



Tejiendo un cambio sostenible en la moda

ANA BERENICE CORTÉS LOAEZA

Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica,
UAM Xochimilco

La sostenibilidad ya no es simplemente una moda pasajera, un capricho o una tendencia estética, es una necesidad urgente.

CARLOS WOLF

La moda es una de las industrias más grandes a nivel mundial, sin embargo, para gran parte de la población es considerada un área superficial y con gran cantidad de aportaciones negativas a la sociedad como la sobreexplotación de recursos naturales, humanos y la contaminación. Es por ello que, Carlos Wolf, estudiante de la Licenciatura en Diseño de Moda, con diplomado en sostenibilidad por el Taller *Fashion Development Project* y colaborador de *Ethical Fashion Space*, nos platicó sobre la moda sostenible y sus implicaciones.

En un mundo cada vez más consciente de los impactos ambientales y sociales surgidos de nuestras decisiones de consumo, la moda sostenible ha emergido como una poderosa fuerza de cambio. En contraste con la rápida rotación de tendencias y la producción masiva que caracteriza a la industria de la moda convencional, el movimiento hacia lo sostenible busca redefinir los estándares de belleza y elegancia con



Colección de Carlos Wolf para personas con discapacidad.



Colección *Cursed* sobre conciencia social.

Fotografía: Kaleb Urdapilleta.

un enfoque en la ética y la responsabilidad. Este cambio de mentalidad que se ha generado en la sociedad, sin embargo, se debe principalmente a las redes sociales y a los medios masivos de comunicación puesto que han permitido que la información sobre los procesos tanto de producción como de comercialización de diversas marcas de ropa sean conocidos por la sociedad permitiendo que se generen diferentes opiniones y puntos de vista sobre los efectos positivos o negativos que conllevan dichos procesos.

A nivel mundial, la sociedad enfrenta directamente las consecuencias de la contaminación generada por diversas industrias globales, entre las cuales se encuentra la industria de la moda. Esto ha dado como resultado que incluso aquellas personas que carecen de acceso a las redes sociales o a la información detallada sobre el alcance cuantitativo de estas afectaciones experimenten en su vida diaria los efectos adversos, esto se observa en cambios de temperatura, o escasez de agua, entre otros.

Es crucial resaltar que sí existen marcas de ropa que están dedicadas a producir prendas de manera más sostenible, considerando el medio ambiente como prioridad. Esto implica un análisis exhaustivo de los materiales, los procesos de fabricación y las condiciones laborales involucradas en la creación de cada prenda, con el fin de comprender su impacto ambiental y social. No obstante, el verdadero progreso hacia la sostenibilidad radica en la responsabilidad

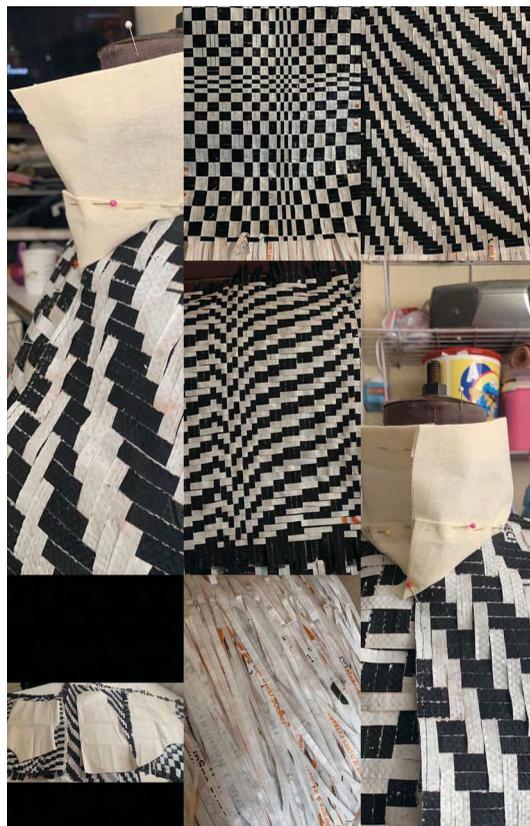


de cada marca o empresa con respecto a sus recursos disponibles.

En primer lugar, debemos repensar a qué llamamos “materiales sostenibles”, ya que comúnmente se asocia este término a textiles libres de químicos tóxicos o elaborados con el trabajo de pueblos originarios y técnicas artesanales; si bien estos materiales poseen un valor innegable, se debe de mantener una posición neutra con el uso de materiales elaborados mediante la síntesis química, ya que a pesar de que su proceso de elaboración se compone de fuentes no renovables, también requiere de una cantidad de energía y agua mucho menor en comparación con las fibras naturales, las cuales se derivan de componentes animales como la lana y la seda, o vegetales, como el algodón y el lino. Es por esto que es crucial ser conscientes de cuál es el objetivo específico de cada tipo de textil,



Moda Upcycling. Desfile de *Faustine Steinmetz* Otoño-Invierno 2018/19. Yannis Vlamos.



Colaboración entre Andrea Sánchez y Carlos Wolf, realizada con materiales reciclados.

cuál será la durabilidad de la prenda, cuáles son los cuidados que se deben de tener y cuál será su impacto después de que el consumidor adquiera la prenda.

Otro aspecto por analizar cuando se habla sobre moda sostenible es la gestión de los recursos y residuos; asunto que debe ser considerado desde la selección de materiales, donde es posible optar por textiles compuestos de una única fibra o combinaciones de fibras que faciliten el reciclaje, utilizando o adaptando la técnica de patronaje *zero waste*, que también ayudará en el manejo de residuos durante el corte y la confección. También, se deben aprovechar prácticas conocidas como el *upcycling* o el supra e infra reciclaje, en los cuales el desecho textil se transforma en un objeto de menor valor. Dentro del ámbito de la moda sostenible, existen varios modelos de negocio, desde marcas centradas en la producción local hasta aquellas que adoptan la economía circular; en el caso de

la producción local, una clara ventaja es la generación de empleo para la comunidad local, lo que contribuye a la sostenibilidad en los ámbitos social y económico, no sólo ambiental; sin embargo, la logística y la capacidad de producción pueden transformarse en desafíos si la demanda crece rápidamente y los proveedores no pueden satisfacerla. En contraste, la economía circular busca reducir el desperdicio y promover la reutilización de recursos, lo que beneficia tanto al medio ambiente como a la eficiencia económica. A veces es difícil de implementar y requerir cambios significativos en los procesos de producción, pero, en última instancia, el equilibrio entre estas consideraciones determinará la viabilidad y el impacto de cada modelo de negocio en el contexto de la moda sostenible.

Por ejemplo, si una marca no tiene la posibilidad de costear telas certificadas, aún puede contribuir cuidando sus residuos y asegurándose de que las mezclas de tejidos en sus telas

sean compatibles para facilitar el reciclaje una vez que la vida útil de la prenda haya terminado. Asimismo, no importa el tamaño de la plantilla de personal o el puesto que cada individuo desempeñe, aunque es crucial que exista un ambiente de respeto y cuidado hacia cada persona; inclusive cuando las marcas trabajan con talleres externos, es fundamental realizar visitas y garantizar que existan condiciones seguras para cada uno de los trabajadores.

Por otro lado, la implementación de la economía circular en la industria textil es complicada, ya que implica el control de múltiples aspectos de la producción, especialmente la gestión de residuos. Este enfoque debe considerarse desde el inicio del proceso, ya que la elección adecuada de materiales es fundamental para facilitar su reciclaje posterior. Lograr que un producto sea 100% reciclable es desafiante, especialmente en el caso de textiles, donde la composición de los materiales puede variar considerablemente; utilizar un tejido puro de algodón simplifica el proceso, pero al emplear otros tipos de hilos o materiales la reciclabilidad se ve comprometida, pues para reciclar estos productos es necesario desmontarlos, separando todos los componentes como botones y cierres, lo cual añade un nivel de complejidad. Aunque el reciclaje textil es un objetivo viable, requiere una cuidadosa consideración desde la etapa inicial de producción para maximizar su efectividad y viabilidad en el marco de la economía circular.

Existen certificaciones que proporcionan una guía confiable para consumidores y empresas. Estas certificaciones, emitidas por organizaciones reconocidas internacionalmente verifican que las marcas de ropa cumplan con estándares específicos en áreas como la producción ética, el uso de materiales sostenibles y la reducción del impacto ambiental. Al obtener una certificación, las marcas demuestran su compromiso con la transparencia y la responsabilidad, obteniendo la confianza de los consumidores preocupados por el origen y el impacto de su ropa; además, fomentan la competitividad y la innovación al incentivar a las empresas a mejorar de manera



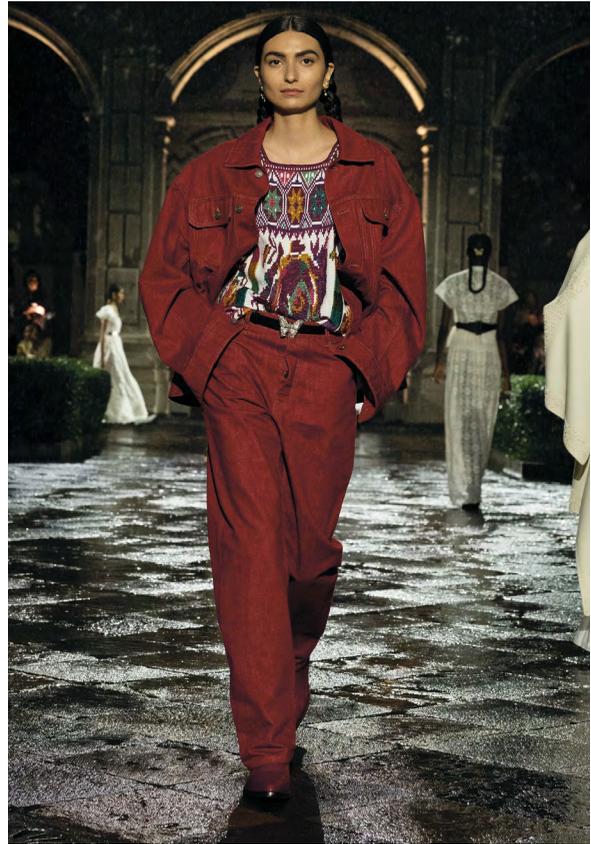
Colección de Carlos Wolf.



constante sus prácticas para cumplir con criterios cada vez más exigentes. Es importante, sin embargo, reconocer que las certificaciones no son una solución única para todos los problemas de sostenibilidad en la industria de la moda y que algunas pueden tener limitaciones en términos de alcance o rigor. Por lo tanto, es fundamental que los consumidores consideren otros factores, como la transparencia de la marca y su compromiso a largo plazo con la sostenibilidad, al tomar decisiones de compra informadas.

Como se mencionó, la colaboración comunitaria también juega un papel fundamental en el camino hacia la moda sostenible, ejemplos como el de Dior en México resaltan su importancia. Aunque puede ser controversial, esta colaboración ofrece una oportunidad para reconocer y celebrar la riqueza cultural de una región. En este caso, la marca documentó meticulosamente el proceso de creación de las piezas, destacando a los artesanos y comunidades involucradas en el proyecto. A través de sus redes sociales, Dior compartió vídeos que mostraban a los artesanos y líderes comunitarios, otorgándoles visibilidad y reconocimiento. Esta transparencia y respeto hacia las comunidades locales no sólo promueve la preservación de las tradiciones culturales, sino que también fomenta un diálogo más inclusivo y respetuoso dentro de la industria de la moda. En última instancia, ejemplos como este demuestran que la colaboración comunitaria puede ser una poderosa fuerza para impulsar la moda hacia un futuro más sostenible y ético.

Es esencial internalizar y difundir la idea de que la sostenibilidad ya no es sólo una opción, sino una obligación imperativa, dejar de percibirla como una moda pasajera o una tendencia superficial, y en su lugar reconocerla como una necesidad urgente que define el futuro de nuestro planeta y nuestras vidas. En el vasto y diverso mercado actual, donde abundan marcas con una amplia gama de precios y estilos, es nuestra responsabilidad ser selectivos y priorizar aquellas que abrazan de manera genuina prácticas sostenibles.



Colección *Cruise 2024* de Dior en México.

Es crucial desafiar la mentalidad consumista arraigada que promueve la adquisición de bienes sin considerar su impacto ambiental o social, simplemente porque están de moda o son fácilmente accesibles. Reconocer que como consumidores tenemos un poder significativo para influir en las decisiones corporativas y, por ende, en el curso del desarrollo sostenible. Si continuamos apoyando productos y empresas que no priorizan la sostenibilidad, perpetuaremos un ciclo insostenible que amenaza el equilibrio de nuestro ecosistema.

Por lo tanto, debemos asumir la responsabilidad de nuestras elecciones y comprometernos con un estilo de vida más consciente y sostenible. Cada acción, cada decisión informada, contribuye a moldear un futuro más prometedor y equitativo para las generaciones venideras.

