

MODA PUNTO MEDIO

Andrés Sánchez Navarro y Lua Cheia Palacios

Resumen:

La industria textil es la segunda más contaminante en el mundo, no sólo por sus procesos de elaboración, sino también porque sigue un ideario del fast fashion "moda pronta o rápida" que demuestra una clara ideología consumista, trayendo consigo también un sin número de consecuencias negativas, no únicamente ambientales, ya que incluye ámbitos sociales y económicos. Por ello se proponen varias alternativas y/o soluciones para finiquitar con estas actividades. Como caso puntual el slow fashion "Moda lenta" plantea un camino más sostenible, empático y respetuoso con el medio ambiente, los trabajadores y los clientes (consumidores).

Abstract:

The textile industry is the second most polluting in the world, not only because of its manufacturing processes, but also because it follows an ideology of fast fashion "or fast fashion" that demonstrates a clear consumerist ideology, also bringing with it a series of consequences not only environmental. , as it includes negative social and economic environments. Therefore, several alternatives and/or solutions are proposed to put an end to these activities. As a specific case, slow fashion "Moda Slow" proposes a more sustainable, empathetic and respectful way with the environment, workers and customers (consumers).

Palabras claves:

Slow Fashion, Fast Fashion, Emancipación, Consumismo e Identidad.

Objetivo:

Introducir o proporcionar un método de cambio y mezcla del slow fashion y el fast fashion, para romper con el modelo ideológico consumista, creando una nueva identidad de consumo en el mercado de la moda.

Introducción:

Este documento busca informar a los consumidores latinos, que conozcan en determinada medida el impacto ambiental, social, económico y cultural, en el que hemos estado, debido al arraigamiento que se tiene con otras doctrinas ajenas a nuestros orígenes, especialmente cuando consumimos diariamente tendencias y/o modas provenientes del extranjero. A lo largo de la investigación se atiende de forma particular a la problemática inherente de cada uno de los actores y las posibles vías de salida para solventar el problema.

Justificación:

Este trabajo está escrito con el propósito de dar una visión más amplia de las diferentes ideologías que se encuentran en el campo de la moda y como nos hemos visto afectados tanto positiva como negativamente.



Fast Fashion (Perspectiva histórica)

El consumo fast fashion comienza desde el momento en que las personas buscan ropa más barata y asequible, aunque el término nació en los años 80 cuando las tiendas multimarca y los grandes almacenes, que representaban un 70% por ciento de las ventas en ese momento, luego se trasladaron a los establecimientos propios con el objetivo de cuidar un poco más el concepto de la marca. Con el paso del tiempo se hizo cada vez más presente en la sociedad y tiene como fundamento la producción acelerada y masiva ofreciendo productos de bajo costo y calidad (UDLAP, 2021).

Además, esta lógica de producción acelerada implica mano de obra de bajo costo en donde muchas veces los trabajadores no cuentan con todas las garantías al desempeñar sus labores. Esto quiere decir que el fast fashion es causante de problemáticas ambientales y sociales.

En las últimas décadas, la producción y el consumo de moda no ha dejado de crecer. Las colecciones se multiplican, las tendencias se solapan y las prendas acortan su vida útil en una espiral de cambio sin precedentes. A comienzos de este siglo, muchas marcas de moda deslocalizan sus fábricas en busca de mano de obra barata, siendo un impulso definitivo para el fast fashion, generando productos low cost que nos permiten comprar ropa cada semana.

Hemos olvidado cómo se produce la ropa, el trabajo que hay detrás de cada prenda y cuánto debería costar. Pero el problema no es sólo lo que consumimos, sino que ese consumo sostenido afecta de lleno al planeta. Consideramos que podría ser mejor si las empresas se dieran cuenta de que es más apropiado ajustar la capacidad al tamaño adecuado, que se trabaje la calidad sobre la cantidad y que se exploren diferentes modelos de negocio con un nuevo enfoque para crecer más fuertes, junto con sus socios, personas dentro de su cadena de suministro y del gran sistema del que ya forman parte.

Emancipación del consumo excesivo- fast fashion:

Como **emancipación** se denomina la liberación de cualquier clase de vínculo o dependencia de una cosa frente a otra. Así mismo la emancipación puede asociarse a la recuperación de la libertad para tomar decisiones, actuar, y determinar su propio rumbo. De allí la emancipación puede referirse a muchas situaciones en que un individuo se libera de los vínculos que lo atan. Esto, relacionándolo con moda podemos identificar que sus lazos o necesidades tienen que ver con sus pasiones, deseos y ello juntándose con sus experiencias.

Por otro lado, el **consumismo** es una tendencia que consiste en comprar y/o acumular bienes y servicios, que en muchas ocasiones no son necesarios para las personas. El consumismo es un fenómeno económico, social y político, que se ha desarrollado a lo largo del tiempo, como consecuencia de los diversos modelos de producción implementada tras el capitalismo y reforzados por la publicidad (**Morales, 2019**).

Es decir, el consumismo incita a la adquisición de objetos o servicios a fin de encontrar la identidad personal, el ideal de felicidad o la satisfacción que las personas no pueden obtener de otra manera, esto también podría llamarse consumo impulsivo, que es cuando el usuario está influenciado directamente por la publicidad y considera que necesita de tal producto o servicio para sentirse mejor.

No es fácil mantenerse al margen de esa manía de querer adquirir bienes que en muchas ocasiones no son necesarios , y se podría afirmar que es muy difícil quedar fuera de las dinámicas de consumo porque las hemos normalizado y son nuestro día a día. La publicidad y los medios de comunicación influyen para que un producto se ponga de moda introduciéndose de esta manera en la mente del consumidor y formando una necesidad que conduce a la búsqueda y renovación de algún producto (**Cassoles, 2022**).

También podría incluir que el consumo de determinados bienes está asociado a los estereotipos y a ciertas características como éxito, prestigio. Lo que estamos comprando pasa a definirnos y se vuelve una identidad.

Moda ética y sostenible: (alternativa- reestructuración)

Como término concreto de la moda ética y sostenible se usa el slow fashion o moda lenta, este término fue utilizado por primera vez en el año 2007 por Kate Fletcher, y contrariamente a las prácticas de la moda industrial, la moda lenta involucra artesanos locales y el uso de materiales ecológicos, con el objetivo de preservar la artesanía y el medio ambiente y, en última instancia, brindar valor tanto a los consumidores como a los productores **(Staniforth, 2010)**.

El slow fashion es una forma de "identificar soluciones de moda sostenible , basadas en el reposicionamiento de estrategias de diseño, producción, consumo, uso y reutilización, que están emergiendo junto al sistema global de la moda y le están planteando un desafío potencial" **(Hazel, 2008)**. En términos más simples, la moda lenta es el polo opuesto de la moda rápida. Se refiere a una conciencia y un enfoque de la moda que tiene en cuenta los procedimientos y los recursos necesarios para crear prendas. Promueve la compra de ropa de mayor calidad y mayor duración, así como el trato equitativo de las personas, los animales y el medio ambiente.

El **Slow Fashion** inicialmente nació a raíz de ver la moda de un modo diferente por parte de los consumidores. Actualmente, sugiere una revisión completa del consumo y la producción en el mundo de la moda y está influyendo tanto en pequeños como renombrados diseñadores, así como en las marcas a nivel mundial. Este movimiento se aplica a las prendas elaboradas por el propio consumidor, las fabricadas en pequeños talleres y las prendas artesanales.

Por diseño de moda sostenible, entendemos aquellas prendas de ropa o complementos que respetan el medio ambiente y la salud de las personas, promueven el uso de materiales sostenibles, apuestan por la reutilización y la economía circular, y apoyan la producción y consumo local.

Hay quien habla de moda ética o 'slow fashion', ya que sus principios están muy relacionados con el movimiento *slow* que defiende un estilo de vida desacelerado y sostenible.

La buena noticia es que existe una alternativa ética y responsable con la que puedes ir a la moda y al mismo tiempo contribuir a un mundo más sostenible.



Economía circular:

La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende. Contrasta con el modelo económico lineal tradicional, basado principalmente en el concepto “usar y tirar”, que requiere de grandes cantidades de materiales baratos y de fácil acceso. La obsolescencia programada contra la que el Parlamento Europeo pide medidas es también parte de este modelo.

Ahora bien la economía circular contribuye y aminora el impacto que tiene el consumo y gasto excesivo de ropa, pero también crea una situación nueva que es el desecho masivo inducido por la ropa renovada. La ropa de segunda mano, producto de donaciones o del descarte textil muchas veces es llevada a países sub-desarrollados como alivio y alternativa de bajo costo para que quienes viven allí puedan vestirse. Pero esta ‘ayuda’ genera un problema social, cultural y económico para las comunidades que la reciben **(Rey, 2021)**.

Antes de comprar

recuerda que puedes...

Buscar:

La prenda que nos hace falta en tiendas de ropa de segunda mano.



Rentat:

Algo elegante para las ocasiones especiales.



Moda circular

Intercambiar:

Con amigos y familiares o con tiendas que la acepten.



  /  CEROPLÁSTICO  ceroplastico.com



Modelo Europeo: (ideología fast en Latinoamérica)

En América latina se ha adoptado el mismo modelo ideológico consumista, "fast fashion" o moda rápida, esto se debe al fuerte marketing de las grandes marcas extranjeras. Si bien ya se sabe que el fast fashion nació en Europa como una alternativa a la ropa de marca, en términos de favorabilidad para estas empresas, la producción es más económica y las ventas son mayores. Latinoamérica tiene una mentalidad de consumo que casi no difiere entre países, ocasionando que todos entren en un estándar uniforme y poco diferenciada **(Singer, 2021)**.

Sin embargo Latinoamérica se ha ido dando cuenta del nefasto resultado que ha tenido seguir esta doctrina, en contramedidas hace menos de una década la inclusión de un cambio ha ido tomando fuerza, este es el slow fashion.

Como se mencionó antes es una contramedida empética al fast fashion y los diseñadores latinos lo han adquirido con un gran apego, el mercado muestra colecciones que tienen que ver con las raíces del país, remarcan la cultura indígena, la creación y producción es ecológica, natural y se desvincula, distancia del estándar Europeo anteriormente impuesto.

Identidad: (Mezcla de ambas ideologías)

Durante mucho tiempo el slow fashion se definió como una contramedida al fast fashion.

A diferencia de la moda rápida , la producción de moda lenta garantiza una fabricación de calidad para alargar la vida útil de la prenda o material. Desarrollar una prenda con una conexión cultural y emocional, también es pertinente para el propósito detrás de la moda lenta: los consumidores mantendrán una prenda de vestir por más de una temporada si se sienten conectados emocional o culturalmente con ella **(Stephan, 2012)**.

También hay un movimiento importante, hace que las empresas sean más transparentes. Muchas empresas de moda sostenible revelan el proceso en el que se fabrican sus prendas y diseños, lo que ayuda a los compradores a tomar decisiones de compra más conscientes. **Forbes (2020)** De acuerdo con el lento movimiento (slow fashion) , existe una tendencia hacia una compra más consciente, así como empresas que atraen a nuevos consumidores con sus procesos ecológicos.

Ahora bien, sería gratificante si en vez de hacer a un lado totalmente el fast fashion se retomen algunas ramas de su ideología; cómo lo son: diseño socialmente asequible para todo el mundo, democratización de la moda, las dinámicas del diseño relacionan tendencia actual y renuevan las ideas de todos los diseñadores, y que se mezclen con el slow fashion; prendas más duraderas y ecológicamente más sostenibles. Creando de este modo una nueva identidad en la cual se adhiere calidad, durabilidad y dónde contribuye a la sociedad, al cuidado del medio ambiente y al comercio justo.

Conclusión:

La propuesta de Punto medio surge a través de la necesidad de mitigar, y competir con la ideología del fast fashion y la no identidad latinoamericana que se ha perdido por perseguir un consumo europeo; hablándole desde lo social, cultural y económico, se plantea una propuesta para concientizar a la población latina a bajar gradualmente los niveles de consumismo desenfrenado, optando por un consumo más sostenible y amigable con el medio ambiente, con identidad propia y autóctona de cada país, sin dejar de “estar a la moda”.

Bibliografía:

- Perez, Marta (2020). Universidad Pontificia "Sostenibilidad en la moda"
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/40938>
- Morales, Adriana (2019). Consumismo, Significados.com <https://www.significados.com/consumismo/>
- Cassoles, Riera (2022). V3rtice! ¿Cómo influye la publicidad de la moda en la sociedad?
<https://www.v3rtice.com/como-influye-la-publicidad-de-la-moda-en-la-sociedad/#:~:text=La%20publicidad%20y%20los%20medios.y%2Fo%20renovaci%C3%B3n%20del%20producto.>
- Castro, Bricia (2021). "La Moda Sostenible: la opción fashionista eco-friendly para Reducir la Contaminación del Fast fashion" Universidad de las Américas Puebla UDLAP
<https://contexto.udlap.mx/wp-content/uploads/2021/04/La-Moda-Sostenible-la-opci%C3%B3n-fashionista-eco-friendly-para-Reducir-la-Contaminaci%C3%B3n-del-Fast-fashion.pdf>
- Staniforth, Sara (2010). "Conservación lenta" . *Estudios en Conservación* . **55** (2): 74–80. doi : 10.1179/sic.2010.55.2.74 . JSTOR 27867120 . S2CID 198987730 . Consultado el 30 de septiembre de 2020

- Clark, Hazel (2008). "SLOW + FASHION, ¿un oxímoron, o una promesa para el futuro...?". *Teoría de la moda*. **12**(4): 427–446. doi:10.2752/175174108X346922. ISSN1362-704X. S2CID194180788.
- Kuusk, Kristi; Tomico, Óscar; Langereis, Geert; Wensveen, Stephan (2012). "Elaborar textiles inteligentes: ¿una forma significativa de lograr la
- Choi, Tsan-Ming (2013). "Impuesto sobre la huella de carbono en los sistemas de la cadena de suministro de la moda". *La Revista Internacional de Tecnología de Fabricación Avanzada*. **68**(1–4): 835–847. doi:10.1007/s00170-013-4947-4. S2CID110199159.
- Forbes, (2020). "Por qué importa la moda sostenible" .Industria textil, https://wikipedia.net/es/Clothing_industry
- Rey, Pia (2021). "Se abrió paca: el documental que refleja el problema de la ropa usada en América Latina" VOGUE. <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/se-abrio-paca-documental-sobre-las-dos-caras-de-la-ropa-usada>
- Ruiz, (2013). ¿Qué busca el consumidor de moda?. MCM Mobiliaria comercial de maniqués. <https://www.mobiliariocomercialmaniquies.com/blog/que-busca-el-consumidor-de-moda/>
- Rodrogez, Rafa (2021) "El mercado latino de la moda pelea para no perder sus valores" El país. <https://smoda.elpais.com/moda/el-mercado-latino-de-la-moda-pelea-para-no-perder-sus-valores/>

- Singer, Maeve (2021) "América Latina y el Fast-Fashion" El Mundo Boston
<https://elmundoboston.com/america-latina-y-el-fast-fashion/>
- Periodismo con causa (2020). ¿Qué es el fast fashion? EL POPULAR. MX
<https://elpopular.mx/estilo/buen-gusto/2020/04/22/que-es-el-fast-fashion>
- Economía (2015). "Economía circular definición, importancia y beneficios" Noticia Parlamento. Europeo
<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-de-finicion-importancia-y-beneficios#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20circular%20es%20un,de%20los%20productos%20se%20extiende>.