

Equidad en la Moda y el Diseño: retos legales y oportunidades para una industria más justa

Federico Silva Duarte^(*)

Resumen: Este artículo analiza los desafíos legales y las oportunidades vinculadas a la equidad en la industria de la moda y el diseño, destacando los impactos negativos sobre la sustentabilidad del modelo del *fast fashion*, que promueve la sobreproducción, el consumo desmedido y condiciones laborales precarias, generando profundas inequidades sociales, económicas y medioambientales. Frente a ello, se propone el diseño sustentable como herramienta estratégica para transformar la industria hacia un paradigma más justo y responsable. La investigación subraya la necesidad de políticas públicas vinculantes que obliguen a las empresas a incorporar principios de equidad y sustentabilidad en sus procesos de diseño y producción. Se concluye que una industria de la moda más equitativa es posible mediante un abordaje integral, colaborativo y legalmente respaldado.

Palabras clave: moda – diseño – sustentabilidad – equidad – políticas públicas.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 170]

^(*) Universidad de Canterbury (Máster en Derecho, 2009). Becario Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2006/2007). Universidad de Nottingham (Postgrado en Derechos Humanos, 2005). Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción (Abogado, 2004). Contacto: fsilva@ehreke.com.

Introducción

La moda es una forma de distinción estético-social mediante la cual las personas se diferencian entre sí y manifiestan sus diversas actitudes ante la vida, ya sea de ruptura e innovación, de actualidad o de conservadurismo, comportando y configurando actitudes sociales que históricamente dieron lugar a grandes transformaciones de la humanidad, pasando a ser un fenómeno social íntimamente relacionado con el diseño y la creatividad, que le brindan ideas, trazos, dibujos, formas, colores y usos para los diversos elementos que seducen intensamente a los consumidores (Morelli, 2018). A nivel mundial, es una de las industrias creativas y de diseño más importantes, cuyos valores anuales de ventas están por encima de los libros, las películas y la música juntos (Hemphill & otra, 2009).

Su valor global se estima en más o menos US\$ 1,84 trillones, equivalentes a 1,63% del Producto Interno Bruto (“PIB”) mundial; aproximadamente 430 millones de personas de todo el mundo trabajan en algún punto de su cadena de valor (Uniform Market, 2025; McKinsey & Co., 2025; Global Fashion Agenda - “GFA” -, 2024). Sin embargo, su cuasi excesivamente impetuoso trajín tiende a generar inequidades en lo económico, social y medioambiental (Albanese, 2023).

Se estima que la industria de la moda es la segunda más contaminante del mundo (*United Nations Conference on Trade and Development* o “UNCTAD”, 2019; Paz, 2023). Pero el medioambiente no es el único problema. Hoy en algunos países, los trabajadores del rubro de la confección, un sector fundamental para el segmento de la moda, trabajan 15 horas al día por un salario de hambre (Chan, 2022). Además, en dichos países millones de personas que trabajan en el sector de la confección, principalmente mujeres y niñas, además de los bajos salarios, se ven expuestas a condiciones de trabajo inseguras con un alto índice de accidentes y muertes laborales y enfermedades ocupacionales (OIT, 2023).

Sin embargo, la equidad y el desarrollo sustentable implican satisfacer las necesidades presentes sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras (Pedroza, 2022). Por ello hoy la equidad y la sustentabilidad son estándares cada vez más dominantes en el mundo empresarial (Young, 2024). Así, en los albores de la Sexta Revolución Industrial, hoy el diseño en general y el diseño industrial en particular, están transitando hacia un nuevo paradigma, el del diseño sustentable, opuesto al paradigma de las primeras tres revoluciones industriales (1760 a 2000, aproximadamente), donde la producción en serie y el uso indiscriminado de los materiales mediante procesos contaminantes detrás de la estética determinaron los principios del objeto diseñado (Reyes, 2022). Pero alcanzar la equidad en la moda y el diseño requiere superar diversos retos legales y aprovechar oportunidades que impulsen un cambio sistémico. Es imprescindible desarrollar nuevos modelos de negocio para el segmento, diseñar los productos de forma más sustentable, y en general reorientar el comportamiento de productores y consumidores hacia la equidad y la sustentabilidad (Unión Europea - “UE” -, 2024).

Así, sostenemos que la equidad en la moda y el diseño es un objetivo alcanzable mediante la implementación de prácticas más sostenibles, como el diseño sustentable, y normas dirigidas a los involucrados en el segmento para contribuir al desarrollo sustentable y a abordar los impactos negativos sobre las personas y el planeta asociados a sus actividades. Para demostrar esto, lo que resta del trabajo se dividirá en cinco partes, incluida esta introducción: la segunda explicará los conceptos de equidad y desarrollo sustentable; la tercera la relación de la sustentabilidad, la equidad, el diseño y la moda; la cuarta analizará si pueden políticas públicas en materia de diseño disminuir las inequidades socioambientales y económicas del *fast fashion*; y la quinta expondrá las conclusiones para probar nuestra posición.

La Equidad y el Desarrollo Sustentable

La Equidad

La etimología del concepto de equidad remite al concepto de *æquus*, que describe lo que es justo, imparcial y equitativo, lo que trata a todas las partes por igual, sin favoritismos (Vigo, 2017). Precisamente, la justicia y la imparcialidad constituyen el fundamento del concepto de *æquitas* (equidad), que en el derecho romano complementaba y a veces corregía la rigidez de la ley (*ius strictum*), buscando una justicia más sustancial y adaptada al caso concreto. Así, la equidad representa un ideal romano de orden, justicia y balance como lo igual y también lo justo.

En el sesgo indicado, el concepto de equidad equivale a lo igual y justo para todos (Pestalardo, 2011). Sus derivados equitativo y equitativamente tienen distintos significados y aplican en diferentes situaciones, pero coinciden en que poseen alguna relación con la justicia. Se dice: que una ley o una sentencia es equitativa cuando la primera se ajusta a la realidad social que cubre y la segunda a las particularidades del caso concreto que resuelve; que una persona es equitativa cuando da más de lo que adeuda o recibe menos de lo que le corresponde según las circunstancias económicas del deudor o acreedor; o que un laudo arbitral sobre límites es equitativo cuando otorga a cada uno de los países limítrofes partes proporcionales de territorio cuya pertenencia está en duda. Como se ve, la equidad aparece siempre como parte de la justicia, pero no de una justicia teórica sino de su aplicación concreta.

Por tanto, la equidad es la vigencia directa y última del derecho natural, el remedio supremo de todo orden social justo (Pestalardo, 2011). Es la prudencia, en cuanto virtud cardinal, que debe dirigir las acciones concretas de las personas. En realidad, la equidad es la prudencia en el campo de la justicia. La auténtica equidad es clarividente, implica lucidez mental y raciocinio estricto, es guiada por la virtud de la prudencia que nos ilumina en la búsqueda de una solución justa en el caso concreto, con prescindencia aún de la ley escrita prevista para tal situación (Rossi, 2000).

Teniendo en cuenta el concepto aristotélico, la equidad implica tratar igual a los iguales y diferente a los desiguales en la proporción de esa desigualdad (Aristóteles, 1973). La equidad es la razón de la ley; nos desentiende, en una cierta medida de la ley para ponernos en un orden de sujeción mucho más estricto al establecido por las legislaciones positivas, pues el verdadero orden no es sujeción material a la ley positiva sino sujeción espiritual a la razón por la cual la ley tiene autoridad para mandar, que no es otra que la justicia (Casares, 1973). Conforme al concepto aristotélico de justicia, una distribución justa es aquella donde existe el mismo nivel de igualdad entre las personas que entre sus partes del bien (Da Rosa, 2019). Si existe el mismo nivel de igualdad entre las partes de las personas y ellas mismas, entonces la proporción entre las partes es igual a la proporción entre los individuos. Así, una distribución justa de bienes para dos personas iguales es una distribución que les deja partes iguales.

A su vez, en el marco del intercambio, la equidad se define típicamente como la equivalencia de las relaciones entre los resultados o producto de una acción y los insumos o materiales invertidos para obtenerla, que se da entre todas las partes involucradas en el intercambio (Cook, 1983). Cuando no hay igualdad entre lo que uno da y lo que otro

recibe en una transacción determinada, existe inequidad o injusticia. La injusticia suele concebirse como la violación de una regla de distribución adecuada. En una relación equitativa, todos los participantes reciben resultados relativamente iguales (Rubinstein, 1988). Por su parte, la equidad social se remite a la necesidad de abordar y superar todas las formas sociales, económicas, culturales y políticas de exclusión e injusticia mediante mecanismos concretos de redistribución de riqueza, recursos y oportunidades, reconociendo la importancia de contribuir a la erradicación de la pobreza para alcanzar sociedades más justas y equitativas y, al mismo tiempo, conservar y usar sustentablemente los recursos naturales, pues son éstos los que proveen medios de subsistencia para las generaciones actuales y futuras, buscando el mantenimiento del balance ecológico y de la diversidad, y el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas, particularmente de las comunidades más vulnerables (UICN-Sur, 2006).

En suma, la equidad rectifica una cierta apariencia de la ley para conformarla en el caso, con los principios del derecho natural, de justicia distributiva y de justicia social, que son su fundamento. La justicia distributiva se ocupa de la distribución justa de las cargas y los beneficios de la cooperación social entre diversas personas con necesidades y reivindicaciones contrapuestas (Kaufman, 2012). La justicia social es la virtud adquirida que inclina la voluntad de las personas a crear el conjunto de condiciones de vida que permitan a los grupos humanos y cada uno de sus miembros realizarse (Barp, 2008). Así, la equidad se identifica con la justicia distributiva y la justicia social.

Ahora, en materia ética, las leyes universales no son posibles, pues ciertas cuestiones de justicia distributiva y social surgen a nivel estatal, siendo necesarias normas positivas para encararlas (Megone, 2012). Cuando se habla de políticas públicas en un contexto democrático, en particular, hacer operativo el concepto de equidad constituye un paso crucial (Olvera, 2015). Por ello la equidad como propósito o valor está detrás de una gran cantidad de intervenciones gubernamentales y se invoca frecuentemente en las políticas públicas, siendo uno de los grandes objetivos de la intervención del gobierno en forma de política pública.

El desarrollo sustentable

Por su parte, el desarrollo se vale de “recursos” para avanzar. Los “recursos” comprenden capacidades humanas, elementos naturales y bienes de capital, escasos en relación con su demanda, que generalmente se emplean para producir bienes y servicios (Sabino, 1991). Recursos naturales son aquéllos provenientes directamente de la naturaleza, con características específicas en un lugar o una zona determinada, como la fauna, la flora, los minerales, los ríos, mares, puertos naturales, saltos de agua y otros. Se dividen en renovables, como la fauna y la flora, y no renovables, que paulatinamente se agotan con su explotación, como los combustibles fósiles y los yacimientos minerales. A su vez, los recursos humanos se refieren al conjunto de aptitudes y conocimientos de las personas que trabajan en una actividad o región determinada.

Ahora, el desarrollo sustentable o duradero implica límites, no límites absolutos, sino limitaciones impuestas por los recursos del medioambiente, el estado actual de la tecnología y de la organización social, y la capacidad de la biósfera de absorber los efectos de las actividades humanas (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo -

“CMMAD” -, 1987). Pero tanto la tecnología como la organización social pueden ordenarse y mejorarse para abrir camino a una nueva era de crecimiento económico. La pobreza general no es inevitable, pero no es un mal en sí misma, exigiendo el desarrollo sustentable que por razones de equidad se satisfagan las necesidades básicas de la mayoría de la población, tanto como que se extienda a todos la oportunidad de colmar sus aspiraciones a una vida mejor. Un mundo donde la pobreza es endémica siempre será propenso a sufrir catástrofes ecológicas, sociales o de otro tipo.

De esta forma, desarrollo sustentable es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

La sustentabilidad se apoya en tres pilares: (a) el social; (b) el económico; y (c) el medioambiental (Quintatrends, 2020). La sustentabilidad social debe ser un objetivo, la sustentabilidad económica un medio y la sustentabilidad medioambiental una condición (Puerta González, 2022). Sin embargo, el panorama del desarrollo sustentable es muy complejo, y los desafíos para alcanzarlo son cada vez mayores (UICN-Sur, 2006).

a) El pilar social

Primero, el pilar social del desarrollo sustentable consiste en defender valores que promuevan la equidad y el respeto de los derechos individuales, basándose en los siguientes principios:

- (i) Combatir la exclusión social y la discriminación, ayudando a la reinserción, apoyando la igualdad de género, reduciendo las diferencias de ingreso entre hombres y mujeres, promoviendo la formación, fomentando el diálogo y aplicando derechos sociales globales;
- (ii) Promover la solidaridad ayudando a reducir las desigualdades sociales colaborando con asociaciones y proyectos locales e internacionales, dando prioridad a los productos de comercio justo que garanticen una renta adecuada a los involucrados en la cadena de producción; y
- (iii) Contribuir al bienestar de las partes involucradas o *stakeholders*, desarrollando el diálogo social, fomentando el intercambio de información y la transparencia, adaptando condiciones laborales y horarios de trabajo cumpliendo con las leyes vigentes.

Así, el pilar social del desarrollo sustentable comparte los principios de la justicia y la equidad social, al perseguir la erradicación de la pobreza para alcanzar sociedades más justas y equitativas y, al mismo tiempo conservar y usar sosteniblemente los recursos naturales, que proveen medios de subsistencia para las generaciones actuales y futuras, buscando el mantenimiento del balance ecológico y de la diversidad, y el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas.

b) El pilar Económico

Segundo, los recursos naturales marcan algunas limitaciones al crecimiento económico, particularmente en lo que hace al agotamiento de los recursos no renovables y la capacidad de la biosfera de absorber los efectos de la actividad humana, pero los avances tecnológicos pueden permitir que se usen más eficientemente, empleándolos en menor medida, reduciendo la emisión de desechos y aumentando su durabilidad y los niveles de reuso (Gómez Gutiérrez, 2014).

Consecuentemente, el pilar económico se basa en la capacidad de las empresas de emplear los recursos naturales en el marco de su cadena de producción y comercialización racionalmente, haciendo su mejor esfuerzo por limitar su uso a lo estrictamente necesario al efecto, reducir los desechos al mínimo posible y maximizar la calidad y el reciclaje o rehuso de los recursos empleados. Precisamente, el reciclaje de productos y el uso de materias primas renovables de primera calidad son aspectos fundamentales del pilar económico (Puerta González, 2022).

c) El pilar Medioambiental

Tercero, la CMMAD alertó sobre la pérdida de biodiversidad y el riesgo de extinción de numerosas especies, así como la intensa degradación o fragmentación de muchos ecosistemas, lo cual compromete los servicios que éstos brindan y pueden brindar a las generaciones actuales y futuras (CMMAD, 1987).

En este sesgo, el pilar medioambiental se basa en el compromiso de proteger el medioambiente, reduciendo los riesgos y midiendo el impacto medioambiental de las actividades de las empresas, cuyos retos son:

- (i) Ahorrar y preservar los recursos naturales en el desarrollo de sus actividades;
- (ii) Evaluar su huella de carbono y reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero para mejorarla; y
- (iii) Reducir y gestionar mejor sus residuos.

En la línea que seguimos, la satisfacción de las necesidades esenciales en un marco de desarrollo sustentable exige no sólo una nueva era de crecimiento económico para los países donde los pobres constituyen la mayoría, sino la garantía de que los mismos recibirán la parte que les corresponde de los recursos necesarios para sostener el crecimiento indicado (CMMAD, 1987).

En Resumen...

Como el desarrollo sustentable debe satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, a nivel mundial exige que quienes tienen más adopten formas de vida acordes con medios que respeten la ecología del planeta, por ejemplo en el uso de la energía, del agua, en el consumo de productos, como artículos de moda y otros (CMMAD, 1987). Además, la rapidez del crecimiento de la población puede intensificar la presión sobre los recursos

y retardar el progreso del nivel de vida. Por tanto, un desarrollo sustentable solo puede tener lugar si el tamaño, el crecimiento y el consumo de la población razonablemente se ajustan a los cambiantes recursos disponibles. A su vez, la sustentabilidad implica usar los recursos naturales responsablemente, pero también asegurándose de que éstos se distribuyan equitativamente entre generaciones, materializando una justicia intergeneracional, y entre comunidades actuales, propiciando una justicia intrageneracional. Si solo algunos acceden a los beneficios del desarrollo, el modelo no es equitativo ni sustentable.

En último término, el desarrollo sustentable no es un estado de armonía fijo, sino un proceso de cambio por el que la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación de los progresos tecnológicos y la modificación de las instituciones respetan las necesidades presentes y futuras de la población en general. El proceso no es fácil ni sencillo, requiriendo selecciones penosas, por lo que al final, el desarrollo sustentable debe apoyarse en la voluntad política. Como la esperanza en el futuro está condicionada a una decisiva acción política que debe comenzar ahora a administrar los recursos para asegurar el progreso y la supervivencia del planeta de forma duradera, es necesario tomar las decisiones adecuadas para garantizar los recursos que permitan ello.

La relación de la sustentabilidad, la equidad, el diseño y la moda

La moda y su alcance

En sentido amplio, la moda condensa una serie de comportamientos significativos que expresan los valores característicos de una época y decaen con la misma; en sentido estricto es la forma de vestir, o sea demostrar y ocultar el propio cuerpo (Squicciarino, 2012). Así, el término moda se refiere a los usos, modos o costumbres en boga durante algún tiempo, o en determinado lugar, con énfasis particular en las ropas y trajes, comprendiendo también calzados, joyas, accesorios como carteras, lentes, cintos, sombreros y gorros, telas, adornos y otros, mayormente novedosos (Real Academia Española – “RAE”, 2014). Un estilo actual, particularmente en el vestir (Oxford University Press, 2013). Es el reflejo de épocas y comportamientos, de momentos y movimientos sociales (National Geographic, 2019). De esta forma, la moda se define como una costumbre o un estilo populares en un determinado momento (Seivewright, 2013). En general, se estima que la industria de la moda tiene tres niveles básicos: (i) la producción de textiles, fibras, pieles y otras materias primas; (ii) la producción de artículos de moda por diseñadores, fabricantes y contratistas; y (iii) las ventas al por menor de esos productos.

Hoy, el sector moda es una industria global multimillonaria, con un movimiento anual estimativo de US\$ 1,84 trillones, equivalentes a 1,63% del PIB mundial (Uniform Market, 2025; McKinsey & Co., 2025; GFA, 2024). Sus valores anuales de ventas mundiales superan a los de los libros, las películas y la música juntos (Hemphill & otra, 2009). Así, el sector moda actualmente es una fuerza impulsora de la economía mundial, donde diseñadores y modelos son tan famosos como los líderes políticos mundiales, los deportistas de élite o las estrellas de cine (Kolsun, 2020; Jenkin, 2014; Fashion United, 2023).

Moda y Diseño

En términos generales, el diseño se define como la concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie (RAE, 2014). Cuando se habla de diseño industrial, se trata de la operación de concebir, idear y proyectar un objeto independientemente de los medios en los que se plasma el proyecto para producirlo en serie, por lo general para el consumo de masas, antes de iniciar dicha producción (Iváñez, 2000). Permite concebir objetos para ser reproducidos por medios industriales y mecánicos, con participación predominantemente de máquinas y mínima intervención humana, permitiendo la repetibilidad del producto y su seriability (Pedroza, 2022). La innovación y la creatividad son elementos fundamentales del diseño en general y del diseño industrial en particular (Reyes, 2022a). Así, el diseño se entiende como el arte de imaginar y crear cosas útiles con sensatez (Iváñez, 2000).

En el área de la moda, el diseño se relaciona con la creatividad (Carvajal, 2017). Traslada sus ideas a la moda mediante formas, colores y otros elementos que seducen a los consumidores (Morelli, 2018). Así, el término diseño se usa de manera general para referirse a la elaboración de prendas de vestir, textiles y materiales, entre otros, concibiéndose como una prefiguración del objeto en la mente del diseñador, y por ende, como fruto de la intencionalidad. De esta forma, el diseño de moda es una forma de expresión creativa (Sciafidi, 2007). Dota de sentido artístico y estético a los objetos como mercancía, dándoles cualidades atractivas en el mercado (Pedroza, 2022). Los diseñadores de moda expresan el espíritu de la época en sus trabajos; la moda cambia constantemente y se espera que el diseñador recree el ciclo cada temporada (Seivewright, 2013). A su vez, la noción de innovación es inherente al diseño de moda, que poco a poco viene incorporando aspectos éticos de sustentabilidad ambiental y respeto a los derechos humanos (Carvajal, 2017). Así, entre los componentes que definen la naturaleza y la ontología del diseño de moda se encuentran:

(i) **La intención de responder a una necesidad o problema:** ello se ubica en el periodo de investigación, donde se elabora su planteamiento, que bien puede ser la demanda externa que el mercado exige, o las demandas de los usuarios que el diseñador considera, aportando una lógica interna al diseño (Carvajal, 2017). Precisamente, el diseño es un método de acción para resolver necesidades o problemas.

(ii) **La obtención de un producto útil para mejorar la calidad de vida:** el diseño principalmente persigue crear bienes tangibles o intangibles que cumplan con ciertas funciones, necesidades o expectativas. En el caso del diseño de moda, busca producir artículos de moda, como prendas, accesorios y otros, dentro de las influencias culturales y sociales de un periodo específico empleando la capacidad del diseño para resolver proyectos, su planificación y desarrollo (Carvajal, 2017). El producto debe ser útil y cumplir con el propósito para el cual fue diseñado. Así, el éxito del diseño de nuevos productos está en función del grado con el que satisfacen las necesidades funcionales, estéticas y formales del consumidor (Iváñez, 2000). Como los objetos generados como resultado de un proceso de diseño satisfacen necesidades de las personas, la calidad de vida se convierte en un factor clave para la gestión del diseño. Precisamente, si algo caracteriza al diseño es proyectar cosas útiles. Cuando un producto no es útil, deja de ser una obra de diseño.

(iii) **La investigación y el conocimiento:** en el diseño de moda, la investigación es una herramienta esencial en el proceso creativo, que ofrece inspiración e información y brinda a los productos dirección creativa y narrativa (Seivewright, 2013). Los diseñadores tienen que excavar cada vez más hondo e ir cada vez más lejos buscando nuevas ideas y nuevas formas de interpretarlas en sus colecciones, comparándose con urracas, coleccionistas compulsivos, siempre a la caza de cosas nuevas y apasionantes en las que inspirarse. La necesidad de reunir y obtener material para utilizar en el proceso creativo es esencial para alimentar la imaginación. La investigación es como un viaje, pudiendo llevar semanas o incluso meses reunir la información y procesarla. Su manifestación también permite a los espectadores entender el pensamiento, las aspiraciones, los intereses y la visión creativa del diseñador.

Así, partiendo de una investigación amplia y profunda, recopilando información, imágenes, materiales, datos y otros elementos inspiradores y conceptualizando el proyecto propuesto, y al mismo tiempo remitiéndose a la representación del estilo o a la idea que tiene el diseñador, éste puede empezar a interpretar una serie de prendas o una colección (Seivewright, 2013; Carvajal, 2017). Siluetas, texturas, colores, detalles, estampados y adornos, así como el mercado y el consumidor, todos tendrán su lugar en el proceso de diseño y todos ellos procederán o estarán guiados por la investigación llevada a cabo. Ahora, para esto el diseñador debe poseer los conocimientos y habilidades para proyectar las colecciones de artículos de moda, determinando cortes, tallas y materiales que se utilizarán para ello, y conocimientos en confección, alta costura, patronaje industrial y técnicas de dibujo.

(iv) **El factor estético:** como el diseño está al servicio de las personas para aumentar la calidad de vida, las cualidades estéticas de los objetos diseñados son el resultado de un proyecto de diseño que persigue la economía y la utilidad, donde la belleza es el resultado de la funcionalidad y de la utilidad que los objetos prestan a las personas (Ivñez, 2000). De esta forma, en lo que a moda hace, el factor estético se materializa considerando que el diseño se centra en la percepción visual, la armonía y la funcionalidad de los objetos, espacios y productos, equilibrando la función con la forma (Carvajal, 2017). Los artículos de moda deben ser atractivos para el consumidor (Ivñez, 2000). Precisamente, cuando se trata de moda, el diseño combina la creatividad con la funcionalidad, enfocándose en la percepción visual, la armonía y la utilidad de los artículos de moda, buscando equilibrar la estética con la funcionalidad, asegurando que cada pieza no solo sea atractiva, sino también práctica y adecuada para su uso. Ahora, la estética no es un objetivo, sino un resultado, consecuencia de la sencillez y elegancia de un objeto bien diseñado y adaptado al uso de las personas. A su vez, el diseño de moda es más que un elemento meramente estético, ya que involucra la gestión empresarial y la producción.

(v) **La intencionalidad y un plan de acción:** en el diseño de moda, la intencionalidad remite a la prefiguración del objeto que se desea obtener, plasmándose en representaciones y prototipos que culminan con los productos (Carvajal, 2017). Precisamente, todo diseño es intencional, ya que se trata de la prefiguración del objeto en la mente del diseñador. Así, el momento del diseño implica una representación mental y la posterior plasmación de la idea en un formato gráfico o visual, para exhibir cómo será la obra proyectada.

Como se ve, el diseño de moda es un sistema de acciones estructuradas, donde cada decisión impacta en otras áreas, dividido en etapas, que materializan espacios de acción para contextualizar y definir las prácticas del diseño y los diseñadores (Martin, 2013). La moda es mucho más que artículos hermosos, muchas veces imposibles de comprar. Es un espectro de enormes posibilidades y canales para colocarse con la mente en blanco entendiendo la historia o pasado y el presente o contexto local y global, para entender el diseño como una herramienta que posibilite el abordaje de nuevos procesos de producción, comunicación y distribución, desarrollando soluciones para las nuevas necesidades.

Moda y Sustentabilidad

Ahora, el comercio internacional, las nuevas tecnologías y la comunicación global provocaron que las modas tengan mayor libertad de movimiento, dispersándose rápidamente por el mundo (National Geographic, 2022). Así, hoy el modelo dominante es el de la “moda rápida” o *fast fashion*, un fenómeno por el cual se introducen colecciones de artículos de moda, como prendas y accesorios que siguen las últimas tendencias, diseñadas y fabricadas aceleradamente de forma homogénea y a bajo costo (Behera, 2022). Involucra un enfoque para el diseño, la producción masiva homogénea y la pronta comercialización de ítems de moda accesibles para el consumidor promedio, con un ciclo de producción veloz y nuevos diseños que llegan a las tiendas semanal o incluso diariamente, ayudando a las marcas a mantenerse al día con las últimas tendencias y simultáneamente conservar el interés de la clientela. Se la conoce como *McFashion*, en una analogía a la mundialmente famosa marca de comida rápida, considerando la total homogenización resultante de la globalización del sector (Gardetti, 2016). Persiguiendo mantener los precios bajos, los productores de artículos de *fast fashion* suelen utilizar materiales, como tejidos, hilos, botones y otros de menor calidad y mano de obra menos costosa que las empleadas en artículos más “tradicionales”. A los consumidores hoy les importa poco la calidad de los artículos de moda que compran, pues los descartarán una vez que la tendencia pase, estimándose que aproximadamente el 50% de los artículos de marcas de *fast fashion* se descartan al año de compra (Knapp, 2022). Así, el modelo económico en que el *fast fashion* se basa tiene tres componentes fundamentales: (i) producción rápida; (ii) precios bajos; y (iii) rápido descarte.

Entre las marcas líderes del *fast fashion* por ejemplo se encuentran H&M, Zara, Top Shop, Primark, Mango, Forever 21, Uniqlo y muchas otras. En promedio, lanzan 14 colecciones anuales, que significa nada menos que una nueva colección cada 26 días (Knapp, 2022). El liderazgo lo lleva Zara, con ciclos de producción de solo 15 días.

Como se ve, la moda rápida o *fast fashion* viene a ser una especie de *pret-a-porter* democrática, desechable, pasajera, accesible y *trendy* de una temporada, para luego pasar al olvido en los guardarropas. Se la caracteriza por la expresión *throwaway* o “desechar”, involucrando sobreconsumo y producción excesiva de artículos de moda de corta duración o dispensables (Pal, 2016). Para ser rentables en un ambiente comercial tan volátil, los *retailers* de artículos de moda deben adoptar un enfoque de “velocidad en la comercialización” para sacar provecho de los artículos que no están en los escaparates de sus competidores, haciendo hincapié en la capacidad de respuesta y la agilidad, ofreciendo a los consumidores cambios constantes de colecciones a bajo costo, alentando a comprar y

desechar frecuentemente artículos de moda. Esto genera al consumidor una presión real para comprar, con la consecuente necesidad de desechar lo que ya no usa, sin que haya un freno para disminuir la producción, el consumo y el descarte excesivos (UNCTAD, 2019). Es normal que en la moda haya cambios y nuevas tendencias, pero no cada dos semanas (National Geographic, 2022).

De esta forma, el *fast fashion* genera una amplia gama de efectos negativos en los ámbitos medioambiental, social y económico, que resumimos en la siguiente sección, que atentan contra la sustentabilidad en la industria. Incluso se sostiene que la moda es una de las industrias menos sustentables del mundo, según las métricas de sustentabilidad ambiental y social (Sharpe, 2022). Hoy la moda es la antítesis de la sustentabilidad, necesitando escapar del destino de ser una herramienta que suele alentar el crecimiento económico excesivo en detrimento del impacto ambiental-socioeconómico (Gardetti, 2016).

Efectos medioambientales, sociales y económicos negativos del *fast fashion*

Durante muchos años la moda rápida ha sido la tendencia en la industria, pero actualmente sus impactos socioambientales y económicos empiezan a tener serias consecuencias negativas que generan preocupaciones a escala global (Behera, 2022; UNCTAD, 2019). En esta sección resumimos los principales.

Impacto negativo medioambiental del *fast fashion*

La industria de la moda, con los textiles y la indumentaria como componentes fundamentales, es una de las más grandes y globalizadas del mundo, habiendo crecido rápidamente, doblando su tamaño en los últimos 15 años (Sharpe, 2022). Se la considera la segunda más contaminante del mundo, detrás del petróleo y el gas (UNCTAD, 2019). En las últimas décadas, el crecimiento de la producción y el consumo de artículos de moda fue incesante (Muñoz, 2021). Las colecciones se multiplican, las tendencias se solapan y las prendas acortan su vida útil en una espiral de cambio sin precedentes. En los últimos 40 años la producción global *per cápita* de textiles pasó de más o menos 6 kg. por año a 13 kg. por año (Shukla, 2022). Se estima que el consumo global de indumentaria viene aumentando a razón de 62 millones de toneladas por año, proyectándose que alcance 102 millones de toneladas por año para 2030. Según el Foro Económico Mundial (*World Economic Forum* o “WEF”), como consecuencia del *fast fashion*, las marcas hoy producen el doble de cuanto producían en el año 2000 (WEF, 2020). Sin embargo, mucha de esta ropa termina en el vertedero. Como los ciclos de vida de los artículos de *fast fashion* son muy reducidos, tras su uso rápidamente se convierten en deshechos (Ozdamar, 2015). El equivalente a un camión de basura lleno de ropa se quema o tira a un vertedero cada segundo; los vertederos de todo el mundo están llenos de ropa, estimándose que a nivel global, en total, hasta el 85% de los textiles acaban anualmente en vertederos, donde pueden permanecer hasta 200 años; a medida que se degradan o queman liberan metano, un gas de efecto invernadero al menos 28 veces más potente que el dióxido de carbono, con los consecuentes daños susceptibles de causar a la salud y el medioambiente (Shukla, 2022; Procuraduría Federal del Consumidor - “PFC” -, 2021).

A su vez, la producción de fibras textiles, el elemento fundamental de todo tejido, necesariamente demandado por el aumento de la producción y consumo de prendas de moda, utiliza múltiples pesticidas, herbicidas y otros agroquímicos que se filtran en los suelos, reduciendo la fertilidad y biodiversidad, y contaminan las aguas, dañando considerablemente el medioambiente e incluso la salud humana y animal (Shukla, 2022; Diaz O’Kelly, 2022; Parthiban, 2017). La fabricación de tejidos también utiliza productos químicos durante el hilado, el tejido y otros procesos, con sustancias tóxicas nocivas, capaces de afectar a los trabajadores de las fábricas, los productores de materias primas involucrados en la cadena de insumos, los consumidores y el medioambiente. Otro eslabón contaminante es el *packaging*, por la cantidad utilizada.

El aumento de la producción textil también hace que los residuos aumenten antes y después de la producción (Shukla, 2022). Debido a la cantidad de cortes en la ropa, en el marco del proceso productivo se desperdicia aproximadamente el 15% de las telas empleadas, ya que no pueden volver a usarse. Recién ahora algunas empresas están tomando conciencia del problema, pasando a reutilizar los descartes de cortes (Diaz O’Kelly, 2022). A su vez, la industria de la moda es el segundo mayor consumidor de agua del mundo (WEF, 2020). Confeccionar unos *jeans* requiere unos 7.500 litros de agua, el equivalente a la cantidad de ese líquido vital que bebe una persona promedio en siete años (UNCTAD, 2019; National Geographic, 2022). El sector confección utiliza cada año aproximadamente 93.000 millones de metros cúbicos de agua dulce, equivalentes al 4% del uso mundial anual de agua dulce, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas (Arthur, 2022). Unos 44 billones de litros de agua se utilizan anualmente para riego, el 95% de los cuales son para la producción de algodón, componente importante de los textiles (Shukla, 2022). Además, se estima la industria textil y de la moda es responsable por una disminución del 7% de las aguas subterráneas locales y el agua potable a nivel mundial, y especialmente en países manufactureros con escasez de agua, como India y China. Así, la industria de la moda es responsable más o menos del 20% del desperdicio mundial total de agua.

Igualmente, se estima que anualmente a nivel global lavar la ropa libera más o menos 500.000 toneladas de microfibras en los océanos, equivalentes aproximadamente a 50.000 millones de botellas de plástico (WEF, 2020). Muchas de esas fibras son de poliéster, un plástico presente en aproximadamente el 60% de las prendas. La producción de poliéster libera entre dos a tres veces más emisiones de carbono que el algodón, y el poliéster no se descompone en las aguas. Se estima que el 35% de todos los micro plásticos (piezas de plástico muy pequeñas que no se biodegradan) en los océanos provienen del lavado de textiles sintéticos como el poliéster. En general, se estima que los micro plásticos componen hasta el 31% de la contaminación plástica en los océanos. La contaminación por micro plásticos representa casi un tercio de todos los plásticos oceánicos. Los micro plásticos pueden contener o absorber sustancias químicas tóxicas, presentando posibles riesgos toxicológicos para los organismos que los ingieren, como peces y mariscos (*Environmental Protection Agency* “EPA”, 2023).

Por su parte, la industria de la moda produce más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos, equivalentes aproximadamente al 8% de los gases de efecto invernadero, con el impacto consecuente en el cambio climático y

el calentamiento global (UNCTAD, 2019). De continuarse por esta senda, el porcentaje indicado podría aumentar al 26% para 2050 (WEF, 2020; National Geographic, 2022).

Como la producción de los insumos y la elaboración de los artículos de moda ocurre principalmente en países subdesarrollados o en vías de desarrollo, debido a los bajos costos de fabricación y mano de obra, tanto como las regulaciones ambientales laxas en comparación con los países desarrollados, los primeros soportan la mayor carga de los impactos ambientales de la contaminación causada por la industria del *fast fashion*, mientras que la mayor parte del consumo de los artículos producidos consecuentemente ocurre en países desarrollados (Shukla, 2022).

En la situación actual, el sector de la moda, los textiles y la confección aumenta tanto la producción como el descarte de materiales y el desperdicio de prendas de vestir y textiles, generando una cada vez mayor contribución a las emisiones globales de carbono, el uso de recursos naturales (agua y tierra) y la pérdida de biodiversidad (Sharpe, 2022).

Con el nivel actual de consumo de recursos naturales se necesita la capacidad regenerativa del equivalente a 1,5 Planetas Tierras, y para 2050 necesitaremos el equivalente a 2,3 Planetas Tierras (Parthiban, 2017).

Como se ve, es fundamental que la industria textil y de la moda mitigue los impactos ambientales causados por el uso excesivo de agua, la liberación de toxinas al medio ambiente y la gran cantidad de desechos generados.

Impacto negativo social del *fast fashion*

Los efectos negativos de la moda en términos de impacto social aumentaron como consecuencia del *fast fashion* (Gardetti, 2016). Hoy la industria tiene una fuerza laboral de aproximadamente 430 millones de trabajadores de una u otra forma involucrados en su cadena de valor, con un valor estimado de US\$ 1,84 trillones, que representan el 1,63% del PIB mundial (Uniform Market, 2025; McKinsey & Co., 2025; GFA, 2024).

Así, con el auge del *fast fashion*, las ganancias de las marcas de la industria de la moda continúan aumentando mediante la deslocalización de la producción de sus artículos, como prendas de vestir, calzados y accesorios tanto como de los insumos requeridos para su elaboración a países con sueldos bajos, poca o nula seguridad social, poca representación sindical y débil protección ambiental, como China, India, Camboya, Bangladesh, Tailandia, Myanmar y otros (Ozdamar, 2017; Cheav, 2020; Diaz O'Kelly, 2022; OIT, 2014). La escasez de regulaciones, la pobreza, la necesidad y la falta de presencia estatal convierten a estos países en el escenario perfecto para la deslocalización, con el menor costo posible, pero dejando una mancha imborrable (Vasques Martinez, 2021). Actualmente, la competencia entre las marcas de la industria de la moda es feroz, y la mayoría de las empresas del sector diseñan y comercializan sus productos en países desarrollados, al tiempo que subcontratan la producción a fabricantes de países en vías de desarrollo o subdesarrollados (OIT, 2014). Aunque la mayoría de las marcas tienen estrictos códigos de conducta, en la práctica no controlan a sus proveedores, pero sí presionan por extremas reducciones de costos, que siempre llevan a recortes en las condiciones de las personas de la cadena de manufactura de los productos (Vasques Martinez, 2021).

A mayor deslocalización de la producción, más bajos se vuelven los precios de los productos resultantes, transformando la forma en que los artículos de moda se compran y venden hoy en día (Ozdamar, 2017). Los que están en la parte superior de la cadena de valor eligen dónde se enviarán los productos terminados, y al mismo tiempo cuentan con el poder de cambiar de productor si otro lo hace a un precio más bajo, buscando minimizar costos y maximizar utilidades.

En este sesgo, los trabajadores de países menos desarrollados que fabrican los productos que nutren al *fast fashion* y sus cadenas de suministro están entre los peor pagados del mundo; algunos ganan sólo unos pocos dólares al día, y están sujetos a condiciones de trabajo peligrosas (Ozdamar, 2017).

La carga laboral es inllevable para los trabajadores, con jornadas de hasta 15 horas, muchas veces debiendo amanecer en el suelo de las fábricas para cumplir con pedidos de cantidades absurdas (Vasques Martinez, 2021; Chan, 2022). No se les reconocen horas extras, no disfrutan de prestaciones sociales, días libres ni vacaciones. Se emplean niños, jóvenes, ancianos y mujeres embarazadas, sin distinguir ninguna condición y sin otorgar ningún tipo de prestación social.

Los químicos y las sustancias que los trabajadores de las fábricas de artículos de moda y sus insumos deben manejar también representan un riesgo significativo para su salud, pues por lo general no cuentan con capacitación suficiente para su correcta manipulación (Vasques Martinez, 2021). De igual manera, frecuentemente se presentan accidentes laborales.

Por ejemplo, en 2013 en Bangladesh ocurrió el desastre del Rana Plaza, un edificio con cuatro fábricas de ropas que empleaban a unas 5.000 personas que se derrumbó tras ignorarse las advertencias de que debía ser desalojado después de haberse descubierto grietas el día anterior y obligarse a los empleados a permanecer, resultando en 1.134 personas muertas y otras 2.437 heridas (Ozdamar, 2017). La tragedia del Rana Plaza sacó a la luz las inequidades globales detrás de la industria del *fast fashion*.

A su vez, las condiciones de trabajo de las personas que fabrican artículos de moda en países menos desarrollados pueden ser particularmente difíciles para las mujeres trabajadoras (OIT, 2014). Las jornadas de trabajo largas e impredecibles y las cuestiones de seguridad hacen que a las mujeres les resulte complicado conciliar las responsabilidades familiares con el trabajo. Asimismo, los bajos salarios, las escasas oportunidades de negociar colectivamente y la desigual remuneración por un trabajo de igual valor exponen a las mujeres a la explotación dentro y fuera del lugar de trabajo. Estos sectores siguen adoleciendo de una protección de la maternidad inexistente o escasa y de diversas formas de violencia, abuso y acoso.

También los niños suelen ser empleados para trabajar en fábricas de productos de moda o en la obtención de sus insumos en países menos desarrollados. Los administradores los solicitan ya que son manejables, no protestan por las condiciones, están necesitados y son obedientes (Vasques Martinez, 2021). Por ejemplo, se estima que en las hilanderías de India 60% de los trabajadores son menores de 18 años. En los cultivos de algodón los granjeros suelen preferir a los niños ya que sus manos pequeñas pueden cosechar sin dañar las plantas.

Igualmente, la presión de que los consumidores, sobre todo los más jóvenes, remodelen constantemente su identidad personal, incitada por las tendencias en constante cambio del *fast fashion*, también está vinculada al desarrollo de graves problemas de salud, como la bulimia y la anorexia (Gardetti, 2016).

Como se vio en este apartado, para alcanzar la sustentabilidad la industria del *fast fashion* debe mitigar los efectos sociales perniciosos que genera.

Impacto negativo económico del *fast fashion*

El advenimiento del *fast fashion*, que se basa en medidas como la disponibilidad inmediata y acelerada de inventario (*just-in-time*) y cadenas de suministro globalizadas, ha contribuido a la rápida industrialización de los países del Sur Global, donde el sector textil y de prendas de vestir se posicionó como un trampolín hacia el desarrollo industrial, acelerando su comercio internacional, lo cual trajo beneficios económicos para algunos, con el desarrollo de millones de empleos, en particular para las mujeres (Sharpe, 2022; OIT, 2014). Sin embargo, al compararse con los crecientes costos medioambientales y sociales, la calidad y la longevidad de estos beneficios son cuestionables.

A su vez, si bien parece lógico que poder comprar artículos de moda a bajo precio es beneficioso, el *fast fashion* puede generar desequilibrios que afectan negativamente a integrantes de su cadena. Por ejemplo, en algunos casos los fabricantes o incluso los *retailers* o comerciantes minoristas mantienen los precios bajos para atraer clientela, aún con escasos o nulos márgenes de ganancia (Behera, 2022). Sin embargo, puede darse el caso de que los precios sean atractivos al consumidor, pero que ello signifique que los fabricantes y sus proveedores de insumos, quienes deben ser pagados por los fabricantes, o los *retailers*, tendrán escasas o ninguna ganancia, sin posibilidades de seguir en el negocio a largo plazo, con los consecuentes cierres de unidades de producción o venta, despidos y otros efectos consecuentes. La necesidad de mantener bajos los costos también puede hacer que los fabricantes y *retailers* paguen menores salarios a sus empleados para lograr ello.

Además, como los artículos de *fast fashion* por lo general se fabrican con materiales de baja calidad, no duran tanto y necesitan ser reemplazados más frecuentemente (Behera, 2022). A su vez, el marketing y la publicidad del *fast fashion* promueven el materialismo, pues incitan a que la moda se perciba como un medio para lograr tanto el éxito como la felicidad (Gardetti, 2016). Como el *fast fashion* proporciona flujos interminables de artículos nuevos para mirar y desear, puede crear un tipo de adicción en los consumidores, permitiéndoles al mismo tiempo comprar en mayor volumen y con mayor frecuencia, muchas veces sin necesidad. Esto puede conducir a un consumo excesivo y a un mayor desperdicio, lo cual es malo tanto para la economía como para el medioambiente. Por ejemplo, podría haberse dado a los recursos invertidos en la compra un destino mejor, que realmente beneficie al comprador, como alimentos de mayor calidad, un mejor servicio de salud, u otro.

De esta forma, si bien *prima facie* el *fast fashion* puede parecer beneficioso desde el punto de vista económico, ello no es así, pues los costos socioambientales son muy superiores, siendo sus efectos económicos negativos también susceptibles de causar desequilibrios y desviar el uso eficiente del dinero por los consumidores.

¿Pueden políticas públicas en materia de diseño disminuir las inequidades socioambientales y económicas del *fast fashion*?

Por un lado, todo lo que usamos o consumimos, como ropa, comida, los productos que empleamos, la electricidad, el agua, los combustibles y otros, generan impactos sobre la sustentabilidad a lo largo de su ciclo de vida (Huerta, 2014). Por otro, el consumo y la producción sustentables consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos, la eficiencia energética e infraestructuras sustentables, y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe – “CEPAL”, 2019). Su aplicación puede ayudar a lograr los planes generales de desarrollo, reducir futuros costos económicos, ambientales y sociales, aumentar la competitividad económica y reducir la pobreza. Así, el consumo y la producción sustentables buscan hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas usando menos recursos, de mayor calidad, con menor degradación y contaminación durante todo el ciclo de vida, buscando mejorar la calidad de vida. En ese proceso participan distintos interesados, como empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

Por su parte, el diseño y el desarrollo sustentable convergen con el enfoque de desarrollo humano de la Organización de las Naciones Unidas (la “ONU”) en la Agenda 2030 (Reyes, 2022). Precisamente, aspirando a lograr el desarrollo sostenible en sus tres dimensiones, económica, social y ambiental, equilibrada e integradamente, el objetivo 12 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible busca: “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles” (ONU, 2015). Dejo de ser viable la opción de continuar con los mismos patrones de producción, energía y consumo, siendo imprescindible transformar el paradigma de desarrollo dominante en uno más sustentable, inclusivo y de largo plazo (CEPAL, 2019). El diseño es un ente estratégico de intervención desde el que se aporta a la construcción de nuevas realidades, siendo una oportunidad para sumar a la sustentabilidad (González Calderón, 2022).

De esta forma, ante el oscuro escenario de los impactos socioambientales y económicos negativos del *fast fashion*, el diseño como disciplina en la que convergen diversas ciencias y que se encarga de proporcionar bienestar a través de los objetos, sistemas, productos, servicios, espacios físicos y visuales, entre otras, es importante y estratégico (Reyes, 2022; Reyes, 2022a). El diseño debe aspirar a ser estratégico y trascendente para contribuir a un mundo mejor, con un planeta sano y una sociedad segura, con mejores condiciones y calidad de vida, garantizando así un mejor desarrollo humano y el futuro de la humanidad. En la línea indicada, el diseño industrial es un proceso estratégico de resolución de problemas que impulsa la innovación, genera el éxito empresarial y conduce a una mejor calidad de vida a través de productos, sistemas, servicios y experiencias innovadores (*World Design Organization* - “WDO” -, 2015). Aprovecha la creatividad para resolver problemas y cocrear soluciones buscando mejorar productos, sistemas, servicios, experiencias o negocios. Con ello, el diseño industrial brinda una forma más optimista de mirar el futuro al replantear los problemas como oportunidades, vinculando la innovación, la tecnología, la

investigación, los negocios y los clientes para proporcionar un nuevo valor y una ventaja competitiva en las esferas económica, social y medioambiental.

De acuerdo a la Declaración de Ahmedabad de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (“ONUDI”) y el Consejo Internacional de Sociedades de Diseño Industrial (“CIADI”), el diseño mejora la función y la difusión de los productos, simplifica su fabricación, uso y mantenimiento. A lo largo de la historia, la intención original con la que fueron diseñados los distintos objetos fue la de ser una herramienta útil para servir a la humanidad, colaborando de distintas formas en la persecución de sus objetivos y satisfacción de necesidades, en otras palabras, contribuyendo a la procuración de su bienestar (Coyoli, 2022).

Durante las tres primeras revoluciones industriales (años 1760 a 2000, aproximadamente), sin embargo, el diseño industrial formó parte del paradigma de la insostenibilidad, concentrándose en aumentar la demanda de los consumidores en relación con los productos concebidos, dotándolos de forma, color, volumen, peso, olor, textura y otros para hacerlos lo más atractivo y económicos posible para fomentar el consumo (Pedroza, 2022). Así, el diseño industrial se extendió por todos los rincones de la sociedad a través de objetos para el uso cotidiano en la casa, en el vestido, en la joyería, en los muebles y otros. Sin embargo, tal como fue encarado inicialmente, el diseño tendió a fomentar el consumo y así contribuir a la degradación de la sustentabilidad (Ceschin, 2020).

A principios de los 90, el diseño verde o *green design* surgió como una de las primeras respuestas del diseño a las preocupaciones medioambientales (Ceschin, 2020). Su enfoque era limitado y específico, principalmente centrándose en mejorar las cualidades individuales de los productos para reducir su impacto ambiental. Sus intervenciones típicas incluían, entre otras, mejorar la cantidad de material, usar materiales reciclados o reciclables, reemplazar materiales tóxicos por alternativas menos nocivas y, en algunos casos, enfocarse en la eficiencia energética o el uso de energías renovables. Sin embargo el diseño verde omitía considerar sistemáticamente el ciclo de vida completo de los productos, siendo insuficiente para abordar la complejidad de los problemas de sustentabilidad, lo cual materializaba una limitación material.

Ante la limitación indicada, entre mediados y fines de la década del 90, reconociendo las limitaciones del diseño verde, el enfoque se amplió al ecodiseño o diseño ecológico (Ceschin, 2020). La principal diferencia entre el diseño verde y el ecodiseño fue la adopción de una perspectiva de ciclo de vida completo, analizando los impactos ambientales desde la extracción de materias primas hasta la fabricación, distribución, uso y disposición final de los productos involucrados. Ahora, pese a ser un avance significativo, el ecodiseño seguía siendo predominantemente técnico y centrado en el aspecto ambiental, resultando insuficiente para generar un cambio radical. El enfoque estrecho en lo ambiental ignoraba las dimensiones sociales y éticas de la sustentabilidad. El enfoque predominantemente técnico prestaba poca atención a factores humanos como el comportamiento de los usuarios, los lazos emocionales con los productos (obsolescencia psicológica) o las dinámicas culturales y sociales. Así, si bien el ecodiseño tendía a generar mejoras incrementales, a menudo eran superadas por el aumento del consumo o efecto rebote, y no abordaba las causas fuente de los problemas.

Siendo evidente que ni el diseño verde ni el ecodiseño, por sí solos, eran suficientes para lograr las mejoras radicales necesarias para la sustentabilidad, desde principios del 2000, nace el diseño sustentable, incorporando nuevas aproximaciones que abordaban diferentes niveles y dimensiones (Ceschin, 2020; Crul, 2007). Consecuentemente, se tuvo en cuenta: la dimensión humana, con un diseño emocionalmente duradero para combatir la obsolescencia psicológica; un diseño para el comportamiento sostenible, para influir en los hábitos de los consumidores; modelos sistémicos y funcionales, con diseño de sistemas producto-servicio para desacoplar el valor económico del consumo material, pasando de la propiedad al acceso; un diseño sistémico, con un enfoque territorial para optimizar flujos de recursos localmente; la dimensión social y ética, con un diseño para la base de la pirámide y la innovación social, enfocado en contextos de bajos ingresos, apoyando soluciones comunitarias y *bottom-up*, donde las ideas, acciones, decisiones o el poder se originan en los niveles más bajos o básicos y fluyen o influyen hacia los niveles superiores o centrales; y una transformación de sistemas, buscando transformar sistemas socio-técnicos completos.

De esta forma, en las próximas décadas el desafío es pasar a una sociedad en la que vivamos mejor, consumiendo menos, cambiando el modo en que se satisfacen las necesidades y desarrollando patrones de producción, consumo y estilos de vida usando menos y mejores recursos (Ceschin, 2020). Es imprescindible avanzar urgentemente hacia sistemas sociotécnicos capaces de operar dentro de los límites del planeta, al tiempo que garantizamos que este movimiento siga caminos éticos y justos.

Se estima que el siglo XXI es el siglo del diseño inteligente, sustentable y responsable, que debe contribuir a la creación de un mundo mejor (Reyes, 2022). Por ello hoy, en los albores de la Sexta Revolución Industrial, el diseño en general y el diseño industrial en particular, están transitando hacia un nuevo paradigma, el del diseño sustentable, opuesto al paradigma en el que se mantuvo en las primeras tres revoluciones industriales (años 1760 a 2000, aproximadamente), donde la producción en serie y el uso indiscriminado de los materiales mediante procesos contaminantes detrás de la estética determinaron los principios del objeto diseñado.

El diseño puede y debe desempeñar un papel crucial en las transformaciones sociales hacia la sustentabilidad (Ceschin, 2020). De hecho, puede actuar como catalizador para impulsar y apoyar la innovación, y contribuir a moldear el mundo en diferentes niveles: desde los materiales hasta los productos, los sistemas producto-servicio, las organizaciones sociales y los sistemas sociotécnicos. Así, el diseño sustentable es parte del paradigma de la sostenibilidad (Pedroza, 2022).

Hoy, en los albores de la sexta revolución industrial, los diseñadores crecientemente se ven confrontados a la necesidad de hacer elecciones más responsables con la sustentabilidad (Huerta, 2014). Además de las decisiones tradicionales de diseño en cuanto a forma, funcionalidad, materialidad, color, estética y otras, cada vez más los diseñadores deben considerar los impactos sobre la sustentabilidad derivados de los productos que crean. Existe una gran variedad de materiales, productos y procesos que se pueden utilizar, y elegir los que generen menos impactos sobre la sustentabilidad no es tarea fácil. Por ejemplo, al diseñar un mueble se puede elegir entre madera y plástico para algunas partes o para el total. La madera es un material natural, potencialmente renovable, mientras que el

plástico es sintético y hecho con materias primas no renovables (petróleo). Por otro lado, al usar madera se suelen talar árboles, los cuales producen el oxígeno que respiramos y previenen la erosión del suelo; mientras que al usar plástico el material se puede reciclar al final de la vida útil del producto, para hacer uno nuevo y así evitar extraer petróleo para hacer plástico virgen. ¿Cuál de estos dos materiales será la opción más responsable con la sustentabilidad? La respuesta no es trivial. Lo que sí está claro es que si el proceso de diseño no incorpora el conocimiento adecuado, podemos creer que estamos tomando la mejor decisión y estar equivocados.

Los diseñadores de productos tienen la ventaja de poder elegir los materiales y procesos requeridos para fabricar lo que diseñan (Huerta, 2014). Por lo general es posible, por ejemplo, usar madera, plástico o metal para cumplir con un mismo objetivo de diseño y la decisión puede recaer en materia de costos o estética tanto como en las propiedades de los materiales o sus impactos sobre la sustentabilidad. Las características materiales, funcionales, estéticas y de utilidad de los productos diseñados determinan sus impactos sobre la sustentabilidad, así como los procesos de manufactura elegidos, logísticas de transporte y distribución y actividades al fin de la vida útil. Esto ocurre ya sea por planificación o por omisión.

A fin de minimizar impactos sobre la sustentabilidad, el diseñador de productos debe considerar las interacciones industria-sustentabilidad al definir materiales y procesos de manufactura a utilizar, envase del producto, comportamiento del producto en uso, y la optimización de reutilización y reciclaje al final de su vida útil (Graedel & Allenby, 1996). Por ejemplo, el diseño y confección de artículos de moda, como prendas de vestir, calzados y accesorios, puede desempeñar un papel clave en la promoción de la sustentabilidad cuando se enfoca en la selección consciente de materiales. En este contexto, el uso de materiales de mayor calidad se posiciona como una estrategia efectiva para aumentar la vida útil de los productos teniendo en cuenta pautas de diseño sustentable, generando beneficios tanto para los consumidores como para el medio ambiente. Los materiales de alta calidad, como tejidos naturales resistentes (algodón orgánico peinado, lino grueso, lana merina, cuero curtido vegetal y otros) o materiales técnicos desarrollados para soportar el uso prolongado, tienden a conservar mejor su forma, textura y funcionalidad a lo largo del tiempo. Esto se traduce en prendas y accesorios más resistentes al lavado, la fricción y la exposición ambiental, reduciendo la necesidad de reemplazo frecuente.

A su vez, al utilizar materiales de mayor calidad, se crea una barrera contra la obsolescencia inducida, propia del *fast fashion*, ya que los consumidores valoran y conservan por más tiempo los artículos que mantienen su integridad estética y funcional. La calidad también influye en la percepción de valor, pues los artículos de moda confeccionados con materiales nobles y detalles bien cuidados tienen más posibilidades de verse como una inversión y no como bienes de consumo efímero. Esto incentiva un cambio cultural hacia el consumo consciente, donde se prioriza la adquisición de menos artículos, pero de mejor calidad.

Igualmente, al alargar la vida útil de los artículos de moda, particularmente las ropas, se disminuye la frecuencia de producción, transporte y eliminación de residuos, todos procesos con una alta huella ecológica. Asimismo, si los materiales elegidos son reciclables, biodegradables o provienen de fuentes responsables, se amplifica aún más el efecto positivo sobre el ambiente.

Así, el proceso de diseño llevado considerando pautas de sustentabilidad, al incorporar el conocimiento relevante, puede hacer aportes significativos para minimizar residuos, lograr un mayor tiempo de vida para los productos con materiales de mayor calidad, hacer que los consumidores sientan más apego a los productos evitando su rápido descarte, minimizar daños ambientales y otros factores que indiquen sobre la sustentabilidad (Graedel & Allenby, 1996).

Por tanto, la adopción por las empresas de principios de diseño sustentable en la concepción de los productos que fabrican y comercializan puede mitigar las inequidades socioambientales y económicas del *fast fashion* indicadas, pero se necesitan políticas públicas que adopten normas positivas que obliguen a las empresas a implementar dichas pautas. Por ejemplo, buscando aumentar la transparencia de grandes vendedores minoristas y fabricantes de productos en general, incluidos los del sector moda del Estado de California, en relación a riesgos de involucramiento de situaciones de trabajo esclavo o infantil y trata de personas en sus cadenas de suministro, el *California Transparency in Supply Chains Act* de 2010 les obliga a informar públicamente sobre las acciones que toman para identificar, prevenir y erradicar esas prácticas, con el fin de permitir que los consumidores tomen decisiones informadas y responsables al momento de adquirir artículos de moda. De la misma forma, el *Fashion Environmental Accountability Act* de Nueva York busca regular el impacto ambiental de grandes empresas del sector moda con ingresos anuales superiores a US\$ 100 millones que operan o venden en el Estado de Nueva York, que de convertirse en ley les exigirá que adopten prácticas más sustentables. En esta línea, políticas públicas en materia de diseño pueden disminuir las inequidades socioambientales y económicas del *fast fashion*.

Conclusión

Como se vio, la industria de la moda hoy es una industria global multimillonaria; una fuerza impulsora de la economía mundial, donde diseñadores y modelos son tan famosos como los líderes políticos mundiales, los deportistas de élite o las estrellas de cine. Sin embargo, se enfrenta a una encrucijada crítica: continuar por la senda del *fast fashion*, con sus profundas y evidentes inequidades en materia ambiental, social y económica, o asumir un rol de agente de cambio que mediante la equidad y la sustentabilidad impulse un nuevo paradigma que priorice el bienestar colectivo y la preservación del planeta. El camino hacia una industria de la moda más justa no sólo es necesario, sino posible.

En el contexto indicado, el diseño — y particularmente el diseño sustentable — emerge como una herramienta estratégica capaz de catalizar transformaciones sistémicas. Al incorporar consideraciones éticas, sociales y medioambientales desde la fase conceptual, el diseño sustentable puede corregir inequidades significativas del sector y encaminarlo hacia un modelo que equilibre la rentabilidad con la sustentabilidad. Así, el diseño dejará de ser una simple herramienta para conferir valor estético a los artículos de moda, como prendas, calzados y accesorios, para convertirse en un agente activo de equidad y sustentabilidad.

Ahora, este proceso requiere un marco legal adecuado y políticas públicas eficaces que institucionalicen la exigencia para los fabricantes de artículos de moda de incorporar prácticas de diseño sustentable en el proceso de concepción de los artículos de moda que fabrican y comercializan, como vestidos, calzados y accesorios. La mitigación de las inequidades socioambientales y económicas generadas por el *fast fashion* no puede depender exclusivamente de la buena voluntad empresarial: debe ser promovida, regulada y exigida por el Estado mediante normas vinculantes que obliguen a las empresas a incorporar pautas de diseño sustentable en sus procesos.

Por tanto, lograr una moda más equitativa exige un abordaje integral, multidisciplinario y colaborativo entre diseñadores, empresas, consumidores, gobiernos y sociedad civil. Solo así se podrá construir una industria que no solo vista a las personas, sino que también las respete, las dignifique y preserve el entorno que todas ellas comparten. La equidad en la moda y el diseño no es una utopía, sino una oportunidad histórica para redefinir el rumbo de una de las industrias más influyentes del mundo. La implementación de políticas públicas que exijan la adopción de pautas de diseño sustentable a los productores de la industria bien puede ayudar a ello.

Referencias Bibliográficas

- Aristóteles *Ética nicomáquea* Editorial Porrúa: México (1973).
- Arthur, R. *Sustainable Fashion. Communication Strategy 2021 – 2024* United Nations Environment Programme: Nairobi (2022); descargado el 16/05/25 de: <https://www.unep.org/resources/publication/sustainable-fashion-communication-strategy-2021-2024>
- Behera, S. *The cost of fast fashion industry: the human, social and economic impact*, World Excellence Magazine, 29/11/22, descargado el 20/05/25 de: <https://www.worldexcellence.com/cost-of-the-fast-fashion-industry-impact/>
- California Transparency in Supply Chains Act*, Código Civil de California, Sección 1714.43.
- Carvajal-Villaplana, A. *Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte* [2017] (1) (22) Revista Legado de Arquitectura y Diseño.
- Casares, T. *La Justicia y el Derecho* Abeledo Perrot: Buenos Aires (1973)
- CEPAL, *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3) CEPAL: Santiago (2019).
- Ceschin, F. y otro *Diseño para la sustentabilidad* Routledge: Londres/Nueva York (2020).
- CMMAD *Informe Comisión Brundtland sobre Medio Ambiente y Desarrollo* 4/08/87, Suplemento N° 25 (A/42/25).
- Chan, E. *Why Garment Workers Must be Included in The Sustainability Conversation* Vogue UK, 24/04/22; descargado el 13/04/23 de: <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/garment-workers-sustainability>
- Cheav, M. *Fast Fashion and Outsourcing* 26/02/20, Chapman University: Irvine; descargado el 21/05/25 de: <https://blogs.chapman.edu/sustainability/2020/02/26/fast-fashion-and-outsourcing/>

- Cook, K. et al. *Distributive justice, equity, and equality* [1983] (9) Annual Reviews. Sociology 217.
- Coyoli, M. *Contribuciones del diseño emocional a la calidad de vida en el Siglo XXI*, en Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo xxi* Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).
- Crul, M. y otro *Diseño para la Sustentabilidad* Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA): Paris (2007).
- Da Rosa, A. A *Hobbesian Theory of Justice* Universitat Konstanz: Baden-Württemberg (2019).
- Díaz O'Kelly, A. *Moda sustentable: ¿qué impacto ambiental tiene la ropa que usamos?* 29/11/22; descargado el 21/05/25 de: <https://www.somosohlala.com/calidad-de-vida/sustentabilidad/moda-sustentable-que-impacto-ambiental-tiene-la-ropa-que-usamos-nid29112022>
- EPA *Conozca la basura acuática*, descargado el 21/05/25 de: <https://espanol.epa.gov/espanol/conozca-la-basura-acuatica>
- Fashion United *Global Fashion Industry Statistics* descargado el 21/05/25 de: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>
- Fashion Environmental Accountability Act* de Nueva York; New York State Senate Bill S7428A/Assembly Bill A8352.
- Gardetti, M.A. *Cubreme® and Sustainable Value Creation: A Diagnosis*, en Muthu, S. y otro *Green Fashion*, Springer: Singapore (2016).
- Glaser, M. *Diseñador Ciudadano* Editorial Gustavo Gili, SL: Barcelona (2014).
- Global Fashion Agenda (“GFA”) *The GFA Monitor. Update 2924*, GFA: Copenhagen (2024).
- Gómez Gutiérrez, C. *El desarrollo sostenible: Conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*, en Garea, B. y otros *Cambio Climático y Desarrollo Sostenible*, Instituto Superior de Tecnologías y Ciencias Aplicadas: La Habana (2014).
- González Calderón, D. E. *Aportes al pensamiento de diseño como estrategia preventiva a la discriminación*, en Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo xxi* Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).
- Huerta, O. *Generación de residuos, impacto ambiental y posibles aportes desde el Diseño* [2014] (7) *Revista Diseña* 66. Consultado el 28/03/25 en: <https://repositorio.uc.cl/handle/11534/46568>
- Ivárez Gimeno, J.M. *La Gestión del Diseño en la Empresa* McGraw-Hill: Madrid (2000)
- Jenkin Jones, S. *Diseño de Moda* Blume: Barcelona (2014)
- Kolsun, B. y otros *El negocio y el derecho de la moda y el retail* Carolina Academic Press: Durham (2020).
- Knapp, O. *Why does Everyone Pay for Fast Fashion?* 16/11/22, Michigan Journal of Economics; descargado el 20/05/25 de: <https://sites.lsa.umich.edu/mje/2022/11/16/why-does-everyone-pay-for-fast-fashion/>
- Luque Magañas, R. *Relaciones entre Arte y Moda: Diálogos y Juegos de Identidad*, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Málaga: Málaga (2015).
- Mañá, J. y otro *El desarrollo de un diseño industrial* IMPI: Madrid (1990).
- Martin, A. *Transformation Design: o el cambio de paradigma del diseño*, 23/05/23, Fabriclab Amontela; descargado el 27/02/25 de: <https://amonatela.wordpress.com/2013/05/23/transformation-design-o-el-cambio-de-paradigma-del-diseno/>

- McKinsey & Company *What is fast fashion?*, 23/01/25, descargado el 16/05/25 de: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-fast-fashion>
- Megone, C. *Aristotelian Ethics*, en Chadwick, R. et. al *Encyclopedia of Applied Ethics*, Elsevier: London (2012), p. 189.
- Morelli, G. *Entendiendo la relación entre diseño y moda* [2018] (1) (1) Revista Ensinarmode, 83.
- Muñoz, S. *Consumismo, la "enfermedad" del siglo XXI ante una industria de la moda que busca la sostenibilidad Harper's Bazaar*, 16/06/21, descargado el 20/05/25 de: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a36461787/consumismo-industria-moda-busqueda-sostenibilidad/>
- National Geographic *Moda sostenible: conoce una alternativa al fast fashion*, 19/03/22; descargado el 16/05/25 de: <https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2022/04/moda-sostenible-conoce-una-alternativa-al-fast-fashion>
- OIT *Salarios y tiempo de trabajo en los sectores de los textiles, el vestido, el cuero y el calzado* OIT: Ginebra (2014)
- OECD *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial Responsable* OECD Publishing: Paris (2023).
- OIT *The Rana Plaza Accident and its aftermath*, descargado el 17/04/23 de: <https://www.ilo.org/global/topics/geip/projects/bangladesh/lang--en/index.htm>
- Olvera, J. y otra *El concepto de equidades y sus contradicciones* [2015] (77) (4) Revista Mexicana de Sociología 581.
- ONU, *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible* Documento A/70/L.1, 18 de septiembre de 2015, descargado el 10/03/25 de: <https://docs.un.org/es/A/70/L.1>
- ONU, *Informe de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible Johannesburgo (Sudáfrica)*, 26 de agosto a 4 de septiembre de 2002; disponible en: <https://docs.un.org/es/A/CONF.199/20>
- ONUDI/CIADI, *Declaración de Ahmedabad*, emitida en la Reunión para la Promoción del Diseño Industrial en Países en Desarrollo en India del 14 al 24 de enero de 1979.
- Ozdamar Ertekin, Z. et al. *Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion* [2015] (35) (1) Journal of Macromarketing, 53.
- Oxford University Press, *Oxford English Dictionary*, Oxford University Press: Oxford (2ª ed.: 1993).
- Pal, R. *Sustainable Value Generation Through Post-retail Initiatives*, en Muthu, S. y otro *Green Fashion*, Springer: Singapore (2016), V1.
- Parthiban, M. *Sustainability in Fashion and Apparels. Challenges and Solutions* Woodhead Publishing: New Delhi (2017).
- Paz, R. y otra, *La industria de la moda: la segunda más contaminante del mundo*, 2/03/23, UNAM Global Revista, descargado el 29/04/25 de: https://unamglobal.unam.mx/global_revista/la-industria-de-la-moda-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo/
- Pedroza Flores, R. *Ecodiseño inteligente sostenible para la convivencia planetaria*, en Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo xxi*, Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).

- Pestalardo, S.P. *La equidad en Santo Tomás de Aquino según Abelardo Rossi*. Semana Tomista. Interpretes del pensamiento de Santo Tomás, XXXVI, 5-9 septiembre 2011. Sociedad Tomista Argentina; Universidad Católica Argentina. Facultad de Filosofía y Letras, Buenos Aires. Descargado el 12/05/25 de: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/ponencias/equidad-santo-tomas-abelardo-rossi.pdf>
- Puerta González, J.M. *Los tres pilares del desarrollo sustentable*, 5/04/22, descargado el 16/05/25 de: <https://es.linkedin.com/pulse/los-tres-pilares-del-desarrollo-sostenible-puerta-gonz%C3%A1lez-%E9%A9%AC%E5%B8%8C%E6%96%87->
- Procuraduría Federal del Consumidor (PFC), México, *Moda Sostenible. Slow Fashion*, 25/07/21; descargado el 21/05/25 de: <https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/moda-sostenible-slow-fashion?idiom=es>
- Quintatrends (2020) *¿Qué significa ser una marca de moda sustentable?*; descargado el 16/05/25 de: <https://www.quintatrends.com/2020/10/que-significa-ser-marca-moda-sustentable.html>
- RAE, *Diccionario de la lengua española*, Espasa Calpe: Barcelona (23ª ed.: 2014).
- Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo xxi*, Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).
- Reyes, A. y otra *Diseño industrial para el desarrollo sostenible en la sociedad 5.0*, en Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo xxi*, Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).
- Rossi, A. *Aproximación a la Justicia y a la Equidad*, EDUCA: Buenos Aires (2000).
- Rubinstein, D. *The concept of justice in sociology* [1988] (17) (4) *Theory and Society* 527.
- Sabino, C. y otros, *Diccionario de Economía y Finanzas* Ed. Panapo: Caracas (1991).
- Serrano Barquín, C. *Cercanías distantes y la función social del diseño en la era coronial*, en Reyes, A. *Diseño y desarrollo sostenible en el siglo XXI*, Universidad Autónoma de México: Ciudad de México (2022).
- Sciafidi, S. *Intellectual Property and Fashion Design*, en Yu, P. *Intellectual Property and Information Wealth*, Praeger Publishers: Westport (2007), p. 115.
- Seivewright, S. *Diseño e Investigación*, Editorial Gustavo Gili: Barcelona (2013).
- Sharpe, S.A. y otros *Wellbeing Wardrobe* European Environmental Bureau: Rotterdam (2022).
- Shukla, N. *Fast Fashion Pollution and Climate Change*, Earth.org, 21/02/22, descargado el 21/05/25 de: <https://earth.org/fast-fashion-pollution-and-climate-change/>
- Tewari, S. *¿Diseño para el desarrollo 2.0? Revisitando la Declaración de Ahmedabad y el discurso del diseño en la India*, en Springer, A. y otros *Humanizando el diseño*, World Design Organization (WDO): Quebec (2021)
- The Fashion Act, *Fact Sheet: The Fashion Sustainability and Social Accountability Act*, descargado el 7/03/25 de: <https://www.thefashionact.org/>
- UE, *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente*, 29/12/20, actualizado 22/03/24, descargado el 29/04/25 de: <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales. Oficina Regional para América del Sur (UICN-Sur), *Un Camino hacia la Equidad y la Sustentabilidad*, Quito: 2006.

- Uniform Market, *Global Apparel Industry Statistics: Market Size and Trends (2025)*, 6/05/25; descargado el 21/05/25 de: <https://www.uniformmarket.com/statistics/global-apparel-industry-statistics>
- UNCTAD, *El costo ambiental de estar a la moda* 12/04/19, descargado el 12/04/23 de: <https://news.un.org/es/story/2019/04/1454161>
- Vasques Martinez, L. *Cadenas de suministro manchadas: Explotación laboral en la industria de la moda de China e India* [2021] (10) (19) Revista Mundo Asia Pacífico 87.
- Vigo, R. *La Interpretación (argumentación) Jurídica en el Estado de Derecho Constitucional*, Tirant lo Blanch: Ciudad de México (2017).
- WEF, *Estos hechos muestran cuan insustentable es la industria de la moda*, 31/01/20, descargado el 21/05/25 de: <https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/>
- WDO, *Definición de Diseño Industrial*, 29ª Asamblea General celebrada en Gwangju, Corea del Sur en 2015, accedido el 28/03/25 en: <https://wdo.org/about/definition/>
- Young, A. *Analysis of the New York Fashion Act: State Senate Bill S4746B*, 11 de noviembre de 2024, Consilience, Columbia University, descargado el 17/02/25 de: <https://journals.library.columbia.edu/index.php/consilience/blog/view/648>
-

Abstract: This article analyzes the legal challenges and opportunities linked to equity in the fashion and design industry, highlighting the negative impacts on sustainability of the fast fashion model, which promotes overproduction, excessive consumption, and precarious working conditions, generating profound social, economic, and environmental inequalities. In response, sustainable design is proposed as a strategic tool to transform the industry toward a more just and responsible paradigm. The research underscores the need for binding public policies that oblige companies to incorporate equity and sustainability principles into their design and production processes. It concludes that a more equitable fashion industry is possible through a comprehensive, collaborative, and legally supported approach.

Keywords: fashion – design – sustainability – equity – public policies.

Resumo: Este artigo analisa os desafios e oportunidades legais vinculados à equidade na indústria da moda e do design, destacando os impactos negativos na sustentabilidade do modelo do fast fashion, que promove a superprodução, o consumo excessivo e a precarização das condições de trabalho, gerando profundas desigualdades sociais, econômicas e ambientais. Em resposta, o design sustentável é proposto como uma ferramenta estratégica para transformar a indústria em direção a um paradigma mais justo e responsável. A pesquisa ressalta a necessidade de políticas públicas vinculativas que exijam que as empresas incorporem princípios de equidade e sustentabilidade em seus processos de design e produção. A conclusão é que uma indústria da moda mais justa é possível por meio de uma abordagem abrangente, colaborativa e legalmente apoiada.

Palavras-chave: moda – design – sustentabilidade – equidade – políticas públicas.

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