

La industria textil y de la moda, responsabilidad social y la agenda 2030

Actas de Diseño (2021, julio),
Vol. 36, pp. 243-246. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2020
Fecha de aceptación: octubre 2020
Versión final: diciembre 2021

Jorge Manuel Castro Falero (*)

Resumen: La industria textil y de la moda, es considerada luego de la industria del petróleo como la más contaminante y perjudicial para el medio ambiente, dado el ritmo acelerado de producción y consumo, sumado a condiciones laborales indecentes que no contribuyen a la construcción de una buena calidad de vida de sus trabajadores. Resulta necesario e imprescindible en ese sentido, que deban cada vez más las empresas integrar a sus objetivos, buenas prácticas de responsabilidad social lo cual supone que sujetas a la normativa vigente, integren en forma armónica aspectos económicos, éticos, tomando en consideración a las personas, la comunidad y el medio ambiente, en toda la cadena de valor que generen.

Palabras claves: Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial - Objetivos de Desarrollo Sostenible - Trabajo Decente - Producción y Consumo Responsable.

Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 246]

La industria de la moda

El ciclo de vida de los productos generados por esta industria son de muy corta duración, y los riesgos en los cuales se pueden incurrir son trasladados fundamentalmente en forma descendente hacia los sectores más vulnerables de la cadena de producción, en especial a los trabajadores a través de la magra remuneración que perciben, y de condiciones laborales paupérrimas que deben soportar, sumado a las consecuencias que produce en el medio ambiente y la sociedad.

Según Bauman (2010) “la globalización arrastra las economías a la producción de lo efímero, lo volátil mediante una reducción masiva y generalizada del tiempo de vida útil de los productos y servicios, y lo precario trabajos temporarios, flexibles, de tiempo parcial”. (p.2)

Resulta importante visualizar las relaciones que se generan a la interna en el proceso productivo, y hacia afuera el acto del consumo en sí del producto terminado. “Se abre una gran disparidad entre la moda como libertad de expresión, el ludismo y el ocio, y la moda como un sistema opresivo de producción” (Entwistle, 2002,252). Sectores muy diferentes de la sociedad participan del proceso, por un lado quienes poseen las condiciones para disfrutar del “*glamour*”, la ostentación, y el consumo ostensible según Veblen (1985), y por otro lado quienes producen esas mercancías, que por supuesto no acceden a ellas, y que a pesar de tener empleo no salen de la pobreza, ni de condiciones laborales no decentes.

Este proceso se agudiza en la actualidad, en lo que Bauman (2007) denomina como Vida de Consumo en la Modernidad Líquida, en donde lo importante es la seducción permanente, el vivir el hoy, disfrutar del momento, para ello los consumidores no deben prestar su atención ni mantener su deseo en un objeto durante lapsos prolongados de tiempo, deben ser impacientes, no controlar demasiado sus emociones, su interés debe surgir fácilmente, y debe diluirse a la misma velocidad.

Desde el surgimiento de la tercera revolución industrial y la consecuente llegada de las tecnologías de información y comunicación, y con mayor celeridad durante el presente siglo en la cuarta revolución de éste tipo, el mundo de las imágenes ha contribuido significativamente para que el “*glamour*” que se construye alrededor del mundo de la moda, a través de aportes de calificados profesionales que aportan desde la fotografía, el modelaje, la publicidad, el periodismo, el marketing, el escaparatismo etc., promuevan en los usuarios conductas de consumo irracionales, que superan largamente a las verdaderas necesidades que poseen. El sistema se encarga de que el individuo nunca se encuentre satisfecho con lo que posee, y vaya siempre por más sin importar su utilidad real, lo que no debe suceder nunca es que los usuarios se encuentren en una posición de perder el deseo por algo nuevo.

La Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa se reunió en Ginebra (2018), para debatir sobre el rol de la industria de la moda en el medioambiente y la sociedad, identificando cifras irracionales de consumo de agua para producir determinadas prendas, manejo de condiciones deplorables y antiéticas de empleo relacionadas al sector, en donde se visualiza una cadena de suministro insegura, trabajo infantil y otras prácticas de explotación, especialmente para mujeres, que además representan aproximadamente el 80% de la mano de obra utilizada en la cadena de suministro.

Fletcher y Grose, (2012) afirman que “la sostenibilidad es posiblemente el tema fundamental del siglo XXI, un asunto que plantea a la industria de la moda cuestiones tan variopintas...” (contratapa), a enfrentar en pro de dicho objetivo. Remarcan las áreas a trabajar: ámbito laboral previniendo abusos, en el sistema productivo desalentando el uso de sustancias químicas tóxicas, y en el consumo, educando y direccionando a los usuarios hacia una conducta de adquisición responsable y consciente. Las principales transformaciones que plantean

pasan por lo tanto; por los productos, los sistemas y las prácticas del diseño de moda.

Responsabilidad Social Empresarial como práctica de organizaciones socialmente inteligentes.

Podemos denominar a una organización como socialmente inteligente en función de analizar sus prácticas a nivel de las políticas que lleva adelante, la adaptación a los cambios de acuerdo a los entornos variables, y de su capacidad constante de generar nuevas oportunidades en los mercados.

Ética y transparencia en la gestión de la dirección, compromiso en la protección y mejoramiento del medioambiente, intentando minimizar los impactos de su proceso productivo en el mismo, control permanente en la cadena de valor a los efectos de dar cumplimiento de lo pactado tanto con los consumidores, clientes, proveedores como competidores..... Asimismo debe buscar involucrarse en la comunidad a fin de colaborar en la inclusión y el desarrollo socio-económico de la misma, y por último no debe descuidar la calidad de vida de sus colaboradores, y propender hacia un desarrollo seguro e integral de los mismos para mejorar su calidad de vida. (Castro J, 2019,185).

Centros educativos como las Universidades deberían incorporar estos principios como transversales a los diferentes módulos curriculares, a los efectos de que los futuros profesionales puedan internalizarlos e intentar direccionar sus prácticas laborales cotidianas en ese sentido.

Si enseñamos a nuestros estudiantes a considerar los problemas sociales importantes, y pensar con rigor intelectual sobre ellos, entonces es claro que nuestras instituciones de aprendizaje darían un ejemplo elocuente sobre cómo conducir sus propios asuntos. Además de responder a sus alumnos, una universidad debe examinar sus responsabilidades sociales si desea adquirir una adecuada comprensión de su función y propósito en la sociedad actual. (Bob Derek, 2002,23)

La Universidad moderna, no debe restringir su rol a ser una mera transmisora de conocimientos, debe asumir el papel de un actor social significativo, cuya misión trascienda el aula, inserte a sus estudiantes en los problemas del contexto, los sensibilice y ayude a la construcción de ciudadanos responsables, conscientes del papel que deben cumplir en relación a la sociedad y sus problemas. El profesional de Diseño en especial textil y de moda:

Debe estar comprometido con el medio en el que habita, no sólo tener en consideración los materiales a utilizar en el proceso productivo, el proceso de renovación

de los mismos (si así lo fueran), los ritmos de esa renovación que hoy la naturaleza ayudada por la tecnología le permiten, y cómo trabajar los desechos de la producción. (Castro J, 2019,185).

A estos ítems deben agregarse el cuidado de sus colaboradores, apoyando todo intento de capacitación, posibilitando ascensos al momento de dichos logros, generando condiciones seguras para el desempeño de la tarea, incluyendo en la medida de las necesidades tanto a nivel productivo como de consumidores a integrantes de la comunidad que se encuentren fuera de los circuitos laborales, contribuyendo así al mejoramiento de su calidad de vida, como a la sostenibilidad de la organización y del entorno en el cual se encuentra inserta la misma.

Antecedentes a la agenda 2030

Ya en la segunda mitad del siglo XX, y luego de diversas instancias se irá construyendo una agenda de temas relacionadas no sólo con el cuidado del medio ambiente, sino también a aspectos vinculados a las desigualdades entre las economías, a la búsqueda de nuevos equilibrios, a la necesidad de emprender caminos de colaboración para superar los problemas para superar entre otros problemas el acuciante aumento de la pobreza y el hambre en el mundo.

Cumbre de las Naciones unidas sobre el desarrollo sostenible – Nueva York 2015.

Con la participación de los 193 Estados Miembros se llevó adelante la misma, construyendo la denominada Agenda 2030 cuyos principios medulares se fundan en su universalidad, debiéndose aplicar en todos los países, contemplando a todos y en especial a las poblaciones más vulnerables y necesitadas, construyendo para ello 17 ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenibles), priorizando la inclusión y la participación social de todos sin diferencias de género, etnia e identidad, fomentando la creación de alianzas estratégicas entre actores sociales tanto públicos como privados, para que aportando sus competencias direccionan sus esfuerzos al logro de los mencionados ODS en los diversos países.

Para abordar la temática de la industria textil y de moda y sus problemas que mencionamos al principio, nos adentraremos en dos de los ODS: el 12, el 8 y sus metas. El primero de ellos, hace referencia a los cambios operativos y comportamentales que se deberían realizar desde la producción y el consumo, para contribuir así al logro del desarrollo sostenible, mientras el segundo se dirige a que las sociedades creen las condiciones necesarias, para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente, debiendo propender a que toda persona en edad de trabajar, encuentre oportunidades laborales con condiciones de trabajo decente.

ODS 12 – “Producción y consumo responsables”

El consumo y la producción sostenibles, consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos. (ONU-CEPAL, 2015, p. 31)

Algunas de las metas promovidas desde este ODS se adecuan más directamente a la industria textil y de la moda, las que se consideran más aplicables a la realidad actual de dicho sector. Las mismas apuntan a generar una gestión sostenible y uso eficiente de los recursos naturales, a la racionalización del uso de productos químicos, a un control de los destinos de los desechos, previniendo, reduciendo, reciclando y reutilizando los mismos, contribuyendo directamente así al mejoramiento de la calidad de vida de las personas. También la necesidad que las empresas incorporen dentro de sus prácticas, objetivos de desarrollo sostenible y el cumplimiento de alguna de sus metas, y que ello quede explicitado en informes sobre la sostenibilidad en su ciclo productivo. Al mismo tiempo, garantizar la llegada de información clara y a través de los canales correspondientes a los potenciales consumidores y al público en general, sobre que representa el desarrollo sostenible y sus beneficios, y por otro lado concientizar sobre los riesgos que conlleva el recrear estilos de vida que no vayan en armonía con la naturaleza.

ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico

Para conseguir el desarrollo económico sostenible, las sociedades deberán crear las condiciones necesarias para que las personas accedan a empleos de calidad, estimulando la economía sin dañar el medio ambiente. También tendrá que haber oportunidades laborales para toda la población en edad de trabajar, con condiciones de trabajo decentes. (O.N.U., CEPAL, 2015, p. 23).

Según Miranda, “se considera trabajo decente, aquel que resume las aspiraciones individuales relativas a la vida laboral, y permite desempeñar una actividad productiva con una remuneración justa, seguridad laboral, y protección social para las familias. Este también ofrece posibilidades de desarrollo personal e integración social, libertad para expresarse a través de organizaciones y participar en las decisiones que los afectan, sin discriminar entre mujeres y hombres” (como se cita en Supervielle, y Zapirain, 2009, p. 9).

Entendemos igualmente que en ODS anterior, algunas de las metas que se persiguen se adecuan muy específicamente a la industria textil y de la moda, las que se consideran más aplicables a la realidad actual de dicho sector. Las mismas apuntan a que tras toda actividad productiva, se encuentre una creación de condiciones laborales decentes para todas las mujeres y hombres en edad de trabajar, incluyendo a las personas con discapacidad, garantizando la igualdad de remuneración por

trabajo de igual valor, fomentando el emprendimiento, y la formalización de las diversas actividades. Dada la realidad actual y la dirección que viene presentando el mercado laboral, desarrollar actividades de formación e inclusión para aquellos jóvenes que no trabajan ni estudian, a los efectos de que incorporen herramientas que les posibilite una inserción decorosa en el mundo del trabajo, y que le permitan vivir con dignidad. Otro aspecto importante es apuntar a través de medidas eficaces a erradicar todo tipo de trabajo forzoso, de formas actuales en las cuales se recrea la esclavitud y trata de personas, eliminando el trabajo infantil en todas sus formas. Todo esto viene de la mano con la protección y el respeto por los derechos laborales que garanticen condiciones de trabajo decente, seguro y sin riesgos, el derecho a la asociación para defensa de los intereses de los trabajadores, y la inclusión al sector productivo sin diferencias de migrantes, en especial mujeres y personas con empleos precarios.

Por último, al igual que el ODS 12, se hace referencia a la búsqueda de eficiencia en la producción y el consumo de los recursos naturales, a los efectos de que la variable crecimiento económico, inexorablemente no devenga en la degradación del medio ambiente.

Sin duda las transformaciones que deberían ser tenidas en cuenta, sólo a partir de la puesta en práctica de acciones direccionadas hacia el cumplimiento de estos dos ODS y algunas de sus metas, llevarían a deconstruir y desnaturalizar muchos de los postulados por los que se rige actualmente la industria textil y de la moda, comenzando por los insumos que se utilizan en toda la cadena, los procesos productivos, y el cuidado de sus desechos, la idiosincrasia de los diseñadores y el comportamiento de sus consumidores.

Reflexiones finales

El sistema de la moda, deberá más temprano que tarde replantearse, a los efectos de que tanto a nivel productivo, de consumo y de condiciones laborales, se genere un mejoramiento en sus niveles, que contribuyan a afianzar la calidad de vida de la población, y del ecosistema, colaborando en ese sentido a construir sociedades más justas, inclusivas y sostenibles.

La regulación del ritmo de la denominada moda rápida, con su ciclo de vida tan efímero puede ser un buen punto de partida para que el sistema comience a cambiar y funcione de otra manera. Sin duda, aquí se debe trabajar sobre la cadena productiva en su totalidad analizando etapa por etapa, y los efectos negativos que las mismas provocan en cada una de ellas, identificando las medidas a tomar para su superación. Otro aspecto importante es enfatizar el trabajo sobre el consumidor final, a los efectos de que baje sus expectativas de adquisición de productos, a niveles de necesidad real. Para ello, hay que hacerlo consciente de las consecuencias que su actual conducta trae aparejada, tanto para la sociedad como para el planeta. La alienación en este sentido de los diversos actores mencionados, supone no ser consciente de una problemática que nos aqueja, pero que no se reconoce

como tal. El pedagogo brasileño Paulo Freire, afirmaba que el único camino para desalentar a las personas era la educación. Es por ello, que entendemos se debe apostar a educar a los individuos para que sean conscientes de esta problemática que afecta realmente a la humanidad, y que cada uno de acuerdo a sus posibilidades y al lugar que ocupa, pueda contribuir a partir de cambios en decisiones y comportamientos a construir una sociedad equilibrada, justa y sostenible.

En la actualidad, es imprescindible, diseñar a partir de un enfoque diferente que tome en consideración los siguientes aspectos: preservación de recursos, disminución de contaminación y minimización de desperdicios. En esa dirección surgen diseñadores textiles y de moda, que se han embarcado en lo que denominan “*Slow fashion*” o “*moda lenta*”, que se enmarca dentro de esa visión que construye la realidad a partir del concepto que intenta contrarrestar a la vertiginosidad de la obsolescencia programada. También se privilegian las posiciones que promueven el reducir, reutilizar y reciclar los insumos, a los efectos de bajar por un lado las necesidades de materias primas nuevas para la producción, y por otro lado el aprovechamiento de los desperdicios que el aparato productivo genera actualmente, bajando así los índices de contaminación.

Todos somos responsables en diversos niveles y medidas, de contribuir a la preservación de la vida en nuestro hábitat, y de garantizar que futuras generaciones tengan el derecho de recibir un planeta que le permita aspirar a vivir en condiciones saludables y permanentes en el tiempo. El futuro comienza hoy.

Referencias bibliográficas

- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. México: Fondo de Cultura Económica
- Bok, D. (2002). *Más allá de la Torre de Marfil: La responsabilidad social de la Universidad Moderna*. Buenos Aires: Universidad de Palermo
- Castro, J. (2019). *Responsabilidad Social para un Diseño Sustentable*. Buenos Aires Actas de Diseño Nro. 28: Universidad de Palermo
- Etnwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda*. Barcelona: Ed. Paidós
- Fletcher, K. y Grose, L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda*. Barcelona: Ed. Blume.
- Lipovetsky, G. (1998). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. 6ª Ed. Barcelona: Ed. Anagrama
- O.N.U., Cepal (2015). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas: Santiago
- Red española del pacto mundial de Naciones Unidas (2016). *El sector privado ante los ODS: Guía práctica para la acción*. Edamel: Madrid
- Schvarstein, L. (2003). *Las organizaciones socialmente inteligentes, desarrollando las competencias necesarias para el ejercicio efectivo de la Responsabilidad Social*. Buenos Aires; Ed. Paidós

- Supervielle, M. y Zapirain, H. (2009). *Construyendo el futuro con Trabajo Decente*. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria.
- Veblen, T. (1985). *Teoría de la clase ociosa: Consumo Ostentoso*. Buenos Aires: Ed. Hispamérica.

Abstract: The textile and fashion industry is considered, after the oil industry, as the most polluting and harmful for the environment, given the accelerated rhythm of production and consumption, added to indecent working conditions that do not contribute to the construction of a good quality of life for its workers.

In this sense, it is necessary and essential that companies must increasingly integrate good social responsibility practices to their objectives, which means that, subject to current regulations, they must harmoniously integrate economic and ethical aspects, taking into consideration people, the community and the environment, throughout the value chain they generate.

Keywords: Corporate Social Responsibility Practices - Sustainable Development Objectives - Decent Work - Responsible Production and Consumption

Resumo: A indústria têxtil e da moda, é considerada depois da indústria petrolífera como a mais poluente e prejudicial ao meio ambiente, dado o ritmo acelerado de produção e consumo, aliado a condições de trabalho indecentes que não contribuem para a construção de uma boa qualidade de vida para seus trabalhadores. Neste sentido, é necessário e essencial que as empresas integrem cada vez mais as boas práticas de responsabilidade social em seus objetivos, o que significa que, sujeitas às normas vigentes, elas devem integrar harmoniosamente os aspectos econômicos e éticos, levando em consideração as pessoas, a comunidade e o meio ambiente, em toda a cadeia de valor que geram.

Palavras chave: Práticas de Responsabilidade Social Corporativa - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - Trabalho Decente - Produção e Consumo Responsável

(*) Jorge Manuel Castro Falero: Licenciado en Sociología, Posgraduado en Sociología Urbana, Metodología de la investigación y Marketing. Mag. © en Educación Docente de Ciencias Sociales en la U.D.E. Investigador en ámbito académico y profesional. Autor de diversas publicaciones en su especialidad. Disertante a nivel nacional e internacional. Miembro del Comité Evaluador de RSE – DERES Uruguay – 2015 a la fecha Integrante del Claustro Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo Miembro de la Comisión Latinoamericana de Posgrado en Diseño y Comunicación. Miembro del Comité Académico del VI, VII y VIII y IX Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño UP Miembro del Comité Académico Internacional del Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño 2018 – Universidad de Palermo – Buenos Aires – Rep. Argentina Miembro del Comité externo de evaluación del Programa de Investigación y desarrollo en Diseño – UP - Buenos Aires