

¿Cómo enfrentar el Greenwashing de la Moda en el mundo y en Argentina?

María Belén Aliciardi ⁽¹⁾

Resumen: La moda es la segunda industria más contaminante del mundo, después del petróleo, ya que utilizan pocos materiales locales, tinturas dañinas y mucha agua, paga sueldos precarios, con horarios muy extensos en espacios inhumanos entre otros problemas. Ante esto, hoy los consumidores empiezan a exigirles a las marcas más información sobre la sostenibilidad de su producción. Y si algo tienen estas grandes multinacionales son recursos para cambiar, pero también para invertir en publicidad para parecer algo que no son (*greenwashig*). Argentina no escapa a esta forma de publicidad.

¿Cómo hacemos para saber si la empresa de moda solo hace publicidad engañosa? Gracias al *blockchain* podemos conocer la historia de cada prenda, desde su origen, procedencia de los materiales, dónde ha sido producida o cómo se ha transformado-trazabilidad-. Esta circunstancia permite generar confianza en todos los eslabones de la cadena del sistema moda. La cual se materializa mediante aplicaciones y etiquetas.

Palabras clave: Moda - Greenwashing - blockchain - etiquetas - trazabilidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 79]

⁽¹⁾ Abogada, Medidora y Notaria (UNC). Especialista en Derecho Ambiental (UBA). Magister en Gestión Ambiental (UNSAM). Consultora de PNUD en Proyecto de Compras Públicas Sustentable en el sector de la Salud (2019 a la fecha). Directora de la Revista de Derecho Ambiental de Microjuris Argentina (2015 a la fecha).

Introducción

“Comprar de manera sostenible es invertir en un futuro mejor”

La moda es la segunda industria más contaminante del mundo¹, después del petróleo, por encima de la manufacturera, la de energía, la de transporte e incluso la alimentaria, según la Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) del 2019, ya que utilizan pocos materiales locales, se consume mucha agua para hacer jeans², se utilizan tinturas dañinas y no se tiene en cuenta la huella de carbono³,

que es el impacto ecológico que produce traer cosas por ejemplo, desde China⁴. Además emplea a uno de cada seis trabajadores del planeta, muchas veces con sueldos precarios y se registran horarios muy extensos y espacios inhumano made in Camboya, Bangladesh⁵ o Vietnam entre otros.

El modelo de negocio fast fashion, moda barata hecha a coste mínimo para consumo masivo, nos ha llevado a comprar 400 veces más prendas que hace 20 años, y mucha acaba en vertederos⁶. Greenpeace nos recuerda que solo con conservar las prendas dos años en lugar de uno, reduces tus emisiones de CO2 en un 24%.

Sabemos que la industria del Fast Fashion, que tiene un valor de \$3 trillones de dólares, fue declarada el pasado 16 de abril de 2018, como “una emergencia ambiental” por un Panel de Alto Nivel de las Naciones Unidas titulado “La moda y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: ¿qué función tiene la ONU?”

La advertencia de la ONU viene al mismo tiempo que un informe conjunto de Quantis y la Fundación Climate Works, titulado “Midiendo la Moda”, que encontró que, “combinado las industrias mundiales de indumentaria y calzado representan el 8 por ciento de emisiones del gas de efecto invernadero del mundo, casi tanto como el impacto total de carbono de la UE”. De acuerdo a la Fundación Ellen MacArthur, se calcula que para 2050, la industria de moda generará 26% de las emisiones de carbono mundiales, consumiendo hasta 300 toneladas de combustibles fósiles y vertiendo unas 22 millones de toneladas de microplásticos al mar.

Con la intención de frenar las prácticas ambientales y sociales destructivas de la industria del vestido y de aprovechar la pasarela para proteger los ecosistemas, diez agencias de las Naciones Unidas lanzaron en la Asamblea sobre Medio Ambiente, celebrada en marzo de 2019 en Nairobi, la Alianza de la ONU para una Moda Sostenible. La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible es una iniciativa de agencias de las Naciones Unidas y organizaciones aliadas diseñada para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través de una acción coordinada en el sector de la moda. Específicamente, la Alianza trabaja para apoyar la coordinación entre los organismos de las Naciones Unidas que trabajan en la moda y promueven proyectos y políticas que aseguran que la cadena de valor de la moda contribuya al logro de los objetivos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La moda, según lo entendido por la Alianza, incluye prendas, cuero y calzado, hechos de textiles y productos relacionados. El alcance del trabajo de la Alianza se extiende desde la producción de materias primas y la fabricación de prendas de vestir, accesorios y calzado, hasta su distribución, consumo y eliminación.

Movimientos como el mencionado, ha colaborado a que hoy aparezcan nuevos consumidores que empiezan a exigirles a las marcas de moda más información sobre la sostenibilidad de su producción, donde, según dicen los expertos “la gente ya no compra prendas sino valores”. El poder de compra se ha convertido en el arma social más poderosa para cambiar el mundo. Los consumidores, cada vez más informados y concienciados sobre su influencia para determinar el futuro del planeta, han entendido que sus decisiones pueden marcar la diferencia. Esta nueva manera de comprar, se llama Compras sostenibles. Una compra para ser sostenible debe tener en cuenta la trazabilidad del producto o servicio que está adquiriendo.

La sostenibilidad abarca cuestiones sociales, como las mejoras en las condiciones de trabajo y la remuneración de los trabajadores, así como las ambientales, incluida la reducción del flujo de residuos de la industria y la disminución de la contaminación del agua y las contribuciones a las emisiones de gases de efecto invernadero.

Con la aparición de este nuevo consumidor más responsable, hoy en día casi todas las compañías presumen de su compromiso con el ambiente o la sociedad, a través de sus productos que se viste de verde o adoptan apellidos como orgánico, ecológico o bio, responsable, para atraer a estos preocupados consumidores. Pero, ¿cuánto hay de cierto en estos mensajes?

Si algo tienen estas grandes multinacionales son recursos para cambiar, pero también para invertir en publicidad engañosa, conocida como “greenwashig”. El greenwashing o ‘ecoblanqueamiento’ o lavado verde es una forma de propaganda o lavado de imagen o práctica de marketing de algunas empresas para parecer respetuosas con el ambiente cuando en realidad no lo son.

Y Argentina no está exenta de esta moda... entonces... ¿cómo hacemos para saber si la prendas solo hace publicad engañosa?

Trazabilidad, Blockchain, Aplicaciones y Etiquetas

La industria de la moda gracias a las nuevas tecnologías está viviendo una acelerada revolución, lo que algunos denominan la cuarta revolución industrial. Vive un momento de radical cambio tanto en el modelo de negocio como en la celeridad con la que ocurren los acontecimientos. Desde la omnicanalidad al see now buy now o de cómo, gracias a las redes sociales, se han acelerado y reducido los costes de lanzamiento de colecciones y el nacimiento de nuevas marcas, casi sin esperas y sin intermediarios. Y por otro lado estamos ante un nuevo consumidor, un cliente más exigente con lo que “hay detrás” de cada prenda: sostenibilidad, mercado justo, condiciones laborales, reciclaje, recursos naturales, cuestiones éticas... El primer desafío con el cual esta industria se enfrenta es el de la materia prima. La transparencia en la cadena de producción es uno de los puntos más básicos de la producción ética y es sin dudas uno de los más difíciles de lograr.

La trazabilidad de los procesos de producción resulta un aspecto clave para incrementar la transparencia de la cadena y garantizar la inocuidad de las prendas. De igual modo, la adopción de buenas prácticas productivas que procuren un uso más eficiente de los insumos y reduzcan el impacto ambiental son los desafíos más importantes que presenta el eslabón productor. Uno de los medios con los que contamos para ejercer el consumo responsable es la Trazabilidad del producto.

Y es ahí donde el *blockchain* entra en juego para aportar un valor diferencial, ya que a veces las etiquetas no son una garantía y terminan siendo medias verdades que están por todas partes y hacen que cada vez sea más complicado reconocer cuándo un producto es realmente sostenible.

Como sostiene Bill Gates, "la tecnología es amoral" y depende de nosotros el uso que le podemos dar.

La norma UNE 66.901-92 define Trazabilidad como la «capacidad para reconstruir el historial de la utilización o la localización de un artículo o producto mediante una identificación registrada». En otras palabras con trazabilidad nos referimos al mecanismo de rastreo que permite conocer el completo historial de un producto o servicio, en sus diferentes etapas, desde el origen hasta el consumidor final. La trazabilidad, para que sea completa, debe contemplar todos y cada uno de los eslabones de la cadena de producción. Así, cada bien debe incorporar un sistema que ofrezca al potencial consumidor su historial de producción contrastado: es decir, que la persona antes de realizar su compra podría saber si la extracción de la materia prima de la que está hecho el bien, el acopiamiento, transformación, distribución y venta se ha realizado con criterios de sostenibilidad ambiental y respeto a los derechos humanos. De esta forma se puede utilizar la Trazabilidad como herramienta de cambio. A través de la trazabilidad es posible determinar la calidad de un producto, control total de toda la información acerca de su proceso de producción, pudiendo establecer la mayor eficiencia al momento de su elaboración para optimizar los recursos a todo nivel. Con las características de trazabilidad, transparencia y control que ofrece la tecnología *blockchain*, ya se están cambiando la forma en la que se hacían los seguimientos a las cadenas de suministros. Desde los proveedores, la producción, venta, hasta los consumidores, reguladores e inversionistas. Se espera que las cadenas de bloques inalterables puedan crear registros transparentes de todo el proceso de compra, producción, venta y post-venta. Este tipo de procesos facilitaría el control de las compañías y en el consumidor podría estar más seguro y confiado de que lo que compra es realmente lo que le están diciendo. En el caso de las empresas de servicios bio o sostenibles, la generación y gestión de desechos, el uso de energía y recursos naturales, todo ello podría ser examinado con más precisión y menos riesgo de manipulación.⁷

El objetivo no es dar una detallada explicación de lo que es la tecnología *blockchain* ya que francamente no considero aporte mucho valor. Intentare simplemente, de una forma sencilla, hacer una descripción básica definiéndolo como un sistema que permite garantizar la veracidad de algo, es decir, es un generador de confianza. Es un sistema que permite asegurar que algo es cierto y que no ha sido intencionadamente manipulado y esto es una garantía de valor tanto para el fabricante como para el consumidor final. De allí que el *Blockchain* llevará la gestión de la transparencia a un nuevo nivel. ¿Cómo impactará esto en el mundo empresarial especialmente en el de la moda?

Entre sus beneficios los expertos creen que minimizará los riesgos de fraude ya que permite tener un registro continuo de la procedencia de los activos y un historial de transacciones completo dentro de una única fuente de confianza, lo cual traería aparejado la reducción de costos a partir del ahorro en materia de compliance, y los tiempos y uso de papel gracias a la digitalización. La trazabilidad de los productos en toda la cadena de suministro y el registro de cada transacción realizada desde el origen de la prenda hasta su venta final, suponen para la industria textil una solución redonda al problema de los artículos de imitación.

De allí que el *Blockchain* es una tecnología esencial en la lucha contra la piratería que se estima cuesta a empresas y consumidores alrededor de \$660.000 millones de dólares al año. Muchas de estas falsificaciones son reconocidas como tales por los proveedores y los consumidores, pero sin embargo, un importante volumen son basadas en el engaño, donde

el consumidor cree estar adquiriendo un producto original. Los microchips en la prendas pueden asegurar al consumidor con total certeza si la prenda que están comprando es original o una imitación ya que obtienen información sobre la historia de la prenda. Gracias a la trazabilidad que permite construir un sistema *blockchain* con la simple verificación del número de serie del producto se podrá saber si el mismo es original o no. Esta circunstancia no erradicará la economía alrededor de las falsificaciones, pero sí evitará que aquellos incrédulos que crean estar comprando “gangas” de marcas reconocidas puedan verificar que efectivamente lo son y no por el contrario un simple timo.

Además de evitar el fraude con las nuevas colecciones, la aplicación de *blockchain* al sector del lujo puede ser especialmente interesante a largo plazo. En muchos casos, la moda se revaloriza con el tiempo, las piezas se convierten en verdaderas obras de arte y verificación de la autenticidad de productos vintage puede suponer un antes y un después en este caso. *Blockchain* también implicará la posibilidad de articular proyectos entre diferentes organizaciones en pos de un objetivo común. La utilización de la tecnología *blockchain* permitirá en este caso a cualquiera de los participantes en la cadena de suministro global, ya sean agricultores, mayoristas, minoristas, reguladores o consumidores, acceder de forma autorizada, a información fiable sobre el origen y el estado de los productos. Esto permitirá a los proveedores y a otros miembros del ecosistema utilizar la red *blockchain* para localizar productos contaminados en menos tiempo, así como garantizar una retirada segura de estos en las tiendas y detener la propagación de posibles enfermedades.

Las posibilidades de la tecnología *blockchain* son amplias y variadas. Los expertos auguran que tendrá una gran incidencia en la gestión de las cadenas de valor ya que permitirá detectar fallas en los procesos, productos y servicios; lo que posibilitará eliminar errores y brindar respuestas más rápidas a los problemas.

Y uno de los puntos que más nos interesa aquí es que será de gran utilidad para detectar a los proveedores poco éticos gracias al mapeo de información que presenta esta tecnología. La gestión de los derechos humanos y laborales en la cadena de valor también irán en ese sentido gracias a sus beneficios, de manera que sería posible comprobar si la materia prima procede, por ejemplo, de una red de comercio justo. Por lo tanto, la trazabilidad de *Blockchain* permite garantizar que las prendas que consumimos no se hayan producidos en circunstancias de explotación humana, como el caso del uso de menores o de salarios esclavizantes. Esto provoca un aumento del flujo de financiación para sectores desfavorecidos, al tener la garantía del comportamiento ético en toda la cadena productiva (ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico y ODS 12: Producción y Consumo Responsables). El comercio justo es, por tanto, uno de los beneficiarios de este uso de *Blockchain*.

Y el otro punto de interés aquí, es que el mundo de los negocios también encontrarán en el *blockchain* la posibilidad de trabajar en la minimización del impacto ambiental. Por ejemplo la información brindada permitirá lograr una disminución del consumo de recursos y de la emisión de los gases de efecto invernadero que contribuyen con el cambio climático, permitirá saber si ha cumplido ciclos de reciclaje o reutilización (relacionado con los esfuerzos por impulsar la sostenibilidad). Ya son muchas las organizaciones y gobiernos que están echando mano del *Blockchain* para luchar contra el cambio climático, la contaminación e, incluso, la deforestación. En gran parte de los casos, el *Blockchain* sirve como un organismo de control, es decir, puede fortalecer el monitoreo y la verificación de

los impactos de la acción climática. Sin ir más lejos, puede servir para llevar a cabo un registro de la contaminación, de los pesticidas utilizados, de incentivos para la gestión de los residuos o para realizar un seguimiento de los recursos naturales de cada región. Además, la cadena de bloques ayudaría a generar confianza y reducir intermediarios en temas relacionados con el cuidado ambiental, como la fumigación de cultivos, el destino de desechos contaminantes, el procesamiento de la basura, el reciclaje de diversos materiales, etc. Y no sólo eso. Conocer la calidad del aire de ciertos países o zonas, mejorar la contabilidad de los gases Efecto Invernadero y determinar si los Gobiernos están cumpliendo sus compromisos en materia de reducción de emisiones son algunas de las potencialidades que tiene el *Blockchain* en esta materia.

Finalmente, el *Blockchain* puede usarse para verificar que las prendas tienen sus correspondientes sellos ambientales, los cuales sirven para evaluar al momento de comprar de manera sustentable.

Además han salido algunas aplicaciones para profesionales, como Making de Nike, que provee información sobre el impacto ambiental de los materiales usados en sus diseños y otras para consumidores, como Fair Fashion? o Labels for your planets, que informan sobre marcas y certificaciones, o Wallapop, un gran mercado de segunda mano a un toque. Fair Fashion? es una aplicación dirigida a los compradores que quieren chequear el compromiso con la sostenibilidad y los derechos de los trabajadores de las marcas que consumen. Con esta app, podréis comprobar qué empresas están haciendo algún esfuerzo para mejorar sus procesos de producción en cuanto a comercio justo, sostenibilidad, derechos de los trabajadores y otros parámetros que tienen que ver con una moda más justa. Labels for your planet sigue esta línea y te facilita un consumo más responsable ayudándote a identificar los diferentes tipos de certificaciones. Es una idea de Inèdit (Innovación para la sostenibilidad), Solusoft y Quiero salvar el mundo haciendo marketing, y ofrece varias categorías, entre las que destacan los sellos ambientales, sociales y económicas, y incluye certificaciones de varios sectores.

Hablando de etiquetas o sellos, a nivel internacional, para evitar el greenwashing, entre los más comunes, encontramos las siguientes etiquetas:

Made in Green

En el caso de Made in Green by Oeko-Tex®, sello del Instituto Tecnológico Textil AITEX, certifica “productos de consumo y productos semi-acabados en todos los niveles de la cadena textil que están hechos de materiales libres de sustancias nocivas y que han sido fabricados mediante procesos amigables con el medioambiente y bajo condiciones de trabajo seguras y socialmente responsables.

A diferencia de GOTS, en este caso no se tiene en cuenta el origen de las fibras. Tiene tres pilares que son los siguientes:

- **Producto:** ausencia de sustancias nocivas para la salud en el artículo textil. El producto requiere que tenga el certificado Öko-Tex según el Standard 100.
- **Medio ambiente:** respeto al medio ambiente en los centros de producción en los que el producto ha sido fabricado. El producto debe ser fabricado en centros de producción con

un sistema de gestión ambiental como ISO 14001, Öko-TEX 1000, EMAS o equivalente (certificado de empresa o empresas fabricantes).

- **Criterios sociales:** respeto a los derechos humanos y los derechos universales de los trabajadores según la O.I.T. (Organización Internacional del Trabajo). El producto debe ser fabricado en centros de producción donde esté implantado y auditado externamente por una entidad independiente de reconocido prestigio, un código de conducta y responsabilidad social que recoja como mínimo el Standard definido por AITEX (CCRS-AITEX) basado fundamentalmente en la norma internacional SA8000. Tienen un problema el sello "Made in Green", por ejemplo, exige una remuneración suficiente, pero no establece un mínimo por encima del umbral de la pobreza.

Los estándares OKO_TEX Standard 100 y OKO_TEX 1000 son un distintivo de carácter europeo que garantiza la ausencia de sustancias nocivas (libres de tóxicos y químicos dañinos) en los productos textiles durante todo su proceso de transformación, hasta llegar al consumidor final. Ésta es una certificación independiente, revisada cada año para añadir los descubrimientos científicos más nuevos y con validez global. Ya sean de algodón orgánico, de materiales reciclados o de nuevas tecnologías, el test y certificación de Confidence in Textiles asegura que las prendas no contengan ninguna sustancia perjudicial para la salud.

Estándar textil orgánico global (GOTS por sus siglas en inglés)

Desde su introducción en 2006 en Alemania es un estándar textil orgánico reconocido a escala internacional para asegurar que una prenda es orgánica, desde la recolección de la materia prima hasta el etiquetado final, pasando por una producción responsable con las personas y el medio ambiente y que las prendas han sido elaboradas sin pesticidas y utilizando fibras orgánicas (algodón, lana), que en el proceso y fabricación de las mismas no se han usado tintes u otras sustancias químicas peligrosas y que no se ha creado trabajo infantil.

Textile Exchange (Organic Exchange)

Este sello ha contribuido al crecimiento del mercado del algodón orgánico y entre sus objetivos está el lograr prácticas que sean más sostenibles a lo largo de la cadena de producción y mejorando la vida de los productores de algodón. Desde la certificación explican que ante todo buscan “ayudar al mundo del textil a tomar mejores decisiones no solo para reducir el impacto medioambiental sino también para contribuir a un cambio positivo en el futuro.”



USDA Organic

Es una Certificación Orgánica según las Normas del Programa Nacional Orgánico del (Departamento de agricultura de los Estados Unidos- USDA). Esta certificación se aplica a todas las etapas de la producción, procesamiento, distribución, control y etiquetado de los productos procedentes de la agricultura a ser comercializados como orgánicos, para consumo humano y animal, menos acuicultura. Además se aplica a los productos como cosméticos y textiles.

Vegan

Certificación dada por Vegan Society, es una organización educativa que pretende promover el estilo de vida vegano, cerciorando a través de su certificación que los productos no contengan ningún ingrediente de origen animal.

Estándar Organic Content Standard – OCS / Textile enchange (EEUU)

Esta certificación permite la comercialización de sus productos textiles a base de fibras ecológicas en todo el mundo.

NATURTEXTIL IVN certified BEST (Alemania)

Es un estándar del IVN (International Association of Natural Textile Industry). Cubre todos los aspectos de la producción textil en cuanto al cumplimiento de criterios ecológicos y también aspectos sociales. Se considera la norma más estricta que existe actualmente para la certificación textil ecológica pues exige que el 100% de las fibras utilizadas sean ecológicas certificadas y también es más restrictiva que ninguna otra en cuanto a las sustancias para la fabricación que se prohíben o restringen.

Couture Democracy

Es un sello que reúne marcas de moda de autor para hacerlas reconocidas por su impacto social positivo en las personas, el medioambiente y la economía.

Soil Association Organic

Pertenece a la Soil Association Land Trust, que se encarga de desarrollar y certificar alternativas orgánicas tanto en la prendas como en la comida, productos de belleza y salud, tierras y granjas. Conscientes de los beneficios de una prenda orgánica, se aseguran de que las fibras lo sean al 100%, y de que se cumplan criterios sociales y medioambientales estrictos.



Blue Sign

Garantiza “una producción textil sostenible eliminando sustancias nocivas desde el inicio del proceso de producción y establece controles para una producción que respete el medio ambiente y la seguridad laboral” explican desde la certificación.

Carbon Trust

Es una entidad cuya misión es promover el desarrollo sostenible y la economía verde, baja de carbono. Son expertos en la reducción de carbono y en la eficiencia de recursos, por lo que trabajan en muchos sectores; desde ahorro energético de empresas y oficinas hasta la correcta clasificación de prendas y tejidos sostenibles que han sido confeccionados sin dañar al medio ambiente.

Fair Wear Foundation

Esta organización trabaja con varias compañías para asegurar las condiciones dignas de los trabajadores de la industria de la moda. Sigue los estándares básicos de libertad de empleo, libertad de asociación, derecho a la negociación colectiva, salarios dignos, condiciones laborales seguras... entre otras, y se asegura de que no hay discriminación laboral, explotación, o trabajo infantil. Representa a más de 120 marcas de prendas, y actúa en países de Euprendas, África y Asia.

Child Labor Free

Este sello, bastante nuevo, lucha contra la explotación infantil en la industria de la moda. Todos los niños tienen derecho a vivir su infancia, pero desgraciadamente no es así para millones de jóvenes, que se ven obligados a trabajar, muchas veces sin seguridad, casi siempre excesivamente. Apostando por la transparencia, esta entidad trabaja con varias marcas y compañías que pueden asegurar y acreditar sus servicios y productos como libres de explotación infantil.

Allergy-Friendly Quality Tested (ECARF)

Este es un sello que asegura que distintos productos, y en especial textiles, estén libres de sustancias tóxicas que normalmente causan alergia y reacciones cutáneas en las personas. Esto se corresponde, pues, con materiales de calidad con un impacto medioambiental mucho menor.



Fair Trade

Son productos comercializados según los estándares internacionales de Comercio Justo. La certificación la otorga la Fair Trade Labelling Organizations (FLO).

Grüner Knopf (Botón verde)

El gobierno alemán, presenta su proyecto estrella: un "Botón Verde" que hará las veces de etiqueta ecológica y social para todos aquellos fabricantes textiles que deseen incluirla. Se trata de un reconocimiento a las prendas fabricadas respetando determinados criterios medioambientales y cumpliendo algunos estándares laborales. El objetivo último es que los consumidores preocupados por la huella ecológica o económica de sus compras puedan identificar rápidamente las camisas o los pantalones fabricados de forma ética. El "Botón Verde" del gobierno alemán aúna casi una treintena de etiquetas, con objeto de simplificar los certificados y ofrecer una información más concisa al comprador. Así, los productos que aspiren a obtener el "Botón Verde" se deberán haber producido sin determinados componentes químicos muy contaminantes, cumpliendo un límite de emisiones CO₂, protegiendo los derechos humanos de sus empleados, asegurando un salario "justo" a sus trabajadores o haber limitado su consumo de agua (la industria de la moda es la segunda más contaminante del planeta y su desperdicio de agua es proverbial). Comprar una prenda etiquetada como "verde" asegura que se cumplen condiciones aceptables durante su proceso de fabricación y transporte. el sello es voluntario.

Cisne Nórdico o Blanco (o Nordic Ecolabel)

Eco etiqueta de Dinamarca, Finlandia, Suecia, Noruega e Islandia desde 1988. Este sello auto declarativo no exige material reciclado, pero sí que al menos el 20% de la fibra virgen sea de plantaciones certificadas. No permite el uso de cloro ni de otros químicos. Limita las emisiones, así como el consumo de agua y energía. Existen aproximadamente 1500 certificados en 50 categorías. Ej. Para certificar el papel higiénico sustentable.

Eco etiqueta europea (o Ecolabel)

Sello lanzado por la Unión Europea en 1992 para todo tipo de productos y servicios (excepto alimentos) y se basan en los efectos ambientales de un producto durante su ciclo de vida). El logo de la flor no obliga a contener papel reciclado, pero sí que al menos un 10% de la fibra sea de plantaciones certificadas. No deja utilizar cloro. Aunque limita las emisiones, no lo hace con el consumo de energía o agua. Existen aproximadamente 250 productos certificados en 15 categorías.



Empresa B

Ser Empresa B significa demostrar que es posible perseguir el triple impacto (económico, social y ambiental) de manera simultánea, con un compromiso de mejora permanente, legal y a largo plazo. Las Empresas B son parte de un movimiento global que está presente en todo el mundo.

En Argentina, también existen varias etiquetas, como las que se mencionan a continuación:

Compromiso Social Compartido (CSC)

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) está llevando a cabo un programa para empresas de indumentaria denominado “Programa de Certificación INTI Compromiso Social Compartido”, cuyo objetivo es promover y certificar, de manera independiente, el cumplimiento de ciertos requisitos que demuestren que las actividades que se desarrollan en este ámbito se realizan bajo condiciones humanas, éticas y legales, contribuyendo así con sus recursos humanos y tecnológicos a la consolidación de un modelo de producción y consumo sustentable, en términos sociales, económicos y ambientales.

El INTI cree imprescindible añadir a los tradicionales conceptos de gestión de la calidad, los nuevos modelos de responsabilidad social, ya que no podría concebirse la “calidad” de un producto fabricado bajo condiciones laborales injustas. Esta certificación tiene también otro aspecto novedoso, el término compartido “hace referencia a las responsabilidades no solo del productor y del Instituto, sino también de los consumidores, actores de la sociedad civil y gubernamentales que deben acompañar el esfuerzo”. El programa inició sus actividades en octubre de 2006. El CSC resulta una herramienta fundamental para la diferenciación de aquellas empresas-marcas y talleres que están hoy realizando sus actividades en el marco de la Ley. También permite darle visibilidad a la cadena de valor del producto frente al consumidor, ya que prevé la utilización de un sello identificatorio para quienes estén en el proceso o ya lo hayan concluido. Este es un ejemplo de cómo, desde un organismo público de generación y transferencia de tecnología, sin facultades normativas ni poder de policía, un equipo multidisciplinario de profesionales y técnicos de diversas áreas aportan a la superación de conflicto de un sector particular de la industria. La Trabajabilidad social de la cadena de indumentaria es el núcleo del CSC. Los licitantes en licitaciones públicas deben cumplir con cuatro requisitos mínimos en toda la cadena: Trabajo registrado, Ausencia de trabajo infantil/ forzado y adecuadas condiciones de seguridad e higiene. En este sentido, el Programa del INTI procuró generar desde el propio Estado un



Vestir ConCiencia



mercado "ético" y socialmente responsable, introduciendo una norma de "discriminación positiva" a favor de las empresas comprometidas con la ley y el bienestar social y ambiental de trabajadores, vecinos y consumidores, protegiendo a las mismas de la competencia desleal y antisocial (local o importada). Las empresas que obtuvieron la constancia de adhesión al programa INTI-CSC tomaron con beneplácito que se valore a las firmas que trabajan legalmente. Por ejemplo, el Ministerio de Defensa de la República Argentina emitió la Resolución N° 896/2007, en la cual se dispone que se incorpore en los pliego de bases y condiciones particulares de las licitaciones que se realicen en el Ministerio de Defensa, el Estado Mayor Conjunto de las Fuerzas Armadas, el Estado Mayor General del Ejército, el Estado Mayor General de la Armada y el Estado Mayor General de la Fuerza Aérea, para la provisión de indumentaria, la siguiente cláusula: "Será requisito imprescindible para acceder a la presente Licitación que el postulante se obligue a proveer prendas confeccionadas en empresas adheridas al Programa de Certificación INTI de Compromiso Social Compartido para empresas de Indumentaria." De esta forma, desde el Ministerio se promueve que las empresas textiles que sean proveedoras del mismo, cumplan con el Programa de Certificación del INTI. En el 2012 la empresa ONMBU se convirtió en la primera empresa en cumplir esta certificación. Actualmente ya son 41 empresas proveedoras del Ministerio -que operan con una red de 60 talleres- que fueron habilitadas como proveedoras, previa evaluación y adecuación a los requisitos de ingreso al Programa. Un convenio similar ya fue suscripto por la Dirección de Escuelas bonaerenses, y a nivel nacional las carteras de Justicia e Interior estarían por asumir el compromiso de condicionar sus compras a la presentación del certificado CSC o, al menos, de la adhesión al programa.

Encope formalizó la adhesión al Programa de Compromiso Social Compartido de los talleres de producción textil y de calzado, que se encuentran en el Complejo carcelario II de Ezeiza. Esta adhesión al Programa permite al Encope presentarse a licitaciones para proveer al Estado en el marco de compras inteligentes y sustentables entre organismos públicos, y tiene una duración de 6 meses que puede actualizarse y ampliarse en alcance y lugares físicos.

Vestir ConCiencia

Es otra herramienta que surge del Programa INTI de Compromiso Social Compartido que busca comprometer a los diferentes actores de la cadena, protegiendo a los más débiles (trabajadores) transparentando los costos y demostrando que gran parte de la informalidad nace a partir del pago y valoración del proceso de confección". Sigue sosteniendo que la idea surgió a partir de las dificultades en implementar la ley 12.713 (ley de trabajo a domicilio), que es aprovechada por los eslabones más fuerte de la cadena que buscan tercerizar sus procesos sin estar dispuestos a pagar el valor que esa decisión representa". "Vestir con Ciencia es un portal donde ofrece información y herramientas que tienen por objetivo ayudar a los talleres a mejorar la calidad del trabajo y a las empresas a optimizar su vínculo con los talleres. El portal surgió a raíz de detectar la necesidad de conocer los costos que se deben cubrir para trabajar formalmente en toda la cadena".

Orgánico Argentina

La Producción Orgánica, Ecológica o Biológica, regulada por la Ley 25.127 del año 1999, constituye una excelente estrategia de diferenciación y agregado de valor que el Ministerio

de Agricultura, Ganadería y Pesca promueve fuertemente a través de la Dirección Nacional de Procesos y Tecnologías, debido a que este sistema productivo y su mercado nacional y mundial representa una oportunidad valiosa para nuestro país dadas sus óptimas condiciones agroecológicas, variedad de climas y fertilidad natural de sus suelos.

El principal objetivo de la producción orgánica es obtener productos que se diferencian de los convencionales por su modo de producción y elaboración, otorgando siempre prioridad a la protección del medio ambiente mediante el uso de procedimientos y tecnologías no contaminantes, la optimización del uso de la energía y los recursos naturales (suelo, agua y aire), prescindiendo de aplicar productos de síntesis química (fertilizantes, herbicidas, plaguicidas, saborizantes, conservantes y colorantes artificiales, etc.) y sin utilizar organismos genéticamente modificados (OGM).

De esta forma, por medio de la Resolución N° 1291/2012, fue creado el isologotipo Orgánico Argentina que identifica los productos orgánicos producidos en el territorio nacional que cumplan con lo establecido en la ya mencionada Ley 25.127. Se consolida así una imagen-país, que asocia a la Argentina como nación comprometida con el desarrollo de sistemas productivos sustentables, seguros y de reconocimiento internacional.

Conclusión

La moda es la segunda industria más contaminante del mundo, después del petróleo, ya que utilizan pocos materiales locales, tinturas dañinas y mucha agua, paga sueldos precarios, con horarios muy extensos en espacios inhumanos entre otros problemas.

Ante esto, hoy los consumidores empiezan a exigirles a las marcas de moda más información sobre la sostenibilidad de sus prendas. Y si algo tienen estas grandes multinacionales son recursos para cambiar, pero también para invertir en publicidad para parecer algo que no son (greenwashig). Fenómeno del cual Argentina no escapa.

Entonces... ¿cómo hacemos para saber si la empresa de moda solo hace publicidad engañosa?

Por un lado, gracias a la tecnología *blockchain* podemos conocer la historia de cada prenda, desde su origen (diseño), al detalle de procedencia de los materiales, dónde ha sido producida o cómo se ha transformado, en otras palabras su trazabilidad. Esta circunstancia permite generar confianza en todos los eslabones de la cadena del sistema moda.

En el caso de la moda, proteger a las marcas contra la imitación y evitar que las prendas falsificadas inunden el mercado, salvaguardar la imagen de las firmas o garantizar al cliente que realmente está comprando el artículo por el que está pagando, son solo algunas de las ventajas que, a día de hoy, *blockchain* puede ofrecer a las empresas del sector.

Además en el sector textil encontramos muchos sellos que existen para calificar a una prenda de ética, orgánica o sostenible, y todo parece indicar que cada vez aparecerán más, como en el caso de nuestro país.

Por lo cual si queremos que la moda sea una industria responsable, primero nosotros como consumidores seamos responsables al momento de elegir que prenda comprar.

Notas

1. La reducción del Mar Aral al 10 % de su volumen producto de la mala práctica de irrigación para el cultivo de algodón. La contaminación de los océanos por nuestra sobre dependencia del plástico. La contaminación de los ríos en China. ‘Muchos de los países desarrollados envían su producción a Asia para bajar costos, por lo que muchos de los desastres están concentrados en la región. Podemos saber cuál será el color de la temporada observando el color de los ríos.’ También en China, la superpoblación de cabras para cashmere provocó uno de los mayores desastres ecológicos según Naciones Unidas: el exceso de pastoreo hizo de la llanura un desierto.
2. Para producir un kilo de algodón se necesitan 10.000 litros de agua, confeccionar unos jeans requiere unos 7500 litros de agua, el equivalente a la cantidad de ese líquido vital que bebe una persona promedio en siete años. Los datos de la UNCTAD indican que el rubro del vestido utiliza cada año 93.000 millones de metros cúbicos de agua, un volumen suficiente para satisfacer las necesidades de cinco millones de personas. La industria de la moda es responsable del 20% del desperdicio total de agua a nivel global.
3. Los datos de la UNCTAD indican que en el rubro del vestido cada año se tiran al mar medio millón de toneladas de microfibras, lo que equivale a 3 millones de barriles de petróleo. Además, la industria de la moda produce más emisiones de carbono que todos los vuelos y envíos marítimos internacionales juntos, con las consecuencias que ello tiene en el cambio climático y el calentamiento global.
4. Según la Agencia de Medio Ambiente de la ONU, la producción y distribución mundial de prendas y calzado genera el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero. Como consecuencia de la deslocalización, la prenda tiene que recorrer miles de kilómetros antes de llegar a nuestra tiendas.
5. En 2013, la tragedia de Bangladesh mostró en todos los televisores la realidad de las etiquetas “Made in Bangladesh” y los talleres textiles de la miseria: condiciones de trabajo precarias y sueldos infames colapso de varias fábricas textiles situadas en un edificio de Savar, un distrito de Daca, capital de Bangladesh, llamado Rana Plaza. Allí trabajaban unas 3.000 personas, al menos 1.127 de ellas murieron y más de 2.000 resultaron heridas. Éste trágico y evitable accidente puso en evidencia un problema, del que todavía hoy, no somos muy conscientes cuando compramos prendas.
6. Cada segundo se entierra o quema una cantidad de textiles equivalente a un camión de basura.
7. Aliciardi, María Belén. *Compras Sostenibles, Cadena De Valor, Valor Compartido, Trazabilidad y Blockchain*. Revista Gerencia Ambiental N° 263. Diciembre 2019.

Referencias Bibliográficas

Aliciardi, María Belén. *Compras Sostenibles, Cadena De Valor, Valor Compartido, Trazabilidad y Blockchain*. Revista Gerencia Ambiental N° 263. Diciembre 2019.

Conferencia de la ONU sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés) del 2019.

Panel de Alto Nivel de las Naciones Unidas. “La moda y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: ¿qué función tiene la ONU?” del 16 de abril de 2018.

Quantis y la Fundación Climate Works, Informe: “Midiendo la Moda”.

Abstract: Fashion is the second most polluting industry in the world, after oil, since they use few local materials, harmful tinctures and a lot of water, pay precarious salaries, with very long hours in inhuman spaces among other problems. Given this, today consumers begin to demand brands more information about the sustainability of their production. And if these big multinationals have something they are resources to change, but also to invest in advertising to look like something they are not (greenwashig). Argentina does not escape this form of advertising.

How do we know if the fashion company only publishes misleading?

Thanks to blockchain we can know the history of each garment, from its origin, to the details of the origin of the materials, where it has been produced or how it has been transformed -traceability. This circumstance allows us to build trust in all links in the fashion system chain. Which materializes through applications and labels.

Key Words: Fashion - Greenwashing - blockchain - Labels - traceability.

Resumo: A moda é a segunda indústria mais poluidora do mundo, depois do petróleo, pois utiliza poucos materiais locais, tinturas nocivas e muita água, paga salários precários, com horários muito amplos em espaços desumanos, entre outros problemas. Diante disso, hoje os consumidores começam a exigir mais informações das marcas sobre a sustentabilidade de sua produção. E se essas grandes multinacionais têm algo, são recursos para mudar, mas também investir em publicidade para parecer algo que não é (greenwashig). A Argentina não escapa dessa forma de publicidade

¿Como sabemos se a empresa de moda apenas publica enganosa?

Graças à blockchain, podemos conhecer a história de cada peça, desde sua origem até os detalhes da origem dos materiais, onde foram produzidos ou como foram transformados -rastreadibilidade. Essa circunstância nos permite construir confiança em todos os elos da cadeia do sistema de moda. Que se materializa através de aplicativos e etiquetas.

Palavras-chave: Moda - lavagem verde - blockchain - tags - rastreadibilidade.

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