

Moda rápida con etiqueta sostenible

ElPaís.com - 26 de septiembre de 2016

Zara se ha subido al carro de la moda sostenible con su recién estrenado proyecto Join Life. Esta nueva etiqueta recoge todas las iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social en las que en estos momentos trabaja la firma y que han sido fruto de meses de trabajo y formación: paquetería para el e-commerce cien por cien reciclada, servicio de recogida¹ de ropa en colaboración con



Cáritas, Cruz Roja y Oxfam, mayor voluntad de transparencia en la cadena de suministro² o las lustrosas tiendas ecoeficientes del grupo. De hecho, fue en noviembre del año pasado cuando Zara anunció sus planes de incorporar moda sostenible en su oferta. Lo hizo con una tímida colección de nueve prendas que ya esbozaba³ algunas de las ideas que ahora llegan más perfiladas.

La colección actual, formada por unas veinte piezas elaboradas con tejidos como el algodón orgánico, el Tencel® - la fibra más respetuosa con el medioambiente que hay actualmente- o lanas recicladas, informa en su etiqueta si su fabricación se ha hecho con uso sostenible del agua, con fibras sostenibles o si se han empleado energías renovables. Piezas depuradas y atemporales en blanco, negro y colores crudos que dan los primeros pasos hacia un camino en el que otros ya llevan un largo recorrido. En primavera de 2010, el gigante sueco H&M se convirtió en la primera empresa de moda rápida que introdujo una línea de ropa sostenible con su Conscious Collection y, desde entonces, cada temporada ha ido ampliando la oferta con nuevos productos y procesos. Se lanzaron a ello respondiendo a la demanda por parte de los consumidores.

Que un grupo como Inditex, que fabrica a un ritmo anual de mil millones de prendas al año, hable de sostenibilidad puede sonar paradójico. Pero el hecho es que no queda otra vía si quieren seguir manteniendo el crecimiento sin acabar con los recursos. A pesar de ello, Gemma Gómez, directora de la plataforma española Slow Fashion Next, se muestra algo escéptica: "Teniendo en cuenta el volumen de negocio que mueven y el impacto que generan, serían necesarios muchos años para que todos estos planes y buenas intenciones ofrezcan resultados determinantes. No es solo importante que no contaminen o los procesos empleados, también hay que hablar de consumos y cantidades. Y después está también el coste social de un modelo de venta tan agresivo: no pagar sueldos justos también tiene un impacto".

Elena Salcedo, docente⁴ sobre Sostenibilidad y Moda en el Instituto Europeo de Diseño y colaboradora en temas de formación de equipos para grandes empresas de moda, considera que la preparación de los diseñadores en esta línea es clave: "Es importante que los profesionales del diseño conozcan el lenguaje de la sostenibilidad y sepan trabajar en este ámbito. Saber utilizar los nuevos materiales y conocer las posibilidades que ofrecen. No olvidemos que todas estas nuevas iniciativas son resultado de una labor de formación".

494 palabras

"Ya es hora de que uses tu voz y tu poder para transformar la industria de la moda en una buena influencia". Este es uno de los muchos llamamientos desde los que la plataforma Fashion Revolution anima a los consumidores a responsabilizarse, pensar y actuar sobre la ropa que compran y visten. Nació el 24 de abril de 2013 cuando 1.124 personas perdieron la vida y otras 2.500 más quedaron heridas de por vida por el hundimiento del edificio en el que trabajaban haciendo ropa para el primer mundo: el Rana Plaza de Dhaka, Bangladesh. Un grupo de personas anónimas decidió pedir transparencia y animar a que todos nos hiciésemos una pregunta: "¿Quién hace mi ropa?". Desde entonces, cada 24 de abril y desde 80 países celebran una gran fiesta e invitan a reflexionar. Además, en la Red te animan a que busques la etiqueta de tus prendas y despiertes tu curiosidad para saber #whomademyclothes?

¹ La recogida: *la collecte*

² El suministro: *l'approvisionnement*

³ Esbozar: *esquisser*

⁴ El docente = el profesor