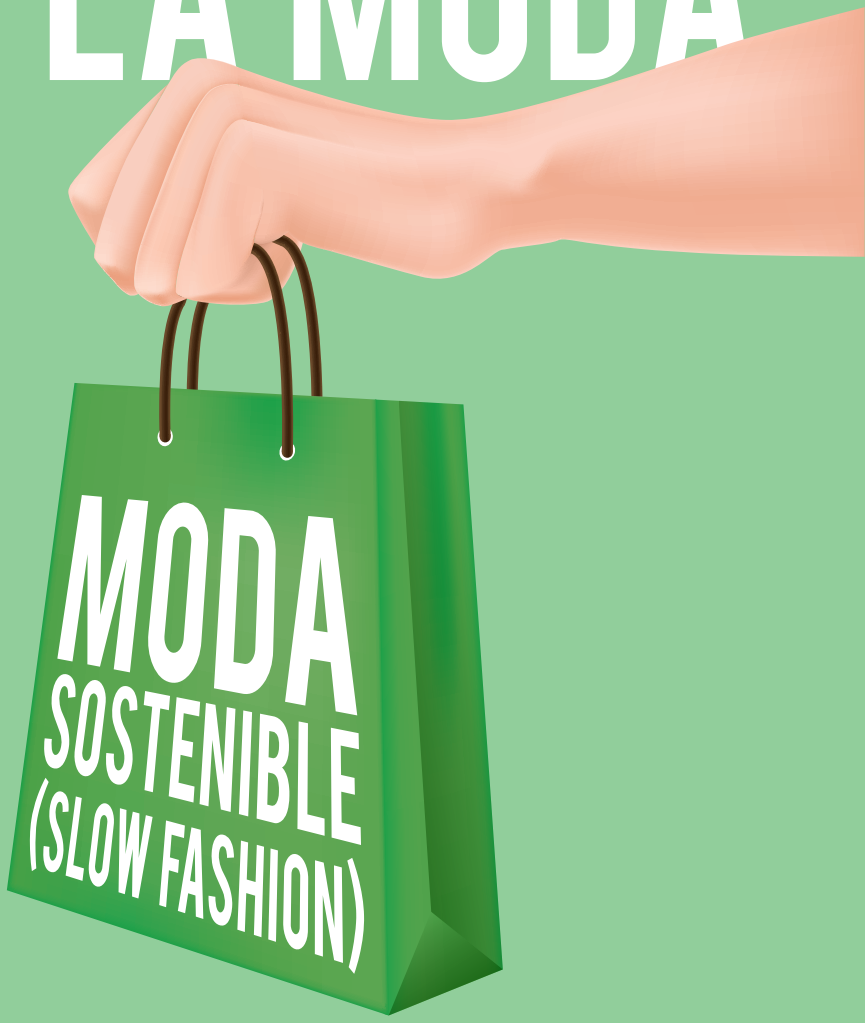
EL CONSUMO RESPONSABLE DE LA MODA



ADICAE ANDALUCÍA
Consumidores críticos, responsables y solidarios

Subvencionado por:
JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE SALUD

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, la industria de la moda se ha asociado a un consumo compulsivo y desaforado, sobre todo en las últimas décadas, en las que también hemos sido conocedores de la contaminación medioambiental y la explotación laboral que conlleva.

Pese a ello, y desde hace bastantes años, se viene desarrollando un enfoque de reflexión que se está adaptando al mundo de la moda, aunque no es suficientemente conocido como para convertirse en una alternativa de elección para los consumidores, principalmente porque son éstos últimos los que deben adoptar un papel más activo a la hora de decidirse.

Con el concepto de "moda sostenible" hacemos referencia a una alternativa de consumo de ropa que respeta más nuestro entorno y a las personas. En este sentido, se pretende un cambio de nuestro hábito de consumo de moda a través de nuestro poder de decisión sobre qué bienes consumir, reduciendo así las consecuencias negativas de la compra compulsiva anteriormente mencionada.

ALGO DE HISTORIA...

Como cualquier otro sector de producción, la moda necesita continuamente del medio ambiente (uso de materia prima) y de las personas (consumidores-trabajadores). De modo que los inicios de este nuevo planteamiento, irá de la mano de otros movimientos de concienciación de vida sostenible.

Aun así, no podemos establecer una fecha concreta a partir de la cual se pueda hablar de moda sostenible, aunque las primeras investigaciones sobre el impacto que la ropa causaba en el medio y en la ética de los consumidores comenzaron hacia 1989 en Inglaterra.

Sin embargo, el término slow fashion, traducido como moda sostenible, se acuñó en el año 2007 por Kate Fletcher, profesora de Sostenibilidad, Diseño y Moda en Londres. Este movimiento, experimentó un importante ascenso tras la catástrofe producida en el año 2013, en Bangladesh, cuando un edificio donde se producía textil y que no cumplía con medidas básicas de seguridad, se derrumbó causando la muerte de más de 1000 personas.

A partir de entonces, se incrementó la compra de prendas de comercio justo, prevaleciendo la calidad y la seguridad sobre precios accesibles de productos dañinos para el medio.

DESPUÉS DE ESTA APROXIMACIÓN... ¿CÓMO DEFINIMOS LA MODA SOSTENIBLE?

La moda sostenible o *slow fashion* es aquella que, en todos sus estadios de producción y venta, **incluye a la moda ética** -centrada en el aspecto más social– y a **la ecológica** -que incide más en el medio ambiente-, constituyendo así un espíritu de sostenibilidad que busca la relación humana igualitaria y el respeto a nuestro entorno.

En este sentido, *slow fashion* es lo opuesto a *fast fashion* o moda rápida, donde lo importante es la cantidad y rapidez en la elaboración, así como la venta a bajo precio favoreciendo el consumo urgente y desmedido.

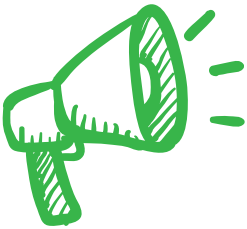
Esta tendencia sostenible constituye en sí misma una filosofía de consumo responable de ropa, de modo que no se debe asociar a unas preferencias de temporada, sino que se trata de una mentalización hacia los consumidores y usuarios de la repercusión que provocan las prendas de vestir en el medio ambiente y en el devenir de la sociedad.

Así, los materiales que se fomentan son aquellos que producen el menor impacto contaminante, enfrentándose totalmente a los productos empleados en el *fast fashion.*

OBJETIVOS

Con unas bases similares a las conformadas por el movimiento *slow food* (comida lenta) la moda sostenible pretende:

1. Combatir la moda producida en cantidades industriales.
2. Apoyar a las pequeñas empresas, el comercio justo y las prendas fabricadas localmente con productos artesanales.
3. Fomentar la compra de ropa de segunda mano o vintage así como donar las prendas que ya no se utilicen.
4. Elegir ropa fabricada con materiales sostenibles y producida éticamente.
5. Incorporar a nuestros armarios prendas clásicas y que duren más tiempo.
6. Hacer nuestras propias prendas: reparar, personalizar, alterar... para así alargar sus años de vida.
7. Reducir el consumo no comprando de forma compulsiva.



DIFERENCIAS ENTRE FAST FASHION Y SLOW FASHION

	FAST FASHION	SLOW FASHION
TAMAÑO DE EMPRESA	Gran industria.	Pequeña industria – normalmente dueños con pequeños negocios.
MATERIALES EMPLEADOS	Rayón y nylon, materiales sintéticos a base de petróleo, cobre y cromo.	Telas de origen local, telas orgánicas y naturales, así como materiales reciclados
CALIDAD	Barato y tiende a ser de baja calidad.	Puede ser costoso, pero dura años y mucho más que unos pocos lavados.
VOLUMEN	Gran volumen, con nuevos modelos en tiendas cada 2 semanas.	Bajo volumen y generalmente solo produce nuevos estilos después de cada temporada
FUERZA DE TRABAJO	Externaliza la mano de obra a talleres clandestinos en países en desarrollo.	Generalmente se queda en el ámbito local y de la comunidad.
MÉTODO	Moderno, no ético, y causa daño ambiental.	Métodos menos dañinos, a menudo tradicionales.
ÉTICA	Busca únicamente maximizar el beneficio a gran escala, sin tener en cuenta el desarrollo de los pequeños profesionales de la confección y a costa de la vulneración de los derechos de los trabajadores.	Ayuda a desarrollar pequeñas industrias de prendas de vestir en las comunidades, construyendo cooperativas para beneficiar a los trabajadores con salarios justos.
SOSTENIBILIDAD	Imposible producir ropa ética y respetuosa con el medio ambiente a la cantidad y al ritmo que exige la moda rápida manteniendo al mismo tiempo estándares de calidad y ambientalmente sostenibles.	A menor y más lenta escala, con mayor calidad.
CONTAMINACIÓN	Uso de productos químicos y tintes fuertes para producir tela y hacer ropa.	Fibras orgánicas y naturales con un proceso de fabricación seguro.

QUÉ TIPOS DE CONSUMIDORES DE MODA SOSTENIBLE PODEMOS SER:

1.- Consumidor colaborativo: busca dar movimiento a la ropa, entre amigos o familiares o también en ferias de ropa usada o vintage. Prefiere la ropa antigua y es consciente de su colaboración con el medio ambiente.

2.- Consumidor ecológico: se asocia a un estilo de vida. Sus productos, accesorios o ropa no deben ser contaminantes y, en general, tiene un estilo de vida de consumo ecológico.

3.- Consumidor innovador: busca el reciclaje de algunas prendas que ya existen reinventándolas a su gusto.

4.- Consumidor social-ético: se interesa por la moda pero se preocupa también por saber quiénes son las personas que han elaborado su ropa, es decir, si ha habido un buen trato laboral y no ha existido abuso animal.

5.- Consumidor *chic*: está muy interesado en la moda y su forma de contribuir a su sostenibilidad es usar productos que sean de duración suficiente que permita no abusar de la compra de los mismos.

6.- Consumidores *"do it yourself"*: hace sus prendas, frenando el consumo, comprando tela o renovando otra ropa que ya existe, siendo prendas únicas y sin contaminación.

7.- Consumidor creativo: tiene distintos estilos de ropa artesanal o local. Busca rescatar la cultura y promover el consumo de la localidad o de su país.

"Inconvenientes" de la elección de moda sostenible: Sólo supone realizar un cambio en nuestros hábitos de compra, que no implica un comportamiento muy diferente del que ya tenemos. Tampoco requiere esfuerzos adicionales más allá del afán de crítica y responsabilidad con el que los consumidores debemos encarar nuestro consumo.

CLAVES PARA SER UN CONSUMIDOR DE MODA RESPONSABLE:

A la hora de comprar recuerda hacerte estas preguntas clave:

¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo? ¿Estoy eligiendo por mi mismo o es una compra compulsiva? ¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a alguien? ¿Puedo pasar sin él? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo?

Una buena reflexión que permita responder con sinceridad a estas preguntas te ofrecerá una visión real de tus necesidades.

Lo ideal es asegurarte de que la prenda que vas a comprar satisfará realmente una necesidad y no un deseo/capricho.

A continuación plantea el tipo de comercio al que te gustaría favorecer sin olvidar que los productos locales, ecológicos, reutilizados y reciclados responden a un mayor respeto social y medioambiental. Para ello, pide información sobre las repercusiones que han podido causar el tipo de prenda que te interesa comprar → **es tu derecho.**

Asegúrate de la calidad de lo que compras, pues así te durará más. Haz un buen mantenimiento de los productos, teniendo presente la vida útil del mismo y otros tipos de uso.

No dejes de buscar alternativas: segunda mano, intercambios, reparación. En ocasiones, reportan otro tipo de satisfacciones (conocer nuevos métodos, interactuar con otras personas etc.).

ADICAE invita a la reflexión mostrando el ciclo de vida de algunas prendas:

Camiseta de algodón:

Fabricar una camiseta de algodón de ***250 gramos supone un consumo de 2.900 litros de agua*** y, además, el uso intensivo del suelo provoca la ***pérdida de 120.000 kilómetros cuadrados de terrenos cultivables.***

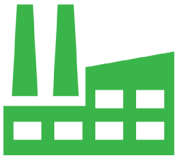
CICLO DE VIDA DE UNA CAMISETA DE ALGODÓN DE 250 GRAMOS.

1. CULTIVOS DE ALGODÓN

El uso intensivo del suelo provoca la pérdida anual de **120.000 km²** de tierra cultivable.

2. USO DE PESTICIDAS

El algodón consume **el 25%** de los pesticidas.



3. ENERGÍA E IMPACTO SOCIAL

Transformación de la materia en fábricas y condiciones en las que se trabaja.

4. HUELLA HÍDRICA

El consumo de agua de una camiseta de 250 gramos son **2.900 litros.**

5. USO DE TÓXICOS

La presencia de tóxicos en procesos como los tintes afectan al suelo, a la biodiversidad y a la salud humana.

6. DESECHO: VERTEDERO O REUTILIZACIÓN

Se trata de cerrar el círculo, tanto en el consumo como con el Medio Ambiente.

CICLO DE VIDA DE UN PANTALÓN VAQUERO

1. UNOS 1.700 LITROS DE AGUA POR CADA KILO DE FIBRA DE ALGODÓN

2. PESTICIDAS Y HERBICIDAS

3. FABRICACIÓN DEL HILO Y DEL TEJIDO VAQUERO (Y BOTONES Y REMACHES)

4. LOS PANTALONES VAN A REQUERIR 1,5m² DE TELA

5. TRATAMIENTOS QUÍMICOS PARA DAS ASPECTO DE GASTADO

6. TRANSPORTE HASTA LA TIENDA

7. USO DE LOS PANTALONES

8. GESTIÓN COMO RESIDUOS

NORMATIVA

No existe una Ley como tal que regule una producción sostenible de moda en nuestro país, ni siquiera a nivel europeo hay normativa consolidada.

Ante la falta de una legislación, son cada vez más los sellos reguladores que garantizan unos procesos limpios en la manufactura de la prenda (Global Organic Textile Standard -GOTS-, Textil Exchange, Oeko-Tex etc.)

Sin embargo, algunos productos como las prendas de curtición natural son muy difíciles y demasiado costosas de controlar, entre otras razones porque tampoco existen unos parámetros legalmente establecidos. En estas situaciones, es importante asegurarse de la revisión de los propios procesos de elaboración y tintado.

El etiquetado y la composición de las prendas en España se regula por el Real Decreto 928/1987, de 5 de junio, modificado posteriormente por el Real Decreto 396/1990, de 16 de marzo relativo al etiquetado de composición y Real Decreto 1748/1998, de 31 julio en lo referente a los anexos del RD 928/1987.

...Y CÓMO CONSUMIDORES, ¿QUÉ DEBEMOS TENER EN CUENTA EN EL ETIQUETADO DE NUESTRAS PRENDAS?

- Que: se prohíbe cualquier publicidad o promoción que tienda a equívocos sobre la naturaleza, composición y origen de los productos textiles.
- Que: no se pueden emplear inscripciones o diseños asociados a una fibra textil determinada si la prenda no contiene una cantidad igual o superior al 85% de dicha fibra.
- Que: queda prohibida la utilización de **derivados compuestos** de fibras si dicha fibra no se indica en el etiquetado.

ADICAE - ANDALUCÍA

AVENIDA MARQUÉS DE PICKMAN, Nº 15, 1º OFICINA 1
(SEVILLA) C.P. 41005
Tfno: 954652434 Fax: 954709300
coordinacionandalucia@adicae.net

SEDES DE ANDALUCÍA

ADICAE – SEVILLA

AVENIDA MARQUÉS DE PICKMAN, Nº 15, 1º OFICINA 1
(SEVILLA) C.P. 41005
Tfno: 954652434 Fax: 954709300
coordinacionandalucia@adicae.net

ADICAE - MÁLAGA

CALLE SALITRE, Nº 11, PLANTA 3ª DESPACHO 9-10
(MÁLAGA) C.P. 29002
Tfno: 952352423
malaga@adicae.net

ADICAE - GRANADA

PLAZA DEL CAMPILLO, Nº 2, 1º G, EDIFICIO MACIA
(GRANADA) C.P. 18009
Tfno: 958229680
granada@adicae.net

ADICAE - CÓRDOBA

CALLE MARÍA CRISTINA, Nº 13,
CENTRO DE NEGOCIOS, OFICINA 107
(CÓRDOBA) C.P. 14002
Tfno: 957472864
cordoba@adicae.net

ADICAE - CÁDIZ

CALLE BARBATE nº 62 (TRIPLICADO) 1º D
(CÁDIZ) C.P. 11012
Tfno: 956075541
cadiz@adicae.net

ADICAE - JAÉN

CALLE SANTO REINO Nº 4, 2º C
(JAÉN) C.P. 23003
(FRENTE A BIBLIOTECA PÚBLICA DE JAÉN)
Tfno: 953822657
jaen@adicae.net

ADICAE - HUELVA

CALLE ALFONSO XIII, Nº 5, BAJO - A
(HUELVA) C.P. 21002
Tfno: 959280517
huelva@adicae.net

ADICAE - ALMERÍA

CALLE CALLE LUIS DE BAEZA
(JUNTO A LA BOLA AZUL), Nº 4
ESPACIO ATENEO
(ALMERÍA) C.P. 04009
Tfno: 950106484 - 609783281
almeria@adicae.net

ADICAE ANDALUCÍA
Consumidores críticos, responsables y solidarios

Depósito Legal: SE 2239 - 2017
Su contenido es responsabilidad
exclusiva de la Asociación.