

ECOS

ONDA SOSTENIBLE DE MODA

Valentina Agudelo Maya

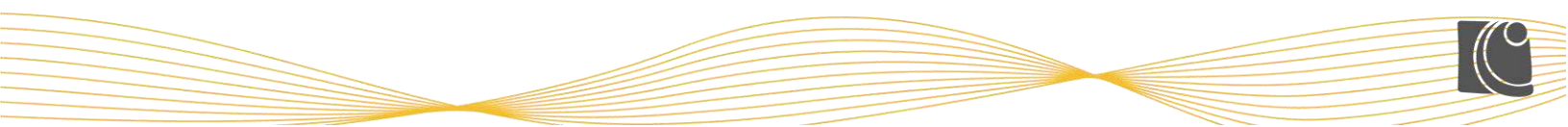
Colegiatura Colombiana

Otra Visión

Diseño de Modas

Medellín

2019



Índice

1. Tema	3
2. Problema	3
3. Objetivos	4
3.1. Objetivo general	
3.2. Objetivos específicos	
4. Conclusiones de la investigación	5
5. Adaptación al 2020	7
6. Cartografía	12
7. Alfabeto visual	13
Referencias	15



1. Tema

Se aborda la sostenibilidad vista desde la industria de la moda y su relación, teniendo en cuenta sus tres pilares: lo ambiental, lo económico y lo social, para así identificar las causas y consecuencias de la contaminación de esta industria y cómo el consumo local podría representar una solución.

La comprensión de los efectos de la industria de la moda y su venta masiva a nivel global es una prioridad de la sociedad actual, en función al alcance de objetivos de sostenibilidad pactados por organizaciones mundiales como la ONU, la cual viene hablando del tema ambiental con intensidad desde la Cumbre de la Tierra de Rio de Janeiro en 1992 y además lo incluye en su Agenda 2030 para el desarrollo sostenible.

Puntualmente el objetivo número doce, garantizar las pautas de consumo y de producción sostenibles, adquiere una importancia significativa para este proyecto investigativo, dado que crear conciencia en el consumidor colombiano de la Generación Z, sobre comportamientos de consumo responsables y contribuir a la disminución de la falta de información sobre disponibilidad de productos de moda sostenible en el país, es un paso crucial hacia el mejoramiento y el desarrollo de nuestra industria textil en relación al planeta por el que todos los seres humanos deberíamos luchar día a día, y al tipo de comercio del que realmente deseamos hacer parte.

2. Problema

¿Cómo fomentar el consumo local en el sector moda por parte de la Generación z, a través de la creación de conciencia sostenible alrededor de dicho sector?

El medio ambiente se convirtió en una cuestión de importancia internacional desde 1972 y sigue siendo una prioridad del mundo actual. Las modalidades de consumo y producción necesitan sufrir un cambio para ser encaminadas hacia la sostenibilidad y los objetivos de organizaciones como la ONU, que puede ser considerada como la entidad rectora del tema. Puntualmente, interesa la mirada del



consumo en las nuevas generaciones, los jóvenes y como se podría generar una transformación de sus comportamientos de compra para apoyar la industria local colombiana que ha crecido de manera sostenida desde el 2000 (solo interrumpido entre 2008 a 2009 por la crisis internacional) y que se puede seguir aprovechando para lograr una disminución del impacto negativo que esta tiene sobre el planeta.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Establecer maneras y elementos de conexión del consumidor colombiano de la Generación Z con el medio ambiente y con las historias detrás de lo que compran en relación con la industria local de la moda.

3.2. Objetivos Específicos

Reconocer la relación entre la sostenibilidad y la moda, y sus influencias sobre el medio ambiente, el desarrollo económico y social.

Establecer las características representativas de la Generación Z colombiana, quiénes son.

Identificar los comportamientos de consumo de la Generación Z en Colombia y su nivel de sensibilidad frente al consumo sostenible.

Esclarecer la historia de la industria de la moda en Colombia, su desarrollo y sus características en la actualidad en relación con la sostenibilidad.

Determinar elementos y maneras locales a las que el colombiano de Generación Z responda fácilmente.



4. Conclusiones de la investigación

No se puede hablar de sostenibilidad sin desarrollo, y a su vez, es imposible hablar de desarrollo sostenible sin cambio; sin generar compromisos e impulsos individuales, grupales y políticos dirigidos al logro de metas comunes. Para cualquier industria con la misma magnitud de la industria en estudio, la de moda, el cambio debe ser total, al sistema y al producto. Si queremos ver una transformación importante, sin importar el sector desde el cual se mire, el cambio debe ser de raíz.

Para lograr un sistema de moda sostenible, la industria debe lograr sobreponerse a los intereses meramente económicos para lograr un crecimiento que gire no solo entorno al dinero, sino también al sector ambiental (moda ecológica) y al social (moda ética); asegurando un buen uso de los recursos para que las generaciones venideras puedan seguir usándolos y mejorando sus procesos. Es esencial que el consumidor adquiera conocimiento y un papel activo de responsabilidad.

Para una industria que requiere del agua desde la producción de la materia prima misma, como el riego del cultivo, hasta la generación de la fibra y el lavado o acabado de la prenda final, los riesgos son altos, no solo hablando de sostenibilidad sino también de éxito económico. Mientras mejor sea la calidad de vida, mayor será el crecimiento poblacional y mayor será el consumo de agua. Por ello es imperante encontrar maneras de reducir su consumo como industria y de demandarlo como consumidores.

La única forma en que podemos satisfacer las demandas del mundo actual es administrando nuestros ecosistemas de manera inteligente y sostenible; deteniendo las perturbaciones causadas por el ser humano que los afectan constantemente (tala, desecho acelerado, contaminación, introducción de especies, etc.). Ellos son el modelo perfecto que la industria debería imitar: la materia se recicla y se conserva, y la energía fluye por sí sola.

La industria textil es responsable del 8-10% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. Sumado a la quema indiscriminada de prendas, bien



sean desechos o estén en perfecto estado (por parte de marcas de lujo), tienen serias implicaciones sobre el cambio climático y el calentamiento global, que es, a su vez, el causante de la pérdida de ecosistemas, de escasez de agua y otros recursos. En temas de sostenibilidad, todo está interconectado.

Es indispensable que el comercio exterior se transforme entonces en comercio justo. Sin eliminarlo, con lo que se perderían todas sus ventajas, sí se debe considerar la posibilidad de fomentar la competitividad al interior de cada país, apoyando la producción local, con la que se asegura al menos una reducción en las emisiones de gas por el transporte interregional. La respuesta no está en reducir las normas ambientales que rigen el comercio, sino hacer que estas sean alcanzables por parte de los exportadores y que no incurran en costos económicos o sociales injustos.

La cantidad de fuerza de trabajo siempre estará estrechamente relacionada a la población y los cambios demográficos, pues además de que un aumento de población siempre implicará una mayor demanda de recursos, bienes y servicios; la cantidad y calidad de capital humano juegan un papel importante en el crecimiento económico sostenible. Teniendo en cuenta que los salarios afectan la competitividad, pero también determinan los ingresos de las personas, se puede concluir que la calidad de empleo que proporciona la industria de la moda es pobre. Las ventas no alcanzan para satisfacer los intereses de las marcas y mucho menos para asegurar condiciones laborales dignas. Un empleo sostenible debe asegurar entonces un salario justo, establecido previamente y no determinado por los costos de producción y las ganancias periódicas de la industria.

5. Adaptación al 2020

Aristóteles afirmaba que “el hombre es un ser social por naturaleza”. Cuando hablaba del zoon politikón o animal político, se refería a nuestra capacidad natural de relacionarnos políticamente, es decir, de crear sociedades y organizarnos en ciudades - estados que permiten una interacción continua y de alguna manera, cierto nivel de dependencia de la comunidad. Pero, en tiempos de incertidumbre, cuando el



cuerpo es el nuevo territorio y las nuevas fronteras están representadas por la misma piel o tal vez la puerta de nuestros hogares, esa capacidad de relación con el otro se tornará hacia el interior. ¿Se convertirá tal vez en una posibilidad? ¿en un anhelo o deseo? Al abrir los ojos ante el hecho de que el otro representa, hoy más que nunca, una necesidad, ¿cómo mutarán nuestras comunidades? ¿nuestras relaciones? ¿cambiará nuestra manera de pensar y consumir?

La introspección, vista como el retorno hacia el interior de cada individuo en estos tiempos del coronavirus, supone simplemente que el confinamiento nos brinda la oportunidad de repensar y replantear muchas actitudes, ya sea impulsados por miedo, por exceso de tiempo o por un crecimiento de consciencia. Vivimos en una era “hiperconectada”. “La globalización suprime todos [los] umbrales inmunitarios para dar vía libre al capital. Incluso la promiscuidad y la permisividad generalizadas, que hoy se propagan por todos los ámbitos vitales, eliminan la negatividad del desconocido o del enemigo” (Han, 2020). Este enemigo, entendido como aquel de las guerras de siglos pasados o el que yacía al otro lado de fuertes y murallas, murió hace ya mucho tiempo. Según el filósofo surcoreano Byung-Chul Han, los peligros de la actualidad provienen del exceso de positividad, expresado como como exceso de rendimiento, de producción y de comunicación. Afirma que “en la sociedad del rendimiento uno guerrea sobre todo contra sí mismo” (Han, 2020) y es irónico que solo ante una situación extrema y forzada, podamos tomarnos el tiempo para darnos cuenta de la veracidad de esta afirmación; de que el verdadero enemigo, aquel con el que luchamos cada día, es la propia incapacidad de ver que el YO, el individuo, sí puede tomar acción y sí puede generar cambios. Todo comienza desde la introspección y es ella el “regalo” del virus para la humanidad.

Como individuo y comunidad guardan una estrecha, aunque a veces paradójica relación, este cambio de enemigo significa también un cambio de sociedad.

Hoy estamos pasando de una sociedad escrita a una sociedad ciberoral, de una sociedad orgánica a una sociedad digital, de una economía industrial a una economía inmaterial, de una forma de control disciplinario y arquitectónico, a formas de control microprostéticas y mediático-cibernéticas. (Preciado, 2020).



A sociedades donde es soberano quien dispone de datos, a pesar de que algunos países como explica Byung-Chul, se estén aferrando a los modelos antiguos de la misma, donde el soberano representa aquel que decide sobre el estado de excepción y cierra fronteras. Es posible que incluso nos cueste ver que al final de esta experiencia, el máximo exponente de soberanía fue, es y seguirá siendo el planeta y la misma naturaleza, posible fuente del virus.

Soberanía podría entenderse también como autoridad y esta, a su vez, como un medio de control. El control implica vigilancia. Cuando Foucault

describió la transición desde lo que él llamaba una “sociedad soberana” hacia una “sociedad disciplinaria”, [hablaba del] paso desde una (...) que define la soberanía en términos de decisión y ritualización de la muerte a una (...) que gestiona y maximiza la vida de las poblaciones en términos de interés nacional. (Preciado, 2020).

Definía la biopolítica como una forma de poder que se extendía a través de todo un territorio hasta penetrar el cuerpo individual. Otros autores como Roberto Espósito la asociaron con inmunidad, donde todo aquel que sea considerado peligroso al interior de una comunidad será excluido como acto de “protección inmunológica”. He allí la paradoja de la biopolítica: estos actos de protección implican que la comunidad se atribuye a sí misma “la autoridad de sacrificar otras vidas, en beneficio de una idea de su propia soberanía” (Preciado, 2020). Entonces regresa el problema de que la soberanía, al parecer, es subjetiva. Que hoy más que nunca dependemos de las decisiones de presidentes, de los gobernadores y del vecino que se rehúsa a acatar la cuarentena.

En tiempos de incertidumbre, donde la autoridad y por tanto el orden penden de un delgado hilo, que cortará tal vez la necesidad de subsistir de los menos privilegiados o la ambición y rebeldía de la otra cara, la vigilancia sugerida por Zygmunt Bauman cobra relevancia:

El estado ya no puede proteger a sus ciudadanos porque el poder ligado a la política se ha evaporado en un flujo y reflujo continuo. Desprovisto de esa posibilidad de control, el Estado se encuentra obligado a gestionar soluciones para problemas generados a nivel global, cuestiones que le son ajenas. La



brecha entre los problemas impuestos, y la falta de recursos para llegar a las soluciones dispone al ciudadano a un estado ampliado de indefensión. (Korstanje, 2014, p. 385).

Entonces la seguridad y vigilancia alivian la ansiedad generada por la impotencia. ¿Será por esto que China y Asia, en general, tienen más y mejor controlada la pandemia? También habla Bauman de que la acción de vigilar obliga a la creación de un sujeto, en otras palabras, de una inseguridad. Desde allí se reglamenta al otro; desde la desconfianza que nos inspira. Y qué más que el coronavirus para exponer la rapidez y eficacia de respuesta o reglamentación, de imposición del estado excepción o de soberanía. Solo queda entonces cuestionarnos qué tiene el virus que no tenga la contaminación, la muerte de la vida salvaje y la destrucción de ecosistemas, para no lograr despertar una velocidad de reacción tal.

Dentro de este exceso de comunicaciones e información de la nueva sociedad, se desarrolló cierta apatía a la realidad. La tecnología y su crecimiento exponencial ha, más que permitido, fomentado esta actitud de las personas; pero hoy en día, que es imposible escapar de la oleada mediática de la pandemia, nos hemos chocado con la realidad y es este encuentro el que ha desatado miedo y conmoción. ¿Cómo lograr entonces que la humanidad despierte ante la realidad de lo que le hacemos al planeta? ¿Por qué no acudir incluso a la analogía de nuestra casa? Si estamos hoy confinados a cuatro paredes donde cada día nos esforzamos por llenarlas de amor, tradición, alegría y cuidado para volver más amena y llevadera la cuarentena; si cada día nos levantamos en lo que llamamos hogar, ¿qué pasa con el planeta? ¿no es él también nuestro hogar? De alguna manera también estamos confinados en la Tierra y en definitiva ella no se va a multiplicar como el virus. El agua no sale del aire como creemos que el virus se propaga, los recursos son limitados y tal vez el virus sea un grito del planeta para decir que su paciencia también lo es.

Como bien dice Preciado (2020) en su artículo para El País, el control ya no funciona a través de la represión, sino a través de la incitación al consumo y a la producción constante de un placer regulado y cuantificable. Cuanto más consumimos y más sanos estamos mejor somos controlados. Después de volvernos conscientes de lo impotentes que somos ante la soberanía, bien sea que se quiera ver la



gubernamental o la natural, ¿nos seguiremos dejando controlar sin un mayor nivel de análisis? ¿seguiremos sin cuestionar nuestro rol de individuos dentro de la sociedad? O de manera más escueta, ¿seguiremos viviendo para el régimen del consumismo desmedido e inconsciente?

Lo que estará en el centro del debate durante y después de esta crisis es cuáles serán las vidas que estaremos dispuestos a salvar y cuáles serán sacrificadas. Es en el contexto de esta mutación, de la transformación de los modos de entender la comunidad (una comunidad que hoy es la totalidad del planeta) y la inmunidad donde el virus opera y se convierte en estrategia política. (Preciado, 2020).

Si bien como individuo no se tiene la autoridad o soberanía para cerrar fronteras que separan familias, extender cuarentenas que destruyen economías personales o familiares, e incluso decir quién recibe la atención médica necesaria para sobrevivir como ha pasado ya en otros países, sí se tiene el control sobre las vidas que salva cada producto que compramos.

Si el objetivo principal del proyecto era la creación de consciencia y la difusión del problema, sus implicaciones y soluciones alternativas o sostenibles para el mismo, todo de manera divertida y de fácil comprensión; en un escenario post coronavirus tendrá aún más relevancia el planteamiento de cambios personales relacionados al mejoramiento de la sociedad y el planeta. Aquellos a los que ya les interesaba y preocupaba el tema serán los mismos que, probablemente, tomarán esta situación como un llamado de la naturaleza e intensificarán sus medidas propias hacia la transformación de sus hábitos de consumo. Por otro lado, para muchos la sostenibilidad pasará a un segundo plano. Restructurar sus estados financieros y satisfacer necesidades básicas, sobre todo en países como el nuestro, donde impera la desigualdad económica y la escasez para la mayoría, será el objetivo primordial. Es por esto que el proyecto cobra también un nuevo sentido o rol y es persuadir, pero sobre todo recordarle al grupo anteriormente descrito, que su bienestar depende del correcto funcionamiento de la sociedad en la que viven y sin territorio, no hay sociedad. Sin la Tierra, sin ecosistemas, sin agua y sin recursos, no hay comunidad ni hay vida.



A pesar de que es innegable que las prioridades de las personas van a cambiar y probablemente el consumo indiscriminado de moda quedará relegado al pasado para muchos, el objetivo se convertirá entonces en brindar alternativas donde una reducción de compras signifique una adición de valor material, ético y emocional a “nuestros closets”.

Encargados de tendencias globales como la WGSN hablan de cómo la inspiración del cambio estará mediada por la tecnología o digitalización, el temor y la ansiedad, y el aislamiento emocional. Sin embargo, dejan a un lado el factor crucial: el retorno. El volver a sentir una mano amiga estrecharse con la propia, la sonrisa desinteresada de un extraño, la solidaridad espontánea que nace del relacionamiento, la tierra, el campo, el sembrar, la artesanía, lo manual, el cocinar tú mismo, el crear a partir de lo poco o mucho que se tenga a la mano, la lentitud, el descanso y la desaceleración.

Ese es el llamado que hace mi proyecto y por eso permanece vigente en el contexto post COVID-19, esperando que esta experiencia realmente impulse a un cambio de la humanidad y que proyectos como este recuerden la importancia de que nazca de la consciencia y no del temor. Donde el estado de excepción sea de cada persona consigo misma y se fuerce a liberar tiempo para replantearse sus hábitos de compra, donde se vigile a sí mismo y las vidas que toca lo que consume, donde se obligue a enfrentar la realidad de las implicaciones que sus decisiones tienen para el planeta y, finalmente, donde ese retorno sea a lo natural, a lo sostenible y AUTOSOSTENIBLE, a lo lento, lo puro, lo renovado, re utilizado y revalorado. Donde a la búsqueda de información filtrada y medida, se le podrá encontrar respuesta en esta revista o colección de libros.

6. Cartografía

El territorio o contexto de mi proyecto tenía tres vertientes o ramificaciones. Es innegable que tiene bases sólidas en un contexto físico, real, que es el planeta. Se aborda desde el agua como recurso y sus fuentes, los ecosistemas como espacio y modelo a seguir y la calidad del aire. Sin embargo, desde los hábitos de consumo en



7. Alfabeto visual

La conclusión más importante es que el mundo realmente está buscando alternativas sostenibles en casi todos, por no asegurar que en todos los sectores. Logré encontrar referentes de arquitectura, cine, fotografía y arte, además de una amplia variedad en diseño, incluyendo telas, teñido, diseñadores y reciclaje. Cada uno de ellos aporta con formas e ideas innovadores de transformación de recursos y materiales ya utilizados o con los que simplemente no creíamos contar, para crear nuevas vidas y funciones a partir de lo que realmente tenemos con consciencia sistémica y cuidado del planeta y cada uno de sus habitantes.

Se construyó a manera de revista, respondiendo a su relación con el producto final del proyecto. A continuación, se muestran algunas de sus páginas.



DISEÑO

Creados a partir del reciclaje de subproductos o desechos de diferentes industrias.

Orange Fiber

Subproductos de jugo de cítricos. Se crea un hilo de celulosa similar a la seda que puede combinarse con otros materiales. Cuando se usa en su forma más pura, el textil resultante 100% cítrico presenta una sensación suave y ligera. Puede ser opaco o brillante.



Econyl

Los desechos de nylon de los vertederos y océanos de todo el mundo se transforman en nylon regenerado ECONYL®. Es exactamente lo mismo que el nylon nuevo y se puede reciclar, re-colorar y remodelar una y otra vez.



Pinotex

Emplea las fibras de las hojas de paja en un material que sirve como alternativa vegana al cuero. Es un textil no tejido, no requiere tierra, agua o fertilizantes adicionales, es de alta durabilidad, acabado impermeable y textura dúctil.



TEJIDOS



01



02

DISEÑADORES

Stella McCartney

Dedicada a hacer productos de lujo 100% sostenibles. Materiales: viscosa proveniente de bosques certificados, cuero vegano, algodón orgánico, nylon y poliéster reciclado. "Birds do it, bees do it, even bad guys do it." (Birds do it, bees do it, even bad guys do it).
Responsabilidad social: cocacacian proveedora en acciones sostenibles, cadena de suministro con salarios justos y estables, cuidado de pequeños fabricantes y artesanos.



Referencias

Preciado, P. (2020). Aprendiendo del virus: El País.

https://elpais.com/elpais/2020/03/27/opinion/1585316952_026489.html?fbclid=IwAR1Cda9VF77XFuDBByHC9-ZWpLPc8NoQ5xZKG9j8xOkeJ7Bs_aO-aV14JxE0

Han, B. (2020). La emergencia viral y el mundo de mañana. Byung-Chul Han, el filósofo surcoreano que piensa desde Berlín: El País.

https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chul-han-el-filosofo-surcoreano-que-piensa-desde-berlin.html?ssm=FB_CC

Bauman, Z. Lyon, D. (2013), Vigilancia Líquida. Barcelona, España. Paidós.

Korstange, M. (2014), La Vigilancia en la sociedad líquida de Zygmunt Bauman: ¿es el temor una forma de consumo?. Buenos Aires, Argentina. Athenea Digital.

