

VESTIR UN MUNDO SOSTENIBLE

La moda de
ser humanos
en una industria
polémica

MIGUEL ÁNGEL GARDETTI
MARÍA LOURDES DELGADO LUQUE

Palabras de: Teresa Sádaba, directora de ISEM Fashion Business School
y Flavio Fuertes, Pacto Mundial (Naciones Unidas)





VESTIR UN MUNDO SOSTENIBLE

**LA MODA DE SER HUMANOS
EN UNA INDUSTRIA POLÉMICA**

VESTIR UN MUNDO SOSTENIBLE

LA MODA DE SER HUMANOS
EN UNA INDUSTRIA POLÉMICA

MIGUEL ÁNGEL GARDETTI
MARÍA LOURDES DELGADO LUQUE



MADRID BARCELONA MÉXICO D.F. MONTERREY
BOGOTÁ BUENOS AIRES LONDRES NUEVA YORK

Contenido

[Agradecimientos](#)

[Prólogo de Teresa Sádaba](#)

[Los autores sobre este libro...](#)

[Breve descripción de la estructura del libro...](#)

[Para los docentes...](#)

[Bibliografía](#)

[La sostenibilidad y las personas: ¿qué es el desarrollo sostenible a nivel individual?](#)

[Desarrollo sostenible: una breve introducción](#)

[Desarrollo sostenible a nivel individual: la clave para los textiles y la moda sostenible](#)

[Bibliografía](#)

[Humanismo sostenible: cómo luchar por una humanidad sostenible](#)

[La persona como ser social y las virtudes éticas \(humanas\) de las personas](#)

[Persona](#)

[Virtudes](#)

[Caso ARRROPA](#)

[¿Qué es ARRROPA?](#)

[Conclusión](#)

[Bibliografía](#)

[¿Qué es la moda?... Reflexiones](#)

[Introducción](#)

[Moda, Sistema de Moda, Industria de Moda](#)

[Bibliografía](#)

[La moda como vehículo de comunicación de los valores del desarrollo sostenible](#)

[Estado actual de la industria de la moda](#)

[Sostenibilidad y moda sostenible](#)

[Bibliografía](#)

[\(Una mirada a\) la moda como vehículo de transmisión de valores en la familia](#)

[Cómo afrontar el impacto de las tendencias de moda en el entorno familiar](#)

[Bibliografía](#)

[La moda como herramienta de diálogo, comunicación y pacificación: el papel de la moda en los procesos de civilización y desarrollo de los pueblos](#)

[Introducción](#)

[La moda como herramienta de diálogo y comunicación](#)

[La moda como herramienta de pacificación](#)

[La moda como herramienta de pacificación: el desarrollo](#)

[La moda como herramienta de pacificación:el softpower](#)

[La moda como herramienta de pacificación:arma para sanar las heridas del corazón](#)

[La moda como herramienta civilizadora](#)

[Joyas con propósitos de paz](#)

[Bibliografía](#)

[Conclusiones](#)

[Bibliografía](#)

Agradecimientos

De María Lourdes Delgado Luque

Toda primera vez suele tener un encanto especial. Y si es un libro, mucho más. Muchas gracias a todas las personas que han estado a mi lado, en el momento oportuno, para iluminar mi camino, humana y profesionalmente.

Especialmente, a Reyes Alonso del Real, Regina Arrondo, Lales Cabrera, Pilar Campos, Lili Cuadrado, Aurora Egea, Mercedes Escobar. Charo García, M^a Teresa García, Belén Luque, Marisol Márquez, Lourdes Martín, José Ogallar, Isabel Rodríguez y Marta Cristina Sánchez.

También a todas aquellas personas a las que me sería imposible nombrar, por formar parte de un sinfín de nombres conocidos y anónimos que, de una forma u otra, me han ayudado a culminar esta etapa de mi vida.

Pero, sobre todo, a Miguel Ángel Gardetti, por haber hecho posible este sueño y por haberse convertido en mi maestro y mi guía.

De Miguel Ángel Gardetti

Quiero agradecer -en primer término- a la Dra. Lourdes Delgado Luque, coautora de este libro y profesora visitante del Centro Textil Sustentable. Sin ella este libro no hubiese sido posible.

Deseo agradecer a Susana Saulquin, por permitir convertir nuestra relación académica en un vínculo afectivo profundo. A Flavio Fuertes y a la Red Argentina del Pacto Mundial (de Naciones Unidas), con la que organizamos el Programa de

Formación de Líderes para el Cambio en el Sector Textil y de la Moda, programa que ya desarrolló su cuarta edición en 2017.

También quiero agradecer a varios académicos que, no solo me permitieron aprender de ellos, sino que me han otorgado su confianza: Esben Rahbek Gjerdrum Pedersen, de Copenhagen Business School; Kate Fletcher, del [Centre for Sustainable Fashion](#) (University of the Arts London) y, también, por ser miembro del Consejo del Centro Textil Sustentable; y Subramanian Senthilkannan Muthu, con quien he editado varios libros.

A Gloria y a Sofía y, principalmente, a mis dos hijas Macarena y Guadalupe.

De Lourdes Delgado Luque y Miguel Ángel Gardetti

Un profundo agradecimiento a la Sra. Teresa Sádaba Garraza, Deán de la Junta Directiva que preside ISEM Fashion Business School (España), por haber escrito el prólogo. También a Flavio Fuertes, del Programa de Desarrollo de Naciones Unidas y Punto Focal de Naciones Unidas en la Red Argentina del Pacto Mundial, por escribir el prefacio. Es un gran placer y honor para nosotros.

También agradecemos a Victoria Celeste Zaccari, por su colaboración en desarrollar los capítulos 1 y 4 y ser autora del capítulo 3.

Por último, agradecemos a todo el equipo de la Editorial LID, en especial a María Laura Caruso y a Lía Sottanis, por acompañarnos en este proyecto.

Prólogo de Teresa Sádaba

Directora de ISEM Fashion Business School

A la globalización y los cambios tecnológicos, hay que añadir un fenómeno que está transformando de manera radical el sector de la moda. Se trata de la sostenibilidad, que impacta, de manera determinante, en toda la cadena de valor de la moda: desde la materia prima, los suministros, los proveedores, los residuos, el uso del agua, el espacio físico del punto de venta, etc.

De este modo, no es de extrañar que la sostenibilidad esté en boca de todos en la industria y que todos se planteen cómo abordarla desde su experiencia concreta. Sea por las exigencias que comienzan a plantear los reguladores, o porque un número creciente de consumidores reclama cierto comportamiento de las marcas, las empresas de moda y del lujo, viven un interesante momento de reflexión y de acción posterior con el que configurarán el panorama de la moda de los próximos años. Y sin duda, este será diferente al que contemplamos hoy.

Sin embargo, por lo novedoso y profundo del asunto que nos concierne, todavía no existen pautas claras acerca de cómo actuar, y ni siquiera hay un acuerdo firme sobre qué es y qué no es sostenible en el mundo de la moda. Tampoco, desde el punto de vista académico, se encuentran muchas obras que puedan responder a esta inquietud. Nos hallamos, por lo tanto, ante un panorama de gran magnitud, pero de fronteras y definiciones tan amplias como difusas.

Por este motivo, resulta doblemente significativo el valor del libro que presentamos. Por un lado, nos ayuda a

comprender mejor el concepto y las dimensiones de la sostenibilidad en la moda, teniendo siempre en cuenta el carácter polisémico de la moda y de todas sus vertientes; por otro, nos plantea oportunidades de transformación y mejora para el sector.

En efecto, los distintos autores de esta obra conciben la sostenibilidad como una ocasión de cambio, que posibilita nuevas formas de hacer y de consumir. No se trata de una tarea pesada más, que las empresas tienen que afrontar para estar al día o incluso para sobrevivir, sino más bien un planteamiento estratégico que lleva a otros modos de fabricar, de distribuir y de vender. Porque, por cierto, la sostenibilidad trae consigo al menos dos buenas noticias que conviene destacar y que subyacen a los capítulos que configuran esta obra: la visión a largo plazo, fuera de los cortoplacismos imperantes en la industria durante mucho tiempo, y finalmente, y sin caer en la ingenuidad, el planteamiento de cómo mejorar la vida de los demás y de nuestro entorno.

Liderados por el profesor Miguel Ángel Gardetti, uno de los mayores expertos en la materia, y director del Centro Textil Sustentable y del Centro de Estudios para el Lujo Sustentable, los autores de este libro nos ofrecen además un concepto de gran interés sobre el que profundizar en la reflexión sobre la sostenibilidad: el humanismo sostenible. Para evitar visiones sesgadas o parciales de la sostenibilidad, el humanismo sostenible pone a la persona en el centro, y avanza así con una respuesta omnicomprensiva, que incluye las cuestiones medioambientales, como parte de un todo. Las empresas de moda tienen así un modelo en el que reflejarse y una pauta para trabajar en su transformación.

Desde esta visión humanista, integradora y multifacética, la sostenibilidad se presenta como un concepto connatural a la moda, comprensible para el sector, y exigente también para el consumidor.

Y es que la moda y su industria tienen una gran responsabilidad por delante, ya que son al mismo tiempo reflejo de lo que sucede en la sociedad y motor de grandes cambios. Lo que la moda pueda proponer en este sentido puede ayudarnos a mejorar también de modo colectivo como sociedad. No puedo estar más de acuerdo con que la moda, tal y como se sostiene en este libro, tiene un componente pedagógico, social y también familiar, ya que puede convertirse en un instrumento que ayude a comprendernos mejor como personas y como parte de una cultura.

Madrid, Enero 2018

Los autores sobre este libro...

Desde la visión de la sostenibilidad, la industria textil y del vestir -se trate de prenda de moda o no-, operan a expensas del medio ambiente y de ciertos factores sociales: se utilizan importantes cantidades de agua y energía (dos de los factores de mayor preocupación en el mundo), además de generar residuos, efluentes y contaminación. En referencia a los aspectos sociales, se han perdido puestos de trabajo no calificados en regiones que dependían, en gran medida, de estas industrias. Otro grave problema, aún no resuelto, es el de la flexibilidad, cada vez mayor, que precisan las empresas de la industria textil y de la indumentaria. Frente a la presión generada por la competencia internacional, resulta difícil para las empresas garantizar una estabilidad duradera en el empleo. No menos importante es el trabajo clandestino que prolifera, tanto en los países en desarrollo, como en los países desarrollados. El trabajo infantil sigue siendo una realidad en este sector, pese a que la presión creciente de diferentes organismos comienza a reducir tal tendencia. Y la moda, por su parte, y en la peor de sus formas, alienta el consumo desmedido, propicia valores banales para llegar a la felicidad, además de provocar estrés e inseguridad en el consumidor y efectos muy nocivos a la salud, como la bulimia y la anorexia. Pero la moda y los textiles pueden ser un vehículo para mejores condiciones de vida, para la enseñanza y transmisión de valores en la familia, y fuera de ella, y puede ser también instrumento de diálogo entre los pueblos. Los que hemos participado de este libro -incluida Victoria C. Zaccari- pertenecemos al Centro Textil Sustentable¹ y consideramos

que la cuestión sostenible pierde su sentido si deja al margen la realidad personal del ser humano. Es una cuestión de valores y de su relación con las virtudes.

Breve descripción de la estructura del libro...

El libro comienza con “La sostenibilidad y las personas: ¿qué es el desarrollo sostenible a nivel individual”. En este capítulo se describe que todo es efecto de una formación cultural uniforme, seriada y masiva, y que, quizás, ello haya sido útil hace algún tiempo, pero que, actualmente, rebalsó. Esta manera de interactuar, de consumir e incluso de convivir, es insana. También este capítulo propone una búsqueda del “significado” y de “valores profundos” (Rimanoczy, 2013). Según André L. Delbecq, en su trabajo *Willing to be God's Fool*, del año 2007, es necesario desarrollar las cualidades de la humildad, agradecimiento y respeto por otros, y reconocer la grandeza de este mundo y todo lo que habita en él. No fue el primero: ya Mather Luther King Jr. (1959) habló de ser humildes, responsables y activos en cuanto a lo que nos toca realizar.

“Humanismo sostenible: cómo luchar por una humanidad sostenible” es el capítulo que continúa. En él se afronta el tema nuclear de nuestro libro, el humanismo sostenible. Consideramos que la cuestión sostenible pierde su sentido, si deja al margen la realidad personal del ser humano. Se aborda la cuestión de la persona como ser social y su relación con el desarrollo ético de las virtudes humanas. Nos preguntamos acerca de los valores y su relación con las virtudes, así como sobre la facultad de conocer, interiorizar y practicar las virtudes. Nos hemos planteado acerca de la necesidad de aprender a ser personas humanas y vivir éticamente. Entonces, entramos en el tema de las

relaciones humanas y su papel en el cultivo y aprendizaje de los valores, cuestionándonos si existe una crisis de valores, o crisis de capacidades. Como conclusión se aborda el caso de ARRROPA, como ejemplo en el que se verifica lo planteado en el capítulo.

El Capítulo 3, denominado “¿Qué es la moda?... Reflexiones”, y cuya autora es Victoria Celeste Zaccari, además de tomar las definiciones del concepto realizadas por varios autores, intenta analizar, reflexionar y plantear, interrogantes acerca de cómo percibimos la moda, las relaciones que armamos en torno a la misma y, al mismo tiempo, propone replantear la situación actual. El capítulo es una revisión y una reinterpretación de distintos conceptos: cuerpo, mujer, varón, prendas, vínculos, decisiones y consumo. Por otra parte, se trata de establecer, trazar un plano compuesto por la moda en sí misma, junto con el sistema de la moda y la industria textil y de la indumentaria. Estamos atravesando un largo período de inflexión que afecta a todos los aspectos de nuestra cotidianidad. La moda marca la cosmovisión de cada sociedad, por lo cual es esencial comprenderla, lo más ampliamente posible.

Seguidamente, el Capítulo 4, “La moda como vehículo de comunicación de los valores del desarrollo sostenible”, comienza exponiendo los impactos que tiene la industria actual de los textiles y la indumentaria, pero tomando estas consecuencias como punto de inflexión para proponer una reflexión junto al lector: se plantea una alternativa, una forma de percibir la moda como una posibilidad para generar un cambio, convirtiendo los impactos negativos, de manera progresiva, en impactos positivos. Para enmarcar la sostenibilidad en la realidad, se presentan cuatro casos de emprendedores que están cambiando la industria, cada uno desde su saber hacer. A través de su trabajo, transmiten y

ponen en práctica los valores que creen necesarios para cada sociedad. Artesanía, diseño, innovación, upcycling y fotografía, son los canales que utilizan para darle un nuevo sentido a la moda.

“[Una mirada a] la moda como vehículo de transmisión de valores en la familia” es el capítulo que sigue. Aquí, en primer lugar, salta a la vista que la imagen corporal derivada de la moda y de los modelos publicitarios forma parte de la vida cotidiana de manera inevitable (Alegret, et al., 2005). Si bien es cierto que las modas en la anatomía han variado a lo largo de la historia (Lurie, 2002), en la actualidad, son los medios de comunicación, las redes sociales, la publicidad y la moda los principales canales a través de los que se transmiten los mensajes destinados a favorecer el consumo y el gasto. Estos pueden resultar excluyentes, marginales o generar falta de reconocimiento, a través de la creencia de que la imagen corporal perfecta – de acuerdo con los cánones de belleza actual– es garantía de éxito y bienestar psíquico, sin tener en cuenta aspectos como la personalidad, las relaciones con los demás, con el entorno, o los intereses personales.

En el capítulo 6, denominado “La moda como herramienta de diálogo, comunicación y pacificación: el papel de la moda en los procesos de civilización y desarrollo de los pueblos”, los autores manifiestan el convencimiento de que la moda es una excelente herramienta de diálogo y comunicación entre los pueblos y un instrumento de pacificación. Pero esto exige querer aprenderlo (Losada, 2008), a fin de emplearlo como herramienta de comunicación para dichos fines. Y para esto es necesario que, tanto gobiernos, instituciones, como marcas, se pregunten por su propósito humano y medioambiental.

Consideramos que la moda puede colaborar en la edificación de la paz mundial, no como algo que ejerce su acción desde fuera, sino como parte de los procesos culturales de los pueblos.

Educación y desarrollo cultural son la base del desarrollo personal y de la identidad, como declara en la misma entrevista Ayissi “Si no sabemos lo que somos, de dónde venimos, cuál es nuestra propia historia, no somos nada” (Dongmo, 2013).

Los ejemplos que se han comentado en este capítulo presentan la moda, también, como una excelente colaboradora en la redención del corazón humano. Las heridas más difíciles de cerrar son las de la guerra, y, aun así, la moda posee armas para ayudar a sanarlas.

Y, por último, que no se trata de un capítulo, se presentan algunas reflexiones a modo de conclusiones.

Para los docentes...

Dada la importancia que nosotros -los autores- asignamos a este tema, hemos desarrollado una publicación virtual complementaria, que contiene algunas actividades a desarrollar en clase, divididas por capítulo. Estas actividades son ilustrativas y no tienen la pretensión de que se utilicen, en clase, tal cual están. Queremos que sean disparadoras de ideas que puedan desarrollar ustedes, aun con mayor eficacia. Esta publicación debe solicitarse por e-mail a:

LID Editorial: argentina@lideditorial.com, indicando nombre y apellido, institución, carrera, materia y cuál sería el objetivo primordial para su uso.

Una aclaración...

En este libro se toma “sostenibilidad” / “sostenible” en lugar de sustentabilidad y sustentable para seguir los lineamientos de la Organización de las Naciones Unidas. Además el Diccionario de la Real Academia Española hace una distinción entre dichas palabras:

Sostenible:

adj. Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al ambiente. Desarrollo, economía sostenible.

Sustentable:

adj. Que se puede sustentar o defender con razones.

Bibliografía

Alegret, J., Comellas, M. J., Font, P., & Funes, J. (2005). Adolescentes. Relaciones con los padres. Drogas sexualidad y culto al cuerpo. Barcelona: Editorial Graó, de IRIF, S.L.

Delbecq, A. L. (2007). Willing to be God's Fool. En Pruzan P. y Pruzan Mikkelsen K. (Eds.) Leading with Wisdom - Spiritual-based leadership in Business. Sheffield: Greenleaf Publishing. Pp. 184-191.

Dongmo, S. (2013, septiembre 18). Mode: Imane Ayissi en toute liberté. Recuperado 16 de julio de 2017, a partir de <http://stephaniedongmo.blogspot.com.es/2013/09/mode-imane-ayissi-en-toute-liberte.html>

King Jr. M. L. (1959). The Measure of Man. Filadelfia: The Christian Education Press.

Lurie, A. (2002). El lenguaje de la moda. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica S. A.

Rimanoczy, I. (2013). Big Bang Being - Developing the Sustainability Mindset. Sheffield: Greenleaf Publishing.

1. Esta organización se creó en 2008, con la intención de brindar al sector textil y de la moda una perspectiva más amplia que garantice que los temas sociales y ambientales sean totalmente integrados en la toma de decisiones, adoptando una apropiada apreciación del desafío estratégico de la sostenibilidad. Este Centro -que depende del Instituto de Estudios para la sostenibilidad Corporativa, perteneciente, este último, a la Fundación de Estudios e Investigaciones Superiores- promueve una visión holística, multidimensional y más sostenible del sector textil y de la moda, a través de la generación y transferencia de conocimiento, la educación y el desarrollo de capacidades y de las alianzas estratégicas.

El CTS -al depender del Instituto de Estudios para la sostenibilidad Corporativa- está adherido a los Principios de Educación Responsable en Management, que es una iniciativa de Naciones Unidas, para que las casas de estudios dirijan su investigación y enseñanza para que la sostenibilidad adquiera una condición más importante e incluso sistemática. Y, por la misma razón, es adherente al Pacto Mundial también de Naciones Unidas. Ver www.ctextilsustentable.org.ar y <https://www.facebook.com/ctextilsustentable/>

01

La sostenibilidad y las personas: ¿qué es el desarrollo sostenible a nivel individual?[2](#)

Desarrollo sostenible: una breve introducción

En 1992, se llevó a cabo, en Río de Janeiro (Brasil), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, denominada la “Cumbre de la Tierra”. El objetivo central consistió en identificar los principios que guiarían las acciones hacia el “desarrollo sostenible”, en el futuro. El documento “Agenda 21”[3](#) tuvo autoridad política y moral (Mather y Chapman, 1995). Previamente, en 1987, se completó el Informe de la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo (WCED) -Nuestro Futuro Común-, también denominado Informe Brundtland. Este informe popularizó -no definió (Hunt y Johnson, 1996)- el concepto de desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas propias (WCED, 1987).[4](#)

A pesar de que, literalmente, el desarrollo sostenible se refiere a mantener el desarrollo a través del tiempo (Elliott, 1994), no todos aceptan que la conceptualización del

desarrollo sostenible definida por el Informe Brundtland sea la mejor. Por ejemplo, Daly (1996) cuestiona el énfasis en el crecimiento, señalando que el crecimiento (aumento cuantitativo en la producción) no es meramente lo mismo que el desarrollo (mejora cualitativa de las vidas de las personas). Además, argumenta que, en muchos casos, el crecimiento no ha conducido al desarrollo, sino más bien a una disminución significativa de la calidad de vida humana. Sostiene que la economía debe concebirse como parte del ecosistema y, en consecuencia, debemos abandonar el ideal del crecimiento económico. Otros autores –como Mitchell (1997), Redcliff (1987 y 1997), O’Riordan, (1995)– también critican el concepto. En particular, Redflict (2006, p. 82) va un poco más allá, diciendo que “una mirada crítica a los discursos del desarrollo sostenible sugiere, hoy, que la necesidad percibida de una gestión global del medio ambiente se debe, en parte, a la suposición de que proporcionó una forma de corregir las anomalías de la política económica y comercial”.

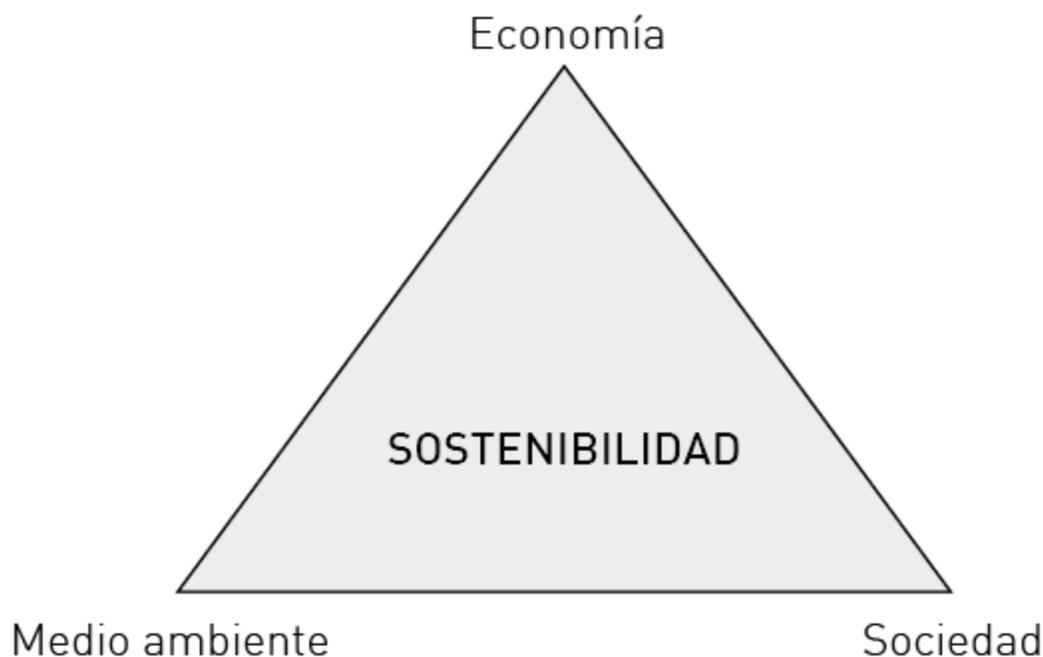
Schaltegger, Burritt y Petersen (2003), argumentan que la conceptualización del WCED, no solo se relaciona con la equidad intergeneracional (igualdad entre las generaciones), sino también con la igualdad intrageneracional (igualdad entre los miembros de una generación dada).

El Informe Brundtland puede ser considerado como el punto de comienzo de las discusiones sobre desarrollo sostenible, constituyendo así un cambio político importante (Mebratu, 1998).

Carl Frankel, en su libro “In Earth’s Company”, de 1998, explora la evolución de este concepto y encuentra que la sostenibilidad está caracterizada por la armonía de tres elementos: economía, medio ambiente e igualdad social. Es

lo que, por lo común, se denomina “la tríada de la sostenibilidad” (ver Figura 1.1).

Figura 1.1 - La tríada de la sostenibilidad



Fuente: elaborado por los autores.

Aun así, Paul Gilding afirma, en su trabajo “Sustainability-Doing It” (2000), que, solo considerando los aspectos sociales y ambientales, se pierde mucho de la “complejidad” de la sostenibilidad. El autor dice que, en el proceso de decisión, las tendencias globales también deberían ser consideradas. Por ejemplo, la evolución del movimiento ambiental, el triunfo del capitalismo sobre el comunismo, los cambios de rol en los gobiernos, la evolución del rol de la sociedad civil en el desarrollo de políticas y regulaciones, la globalización, el desarrollo tecnológico y la revolución de las comunicaciones.