

Fecha de recepción: septiembre 2024
Fecha de aceptación: octubre 2024
Versión final: noviembre 2024

Inteligencia colectiva, Teoría de la U y Moda Circular

Jorge M. Castro Falero⁽¹⁾

Resumen: Continuando y profundizando en la lógica que venimos construyendo en los cuatro artículos anteriores, publicados dentro de la línea de investigación La Moda en su Laberinto en sus Cuadernos N° 100, 127, 150 y 174, donde se hizo referencia al sistema textil y de la moda, trabajando sobre los ODS de la Agenda 2030 y su incorporación para una transformación a la misma, nos internamos en nuestro último artículo en los diversos actores que entendíamos son claves para el cambio, en una industria que se presenta como altamente contaminante y perjudicial para la humanidad y el planeta. Dentro de los mismos hacíamos referencia a las Universidades, a los diseñadores y su mirada crítica, y como corolario incluimos a los consumidores en esa búsqueda de desalienación, y concientización de su papel en la transformación de sus prácticas de consumo. Mencionamos asimismo la necesidad de un pasaje de un modelo de economía lineal a un modelo de economía circular en la industria textil y de moda. En ésta nueva oportunidad y siguiendo esa línea, nos interesa incorporar tres conceptos que entendemos contribuirán en forma asertiva en esa dirección, y es cómo generar el cambio a través de la construcción de una inteligencia colectiva que permita aunar conocimientos de los diversos actores sociales, en el entendido que todos tienen algo que aportar para la transformación de la realidad, tomando como referencia a modelos de investigación como la acción investigación participativa, en donde la academia construye conocimiento interaccionando, y escuchando activamente a los propios involucrados en la problemática a trabajar. En la misma dirección entendemos importante incorporar la denominada Teoría de la U, en donde recorreremos el camino de sus siete pasos, y de la necesidad de ahondar en el problema, dejando de lado las soluciones habituales, buscando alternativas creativas e innovadoras para la concreción del modelo de economía circular y su impacto en el sistema de la moda.

Palabras claves: IA - investigación - Teoría de la U - economía circular - moda - industria - creatividad - textil - usuario - innovación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 127]

⁽¹⁾ Licenciado en Sociología, Posgrado en Sociología Urbana, Metodología de la Investigación y Marketing. Magister en Educación Docente de Ciencias Sociales en la Universidad de la Empresa (Uruguay). Miembro del Comité externo de evaluación del Programa de Investigación y Desarrollo en Diseño, Universidad de Palermo. Pertenece a la Universidad de la Empresa de Uruguay.

Antecedentes

Si el pasado queda atrás es decir, si se lo elabora y supera tendremos el futuro por delante. Porque en última instancia, la cuestión decisiva sigue siendo, tal como sostuvo Sartre, “no lo que el pasado ha hecho con el hombre, sino lo que el hombre haga con lo que el pasado hizo de él” (Kovadloff S., 2022: 27)

Hemos venido trabajando en forma consistente dentro de una línea que intenta el profundizar sobre la industria de la moda y textil como sistema y sus efectos negativos en su versión predominante actual, el impacto que supondría en su mejora si como sistema se abriera a la incorporación de los principios de los ODS de la Agenda 2030, que fuimos desarrollando en los diversos cuadernos de la línea “La moda en su Laberinto” (100, 127, 150 y 174), trabajando asimismo sobre los diversos actores que entendemos deberán cumplir un papel significativo a la hora de construir su transformación, firme y paulatina a través del tiempo.

En esa dirección entendemos que resultaría de vital importancia trabajar en la construcción de una nueva mirada que permita a las personas sentirnos plena y conscientemente miembros activos de la naturaleza, entendiendo que todo lo bueno o malo que hagamos va a tener sus efectos en esa dirección sobre el futuro de nuestro planeta, y por lo tanto de nuestra permanencia en el mismo como especie.

Es así que nos hemos aproximado a una temática que puede aportar una luz en esa dirección, y supone como se pueden construir inteligencias colectivas que desnaturalicen prácticas hasta hoy internalizadas, por otras que nos permitan visualizar un camino de retorno al papel que verdaderamente debemos cumplir en el planeta como *homo sapiens.sapiens*.

Datos de la realidad

Entendemos que son por demás significativos datos que venimos manejando en artículos anteriores sobre los efectos de la moda textil y de moda basados en información proporcionada por la Comisión Económica de la O.N.U. Europa 2019, sobre las emisiones de carbono, el uso de insecticida en forma desproporcionada en los cultivos para sus insumos, en los inmensos basurales como informamos en el párrafo siguiente, y los desechos que además se vierten a los mares y océanos, a ello le agregaremos nuevos datos que resultan interesantes para direccionarnos a la necesidad imperiosa de comenzar a transitar por el camino de la economía circular en toda su dimensión y en especial en la industria de la moda.

Según información aparecida en la publicación Haiman Troudi del 13.01.22:

El desierto de Atacama, en Chile, uno de los desiertos más atractivos de América del Sur, se ha convertido en un vertedero textil a cielo abierto, de la denominada ropa bajo costo (low cost) y ropa moda rápida (fast fashion), altamente contaminante para el medioambiente, pues puede tardar 200 años en biodegradarse, ya que está hecha de fibras sintéticas o ha sido tratada con productos

químicos, por lo que es tan tóxica como los neumáticos desechados o los materiales plásticos. (p.1)

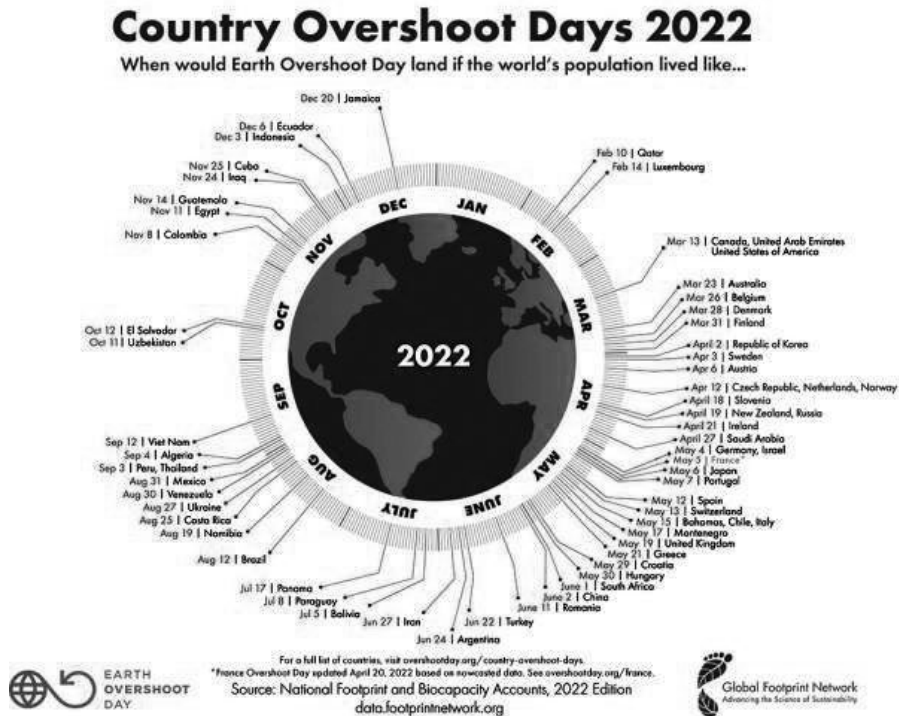
Concomitantemente el planeta tiene recursos naturales finitos y dispone de una capacidad limitada y estimada de regeneración de los mismos, mientras la rapidez a la que el ser humano consume los recursos es mayor que dicha capacidad de regeneración, según se desprende del cuadro 1 elaborado por la Global Footprint Network (2022). A este fenómeno se lo denomina la sobrecarga de la tierra, y genera un desequilibrio entre la demanda humana de recursos y la capacidad del planeta para satisfacerla, sin dañar los sistemas naturales. Para medir la sobrecapacidad de la Tierra, se utiliza el concepto denominado huella ecológica, que calcula la cantidad de recursos naturales necesarios para mantener el estilo de vida de una población determinada y absorber los desechos que genera.

Una sociedad que habla de productividad, pero que rara vez menciona la capacidad de recuperación, se volverá productiva pero no podrá recuperar. Una sociedad que no comprende o no utiliza el término “capacidad de carga” excederá dicha capacidad, y una sociedad que habla de crear empleos como si fuera algo que sólo pueden hacer las empresas no podrá inspirar a la gran mayoría de la gente a crear empleo por ellos mismos o para otros. (Meadows, D., en Fletcher y Grose, 2012 p. 157).

La humanidad debería idealmente vivir dentro de los límites ecológicos de la Tierra durante todo el año y no superar la capacidad de regeneración de los recursos naturales, pero lamentablemente no ocurre esto, lo cual podemos observarlo en el siguiente cuadro del año 2022, en donde indica el país y en qué período del año se llegaría a ese límite, apareciendo situaciones límites en donde como en EEUU, Canadá y Emiratos Árabes que necesitan cada uno de ellos los insumos de cinco planetas al año para cumplir con sus demandas. (Cuadro 1)

Si seguimos observando con muy poca diferencia aparecen Bélgica, Dinamarca y Finlandia, países considerados según el informe de progreso sobre Desarrollo Sostenible 2024 publicado el 25 de junio próximo pasado como de los más sostenibles del planeta, sin embargo su nivel de depredación y contaminación es altísimo, lo que se disimula pues como en el caso de Finlandia no contamina en su territorio, sino que produce por ejemplo pasta de celulosa en otros continentes como por ejemplo en Latinoamérica en especial en países como Uruguay, y eso disimula su nivel de sostenibilidad dentro de sus límites geográficos. Para ser más específicos posteriormente a la instalación de su segunda planta en dicho país, argumentando que su tecnología de punta bajaría al mínimo los niveles de posibles consecuencias a nivel ambiental, lo cual no ha sido así pues suceden permanentes pérdidas que están contaminando fuertemente el ambiente en especial el sistema hídrico generando la muerte de diversas especies acuáticas que ya no encuentran vida en esos ríos y arroyos, se solicitó la construcción de otra planta en territorio finlandés, con una tecnología más sofisticada y con aún menores niveles de contaminación, y fue denegada

rotundamente por el gobierno de Finlandia. Es por ello que hay que tomar los datos en su totalidad, y no en forma parcial y acotada como a veces se nos presentan.



Cuadro No.1 – Fuente: Global Footprint Network (2022)

Para Naomi Klein (2021), algunos datos son por demás elocuentes: El 10% más rico de la población mundial genera casi el 50% de las emisiones globales, y si a ello le sumamos el otro 10% que lo sigue en relación de riqueza alcanzaremos al 70% de las mismas, es decir tan sólo un 20% de la población con mejor nivel adquisitivo a mundial genera tres cuartas partes de la contaminación global del planeta, parece un despropósito sumado a que quienes más se ven más vulnerados por ésta situación son las personas más pobres.

Algunos de los *ítems* a considerar para tratar de minimizar estos efectos y aliviar la carga en el planeta, serían por ejemplo: minimizar el consumo transformando el mismo en una acción consciente, transformando los hábitos incorporados pasando a internalizar otros que se identifiquen con usos de más largo plazo en productos. Esto se debería complementar con otras medidas como bajar el consumo de energía en especial de derivados de los restos fósili-

les, aunque en la actualidad se podría agregar ahorro también de energía eléctrica, pues ya se presenta también el problema en los países nórdicos de Europa en donde todo masivamente se pasó a la electricidad, y no se logra generar la cantidad necesaria de dicha energía para abastecer el consumo, en esa línea también se aconseja promover una movilidad sostenible, que incluya no sólo la energía necesaria para los traslados, sino también el número de personas que se muevan por móvil. En la dirección que ya venimos trabajando en el texto que aparece en el cuaderno 174 de la Moda en su Laberinto, profundizar en la teoría de las 9 R, reduciendo residuos aspecto que volveremos a trabajar más adelante.

Alimentación sostenible, consumo consciente y racional del agua como bien finito e indispensable para la vida en el planeta. Por último incorporar educación y divulgación sobre conciencia ambiental y sostenibilidad, aspecto que desarrollamos en nuestro último artículo, y que profundizaremos en éste a través de la temática sobre la construcción de inteligencia colectiva y la teoría de la U.

Economía circular

“La inevitabilidad de la transición a una economía circular se pone de manifiesto por los importantes retos a los que responde, pero también por los potenciales beneficios, económicos, medioambientales y sociales que promete generar al cambiar a modelos de producción y consumo más sostenibles”. (Albaladejo M., Mirazo P., Franco Henao L, UNIDO 2021. p.1).

Comenzaremos a trabajar con el concepto de Economía Circular, recordando algunas definiciones ya mencionados con anterioridad y anexando nuevos aportes, para que de acuerdo a lo planificado previamente en la construcción de éste artículo, en su corolario volveremos nuevamente a ésta mirada y cómo impactaría la creación de inteligencias colectivas y la teoría de la U en su implementación.

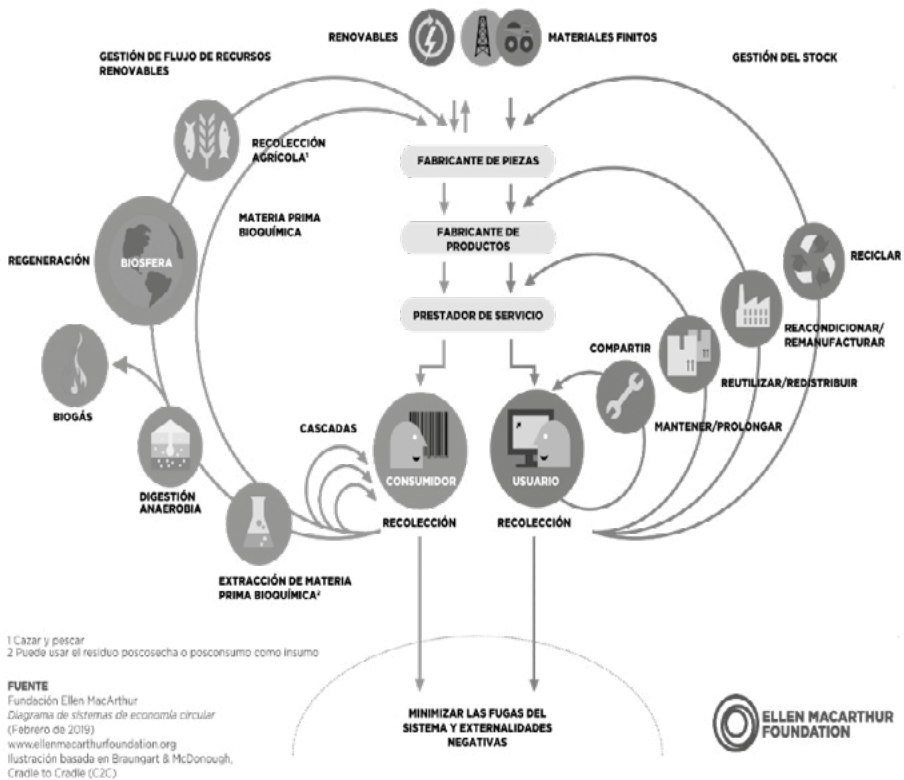
El modelo económico lineal que parte de los principios de “comprar, tirar, comprar”, basándose en que la naturaleza siempre va a proveer de grandes cantidades de materiales y energía, a buenos precios y accesibilidad, y si alguno por ser finito amenaza con desaparecer, la ciencia y la tecnología van a generar algún otro que lo sustituya”, visión por demás arrogante sobre el poder de hombre sobre la naturaleza como errónea. (Castro J. 2022 p.132).

Partiendo de éste principio sin duda refutable desde diferentes miradas, se minimiza la sobrecarga sobre el planeta en base a un sistema que parece no saciarse jamás según lo vimos párrafos atrás, sino que además no toma en consideración la realidad de los recursos finitos, aspecto ya comprobado por la comunidad científica.

La economía circular es un concepto económico que se enmarca en el desarrollo sostenible, y cuyo objetivo es la producción de bienes y servicios reduciendo el consumo y el desperdicio de materias primas, agua y energía. Se trata de un modelo que considera tanto los conceptos económicos, como los ambientales y sociales, basado en el principio de “cerrar el ciclo de vida” de recursos, productos, servicios, residuos y materiales. (Espaliat Canu, 2017 p.22).

ONUDI y Fundación Ellen MacArthur (2021), publicaron un artículo en la Industrial Analytics Platform (IAP) de la ONUDI de autoría de Albaladejo M., Mirazo P., y Franco Henao L., donde hacen referencia a la economía circular y sus tres principios fundamentales; 1) eliminar residuos y contaminación, 2) mantener productos y materiales en uso, y 3) regenerar sistemas naturales.

DIAGRAMA DEL SISTEMA DE ECONOMÍA CIRCULAR



Cuadro 2 – Fuente: Fundación Ellen Macarthur (2019)

Según el cuadro anterior elaborado por la Fundación Ellen MacArthur, la creación de valor en el modelo de la economía circular aparece en ciclos técnicos y biológicos. Por un lado el tiempo de uso de los materiales y productos es pensado para que sea mucho mayor

que en el modelo lineal, debido a que su intercambio, mantenimiento, reutilización, refabricación y reciclaje sin duda alargan su vida útil. Asimismo el ciclo biológico se visualiza en tanto los materiales luego de un ciclo de vida extenso, regresan a la naturaleza no contaminando, nutriendo a la tierra y a los ecosistemas naturales.

El modelo de economía circular, impulsado por el diseño y sustentado por el uso de energías y materiales renovables, revoluciona la forma en que se debe diseñar, producir y consumir, basándose en tres principios, eliminar residuos y por lo tanto bajando contaminación, aumentando el tiempo de uso tanto de productos como de los materiales, y por último permitiendo que los sistemas naturales puedan regenerarse dentro de los tiempos que la naturaleza ofrece. “El mejor diseño puede hacer que los productos sean más duraderos o más fáciles de reparar, actualizar o reelaborar, pudiendo también ayudar a los recicladores a desmontar los productos a fin de recuperar componentes y materiales valiosos”. (Cerdá, E. Khalilova, A. p. 17)

Si tomamos en consideración la proyección elaborada al año 2050 que aparece en el gráfico 1 de persistir el modelo lineal, se estima un aumento en la generación global de residuos en millones de toneladas por año exponencial, resultará no sostenible, por lo que el pasaje a un modelo de economía circular no amerita dilatación y se vuelve impostergable.

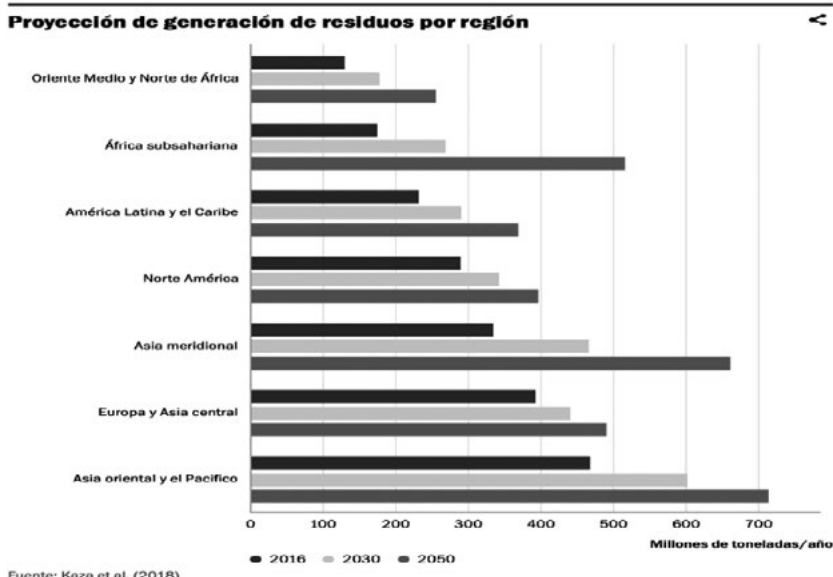


Gráfico 1 – Fuente: Kaza et al. (2018)

Dentro de los principios de esta nueva visión circular de la economía se trabaja sobre tres niveles o P: Productos, Procesos y Personas, y dentro de los mismos sobre las denominadas 9 R: Renunciar, Repensar, Reducir, Reutilizar, Refabricar, Restaurar, Reciclar, Redefinir y Reparar, esto es un aporte interesante para tratar de ampliar a las más conocidas y trabajadas 3 R. (Castro J. 2022 p.133).

Un sustento indispensable de la economía circular, resulta el uso de la tecnología 4.0, hoy en pleno auge de la cuarta revolución industrial, los sistemas basados en datos que no sólo tienen la capacidad de identificar riesgos y oportunidades en los modelos de economía circular, sino que permiten digitalizar e integrar la información dentro de las cadenas de valor.

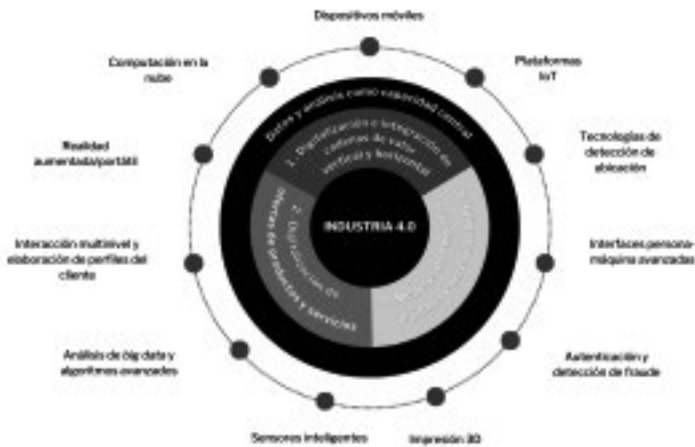


Gráfico 2 – Fuente PricewaterhouseCoopers (2016)

Es significativo que la mayoría de las tecnologías representadas en el gráfico 2, brindan el potencial de construir información sobre tipos de residuos, condiciones, cantidades y ubicaciones, facilitando una mejor gestión de los residuos y permitiendo su reincorporación a la cadena de valor. “Uno de los retos de la economía circular es cerrar el ciclo una vez concluida la fase de uso de un producto, ofreciendo oportunidades para que el proceso de recolección tras el uso sea más eficiente, eficaz y sostenible” (UNIDO 2021).

Para que todo este proceso se cumpla con eficiencia, es indispensable que se pueda conocer la trazabilidad a lo largo del ciclo de vida de los diferentes productos, debiendo recopilar información en cada fase del ciclo mencionado, brindando transparencia y satisfaciendo así las demandas de diversos actores que participan en el proceso.

Si trasladamos lo relatado en el párrafo anterior a la industria textil y de moda, su aplicación nos permitiría conocer el uso de textiles reciclados, conocer su proceso anterior, y a

partir de dichas transformaciones analizar sus potenciales aplicaciones, analizando luego su posible inserción en nuevos productos que se pondrán a disposición de los usuarios. “Si los consumidores apuestan a comprar productos de mejor calidad y mayor duración, con una composición con amplia presencia de materiales renovables y reciclables, ello representaría una buena base para que triunfen los principios de la economía circular”. (Castro J., 2022 p.135).

Pero para que se produzcan estos cambios en la mente de los consumidores deben trabajarse cambios tanto culturales, sociales, políticos como económicos, que apunten a construir una nueva mirada sobre las prácticas en general y este caso de todo el sistema textil y de la moda, y ese trabajo supone el compromiso que deben asumir tanto los organismos internacionales, gobiernos nacionales, instituciones educativas en todos sus niveles, profesionales vinculados a la producción y la sociedad civil en su conjunto a través de sus diversas organizaciones, llegando a debates significativos con los actores individuales, que puedan dar como resultado la construcción de inteligencias colectivas, es decir un cambio significativo que partiendo de la concepción actual de consumidor individual tal como se tiene en la actualidad, se privilegie en especial la mirada y defensa del colectivo, la cual definiremos como pasaje a sentirse ciudadano consciente de su pertenencia a la naturaleza, y de que sus acciones repercuten para bien o para mal en el todo global.

Cómo se construyen las inteligencias colectivas que permitan transformar la realidad social

“Inteligencia colectiva se define como aquella que surge de las personas que hacen cosas juntas” (Rey A., 2022 p.18)

Berger y Luckman (1986) definían a la construcción social de la realidad como un proceso dialéctico entre el hombre productor de la realidad y el mundo social que produce, conformándose ese proceso en tres etapas. La externalización parte del principio que la sociedad es un producto humano, generando, objetivación, el cual es un proceso en donde la sociedad se convierte en una realidad objetiva, construyendo y recreando los elementos básicos y necesarios para que cada estadio social pueda construirse y desarrollarse a través del tiempo: formaciones socio-culturales y psicológicas, teniendo en cuenta siempre que los integrantes de una sociedad son producto de una realidad en la cual se encuentran insertos: internalización.

Este proceso deviene en procesos de cambios permanentes que se dan en las sociedades y hacen posible que las mismas se transformen, avancen, y se adecuen a las nuevas realidades, pasando a habitar en las formas de ver, pensar y sentir de las nuevas condiciones sociales.

Para llevar adelante un cambio, deben existir agentes a favor que lo promuevan e incluso si no existe consenso también aquellos que se presentan contrarios al mismo. De esa confrontación surgirá su implementación o no, el ritmo en el cual se instrumentará, los factores que facilitarán su puesta en práctica, todo lo

cual debe estar inserto en condiciones que se presenten como favorables para la concreción del cambio de referencia. (Castro J. 2022 p.122)

En el caso de la industria de la moda, los cambios que deberán producirse para que se generen las transformaciones necesarias que devengan en la construcción de un nuevo paradigma en su sistema, es indispensable que cuenten con agentes individuales y colectivos tanto públicos como privados con el poder suficiente para generar un discurso que permeee a las masas, las desaliente y las concientice de la necesidad de dicho cambio. En esa dirección es que comenzaremos a trabajar con la construcción de inteligencias colectivas en un proceso que puede tener diversos puntos de inicio, y procesos de retroalimentación variados, como por ejemplo individuos que internalizan una realidad posible de mejorar y tratan de concientizar a otros liderando el proceso, grupos que se conforman y construyen una estrategia y un discurso que se despliega a grupos mayores, instituciones educativas en sus diversos niveles transmitiendo a las nuevas generaciones nuevos paradigmas y nuevas formas de apropiación y aplicación de los conocimientos, gobiernos nacionales que construyan alianzas con otros para generar más fuerza tal como se plantea en el ODS 17 de la Agenda 2030, y los organismos internacionales que elaboren un discurso e impulsen su implementación, pudiendo si es convincente y la gente además percibe la coherencia del mismo y su necesidad de reproducción, llegar a las grandes mayorías sociales y generar transformaciones importantes y necesarias. Lo recomendable es que el discurso se vea retroalimentado y enriquecido con aportes de los diferentes actores que adhieren a la propuesta, y que la tomen como propia tanto en su divulgación como en su puesta en práctica. Estos procesos de cambio significativos deben comenzar desde las etapas más tempranas de existencia de los individuos, generando procesos de socialización que naturalizan nuevas formas de construir la realidad, deshabitación de estilos de vida llevados adelante por grandes contingentes de la población mundial, a los cuales habrá que concientizar para que modifiquen sus estilo de vida, que atentan contra la permanencia de vida en el planeta en que vivimos.

En esta oportunidad y siguiendo con la lógica de que al sistema de industria de la moda y textil se le debe considerar como un todo, y que hay que cambiar desde la generación de insumos, su proceso productivo contaminante, las condiciones laborales, los excesos de residuos que produce entre otros, pondremos especial énfasis en este artículo en los cambios comportamentales que deberán producirse en los consumidores, que a la postre son los que consciente o inconscientemente terminan justificando a todo ese sistema productivo y su funcionamiento. Es allí donde se debe trabajar en la construcción de inteligencias colectivas que se presenten por encima de las apetencias individuales, pasando a sentir placer en consumir prendas que duren más y se generen bajo otro paradigma como es el de economía circular, en el entendido que no es sólo una opción diferente, sino que es hoy la más viable para conservar al planeta y la vida en el mismo para esta generación y las venideras. “Las inteligencias colectivas, se crean como alternativa a las rutas preestablecidas. Son caminos que nadie ha diseñado, surgen de forma espontánea por el uso repetido de muchas personas para por ejemplo unir dos puntos por la distancia más corta o más hermosa” (Rey A., 2022 p.18).

Aquí podemos comenzar a trabajar y fundamentar el porqué de la inclusión de este ítem que nos parece por demás aplicable y funcional, pero antes de insertarnos en el tema que venimos desarrollando, comenzaremos con un ejemplo que sacudió a la humanidad recientemente y fue la pandemia del COVID 19, el cual desplegó la generación de mucha energía colectiva, y obligó a los individuos a cambiar muchos de sus comportamientos habituales a través de mecanismos y discursos diversos que iban desde lo que se denominó la libertad responsable en la conducta, hasta formas más compulsivas como la reclusión domiciliar obligatoria, producto de un mal que ponía en riesgo la vida tanto individual como colectiva de los individuos, pero de una manera u otra, la sensibilización en relación a la problemática que con matices era común a todos. Más allá de lo estrictamente sanitario, se pudo observar que la baja en la intensidad productiva y concomitantemente por el menor movimiento humano hacia los lugares de trabajo, también generó la reactivación de modos de vida en lugares de la naturaleza y de especies que bajo las condiciones normales no podían subsistir.

Si bien son situaciones que a primera vista parecen diferentes, si comenzamos a analizar con detenimiento tienen más puntos en común que diferencias. Hoy los seres humanos podemos percibir los efectos del cambio climático, detectar la cantidad de gases que conforman el efecto invernadero que se emiten a la atmósfera como producto de las actividades productivas y del consumo mismo, ser conscientes de la extinción de especies, sufrir los efectos de componentes químicos altamente contaminantes que se utilizan en los procesos productivos, la utilización de tecnología no amigables con el medio ambiente siendo generadoras de un cúmulo de desechos no reutilizados, también es fácilmente observable el aumento de residuos en vertederos de los mismos como relatamos en el desierto de Atacama en Chile, y si el país tiene costas se visualiza la cantidad de plásticos y desechos que llegan a las mismas, que sin duda provienen de quienes los vierten a los ríos, mares y océanos, apareciendo también un resurgimiento de algunas enfermedades ya erradicadas décadas atrás en el planeta, depredación de zonas consideradas como pulmones naturales que oxigenan y protegen la vida que pertenecen a la humanidad, pero que pasan a ser utilizadas para el lucro individual, sin importar los riesgos en los cuales se incurren. Podríamos seguir enumerando diversas formas de contaminación perceptibles que afectan al ecosistema, y si bien todas las especies estamos insertos en el mismo, claramente sólo una de ellas que se precia de ser “la más inteligente” puede llegar a ser consciente de ello y trabajar para mitigar sus efectos. Sin embargo a pesar de que muchas de estos efectos pueden ser identificados claramente, es muy probable que las grandes mayorías entren dentro de un panorama denominado como: normalizador, que viene siendo habitual, entendiéndose que las cosas son así y no se pueden cambiar, y no generan una mirada crítica pues no lo consideran como un problema que le impida seguir su ritmo de vida cotidiano.

El tema de los factores mencionados en el párrafo anterior ha sido planteado largamente por organismos internacionales en un proceso que comenzó con la declaratoria del Club de Roma ya en la década de los 70' del siglo pasado, y luego de diversos cónclaves a través de casi medio siglo, se instrumentó en 2015 la denominada Agenda 2030 cuyos principios se cimentaba en bajar significativamente los aspectos más acuciantes que el mundo y su población sufría y que se venía recrudeciendo a ritmos alarmantes, incluso posterior a esa

fecha se generó lo que se presentó el denominado Pacto Mundial también presentado por la ONU, como iniciativa por la sostenibilidad corporativa más grande del mundo, haciendo un llamado a los empresarios a advenirse a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenibles y sus metas, desarrollados y fundamentados en la Agenda creada en New York cuatro años atrás. Existen diversas formas de inteligencias colectivas, y para este caso entendemos que podríamos aplicar la denominada inteligencia colectiva acumulativa, la cual resulta al conectar conocimientos y experiencias a lo largo del tiempo. “Las tendencias culturales y los grandes debates de cada momento histórico emergen también, en la mayoría de los casos por la activación de nodos con fuertes conexiones que generan una masa crítica gracias a la que se multiplica la visibilidad global de esas ideas”. (Rey A., 2022 p.24)

Ahora cómo relacionamos este relato con la construcción de inteligencias colectivas que como mencionaba el autor Amalio Rey (2022) deben ser formas alternativas a las rutas establecidas, suponiendo que deben ser formas diferentes por un lado en el tema de referencia en el artículo de ser conscientes de todo ello, de deshabitualizar comportamientos adquiridos, desalienarnos sobre nuestra contribución a todo lo relatado en el párrafo anterior y como cambiar, es decir “saber escoger” conductas más saludables que permitan aplicar otra mirada de cara al futuro, sabiendo que no podemos resolver los nuevos retos, aplicando las mismas ideas que los generaron.

Para que se produzca inteligencia colectiva deben aparecer en sus inicios tres condiciones: a) un grupo de dos o más personas que hagan cosas juntas. b) una agregación que de coherencia a lo colectivo y lo transforme en un juicio o producto del grupo. c) una inteligencia que representaría una agregación de razonamiento, aprendizaje, creación, resolución de problemas o toma de decisiones grupales.

El conocimiento y las habilidades adquiridas mediante el aprendizaje residen en principio en cada persona de forma individual, pero la exposición recíproca en un entorno común sobre todo cuando el contexto de aprendizaje es intencional y organizado, contribuye a crear una especie de “conocimiento colectivo” en un plano que trasciende a los individuos. (Rey A., 2022 p.34).

Esta construcción de lo individual a lo colectivo y en permanente espiral, nos recuerda a la lógica de la investigación acción participativa, la cual toma en consideración los conocimientos que devienen de los diversos actores participantes, y va generando una teoría no impuesta en dirección vertical desde la academia incorporando todo saber tanto el profesional, como aquel que proviene de los que padecen el problema interactuando en forma permanente e indispensable no sólo para conocer la realidad sino, para construir en forma coordinada la solución a los problemas que se plantean.

Tras la tercera y en especial de la cuarta revolución industrial, la tecnología de la comunicación nos brinda herramientas para poder conocer en tiempo real que pasa en otras partes del mundo, tendencias, descubrimientos, nuevas miradas sobre la realidad y ello sin duda contribuye para que las inteligencias colectivas puedan adquirir ribetes de internacionalidad, y cuando se basan como este caso en temas tan sensibles, bien manejada esa comunicación, no sólo aumenta la escala sino que aumenta la probabilidad de derribar

las barreras culturales y geográficas de antaño. Se produce como definía Néstor García Canclini (2012) procesos de desterritorializar y descoleccionar viejas creencias y prácticas y armar nuevas colecciones sustentadas en principios diferentes, más actualizados y aplicables a las nuevas realidades.

La influencia social, es el proceso por el que los individuos adaptan su opinión, revisan sus creencias o cambian su comportamiento como resultado de relacionarse con otros, y este cambio puede transformarse en tendencia capaz de ganar adeptos a lo largo y ancho del planeta.

Con los conceptos manejados anteriormente podemos aplicar a las acciones a realizar sobre los consumidores requieren de retos comunes que deben ser efectivos y afectivos. Efectivos pues deben basarse en un discurso asertivo y sensible, concientizando a la sociedad de la situación real en la que se encuentra el planeta, y como de la conducta de todos y cada uno de los individuos depende de la deshabitualización de sus comportamientos reconocidos como normales, pasando a habitualizar e internalizar como válidos y correctos otros no desarrollados hasta el momento, pero con la certeza de que la desalienación y concientización le permitieron darse cuenta de que el cambio es positivo tanto a nivel individual como colectivo. “Cuando pensamos como consumidores, nos venden lo que creemos necesitar, si lo hacemos como ciudadanos pensamos en el futuro, y no sólo en la gratificación inmediata” (Eric Liu en Rey A., 2022 p.272)

Existe una confrontación permanente entre el yo y el nosotros, lo que podríamos dado el caso de estudio: el consumidor y el ciudadano, elemento muy interesante que hoy no aparece tan claramente como en décadas anteriores por la exacerbación del sentimiento de individualidad que prima en especial en las sociedades urbanas. Pero la reivindicación del concepto de ciudadanía, resulta por demás indispensable si pensamos en los cambios hacia una sociedad diferente que piense más en el colectivo que en la propia realidad de cada uno de sus integrantes sin descuidar a estos, o mejor dicho que su situación en realidad no está descolgada del todo, sino que forma parte de ello, y su contribución a la mejora del mismo aumenta las probabilidades de que repercuta en cada uno de sus componentes. Esta concepción de ciudadanía, implica no sólo derechos y obligaciones por vivir en sociedad, sino que es más profunda pues requiere de un compromiso y un sentido de solidaridad para con el resto, que brinde cohesión al todo, contribuyendo a minimizar las grietas sociales producto de no entender a los otros, verlos como diferentes y no sentirlos como partícipes del mismo universo.

Aquí podemos también percibir el grado de inteligencia emocional que debería primar en las sociedades, y que según Daniel Goleman (2007), representa la habilidad de sentir, entender y aplicar eficientemente el poder, que surge de las emociones como fuente vital de energía humana, de información, de confianza, de creatividad y de influencia. Si no nos conocemos a nosotros mismos o construimos una imagen cargada de subjetividades, difícilmente podamos superar nuestros propios puntos débiles a nivel emocional, tampoco logremos ponernos en el lugar del otro construyendo empatía hacia los demás, y como corolario estaremos más cerca de vivir conflictos permanentes de interrelación que construir relaciones eficaces y duraderas.

Entendemos que se deberían conjuntar los tres coeficientes en mayor o menor medida

para que las personas puedan ser consideradas inteligentes. Por un lado el tradicional coeficiente intelectual el cual es trabajado fuertemente en especial desde edades tempranas por el sistema educativo, muy cerca del mismo aparece el coeficiente emocional que como hicimos referencia en el párrafo anterior da cuenta de cómo manejamos nuestras emociones y afectos, y por último y no menos importante en el mundo actual aparece el coeficiente de adversidad, este se funda en que dados los cambios tan vertiginosos que viven nuestras sociedades, la probabilidad de equivocarnos aumenta significativamente, el tema radica en qué aprendizaje nos dejan esos errores, y cómo somos capaces de capitalizar en forma positiva a los mismos y superarlos. Es por ello que entendemos que el ser humano como componente social cultural y político, debería no sólo manejar su capacidad intelectual y emocional, sino además comprender que el mantener un sistema productivo cuyos efectos se reflejan en una explotación superlativa, irracional y vertiginosa de la naturaleza y las personas, una contaminación por demás nociva para la permanencia de la vida en el planeta, y una desproporcionada pérdida de recursos a partir de la generación de residuos no utilizables, debería desarrollar y activar su coeficiente de adversidad y autoconciencia de dicha realidad, debería contribuir fuertemente para un cambio de actitud, acercándose más al ciudadano responsable, dejando en un segundo plano al consumidor individual, insaciable con todo lo material, insatisfecho permanente en búsqueda de soluciones irrealizables y sin fundamentos, carente de una mirada crítica a su propio parecer y proceder. Seguidamente nos introduciremos en la teoría U, desarrollando sus fundamentos y analizando el por qué la misma podría conformar una buena base para la construcción de miradas nuevas que sirvan como sostén para el desarrollo de las inteligencias colectivas y a través de ellas lograr cambios tanto individuales como colectivos.

Teoría del *iceberg* o de la U, sintiéndome parte del planeta

En un mundo en transformación constante, ya no es posible actuar basándose únicamente en la repetición, hacer lo que ya se conoce o lo que ya se ha visto que ha funcionado en el pasado. La idea es permitirnos que emerja lo nuevo, que nos conectemos con un futuro que es completamente nuevo relacionado con nuestro proceso de cambio, situación, problema o desafío. (Scharmer O.; 2020)

Esta teoría creada por el profesor e investigador Otto Scharmer, presenta una metodología que propone procesos de cambio y transformación en cualquier tipo de sistema, siendo aplicable a situaciones organizacionales, institucionales, y sociales en general.

Su base se respalda en tratar de brindar puntos de referencia para que las personas transformen su forma habitual de pensar, contribuyendo en la creación de posibles soluciones que realmente se encuentren en acuerdo con lo que la sociedad realmente necesita. Es por ello que entendemos que puede ser muy útil su aplicación para deconstruir formas de actuar, pensar y sentir no sostenibles, transformando su mirada y aportes luego de esa desalienación, en un aporte a lo que la sociedad espera para un cambio significativo, en este caso generando las condiciones de transición hacia una economía circular.

Entendemos que existen puntos de encuentro con la teoría de las inteligencias colectivas, en especial pues el proceso comienza en una fase individual de observación, búsqueda de información, los pasos siguientes apuntan a la confrontación entre lo relevado con las creencias tomadas al inicio como naturales, y los pasos siguientes comienzan la construcción desde una mirada colectiva de una nueva alternativa de un futuro que emerge.

Ambas miradas tienen también afinidad salvando las distancias epistemológicas y metodológicas con lo que Marx definiría como un proceso de desalienación, a través de la identificación de un problema hasta ese momento no detectado como tal, la unificación de los individuos que así lo perciben y se unen para su superación, y luego de la confrontación entre la mirada anterior y esta recientemente internalizada, la aparición como síntesis de un nuevo modelo, que se construye desde lo que está por venir.

Según Paulo Freire (1970), la alienación sólo puede vencerse a través de la educación, y ella sería la herramienta fundamental para trabajar sobre los hábitos y comportamientos actuales, las consecuencias que los mismos acarrearán directamente sobre todos, y sobre las diferentes alternativas que podemos utilizar para su mejora.

La teoría U consta de siete pasos y el objetivo del cambio y esto es muy novedoso radica en verlo desde el futuro, pasando por diversas etapas desde dejar atrás lo que pensábamos como cierto, abriéndonos a algo nuevo que deberemos comprender y colaborar en su creación. Los mismos son denominados como: a) descargar, b) ver, c) percibir, d) presentir, e) cristalizar, f) prototipar, y por último la g) desempeñar.

Es así que comenzaremos a desarrollar cada una de ellas para luego poder bajar a la realidad concreta de su contribución no sólo a la construcción de inteligencias colectivas que impacte en aspectos comportamentales de los consumidores, incorporando un aporte significativo hacia un cambio de paradigma productivo, pasando del modelo lineal a un modelo circular. Es aquí en donde nuevamente podemos encontrar similitudes entre las construcciones teóricas de Amalio Rey y Otto Scharmer, identificando el primero la necesidad de que los conglomerados sociales pasen de ser: consumidores a ciudadanos, y el segundo la necesidad de la búsqueda de soluciones que recorran el camino también de lo individual a lo colectivo.

El primer eslabón de la teoría U supone dejar atrás los patrones del pasado.

Lo que hacemos suele estar basado en patrones habituales de acción y de pensamiento. Un estímulo conocido desencadena una respuesta conocida. Para avanzar hacia una posibilidad futura debemos ser conscientes y abandonar el modo dominante de “descarga” que nos lleva a reproducir constantemente los patrones del pasado. (Scharmer, O., 2017 p.109).

En general existen resistencias a nivel tanto individual como colectiva a los cambios dado la percepción de inseguridad, la necesidad de romper con hábitos que nos permitían no pensar y descargar mecánicamente comportamientos ya legitimados, y las respuestas habituales: si siempre funcionó así por qué cambiar. Ello nos puede llevar a encerrarnos en lo que Platón describió como la alegoría de la caverna, quedando encerrados en mitos y creencias que no cuestionamos y reafirmamos como válidas y vigentes, mientras el mundo exterior de despliega por otros andariveles y nos puede presentar otras oportu-

nidades. Por lo tanto es indispensable no esperar a momento de crisis, en momentos de auge siempre hay que estar poniendo en tela de juicio a las formas habituales a través de las cuales nos paramos frente a la realidad, pues esta es dinámica y quizás estemos no dando respuestas adecuadas a los problemas actuales, manteniendo patrones reglamentarios obsoletos y que nos encorsetan y no nos permiten identificar los cambios que pasan por delante nuestro. “Sólo cuando aprendemos a detener las descargas es el prerrequisito para iniciar el proceso U. Sólo cuando dejamos de descargar patrones podemos despertar, ver la realidad y ser conscientes” (Scharmer O., 2017 p.118).

A partir de aprender a detener las descargas es decir las formas habituales de responder a los problemas, aparece el eslabón dos de la Teoría U, denominado: ver, el cual supone que nuestra percepción es más aguda y nos permite ser conscientes de la realidad que tenemos frente a nosotros, observando aspectos no identificados con anterioridad, parándonos frente al objeto de estudio desde otro ángulo hasta ahora no explorado y quizás no comprendido en su verdadera dimensión. Es aquí en donde debe aparecer nuestra capacidad de asombro, que dado nuestro ejemplo de la alegoría de la caverna, sería darnos cuenta de que afuera existe otra realidad diferente a la que entendíamos como cierta y en algunos casos como única e indiscutible, rompiendo así nuestras colecciones mentales siendo este un paso fundamental para que el proceso U comience a desplegarse en su verdadera dimensión.

Esa semilla nos permitirá despertar nuestro interés ante el asombro mencionado, buscar información sobre el tema, contrastar fuentes, interactuar con otros, manejar una comunicación y escucha activa entre todos, y comenzar el espacio de ver juntos a partir de ese intercambio previo. Ya comenzamos a delinear el proceso colectivo.

Posteriormente la siguiente etapa denominada: percibir, la cual a partir de la experiencia anterior posiciona a nuestra percepción a ser mucho más genérica, desde todo el campo, y comienza el proceso de desalienación ya que al entrar en conciencia de la situación, es donde como en nuestro objeto de estudio los consumidores estarían en condiciones de visualizar los efectos nocivos del sistema que hasta ese momento ellos veían como natural. Es en este punto donde se comienza a conformar el futuro.

El límite entre el observador y el observado se desvanece y el observador empieza a ver el sistema desde un punto de vista que le incluye como parte del mismo. El sistema ya no es algo que está ahí fuera (lo que ellos nos hacen a nosotros) sino que también aquí dentro (mirá lo que nos estamos haciendo a nosotros). (Scharmer O., 2017 p.136-137)

Ya no observamos al contexto como algo externo a nosotros, comenzamos a vernos como parte del mismo, y también visualizamos la responsabilidad que tenemos con nuestras acciones en su construcción o destrucción, siendo esta etapa la génesis de pensar en comunidad.

Al llegar a este punto estamos ya en condiciones del siguiente paso denominado: presenciar, que supone que la percepción comienza a producirse desde una opción futura que depende de nosotros para hacerse realidad. Representa el punto de inflexión de la U,

desde aquí se parte de cero hacia una nueva realidad, viendo nuevas posibilidades que antes no se percibían, y que comienzan a ser construidas desde el colectivo, para lo cual debemos abandonar todo lo que no es esencial en el camino hacia ese futuro. “La presenciación se produce cuando nuestra percepción empieza a producirse desde la fuente de nuestro futuro emergente” (Scharmer O., 2017 p.155)

Nuestra visión es más completa y compleja a la vez pues supone que nos sentimos dentro del sistema, formando parte del mismo, pero también agregamos la capacidad de ver al resto también como parte de él compartiendo los mismos problemas que nosotros, es decir, podemos elevarnos por sobre el mismo y observar en su conjunto, verlo desde diversas perspectivas a la vez, lo cual nos permite intuir que es lo que debemos hacer, pues somos conscientes del problema a superar, pero la conexión con los otros permite que exista una interacción que nos posibilitará generar ideas significativas grupalmente, más elaboradas y en tiempos más acotados. Es importante en esta instancia, generar prácticas colectivas de diversa índole para ir generando esa nueva mirada comprometida con los grupos, la habituación al diálogo y a la escucha activa que permitirá no sólo evitar los ruidos comunicacionales, sino construir el futuro en el marco de la diversidad y la tolerancia.

Siguiendo en este camino comenzaremos a transitar por el lado derecho de la U, ya dejamos atrás lo que no era necesario para esta nueva construcción, comenzando a transitar el camino hacia el futuro que emerge, el cual vamos identificando y construyendo desde el colectivo como veníamos desarrollando en el párrafo anterior. El próximo eslabón constructivo el autor lo denominó: cristalizar. “Cristalizar significa clarificar la visión y la intención desde nuestra mejor posibilidad futura” (Scharmer 2022 p. 180).

Este nuevo eslabón supone generar a través de un lenguaje concreto aquello que deseamos crear, basados en los pasos anteriores en especial en el último en donde el colectivo se fue consolidando, dialogando y escuchando al resto. Respetando las diversidades se generarán en los diferentes colectivos varias propuestas, trabajando en base a las necesidades más urgentes detectadas para el logro de ese futuro en construcción, clarificando a través de signos semánticos lo que quiere emerger. Si en etapas anteriores dejamos ir lo que para el futuro no considerábamos necesario, en esta instancia lo que deberemos es dejar venir intencionalmente lo nuevo, debiendo generar las condiciones para que ello ocurra, clarificando la visión e intención del futuro. Vamos cada vez más haciéndonos conscientes del camino a recorrer, de su posible concreción, por lo cual pasaremos al próximo eslabón de la cadena, en donde ya generaremos prototipos del futuro al que aspiramos a llegar. “Hacer un prototipo significa presentar un concepto antes de perfeccionarlo. Los prototipos permiten un aprendizaje y una adaptación con una retroalimentación de ciclo rápido” (Scharmer 2022 p.191)

Debemos aunar las diversas inteligencias en la construcción del prototipo, la intelectual, la emocional, y la del control de la adversidad, pues en ésta etapa y su proceso van a aparecer situaciones que nos pondrán a prueba a través de ensayos y errores, pero cuando visualizamos la punta del iceberg, sabemos que bajo las aguas aquel es sostenido por bases potentes conformadas por muchos aprendizajes, como afirmaba David Kelley: fracasar a menudo para triunfar antes. Debemos ser conscientes de que esta tarea de crear los prototipos desde lo nuevo, y hacerlo real no se crea al ritmo actual del todo ya, sino que lleva

tiempo, pero es el camino para transformar la realidad con un objetivo cierto que mejore las condiciones actuales.

La etapa de prototipar es de gran ayuda para cambiar el enfoque que tenemos sobre las cosas, de pasar de lo abstracto a lo intangible. Al mismo tiempo se tiene que hacer desde una perspectiva empírica y siempre de forma objetiva, mirando hacia la transformación. No olvidemos que en nuestro caso no es un prototipo tangible, sino es una construcción teórico-práctica sobre un futuro que ya se encuentra en su génesis entre nosotros, emergiendo y desde esas bases es que apostamos a su concreción. Debemos en esta etapa conectar con la inspiración, escuchar la retroalimentación que nos da el entorno, y generar un compromiso y aprendizaje de los prototipos que se van construyendo, sin caer como menciona el autor en “acción sin sentido y sentido sin acción” (Scharmer 2022 p.203).

Estamos ascendiendo por el lado derecho de la U y acercándonos al futuro que emerge, pasando al momento de trabajar sobre el eslabón denominado “desempeñar”, último paso de nuestro recorrido. “En la fase de desempeño, centramos nuestra atención en cómo se incorpora la presenciación en las prácticas en el día a día” (Scharmer 2022 p. 205). Esta etapa nos parece fundamental, pues no sólo alcanza con realizar todo el recorrido anterior, dejando atrás la mirada del pasado, las respuestas conocidas y los resultados conducentes al fracaso, sino que el llegar a ese futuro que ya podemos percibir como un presente posible, es fundamental ser coherentes con las prácticas cotidianas que hagan que ese estadio se consolide a través de las acciones individuales y colectivas de todos, y como resultado de ello en forma coherente se transforme esa realidad, de lo contrario todo lo anterior no pasaría de un esfuerzo en vano, y lo peor la decepción y un mal síntoma para el futuro de la vida en el planeta. El foco fundamental en esta última etapa pasaría de modelar los microcosmos, a modelar y hacer evolucionar el ecosistema macro que atravesaría tanto a los individuos, las organizaciones, y las sociedades.

Aparecen tres dimensiones importantes a tener en consideración: por un lado la nueva creación de valor hacia los usuarios, la incorporación de aprendizaje sobre la innovación y el cambio permanente para actualizar y mejorar el nuevo sistema, y por último mantener siempre en la mirada al contexto social y ecológico en su globalidad en todas nuestras acciones. Esto también daría sustento a lo que hemos trabajado en artículos anteriores sobre la importancia de conformar las economías de triple impacto, reforzando permanentemente los procesos de cambio bajo una mirada que tome en consideración los tres aspectos, lo económico, social y medioambiental.

El papel de los líderes en los diferentes ámbitos en donde se muevan, sean individuales o institucionales, nacionales e internacionales, jugarán un papel fundamental en todo este proceso de transformación y de generación de nuevas formas de ver la realidad, en hacer conscientes a las personas que lo individual es importante, pero mucho más son los procesos colectivos, y que más temprano que tarde se deberá dar el paso consciente de ser más ciudadano que consumidor, contribuir más a conservar nuestro hábitat que ser depredador del mismo, y pensar que otras generaciones vienen detrás nuestro y tienen el derecho de recibir un planeta saludable y mejor que el actual.

Cómo impactaría todo lo relatado en la concientización de la importancia de la llegada de la economía circular

A través de los diversos artículos presentados hasta el momento dentro de la línea de investigación denominada La moda en su Laberinto, hemos trabajado un proceso que comenzó con una identificación de los factores negativos que produce en todas sus dimensiones el sistema textil y de la moda en su versión actual denominada, *fast fashion*, también profundizamos sobre los actores individuales y colectivos que deben comprometerse en su transformación, pasando por el reconocimiento de los diferentes ODS de la Agenda 2030 y sus 17 ODS con las metas respectivas que debían trabajarse en dicho proceso. Anexamos también la necesidad de un Pacto Mundial, y relatamos lo que venía sucediendo exactamente con la propuesta de ONU en ese sentido, comprometiendo a los diversos actores individuales y colectivos a nivel mundial para mitigar los efectos negativos del sistema de moda rápida. Identificamos en éste sentido el papel de las Universidades, introduciendo en forma transversal en las curricularas temas como: sostenibilidad, economía de triple impacto, economía circular entre otros, realizando una tarea que podría incorporarse dentro de lo que entendemos como: buenas prácticas de responsabilidad social educativa, en su camino a una formación crítica dirigida a una transformación constante de las sociedades, sus sistemas productivos y la construcción de ciudadanía, aspectos no menores para mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Asimismo incorporamos el papel de los diseñadores egresados de dichas casas de estudio, quienes como afirman Fletcher y Grose (2012) deberán transformarse en activistas por esta causa, dado que por su formación específica son conscientes del impacto que en sus creaciones tiene la elección de materiales e insumos que utilizarán, y los efectos que pueden causar en el medio ambiente en todo el proceso desde su extracción, producción, consumo, desechos, y por último hemos identificado el papel trascendente que cumplen los consumidores funcionales al sistema lineal de producción, que con su comportamiento consciente o inconsciente de compra compulsiva, irracional e innecesaria, contribuyen no sólo a la extracción desmesurada de recursos renovables o no de la naturaleza, y con los cuales habrá que trabajar especialmente para desalienar su forma de pensar, actuar y sentir, comenzando desde etapas tempranas un proceso de socialización muy diferente al que se lleva en la actualidad, incorporando la nueva mirada de cambiar el modelo depredador del sistema de producción lineal, por otro más racional, respetuoso del planeta y sus recursos, no dilapidador y que a través de los procesos circulares, mantiene por mucho más tiempo los recursos en circulación, y que retornarán a la naturaleza sin el poder de acumulación y contaminación como el modelo actual.

Siendo coherentes con ese camino que hemos emprendido, en esta quinta experiencia hemos introducido nuevos aportes para tratar de transitar hacia ese futuro que entendemos está emergiendo, incorporando dos miradas por demás interesantes que interpretamos como posibles y aplicables. Por un lado la necesidad de que ese cambio de sistema se produzca es fundamental profundizar en la construcción de inteligencias colectivas, que prioricen y construyan la mirada del ciudadano comprometido con la sociedad y el planeta, dejando atrás a la del consumidor que busca permanentemente soluciones rápidas y

momentáneas, que le generan procesos de permanente insatisfacción, recurriendo a soluciones que vienen de afuera, y que como mencionamos no lo llevan a la desaparición de ninguno de sus problemas, sino a una constante profundización de los mismos.

Seguidamente incorporamos otra teoría que entendemos que si bien parte de otras bases epistemológicas y metodológicas, presenta diversos puntos de encuentro, y hasta un camino a seguir para construir esas inteligencias colectivas, hacemos referencia a la teoría de la U, que a través de sus siete pasos cómo fuimos desarrollando en este artículo, comienza por hacer consciente a las personas de un problema hasta ahora no detectado como tal, a través de acercarse al mismo, buscar información y confrontar con la lógica tradicional de verlo como normal hasta ese momento, transformar la mirada sobre el mismo, descargar o desprenderse tanto de mirada como conductas y soluciones llevadas adelante hasta ese momento, comenzando a transitar el camino hacia el futuro que emerge, pero desde una participación, interacción y construcción colectiva de la nueva realidad, escuchando activamente a los demás, dialogando, y sabiendo que del conocimiento de todos y cada uno de los participantes van a salir soluciones no sólo que puedan contemplar miradas diversas, sino más comprometidas y sólidas. Ambas tienen en común que parten de reconocer que situaciones consideradas normales, no eran así, de búsquedas tanto de información como de procesos de interacción, comunicación, y cambio de respuestas ante la nueva situación, y una búsqueda colectiva del logro al que se aspira concretar.

Un aspecto por demás interesante es el papel trascendente que debe cumplir la comunicación asertiva, en un momento en donde los canales a través de los cuales los individuos podemos acceder a la misma es diverso, sin duda cuidando la no aparición de ruidos, producto o de problemas entre la codificación y decodificación simbólica, problemas generados por los canales no apropiados para su llegada, concientización de lo que puede llegar también a través en especial de las redes y medios como noticias falsas, siendo cuidadosos en constantemente buscar el origen de cada una de las noticias que nos llegan previniendo que puedan no ser reales ni tengan los fundamentos ni un origen confiable.

Para ello deben construir discursos desde los niveles más altos a nivel de las organizaciones internacionales afines en su contenido a la necesidad de estos cambios caso ONU, OMS, UNIDO entre otras. Seguidamente los gobiernos nacionales, que con su firma respaldaron a la construcción de la Agenda 2030, a las instituciones educativas y aquí me quiero detener, pues no alcanza con que sean sólo a niveles universitarios, pues como se desprende de los datos oficiales, el número de individuos que transita por sus aulas resulta reducido en relación con la totalidad de la población, por lo que dicho proceso de socialización constructiva de un nuevo discurso afin al cuidado del medio ambiente, a tomar en consideración en cada una de las decisiones el posible impacto también en lo social, debe comenzar desde edades tempranas, utilizando juegos que contribuyan a ir internalizando esa base conceptual, prosiguiendo a medida que van adquiriendo nuevas competencias cognitivas, con lecturas que complejizándose a medida que avancen en el trayecto educativo vayan naturalizando estos conceptos, lo que además redundará en una transformación en sus comportamientos de consumo, bajando su intensidad, y eligiendo productos que incorporen en su proceso productivo los principios de economía circular.

Sin duda es un trabajo por demás arduo, tal como afirmaban los autores que fuimos manejando a través del escrito, el fracaso como antesala del éxito, Kelley (2015), fracasar

a menudo para triunfar antes, debe ser la premisa para saber que los grandes aciertos visibles en el presente, han estado cargado de pasados con fracasos, y eso es parte de los procesos de cambio, y que dentro del propio presente existen diversos futuros emergentes, sólo es cuestión de identificarlos, seleccionarlos y trabajar por aquellos que se entiendan van en concordancia con nuestros principios, que nos permita sentirnos pertenecientes y responsables de la naturaleza, y que beneficien al colectivo.

Reflexiones finales

El planeta tiene recursos naturales finitos y dispone de una capacidad limitada y estimada de regeneración de los mismos, mientras la rapidez a la que el ser humano consume los recursos es mayor que dicha capacidad de regeneración. A este fenómeno se lo denomina la sobrecarga de la tierra, y genera un desequilibrio entre la demanda humana de recursos y la capacidad del planeta para satisfacerla, sin dañar los sistemas naturales. Para medir la sobrecapacidad de la Tierra, se utiliza el concepto denominado: huella ecológica, que calcula la cantidad de recursos naturales necesarios para mantener el estilo de vida de una población determinada y absorber los desechos que genera.

La humanidad debería idealmente vivir dentro de los límites ecológicos de la Tierra durante todo el año y no superar la capacidad de regeneración de los recursos naturales, que según informe de la Global Footprint Network (2022) en donde indica el país y en qué periodo del año se llegaría a ese límite, aparecen situaciones por demás significativas como son los casos de EEUU, Canadá y Emiratos Árabes que necesitan cada uno de ellos los insumos de cinco planetas al año para cumplir con sus demandas.

Para Naomi Klein (2021), algunos datos son por demás elocuentes: El 10% más rico de la población mundial genera casi el 50% de las emisiones globales, y si a ello le sumamos el otro 10% que lo sigue en relación de riqueza alcanzaríamos al 70% de las mismas, es decir tan sólo un 20% de la población con mejor nivel adquisitivo a mundial genera tres cuartas partes de la contaminación global del planeta, parece un despropósito sumado a que quienes más se ven más vulnerados por ésta situación son las personas más pobres.

Es importante visualizar a los diversos datos a los que podemos acceder, pues en el informe sobre Desarrollo Sostenible 2024, figuran países como Finlandia, dentro los más sostenibles del planeta, pero deberían tomarse datos globales, y allí veremos que si bien mantienen esos niveles dentro de sus límites territoriales, producen grados elevados de depredación y contaminación en otros continentes, que no son tomados por dicho informe.

El modelo de economía circular, impulsado por el diseño y sustentado por el uso de energías y materiales renovables, revoluciona la forma en que se debe diseñar, producir y consumir, basándose en tres principios, eliminar residuos y por lo tanto bajando contaminación, aumentando el tiempo de uso tanto de productos como de los materiales, y por último permitiendo que los sistemas naturales puedan regenerarse dentro de los tiempos que la naturaleza ofrece.

Un sustento indispensable de la economía circular, resulta el uso de la tecnología 4.0, hoy en pleno auge de la cuarta revolución industrial, los sistemas basados en datos que no sólo tienen la capacidad de identificar riesgos y oportunidades en los modelos de economía circular, sino que permiten digitalizar e integrar la información dentro de las cadenas de valor. Si trasladamos lo relatado en el párrafo anterior a la industria textil y de moda, su aplicación nos permitiría conocer el uso de textiles reciclados, conocer su proceso anterior, y a partir de dichas transformaciones analizar sus potenciales aplicaciones, analizando luego su posible inserción en nuevos productos que se pondrán a disposición de los usuarios. Siguiendo con la lógica de que al sistema de industria de la moda y textil se le debe considerar como un todo, y que hay que cambiar desde la generación de insumos, su proceso productivo contaminante, las condiciones laborales, los excesos de residuos que produce entre otros, poniendo especial énfasis en este artículo en los cambios comportamentales que deberán producirse en los consumidores, que a la postre son los que consciente o inconscientemente terminan justificando a todo ese sistema productivo y su funcionamiento. Es allí donde se debe trabajar en la construcción de inteligencias colectivas que se presenten por encima de las apetencias individuales, pasando a sentir placer en consumir prendas que duren más y se generen bajo otro paradigma como es el de economía circular, en el entendido que no es sólo una opción diferente, sino que es hoy la más viable para conservar al planeta y la vida en el mismo para esta generación y las venideras. Según Rey (2022) la construcción de inteligencias colectivas deben ser formas alternativas a las rutas establecidas, supone que deben ser construcciones diferentes, por un lado en el tema de referencia en el artículo de ser conscientes de todo ello, de deshabituizar comportamientos adquiridos, desalienarnos sobre nuestra contribución y cómo cambiar, es decir: saber elegir conductas más saludables que permitan aplicar otra mirada de cara al futuro, sabiendo que no podemos resolver los nuevos retos, aplicando las mismas ideas que los generaron.

Existe una confrontación permanente entre el yo y el nosotros, lo que podríamos asociar al caso de estudio del consumidor y el ciudadano, elementos muy interesantes que hoy no aparecen tan claramente como en décadas anteriores por la exacerbación del sentimiento de individualidad que prima en especial en las sociedades urbanas. Pero la reivindicación del concepto de ciudadanía, resulta por demás indispensable si pensamos en los cambios hacia una sociedad diferente que piense más en el colectivo que en la propia realidad de cada uno de sus integrantes sin descuidar a estos, o mejor dicho que su situación en realidad no está descolgada del todo, sino que forma parte de ello, y su contribución a la mejora del mismo aumenta las probabilidades de que repercuta en cada uno de sus componentes.

La teoría U se respalda en tratar de brindar puntos de referencia para que las personas transformen su forma habitual de pensar, contribuyendo en la creación de posibles soluciones que realmente se encuentren en acuerdo con lo que la sociedad realmente necesita. Es por ello que entendemos que puede ser muy útil su aplicación para deconstruir formas de actuar, pensar y sentir no sostenibles, transformando su mirada y aportes luego de esa desalienación, en un disparador a lo que la sociedad espera para un cambio significativo, en este caso generando las condiciones de transición hacia una economía circular.

La mencionada teoría en el párrafo anterior, consta de siete pasos y el objetivo del cam-

bio y esto es muy novedoso radica en verlo desde el futuro, pasando por diversas etapas desde dejar atrás lo que pensábamos como cierto, abriéndonos a algo nuevo que deberemos comprender y colaborar en su creación. Los mismos son denominados como: a) descargar, b) ver, c) percibir, d) presenciar, cristalizar, f) prototipar, y por último la g) desempeñar.

Siendo coherentes con el camino que hemos emprendido, en esta quinta experiencia hemos introducido nuevos aportes para tratar de transitar hacia ese futuro que entendemos está emergiendo, incorporando dos miradas por demás interesantes que interpretamos como posibles y aplicables. Por un lado la necesidad de que ese cambio de sistema se produzca es fundamental profundizar en la construcción de inteligencias colectivas, que prioricen y construyan la mirada del ciudadano comprometido con la sociedad y el planeta, dejando atrás a la del consumidor que busca permanentemente soluciones rápidas y momentáneas, que le generan procesos de permanente insatisfacción, recurriendo a soluciones que vienen de afuera, y que como mencionamos no lo llevan a la desaparición de ninguno de sus problemas, sino a una constante profundización de los mismos.

Seguidamente incorporamos otra teoría que entendemos que si bien parte de otras bases epistemológicas y metodológicas, presenta diversos puntos de encuentro, y hasta un camino a seguir para construir esas inteligencias colectivas, hacemos referencia a la teoría de la U, que a través de sus siete pasos cómo fuimos desarrollando en este artículo, comienza por hacer consciente a las personas de un problema hasta ahora no detectado como tal, a través de acercarse al mismo, buscar información y confrontar con la lógica tradicional de verlo como normal hasta ese momento, transformar la mirada sobre el mismo, descargar o desprenderse tanto de mirada como conductas y soluciones llevadas adelante hasta ese momento, comenzando a transitar el camino hacia el futuro que emerge, pero desde una participación, interacción y construcción colectiva de la nueva realidad, escuchando activamente a los demás, dialogando, y sabiendo que del conocimiento de todos y cada uno de los participantes van a salir soluciones no sólo que puedan contemplar miradas diversas, sino más comprometidas y sólidas. Ambas tienen en común que parten de reconocer que situaciones consideradas normales, no eran así, de búsquedas tanto de información como de procesos de interacción, comunicación, y cambio de respuestas ante la nueva situación, y una búsqueda colectiva del logro al que se aspira concretar.

La comunicación asertiva en todos los niveles, desde organizaciones internacionales, gobiernos nacionales, instituciones educativas cambiando su mirada formativa e informativa trabajando desde edades tempranas, las organizaciones públicas y privadas construyendo un discurso que ponga en agenda permanente esta temática, contribuirán sin duda en esa generación de inteligencias colectivas, que permitan transitar hacia ese futuro que emerge.

Bibliografía

- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Berger, L., Luckmann, T., (2001). *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.

- Castro J. (2020). La industria textil y de la moda, responsabilidad social y la Agenda 2030 - Buenos Aires; Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Nro.100 “La moda en su laberinto”: Universidad de Palermo.
- Castro J. (2021). O. D. S. y su aplicación a la industria textil y de la moda, Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Nro.127 “La moda en su laberinto”: Universidad de Palermo.
- Castro J. (2022). Cómo mitigar los efectos negativos de la industria de la moda, Buenos Aires: Cuaderno del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación Nro. 150 “La moda en su laberinto”: Universidad de Palermo.
- Espaliat Canu, M. (2017). Economía Circular y Sostenibilidad. CreateSpace: Amazon.com
- Fletcher K. y Grose, L.(2012). Gestionar la sostenibilidad en la moda. Barcelona: Ed. Blume
- Freire, P. (1970). Pedagogía del oprimido. Siglo XXI:Bs. As.
- García Canclini N.(2012). Culturas híbridas. México: Debolsillo
- Klein, N. (2021). En llamas. Barcelona: Ed. Paidós
- Kovadloff, S. (2022). La Aventura de Pensar. Buenos Aires: Ed. Planeta
- O.N.U. Cepal. (2016). Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible, una oportunidad para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas: Santiago
- Pérez M., Salas F. (2005). El valor de la Sociología. Montevideo: Ed. Técnica
- Rey, A. (2022). El libro de la Inteligencia Colectiva. España: Ed.Almuzara
- Scharmer, O. (2017). Teoría U liderar desde el futuro a medida que emerge. Barcelona: Ed. Elefthería S.L.

Fuentes consultadas

- <https://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodod...> Archivo PDF. Economía Circular, Estrategia y Competitividad Empresarial, Economía Circular EMILIO CERDÁ (*) Universidad Complutense de Madrid AYGUN KHALILOVA European University, Los negocios de” triple impacto” son una nueva forma de concebir la actividad productiva- <https://www.paiscircular.c/medio-ambiente/manuel-albaladejo-los-negocios-de-triple-impacto-son-una-nueva-forma-de-concebir-la-actividad-productiva/> - Entrevista realizada a Manuel Albaladejo Representante de ONUDI para el Cono Sur (2024)
- Industria 4.0: Un pilar de la economía circular: <https://lap.unido.org/index.php/es/article/industria-40-un-pilar-de-la-economia-circular> Nota académica realizada por Manuel Albaladejo, Johanna Cristina Pérez Alvins, Massimiliano Mazzanti (2023)
- La economía circular: un cambio de paradigma para soluciones globales: <https://www.unido.org/stories/la-economia-circular-un-cambio-de-paradigma-para-soluciones-globales> Nota académica realizada por Manuel Albaladejo, Paula Mirazo, Laura Franco Henao (2021)
- Delta Máquinas Textiles - Economía Circular en la industria textil ... www.deltamaquinastexteis.com.br/es/economia-circular-en-la-industria-textil-qu<https://www.lapluma.net/2022/01/16/desierto-de-atacama-vertedero-textil-de-la-moda/>
- Kelley David, David Kelley: ¿cómo construir tu confianza creativa? (graffica.info) (2015).

Abstract: Continuing and deepening the logic that we have been building in the four previous articles, published within the research line Fashion in its Labyrinth in its Cuadernos N° 100, 127,150 and 174, where reference was made to the textile and fashion system, working on the SDGs of the 2030 Agenda and its incorporation for a transformation to it, we delved into the various actors that we understood are key to change, in an industry in our last article. which is presented as highly polluting and harmful to humanity and the planet. Within them we made reference to Universities, designers and their critical gaze, and as a corollary we included consumers in that search for de-alienation, and awareness of their role in the transformation of their consumption practices. We also mention the need to move from a linear economy model to a circular economy model in the textile and fashion industry. In this new opportunity and following this line, we are interested in incorporating three concepts that we understand will contribute assertively in this direction, and it is how to generate change through the construction of a collective intelligence that allows to combine knowledge of the various social actors, in the understanding that everyone has something to contribute to the transformation of reality, taking as a reference research models such as participatory action research, where the academy builds knowledge by interacting, and actively listening to those involved in the problem to work on. In the same direction, we understand it is important to incorporate the so-called Theory of the U, where we will follow the path of its seven steps, and the need to delve into the problem, leaving aside the usual solutions, looking for creative and innovative alternatives for the concretion of the circular economy model and its impact on the fashion system.

Keywords: Artificial intelligence - research, Theory of the U, circular economy, fashion, industry, creativity, textile, user, innovation.

Resumo: Continuando e aprofundando a lógica que fomos construindo nos quatro artigos anteriores, publicados dentro da linha de pesquisa A Moda em seu Labirinto em seus Cuadernos N° 100, 127,150 e 174, onde se fez referência ao sistema têxtil e da moda, trabalhando nos ODS da Agenda 2030 e sua incorporação para uma transformação a ela, nos aprofundamos nos vários atores que entendemos como chave para a mudança, em uma indústria que se apresenta como altamente poluentes e prejudiciais à humanidade e ao planeta. Neles fizemos referência às Universidades, aos designers e ao seu olhar crítico, e como corolário incluímos os consumidores nessa procura de desalienação, e consciência do seu papel na transformação das suas práticas de consumo. Mencionamos também a necessidade de passar de um modelo de economia linear para um modelo de economia circular na indústria têxtil e da moda. Nesta nova oportunidade e seguindo esta linha, interessa-nos incorporar três conceitos que entendemos contribuirão de forma assertiva neste sentido, e é como gerar a mudança através da construção de uma inteligência coletiva que permita conjugar saberes dos diversos atores sociais, no entendimento de que todos têm algo a contribuir para a transformação da realidade, tomando como referência

modelos de pesquisa como a pesquisa-ação participativa, onde a academia constroi conhecimento interagindo, e ouvindo ativamente os envolvidos no problema a trabalhar. Na mesma direção, entendemos ser importante incorporar a chamada Teoria do U, onde seguiremos o caminho de seus sete passos, e a necessidade de aprofundar o problema, deixando de lado as soluções usuais, buscando alternativas criativas e inovadoras para a concretização do modelo de economia circular e seu impacto no sistema da moda.

Palavras-chave: Inteligência artificial, investigação, Teoria do U, economia circular, moda, indústria, criatividade, têxtil, utilizador, inovação.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
