

El viaje de tu camiseta

Dossier de análisis
de la fast fashion: causas,
impactos y alternativas



MADRE CORAJE
De tu compromiso nace la esperanza

Gobierno
de Navarra



Nafarroako
Gobernua



AGENDA
2030



C/ Sangüesa 38. La Milagrosa. Pamplona - 31005 Navarra | T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org

Síguenos:

 www.facebook.com/asociacionmadrecoraje/

 @MCorajeONGD

 @madrecorajeongd

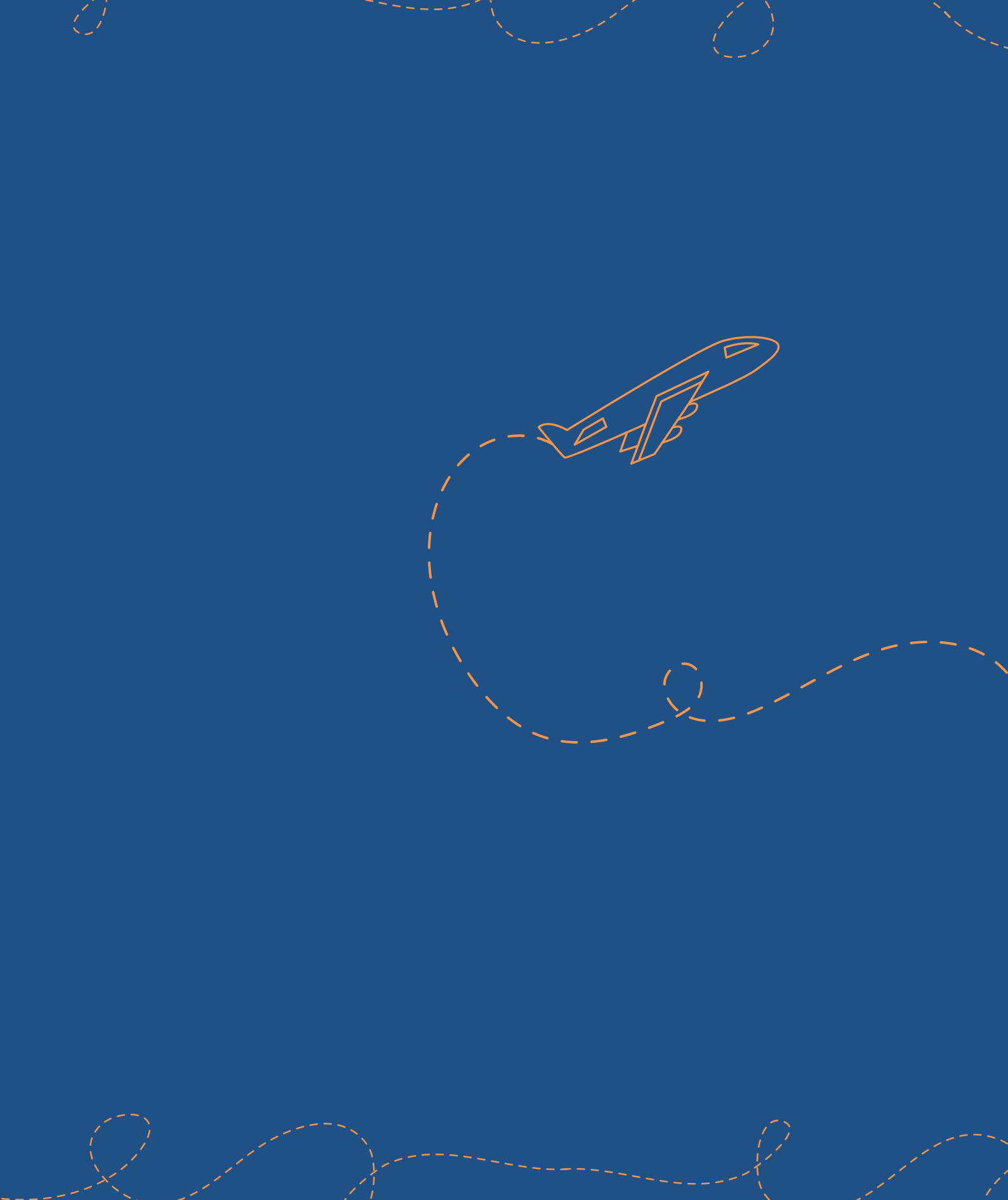
 www.youtube.com/user/madre0coraje

Diseño y maquetación:

basati | maitetxumdiez@gmail.com

ÍNDICE

1. Justificación	5
2. Definición e Historia de Moda Rápida	7
3. En este viaje nos centraremos en tres impactos clave	9
4. Agenda 2030 transversal	15
5. Proceso de una camiseta	19
1. Proceso de diseño y patronaje	20
2. Cultivo y producción de Materias Primas	20
3. Confección, deslocalización y transporte	28
4. Consumo y venta en tiendas físicas y online	32
5. Uso de la camiseta y final de vida útil	35
6. La nueva Estrategia Europea para los Tejidos Sostenibles y Circulares	39
7. Y ante esta situación, ¿qué podemos hacer?	43
8. Listado de Fuentes	53



1. Justificación

Este dossier busca sensibilizar y concienciar sobre el impacto social, medioambiental y económico que genera la moda rápida. Este impacto intersectorial genera desigualdad en las personas y el planeta, mayoritariamente en comunidades más vulnerables y empobrecidas; esta realidad es lo que te queremos mostrar en este documento. Una realidad que impacta negativamente en la actualidad y que compromete el desarrollo de generaciones futuras. Te proponemos un viaje a través de tu CAMISETA, **un viaje que te hará comprender las causas y consecuencias de la industria textil entendida como moda rápida o fast fashion**. Te animamos a ser parte del cambio, apostando por tu consumo local que puede cambiar las estructuras de poder y tener un impacto positivo a nivel global.

Ante esta situación **desde Madre Coraje apostamos, de base, por una reducción del consumo**, como palanca de cambio ante el consumo depredador que plantea la moda rápida, porque si la población mundial llegase a alcanzar los 9.600 millones en 2050, se necesitaría el equivalente de casi tres planetas para proporcionar los recursos naturales precisos para mantener el estilo de vida actual (Slow Fashion Next, 2022). Y, sin duda, no podemos seguir consumiendo a este ritmo y de forma arrasadora.

También te animamos a que aquellas situaciones que te remueven por dentro, las transformes con acciones hacia afuera. Será un proceso continuo, pero siempre hay que dar el primer paso y una vez nos haya hecho clic esta realidad os animamos a hacer el cambio ante esas realidades de injusticia a través de vuestro consumo responsable y crítico, entre ellos, el consumo de segunda mano que ofrece Madre Coraje en todas sus tiendas solidarias puede ser una buena alternativa a la moda rápida. Al final del documento podrás encontrar opciones de moda sostenible para construir un mundo más justo y sostenible entre todas las personas.

¡Feliz viaje!

Empezamos teorizando sobre algunos conceptos que nos parecen interesantes y que son punto de partida para entender mejor el viaje de tu camiseta y las causas de los impactos social, medioambiental y económico de la moda rápida-fast fashion.

2. Definición e historia de Moda Rápida

Moda Rápida – Fast Fashion

La moda rápida o fast fashion es una tendencia muy extendida en la industria de la moda basada en una renovación ultrarrápida de las colecciones. **Actualmente cada 15 días cambian de colección en las tiendas.** El polyester ha permitido a esta moda crecer y crecer de forma exponencial. Las prendas son producidas para que se estropeen fácilmente, lo que se llama obsolescencia programada y te invita e incita a tirar la prenda y consumir nuevamente una prenda en tiempo récord. Esta moda «desechable» de prendas baratas, de baja calidad, producción en masa y producidas donde la legislación es más laxa, tiene importantes consecuencias sociales, medioambientales y económicas. Es un sistema lineal de usar y tirar en poco tiempo y con graves consecuencias para el planeta y las personas (Oxfam France, 2022).

Un poco de historia

Esta práctica se hereda de la segunda mitad del siglo XX con la aparición de la «lean management» en Toyota. **Se pretende minimizar los costes de producción, fabricar en flujo intenso y reducir los plazos de suministro, en una lógica de mayor rentabilidad y maximización del beneficio.** El sector alimentario adoptó rápidamente este modelo de organización para crear el concepto de «fast food», y así ofrecer al mayor número posible de productos y de menor calidad, fabricados rápidamente y vendidos a escala mundial. Hoy en día, esta práctica se ha extendido a la industria de la moda y la mayoría de las grandes empresas textiles operan según este modelo dominante de «fast fashion». La deslocalización de las fábricas de producción es un aspecto clave en este sistema (Oxfam France, 2022).

El 24 de abril de 2013, en las afueras de Dhaka, Bangladesh, el edificio de Rana Plaza colapsó. Esta fábrica textil de ocho pisos producía ropa para grandes distribuidores europeos de moda rápida. El número de víctimas se elevó a 1.138 trabajadoras y trabajadores que perdieron la vida y 2.500 resultaron heridos. El derrumbe del edificio, mundialmente mediatizado, ha despertado la conciencia de consumidores y consumidoras y ha puesto en relieve las deplorables condiciones de producción de la industria textil (Oxfam, 2020). A raíz de este suceso nace: Fashion Revolution, con diferentes iniciativas locales.

De 2000 a 2015, según un reporte de la Fundación Ellen MacArthur, la producción de ropa se duplicó: alrededor de 50.000 millones de prendas fueron fabricadas en el 2000, pero quince años después se produjeron más de 100.000 millones (Ellen MacArthur Foundation, 2017, p.18).

En los últimos 20 años, **el auge de las redes digitales y sociales ha tenido un fuerte impacto en nuestros hábitos de consumo.** Y la industria de la moda ha sido uno de los sectores más afectados por esta evolución. Entre el auge del comercio electrónico, la explosión de las redes sociales y la llegada de esta nueva categoría

de compradores conectados llamados *Digital Natives*, el periodo 2000-2020 ha visto producirse una verdadera revolución en el acto de comprar. Frente a esta adopción generalizada del ámbito digital, las marcas deben adaptarse favoreciendo técnicas como las compras integradas en las redes sociales o el servicio al cliente virtual. Las marcas de moda deben optimizar la experiencia en línea y la mezcla de canales de distribución mientras mantienen una relación real con el cliente (Deflandre & Salut, 2020, p.20).

La moda rápida es accesible a todas las personas, sin distinción de clases sociales, y ha permitido a mayor número de personas vestirse con prendas de tendencia, aunque de baja calidad.

La fast fashion ha tenido un impacto económico de crecimiento en un mercado de la ropa en declive, en los países «ricos», creando empleo. La fast fashion ha contribuido claramente a este crecimiento del sector de la confección, dando respuesta a una alimentada demanda de los consumidores que quieren más y a menor coste (Deflandre & Salut, 2020, p.22).

Fast fashion y fashion week

A finales de 1800, diseñadores y grandes almacenes desarrollaron desfiles de moda para presentar a los consumidores con gran capacidad económica, los próximos diseños. En 1943, durante la Segunda Guerra Mundial, la industria de la moda estadounidense decidió crear la primera semana oficial de la moda para apoyar a los diseñadores estadounidenses y facilitar a la prensa de la moda ver todas sus colecciones al mismo tiempo. Este fue el comienzo del moderno y complejo sistema de moda industrial como lo conocemos. Se esperaba que los diseñadores crearan al menos dos colecciones al año, y cada una debía ser inesperada y diferente de lo que se había presentado anteriormente. Los compradores de moda asistían a estos espectáculos para decidir qué piezas pedir para sus boutiques en la próxima temporada.

A finales de la década de 1980, las marcas de moda rápida entraron en la ecuación. Habían construido la tecnología para crear prendas de moda rápida y barata. Para decidir qué piezas producir, los diseñadores de moda rápida prestaron mucha atención a lo que estaba sucediendo en las pasarelas, tomando nota de las paletas de colores y siluetas para plasmarlo en sus nuevas colecciones. La semana de la moda sentó las bases para el surgimiento de la moda rápida. Y ahora, cuatro décadas después, la moda rápida domina la industria de la moda, produciendo miles de millones de piezas de ropa barata para las masas. Con el fin de mantener a los consumidores comprando constantemente, estas marcas deben producir nuevas piezas de moda con gran rapidez, y muchas de estas tendencias se originan en los desfiles (Segran, 2023).

Así, este tipo de moda dicta nuestra forma de vestir según la tendencia decidida en despachos de grandes marcas, alejado de un empoderamiento individual. **La fast fashion propone seguir a toda costa las nuevas tendencias emergentes sin pensar en el hecho de que ésta quedará desfasada en un mes y que estas prendas van, probablemente, a ser desechadas.** Esto lleva a comportamientos de uniformización, ya nadie expresa su estilo y su creatividad, a riesgo de ser considerado «has been» (Atode, s. f.).

3. En este viaje nos centraremos en tres impactos clave

- ⊕ Impacto Medioambiental
- ⊕ Impacto Social
- ⊕ Impacto Económico

A veces estos tres impactos están totalmente conectados como veremos a lo largo de este documento. Conoceremos sus causas, consecuencias y qué podemos hacer de forma individual y colectiva para poder transformar esa situación de injusticia que hace que muchos tengan muy poca y pocos tengan mucha riqueza. Esta industria fomenta un consumismo que aniquila el medio ambiente y vulnera los Derechos Humanos de muchas personas, poniendo el foco en las mujeres. Según un informe de la Campaña de Ropa Limpia **el 80% de las personas que producen las prendas de fast fashion son mujeres y en España, el 50%**. El estudio, publicado por investigadores de la Universidad de Aberdeen y la organización benéfica de justicia comercial Traidcraft Exchange UK (2022), pone de manifiesto que la pandemia no ha hecho más que poner sobre la mesa y visibilizar las condiciones de vulneración de derechos humanos como trabajar más de 12 horas al día, no poder cogerte la baja por miedo a ser despedida, falta de seguridad económica, alimentaria, salud y vivienda. La pandemia ha agravado estas situaciones de desigualdad y ha puesto el foco en la mujer.

La Agenda 2030 plantea diferentes Objetivos de Desarrollo Sostenible, en adelante ODS, sobre el planeta y las personas y sin duda la Industria Textil tiene un tamaño importante y un gran impacto como para ser parte de este cambio y trabajar desde el diseño de las prendas hasta su final de vida con una mirada de sostenibilidad. En este estudio nos parece fundamental trabajar desde la perspectiva de la trazabilidad y la transparencia, como defienden desde Slow Fashion Next, que van de la mano para poder estudiar y entender el impacto de una prenda de ropa desde su diseño hasta el final de su vida.

A cada impacto le daremos una mirada desde la Agenda 2030 para ver su conexión con la Industria Textil y su propuesta para transformarla y generar un desarrollo sostenible a través de sus metas. A continuación, se muestra un cuadro realizado por Slow Fashion Next donde se relaciona cada ODS con la Industria Textil.

Figura 1
Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Slow Fashion Next

En primer lugar, definiremos el concepto de medio ambiente y de impacto medioambiental, con este punto de partida nos adentraremos en las diferentes causas y consecuencias de la industria textil que ha sido diseñada y consumida de forma rápida.

Concepto de medio ambiente

«Existen tres términos diferentes que se pueden utilizar para designar este concepto: *medio*, *ambiente* y *medio ambiente*. Así, la palabra medio se podría definir como el elemento en el que vive una persona, animal o cosa y el ambiente como el conjunto de factores bióticos y abióticos que actúan sobre los organismos y comunidades ecológicas, determinando su forma y desarrollo. Según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el *medio ambiente* es el conjunto de circunstancias físicas que rodean a los seres vivos» (Garmendia Salvador et al., 2005, p.2).

Según la filosofía del **Buen Vivir**, el planeta debería ser considerado como nuestro hogar. En efecto, el Buen Vivir es una reivindicación y propuesta de los pueblos indígenas de Suramérica que plantea la posibilidad de vivir de una manera armónica con la naturaleza, entre las personas y llevando una vida en comunidad. Es una reivindi-

cación porque trata de un modo de vida diferente al modelo capitalista que propone el crecimiento económico como objetivo persé y que arrasa con la madre tierra y lleva al ser humano a despojarse de su conexión con la esencia de la vida para convertirse en un productor/consumidor alejado de los ritmos naturales de la vida (Madre Coraje, 2017).

Concepto de impacto ambiental

«Un impacto ambiental es la alteración de la calidad del medio ambiente producida por una actividad humana. Una primera consideración es el origen o la causa de este cambio ambiental. Para poder hablar de un efecto ambiental o de un impacto ambiental, éste tiene que estar producido directa o indirectamente por una actividad humana. En un segundo paso, para que este efecto ambiental se pueda considerar un impacto, es necesaria una valoración positiva o negativa de este cambio de calidad ambiental» (Garmendia Salvador et al., 2005, pp.17-18).

Desde un punto de vista ecológico, los impactos se describen como desviaciones de las dinámicas naturales de evolución que conducen a cambios en el estado teórico del ecosistema. El impacto en el medio ambiente puede definirse como el efecto, durante un tiempo determinado y en un espacio definido, de una actividad humana sobre un componente del medio ambiente en comparación con la probable situación de no realización del proyecto. La realización del proyecto implica, pues, una modificación, es decir, una perturbación del sistema con respecto al estado inicial (Wathern, 1990, p.7).

Ahora que hemos definido los conceptos relacionados con el planeta y sus impactos, nos vamos a centrar en aquellos impactos en la sociedad.

Concepto de impacto social

Hace alusión a aquellas acciones, actividades que afectan a la sociedad, al conjunto de personas. Impactos de la industria textil, el tema que aborda este documento, tiene un impacto directo en las personas en todo el proceso de la creación de una prenda, desde su diseño, la producción y cultivo de materias primas, su consumo y uso y su final de vida. La industria textil genera beneficios y hace crecer las economías de los estados, pero la moda rápida lo hace degradando el medio ambiente y vulnerando los derechos de las personas. Según la organización sin fines de lucro REMAKE, 75 millones de personas en el mundo trabajan haciendo las prendas que vestimos, y el 80% de la ropa que usamos la elaboran mujeres de entre 18 y 24 años. Esta industria es una de las que más personas empleadas tiene. La moda es una de las industrias más dependientes de la mano de obra porque cada pieza de ropa debe ser hecha a mano a lo largo de una larga cadena de suministro. 1 de cada 6 trabajadores del mundo están empleados en la industria de la moda (McCosker, 2021).

El término «impacto social» se utilizó por primera vez en los años 70 en el marco de trabajos académicos publicados por la Universidad de Yale sobre la responsabilidad ética de los inversores. Este término se democratizó en los años noventa y emana del cruce de diferentes culturas y prácticas profesionales: aumento de la evaluación de la acción pública, aplicación de programas de desarrollo internacional, desarrollo de estrategias de responsabilidad social de las empresas, etc.

Según el Consejo Superior de Economía Social y Solidaria, la definición de impacto social es la siguiente: «El impacto social consiste en el conjunto de las consecuencias (evoluciones, inflexiones, cambios, rupturas) de las actividades de una organización tanto sobre sus partes interesadas externas (personas beneficiarias, usua-

rias, clientela) directas o indirectas de su territorio e internas (asalariadas, voluntariado), como en la sociedad en general» (Avisé, 2020).

Concepto de impacto económico

Según Lord Lionel C. Robbins (citado por Goikoetxea Ferrández et al., 2017, p.8), «la economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios limitados que tienen diversa aplicación». En la distribución de recursos finitos para satisfacer necesidades está la clave. Por un lado, qué tipo de necesidades vamos a satisfacer (primarias, secundarias y creadas), y por otro lado qué distribución de los recursos se hace. La fast fashion nos presenta un modelo lineal donde la maximización del beneficio es el objetivo a cualquier coste humano y planetario, con una distribución de la riqueza que genera desigualdad y perpetúa a muchas personas en la pobreza.

«La idea de impacto económico alude al efecto que una medida, una acción o un anuncio generan en la economía. Cuando algo tiene impacto económico, provoca consecuencias en la situación económica de una persona, una comunidad, una región, un país o el mundo.» (Pérez Porto & Gardey, 2018). Concretamente, las consecuencias pueden ser :

- La creación de empleo.
- El crecimiento de la región.
- Los precios.
- La interacción entre competidores.
- Y la influencia en la recuperación económica (Ortega, 2022).

Los altos riesgos sociales de la producción textil surgen como consecuencia de la economía altamente sesgada de la cadena de valor del textil a nivel mundial. El alto valor añadido económico por etapa se produce sólo hacia el final del consumo de la cadena de valor textil, con actividades de bajo coste y baja cualificación que ocurren en las primeras etapas de la cadena de valor. La expectativa de los consumidores de precios bajos y la competencia por la cuota de mercado entre las marcas y los minoristas han llevado a que la producción de fibras y textiles de gran densidad y de mano de obra barata se dirija a los países empobrecidos, donde sus legislaciones permiten este tipo de prácticas.

Tres prácticas comunes en la cadena de valor textil contribuyen a sus altos riesgos sociales:

- ⊗ Demanda de tiempo de elaboración cada vez más corto.
- ⊗ Demanda de flexibilidad.
- ⊗ Búsqueda continua de precios más bajos y mejores condiciones comerciales (UN environment programme, 2020, p.33).

Redes sociales y fast fashion:

Hoy en día, las comunidades de internet y redes sociales se han convertido en parte de la vida de la mayoría de las personas, por lo que las redes sociales se han convertido en herramientas de comunicación alternativas, apoyando las relaciones y actividades existentes de una manera dinámica y entretenida que puede enriquecer la experiencia de los usuarios. Además, el mayor uso de las redes sociales proporciona una plataforma para nutrir las marcas y afecta a las decisiones de compra de los consumidores. Se descubrió que **los consumidores de moda recogen ideas de moda hoy en día de los medios de comunicación y las películas, el intercambio social y las amistades, los estilos callejeros y muchos otros lugares**. A menudo hablan de estas ideas en línea y antes de que te des cuenta, las ideas pueden convertirse en tendencias. Esta es la razón por la que las redes sociales ahora se ven en la industria de la moda rápida como una oportunidad para mejorar las relaciones con la clientela y, en última instancia, capturar una audiencia más grande. La importancia de la comparación social de hoy en día es cada vez más válida a la hora de medir las interacciones en Facebook, Instagram y otros canales de redes sociales.

Dado que los consumidores disfrutan de la interacción y la comunicación entre sí y les gusta recibir asesoramiento, ya sea positivo o negativo, sobre diferentes productos o servicios, las comunidades virtuales tienen un impacto en la decisión de compra de los consumidores (Elram & Steiner, 2015, p.174).

Las personas influencers sociales han contribuido al aumento de la moda rápida. En efecto, los influencers ahora tienen un enorme influjo sobre las prendas que visten a las personas, al publicar fotos de sí mismos con una variedad de atuendos en las redes sociales y a menudo no usan la misma ropa dos veces. Hacen aún más fácil para los consumidores hacer una compra instantánea mediante el uso de «swipe up» o enlaces de afiliados, que a menudo ganan comisión en cuanto alguien hace una compra. La investigación realizada por Fashion Retail Academy muestra que el sitio para compartir fotos en Instagram se ha convertido en una de las principales fuentes de inspiración para la moda. Las personas influencers, a su vez, inspiran a otros a dirigirse a las tiendas para crear looks similares. Sin embargo, no todo el mundo puede permitirse etiquetas de alta gama, y por lo tanto los minoristas que venden ropa menos costosa son su destino de elección (Skeldon, 2019).

En 2020, casi el 30% de las ventas de ropa se realizaban en línea. Se espera que esta cifra siga creciendo hasta alcanzar el 43% en 2025.

El mercado de la confección experimentó dificultades en 2020 durante la pandemia del coronavirus, y sufrió una caída de ingresos del 11,8%. Sin embargo, la demanda mundial de ropa y calzado se recuperó rápidamente **y el volumen de negocios del mercado mundial de prendas ascendía en 2021 a 1,5 trillón de dólares estadounidenses, y se espera que alcance aproximadamente 2 trillones en 2026. En cuanto al mercado de la fast fashion, se estimó en cerca de 31.000 millones de dólares en 2021.**

Los países que representan la mayoría de esta demanda de ropa son Estados Unidos y China, que generan ingresos muy superiores a los de cualquier otro país. Por lo tanto, no es sorprendente que estos dos países desempeñen un papel importante en el comercio internacional de textiles. China está a la cabeza de la clasificación por el valor más alto de las exportaciones de ropa. Estados Unidos ocupa el segundo lugar, por detrás de la Unión Europea, en el valor de las importaciones de prendas de vestir (Gautier, 2023).

Causas de la Moda Rápida

Este documento se centra en los impactos y sus consecuencias de la moda rápida, pero para que el viaje sea completo debemos conocer las causas de este tipo de industria.

Si hacemos un poco de historia, comprendemos cómo hemos llegado al sistema que rige la moda rápida hoy en día. Desde finales de los años 70 se han deslocalizado ramas industriales enteras (textil, tecnología, informática, motor, servicios) en diversas olas –en esa década, en los años 80, 90 y 2000– a países con normas laborales y ambientales más laxas, o prácticamente inexistentes, donde fabricar a menor coste y con ventajas fiscales auspiciadas por los Tratados de Libre Comercio y las Zonas Francas de Exportación –también llamadas Zonas de Libre Comercio, o Zonas de Procesamiento de Exportaciones– donde concentran la producción. Esto ha supuesto una feroz aceleración de los ciclos y metabolismos de la industria de la moda, aumentando los impactos socioambientales. Un modelo calificado de “empresa hueca”, hoy extendido por el mundo, que se ocupa del diseño de los artículos, las estrategias de marca (branding), marketing y comerciales, dictadas desde la sede a las filiales, subarrendando su producción con presupuestos y plazos mínimos. Corporaciones americanas entre otras, fueron pioneras en obtener mayores márgenes de beneficio así. Pero la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) alertan que, desde 1973, crece la inseguridad laboral y el paro de larga duración en occidente, con caídas salariales en tres olas que coinciden con esas deslocalizaciones: a principios de los años 80, por las aperturas de mercado; en los 90 con el Acuerdo Multifibras (a China e India, principalmente). Y a partir del 2000, por crisis derivadas de las políticas neoliberales, hacia sudeste Asiático (Mail Brenda Chavez, 2023).

Como causa angular de la moda rápida la podemos centrar en la maximización del beneficio. Para ello tenemos en cuenta dos factores: los ingresos menos los costes. En esta industria donde los precios de las prendas son bajos, obligatoriamente los costes van a ser muy bajos para poder tener unos mayores beneficios y por ello, la confección de las prendas se realizan donde la legislación de coste bajo permite un impacto negativo en las personas y el planeta, generando unos impactos destructores del planeta y vulnerando los derechos humanos de las personas participantes en la cadena de valor. Lo que se llama deslocalización y muy común en esta industria. A la hora de tomar decisiones el coste de oportunidad es clave y por ello en los despachos se prima una moda lineal, barata, rápida y de poca calidad, gracias en gran medida al poliéster que ha hecho, desde el año 2.000, crecer exponencialmente a esta industria. También las rebajas fiscales permiten que esta industria crezca a sus anchas y sin consecuencias ni responsabilidad a aquellas empresas que generan un impacto negativo en las personas y el planeta.

Esta maximización del beneficio además de tener estas consecuencias, las ganancias están distribuidas en pocas manos. Una industria que genera una riqueza inequitativa y que empobrece a muchas personas de todo el proceso.

4. Agenda 2030 transversal

Antes de viajar a través de nuestra camiseta e ir mostrando diferentes datos y realidades queremos hablar de la Agenda 2030 y sus ODS, que de forma transversal están relacionados con los impactos que hemos explicado anteriormente. **Esta Agenda 2030 es una hoja de ruta económica y política que da algunas pistas para poder transformar esta industria y que genere bienestar al planeta y a la sociedad.** Desde ese prisma vamos a mostrar los ODS y sus metas que se detallan en esta Agenda 2030; hemos elegido los más acordes con la industria textil y así poder mostrar cambios que se deben dar para el año 2030.

Según el Instituto Resiliencia Estocolmo podemos agrupar los ODS según los que corresponden a la biosfera en la base de la pirámide: ODS 6-13-14-15, en la parte superior, en el ámbito social nos encontramos a los ODS: 1-2-3-4-5-7-11-14 y en el tercer peldaño de esta pirámide nos encontramos el ámbito económico a los ODS: 8-9-10-12 y en la parte de arriba del todo el ODS 17 las alianzas, imprescindibles para que todo funcione.

En la Agenda 2030 no encontramos alusión directa a la Industria Textil, pero sí podemos relacionar muchos de sus ODS con sus impactos de forma transversal o de forma específica. La fuente de la información de las metas es la página web oficial de la Naciones Unidas sobre los ODS (2015). Una agenda interesante con objetivos y metas para lograr un desarrollo sostenible, pero que a 7 años de que acabe el plazo hay que focalizarle e implementar medidas y legislación para poder lograr los cambios propuestos. Implementar la realidad es complejo y hay que dotar de dinero a las administraciones y a las iniciativas sostenibles para que la sostenibilidad sea una realidad en todas las partes del ciclo del producto. Y ser conscientes de que los cambios llevan su tiempo, conciencia e implementación.

En las metas de cada objetivo vamos a señalar unos indicadores relacionados con la industria Textil. Este trabajo ha sido realizado por Slow Fashion Next (2023).

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. Apostamos por una industria textil que genere riqueza distribuida de una forma equitativa donde todas las personas que participen en este proceso vivan con dignidad y sus derechos no sean vulnerados. Actualmente, esta industria genera muchos beneficios para una pequeña parte de su cadena de valor y genera pobreza y estancamiento para la otra parte, la mayoría, generando una pobreza multisectorial a causa, entre otras cosas, por no tener salarios dignos y que genera dificultades para poder satisfacer necesidades básicas como alimentación, educación, sanidad, vivienda, saneamiento, asociacionismo, que no permite desarrollarse a las personas dedicadas a la producción de ropa de forma libre y empoderada. Su **meta 1.b** busca crear marcos normativos sólidos en el ámbito nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza. Esta meta tendría consecuencias muy positivas para mejorar la vida de las personas trabajadoras de la moda rápida a través de un salario digno. La opacidad y legislacio-

nes laxas hacen que la vulneración de derechos humanos sea una realidad y perpetúe la pobreza en este sector.

Objetivo 2: Poner fin al hambre. La industria textil debería ser un sistema económico que generara riqueza para las personas que son parte del proceso, en toda su cadena de valor y poder satisfacer sus necesidades, entre ellas la alimentación, una necesidad básica para poder sobrevivir. Su **meta 2.4** para 2030 busca asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra. Es el tercer sector en consumo de agua y uso de suelo. Aquí habrá que tener en cuenta a este sector a la hora de organizar la gestión de las tierras y su utilización. El sector textil genera alrededor del 20% de las aguas residuales del mundo. Es la segunda industria más demandante de agua.

Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. Este objetivo es una de las soluciones para poder transformar la industria textil y generar bienestar y justicia, revirtiendo sus impactos en impactos positivos para las personas y el planeta. Su **meta 4.7**, de aquí a 2030, persigue asegurar que todo el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, permitirá este cambio en espacios educativos. Desde Madre Coraje trabajamos a través de la Educación Transformadora para la ciudadanía Global para lograr un mundo más justo y sostenible tanto en educación formal como no formal.

Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. En la industria textil la producción recae en manos de mujeres, por ello, la perspectiva de género debe ser transversal. Sin duda la moda rápida tiene manos de mujer y sus derechos se ven vulnerados. Cerca del 60% de las mujeres trabaja en la economía informal, lo que las expone aún más a caer en la pobreza (Naciones Unidas, 2015). Una característica particular de la industria textil es el gran número de mujeres en su fuerza de trabajo. Esta característica de que las mujeres constituyen la mayoría de la fuerza de trabajo es una realidad en muchos países, pero no es universal. Las mujeres representan el 80% de los 3 millones de personas empleadas en fábricas de confección en Bangladesh y México y Camboya tienen porcentajes aún más altos, pero en la India la mayoría de los trabajadores de la confección son hombres (UN environment programme, 2020, p.34). La **meta 5.5** busca asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

Economía y mujeres

Las prácticas económicas que han hecho que la fabricación de textiles se desvíe hacia las economías en desarrollo (como la continua búsqueda de precios más bajos, flexibilidad y tiempo de elaboración cada vez más

corto) también son responsables de la prevalencia de las mujeres en la fuerza de trabajo textil. Esto se debe a que a las mujeres se les paga universalmente menos que a los hombres, y la capacidad de pagar a las mujeres salarios más bajos que a los hombres se considera una forma de aumentar las inversiones y las ganancias, al tiempo que se mantiene bajo el coste de los bienes para la exportación, una clara brecha salarial. Al mismo tiempo, la brecha de género es especialmente persistente cuando se trata de roles de liderazgo. Las políticas gubernamentales y empresariales que explotan los costes laborales ventajosos de la contratación de mujeres afianzan los estereotipos de género y perpetúan la concentración de mujeres en puestos de trabajo no cualificados y con una alta tasa de reemplazo.

Además, el hecho de que los trabajos de las mujeres se encuentren en el «nivel inferior» de los sistemas de producción textil significa que tienen los mayores riesgos de lesiones ocupacionales y exposición a productos químicos peligrosos. Adicionalmente, las mujeres son particularmente susceptibles a los riesgos para la salud de los productos químicos utilizados en el procesamiento húmedo de textiles debido a la naturaleza de los productos químicos por ejemplo, los productos químicos que contribuyen al desarrollo de cáncer de mama y los productos químicos disruptores endocrinos que conducen a problemas reproductivos (UN environment programme, 2020, p.34).

Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna. La energía limpia y renovable debe impulsarse en este sector, no para seguir produciendo de forma descontrolada sino para mejorar los procesos y generar bienestar a las personas y al planeta. Hay producciones que son a demanda y donde se utilizan tecnologías novedosas, donde la persona puede elegir su prenda desde el tejido, colores, forma, slogans, para ello tenemos que ir de la mano de la tecnología más actual. La **meta 7.a**, de aquí a 2030, quiere aumentar la cooperación internacional para facilitar el acceso a la investigación y la tecnología relativas a la energía limpia, incluidas las fuentes renovables, la eficiencia energética y las tecnologías avanzadas y menos contaminantes de combustibles fósiles, y promover la inversión en infraestructura energética y tecnologías limpias.

Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países. Esta industria genera desigualdades, por ello apostamos por una industria que desde el respeto de los DDHH genere bienestar y una distribución justa de todos los recursos y riqueza. Sin dejar a nadie atrás en esta cadena que empieza en el diseño de la prenda hasta el final de su vida. Una desigualdad que se pone de manifiesto deslocalizando producciones por legislaciones más laxas con impacto negativo en personas, salarios bajos, prohibición de formar sindicatos, jornadas laborales excesivas, precariedad, peligrosidad del puesto de trabajo... y en el planeta con la utilización de químicos desde su cultivo a la producción y la contaminación en la distribución y transporte para llegar a los puntos de venta y su final de vida en vertederos. Estas legislaciones no estarían permitidas en otros países. En esta industria se polarizan las ganancias en manos de unas pocas personas. La **meta 10.1**, de aquí a 2030, quiere lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional. La **meta 10.3** busca garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto. La meta 10.a persigue aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio.

Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible. La cooperación y las alianzas entre todos los agentes que intervienen en la cadena de valor son fundamentales para poder lograr una industria justa y sostenible. La **meta 17.10** promueve un sistema de comercio multilateral universal basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo.

5. Proceso de una camiseta

Te planteamos que pienses en una camiseta que tengas en casa y con esa premisa iremos viajando a lo largo de todo su proceso desde su inicio hasta su fin de vida. La trazabilidad y transparencia son básicos para poder lograr una transformación. La trazabilidad nos hace estudiar, recopilar y sistematizar todos los datos de la cadena de valor de cada prenda y la transparencia es la comunicación de toda esa información. Los dos se complementan y refuerzan.

Figura 2
El viaje de tu camiseta - lineal



Realizado por Fanny Henrard.

Comenzamos! Para ello tendremos que empezar desde el principio y eso nos lleva al diseño de tu camiseta.

1 Proceso de diseño y patronaje

El diseño es la parte del proceso de creación donde se va a definir el tipo de moda que se va a producir, por ello, tenemos que comenzar el viaje de la camiseta desde su creatividad y sus patrones. Será en este momento donde se elijan los materiales de tu camiseta y donde se planteen todas las cuestiones pertinentes que definirán el tipo de prenda que se va a producir. Se elegirá entre materiales orgánicos o no orgánicos, veganos, cantidad de agua que se usará para el cultivo de las materias primas elegidas y qué calidad de prenda estaremos produciendo, será de larga durabilidad o de corta estancia en el armario. Se determinará si se producirá en un pequeño taller o una fábrica deslocalizada, qué tintes llevará, si se aplicarán técnicas de desgaste de la prenda o no y muchas más cuestiones como el tipo de publicidad para llegar a la ciudadanía, en qué tiendas se consumirá y dónde acabará esa prenda al final de su vida, ¿volverá a ponerse en circulación o irá directa a un vertedero?

En esta decisión se hará la apuesta por una moda rápida con todos sus impactos negativos o por una moda circular y sostenible de calidad y que respete el medio ambiente y a las personas. En este momento del proceso, al inicio, podemos reducir el 80% de los impactos negativos, aunque no es garantía del 100% de sostenibilidad de la prenda. Tendremos que ver el proceso de transformación de esa materia prima y su final de vida, pero sin duda es un gran comienzo para apostar por una moda justa y sostenible.

La Agenda 2030 nos presenta el siguiente objetivo y meta para poder lograr un cambio real. Hemos elegido el ODS 11 en esta parte del proceso textil de tu camiseta.

Objetivo 11: Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. En la parte del diseño hay que cuidar el plagio de diseños de otras culturas que se sabotean para vestir temporadas efímeras y urbanas, a miles de kilómetros de esas comunidades, su idiosincrasia y su patrimonio cultural.

11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

¡Seguimos! Ahora toca cultivar las materias primas y producirlas

2 Cultivo y producción de materias primas

Cultivo de Materias Primas e impactos

Una vez que ya tenemos el diseño y se ha decidido de qué materiales está hecha tu camiseta, se habrá elegido un tipo de producción de las materias primas y lo primero que se tendrá que hacer es cultivarlos. En la etiqueta de tu camiseta podrás ver si tu camiseta es de algodón, y de qué tipo de algodón o si se ha

hecho con poliéster o de cualquier otro material y en muchas ocasiones llevarán mezcla de materiales, lo cual dificulta mucho el poder reciclar la prenda a posteriori.

Te planteamos que reflexiones si conoces cuantos litros de agua se han utilizado para producir tu camiseta o de dónde viene el poliéster que vistes, porque recuerda que tu camiseta puede llevar materiales que han sido cultivados, los ha creado el ser humano, o vienen del petróleo. Y no nos podemos olvidar de los químicos que se utilizan en estos cultivos y que impactan negativamente en las personas y el planeta.

Podemos agrupar los materiales de las prendas según su origen.

- ⊕ Pueden ser prendas con materiales de origen natural con **procedencia vegetal o animal**: lino o lana, por ejemplo.
- ⊕ Pueden ser prendas con materiales de prendas **artificiales o biosintéticas**, esto significa que han sido creados en un laboratorio y se ha utilizado la tecnología para su desarrollo: Viscosa o Tencel, entre ellos.
- ⊕ Y una tercera clasificación son los materiales **sintéticos** que provienen del petróleo, materia prima no renovable y han tenido una transformación química como el poliéster. Este último tipo de tejido es el que mayor impacto negativo va a tener en las personas y el planeta desde su producción hasta su deshecho.

El lino y el cáñamo son los textiles con mayor historia. Cada material tiene unas características especiales en su producción, transformación, consumo y deshecho, pero la moda rápida abusa del poliéster y es lo que le ha permitido una producción masiva con unos impactos sociales y medioambientales negativos (Slow Fashion Next, 2022).

Impactos claves de cada material

(información extraída de <https://cosh.eco/nl/blog>)

- ⊕ **Algodón**: uno de los cultivos que más agua consume. Los agricultores a menudo usan muchos pesticidas y defoliantes dañinos. La producción de algodón representa el 16% del consumo mundial de insecticidas y el 6% del consumo mundial de plaguicidas y emiten una gran cantidad de gases de efecto invernadero. Aunque el Convenio de Estocolmo ha prohibido en todo el mundo una serie de pesticidas peligrosos (por ejemplo, mirex, endosulfán y diclorodifeniltricloroetano (DDT)), muchos de estos pesticidas todavía se usan en algunos países. Según la Fundación Ellen McArthur, la producción de algodón por sí sola representa casi el 7% de todo el empleo en algunos países de bajos ingresos. Así que, es una industria importante. Desafortunadamente, la producción a menudo se lleva a cabo en condiciones inhumanas (COSH, s. f.-a).
- ⊕ **Lana**: La lana de oveja es la más utilizada y es biodegradable. De todos los materiales textiles, la lana es la que más contribuye al calentamiento global (Fuente: Índice Higg). Una práctica muy controvertida, realizada en Australia, es el mulesing, se quita parte de la piel cerca del ano, de las ovejas, para prevenir infecciones. Es la que más contribuye al calentamiento global. El Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Agricultura del Reino Unido estima que se

necesitan hasta 2.278 hectáreas de tierra por tonelada de fibra de lana. La lana de alpaca es la que más químicos necesita para su tintado (COSH, s. f.-b).

- ⊕ **Fibra de Alpaca:** La alpaca es un animal extremadamente respetuoso con su medio natural. Desde como camina a como come, el animal está realmente pensado para mantener el equilibrio ambiental, incluso cuando existen abusos humanos y se genera sobrepastoreo. Es bastante menos dañino que el que puede generar la producción de algodón u otras fibras sintéticas. La denominación que se le da al producto estrella de la alpaca es la FIBRA, por su bajo contenido de lanolina, diferenciándose claramente de la lana de ovino. La fibra de alpaca proviene de las praderas naturales de la alta montaña. Hay muchas organizaciones produciendo hilo artesanal, donde utilizan tintes naturales para su teñido y así ofrecer productos artesanales, resaltando de esta forma la línea natural de la alpaca: su alimentación en humedales y su hábitat en praderas naturales de la alta montaña. Se considera que esta última parte del proceso textil con hilo artesanal y teñido con tintes naturales es la tendencia actual, complementada por la demanda creciente para el uso de fibra de alpaca de color (existen 26 tonalidades de colores naturales) y que éstas se están transformando en hilo de color natural.
- ⊕ **Seda:** se puede producir de diferentes formas, unas más respetuosas con el gusano y otras menos, pero un vegano no consumirá prendas de seda.
- ⊕ **Viscosa** es el primer tejido creado por una persona de forma artificial, proceso con mucha opacidad y grandes impactos de contaminación y en la salud humana. Se utilizan muchos químicos en su proceso de transformación de la pulpa de madera (Slow Fashion Next, 2022).
- ⊕ **Cáñamo:** es menos contaminante que el algodón. El cáñamo es un cultivo que tiene pocas enfermedades y plagas y requiere poca agua y tierra. El uso de combustibles fósiles y el consumo de energía son considerablemente mayores con el cáñamo que con el algodón. El cáñamo es un material CO2 negativo, almacena más CO2 del que emite (COSH, s. f.-c).
- ⊕ **Tencel-Lyocell:** Los materiales naturales se disuelven primero por medio de un proceso químico. Esto crea una masa que se presiona a través de un tamiz y luego se hila en hilos. Esos hilos a su vez se pueden tejer en una tela. Es importante saber que no se utilizan productos químicos tóxicos en la producción de lyocell y que el 99,5% del disolvente se puede utilizar una y otra vez. Muchas fibras de lyocell se producen a partir de celulosa de árboles de eucalipto en los Estados Unidos y Portugal. Dado que este árbol es originario de Australia, surge la pregunta de qué impacto tienen estos árboles en la biodiversidad. La llegada del eucalipto a Europa se registra en el siglo XVIII, desde entonces el árbol se ha extendido por muchos países, principalmente en España y Portugal. Ahora, especialmente debido al cambio climático al que nos enfrentamos, el eucalipto supone una mayor amenaza para muchos ecosistemas. A pesar de las consecuencias negativas que el lyocell conlleva para el medio ambiente, es uno de los materiales más sostenibles. Lyocell utiliza menos agua, requiere muchos menos productos químicos y es biodegradable. La viscosa fue el primer tejido creado de forma artificial por una persona (COSH, s. f.-d).
- ⊕ **Poliéster:** El nombre químico poliéster proviene de poli, que significa «muchos», y éster, compuesto químico orgánico. Es un material no renovable. Los combustibles fósiles tienen efectos

negativos sobre el medio ambiente. Pero, ¿sabías también que mucha ropa está hecha de petróleo? Y no solo un poco. La industria de la moda depende en gran medida de la industria petrolera. Actualmente, el poliéster representa alrededor del 52% de la producción de fibra para prendas de vestir. ¡Eso equivale a 57 millones de toneladas! (Textile Exchange, 2021, p.4). Este material es atractivo de producir porque es fácil de usar, pero sólo sino miramos sus impactos y sólo nos fijamos en la maximización del beneficio. La variante reciclada (PET reciclado) en particular es elogiada como un material sostenible debido a su «baja huella ecológica». Pero ¡cuidado! porque todo producto hecho de plástico tiene impacto medioambiental (COSH, s. f.-e). China es el mayor productor de tejidos de poliéster, pero India, Japón, Indonesia y Taiwán también producen y exportan gran parte del material (Sewport Support Team, 2023). El poliéster tiene un impacto negativo en el medio ambiente en todas sus «etapas de la vida». Para convertir el petróleo en poliéster utilizable para ropa se requiere una enorme cantidad de energía y agua para calentar y enfriar el material, entre otras cosas. Según el informe de 2017 de la Fundación Ellen MacArthur (p.21), la producción de poliéster podría incluso consumir más del 26% del presupuesto de carbono para 2050, ¡que se prevé con un aumento de la temperatura de 2 grados!

Según GreenPeace (<https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>) Si la tendencia a la alza continúa, para 2050 se triplicaría el consumo de petróleo a 300 millones de toneladas para producir ropa

Además, la mala gestión de los residuos en la cadena de suministro puede provocar la contaminación del suelo y del agua y genera desprendimiento de microplásticos en los lavados de las prendas en la lavadora. Según la UE, los europeos utilizan casi 26 kilogramos de textiles al año y tiran unos 11 kilogramos. La ropa usada se puede exportar fuera de la UE, pero en su mayoría (87%) se quema o se tira en vertederos; debido a que el poliéster no es biodegradable (Parlamento Europeo, 2022). Los perfluorados- PFCs son disruptores endocrinos (EDCs), es decir, son sustancias que interfieren el correcto funcionamiento de nuestro sistema hormonal, pudiendo producir daños en la función reproductora, como pérdida de fertilidad, daños en el metabolismo e incluso cáncer en órganos dependientes de las hormonas, como cáncer de mama, testículos o tiroides. Los PCFs de la ropa se liberan a los ecosistemas, contaminándolos de forma permanente ya que son muy persistentes. Pueden desplazarse a grandes distancias y son bioacumulables, es decir, se acumulan en los organismos vivos (Greenpeace, 2016). Se ha creado un sistema único de registro de todas las sustancias químicas a nivel europeo. Para ello se ha constituido la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA) que será responsable de la gestión administrativa, técnica y científica del registro.

En resumen, las materias primas naturales son biodegradables si no se mezclan con tejidos sintéticos o se transforman con químicos (poliéster), pero necesitan mucha tierra y agua. En el caso de materiales artificiales necesitan menos agua, pero utilizan químicos lo que hace que no sea biodegradable. En el último caso de materiales sintéticos necesitan menos agua y generan menor huella CO2, pero generan microplásticos y contaminación en su fase final ya que acaban en los vertederos.

Es decir, hay que tener una mirada holística del impacto que genera el material de tu camiseta.

Según un estudio de Quantis (2018) se utilizan los siguientes materiales a nivel mundial: el 64% Synthetics (polyester), 24% Cotton, 6% Other natural fibres (linen) y 6% Cellulosic (viscose).

El cultivo de algodón representa aproximadamente el 3% de la tierra cultivada en el planeta y en este se utiliza el 25% de los pesticidas empleados en la agricultura a nivel mundial. Aproximadamente en el 50% de los cultivos el agua proviene de regadíos, en muchos casos siendo lugares con escasez de agua, como Uzbekistán, donde se planta algodón BCI: Better Cotton Initiative. Los tejidos de algodón BCI aseguran un uso responsable del algodón: una producción mejor para las personas que lo producen, mejor para el medio ambiente en el que crece y mejor para el mundo (Techs, s. f.). El algodón orgánico representa menos del 1% del cultivo total de algodón (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 44, 2023).

El término orgánico hace referencia a la materia prima, consistiendo en usar semillas que no sean genéticamente modificadas y ausencia de uso de pesticidas, que pueden resultar dañinos para la salud de los agricultores, los trabajadores de la confección y de las personas que visten la prenda final.

Actualmente el principal exportador de algodón en el mundo es Estados Unidos y la mayor parte del cultivo se realiza en Texas. Las plantaciones de algodón orgánico suponen un 94% menos de emisiones de gases de efecto invernadero en comparación con las de algodón convencional (Slow Fashion Next, 2022).

La huella de carbono de tu camiseta es el volumen estimado de emisiones de gases de efecto invernadero, en especial el dióxido de carbono, que se producen directa o indirectamente al realizar cualquier actividad de su cadena de valor.

- ☹ **Si tu camiseta es de algodón, ¿sabías que para una camiseta de 200 gramos de algodón se necesitan 2.000 litros de agua? Y es el agua que bebe una persona durante casi 3 años de media en su vida.**
- ☹ **Un vaquero requiere para su fabricación 10.850 litros de agua (Chapagain et al., 2005, p.21).**

Escalofriantes estas cifras, ¿verdad?, realmente no somos conscientes que nuestra camiseta de algodón, lleva un algodón que ha tenido que ser cultivado previamente y que ha necesitado mucha agua para poder terminar su proceso de producción.

El consumo medio del agua de los hogares españoles fue de 133 litros por habitante y día en 2018, lo que supuso una disminución del 2,2% respecto a los 136 litros de 2016 (Instituto Nacional de Estadística, 2022, p.1).

Producción de Materias Primas

En la producción de materias primas podemos distinguir la producción del hilo, la producción del tejido y los procesos húmedos. El hilo se fabrica torciendo las fibras textiles, ya sea a mano, con la ayuda de un huso, o mediante máquinas (Materiales Ecológicos.es, s. f.). La creación de tejidos a partir de los hilos se lleva a cabo en los telares. Existen numerosos tipos de telares que producen diferentes tipos de tejidos (tejidos de calada, de punto, gasas de vuelta...) (Ferrer Dalmau Textil, 2020). La ingeniería de procesos húmedos es una de las principales corrientes de la ingeniería textil, que se refiere a la ingeniería de procesos químicos textiles y las ciencias aplicadas asociadas. Las otras tres corrientes en la ingeniería textil son la ingeniería de hilos, la ingeniería de tejidos y la ingeniería de prendas de vestir. Los procesos de esta corriente se involucran o se llevan a cabo en una etapa acuosa. Por lo tanto, se denomina proceso húmedo que generalmente cubre el pretratamiento, el teñido, la impresión y el acabado.

El proceso húmedo se realiza generalmente sobre el ensamblaje fabricado de fibras, filamentos e hilos entrelazados, que tienen un área superficial sustancial (plana) en relación con su espesor, y una resistencia mecánica adecuada para darle una estructura cohesiva. En otras palabras, el proceso húmedo se realiza sobre fibras, hilos y tejidos manufacturados (hmgong, s. f.).

Las actividades en la fase de producción de fibra son responsables de la mayor proporción de riesgos sociales como trabajo infantil, desigualdad de género, exposición a toxinas y peligros, etcétera (UN environment programme, 2020, p.30). Las etapas de hilado, tejido, producción textil y montaje de la cadena de valor también están asociadas con riesgos sociales, y la producción de hilados y tejidos es la siguiente más importante después de la producción de fibras, seguida del montaje de prendas de vestir (p.33).

La Agenda 2030 nos presenta los siguientes objetivos y metas para poder lograr un cambio real. Hemos elegido el ODS 3-13-14-15 en esta parte del proceso textil de tu camiseta.

Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.

Lo focalizaremos en dos momentos del viaje de la camiseta. Por un lado, en la utilización de químicos y pesticidas en la producción de las materias primas que tiene un impacto negativo en las personas y el planeta. Como se destaca en la **Meta 3.9** para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo.

En el proceso de producción de la prenda la salud humana también tiene graves consecuencias en el proceso de tintes y sandblanding que genera graves enfermedades a las personas que lo trabajan. Las legislaciones son más laxas y el impacto es nocivo en los países donde se deslocalizan estos procesos de la industria textil. Es importante hacer incidencia social y política para que cambien estas leyes y protejan al planeta y a las personas. Las fábricas deben de ser espacios limpios y seguros donde desarrollar la actividad económica, pero esto se aleja de la realidad en países empobrecidos.

Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

El agua es un recurso imprescindible para poder sobrevivir como seres humanos. El planeta nos dota de este recurso, pero sabemos que los movimientos migratorios a causa de la escasez de agua es una realidad y cada vez serán más en otras partes del mundo. Según Naciones Unidas aproximadamente el 70% de todas las aguas extraídas de los ríos, lagos y acuíferos se utilizan para el riego, el 22% va a uso industrial y el 8% la destinamos a uso doméstico. En España, en 2005, el regadío para agricultura consume el 75% del agua, siendo el consumo para abastecimiento urbano del 12%, y tan solo el 10% es utilizado por la industria (Instituto Nacional de Estadística, 2008, p.4).

🌀 **Meta 6.3** De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial.

🌀 **Meta 6.4** De aquí a 2030, aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua

dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir considerablemente el número de personas que sufren falta de agua.

- **Meta 6.6** De aquí a 2030, proteger y restablecer los ecosistemas relacionados con el agua, incluidos los bosques, las montañas, los humedales, los ríos, los acuíferos y los lagos.

Desde 1975, la producción mundial de fibras textiles casi se ha triplicado. Actualmente, el 64% de las fibras textiles son sintéticas. El poliéster es la fibra más utilizada, producida a partir de procesos intensivos en carbono que requieren más de 70 millones de barriles de petróleo cada año. Las fibras restantes son principalmente de algodón, que utiliza tierra y agua de forma considerable.

Los procesos de producción textil utilizan una gran cantidad y variedad de productos químicos. Alrededor de 3.500 sustancias se utilizan en la producción textil. De ellos, 750 han sido clasificados como peligrosos para la salud humana y 440 como peligrosos para el medio ambiente (European Environment Agency, 2023).

Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos. Los niveles de dióxido de carbono (CO₂) y de otros gases de efecto invernadero en la atmósfera aumentaron hasta niveles récord en 2019 (Naciones Unidas, 2015). Que existe un cambio climático es una realidad y demostrado científicamente. La industria textil es protagonista en diferentes impactos que trae como consecuencia drásticos cambios en la meteorología que está polarizando diferentes realidades como sequías, inundaciones, temperaturas extremas de frío y calor.

- **Meta 13.2** Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.
- **Meta 13.b** Promover mecanismos para aumentar la capacidad para la planificación y gestión eficaces en relación con el cambio climático en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, haciendo particular hincapié en las mujeres, los jóvenes y las comunidades locales y marginadas.

Objetivo 14: Vida Submarina. Los ríos llevan los colores de las temporadas que lucirán las pasarelas y las calles de las ciudades; los pesticidas, químicos y microplásticos están acabando con la vida submarina y parte del ecosistema. Los microplásticos que acaban en el mar, por el lavado en nuestras lavadoras, se los comen los peces que luego consumimos las personas, de esta manera cerramos el círculo de contaminación. Y otros microplásticos acaban en el aire.

- **Meta 14.1** De aquí a 2025, prevenir y reducir significativamente la contaminación marina de todo tipo, en particular la producida por actividades realizadas en tierra, incluidos los detritos marinos y la polución por nutrientes.
- **Meta 14.3** Minimizar y abordar los efectos de la acidificación de los océanos, incluso mediante una mayor cooperación científica a todos los niveles.

El sector textil emite anualmente 1.200 millones de toneladas de gases de efecto invernadero, lo que representa hasta el 10% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero.

En agosto del 2020, tras las promesas del Fashion Pact y la Carta de la Industria de la Moda para la Acción climática, un nuevo informe de Stand Earth aseguró que el sector no lograría sus objetivos climáticos. Aunque algunas marcas habían reducido “algo” sus emisiones en las oficinas, o tiendas, lo habían hecho muchísimo menos en su fabricación, por lo que se necesitarían mayores reducciones (Informe Moda Basura, Carro de Combate, página 13 -2023).

La industria textil es la cuarta industria que usa materia prima, la segunda que usa el suelo y la quinta que emite gases de efecto invernadero según European Environment Agency (2023). Constatamos que es una industria que utiliza medios naturales para poder llevar a cabo su proceso. Utilizar los medios naturales en la manera que propone la fast fashion, con nuevas colecciones cada 15 días en las tiendas, pone en peligro la utilización de suelos, materias primas y por ende, perpetúa un impacto negativo en el medio ambiente. Hacer un par de jeans produce tantos gases de efecto invernadero como conducir un auto a más de 130 km (Reichart y Drew, 2019).

Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad. Se debe poner el foco en la utilización de tierras para el cultivo de materia prima de diferentes tejidos, ya que esta industria utiliza grandes extensiones de suelo.

- 🌱 **Meta 15.3** Para 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones, y procurar lograr un mundo con una degradación neutra del suelo.
- 🌱 **Meta 15.5** Adoptar medidas urgentes y significativas para reducir la degradación de los hábitats naturales, detener la pérdida de la diversidad biológica y, para 2020, proteger las especies amenazadas y evitar su extinción.

«La industria textil es uno de los mayores usuarios de sustancias químicas peligrosas y una de las industrias que más agua dulce contamina en el mundo. Durante muchos años, las comunidades locales donde se ha deslocalizado la industria textil han visto cómo sus ríos se volvían multicolor, según la tendencia de cada temporada, debido a los vertidos resultantes de teñir y elaborar prendas de vestir para marcas de moda internacionales. Los coloridos vertidos esconden un problema aún más serio, aunque a veces invisible, las sustancias químicas peligrosas, algunas de las cuales son conocidos carcinogénicos o alteran los sistemas hormonales en humanos y/o animales. Debido al insuficiente control que ejercen las autoridades locales, estos vertidos contaminan los recursos de agua dulce y finalmente acaban en los océanos, lo que en algunos casos supone la acumulación de sustancias químicas peligrosas en la cadena alimentaria y acaban afectando tanto a la salud como a los medios de subsistencia de las comunidades locales del hemisferio sur» (Greenpeace, 2018, p.9).

Estos químicos en especies marinas vuelven a las personas a través de su consumo de pescado. Muchas industrias deslocalizan su producción entre otros motivos por una legislación laxa que no audita los impactos negativos en la naturaleza a través de químicos necesarios para la producción de moda rápida.

¡Llega el momento de confeccionar la prenda, tu camiseta!

3 Confección, deslocalización y transporte

Seguramente el *made* de tu camiseta esté a muchos kilómetros de tu casa. Como explicaremos a continuación, muchas empresas deslocalizan su producción a otros países por tener legislaciones más laxas sobre los impactos en el planeta y las personas. ¿Te has planteado qué manos han producido tu ropa y en qué condiciones? La moda rápida responde a una cadena de valor lineal y trabajo en cadena. El sector de la moda emplea a 75 millones de personas en todo el mundo. **La moda rápida tiene consecuencias sociales: explotación infantil, de las mujeres, salarios precarios y condiciones de trabajo indecentes** (Oxfam France, 2020). Estas consecuencias son tan importantes que se califica a la industria textil de esclavitud moderna (Fashion Revolution, 2019, p.9).

Las mujeres representan 60 millones de trabajadoras de la industria textil en todo el mundo, con un promedio de 12 horas diarias. Sobre una camiseta vendida a 29€ en la tienda, las obreras de la cadena textil reciben sólo 0,18€, es decir, el 0,6% del precio del producto. En un informe de la ONG Human Rights Watch, numerosas violaciones de los derechos laborales han sido denunciadas, en particular en Pakistán, por las «trabajadoras invisibles». Estas trabajadoras de la industria textil son explotadas desde su domicilio, escapando así a la regulación del derecho laboral (Oxfam France, 2020). Además, la investigación realizada por ActionAid ha encontrado que el 80% de los trabajadores de la confección en Bangladesh han visto o experimentado directamente violencia sexual o acoso en su lugar de trabajo. Esta cifra alarmante demuestra la necesidad de una mayor protección de las mujeres y las niñas en toda la industria de la confección, que es uno de los sectores industriales clave de Bangladesh (ActionAid, 2019, p.1).

Así, aproximadamente el 80% de las personas empleadas son mujeres, pero también muchas trabajadoras de la confección son personas racializadas que están empleadas en condiciones de trabajo precarias. Las raíces coloniales de la industria de la moda siguen siendo evidentes hoy en día, con la extracción de recursos y la explotación del trabajo de las personas, así que se puede decir que el racismo y la discriminación de género están en el centro de la moda rápida (Oxfam UK, 2019).

Otro aspecto importante es el trabajo forzado e infantil. Un informe del Departamento de Trabajo de EE.UU. de 2018 encontró **evidencia de trabajo forzado e infantil en la industria de la moda en Argentina, Bangladesh, Brasil, China, India, Indonesia, Filipinas, Turquía, Vietnam y otros países** (Office of Child Labor, 2022).

Se habla mucho de los países lejos de nosotros, pero ¿qué pasa con la producción europea? La explotación de las trabajadoras textiles no afecta solamente a Asia. **Más de 1,7 millones de trabajadoras de Europa del Este también producen ropa de cadena en condiciones indignas.** Prácticamente todas las marcas europeas se abastecerán de esta región europea. Las fábricas están relativamente cerca, se necesita uno o dos días de transporte por carretera, mientras que varias semanas de barco para los productos importados de Asia. Ahora bien, cuando un artículo se vende bien, hay que volver a agruparlo rápidamente, de ahí el interés de trabajar con fábricas cercanas a los mercados. La proximidad también permite hacer pedidos en pequeñas cantidades, razón por la cual muchas marcas de lujo se abastecen en el Este. Las fábricas son tanto más apreciadas cuanto que suministran productos etiquetados «Made in Europe» o que sugieren una confección artesanal y personal

legislado con las normas del Derecho europeo. Lamentablemente, no es así. En algunos países, la renta media de la industria textil es diez veces inferior al mínimo vital. Las trabajadoras denuncian exposición directa a productos químicos, trabajo con 40 grados, horas extraordinarias no remuneradas e intimidación de los jefes (Pollet, 2018).

La campaña de ropa limpia de Setem (s. f.) trabaja en varios focos:

- ⊗ **Transparencia:** La opacidad mostrada en las etiquetas de las prendas que vestimos es inquietante, es muy complejo saber de dónde viene exactamente la prenda que llevamos puesta (su diseño, su cultivo, su producción, su cremallera, sus botones, su tinte...). Exigimos a las marcas mayor transparencia en sus cadenas de suministro.
- ⊗ **Salarios Dignos:** Los trabajadores de la industria textil, principalmente mujeres, en Bangladesh reciben una paga de aproximadamente 96 dólares al mes. La junta de gobierno de ese país que establece los salarios señaló que, para que un trabajador de la industria textil pueda tener una vida digna en ese país, con comodidades básicas, necesita percibir tres veces y medio más que esa cantidad. Mientras las grandes marcas y distribuidoras de ropa obtienen ingentes beneficios gracias a la mano de obra barata, millones de trabajadoras de la confección en todo el mundo no ganan lo suficiente para vivir dignamente.
- ⊗ **Seguridad y Salud:** Las condiciones laborales es un derecho vulnerado en muchas de las fábricas que responden a pedidos de la moda rápida y donde la esclavitud es una realidad. En el proceso de confección de prendas dependiendo de la tendencia, por ejemplo, la moda de los vaqueros desgastados, genera enfermedades derivadas del sandblasting de carácter respiratorio. La seguridad no tiene una legislación exigente, esto supone menores costes y una maximización del beneficio. El derecho a trabajar sin temer por tu vida es un Derecho Humano.
- ⊗ **Libertad de Asociación:** El sindicarse es un derecho, que en muchas de estas fábricas está penalizado. Sólo un pequeño porcentaje de las personas trabajadoras del sector textil están sindicalizadas, y muchas de ellas son uniones controladas por los empleadores que responden a los intereses de estos antes que a los de las personas trabajadoras (conocidos como sindicatos amarillos o verticales).

Las últimas investigaciones realizadas por la Campaña Ropa Limpia Internacional que recogen testimonios de 670 trabajadores de 40 fábricas proveedoras de multinacionales europeas de ropa en 8 países testifican que sus condiciones de trabajo no se encuentran en los mínimos estándares internacionales esbozados en los códigos de conducta de sus compradores la mayoría de los cuales pertenecen al BSCI. Cuando hablamos de RSC nos referimos a ofrecer empleo digno, y no practicar el dumping social sobre los derechos y las condiciones de los trabajadores.

La Plataforma por Empresas Responsables – PER– reivindica al gobierno de España a que apruebe una Directiva Europea sobre Diligencia Debida de las empresas en materia de sostenibilidad, ambiciosa y eficaz, durante la Presidencia española del Consejo de la UE. La aprobación de la directiva es clave para que las empresas eliminen prácticas que promueven el trabajo infantil, el trabajo forzoso, la contaminación y la degradación medioambiental y significaría un gran paso hacia una economía global justa y sostenible. Plataforma por Empresas Responsables es una alianza de 20 organizaciones y plataformas que representa a más de 530 entida-

des sociales y una base social de 3 millones de socios. Estas entidades trabajan de manera conjunta para que exista legislación sobre diligencia debida en materia de derechos humanos y sostenibilidad.

Campaña para firmar: <https://act.wemove.eu/campaigns/la-justicia-es-un-bien-comun>

A nivel social, hay un gran apoyo a este tipo de campañas, según las encuestas de YouGo 9 de cada 10 españoles está de acuerdo con que se obligue legalmente a las empresas a prevenir vulneraciones de los derechos humanos y a reducir sus emisiones contaminantes.

Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación. Cumplir con una legislación en las fábricas de producción textil donde la seguridad sea la base es prioritario para este sector y para poder implementar prácticas sostenibles.

🕒 **Meta 9.4** De aquí a 2030, modernizar la infraestructura y reconvertir las industrias para que sean sostenibles, utilizando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países tomen medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.

Tu camiseta ya había viajado mucho antes de comprarla gracias a la deslocalización. Mira en un mapa a cuántos kilómetros está el país donde se ha realizado tu camiseta. Este transporte también contamina el ambiente, el medio en el cuál vivimos. ¿Cuántos kilómetros lleva encima tu camiseta hasta que llega a tu armario?

La deslocalización es un sistema que pone el beneficio por delante de las personas y el planeta. En los años 70, empresas comienzan a deslocalizar su producción para ver incrementados sus beneficios sin ver sus impactos en la idiosincrasia de los países productores. En los años 80 coge más fuerza esta modalidad de producción en la industria textil y en la década de los 90 está en auge y muchas lo introducen dentro de su organigrama. Así se logra la maximización del beneficio con el menor coste, pero con un gran impacto negativo en las personas y el planeta.

Por razones de rentabilidad, las empresas multinacionales externalizan su producción a los países del Sur. En los últimos años, ante el aumento de los precios y de los costes de producción en algunos países, las marcas de ropa se han reorientado hacia nuevas plantas de producción aún más baratas: Bangladesh y Pakistán (ADEME, 2022). Se considera que tu camiseta puede recorrer hasta 65.000 km del campo de algodón a la tienda de venta, es decir 1,5 veces la vuelta al planeta. El avión sigue siendo uno de los transportes más utilizados entre el sector textil gracias a su rapidez. Esto implica tener la posibilidad de hacer más idas y vueltas y, por tanto, de provocar muchas emisiones de gases de efecto invernadero (Oxfam France, 2020).

Algunas empresas de países asiáticos, para producir de forma más intensiva, meten tela, maquinaria textil y trabajadoras en un gran barco los envían camino a Europa. En las semanas que dura el viaje reciben los patrones de la ropa de moda que deben producir y cuando el barco llega, toda la producción ya se ha hecho dentro del propio barco, ganando así mucho tiempo y perdiendo muchos derechos. También, a veces meten a los programadores (o a personal de atención al cliente) en barcos. De ese modo puedan trabajar más de las ocho, diez horas o doce horas al día que sean legales allí, sin incumplir las normas relativas al trabajo en esos países porque el barco está en «aguas internacionales» (Alvy, 2005).

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todas las personas. El crecimiento económico debe respetar los derechos humanos y poner a las personas y el planeta en el centro para vivir con plena dignidad todas las personas. Trabajos sostenibles y respetuosos generarán empleos de calidad y desarrollo en las comunidades y las ciudades.

- ⊗ **Meta 8.4** Mejorar progresivamente, de aquí a 2030, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente, conforme al Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, empezando por los países desarrollados.
- ⊗ **Meta 8.7** Adoptar medidas inmediatas y eficaces para erradicar el trabajo forzoso, poner fin a las formas contemporáneas de esclavitud y la trata de personas y asegurar la prohibición y eliminación de las peores formas de trabajo infantil, incluidos el reclutamiento y la utilización de niños soldados, y, de aquí a 2025, poner fin al trabajo infantil en todas sus formas.
- ⊗ **Meta 8.8** Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.

¿Qué países están detrás según el proceso de la industria textil? La deslocalización del cultivo y producción del hilado y tejido y la fabricación de las prendas se ve clara en el gráfico de abajo, llevando esta acción a China, India, Bangladesh. En el caso del consumo cambia siendo Europa el mayor consumidor.

Figura 3
Geographical breakdown of global apparel production and consumption



Nota. UN Environment Programme.

¡Por fin me puedo comprar mi camiseta!

4 Consumo y ventas en tiendas físicas y formato on line

Tradicionalmente, la industria de la moda producía dos colecciones al año: la colección estival y la colección invernal. Sin embargo, desde principios de los años 2000, la moda rápida y desechable está en auge. **En la actualidad, se consumen alrededor de 130.000 millones de prendas al año.** Su producción se duplicó entre 2000 y 2014. Cada semana se ofrecen nuevas colecciones en las tiendas a precios cada vez más bajos. La dimensión económica prevalece sobre los aspectos ecológicos y sociales. La fast fashion responde a la demanda de los consumidores que quieren más y a un menor coste. La publicidad aquí tiene un gran poder, **nos ha hecho creer que necesitamos consumir de forma reiterativa y ha entrado al campo emocional, donde vende el consumismo como felicidad y lo compramos con satisfacción.**

Con una menor calidad de la ropa producida y tendencias cada vez más efímeras, el fenómeno del consumo excesivo se amplifica. Además, a medida que crece la producción de ropa, en una media mundial, **las veces que se usa la ropa han decrecido en un 36% entre 2000 y 2015** (Ellen MacArthur Foundation, 2017, p.18).

La pandemia cambió fundamentalmente la forma en que compramos, con el cierre temporal de tiendas físicas, las ventas se focalizaron y fueron una gran oportunidad para las tiendas con opción de ventas en línea. Sin embargo, la pandemia no es la única promotora de la venta en línea. En efecto, este aumento tiene orígenes en prácticas de marketing de moda rápida. **La apuesta por la constante novedad, los precios bajos, la entrega gratuita y las devoluciones; todos estos aspectos animan a la clientela a comprar múltiples opciones con la tranquilidad de que pueden devolver los artículos libremente y sin coste alguno.** Los artículos de moda rápida fabricados a bajo coste suelen presentar problemas de calidad y ajuste, por lo que son sinónimos de devoluciones. El gasto compulsivo, impulsado por los descuentos, a menudo también conduce al arrepentimiento post compra, aumentando de nuevo la incidencia de la devolución. Tanto el coste de procesar las devoluciones como su mayor volumen representan un desafío para los minoristas. Por lo tanto, deshacerse de los retornos a menudo constituye la decisión más rentable. La tasa general de devolución online en todas las industrias es del 25%, según Optoro. Para las empresas de moda es entre el 30% y el 50%. Y cada año se envían más de 100.000 millones de paquetes (la mayoría envueltos en plástico) a los trece principales mercados mundiales, cifra que se duplicará en 2026 (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 68, 2023).

Así que **alrededor del 30% de las compras en línea se devuelven posteriormente, gran parte de las cuales van a vertederos. En 2020, se estima que se eliminaron de esta manera 2,6 millones de toneladas de residuos sólo en los Estados Unidos** (Perry, 2022).

La industria de la moda también tiene un impacto sobre nuestros cuerpos. En efecto, ejerce una gran presión en nuestro estilo y acciones; ya sea en la cadena de suministro, en las pasarelas, en las tiendas o en casa frente a nuestro espejo. **La industria de la moda está estableciendo estándares alejados de la realidad. ¿Sabías que las tallas fueron inventadas en aras de la rentabilidad y el beneficio?**

Al igual que la ropa, las características del cuerpo pueden cambiar cada temporada. Las tallas fueron implementadas por la Organización Internacional de Normalización, que es una organización no gubernamental independiente fundada en 1947. Esta organización facilita el comercio mundial al proporcionar normas comunes

entre las naciones. Estas normas permiten la producción en masa continua de ropa con fines de lucro. En las fábricas, los artículos se hacen en diferentes tallas, pero para la publicidad, por lo general eligen tallas extra pequeñas o pequeñas, alejadas de la realidad de los cuerpos de las personas. Esta técnica de marketing daña nuestra autoestima. A menudo, no nos damos cuenta de que esos artículos están hechos a medida para modelos y sólo para la sesión de fotos. Hacen modificaciones para que la prenda encaje perfectamente. Debido a eso, nos encontramos en una situación en la que **el artículo se ve perfecto en el sitio web, pero no en nuestro cuerpo y eso genera frustración y enfermedades mentales.**

La otra cuestión es que las tallas estándar son más propensas a basarse en un tipo de cuerpo «occidental». Los estándares de talla establecidos por la industria de la confección a menudo están en desacuerdo con la diversidad de cuerpos, son de patrón único. La industria definió un estándar de cuerpo que sirve como punto de referencia para la sastrería, por lo tanto, los cuerpos se ven obligados a habitar el cuerpo ideal de los estándares industriales (COSH, s. f.-f). Además, esta situación puede generar trastornos mentales y físicos importantes como la anorexia o la bulimia.

¿Desde cuándo tienes tu camiseta en la que estás pensando?, ¿es un fondo de armario?, ¿es para ocasiones especiales?, estas preguntas te ayudarán a reflexionar sobre las veces que usamos nuestra ropa.

GREENWASHING ¿sabías que hay empresas que visten de sostenibilidad su marca sin serlo realmente? Ahora todo el mundo habla de sostenibilidad, ¿por qué grandes marcas de moda rápida se suman a esta nueva moda sostenible? Es importante que, como consumidores, estemos atentas con la comunicación para así evitar ser manipulados por las campañas de «greenwashing» y poder decidir de una forma más lúcida lo mejor para nosotras y el medioambiente. El término «Greenwashing» fue utilizado por primera vez en 1986 por el ambientalista Jay Westerveld (de Freitas Netto et al, 2020). Se emplea este término **cuando una empresa da la falsa impresión de producción ética y sostenible, utilizando publicidad engañosa o medias verdades.**

Actualmente, es una práctica cada vez más usada por la moda rápida al observar que el mercado reclama más responsabilidad en la producción de las prendas de ropa. Ahora parece que si no dices los términos en inglés no te entiende nadie, cuando hay mucha gente que no entiende estos conceptos, pero así nos la cuelan más fácilmente. Según de Freitas Netto et al., el greenwashing representa un fenómeno que incluye un mal comportamiento ambiental y una comunicación positiva al respecto. El greenwashing se percibe como una acción corporativa deliberada que engaña a los consumidores (2020, p.6).

En Carro de Combate, dentro de su investigación #ModaBasura 2023, han analizado en un informe las campañas con reclamos de sostenibilidad realizadas por las grandes marcas desde el año 2019 y han comprobado que se repiten las mismas constantes: las colecciones con materiales reciclados suponen porcentajes ínfimos en sus ventas totales, muchos reclamos se sustentan en conceptos vagos como el de “más sostenible”, y, sobre todo, **ninguno de esos eslóganes ataca la base del problema, la sobreproducción y el sobreconsumo.**

El año 2022 fue un punto de inflexión para conseguir un sector mejor gracias a la denuncia de la autoridad Noruega de Consumo a dos grandes compañías que usaban el “Índice Higgs”. Como consecuencia de estas denuncias y por miedo a ser víctimas de otras similares, las empresas de moda empiezan a practicar el **“Greenhusing”**, que es el silencio verde, es decir, dejar de exagerar los aspectos positivos que podría tener sus productos o directamente mentir sobre ello.

Uno de los principales problemas para las empresas de moda rápida es la sostenibilidad, ya que la industria plantea complejas consecuencias medioambientales y sociales, tanto en términos de producción como de consumo. Todo el modelo de negocio fomenta la desechabilidad y el consumismo, por lo que no puede considerarse respetuoso con el medio ambiente, por todos los impactos negativos que implica. **Sin embargo, existe una presión constante en el contexto del marketing global para combinar buenas prácticas comerciales con sostenibilidad con la esperanza de disociar el consumo y la riqueza del deterioro medioambiental.** Además, cada vez más empresas consideran que el marketing ecológico es una solución para crear o mantener una imagen positiva de su empresa (Alexa et al., 2021).

En el marco de la COP 27, conferencia que fija los objetivos climáticos mundiales, el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, afirmó que habría una tolerancia cero para el greenwashing (UN News, 2022).

La nueva Directiva sobre información corporativa en materia de sostenibilidad, aprobada en noviembre del año pasado con 525 votos a favor, 60 en contra y 28 abstenciones, mejorará la rendición de cuentas de las empresas ante el público, al obligarles a informar regularmente sobre el efecto de su actividad en las personas y el medio ambiente. Se acabará de esta manera con el lavado de imagen verde que hacen algunas compañías y se reforzará la economía social de mercado en la UE. También supondrá un avance hacia el establecimiento de estándares sobre sostenibilidad a nivel global (Slow Fashion Next, 2023)

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenible. Es muy importante destacar que la sostenibilidad tiene que venir desde el diseño de la prenda, sino hablaremos de una falsa sostenibilidad y lo único que se llevarán a cabo serán parches sostenibles a lo largo de todo el proceso. La sostenibilidad debe ser transversal en todo el proceso y la cadena de valor. Tiene que haber una apuesta clara por prendas de calidad y de durabilidad. En la nueva estrategia europea se van a focalizar los esfuerzos en el ecodiseño lo que permitirá que el proceso pueda ser sostenible y para ello la trazabilidad y la transparencia son fundamentales. Hay que poner el foco, también, en los envíos y su embalaje. Algunas personas compran de forma compulsiva y el on line les permite recibir en casa 10 prendas cuando realmente quieren una, eligen una de todas ellas y el resto las devuelven sin coste alguno. Algunas marcas están empezando a cobrar por cada devolución.

En función a cómo se organicen los recursos que son escasos y limitados para satisfacer las necesidades de las personas y la relación con las personas y el planeta, estaremos apostando por un tipo de economía que puede ser lineal, como es el caso de la moda rápida o una economía circular, que es por la que apostamos en Madre Coraje. Apostamos por estilos de vida justos y sostenibles.

- ⊗ **Meta 12.4** De aquí a 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir significativamente su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de minimizar sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente.
- ⊗ **Meta 12.5** De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.

- 🌱 **Meta 12.6** Alentar a las empresas, en especial las grandes empresas y las empresas transnacionales, a que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en su ciclo de presentación de informes.

5 **Uso de la camiseta y el final de la vida útil**

¿Cómo has usado tu camiseta?, ¿has seguido algún patrón a la hora de lavarla?, ¿la metes en la lavadora cuando la usas o **la usas varias veces** antes de lavarla?, ¿utilizas **suavizante**?, ¿utilizas **secadora** para secar tus prendas?, ¿llenar la lavadora antes de ponerla?, ¿qué **programa** utilizas para el lavado?, ¿utilizas algún producto para cuidar tus prendas? En cómo utilizamos nuestra prenda podemos seguir impactando de forma negativa al medio ambiente o disminuir en la menor medida nuestro impacto. Así como cuantos usos le das a tus prendas, ¿utilizas tu camiseta 3 veces y la tiras a la basura o le das una gran durabilidad? ¿Cuántas veces has dicho, frente a tu armario atestado de ropa, que no tienes ropa para ponerte? Y tú camiseta, ¿dónde va a acabar una vez que te deshagas de ella?, ¿te lo habías planteado?

Desperdicio Textil: ¿Sabías que el 87% de toda la ropa desechada termina en un vertedero o incineradora? La industria textil es de las más contaminantes del mundo. Uno de los grandes problemas medioambientales de la sociedad. Al igual que hoy conocemos el peligroso impacto que tiene una mala gestión de los residuos plásticos para nuestro entorno, nuestra ropa debe dejar de ser un residuo para 2030. Se espera que se descarten 134 millones de toneladas anuales de textil. Compramos más que nunca y desperdiciamos más que nunca. Cada año se desperdician 92 millones de toneladas de textil y solo el 13% consigue ser reutilizado o reciclado. Un grave problema de la reventa es qué sucede con el inventario no vendido. El reciclaje textil está poco desarrollado y, de momento, no está claro quién se hará cargo de las inversiones e infraestructuras necesarias para la circularidad de los materiales, dónde se instalarán, ni cómo se conectarán con los otros puntos del sistema para que sean viables (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 68, 2023). Más de la mitad de las prendas fast fashion son descartadas en menos de 1 año. El poliéster tarda más de 200 años en descomponerse y genera emisiones tóxicas al aire, tierra y agua (Slow Fashion Next, 2022). La Fundación Ellen MacArthur ha estimado que un camión de textiles abandonados se vierte en vertederos o se incinera cada segundo.

Residuo Textil: Actualmente se acaba de constituir una asociación para formar un Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor, SCRAP. Como estos sistemas son complejos, la ley permite que la RAP se aplique de forma colectiva. <https://fashionunited.es/noticias/empresas/constituida-la-scrap-para-la-gestion-de-los-residuos-textiles-en-espana-por-decathlon-h-m-ikea-inditex-kiabi-mango-y-tendam/2023011240146>

Se encarga de la gestión de estos residuos a nivel nacional y el sistema que se utiliza es el Sistema Integrado de Gestión Textil (SIG). Se está poniendo en marcha en estos momentos en España, es una Fundación que lo forman los grandes productores o fabricantes, en este caso de Textil, como es el caso de Inditex, Mango. Estas empresas ponen un dinero en la fundación para conseguir que la ropa se recicle de forma correcta, para ello necesitan de distintos actores, como es el caso de los Gestores de Residuos que se encargan de recoger parte de la ropa y a quienes se abonará dinero por esa gestión. Si quieres tener más información: <https://www.residuosprofesional.com/sistema-colectivo-residuos-textiles/> El nombre del SIG todavía no está creado, entendemos que puede tardar varios meses en que se constituyan como SIG y se pongan en marcha.

Su organización consiste en una empresa que organiza a los distintos actores que interactúan en todo el proceso: administraciones públicas, ciudadanía y empresas de reciclaje.

Clasificación de los residuos textiles:

- ⊗ **Residuo post industrial:** retales surgidos de cortar los volúmenes de un patrón de una tela-tejido.
- ⊗ **Residuo preconsumo:** aquellas prendas que nunca llegan a ponerse en el mercado (por ejemplo prendas con defectos).
- ⊗ **Residuo postconsumo:** prendas que han sido usadas y llegan a su final de vida o incluso hay prendas con etiqueta que llegan a los vertederos.

Actualmente no existe ningún sistema de reciclaje a gran escala que complete el ciclo de vida circular de una prenda de ropa y los que existen no han logrado igualar la calidad de las prendas hechas con materia prima virgen, obligando a mezclar las fibras recicladas con fibras vírgenes.

Residuos textiles en España (Slow Fashion Next, 2022):

- ⊗ Entre el 10 y 15% del material que llega a los vertederos es residuo textil.
- ⊗ La tasa de reciclaje del residuo textil es muy baja.
- ⊗ Apenas se recicla un 13% que es usado para cualquier forma de downcycling o valorización energética.
- ⊗ Hasta ahora sólo el 1% de los productos puestos en el mercado se reciclaban en nuevos productos; esto va a cambiar ahora con la nueva legislación europea.
- ⊗ En la década de los 80 la ropa usada se cedía a familiares o personas próximas.
- ⊗ En la década de los 90 se empleaban canales de solidaridad comunitaria.
- ⊗ La fast fashion se ha multiplicado por dos en este siglo sin solución a sus residuos.
- ⊗ Según la ASIRTEX (Asociación Ibérica de Reciclaje Textil), cada español consume una media de 34 prendas al año y desecha entre 10 y 14 Kg de ropa, depositando en contenedores de ropa solo 1,5-2,5 Kg.
- ⊗ 70% de la ropa reutilizable se exporta a países como Kenia, Uganda, Tanzania o Ruanda.
- ⊗ Se produce mucho más de lo que se utiliza y muchas veces la ropa se tira sin usarla siquiera. En Europa cada persona genera 11 kilos de residuo textil al año.
- ⊗ Casi 1.000.000 de toneladas de residuo textil llegan al vertedero cada año.
- ⊗ Solo se recoge el 12% de lo que se tira.
- ⊗ Recuperar las prendas usadas no es fácil (hay que separar botones, accesorios...) y además los textiles pueden estar compuestos de mezclas de materias lo que impide su reciclaje.

En España se desechan unas 900.000 toneladas de ropa al año, y el 88% acaba en vertederos, según el informe realizado por Moda re-. El otro 12% va a contenedores de ropa y, de allí, a fábricas que seleccionan las prendas –incluso aquellas en mal estado– y las reutilizan o reciclan. Pero hay una nueva ley sobre los residuos textiles que impone que en 2025 los ayuntamientos tendrán que recoger los residuos textiles de forma separada, por lo que se verá un auge de contenedores de ropa en las calles. Las marcas de moda también tendrán que

implicarse en la recogida de prendas usadas en sus tiendas, no podrán tirar los excedentes –por lo que crecerán las opciones de segunda mano– y deberán crear consorcios para gestionar sus desechos (Ángel Medina, 2023). Incluso las acciones de reciclado que consideramos positivas pueden ocultar un aspecto medioambiental negativo. En 2019 este mercado mundial de ropa de segunda mano fue valorado por Statista en 28 mil millones de dólares. El informe de junio de 2021 de ThredUp estimó que esta moda duplicará el tamaño de la “moda rápida” en 2030 y tendrá un valor de 77 mil millones de dólares en 2025 (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 68, 2023).

Después de clasificar la ropa donada, algunas ONG venden lo que se llaman “balas”, por tonelada a países africanos (como Ghana). La ropa se vende allí e inunda el mercado, precarizando los mercados ya existentes de estas comunidades y esto hace que sea complicado competir con una camiseta que se vende a un euro de Carolina Herrera. Las prendas no vendidas y de mala calidad terminan en vertederos abiertos y en los océanos (Clément, 2021). Más del 70% de la ropa donada en el mundo termina en África con graves impactos. Millones de prendas se acumulan en el desierto de Atacama. 9.000 toneladas de ropa llegan cada año a Chile por vía marítima (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 68, 2023).

La Unión Europea envió más de 112 millones de prendas de ropa de segunda mano a Kenia (en total, llegaron 900 millones de prendas procedentes de todo el mundo), de las que más de 56 millones estaban sucias, «hasta con manchas de vómito y pelos de animales», o estropeadas. De estas últimas, al menos 37 millones (70.000 procedentes de España) habían sido fabricadas con materiales sintéticos, según una investigación realizada por Clean Up Kenya (Limpia Kenia) y Wildlight para Changing Markets Foundation, una organización que defiende la producción y el comercio sostenible (Blanco, 2023).

Sin embargo, no todas las asociaciones que tienen contenedores en las vías públicas lo hacen de esta manera. Te hablaremos de los contenedores de Madre Coraje en el capítulo sobre soluciones implementadas.

Microplásticos: Tu camiseta genera microfibras, así como todas las prendas textiles, pero debemos poner atención en los que vienen de materia prima sintética, los microplásticos no superan los 5mm de tamaño; ¿sabías que los microplásticos de tu camiseta acaban en el mar? En todo el proceso de producción de una prenda, hasta el uso y cuidado por parte del consumidor final se desprenden microfibras que suelen terminar en el mar. Actualmente la fuente principal de microplásticos en el mar vienen de los textiles sintéticos. Cada año, medio millón de toneladas de microfibras de plástico son vertidas en el océano, el equivalente a 50.000 millones de botellas de plástico. Las microfibras no pueden extraerse del agua y pueden extenderse por toda la cadena alimentaria.

Las micropartículas que emanan de nuestra ropa, son demasiado pequeñas para ser filtradas por las plantas de tratamiento de aguas residuales y terminan su viaje en el océano. Es la principal fuente de contaminación de los océanos frente a las bolsas de plástico (ADEME, 2022). El lavado libera químicos y microplásticos en las aguas residuales domésticas. Se estima que alrededor de medio millón de toneladas de microfibras plásticas son liberadas en el océano anualmente por el lavado de textiles a base de plástico (European Environment Agency, 2023).

Se estima que alrededor del 20% de la contaminación del agua mundial se debe al teñido y acabado de productos textiles, lo que afecta a la salud de los trabajadores y las comunidades locales.

Varias directrices de la UE se refieren a la fragmentación de las fibras y se está a la espera de una nueva regulación de los microplásticos y sobre los principios de diseño ecológico. La Ley de Lucha contra los Residuos y Economía Circular de Francia intenta abordar la educación de los consumidores, obligando a que la ropa nueva que contiene 50% o más de fibras sintéticas (recicladas o vírgenes) lleve una advertencia sobre el desprendimiento de microplásticos en su etiqueta de cuidado. El Reino Unido tiene actualmente un proyecto de ley de microplásticos en su segunda lectura y los activistas esperan que el gobierno obligue a poner filtros de microfibra en todas las lavadoras domésticas nuevas (Web, 2023).

6. La nueva Estrategia Europea para los Tejidos Sostenibles y Circulares

Nueva Estrategia Europea para los Tejidos Sostenibles y Circulares:

https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_es

- A. El consumo europeo de textiles es el 4º que genera mayor impacto a nivel cambio climático, en Europa, tras alimentación, vivienda y transporte.
- B. 3º en consumo de agua y uso de suelo.
- C. 5º en consumo de materias primas y emisiones de gases de efecto invernadero.

Se ha fundamentado en **5 ejes** que son:

<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/9f3fc2a6-b02f-11ec-83e1-01aa75ed71a1>

- **Eco-diseño:** cuando alguien se plantea producir una prenda lo primero que tiene que hacer es su diseño. El ecodiseño obliga plantearse toda la cadena de valor de la prenda de forma sostenible. Quieren dictar y estandarizar estrategias de diseño sostenibles, incluyendo unos mínimos de tejidos reciclados, por ejemplo. Si este diseño es eco se puede reducir en un 80% su impacto medioambiental negativo.
- En el marco de: COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO Y AL COMITÉ DE LAS REGIONES, sobre hacer los **productos sostenibles**, la norma <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022DC0140&qid=1649112555090>, insta que se quieren fomentar productos con mayor durabilidad. Se fomenta la reciclabilidad, reutilización y mayor facilidad en el arreglo de prendas. La calidad de las prendas va a ser prioritario. También quieren limitar las colecciones anuales. Es importante dar las mismas directrices a todos los estados sobre ecodiseño, como primar tejidos que duren mucho siempre y que no se sacrifique la reciclabilidad. Dar la opción a personas para reparar prendas, fomentar la reutilización, quieren incentivar todas estas opciones, actualmente olvidadas por la moda rápida. Quieren potenciar el utilizar X % de tejidos reciclados en todas las prendas. Ahora sólo se recicla el 1%. Es decir, sólo el 1% de lo que se desecha se recicla. Incentivar los modelos comerciales circulares, incluyendo los sectores de reutilización y reparación.
- **Control y trazabilidad de los residuos:** Se quiere controlar las donaciones que se hacen a otros países. Las noticias de basureros de ropa textil en lugares del sur global como puede ser en el desierto de Atacama, por todas es conocido, estas exportaciones son las que se quieren controlar y evitar. En 2019 la UE fue uno de los mayores exportadores mundiales de ropa, con un valor combinado de 80.000 millones

de euros. Una forma de controlar este impacto medioambiental, que se propone, es un pasaporte digital de las prendas. Este pasaporte estudiará la trazabilidad de todo el proceso. Se tiene que justificar muy bien una donación de ropa a otro país o una exportación. Además de generar vertederos con prendas procedentes de Europa o EEUU en África o Latinoamérica, otra de las consecuencias es que el músculo empresarial local se paraliza ante prendas tan baratas que llegan de fuera y pierden competitividad. El pasaporte dotaría de mucha más información que la etiqueta que conocemos actualmente, ya que tendría que decir dónde se ha hecho cada tejido que lleva tu prenda, dónde se ha cultivado, dónde se ha hilado..., que en muchas ocasiones lleva mezcla y esto complica el proceso de reciclaje a posteriori. Este pasaporte no sustituirá a la etiqueta que conocemos actualmente (normativa de 1987). El objetivo es desalentar la destrucción de textiles no vendidos o devueltos, generando una mayor conciencia.

o En Dinamarca se está empezando a implementarlo en el sector de la construcción.

o Sobre las condiciones de las personas trabajadoras no hay mucha contundencia, esta medida fomentaría la protección a las personas trabajadoras aunque sin duda habrá que completarlo con otras medidas, para lograr un mayor control en el proceso.

- **Medidas de control sobre la liberación no intencionada de microplásticos** en todo el proceso de la creación de una prenda de poliéster o fibra acrílica que acaban en el mar y que también acaban en el aire. Se plantea la obligatoriedad de poner filtros en todas las lavadoras para que estos microplásticos no acaben en el mar, es una medida interesante pero sin duda no va a la causa del problema; además de ser una medida que pone el foco en el consumidor de la prenda y no en el diseño y producción del tejido causante de este impacto medioambiental negativo.
- **Desmantelar el Greenwashing con controles minuciosos.** Para decir que tu marca es sostenible lo tendrá que avalar un tercero, lo que es básico pero que no pasa en la actualidad. Existen diferentes certificaciones para avalar controles a nivel social y medioambiental. Hay que tener cuidado con los sellos que actualmente proliferan; por ahora no queda otra opción, que ser investigadores a la hora de consumir y estudiar bien la prenda que vamos a comprar para que no nos engañen con un lavado verde de la marca. Grandes campañas publicitarias invierten mucho dinero en marketing y tienen un gran peso en el mercado textil.

La Unión Europea apuesta por una industria textil sostenible, reciclable, duradera y de calidad y por ello, se están trabajando en diferentes documentos legislativos para trazar una línea de ruta que respete a las personas y el planeta, generando una economía justa e igualitaria. Se alinea entre otras al Pacto Verde Europeo, con objetivo de lograr una neutralidad climática, reduciendo la huella de carbono en un 55% para el año 2030 y alcanzar las emisiones netas cero en 2050. Así como el modelo de industria para Europa de 2020 de la Comisión, Plan de Acción para la Economía Circular.

Estamos en un momento de movimientos legislativos en la industria textil que tendrán consecuencias y cambios significativos. Es importante remarcar que se quiere una legislación común a todos los países europeos para virar todas las empresas en la misma dirección. Actualmente seguimos a la espera de nuevas leyes que permitan implementar cambios reales y no seguir en buenas intenciones teóricas. Desde Europa se recomiendan pero hasta el día de hoy no se obliga y por tanto seguimos en una etapa de buena voluntad. En el año 2025 se espera la nueva normativa europea donde las empresas se responsabilicen de sus textiles en todo el proceso del ciclo del proyecto, que cada país y región deberá bajar a su realidad para poder legislar y fiscalizar con sus normativas locales.

Como ejemplo de legislación actual y vigente: Reglamento de Diseño Ecológico y la Estrategia de la UE para Productos Textiles Sostenibles y Circulares Bruselas, 30.3.2022 COM(2022) 142 final 2022/0095(COD) REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO por el que se insta un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico aplicables a los productos sostenibles y se deroga la Directiva 2009/125/CE.

La Directiva de Reclamos Verdes asegurará que las marcas no se autodenominen sostenibles sin certificaciones reconocidas y análisis de ciclo de vida. Así, a principios de 2023 se lanza la Propuesta de Directiva sobre reclamos publicitarios medioambientales ("Green Claims", <https://n9.cl/propuestadedirectiva>). Esta normativa no está diseñada para las empresas financieras (que tendrán su regulación específica) sino para el resto y obligará que cualquier reclamo publicitario sea concreto, preciso, medible y haya sido verificado de forma independiente. Además, pretende reordenar las diferentes etiquetas y distintivos "verdes" que hay ahora en el mercado (Grupo Eco Industria).

El reto pendiente de implementar leyes sobre productos químicos y microplásticos. Se está revisando el reglamento REACH, para poner mayor atención en los impactos de las sustancias nocivas y el desprendimiento de microplásticos.

En el ámbito social, se insta a la UE para que se implemente una Directiva de Diligencia, donde los derechos humanos no se vean vulnerados. También se insta a prohibir la comercialización de productos que vienen de la explotación infantil.

El final de vida de una prenda es un gran pendiente y complicado de gestionar en la actualidad.

Según GreenPeace México en su artículo <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>, si el sector de la moda cambiara su modelo de producción en favor del ambiente y en beneficio de sus trabajadores, es decir, al dejar atrás la fast fashion, habría un beneficio económico global de 192 mil millones de dólares.

7. Y ante esta situación ¿QUÉ PODEMOS HACER?

CONECTAMOS con esta realidad

Ya has hecho lo primero y fundamental: Informarte. Seguramente ahora en tu cabeza hay muchas preguntas y una de ellas seguramente sea: ¿es justo que un consumo depredador, vulnere los derechos de otras personas y destruya el planeta en otras realidades donde su legislación es más laxa? Desde Madre Coraje lo tenemos claro y apostamos por otro tipo de moda y de consumo que genere desarrollo como lo hacen los proyectos que ejecutamos en comunidades empobrecidas de Perú y Mozambique. A través de la **Educación Transformadora para la Ciudadanía Global** tenemos el reto con la **meta 4.7** de sensibilizar sobre los impactos negativos de la industria textil y generar agentes de cambio que, a través de su consumo transformen las situaciones de desigualdad que se derivan de la fast fashion en ámbito social, medioambiental y económico. Primamos la reducción del consumo como alternativa y apostamos por una slow fashion donde las personas y el planeta estén en el centro desde su diseño hasta el final de su vida. Potenciamos una economía circular que genere bienestar en todo el proceso de la cadena de valor. Madre Coraje nos postulamos como una alternativa a este consumismo y ofrecemos a través de nuestras tiendas solidarias una moda de segunda mano duradera.

Hay voces que dicen que, la fast fashion, se trata de un modelo que tiene los días contados, pero todavía tiene mucha presión social y fuerza en el consumo textil. Por otro lado, cada vez son más opciones sostenibles que brotan en la sociedad y somos muchas las personas que queremos consumir de forma diferente. **¿Te apuntas al cambio?**

Ahora que has conectado con esta realidad, has conocido qué hay detrás de la moda rápida, ¿qué te palpita por dentro?, si te mueve algo por dentro y te preguntas **qué puedo hacer yo para cambiar esta situación**, te confirmamos que sin duda puedes hacer y mucho. Tu consumo puede cambiar el mundo, sí, así de simple y así de complejo. Tendrás que ser salmón ante tanta publicidad consumista y arrolladora para consumir pensando antes de hacerlo y sumándote a un movimiento de consumo de forma más tranquila y donde la prioridad sea la reducción del consumo, pero lo fantástico es que puedes elegir otro tipo de consumo y hay muchas opciones para ello.

Según Serge Latouche, principal teórico del concepto, el **decrecimiento** implica recuperar el sentido de los límites para preservar la supervivencia de la humanidad y del planeta. Al afectar a todas las esferas (política, económica, social), el decrecimiento apunta a una reducción del consumo. Este término contiene así dos aspectos: la crítica de la técnica y del desarrollo, y la toma de conciencia de la crisis ecológica (Latouche, 2022). Por lo que respecta a la industria textil, el objetivo sería entonces producir menos y de mejor calidad, pero también reducir el consumo de ropa.

Lo primero es preguntarnos, ¿necesito una nueva prenda?, sería interesante si te planteas primero si puedes reutilizar, reparar o reciclar alguna prenda que ya tienes en el armario; si realmente necesitas esa prenda viene una segunda reflexión e investigación para encontrar marcas que sean responsables, éticas y sostenibles, asociaciones que fomenten el consumo responsable a través de sus espacios. Desde Madre Coraje apostamos por la reducción como punta de lanza para el desarrollo de una forma justa y sostenible. La forma más sostenible de consumir moda y de reducir la huella de carbono es comprar menos artículos y usarlos el mayor tiempo posible (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 72, 2023).

Consumir de forma sostenible: Un poco de historia

- La primera conceptualización comenzó en la década de 1970 y se centró en la contaminación ambiental como la contaminación del agua y el aire.
- La segunda fase, desarrollada en la década de 1980, se centró en el marketing y la comunicación con conciencia ambiental. Las empresas consideraron un enfoque empresarial estratégico sostenible, como una ventaja competitiva.
- El último período es la era actual del marketing sostenible, que busca una economía responsable y desarrollo social (Slow Fashion Next, 2022).

Hoy en día existen varias alternativas como tiendas de moda sostenible, tiendas de segunda mano, espacios de trueque, iniciativas de alquiler de prendas, ventas online: Vinted y Wallapop.

A continuación definimos más en profundidad estas alternativas:

SLOW FASHION: Repensar la moda desde su diseño. Como sociedad comprar menos, con sentido y disfrutar de cada compra.

Nos vamos a los campos y las montañas buscando paz, tranquilidad y serenidad, pero compramos en centros comerciales con música a tope, rodeados de otras cientos de personas que no conocemos, pero que llevan nuestra misma camiseta y pantalón. Si la moda marca campanolos, esa temporada me visto con campanolos, si toca pitillos me visto apretada... y así con todas las tendencias que van marcando desde los despachos. **No elijo qué me pongo, seguimos la moda en rebaño;** aunque me crea que yo elijo lo que me pongo, realmente no es así. ¿No sería más interesante ser salmones y que la moda nos empoderara y nos diera libertad a la hora de vestirnos y conectar con cada una a través de la moda?

La moda lenta busca reducir el consumo y consumir de una forma crítica, consciente y necesaria. El movimiento «Slow» comienza en el mundo de la alimentación, con la aparición de la «Slow Food» en 1986, haciendo referencia a la comida **hecha con tiempo, cariño, materias primas de calidad, retomando la tradición** y en contraposición a la cada día más creciente «Fast Food».

Inspirada en este movimiento, la diseñadora, profesora y activista Kate Fletcher crea el término **«Slow Fashion»** en el año 2001. **Un movimiento que se centra en el diseño, en los materiales, generar una mejor forma de vivir; todo se basa en la elección, la información, la diversidad cultural y la identidad.** Al centrarse en la calidad y no en la cantidad, quita de la ecuación el factor del tiempo, con lo que también se consigue mejores condiciones laborales para los trabajadores de la cadena. Antes de la crisis de la Covid-19, cerca de 1.100 eu-

ros en ropa y otros 375 en calzado era lo que gastan de media las familias españolas en vestirse anualmente. Una cantidad importante que globalmente proporciona grandes beneficios a las empresas del sector. Es muy conocido que el negocio de la ropa está en el diseño y la distribución, pero ¿sabemos qué está pasando con las personas que confeccionan la ropa que nos ponemos a diario? Y ¿su impacto en el planeta? (Slow Fashion Next, 2022)

MODA SOSTENIBLE: Moda que respeta a las personas y el medio ambiente, desde el diseño de la prenda hasta su final de vida. **MODA CIRCULAR:** Moda diseñada con una perspectiva donde al final de su ciclo de vida pueda continuar en la cadena de producción textil. Moda que utiliza métodos respetuosos con el medioambiente y las personas durante toda la cadena de valor, además de ser prendas hechas para causar el mínimo impacto medioambiental durante su ciclo de vida. Es importante recordar que la sostenibilidad cuenta con tres pilares principales: Social- Ético-Medioambiental. El precio de una prenda realizada con materiales sostenibles, va a tener un precio más alto pero un menor coste negativo para el planeta y las personas. Además, desde la premisa de reducir tu consumo, al final el gasto de tu armario será menor si tienes menos prendas, aunque el precio sea mayor. En estos procesos generan economías que dignifican a las personas (Slow Fashion Next, 2022).

Implementar iniciativas sostenibles es complejo y costoso, por ello hay que dotar de presupuesto para un cambio real y en todo el proceso del ciclo de vida de un proyecto. Y acompañarlo con legislación y consecuencias a quien no cumple, sino seguiremos vivenciando muchas iniciativas sostenibles que quiebran, porque no pueden mantenerse en competencia con la moda rápida.

MODA CIRCULAR: Hace referencia a la ropa diseñada de tal forma que al final de su ciclo de vida pueda entrar de nuevo en la cadena de producción textil sin necesidad de extraer nueva materia prima, completando así el círculo al que hace referencia su nombre, haciendo alusión al libro «de la cuna a la cuna» de William McDonough and Michael Braungart's. Este sistema intenta acabar con nuestra forma actual de consumo lineal, que consiste en el usar y tirar (Slow Fashion Next, 2022). Las nuevas estrategias circulares de las marcas no atajan los problemas raíz de su sobreproducción y generación de residuos. Ser circular de forma real implica decrecer la producción y minimizar sus impactos socioambientales. También últimamente, muchas marcas se han sumado al zero waste (residuo cero), como estrategia de circularidad y de reducción de emisiones. De momento, una narrativa marketiniana más que suele emplear expresiones vagas, muchas veces engañosas, como "desviar del vertedero", en vez de desglosar sus volúmenes concretos de residuos a lo largo de su cadena de suministro (niveles 1, 2, 3, 4 y 5) con evaluaciones fiables de sus resultados e impactos positivos reales. Las iniciativas del sector para afrontar la reducción de emisiones no involucran a las trabajadoras y comunidades del sur global (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 72-74-79-85, 2023).

Y la pregunta es: Si me decido a comprar moda sostenible, ¿cómo me puedo fiar de que realmente cumple los requisitos tanto a nivel social como medioambiental? Te puedes encontrar diferentes **certificaciones que califican diferentes aspectos y de forma muy específica.**

A continuación destacamos unas en concreto, pero hay muchas más; esta información la hemos sacado del curso de Slow Fashion Next: Curso de Introducción a la Moda Sostenible: Despierta, Re-Evoluciona, Inspira (2022).

→ **Certificación Fair Wear.** Para obtener información real de la situación de los trabajadores, se vigilan estos tres niveles:

1. Las decisiones tomadas como marca, las prácticas de negocio que fomentan, forma de trabajar y las decisiones que son tomadas por los cargos más altos de la empresa.
2. En los talleres para inspeccionar de cerca las condiciones de los trabajadores.
3. Hablar directamente con los trabajadores y escuchar sus opiniones.

La certificación «**Fairtrade Textile Standard**» es parte del programa «Fairtrade Textile Programme», que tiene como objetivo facilitar el cambio en la industria textil. Se trabaja codo con codo con trabajadores y personas empresarias que forman parte de la cadena, para así asegurar mejores sueldos y condiciones de trabajo. A su vez también busca que las marcas se comprometan a cumplir formas de comercio justas.

→ **Global Organic Textile Standard Certificado**, líder de fibras orgánicas a nivel mundial. Garantiza que no se usan insecticidas, pesticidas, herbicidas ni semillas genéticamente modificadas. Estos estándares son marcados por «Organic Farming Standards».

→ **Cradle to Cradle**: para obtener esta certificación los productos son estudiados en cinco categorías sociales y medioambientales:

1. Salud de los materiales.
2. Materiales reusados.
3. Utilización de energías renovables y emisiones de carbono.
4. Gestión del agua.
5. Equidad social.

→ **Better Cotton Initiative**: este certificado no significa que el producto está hecho con algodón BCI ni se puede ofrecer su trazabilidad, significa que ese producto está hecho por una marca que invierte y apoya la producción de algodón que propone BCI. Esta certificación se puede usar con un mínimo de 10% de algodón proveniente de BCI y con vistas a conseguir producir con al menos el 50% de algodón BCI en cinco años.

Como contrapunto a la Economía Circular nos parece interesante , la siguiente información que rescatamos literal de este artículo de Andreu Escrivà: <https://www.lavanguardia.com/cultura/20221202/8631144/sostenibilidad-andreu-escriva.html>, donde refleja la alerta que define el economista Joan Martínez Alier :

“Esa moda de la economía circular es ridícula. Sabemos que, si cada año entran en la economía, en números redondos, unas diez toneladas por persona (combustibles fósiles, biomasa, materiales de construcción, metales), de esos materiales solamente una tonelada es reciclada, todo lo otro es material «fresco» que viene de las fronteras de la extracción. Es lo que se llama el Circularity Gap, la brecha en la circularidad. La economía industrial es entrópica, no es circular. Es cada vez más entrópica. [...] La energía no se recicla. Los materiales se reciclan solo en una pequeña parte. Muchos de ellos van a las infraestructuras urbanas, a los edificios y allí están unas décadas, y luego a residuos. Mantener los edificios y sistemas de transporte gasta energía y materiales. La economía industrial no es circular, es entrópica”.

Andreu Escrivà ratifica en este artículo que Alier tiene razón: es una moda, pero no ha surgido de la nada. Ha sido convenientemente fabricada y diseminada. Aunque ahora nos parezca un término habitual en noticias y charlas sobre medio ambiente, no se empezó a popularizar hasta hace pocos años, tras la presentación del Plan de Acción de Economía Circular de la Unión Europea, en 2015. Este fue fruto del esfuerzo de lobby de un grupo de empresas, que integran la red «Circular Economy 100», constituida en 2013 y liderada por la fundación Ellen

McArthur. Esta fundación, creada en 2010 por la exregatista británica Ellen McArthur, tiene como misión impulsar la economía circular, y cabe reconocer que ha tenido un éxito arrollador. En menos de cinco años consiguió que la Unión Europea adoptase su marco de pensamiento empresarial y ambiental, mimetizando el lenguaje propuesto. Pero la pregunta clave es: ¿quién está detrás de esa fundación? Entre otros socios estratégicos y según su propia web, Nestlé, Unilever, Renault, Gucci, Coca-Cola, Visa o BlackRock, el fondo de inversión más grande del mundo.

Desde Madre Coraje apostamos por la sostenibilidad y seguimos insistiendo que la clave de la sostenibilidad radica en la **reducción del consumo**, haciéndonos la pregunta clara y concisa *¿necesito una nueva prenda?*, como punto de partida, para lograr una transformación hacia un mundo más justo y sostenible.

MODA DE SEGUNDA MANO: La compra de segunda mano se impone hoy como una alternativa viable al fenómeno de la fast-fashion. Pero, ¿qué es exactamente y por qué es una alternativa interesante? La moda de segunda mano consiste en dar una segunda vida a una prenda ya usada. En otras palabras, se trata de ropa de segunda mano puesta a la venta para evitar que se queden en el fondo del armario, o que terminen en la basura y con el objetivo de generar conciencia crítica al consumismo. Estos artículos se encuentran a menudo en tiendas de segunda mano, tiendas especializadas, aplicaciones o directamente en forma de donaciones. En el caso de Madre Coraje, vez desinfectada la ropa, el precio del artículo se determina en función de su precio original, su calidad y su aspecto general. Desde 2020, se observa un fuerte aumento de las visitas a los lugares de compra de segunda mano, tanto en las tiendas físicas como en la web. Ofreciendo una segunda vida a la ropa, la segunda mano puede ser considerada como modelo de consumo circular y participa así en la valorización de un modo de producción y venta más ética (Alves, 2022). Así que ahora vamos a presentarte algunas de las **ventajas** que ofrece la moda de segunda mano y luego vamos a seguir con otras alternativas.

Uno de los problemas de la moda rápida, como se mencionó anteriormente, es la proliferación de artículos idénticos con una moda estandarizada. Por el contrario, la moda vintage de segunda mano, permite **acceder a piezas únicas**. La ventaja para los consumidores de segunda mano es que la moda es un comienzo eterno. Así, **comprar una prenda usada es a veces encontrar una perla** (Alves, 2022). Es fundamental hablar del impacto en la salud de las personas consumidoras. Las temporadas exigen modas y modelos inalcanzables, que pone a dieta a muchas personas para cumplir con los estándares de belleza que dictan gurús de la moda. Enfermedad como la anorexia y bulimia se hacen presentes en personas que focalizan su control mental en la industria textil. La publicidad hace mucho daño en este ámbito.

La moda de segunda mano también es interesante para tu nuevo stock de armario. Dado que los productos puestos a la venta son de segunda mano, **tienen un precio que se reduce automáticamente**. No es raro encontrar artículos de marcas de lujo a un precio muy asequible. Es una práctica donde nos damos placer, sin arruinarnos, con originalidad y calidad (Alves, 2022).

Además, **la demanda de más productos nuevos disminuirá** si hay una oferta constante de productos usados que todavía son valiosos. En otras palabras, los mercados de segunda mano tienen un impacto positivo en el medio ambiente y generan conciencias críticas para reducir el consumo a nivel individual y colectivo.

Otro aspecto interesante de la venta de segunda mano es la **construcción de relaciones sociales**. En efecto, la venta de segunda mano puede llevar a una conversación con el/la vendedor/a sobre la historia del artículo que ampliará su perspectiva sobre un área y le dará más razones para comprarlo. También, si compra de segunda mano regularmente en una tienda de solidaridad particular o tienda de segunda mano alrededor de su área, es probable que se familiarice con el/la vendedor/a. Se genera un ambiente muy interesante y familiar.

Si eres una persona creativa y te gustan las manualidades, la ropa de segunda mano también es una excelente opción para hacer **upcycling** con ropa a través de la reparación o remodelación de prendas y así tener la satisfacción de haber hecho algo tú mismo y a veces incluso de crear una pieza única. Seguro que luego la vestirás con mayor seguridad y más orgullosa.

Muchas tiendas de segunda mano donan parte (o incluso todo) del dinero que se recauda en la compra de ropa usada y otros productos, a organizaciones sin fines de lucro. Así, **tu compra podría contribuir al cambio social** que la asociación pretende.

En resumen, cada vez que compras y vendes bienes usados, inviertes en la construcción de un mundo más justo y sostenible. Si cambiamos nuestros hábitos de compra, los fabricantes también tendrán que cambiar sus estrategias de producción y producir una moda más ética (Okafor, 2021).

Madre Coraje te propone 3 alternativas para sumarte al cambio a través de la segunda mano:

1. Los contenedores de donación de ropa:

En los contenedores y sedes de Madre Coraje recogemos tu ropa, usada o no. Si es ropa nueva y con etiqueta, la mandamos a comunidades empobrecidas de Perú y Mozambique. Si es usada le damos diferentes fines:

- Parte de la ropa usada la ponemos a la venta en nuestras Tiendas Solidarias en España.
- Otra parte la entregamos a entidades en España para apoyar a los colectivos vulnerables que atienden.
- Y otra parte de ropa usada la entregamos a empresas externas que hacen sus propios procesos, generando así fondos para sustentar los proyectos sociales, educativos, de cooperación y humanitarios que Madre Coraje pone en marcha.

La mayoría de los textiles que utilizamos terminarán depositados en algún vertedero durante décadas, y en el caso del poliéster, hasta 200 años. Por ello te animamos a reutilizar o reciclar tus prendas lo más que se puedas para generar el menor residuo.

Link del video: La historia de mi camiseta: <https://www.youtube.com/watch?v=ZdO6alnubKA>, en este vídeo Madre Coraje explica en 2 minutos qué hacemos con las donaciones de ropa.

2. Las tiendas solidarias

Las tiendas de Madre Coraje se diferencian por ser espacios de consumo responsable, espacios para conocer las causas y las consecuencias de una producción textil que esclaviza a muchas personas, destacando que el 80% de las personas trabajadoras del sector textil son mujeres y donde la explotación infantil es una realidad, donde las condiciones laborales son inhumanas y empobrecen a muchas personas, vulnerando sus derechos. Comprando en las tiendas solidarias estamos pasando a la acción para transformar la realidad, la creatividad y el empoderamiento de las personas. Las tiendas son atendidas por personas voluntarias en su mayoría mujeres.

20.000 personas consumen de forma solidaria al año en nuestras tiendas solidarias, ¿quieres ser parte de este cambio? Puedes encontrar la tienda más cercana de tu residencia en nuestra web: <https://www.madrecoraje.org/que-hacemos/accion-social-espana/ropa-solidaria/>

Además, Madre Coraje realiza una colaboración con la Escuela Arte de Cádiz que mezcla creatividad y reciclaje. En efecto, los estudiantes eligen prendas (o algunas veces, piezas más especiales como cortinas) en las tiendas solidarias para luego crear ropa única ensamblando piezas juntas, cosiéndolas, encontrando otra manera de usarlas. A continuación se organiza un desfile para valorar estas nuevas creaciones. Por último, se ponen a la venta en las tiendas solidarias para que el público en general las aproveche.

3. La venta on line:

Como hemos visto, lo digital tiene un gran impacto en el mundo de la moda. Utilizado acertadamente, puede ser una herramienta interesante para promover las acciones de segunda mano. Por eso Madre Coraje te ofrece opciones digitales:

- 📍 Vinted y Wallapp: puedes encontrarnos en estas dos plataformas/aplicaciones. Tenemos varias cuentas relacionadas con nuestras sedes en toda España.
- 📍 Tenemos también nuestros propios sitios de venta en línea. Uno con artículos variados y otro dedicado a los libros (<https://libros.madrecoraje.org/>).
- 📍 Instagram: utilizamos esta red social, para dar difusión a nuestras tiendas solidarias.

Figura 4
El viaje de tu camiseta - circular



Realizado por Fanny.

TÚ PUEDES SER EL CAMBIO

¿Has contado las prendas que tienes en tu armario? Tú puedes ser el cambio- consume responsablemente, ¡no te imaginas el poder que tienes como persona consumidora que eres! Créetelo y actúa.
¡Reduce-Reutiliza y Recicla!

Insistimos en que **tu poder como agente de cambio y presión política es fundamental y real**. Lo primero es cuestionarte, como plantea Fashion revolution varias cuestiones: ¿Quién hizo mi ropa y dónde se ha hecho mi ropa? Estas cuestiones van a hacer que vayas cuestionándote cada vez más preguntas hasta llegar al origen, aunque seguramente muchas preguntas se queden sin responder, ya que es una industria con mucha opacidad y pocas respuestas. Este es un gran termómetro que te debe dar pistas sobre la escasa transparencia y trazabilidad de esta industria. Nos podemos hacer preguntas sobre qué supone para el planeta o qué supone para las personas la producción de prendas desde que las diseñan hasta su final de vida. No nos debe de echar para atrás que las prendas sostenibles tengan un precio más alto, ya que en vez de 10 jerséis, tal vez sea interesante que tengamos 3 en el armario, pero con la tranquilidad de que no hay contaminación ni coste humano en nuestro armario. Y si te entran dudas, pregúntale a tus abuelos, seguro que te dan grandes pistas de cómo reutilizar prendas.

Y si se nos estropea nuestra prenda siempre podemos plantearnos arreglarla, algo que actualmente está de nostado pero que podemos empezar a ponerlo en valor. ¿Has visto si hay cursos de costura, de customizar en tu ciudad o en tu pueblo?, seguro que tu ayuntamiento tiene cursos y muchas veces gratuitos. Es maravilloso que con nuestra acción de consumo podamos cambiar esta industria, así como motivante e ilusionante.

Está claro que el poder que tiene la moda rápida es muy fuerte y seremos salmones, pero salmones conscientes de este impacto y con inquietudes de transformar. Y no te agobies, no tienes que cambiar de 0 a 100 en poco tiempo, sino te frustrarás. Puedes ir conociendo alternativas que te hemos ido comentando, en formato mixto, por ejemplo que tienes una boda, puedes alquilar una prenda que te convenza o apostar por una prenda de segunda mano súper especial o por una prenda sostenible con gran durabilidad, que a futuro sea básico para tu día a día. No olvides que cada vez hay más iniciativas de intercambio de ropa o siempre hay la típica amistad que te puede prestar un conjunto con el que te sientes cómoda.

Y verás como poco a poco tu armario se va transformando y tú te vas empoderando.

Las investigaciones muestran que el 80% de los consumidores dicen que quieren comprar productos ecológicos, pero solo el 10% lo hace realmente (Slow Fashion Next, 2022).

Listado de Iniciativas Responsables

Ahora que conoces algunas maneras de consumir de manera más sostenible, te proponemos una lista de iniciativas responsables que te permitirán pasar de la idea a la acción. Allí encontrarás empresas de alquiler de ropa, de creación de ropa ética y sostenible y también empresas de reventa de segunda mano.

- En Recover lo que entra se trata y se produce en una nueva fibra; apenas usan agua y productos químicos.
- SKFK ha sido la primera empresa certificada en Gots y Comercio Justo en España. Intentan poner en el mercado precios de calidad y durables a precios razonables.

También son pioneros en la fabricación a demanda y el alquiler de prendas. Hay que repensar los modelos y el alquiler puede ser esa respuesta.

- Infinit Denim han conseguido desviar 30 toneladas de denim post consumo del vertedero. <https://infinitdenim.com/descubre-la-ruta-circular-tejana/>. Ético, circular y local son los valores de Infinit Denim; que empezó como un proyecto de reutilización de vaqueros y han llegado a conseguir producir tejido reciclado de esos mismos vaqueros.
- Moda re- Cáritas: koopera
- Elisa Muresan
- Tiendas de Segunda Mano: Traperos de Emaús- Madre Coraje- París 365
- Trueke Museo Medioambiente Pamplona
- Revolving Pamplona
- El Bien Social: Guía 60 Marcas de Moda Sostenible: <https://elbiensocial.org/wp-content/uploads/2022/06/Marcas-de-Moda-Sostenible-Espana.pdf>

Movilización Social

Os animamos a participar en la Fashion Revolution Week del 22 al 29 de abril. Se preparan actos a nivel estatal, puedes encontrar más información en: <https://linktr.ee/fashionrevolution>: El 24 de abril de 2013, @orsoladecastro y @carrysomers fundaron @fash_rev, a consecuencia de la tragedia de Rana Plaza. Actualmente, son más de 100 equipos en 90 países, dedicados a hacer que la industria sea más transparente, segura, trazable y justa. Su objetivo es brindar a los ciudadanos información sobre los impactos ambientales y sociales de la moda rápida a través de campañas de concienciación. En Instagram puedes seguir a estas iniciativas y a nivel local puedes buscar si en tu ciudad hay un grupo de personas que lo promueve, por ejemplo en navarra no hay pero sí en Euskadi: https://www.instagram.com/fash_reveuskadi/

Incidencia Política

Las empresas deberían de cumplir con las certificaciones como en otras industrias, como por ejemplo la alimentaria, cuando compras una carne, tienes la tranquilidad de que ha pasado diferentes auditorías y en las

etiquetas dicen que alimentación ha tenido el animal o en qué campo se ha desarrollado, queda mucho trabajo pero hay más información que en la industria textil.

Por otro lado, hay varias recogidas de firmas para cambiar legislaciones como por ejemplo:

<https://ropalimpia.org/accion-urgente/el-clima-rumbo-a-la-destruccion-por-los-vuelos-fast-fashion/>

<https://www.payyourworkers.org/esp>

<https://www.goodclothesfairpay.eu/>

165 marcas firmaron el 'Acuerdo internacional para la salud y la seguridad en la industria textil y de la confección' pero se está haciendo poco para abordar el problema (Informe Moda Basura- Carro de Combate página 72-74-79-85, 2023).

Para tener la información actualizada de las campañas de recogida de firmas que van surgiendo, te puedes meter en el siguiente link: <https://ropalimpia.org/participa/#acciones> de la Campaña de Ropa Limpia.

La primera campaña que retó a las grandes compañías para que asumieran la responsabilidad de sus efectos contaminantes. Detox My Fashion logró que 80 marcas y proveedores se comprometieran a dejar de usar químicos como los alquilfenoles etoxilados (APEs), restringidos en Europa y Estados Unidos; un compromiso que sigue en curso. En los siguientes links podrás encontrar más información de esta campaña:

<https://www.greenpeace.org/international/act/detox/>

En la actualidad, noviembre del 2023, GreenPeace, de la mano de Sara del Río, como responsable de investigaciones de greenpeace, ha realizado una campaña, con el objetivo de investigar a través de la geolocalización de 29 prendas y conocer sus destinos actuales. Conocer dónde acaba la ropa que dejamos en los contenedores, poner fotos a esas prendas. Una investigación de actualidad que va dando algún resultado, aunque con más margen temporal, podrá concluir datos referidos al destino de las prendas que dejamos en contenedores tanto de la vía pública como de tiendas fast fashion. Esta es una de las primera conclusiones:

"Tanto las grandes marcas como los ayuntamientos utilizan los mismos gestores, que en buena medida pasan por exportar la ropa a miles de kilómetros a países de Asia, África o Sudamérica donde la reutilización no está asegurada"

"Hemos podido comprobar que la gestión que se hace de la ropa que se deposita en contenedores se aleja mucho de la economía circular que buscan. El modelo actual necesita de países del Sur Global para producir ropa y luego gestionar los residuos que se generan al desecharla, viajando miles de kilómetros. Mientras esto no cambie la segunda vida de la ropa será más una estrategia de la industria para que sigamos comprando ropa sin remordimientos en días como el Black Friday que una realidad", ha declarado la responsable de la investigación, Sara del Río.

En esta investigación, hasta el mes de noviembre se ha comprobado que sólo 1 prenda de las 29 se ha reutilizado, el resto ha viajado a miles de kilómetros o todavía no ha salido de España. Las prendas se lanzaron en agosto y la mayoría siguen en su primer destino, destacan el tiempo que tarda en que una prenda llegue a su destino final. Y que muchas de ellas están ya a 10.000 kilómetros.

Link de la página web greenpeace sobre la investigación: <https://acortar.link/4OSIKt>

En un directo de Instagram, de Sara Ríos con Slow Fashion Next, comenta que las entidades que gestionan la

ropa, no son las responsables del destino final de la ropa, siendo parte del sistema, pero el problema radica en la producción excesiva y masivo. Se aumenta la producción un 3% anualmente, no damos abasto, la ropa en el armario cada vez está menos tiempo, apoyando un consumo excesivo. Hay que exigir que el sistema de recogida sea útil, pero comenzando por reducir la producción y por ende la reducción del consumo.

Transcribimos en este texto la conversación mantenida entre Gema y Sara:

¿Qué impacto tiene en España el desecho de estas prendas?; se necesitan 3.500 sustancias químicas para la producción de la moda y el 10% son tóxicas para el ser humano y medioambiente. Reciclarlas es muy complejo, porque muchas prendas son mezclas de tejidos. Y la mayoría son prendas sintéticas, que es plástico. Los destinos de las prendas son África y Asia: Pakistán y Emiratos Arabes Unidos. No podemos seguir dependiendo de países del sur global para poder usarlos como vertedero.

Se debería legislar para que los residuos se gestionen de forma interna en la UE, pero está la trampa de la segunda mano, porque cuando se exporta se considera artículo y no residuos, pero realmente mucha de la ropa de segunda mano que se exporta, no es reutilizable, es decir, es residuo. Es más la UE no puede exportar residuos a países que no sean de la OCDE.

A partir del 2025, vamos a tener que hacer una **recogida** (actualmente es un 12,6%) de la ropa de la ropa, por ello, las empresas van a tener que cambiar y adaptar sus modelos para poder implementar esta nueva legislación, similar a lo que hoy conocemos como recogida de plástico: pero cuidado que no todo es ideal y han surgido muchos problemas hasta el día de hoy, sobre esta gestión. Se deberá empezar desde el diseño de las prendas para poder hacer una buena gestión de los residuos, sino el reciclaje será un imposible. Si los materiales textiles fueran reciclables, sólo es un 3%, la circularidad sería real. Este porcentaje baja a un 1% cuando hablamos de la ropa desechada.

Actualmente hablamos de moda ultra Fast Fashion, deberíamos volver como mínimo a los años 2.000. Las prendas baratas no lo son tienen un gran coste.

¿Y sabes qué es lo que hará que tu armario sea más sostenible?

No meter más prendas en él y ponerte las prendas que ya tienes todas las veces que puedas y más, ¡sácale el mayor partido!

Haz una limpia, dona aquellas prendas que no usas y comienza por una reducción de tu consumo, cuando tengas que consumir plantéate alternativas que te hemos comentado durante este documento.

Y disfruta de tus prendas y tus outfits.



8. Lista de fuentes



ActionAid (25 de julio de 2019). Sexual harassment and violence against garment workers in Bangladesh.

<https://actionaid.org/sites/default/files/publications/ActionAid%20briefing%20paper%20on%20Bangladesh%20garment%20workers%20FINAL.pdf>



ADEME (2022). La mode sens dessus dessous.

<https://multimedia.ademe.fr/infographies/infographie-mode-qqf/>



Alexa, L., Apetrei, A., Pîslaru, M. (2021). Fast Fashion – an industry at the intersection of green marketing with greenwashing.

<https://doi.org/10.2478/9788366675735-042>



Alves, L. (2 de noviembre de 2022). Le phénomène de la mode de seconde main.

<https://www.comptazine.fr/post/le-phenomene-de-la-mode-de-seconde-main#:~:text=La%20mode%20de%20seconde%20main%20consiste%20%C3%A0%20donner%20une%20deuxi%C3%A8me,ils%20finissent%20%C3%A0%20la%20poubelle>



Alvy (23 de mayo de 2005). Gente trabajando en barcos.

<https://www.microsiervos.com/archivo/mundoreal/trabajando-en-barcos.html>



Ángel Medina, M. (26 de marzo de 2023). Cómo será el auge del reciclaje textil en 2025 y a dónde irá la ropa usada.

<https://elpais.com/clima-y-medio-ambiente/2023-03-26/como-sera-el-bum-del-reciclaje-textil-en-2025-y-a-donde-ira-la-ropa-usada.html?ssm=whatsapp>



Atode. (s. f.). Fast fashion, quand la mode atteint ses limites. Atode.

<https://www.atode.fr/fast-fashion-2/>



Avise. (2 de junio de 2020). Impact social, de quoi parle-t-on ? Avise.

<https://www.avise.org/evaluation-impact-social/definition-et-enjeux/impact-social-de-quoi-parle-t-on>



Blanco, P. R. (16 de febrero de 2023). La cara B de la adicción a la moda rápida: toneladas de ropa vieja en vertederos africanos.

<https://elpais.com/planeta-futuro/2023-02-16/la-cara-b-de-la-adicion-a-la-moda-rapida-toneladas-de-ropa-vieja-en-vertederos-africanos.html>

Carro de Combate, Informe Moda Basura, el impacto socioambiental de nuestro consumo frenético de ropa.

<https://www.carrodecombate.com/2023/06/05/publicamos-el-informe-final-sobre-greenwashing-de-moda-basura/>

Chapagain, A.K., Hoekstra A.Y., Savenije, H.H.G., Gautam, R. (2005). The water footprint of cotton consumption. Research Report Series No. 18.

<https://www.waterfootprint.org/media/downloads/Report18.pdf>

Clément, H. (2021). Sur le front: Où finissent nos vêtements ? [Documental] Winter Productions/ France Télévisions.

<https://www.france.tv/france-5/sur-le-front/2956729-ou-finissent-nos-vetements.html>

COSH (s. f.-a). ¿Qué impacto tiene el algodón en la humanidad y el medio ambiente?

<https://cosh.eco/es/blog/materials-cotton-1>

COSH (s. f.-b). ¿Qué grado de sostenibilidad y respeto por los animales tiene la lana?

<https://cosh.eco/es/blog/materials-wool-1>

COSH (s. f.-c). ¿Qué grado de sostenibilidad tiene la ropa fabricada con cáñamo?

<https://cosh.eco/es/blog/materiales-beneficios-ambientales-del-c%C3%A1%C3%B1amo>

COSH (s. f.-d). ¿Es el Lyocell una solución realmente sostenible para la moda?

<https://cosh.eco/es/blog/materiales-lyocell-1>

COSH (s. f.-e). ¿Hasta qué punto es sostenible el poliéster?

<https://cosh.eco/es/blog/how-sustainable-is-polyester>

COSH (s. f.-f). Embarking on a body acceptance journey.

<https://cosh.eco/en/blog/embarking-on-a-body-acceptance-journey>

COSH (s. f.-g). Todo lo que necesita saber para elegir materiales de forma consciente y sostenible.

<https://cosh.eco/es/blog/ebook-sobre-materiales-sostenibles-conocimiento-para-marcas-de-moda>

Deflandre, C. y Salut, P. (2020). Pilier économique. Le magazine pour comprendre les impacts de l'industrie de la Mode.

<https://pandofashion.com/plateforme-informer/dossier-trimestre-2-la-mode-de-2000-a-2020-a-travers-le-prisme-de-la-rse/le-magazine-pour-la-mode-eco-responsable-trimestre-2/pilier-economique-des-changements-economiques-profonds/#:~:text=La%20fast%20fashion%20a%20eu,un%20relais%20de%20croissance%20bienvenu.>

de Freitas Netto, S.V., Sobral, M.F.F., Ribeiro, A.R.B. (2020) Concepts and forms of greenwashing: a systematic review. Environ Sci Eur 32, 19.

<https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>

Ellen MacArthur Foundation (2017). A new textiles economy: redesigning fashion's future.
<https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>

Elram, M. y Steiner, L. (2015). Fashion Conscious Consumers, Fast Fashion and the Impact of Social Media on Purchase Intention. Academic Journal of Interdisciplinary Studies MCSER Publishing, Rome-Italy Vol 4 No 3 S1.
<https://doi.org/10.5901/ajis.2015.v4n3s1p173>

European Commission, Directorate-General for Environment, (2022). Sustainable and circular textiles by 2030, Publications Office of the European Union.
<https://data.europa.eu/doi/10.2779/122408>

European Environment Agency (15 de febrero de 2023). Textiles in Europe's circular economy.
<https://www.eea.europa.eu/publications/textiles-in-europes-circular-economy/textiles-in-europe-s-circular-economy>

EUR-Lex (30 de marzo 2022)
<https://eur-lex.europa.eu/>

Fashion Revolution (2019). Fashion Revolution Impact Report 2019.
https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fashionrevolution_impactreport_2019_highres

Ferrer Dalmau Textil (6 de mayo de 2020). Procesos y maquinaria en la industria textil.
<https://fdtextil.es/procesos-y-maquinaria-en-la-industria-textil/>

Garmendia Salvador, A., Salvador Alcaide, A., Crespo Sánchez, C. y Garmendia Salvador, L. (2005). Evaluación de impacto ambiental. Pearson.
<https://sociologiaambientalvcm.files.wordpress.com/2014/07/evaluacion-de-impacto-ambiental-garmendia.pdf>

Gautier, M. (28 de febrero de 2023). Marché mondial de l'habillement - Faits et chiffres.
<https://fr.statista.com/themes/9354/marche-mondial-de-l-habillement/#topicOverview>

Goikoetxea Ferrández, J. J., Idoate Echarri, S., Salanueva Beldarrain, C. (2017). Economía solidaria. Para construir una ciudadanía global (1ª edición). Fondo de Publicaciones del Gobierno de Navarra.
https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/5530/resource_files/Libro_Economia_Solidaria_ba-chiller_CAST.pdf

Greenpeace (2008). Destino cero: siete años desintoxicando la industria de la moda.
https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2018/07/Toxic_ES_v1.pdf

Greenpeace (2016). Dejando huella : la presencia de sustancias tóxicas en la ropa y equipación de montaña.
http://archivo-es.greenpeace.org/espana/Global/espana/2016/report/Toxicos/dejando_huella.pdf

Grupo Eco Industria (2023): La regulación de los reclamos verdes (“Greenwashing”)
<https://www.grupoecoindustria.com/es/la-regulacion-de-los-reclamos-verdes-greenwashing/>

Hmong (s. f). Ingeniería de procesos húmedos.
https://hmong.es/wiki/Wet_processing_engineering

Instituto Nacional de Estadística (2008). Estadísticas e indicadores del agua.
<https://www.ine.es/revistas/cifraine/0108.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2022). Estadística sobre el Suministro y Saneamiento del Agua Año 2020.
https://www.ine.es/prensa/essa_2020.pdf

Latouche, S. (2022). Que sais-je ? Paris: Humensis.
https://www.puf.com/content/La_D%C3%A9croissance

Materiales Ecológicos.es (s. f.). Hilo.
<https://materialesecologicos.es/tag/hilo/>

Madre Coraje (2017). El Buen Vivir. [Documental web].
<https://buenvivirdoc.madrecoraje.org/>

McCosker, J. (19 de abril de 2021). The Impact of Fast Fashion on Garment Workers. Good On You.
<https://goodonyou.eco/impact-fast-fashion-garment-workers/>

Naciones Unidas (2015). Objetivos y metas de desarrollo sostenible.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

Office of Child Labor (2022). List of Goods Produced by Child Labor or Forced Labor.
https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/ILAB/child_labor_reports/tda2021/2022-TVPR-List-of-Goods-v3.pdf

Okafor, J. (2021). 10 Reasons to Buy Second Hand Rather Than New.
<https://www.trvst.world/sustainable-living/10-reasons-why-you-should-buy-second-hand/>

Ortega, T. (14 de enero de 2022). ¿Qué son los impactos sociales, económicos y ambientales? ExpokNews.
<https://www.expoknews.com/que-son-los-impactos-sociales-economicos-y-ambientales/>

Oxfam France (24 de septiembre de 2020). L’impact de la mode drame social, sanitaire et environnemental.
<https://www.oxfamfrance.org/agir-oxfam/impact-de-la-mode-consequences-sociales-environnementales/>

Oxfam France. (15 de abril de 2022). Fast fashion et slow fashion : définitions et enjeux.
<https://www.oxfamfrance.org/agir-oxfam/fast-fashion-et-slow-fashion-impacts-definitions/>

Oxfam UK (28 de agosto de 2019). New shocking facts about the impact of fast fashion on our climate.
<https://www.oxfam.org.uk/oxfam-in-action/oxfam-blog/new-shocking-facts-about-the-impact-of-fast-fashion-on-our-climate/>

Parlamento Europeo (21 de abril de 2022). El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente (infografía).
<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/society/2021208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

Pérez Porto, J., Gardey, A. (30 de mayo de 2018). Definición de impacto económico - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de.
<https://definicion.de/impacto-economico/#:~:text=La%20idea%20de%20impacto%20econ%C3%B3mico,un%20pa%C3%ADs%20o%20el%20mundo.>

Perry, P. (4 de agosto de 2022). Fast fashion: why your online returns may end up in landfill – and what can be done about it.
<https://theconversation.com/fast-fashion-why-your-online-returns-may-end-up-in-landfill-and-what-can-be-done-about-it-188090>

Pollet, J-F. (12 de junio de 2018). A l'Est aussi, les couturières sont exploitées.
<https://www.cncd.be/europe-est-exploitation-couturieres-textile-habillement-securite-marges-travail-decent>

Quantis (2018). MEASURING FASHION 2018 Environmental Impact of the Global Apparel and Footwear Industries Study.
https://quantis.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf

Reichart, E., Drew, D. (10 de enero de 2019). By the Numbers: The Economic, Social and Environmental Impacts of "Fast Fashion".
<https://www.wri.org/insights/numbers-economic-social-and-environmental-impacts-fast-fashion>

Segran, E. (7 de febrero de 2023). Fashion week birthed fast fashion. Can it kill fast fashion, too? Fast Company.
<https://www.fastcompany.com/90843984/fashion-week-birthed-fast-fashion-can-it-kill-fast-fashion-too>

SETEM (s. f.). Campaña Ropa Limpia.
<https://ropalimpia.org/>

Sewport Support Team (7 de marzo de 2023). What is Polyester Fabric: Properties, How its Made and Where.
<https://sewport.com/fabrics-directory/polyester-fabric>

Slow Fashion Next (enero de 2022). Introducción a la Moda Sostenible: Despierta, Re-Evoluciona, Inspira. [Curso].
<https://slowfashionnext.com/cursos-moda-online-sostenible/curso-online-moda-sostenible-y-agenda-2030/>

Slow Fashion Next (marzo de 2023). Moda Sostenible y Agenda 2030. [Curso].

Skeldon, P. (16 de octubre de 2019). Social influencers have led to the rise in fast fashion, with 30% of shoppers using Instagram for inspiration.
<https://internetretailing.net/mobile/social-influencers-have-led-to-the-rise-in-fast-fashion-with-30-of-shoppers-using-instagram-for-inspiration-20388/>

Techs (s. f.). BCI (Better Cotton Initiative): tejidos responsables de algodón.
<https://www.techs.es/es/algodon-bci/>

Textile exchange (2021). Preferred Fiber & Materials.
https://textileexchange.org/app/uploads/2021/08/Textile-Exchange_PREFERRED-Fiber-and-Materials-Market-Report_2021.pdf

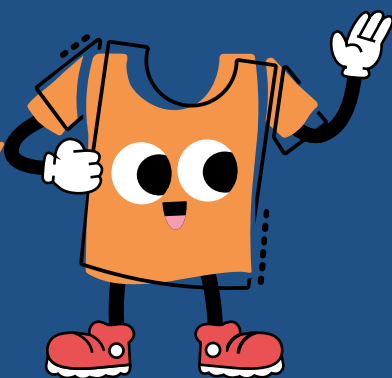
University of Aberdeen y Traidcraft Exchange UK. (26 de enero de 2022). Female Bangladeshi garment workers bear the cost of Covid disruptions, new research finds. University of Aberdeen.
<https://www.abdn.ac.uk/news/15716/>

UN Environment Programme (2020). Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain. [Archivo PDF].

UN News (8 de noviembre de 2022). COP27: 'Zero tolerance for greenwashing', Guterres says as new report cracks down on empty net-zero pledges.
<https://news.un.org/en/story/2022/11/1130317>

Wathern, P. (1990). Environmental Impact Assessment. Editado por Peter Wathern.
<https://doi.org/10.4324/9780203409978>

Webb, B. (3 de febrero de 2023). Why is fashion still ignoring microfibres?
<https://www.voguebusiness.com/sustainability/why-is-fashion-still-ignoring-microfibres>



MADRE CORAJE

De tu compromiso nace la esperanza

C/ Sangüesa 38. La Milagrosa. Pamplona
31005 Navarra | T. 948 233 289 | navarra@madrecoraje.org

www.madrecoraje.org