

La ropa que cambiará el mundo

Hay prisas por poner freno al despilfarro de la industria de la moda rápida sobre la que la Unión Europea ha puesto los ojos. Se impone un modelo sostenible y circular que reduzca el consumo voraz que ahoga con residuos a los países del sur. Arrojamus luz con este estudio.

—Natalia Bajo.

Una enorme montaña de ropa usada cubre la fachada de la Sagrada Familia de Barcelona. En Nueva York, más ropa cae del cielo e inunda las calles de Times Square: prendas de moda rápida desechadas por millones de personas que se cansaron de ellas. Son imágenes creadas con Inteligencia Artificial, con las que la plataforma de segunda mano de lujo, Vestiaire Collective, anunciaba la purga de más de 100.000 prendas de moda rápida que ya nadie podrá comprar ni vender en su web y que han sido eliminadas apelando a la coherencia. “Si no creemos en este modelo y si seguimos vendiéndolo, no somos fieles a nuestros valores”, declaró Dounia Wone, directora de impacto de la marca. Sea por coherencia o por incrementar el negocio, (la reventa de marcas de lujo aporta mayor beneficio) estas imágenes nos enfrentan a una realidad que nada tiene de artificial en otras regiones del planeta mucho menos favorecidas. Volúmenes inmensos de *obroni wawu* o “ropa de hombre blanco muerto”, se acumulan en Ghana. El país africano recibe unos 15 millones de prendas usadas a la semana, lo que le convierte en el mayor importador del mundo y es el sustento de unas 30.000 personas que trabajan en el mercado de Kantamanto, en la capital, Accra. Miles de puestos con prendas que llegan de Reino Unido, Estados Unidos o China, de marcas que todos conocemos. Estos

pequeños comerciantes compran fardos en los que siempre hay prendas manchadas, rotas e inservibles. Se calcula que un 40 por ciento de la ropa que les mandamos no es vendible y mucha acaba en los vertederos que rodean la capital, como el de la ciudad de Old Fadama. Allí, Janis de la Serna, enviado especial de La Sexta, escala una enorme montaña de basura textil en un reportaje grabado en esta devastada ciudad en la que viven 80.000 personas. Le acompaña un voluntario de Or Foundation, organización que lucha por recuperar los territorios saturados de desechos, que mira a su alrededor y se viene abajo: “¿Cómo se puede ser niño aquí? Reflexionen y preocupense por saber dónde acaban sus prendas. Quedaos vuestra basura. África no necesita vuestra ropa”.

La fundación Or se enfrenta a esas toneladas de ropa usada que han convertido a Ghana en el vertedero textil del mundo. Ante la urgencia de la situación solicitó un Fondo de Responsabilidad Ampliada (RAP) a los productores de estas prendas. Sólo Shein atendió a la llamada donando 20 millones de dólares para financiar el trabajo manual que supone sacar ropa de debajo de la arena mojada. Criticada por unos como pura acción de márketing para acallar las acusaciones a su sistema desenfrenado de producción de ropa barata, para otros es un acto de reconocimiento del daño ambiental que provoca el gigante chino de la *ultra fast fashion*.

Una serie de imágenes creadas con IA simulan diferentes capitales del mundo inundadas de ropa usada. Así es la campaña con la que Vestiaire Collective denuncia el sobreconsumo de moda y anuncia la retirada de su plataforma de prendas de moda rápida.



El largo viaje de una camiseta, del armario a un vertedero textil en otro continente

Lejos de África, si se sobrevuela el desierto chileno de Atacama, se distingue una inmensa mancha multicolor que perturba el árido y monótono paisaje. La imagen dio la vuelta al mundo hace dos años, cuando la actriz y activista Emma Watson denunció a la *fast fashion* de ser la causante de este cementerio de ropa usada que, además, sufría incendios que ponían en peligro a las poblaciones cercanas. Los basureros descontrolados están en el centro de la polémica, y aunque la industria de la moda es el segundo sector que más contamina en toda su cadena de producción, es el residuo final el que ha hecho saltar todas las alarmas. Según cifras del último informe Pulse of the Fashion Industry elaborado por la Global Fashion Agenda, 92 millones de toneladas textiles por año acaban abarrotando vertederos por todo el planeta y, según datos de la Fundación Ellen MacArthur¹, el 73% de la ropa en todo el mundo acaba en la basura.

La ruta de todas estas prendas usadas tiene como punto de partida la buena intención de ciudadanos convencidos

vales y los canjean. Es una forma de desestigmatizar el hecho de vestir con ropa donada².

En este curso de verano de la Complutense en el que participó Albert Alberich, junto a responsables de Decathlon, Tendam, Jenealogía y Mango, se hace referencia a 2030. Es la fecha límite que ha puesto la Unión Europea para que la moda sea circular. El 30 de marzo de 2022, la Comisión Europea publicó la Estrategia de la UE para Textiles Sostenibles y Circulares, que apuesta por la durabilidad de las prendas, la reparación, la segunda mano y el reciclaje. El Reglamento de Diseño Ecológico (ESPR) hará frente a la moda rápida para estimular la innovación en el sector y acabar con el *greenwashing*, lo que supone un paso de gigante, dice Paloma García Gómez, fundadora de The Circular Project y directora de la Circular Sustainable Fashion Week Madrid. “Aunque el hecho de que sea obligatorio me hace ser optimista, echo de menos más leyes que impulsen y favorezcan la relocalización y el empleo local. Esto marcará la diferencia hacia esa descarbonización que se persigue. Tampoco creo que veamos un retroceso de la *fast fashion* en los próximos años, es más, se calcula que triplicará sus be-

Según cifras del último informe Pulse of the Fashion Industry elaborado por la Global Fashion Agenda,

92 millones de toneladas textiles por año acaban abarrotando vertederos por todo el planeta. Los datos de la Fundación Ellen MacArthur¹ dicen que el 73 % de la ropa en todo el mundo acaba en la basura

de que alguien aprovechará lo que ya no quieren. Esa camiseta pasada de moda que se tira al contenedor forma parte de los 2,2 kilos de ropa por habitante al año que se recoge en España. Esto lo cuenta Albert Alberich, director de Moda Re que participó en el Curso de Verano de la Universidad Complutense “Moda sostenible en España: un reto a 2030”, patrocinado por Mango. Albert explica que los contenedores de Cáritas recogen unos 48 millones de kilos de ropa al año. “De allí viajan a las plantas de preparación para reutilización. Una vez clasificadas las prendas, se reutiliza un 55 por ciento, el 35% se recicla y el 8% se rechaza, aproximadamente”. De todas las prendas reutilizables entre un 10 y un 16 por ciento se comercializa en las 130 tiendas de Moda Re por toda España. El resto se va a África”. Y es aquí donde comienza el viaje de esa desfasada camiseta con destino a un mercadillo o a un vertedero africano. “Nos quedamos con la *creme*, aquello que por tendencia y moda tiene potencial para ser utilizado en España. El resto se manda a África y, sí, a partir de ahí se pierde la trazabilidad”. Entre la ropa que se queda, se recicla un alto porcentaje. Y es que España es líder en

neficios si no se les ponen barreras drásticas, y el *greenwashing* continuará maquillado de mil maneras”.

“La *fast fashion* ya no está de moda” Ursula von der Leyen

Muchas marcas ya han recogido el guante antes de que las medidas sean de obligado cumplimiento. El 5 de julio de este año la Comisión Europea introdujo el concepto Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP) para responsabilizar a los fabricantes de moda del destino final de sus prendas, como ya se hace con las pilas y el vidrio. Siete grandes marcas –Decathlon, H&M, Ikea, Inditex, Kiabi, Mango y Tendam– han creado ya la Asociación para la Gestión del Residuo Textil, una entidad que en 2025 deberá gestionar sus residuos, bajo el principio de que quien contamina, paga. Además de impulsar plantas de clasificación, Inditex o Mango lanzarán sus plataformas de segunda mano para hacer recircular su propio producto. Esta fórmula la veremos también en otras marcas como Ecoalf. La firma de moda sostenible liderada por Javier



MARIANA Y CARLOTA
GRAMUNT, DE T-NEUTRAL

Demasiada ropa en los armarios

“Lo primero que hicimos fue montar una marca de moda sostenible. Aprendimos los procesos y nos dimos cuenta de que el residuo está en el centro de la moda, así que creamos T- Neutral y lo llevamos al Green Accelerator del Foro Económico de Davos. Ofrecemos a las marcas un servicio que mide su huella textil para que mejoren la trazabilidad y la durabilidad de sus prendas”. La Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP) les parece insuficiente y es que la deuda con el sur del planeta es enorme.

“La RAP supone una tasa equivalente al producto puesto en el mercado y con ella se financia la gestión de ese textil cuando llegue su final de vida. Pero se va a seguir mandando ropa usada fuera de Europa y ya conocemos el desastre medioambiental que provoca. Siempre va a haber familias que sólo puedan comprar en cadenas de moda barata, pero ese no es el perfil que alimenta la maquinaria. Lo que es insostenible es la compra compulsiva asociada al ocio o a la recompensa. Ofrecemos a las marcas comprar bonos textiles a los proyectos que están limpiando los vertederos. Es como plantar árboles para compensar la huella de carbono, pero enfocado 100% a financiar la creación de ecosistemas circulares en los lugares más afectados por la crisis del residuo textil. Con varias de las *fast fashion* tenemos canales abiertos y sus equipos de sostenibilidad están comprometidos y muy bien formados. Cada cambio que implementan es un impacto enorme, pero el consumidor sigue siendo un motor de cambio. Comprar menos *fast fashion* y apostar por marcas responsables es vital”

seguramente acaben en un vertedero”. Tampoco confía en que el pasaporte digital, que incluirá la trazabilidad de cada prenda puesta a la venta, sirva para algo. “No creo que los compradores se detengan a leer toda esa información en un soporte digital, interrumpiendo la experiencia de compra. Pienso que la etiqueta física sigue siendo el método más útil y práctico para diferenciar una prenda de algodón sin más de otra de algodón orgánico”. El pasaporte digital deberá incluir toda la información sobre la procedencia y el proceso de producción de cada una de las prendas que operen en Europa. Se pretende acabar con información ininteligible, logotipos variados y certificados crípticos que, como dice la periodista de moda Amy Odell, convierten la búsqueda de una prenda *eco* en algo tan poco apetecible como llamar a atención al cliente de una operadora: “Las explicaciones son exasperantes y detalladas, pastiches de jerga incomprensible, pronombres registrados y afirmaciones vagas... pero que suenan bien”. Según Gema Gómez, Directora Ejecutiva y Fundadora de Slow Fashion Next, “aunque no sabemos cómo se va a implementar el pasaporte digital (DPP), creo que recolectar esta información a lo largo de toda la cadena de valor para ayudar a tomar decisiones más acertadas, es el camino. Pero no servirá de nada si se sigue fomentando el consumo masivo. Se prevé que en 2030 el consumo de materiales llegue a unos 150 millones de toneladas. Los armarios seguirán llenos de ropa que no usamos y que irán al vertedero. Definitivamente hay que cambiar el sistema”. Para la moda del lujo este pasaporte digital es una ventaja añadida: servirá para certificar la autenticidad de sus productos y luchar contra las falsificaciones que suponen miles de millones de pérdidas y una estafa al consumidor. Se calcula que el 20 por ciento de los artículos de lujo de venta *online* son falsos. La marca italiana Tod's ha sido la primera en incorporar un pasaporte digital en el bolso *Di Bag*, generado mediante la tecnología de Aura Blockchain Consortium, una asociación sin ánimo de lucro creada en 2021 por LVMH, Mercedes-Benz, el Grupo Prada y Cartier. Un microchip tras el logo del *Di Bag* se activa al acercar el móvil, accediendo a un NFT con información sobre la producción, la artesanía, el origen y las certificaciones de sostenibilidad de sus materias primas. También incluirá su propiedad, añadiendo a nuevos futuros propietarios si el bolso cambia de manos, en una cadena de información inalterable y protegida.

lenciana, celebrado en Valencia en noviembre. La modelo alude a aquellos tiempos no muy lejanos, cuando el término sostenibilidad era un fastidio para marcas y *fashion victims*. Hoy en día la moda sostenible no solo es necesaria, sino que también es rentable. El sector del reciclaje está creciendo y es una oportunidad para un país como España posicionarse de nuevo con su industria textil y de diseño. Lo cierto es que la moda será sostenible o no será, aunque para Gema Gómez, de Slow Fashion Next es importante no confundir los términos. “Utilizamos moda sostenible, “moda circular”, “moda ética o justa”, “moda responsable” como si fueran sinónimos, pero son cosas diferentes y complementarias. Si hablamos de moda circular estamos haciendo referencia a la economía circular. Si hablamos de moda justa, uno de los principios clave es la justicia climática. Si hablamos de moda sostenible nos estamos refiriendo al triple balance de la sostenibilidad: social, medioambiental y económica”. Lo cierto es que ya no se podrán utilizar estos términos a la ligera, sino con apego a las normas en un nuevo marco legal que todos los agentes de la moda reciben con los brazos abiertos. Dana Thomas, periodista y autora del libro más serio y

completo sobre moda sostenible, *Fashionpolis* apunta: “Las prácticas de los consumidores y marcas han mejorado desde que se publicó el libro en 2019. Principalmente porque somos más conscientes y hay más legislación. Por ejemplo, el negocio de alquilar y reventa ha crecido enormemente. Pero también en ese tiempo, llegaron BooHoo y Shein ¡y están arrasando! Así que hay mucho más por hacer. Se espera que la moda rápida siga creciendo exponencialmente. Nunca abordaremos verdaderamente el desperdicio en la moda si

La opulencia y el exceso ya no se ven
con buenos ojos y las alfombras rojas
son buena muestra de ello:

vestidos rescatados de antiguas colecciones

prendas de marcas sostenibles,

outfits más discretos...

En nuestro país la Reina Letizia ejerce
de influyente a la hora de promover
un consumo responsable

apareciendo con looks que ya ha lucido

en varias ocasiones.

rehúye contestar preguntas incómodas. ¿La industria debería producir menos o ganar menos para que la moda sostenible sea una realidad al alcance de todos? “Si se superaran los beneficios que genera la venta de ropa... ¡Es impresionante! Hay que cambiar el modelo de negocio, pero no se trata de ganar menos, se trata de que ahora mismo se gana demasiado.”

Hongos, ortigas, piel de naranja... el origen de las telas del futuro

El esponjoso algodón orgánico es uno de los materiales más apreciados, pero el futuro estará confeccionado con tejidos procedentes de desechos naturales o elaborados en laboratorios. Cáscaras de piña, piel de naranja, setas o incluso ortigas son los materiales con los que trabaja la empresa española Pyratex, liderada por Regina Polanco, una treintañera empeñada en transformar la industria y que ya cuenta con 60 tejidos alternativos. Alber Elbaz los utilizó para su colección de AZ Factory antes de fallecer y Asics, Alaïa, Mara Hoffman o Ganni también las emplean, aunque el 50 por ciento de sus clientes son marcas emergentes. “El gran reto de las telas *plant-based* es la durabilidad. Nuestros tejidos son versátiles, suaves al tacto, responden bien al diseño y, sobre todo, nos cuidan. Los tejidos son una segunda piel y pueden hacer mucho por nuestra salud y bienestar”. Se lamenta de que, a pesar de trabajar con tintes naturales, para producir de manera industrial deben utilizar tintes reactivos que duran más. “El consumidor no está aún preparado para que su camiseta pierda el color con el tiempo, como un proceso natural de la vida de la prenda”.

La apuesta por tejidos alternativos a los de origen animal, como cuero o seda, ha sido uno de los pilares de las colecciones de Stella McCartney. Una joven Stella llegó a Chloé marcando sus líneas rojas: no habría piezas de origen animal en sus colecciones “Lo tomáis o lo dejáis”. Una vez creada su marca y va dentro del grupo Kering, consiguió que todas las fir-

2019. Para su colección de otoño invierno 23-24 ha utilizado materiales casi en su totalidad ecológicos y ha reforzado esta filosofía con tres bolsos creados a partir de tejidos de última generación que nadie diría que no son cuero: uno de Mirum, hecho de material vegetal y libre de plástico; otro de efecto piel de cocodrilo fabricado con residuos de manzana y el primer bolso hecho a partir del hongo Mylo. Para Dana Thomas, Stella representa la excelencia de la moda responsable, “principalmente porque es su ética personal, así fue como la criaron. Ella no está tratando de cambiar o adaptar un negocio existente a prácti-

cas más sostenibles. Pero no es la única, hay otras marcas como Patagonia o Maria Cornejo, que lo hacen muy bien. Una excelente manera de juzgar si la marca es verdaderamente sostenible es ver si ha calificado como B Corp. Si es así, puedes comprar con confianza.” Las marcas certificadas con B Corp deben cumplir con estrictos estándares de desempeño social y ambiental, transparencia y responsabilidad y entre su top 5% está Ecoalf, que puso en el mercado las primeras prendas realizadas a partir de botellas de plástico y redes de pesca. Ahora apuestan por el “fibre to fibre”, reciclando prendas de poliéster, algodón y nylon. “Así conseguimos prendas monofilamento que vuelven a ser reciclables 100 por 100 y que no se convertirán en residuo”, declara Javier Goyeneche. “Ecoalf no contamina, pero vamos a dar un paso más y generar un impacto positivo utilizando algodón y lana regenerativa procedente de zonas deprimidas. La idea es darles más de lo que se extrae”.

Oiremos hablar mucho de la agricultura regenerativa, una práctica que contraresta los efectos del cambio climático recuperando suelos degradados con cultivos alternos fertilizados de manera natural. Además, pretende que las comunidades locales se beneficien de esta actividad reavivando su economía. Mango acaba de anunciar el lanzamiento de

prendas de algodón procedente de esta agricultura regenerativa para el próximo año. Andrés Fernández, direc-

STELLA McCARTNEY Ni pieles, ni plumas, ni cuero

“Llevo tiempo soñando el día en que haya una alternativa vegetal al cuero que no mate ni a una sola criatura y pueda devolverse fácilmente a la Madre Tierra, sin generar residuos. El futuro de la moda ha llegado.”



En la imagen bolso Frayme fabricado en MIRUM®

FOTO: STELLA McCARTNEY

“Siempre va a haber familias que solo puedan acceder a comprar en cadenas de ropa barata, pero este no es el perfil que alimenta la maquinaria de la *fast fashion*

Son las compras asociadas al ocio y a la recompensa las que están provocando un impacto insostenible al planeta”

(Mariana Gramunt de T- Neutral)

En Inditex auguran que en un futuro el 25% de su producción se confeccionará con materiales que a día de hoy no existen a escala industrial y por ello dedican inversión a su desarrollo. Al poco de llegar Marta Ortega a la presidencia de la compañía se anunció su participación con 30 millones de dólares en el capital de CIRC. Esta *start-up* con sede en Virginia, desarrolla una tecnología disruptiva que persigue reciclar a escala industrial productos textiles compuestos de mezclas de poliéster y algodón. Un gran reto, ya que hoy en día el reciclado de la mezcla más común del mercado exige un proceso químico del que resulta un material inservible para confeccionar ropa. En abril de este año lanzaron la primera colección con prendas compuestas por esas dos fibras de origen reciclado.

Reducir el consumo de agua en la producción, consumir energías renovables en toda la cadena de suministro, eliminar plásticos de un solo uso, poner en circulación prendas “pre owned”. Un camino lleno de cambios por el que no transitarán muchas marcas pequeñas que ya nacieron con la sostenibilidad en su ADN. Moisés Nieto, Otrura, Carlota Barrera, Cortana, Leandro Cano, Modesto Lomba, Oteyza, Jorge Vázquez ... Muchos creadores españoles atesoran el buen hacer de la *slow fashion* desde sus comienzos: producen por encargo o en cantidades moderadas y no generan *stocks*, trabajan con materiales nobles y duraderos, fomentan la artesanía y los oficios, producen en España y generan empleo local. La firma vasca Sophie et Voilà tiene su taller en Bilbao y emplea solo a mujeres: “Trabajar con mujeres es cuidarlas, y cuidar su mundo. El taller lo tenemos junto a una parada de metro, para que todas podamos llegar en transporte público”, dice Sofía Arribas, cofundadora de la marca.

La moda lenta ya estaba aquí

La plataforma de moda española Es-Fascinante, creada por Margarita Ruyra y Valentina Suárez-Zuloaga, nació de la convicción de que la moda española tiene un enorme valor como fijador de cultura. En su web se codea la moda de autor de Duyos, Ailanto o Juan Vidal, con otras marcas menos conocidas pero con vocación de permanencia. Porque esa es la propuesta de madre e hija, “invertir en prendas atemporales, de fondo de armario, que puedas prestar, que se hereden o que puedas revender”.

“Renite más, piensa menos” es el *claim* de campaña de

ejerce de influyente a la hora de promover un consumo responsable, apareciendo con looks repetidos, apostando por pequeñas firmas españolas e incluso por moda de alquiler, como el caso de la infanta Sofía que lució un vestido alquilado de Erden en la ceremonia de los premios Princesa de Asturias. Sin embargo, vivimos en un momento contradictorio, en una sociedad que, por un lado da muestras de cansancio ante el sobreconsumo, pero por otro, compra moda a una velocidad vertiginosa. Según datos del Pacto Verde Europeo, se espera que la producción de ropa pase de los 62 millones de toneladas actuales a 102 millones en 2030.

Liberarse de no acumular ropa

El consumo responsable es la palanca de cambio indispensable que, desde una nueva perspectiva, defiende la periodista Marta D. Riezu en su libro *La moda justa*. Riezu defiende la figura de un comprador ilustrado y bien informado. Un militante culto que selecciona y no acumula: “Más que vivirlo como una renuncia, los consumidores debemos verlo como una liberación”. La escritora defiende un guardarropa sólido que reconsidere sus prendas y alague su vida, donde la última opción sea tirar. También la periodista Charo Izquierdo en su libro *Fashion (R) Evolution*, apuesta por la figura de un consumidor responsable. “A las cinco erres de la sostenibilidad (reducir, reciclar, reparar, revender, y rentar o alquilar) añadiría la erre de reeducar. Un consumidor reeducado pedirá otra fórmula en el modelo de la moda. Sin embargo, no me parece justo poner tanta responsabilidad sobre el consumidor, debe ser una tarea global”. Las decisiones del comprador de moda deben verse respaldadas por una industria saneada que impulse la creatividad de los diseñadores, el oficio de los artesanos y vigile los procesos de toda la cadena de valor. El negocio de la segunda mano se ha popularizado y ha propiciado una lucrativa industria. La plataforma de reventa Vinted generó 245 millones de euros en ingresos en 2021 y gastó 193 en publicidad. Sin embargo, como se denunció en una revista francesa de moda, este modelo maquilla el consumismo compulsivo ya que despenaliza las compras sin sentido con la excusa de la reventa, para seguir comprando y vendiendo en una loca rueda sin fin. Mientras todas las piezas del puzzle encuentren su sitio, lo único que podemos hacer es cambiar la relación con