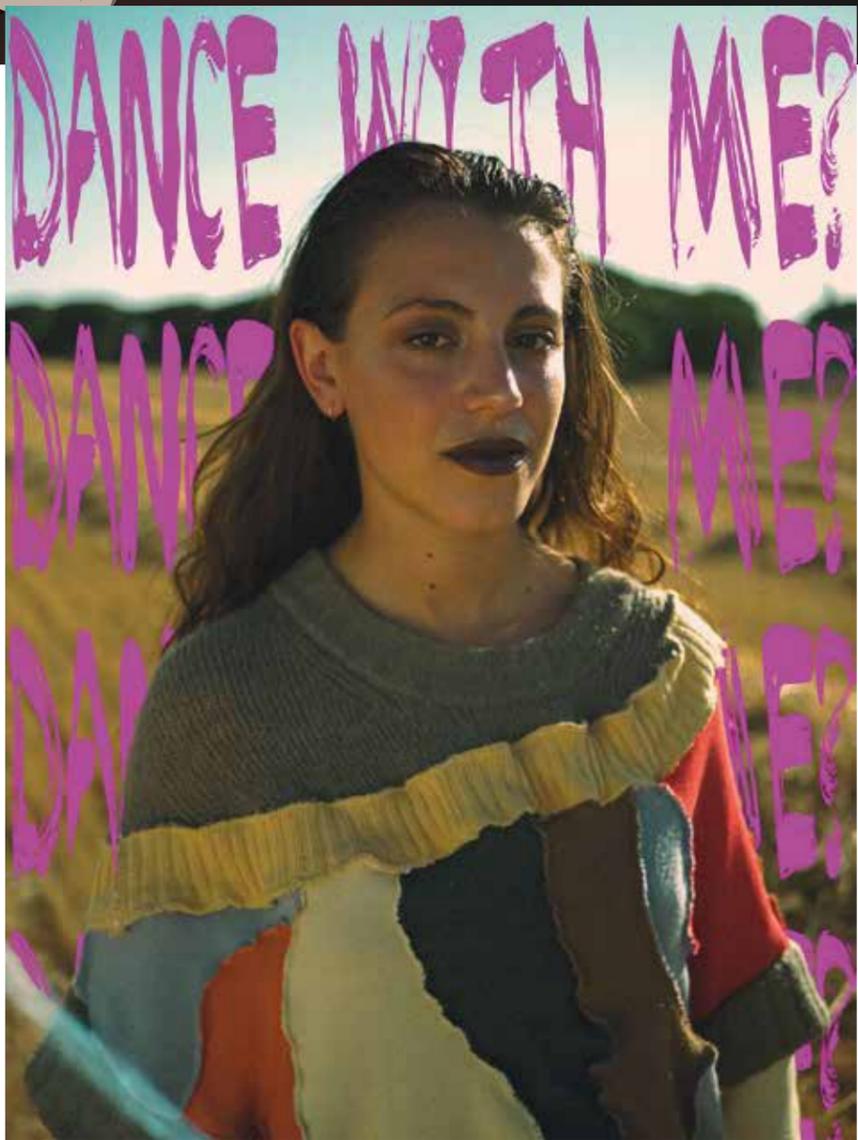


V-6
U
A
N
V-6





DON'T YOU TRY TO CHANGE,
NEVER TRY TO REARRANGE



WHY DON'T YOU DANCE WITH ME?



Lot's of people think that you should change
but you know that you're just that way
and thats just you



SO KEEP OFF THE PATH, GO TO PARTIES, AND DANCE THIS MESS AROUND



CREDITOS:

MODELOS:

GUILLERMO GONZALEZ
CAROLINA SANCHEZ
MIRET BURGOS

MAQUILLAJE:

CAROLINA SANCHEZ

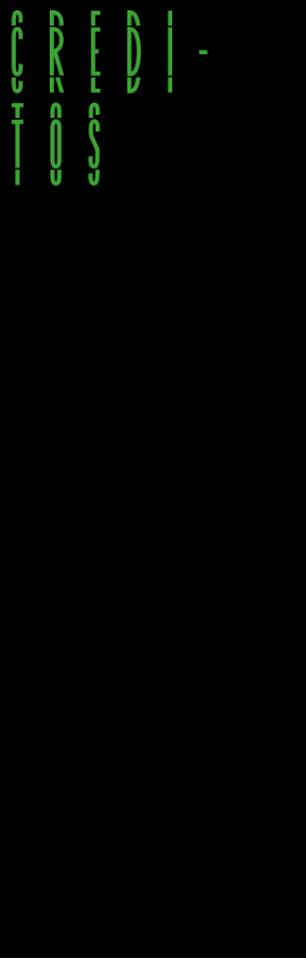
FOTOGRAFIA:

GUILLERMO GIMENO
CARMEN VALENTIN-GAMAZO
VICTOR BENÉITEZ

DIRECCIÓN DE ARTE,
ESTILISMO

GRAPHIC DESIGN:

JUAN VALENTÍN-GAMAZO



Especial agradecimiento : Camino Gutierrez, Andrea Gregorio, Clara Gonzalez,
Isabel Valentin-Gamazo e Israel Barroso



