

## BASES IDEOLÓGICAS - CRITERIOS

### CONTENIDO:

- 1- ¿POR QUÉ UNOS CRITERIOS?
- 2- CÓMO ESTABLECER UNOS CRITERIOS QUE DEN CREDIBILIDAD, COHERENCIA Y CONSISTENCIA A LAS ACCIONES DE **MSBCN** Y AL DESARROLLO DE LA MODA SOSTENIBLE EN GENERAL.
- 3- RETOS, DIFICULTADES, CONSIDERACIONES.
- 4- MÉTODO DE TRABAJO DE LA COMISIÓN DE CRITERIOS.
- 5- BASES IDEOLÓGICAS.
- 6- ESTUDIOS Y RESULTADOS PROVISIONALES.
- 7- NORMATIVA / REGLAMENTO.
- 8- BIBLIOGRAFIA.

*" Nature does not travel to work " Kate Fletcher*

### 1- ¿POR QUÉ UNOS CRITERIOS?

Los criterios son imprescindibles en un proyecto colectivo de la magnitud de esta asociación ya que la toma de decisiones debe responder a unos objetivos y visión colectivos, generales y predefinidos. Además, están insertados en cualquier acción consciente que se lleva a cabo a distintos niveles. Los criterios deberían mantener siempre la coherencia con la visión y los valores profundos.

El diccionario los define como:

1. Regla para conocer la verdad, abrir juicio o tomar una decisión.
2. Juicio o decisión que se toma sobre una cosa.
3. Capacidad que se posee para discernir.

Se sobreentiende que cada persona tiene sus criterios individuales fruto de su propia experiencia, visión y valores. El reto consiste en sintetizar un conjunto de criterios que consiga hacer que los miembros se sientan representados al máximo, entendiendo que alcanzar el 100% de satisfacción para todos/as es una misión difícil. Nunca llueve al gusto de todo el mundo y en el trabajo de establecer criterios de actuación esto es más cierto aún.

Establecer criterios es poner señales en un camino, o poner caminos en un paisaje. Ambas cosas resultan antipáticas.

Para realizar esta labor hay que mantener una actitud lo más ecuánime, rigurosa, objetiva, abierta y con una mirada lo más a largo plazo posible.

Una actitud de humildad aceptando la ignorancia en muchos ámbitos para acercarnos al trabajo de expertos y estudiosos. Y una actitud crítica ante la información para alcanzar una síntesis que cumpla con los retos y objetivos actuales de la asociación y que a su vez pueda servir de modelo a otras organizaciones similares en el futuro.

Así, puede que alcancemos el objetivo posible, que no es satisfacer al 100% a tod@s, sino crear un marco conceptual donde cada uno pueda encontrar su zona de comodidad desde la cual expandirse y crecer.

Los criterios no son normas, son líneas, direcciones. En principio el planteamiento es ser inclusivos y aceptar a todos aquellos proyectos que trabajen en algún sentido por la sostenibilidad en la moda. Lo cual no quiere decir que se obligue a nadie o prohíba nada. Todo dentro de un marco de democracia participativa.

Tenemos tres puntos en el tiempo:

La realidad actual > lo menos peor > lo mejor, lo utópico.

Ahora estamos en la realidad actual. Podemos pedir "lo menos peor" y trabajar ya entre todos, desde la unión de fuerzas por "lo mejor, por la utopía".

Por lo tanto **INCLUSIÓN, VISIÓN PROGRESIVA Y SISTÉMICA**, han sido los criterios seguidos en este trabajo de investigación.

## 2- ¿CÓMO ESTABLECER UNOS CRITERIOS QUE DEN CREDIBILIDAD, COHERENCIA Y CONSISTENCIA A LAS ACCIONES DE MSBCN Y AL DESARROLLO DE LA MODA SOSTENIBLE EN GENERAL?

Trabajamos desde el presupuesto de que esta es una **organización profesional**, que promueve la sostenibilidad en las diversas industrias que componen la MODA.

Tanto la sostenibilidad como la moda son áreas muy profesionalizadas hoy en día y como asociación que aglutina profesionales y actores comprometidos con el desarrollo de la ética y la sostenibilidad en la moda tenemos el reto de trabajar desde una visión amplia, inclusiva y alejada de estereotipos demasiado reduccionistas.

Establecer estándares de criterios es una preocupación que está al orden del día y las perspectivas de futuro son un conjunto de normas universales y válidas para la unión europea y el mercado internacional. En la reunión del G7 del pasado mes de marzo en Berlín se debatió cómo "...promover trabajo decente alrededor del mundo a través de cadenas de valor sostenibles." La preocupación actual de este organismo es como llegar a establecer un conjunto de estándares comunes y globales. La tarea ni es fácil ni rápida. (1)

Nuestra humilde tarea, salvando las distancias, comparte el reto de representar y defender los intereses de la mayoría y especialmente de los que nunca se podrán defender porque no tienen voz propia: la tierra, el agua, el aire, los animales, las plantas ...y las personas más vulnerables por supuesto.

Sabemos que esta misión depende en gran medida de la voluntad política de los gobiernos que rigen estos mercados y que actúa a un nivel de macroeconomía.

Aún así, consumidores, ONG's, asociaciones, fundaciones y empresas vamos por delante de los gobiernos.

En resumidas cuentas, partimos de una **visión sistémica**, no solo de la moda en sí, sino del mundo, y por lo tanto de la moda como una parte inseparable del mismo, vinculada a la presencia y actividad humana en la tierra. En tanto que existimos, nos vestimos, por alguno de los tres motivos clásicos: Protección, pudor y adorno.

- (1) Ver el documento "What would a common set of standards would look like?", Article, Sarah Ditty

### 3- RETOS, DIFICULTADES, CONSIDERACIONES.

Realizando esta tarea han aparecido algunos temas importantes:

Los criterios suponen un esfuerzo de **síntesis** de ideas muy complejas que precisan explicación, con lo cual necesitan una Memoria, o Prólogo que los introduzca y explique en profundidad. Esta comisión ha realizado un esfuerzo en esa dirección.

Es fundamental entender y aclarar a que nos estamos dedicando como asociación y cuales son los objetivos generales para poder marcar líneas estratégicas futuras.

Redactar una **visión detallada, amplia y clara** nos dará una comprensión mejor de que queremos conseguir y será un elemento de cohesión. La **Visión** hay que entenderla como una visión de futuro global, no como la definición que se suele aplicar a la visión empresarial, en general centrada en la misma empresa.

Hay que entender también que no se puede **normalizar** demasiado un sector que aún no ha terminado de emerger, que vive una transición *hacia*. Hacia dónde o hacia qué son cosas que nos corresponde imaginar entre todos desde una perspectiva muy amplia y pensando en todo momento en las generaciones futuras. Una imagen útil podría ser la de crear espacio para que pueda darse esta emergencia.

Existe la necesidad de usar un **lenguaje claro y unívoco**. Crear definiciones que no den pie a varias interpretaciones sino a una sola. Como tal para ser efectivo tiene que cumplir algunos requisitos del buen lenguaje jurídico: claro, conciso, con un sentido unívoco (que otorgue el menor margen posible a la interpretación subjetiva), desprovisto en la medida de lo posible de tecnicismos (ha de ser un texto democrático en el sentido de que cualquiera pueda entenderlo, porque lo que se entiende, es más fácil de asumir, y lo que se asume es más fácil de cumplir, que es de lo que se trata en definitiva).

El progreso de la sostenibilidad conlleva una mercantilización de la misma. Es por ello que existe ahora un enorme interés en **certificar** con ánimo de lucro. Para llegar a certificar es necesario establecer y desarrollar un buen manual de criterios. Este documento es tan solo un primer paso. Se ha planteado la conveniencia de establecer un certificado MSBCN por grados ( Por ejemplo del 1 al 5). Mediante símbolos como estrellas, colores, etc... de forma que se contemplen las prácticas progresivas de los proyectos y empresas. Proponemos un planteamiento en positivo para animar a las empresas y proyectos que realmente quieran mejorar sus prácticas hacia la sostenibilidad.

Otro tema importante es comprender los **territorios** en los que nos estamos moviendo: moda, sostenibilidad, industria textil, diseño, mercado, activismo, consumo...un conjunto de criterios tiene que tener en cuenta estos territorios.

Por ello, hemos querido establecer un esquema matriz donde poder luego ir articulando un sistema de criterios.

Hemos apuntado a la **objetividad** reuniendo y consultando la bibliografía que hemos encontrado al respecto tanto de autores e investigadores como de proyectos anteriores. Hay que destacar que el nivel de discurso existente previo es muy elaborado. Aprender de los expertos nos parece importante para dar solidez al proyecto.

Hemos querido también seguir un criterio de **ordenación** y estructurar la información recogida para conseguir un esquema marco de las ideas y criterios en forma de una propuesta inicial que facilite su aplicación y sea susceptible de ampliación, reducción y remodelación si fuera necesario.

Es fundamental comunicar y divulgar de forma rigurosa y positiva los conocimientos previos adquiridos. La **comunicación** ha de hacerse de forma horizontal, y no vertical, nadie puede apoderarse de la comunicación, hay que ponerla a disposición de todos, fomentar la interrelación y propiciar la implicación en el proceso de acuerdo con los principios de transparencia y de democracia participativa.

Sobre la **publicación** de contenidos relacionada con la formación y la comunicación, implica sintetizar los conocimientos para dotarnos de herramientas de trabajo como por ejemplo este cuadro de criterios, a la que puedan acceder todos los socios en un plano de igualdad.

Desde esta visión sistémica que hemos mencionado, la **cooperación** es un aspecto clave. Forma parte de la idiosincrasia de la asociación y de las actividades relacionadas con el cambio de paradigma, entre ellas, la promoción de la sostenibilidad en la moda. Es este un punto de encuentro para marcas, empresas, proveedores, comunicadores y empresas de servicios y los más importantes los diseñadores, que del principio al fin de la prenda pueden minimizar el impacto medioambiental de la misma, que queda definido hasta en un 80% en el momento del diseño. Sin olvidar a una nueva generación de consumidores. En la cooperación es necesario relacionarse en un entorno de horizontalidad, igualdad de derechos entre socios, lealtad, veracidad, respeto. Conseguir este objetivo es tarea de todos.

Otro tema es **diferenciar entre criterios y etiquetas**.

Los **criterios** son grandes líneas, direcciones y su enunciado debería ser general. Hemos intentado mantenerlos en ese campo. Luego, para ilustrar, exponemos ejemplos de cómo esa línea general se puede concretar.

La **etiqueta** permite identificar algo que te remite a un criterio, es una señal, en general más enfocadas a distinguir los productos y al consumidor final.

En ese sentido es interesante ver el documento "*Key to our ethical criteria*" del Ethical Fashion Forum, donde se enumeran conceptos breves útiles para orientar al consumidor, en contraste con el *Ethical Mandate* de la misma entidad.

Este trabajo de momento no establece etiquetas.

-- Select --	Knitting
Accessories	Knitwear
Agent	Large scale production
Artisanal/ craft	Lingerie
Babywear	Manufacturer
Bags	Mass manufacture
Beauty	Media- Environmental
Belts	Media- Fashion editor
Bridalwear	Media-Websites and blogs
Business support body	Media-Womens monthly
Buyer	Menswear
Campaigning body	Model
Certification body	Model Agency
Childrenswear	Multibrand shop
CMT	NGO
College	NGO-Environmental issues
Components	NGO-International Development
Construction	NGO-Membership organisation
Consultant- Design	NGO-Resource provider
Consultant- General	NGO-Social issues
Consultant- Sales/ Marketing	Online store
Consultant- Small business	Other
Consultant- Supply chain	Patterns and grading
Designer (fashion)	Photographer
Designer (other)	PR
Dyeing	Press/ media
Embroidery	Printing
Event management	Product design
Fabrics-knitted	Production unit
Fabrics-woven	Products- general
Factories	Raw materials
Fashion brand	Retail
Fibres	Scarves
Finishing	Shoes
Footwear	Small scale production
Footwear	Spinning
Fragrance	Sunglasses
Gifts	Supplier
Graphic design	Swimwear
High St Retailer	Textiles
Illustration	Textiles
Independent boutique	Trade Show
Interior products	Training body
Jewellery	
Knitting	

NGO-Social issues	Ethical Certifications
Online store	EFF progressive member
Other	ETI member
Patterns and grading	Fairtrade certified
Photographer	GOTS certified
PR	MADE BY member
Press/ media	SA 8000 certified
Printing	Textile exchange member
Product design	WFTO member
Production unit	Ethical Criteria
Products- general	Animal Friendly
Raw materials	Eco
Retail	Fair
Scarves	Organic
Shoes	Recycling/Re-use
Small scale production	Biodiversity
Spinning	Carbon Neutral
Sunglasses	Charitable Donation
Supplier	Charity
Swimwear	Cooperative
Textiles	Eco-friendly materials
Textiles	Energy saving
Trade Show	Ethical sourcing
Training body	ETI base code compliance
Training-BA	Fairtrade cotton
Training-Buying and merchandising	Fairtrade sourcing
Training-Fashion business	Green factory
Training-Fashion design	Investing in people
Training-MA	Made in UK
Training-Marketing	Not for profit
Training-Other qualification	Organic materials
Training-Short courses	Social Enterprise
Training-Supply chain	Supporting communities
Web development	Supporting traditional skills
Womenswear	Supporting wildlife
Yarns	Supporting women
	Vegan
	Waste reduction
	Water efficiency

capturas de pantallas de selector de categorías del portal Ethical Fashion Forum.

Algunos retos que quedan para el futuro son decidir el nivel de exigencia, establecer indicadores y procedimientos de evaluación. Queda pendiente de desarrollo **un plan de evaluación y implementación de criterios**, con un sistema de indicadores propio, sujeto a la aprobación y mejora de este borrador.

Existen múltiples herramientas útiles para medir los impactos ambientales y sociales que se citaran como **herramientas de autoevaluación** provisionales, dejando abiertas opciones de utilización.

Como hemos apuntado más arriba, los criterios no obligan, no son normas. Sí en cambio aparece la necesidad de crear un reglamento de uso de esos criterios.

En este reglamento responderíamos a preguntas como:

- ¿Qué mínimo tendrían que cumplir los diversos tipos de socios para poder estar bajo el paraguas de la asociación?
- ¿De qué forma haríamos la evaluación? Y también...¿Cuáles serían los indicadores que usaríamos para "medir" la información o datos?
- ¿Cómo establecemos un sistema justo de cuotas a los socios?
- Y todas esas preguntas de orden práctico relacionadas con una buena organización y funcionamiento interno.

#### 4- METODOLOGÍA DE TRABAJO

La bibliografía utilizada está debidamente referenciada, en un documento adjunto.

La comisión ha mantenido diversas reuniones vía skype (existen actas de dichas reuniones).

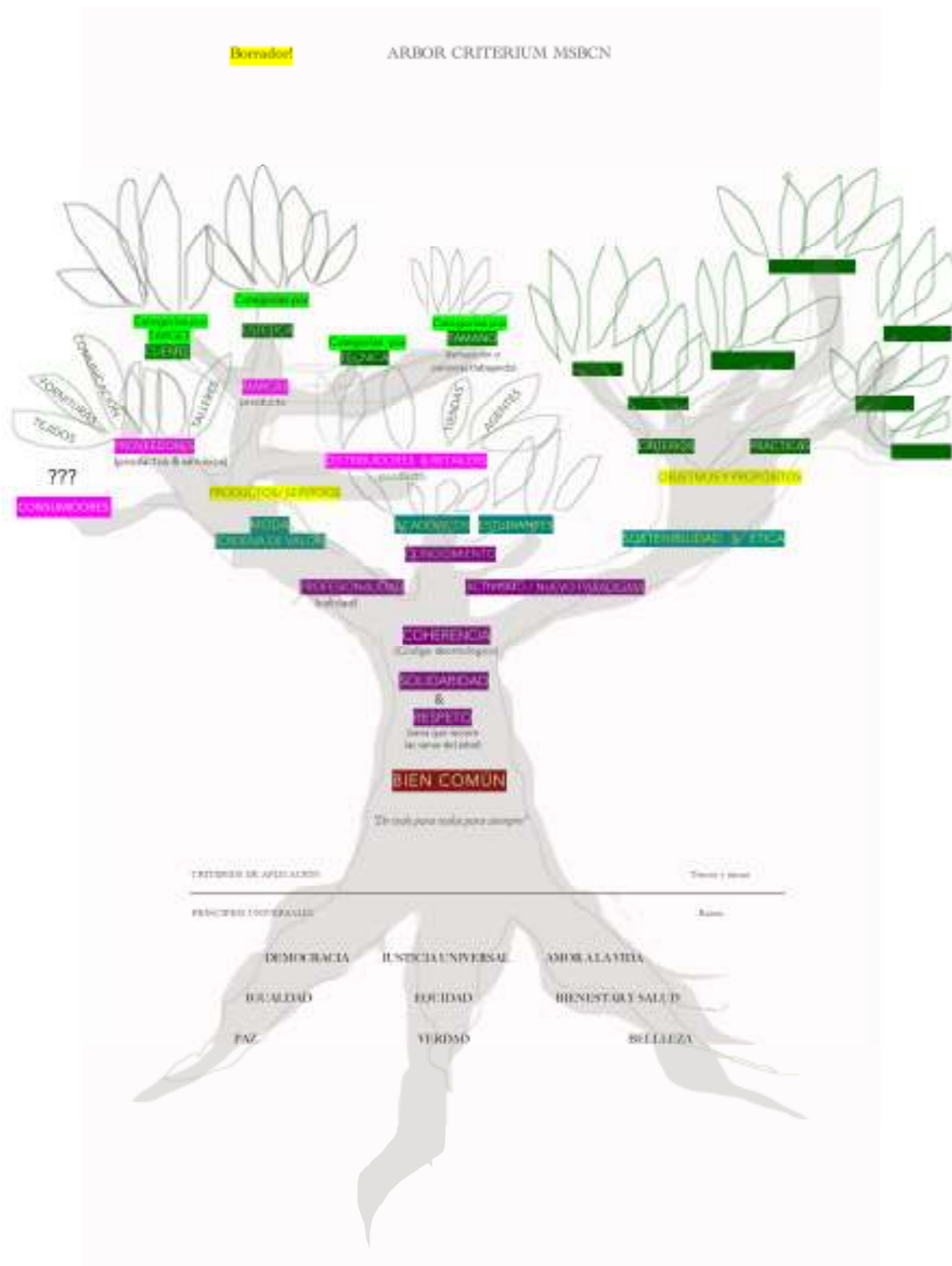
Los pasos seguidos han sido los siguientes:

- Redactar un primer texto con las ideas de cada miembro de la comisión antes de empezar a documentarnos.
- Reunir documentación y repartir la tarea de extraer ideas e información útil. Las fuentes consultadas se anexan al final, siendo documentos diversos: libros de referencia, estudios, extractos de presentaciones de ferias, artículos, etc.. Además las integrantes de esta comisión tenemos experiencia práctica, así como de investigación académica y en docencia.
- Crear nuevos textos y gráficos después de las lecturas con las nuevas ideas.
- Procesar y sintetizar en un nuevo documento los textos generados.
- Presentación del borrador a la junta directiva.
- Trabajo colectivo de pulir el borrador

#### 5. BASES IDEOLÓGICAS

##### UN TRONCO COMÚN

Partimos del concepto básico de BIEN COMÚN, como idea troncal. Este concepto sintetiza al máximo lo que en sí persigue la SOSTENIBILIDAD: que "El desarrollo que satisface las necesidades del presente no comprometa la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones", o lo que es lo mismo, "Bastante, para todos para siempre"(1). En sí no es algo nuevo, está basado en los grandes ideales clásicos y universales: DEMOCRACIA, IGUALDAD, PAZ, JUSTICIA, EQUIDAD, VERDAD, AMOR A LA VIDA, BIENESTAR Y SALUD, BELLEZA.



Estos grandes conceptos serían las raíces, la base. Forman un sustrato que nutre al árbol, en donde este se arraiga.

En su vertiente práctica, nos inspiramos también en la economía del **Bien Común** (Christian Felber) que restituye el significado original de la economía como herramienta de bienestar y no como fin. El Bien Común es la madera, el material del que queremos estar hechos. Por el tronco corre la savia que transporta los alimentos de las raíces (ideales) hasta todas las hojas a través de las ramas. Esta savia serían la coherencia, la solidaridad, el respeto, el compromiso y la no-violencia. Son LA MANERA DE HACER.



(1) Delegado sudafricano World Summit on sustainable development, 2002.

## **BLOQUES : LAS RAMAS DEL ÁRBOL**

Será a la altura de las ramas donde estos grandes ideales van tomando forma. Son diversos en sus aspectos pero en su conjunto dan cuerpo a un NUEVO PARADIGMA en la moda y en la acción de vestirse. Todos son importantes y probablemente un solo aspecto es insuficiente para consolidar el cambio que perseguimos. El cambio hacia un nuevo paradigma es una labor colectiva.

Lo más habitual es que haya una cierta dosis de cada rama en cada proyecto, siendo esto un síntoma de COMPROMISO.

Encontraríamos **3 grandes bloques o ramas** que sustentan esta nueva forma de hacer y consumir moda:

### **1. PROFESIONAL**

La cualidad esencial de lo profesional sería la **CALIDAD**. La moda entendida como actividad económica y su cadena de valor abarca diversos productos y servicios que generan todos sus actores o stakeholders.

Estos son los socios más objetivos de la asociación. Existen varios tipos de profesionales implicados:

#### **1.1 MARCAS Y EMPRESAS PRODUCTORAS**

Todas las empresas que producen productos de moda. Por moda como producto entenderemos: Prendas de vestir para mujeres, hombres y niños, prendas exteriores e interiores, complementos de vestir como bolsos, gafas, joyas y bisutería, productos textiles para el hogar, calzado, ropa para mascotas.

Es necesario establecer unas categorías básicas y convencionales de productos que se usarán para facilitar la búsqueda y estructurar la comunicación hacia los consumidores, para agrupar marcas por afinidades en acciones conjuntas, web, desfiles, etc.

Estamos hablando de productos / servicios existentes, ya en circulación.

- Por target : Mujer, Hombre, Infantil, Bebé, mascotas. (Wereables).
- Por tamaño de la empresa: Se puede establecer por facturación o por número de personas trabajando (esta última fórmula tiene el hándicap de que cuando se subcontrata el trabajo no se puede precisar la magnitud verdadera).
- Por técnicas empleadas: Bordados, batik, alta costura, upcycling, etc
- Por materiales empleados: Algodón orgánico, denim, punto, etc
- Por tipo de uso: Street wear, home wear, noche, sport wear, safari, multiusos, laboral, ...etc
- Por estilo / estética: básico, minimalista, vanguardista, romántico, futurista, vintage, tradicional, tecno, experimental, etc.

A estas categorías añadiremos posteriormente categorías basadas en criterios de sostenibilidad y ética.

#### **1.2. PROVEEDORES**

Serian todos aquellos servicios relacionados de forma directa o indirecta con la producción de moda: comunicador@s, transportistas, fabricantes de tejidos, fabricantes de fornituras, tintoreros, estampadores, fotógrafos, modelos, imprentas, patronistas, confeccionistas, diseñadores web, consultoría, organización de eventos, gestorías... y un largo etcétera.

Al ser de vital importancia en la cadena e valor de la moda es muy importante que los criterios de sostenibilidad se filtren hasta llegar al primer peldaño (sector primario): la producción de las materias primas.



La forma en que se adaptan los criterios a cada profesión se tiene que ir analizando en función del caso, siendo muy difícil establecerla a priori. Por ejemplo, una comunicadora puede seguir el criterio de trazabilidad y transparencia yendo directamente a buscar la información de primera mano. A su vez, estaría trabajando por la transparencia y la trazabilidad al informar sobre la forma de trabajar de una determinada empresa.

## 1.2 RETAILERS & DISTRIBUIDORES

Tiendas, tiendas on-line, agentes...

Son los que tienen contacto directo con los clientes finales y por lo tanto es muy importante su forma de transmitir el producto y la comunicación.

## 2. ACTIVISMO

Son todos los que trabajan para generar cambios en la cadena de valor de la moda de forma más o menos organizada o individual, ya sea incidiendo en lo local o en lo global. ONG's, fundaciones, movimientos sociales, etc.

Asimismo es una vertiente de la misma asociación (el Fashion Revolution Day es una acción reivindicativa, por lo tanto es activismo).

La forma en que entendemos el activismo es siempre desde la creatividad y la no-violencia, en consonancia con la filosofía de la no-violencia de Gandhi o el eco-pacifismo de Greenpeace. En ese sentido, el foco en la sostenibilidad y la ética se puede entender como una postura política dirigida al bien común que conlleva unos objetivos y propósitos que se materializan en la moda profesional en forma de criterios y prácticas.

Como entidad que promueve este cambio de paradigma tenemos la responsabilidad de posicionarnos en el escenario político, social y económico manifestando nuestra postura.

Si bien el trabajo de "Clúster" es muy importante, también tener ojos y oídos para los acontecimientos relacionados con los grandes retos (como el cambio climático, ártico, pesca, etc,) para adoptar una posición o enviar comunicados si es necesario.

En referencia a estas herramientas pacíficas y ciudadanas, sería interesante estar informados de los boicots existentes a países que no los respetan. Por ejemplo, existe el Boicot BDS (boicot, desinversión, sanción) sobre un listado de productos y que ejerce presión económica sobre el gobierno de Israel por no respetar un largo listado de derechos humanos.

(Ver : <http://www.bdscatalunya.org/index.php/component/k2/item/158-demanda-boicot-desinversión-y-sanciones-contr-israel-hasta-que-cumpla-con-la-ley-internacional-y-los-principios-universales-de-derechos-humanos> )

Asimismo, el activismo se concreta en una serie de prácticas, guiadas por sus criterios correspondientes, con el objetivo de conseguir cambios. Este escenario dibuja en su conjunto un nuevo paradigma que sitúa en el centro de las actividades el bien común, la visión de futuro y por lo tanto una mentalidad previsor, y una labor de regeneración y mejora en muchos frentes simultáneamente. Las tribus indígenas norteamericanas solían tomar decisiones pensando en las próximas 7 generaciones, para poder analizar bien las consecuencias de las mismas.

Se pueden describir los objetivos y propósitos como si fuera un manifiesto, el ideal al que se apunta. Por ejemplo: " Nuestra visión es un mundo libre de residuos , sin tóxicos, donde las especies naturales puedan existir sin riesgo a extinguirse ni ser amenazadas, donde producir materias primas para las necesidades humanas no sea una amenaza para la dignidad de personas, animales y plantas. Donde puedan coexistir la creatividad y la expresión individual con la vida natural".



### 3. CONOCIMIENTO

En tercer lugar toma forma la rama del conocimiento. Esta acoge a todas las personas que crean, difunden y estudian el conocimiento relacionado con la sostenibilidad en la moda. Académicos, profesores, autores, estudiantes, investigadores, y profesionales que atesoran el *know how* empírico, el saber naturalizado fruto de su propia experiencia y aprendizaje autodidacta.

Como primera generación de profesionales podemos contribuir a crear un legado útil para las generaciones siguientes.

También promovería la investigación y desarrollo (I+D) y la transmisión del conocimiento. Esta rama tiene el objetivo de investigar, recoger y difundir el conocimiento.

Por lo tanto, serían muchas las actividades relacionadas : formación, programas de investigación científica y tecnológica, investigación sociológica, desarrollo, tesis, foros, espacios de intercambio de ideas, etc.

Estarían en este grupo todas aquellas personas con proyectos que aún no están en circulación.

### 6. CRITERIOS

Según la división de los socios por las ramas PROFESIONAL, ACTIVISMO, CONOCIMIENTO tenemos también 3 categorías iniciales:

- Socio Activista. (Desarrollar descripción)
- Socio Conocimiento. (Desarrollar descripción)
- Socio Profesional

Los criterios se adaptarían a cada una de estas modalidades.

Es deseable que todos los socios profesionales estén alineados con los siguientes puntos:

#### - PROFESIONALIDAD

- **Calidad.** Búsqueda de la excelencia en materiales y manufactura de productos, así como en servicios, respetando la diversidad estética.
- Etiquetaje y **comunicación veraz** y efectiva al consumidor sobre: Materiales, forma de producción, uso y mantenimiento, efectos sobre la salud, etc.
- **Respeto** por la propiedad intelectual.

#### - TRANSPARENCIA Y TRAZABILIDAD

- Honestidad y transparencia, asegurando una accesibilidad de la información en referencia a los estándares sociales y medioambientales. Esta información puede abarcar procesos, trabajo, materiales y precios.
- Trazabilidad en la cadena de suministros (1) y productores externos. Por ejemplo: comunicar de forma clara la estrategia de sostenibilidad y la participación activa en el intercambio de conocimiento y desarrollo conjunto mediante el diálogo multi-stakeholders; o conociendo todos los proveedores involucrados en la manufactura de productos para verificar las declaraciones de sostenibilidad.

- **COOPERACIÓN Y PARTICIPACIÓN**

- Actitud abierta y colaborativa hacia la comunidad de la asociación aportando en la medida de lo posible ideas, tiempo y entusiasmo en los proyectos colectivos. Este es un proyecto de todos los que creemos que otra moda es posible.
- Compartir conocimientos y fomentar la interrelación y la red.

- **PRÁCTICAS PROGRESIVAS**

- Se espera de los socios que desarrollen prácticas progresivas hacia una mejor sostenibilidad social y ambiental, así como comunicar sus motivaciones y objetivos.
- Aportar certificaciones dentro de lo posible, o en su defecto indicadores de los progresos.
- Implementar políticas de compensaciones de CO2 con el fin de equilibrar el impacto negativo producido.

Además, los socios profesionales deben trabajar bajo **al menos 1 criterio de 2 de los 3 grupos de criterios que siguen**, procurando adoptar otros gradualmente como prácticas progresivas en sus objetivos estratégicos empresariales:

- **CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES**

- **Uso de materiales orgánicos y/o sostenibles y recursos renovables en general. (2).**

The table is titled "MADE-BY ENVIRONMENTAL BENCHMARK FOR FIBRES" and is organized into six columns: CLASS A, CLASS B, CLASS C, CLASS D, CLASS E, and UNCLASSIFIED. Each column lists specific fiber materials. CLASS A includes Mechanically Recycled Nylon and Mechanically Recycled Polyester. CLASS B includes Chemically Recycled Nylon, Chemically Recycled Polyester, Organic Flax (Linen), Organic Hemp, Recycled Cotton, and Recycled Wool. CLASS C includes Conventional Flax (Linen), Conventional Hemp, PLA, and蚕丝. CLASS D includes TENCEL (Lyocell Process), Polycrylic, and Vega Polyester. CLASS E includes Bamboo Viscose, Conventional Cotton, Capronamide Ripstop, Genec Viscose, Rayon, Spandex (Elastane), Vega Nylon, and Wool. UNCLASSIFIED includes Acetate, Alpaca Wool, Cashmere Wool, Leather, Mohair Wool, Natural Bamboo, Organic Wool, and Silk. The table also includes a logo for MADE-BY and the website www.made-by.org.

CLASS A	CLASS B	CLASS C	CLASS D	CLASS E	UNCLASSIFIED
Mechanically Recycled Nylon	Chemically Recycled Nylon	Conventional Flax (Linen)	TENCEL (Lyocell Process)	Bamboo Viscose	Acetate
Mechanically Recycled Polyester	Chemically Recycled Polyester	Conventional Hemp	Polycrylic	Conventional Cotton	Alpaca Wool
Organic Flax (Linen)	OSHLAB Flax	PLA	Vega Polyester	Capronamide Ripstop	Cashmere Wool
Organic Hemp	In Conventional Cotton	蚕丝		Genec Viscose	Leather
Recycled Cotton	MonoCell (Bamboo Lyocell Product)			Rayon	Mohair Wool
Recycled Wool	Organic Cotton			Spandex (Elastane)	Natural Bamboo
	TENCEL (Lyocell Product)			Vega Nylon	Organic Wool
				Wool	Silk

(\* Ver documento sobre materiales, extracto de K.Fletcher "Sustainable Fashion & Textiles"). Como ideas generales : elegir materiales renovables y biodegradables siempre que sea posible; potenciar el uso de fibras de cultivo natural y orgánico; recuperación de fibras tradicionales ; uso de fibras vegetales, animales y sintéticas recicladas; reutilización de tejidos y materiales existentes.; uso de nuevas fibras vegetales; disminuir el uso del algodón convencional para fomentar el algodón orgánico y comercio justo; fibras artificiales de origen vegetal con procesos de producción de ciclo cerrado, etc.

• **Prácticas de ecodiseño:**

Algunas prácticas son : control de la eficiencia energética y huella de carbono; análisis del ciclo de vida (ACV); diseño de prendas desensamblables y otras estrategias de



reciclabilidad; prendas multifuncionales; residuo cero; diseñar para el mantenimiento sostenible de las prendas; diseño emocional que crea vínculos con el usuario; packaging reciclable o biodegradable; diseñar para la durabilidad; Etc.

Implementar procesos que contemplen la visión sistémica de la economía circular; esto es, ver los materiales como nutrientes tanto biológicos como industriales por un reciclaje continuo y seguro (evitar mezclar biodegradables-no biodegradables sintéticos derivados del petróleo y reciclar todos los materiales sintéticos, etc.); etc.

- **Las 4 R: Reducir, Reutilizar, Reparar y Reciclar.**  
Reducir la generación de residuos mediante prácticas de gestión de residuos, reciclaje y/o compostaje, reutilización y reparación.
- **Referentes al uso y tratamiento del agua (3) .**  
Ver el agua como un recurso precioso. Algunos ejemplos son:  
seguir prácticas reutilización del agua en la producción y de depuración previa a la vuelta al ciclo del agua; tomar medidas para minimizar su consumo y hacer un uso racional del agua dulce; apoyar las reservas marinas; limpieza de los fondos marinos y de las islas de plástico en los océanos; no agotar acuíferos subterráneos ni aguas de manantial; no trasladar el agua de su ecosistema; evitar desechos susceptibles de ser arrojados al mar; limitar el uso de agua para regar; promover el uso de agua salada para regar; reutilización de las aguas industriales con circuitos cerrados; etc..
- **Referentes al consumo de energía y emisiones CO<sub>2</sub>.**  
Primar el consumo de energías limpias y renovables (ver definición en anexo de terminología); transporte y distribución de bajo consumo energético; reducir el uso del transporte aéreo; promover la tracción animal y humana; minimización del consumo energético con estrategias de eficiencia energética; aprovechar la luz natural; reducir el uso y dependencia de las energías fósiles y nuclear; etc...
- **Referentes a la calidad del aire.**  
Algunos ejemplos son: mantener la calidad del aire; reducir la contaminación en la atmósfera; proteger los pulmones del planeta de la deforestación; plantar árboles; integrar las plantas en los planes urbanísticos; usar madera certificada y productos producidos a partir de madera certificada; preservar los bosques primigenios; evitar contaminar espacios naturales; reducir el consumo de papel y packaging; reducir el uso de aires acondicionados; refrigerar el ambiente con soluciones de bioconstrucción o tradicionales.
- **Referentes al uso y cultivo de la tierra, a la preservación de la biosfera y de la biodiversidad**  
Por ejemplo : Usar materiales biodegradables; minimizar el uso de papel en los procesos administrativos, realizar campañas de soporte a la biodiversidad; rechazar los materiales manipulados genéticamente (organismos OMG); si se usan tejidos artificiales de celulosa que ésta no provenga de bosques primigenios o de hábitats de especies en extinción; cuidado y regeneración del el suelo fértil; restauración de paisajes degradados; apoyo a las reservas naturales; apoyar las diversas formas de agricultura sostenible; preservar la biodiversidad vegetal y las semillas; recuperar especies antiguas o en desuso como ortigas, retama o cáñamo; usar fibras de cultivo natural y orgánico; promover el uso de cultivos adaptados a su entorno; devolver a la tierra los residuos orgánicos; plantar y plantar... Reforestar.
- **Evitar el uso de químicos tóxicos a lo largo de la cadena de valor.**  
Por ejemplo: evitar materias primas vegetales cultivadas con pesticidas y abonos químicos, evitar el uso de tintes, tintas y acabados tóxicos; uso de oxígeno para blanquear evitando los cloros; y un largo etcétera. (ver campaña Detox de Greenpeace : <http://www.greenpeace.org/espana/es/Trabajamos-en/Parar-la-contaminacion/Agua/Campana-Detox-/> )

- **Referentes al bienestar animal (4)**  
Por ejemplo: respetar los derechos de los animales; evitar el uso de productos animales; proteger las especies vulnerables y en riesgo de extinción como las abejas, los grandes mamíferos y un largo etcétera; apoyar la ganadería ecológica y tradicional así como las granjas libres de crueldad; matanza sin sufrimiento animal; caza regulada; uso de pieles recuperadas de animales muertos de forma natural o accidental; recuperación de hábitats de especies vulnerables; generar debate entorno a la manipulación genética; evitar las pieles y otras partes de animales protegidos y en riesgo de extinción.

## - CRITERIOS SOCIALES

- **Respeto a los derechos humanos.** (Ver declaración universal de los derechos humanos) (6).
- **Condiciones laborales dignas y seguridad en el trabajo (5).**  
Esto quiere decir pagar sueldos que permitan vivir dignamente ( Ver definición del mismo dada por la *Organización Internacional de Trabajadores*); Tener en cuenta la prevención de riesgos laborales, y que los entornos de trabajo sean apropiados y saludables; cumplimiento de convenios reguladores y legislación vigente; etc.
- **Apoyo, creación de oportunidades y protección para colectivos socialmente vulnerables.**  
Promover la igualdad de oportunidades por género, edad , cultura, religión y bagaje cultural, con especial atención a los colectivos vulnerables; crear ocupación promoviendo la economía local y produciendo en el propio país (producción local); promover el desarrollo económico rural; dar soporte a las cooperativas de trabajo; relaciones a largo plazo con proveedores. Programas de formación profesional y de desarrollo de habilidades para colectivos desfavorecidos o personas desocupadas. Fomentar la formación continua; Protección a los pueblos originarios amenazados; etc.
- **Comercio justo.**  
  
Conseguir una retribución más justa para productores de materias primas estimulando así las economías rurales de países en vías de desarrollo.
- **Solidaridad.**  
Apoyar otras Iniciativas sin ánimo de lucro que reviertan en beneficios sociales /medioambientales; destinar parte del beneficio empresarial al desarrollo de otras iniciativas sociales.

## - CRITERIOS CULTURALES

Hay criterios que son difíciles de entender sin esta categoría ya que pertenecen a la esfera de las construcciones culturales entendidas como patrimonio a proteger. También el Triodos Bank tiene estas tres líneas de criterios: *Naturaleza y Medioambiente, Iniciativas Sociales, Cultura y Ocio* (ver <https://www.triodos.es/es/empresas-instituciones/nuestros-sectores/> ). La cultura se entiende como un elemento importante para el desarrollo de la sostenibilidad, como seres culturales que somos, ya que ésta genera hábitos y los hábitos tienen una gran influencia e impacto en el medioambiente y sociedad. Así, apoyar rasgos culturales que contribuyen a fomentar un estilo de vida y trabajo coherentes con los valores enunciados en este trabajo son importantes.

- **Referentes al patrimonio cultural material e inmaterial textil**  
Mantener las tradiciones y habilidades textiles locales; preservar de técnicas artesanales ancestrales y tecnologías antiguas como por ejemplo: tejido en telares manuales, hilado manual, tintes artesanales vegetales, serigrafía, pintura, punto, ganchillo, bolillos, batik, o cualquier técnica tradicional del mundo. Reinterpretar técnicas tradicionales desde una óptica contemporánea; recuperar herramientas y procesos tradicionales.
- **Sensibilización.**  
La moda tiene la propiedad de conectar con el usuario y de ser una buena portadora de mensajes. Más allá de la sostenibilidad entendida como algo técnico (como por ejemplo con las herramientas de ACV –análisis de ciclo de vida-) a través de la moda la sostenibilidad puede volverse más humana, vinculada a los sentidos.
- **Innovación y nuevos modos de entender la Moda.**
  - a) **I+D.**  
Apoyo a la investigación en general y desarrollo de nuevos materiales. Nuevos usos de fibras vegetales tradicionales; mejora en los procesos de reciclaje; producción de nuevas fibras vegetales; biomimetismo; desarrollo de prácticas económicas más sostenibles.
  - b) **Uso de nuevas tecnologías para el desarrollo sostenible.**  
Las nuevas tecnologías abren las puertas a un potencial de posibilidades que pueden impactar positivamente todos los peldaños de la cadena de valor con un uso inteligente de las mismas. Por ejemplo: programas de gestión integral sectoriales, maquinaria más eficiente energéticamente, tecnología 3D, tecnología móvil para pequeños productores, estampación digital; promover el uso de software que mejore los procesos de distribución; uso de sistemas de tintado de bajo impacto y bajo consumo de agua y energía; desarrollar materiales no contaminantes capaces de sustituir las fibras poliamídicas y sintéticas a medio plazo ...y un largo etcétera.
  - c) **Nuevos modelos de negocio.**  
El desarrollo de la economía y sus prácticas es una necesidad de la cultura empresarial del nuevo paradigma. Algunos ejemplos son : consumo colaborativo, diseño participativo, alquiler de prendas, pop-ups, tiendas probador, reparación de prendas, boutiques vintage, infraestructuras compartidas, Involucrar a los trabajadores en la toma de decisiones y promover unas relaciones sanas y constructivas en el ámbito del trabajo; Etc.
  - d) **Alternativas de consumo.**  
Por ejemplo: Intercambio de ropa, segunda mano, DIY, ropatecas, compartir, revisar hábitos de consumo, alquiler, etc.

- 
- 1- [www.stringtogether.com](http://www.stringtogether.com)
  - 2- Ecometrics, Made-by environmental benchmark for fibres, App making de Nike, Higg index
  - 3- Made-By Wet processing Benchmark
  - 4- <http://api.worldanimalprotection.org/>  
<http://www.bbfaw.com/>
  - 5- Made-By Benchmark for social standards
  - 6- [http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR\\_Translations/spn.pdf](http://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf)

Otras herramientas: <http://www.sirenovablesnuclearno.org/eficiencia/eficiencia.html>



## Bibliografía

- Gestionar la Sostenibilidad en la Moda , Kate Fletcher
- Moda Ética para un Futuro Sostenible, Elena Salcedo
- Sustainable Fashion & Textiles, Kate Fletcher
- Slow Fashion. Tailoring a strategic industry approach towards sustainability, Carlotta Cataldi, Maureen Dickson, Crystal Grover (Tesis)
- Moda Sostenible, Alison Gwilt
- Análisis de la sostenibilitat i models de negoci d'aplicació al sector textil-moda, Diputació de Barcelona.
- From Cradle to Cradle, Remaking the way we make things, by Michael Braungart and William Mc Donough
- Ethical Mandate, Ethical Fashion Forum
- Green Showroom, Trade Fare
- Ethical Fashion Show Berlin
- Premi Ecodisseny, Agència de Residus de Catalunya
- Cuadro de Criterios, Loom Sostenible
- Ethical Fashion Show Paris, Cuestionario Participación
- o8o, Bases participación
- What would a common set of standards look like?, Article, Sareh Ditty
- Del treball anònim a la etiqueta. Modistes i context social a la Catalunya social al segle XIX, Casal-Valls, Laura
- Sustainable Steps to Sustainability, US Environmental Protection Agency
- "Els joves s'estan acostumant a roba d'usar l'lençar", Article de Mar Rocabert
- Can Local and Sustainable do for Fashion what it did for Food?, Article by Heidi Harrington-Johnson.
- La moda sostenible, Lasguíasfvs
- Sustainable Business case studies: Innovation and inspiration incorporate sustainability, The Guardian, sustainable business
- Moda y Mercado, artículo por Mercè López García.
- Sustainable Fashion: Green will be the Next Black, article by Subir Ghosh
- Higg Index, by the Apparel Coalition
- Glossary of Wet Processing terms with references, A Made-By guide
- Labour and Human Rights Risk Map, by Made-By
- Benchmark for Social Standards, by Made-By
- Environmental Benchmark for Fibres, by Made-By
- Remove Toxic Chemicals and Fabrics from Fashion's Supply Chain, article by Linda Greer
- La funcionalitat dels teixits, article by Francesc Mañosa
- La Economía del Bien común, by Christian Felber
- Guia per a vestir sense treball esclau, by Albert Sales i Campos
- Revista Greenpeace, varios números.
- Key to our ethical criteria, by ethical fashion fórum
- Ethical certifications and memberships, by ethical fashion fórum
- [www.sirenovablesnuclearesno.org](http://www.sirenovablesnuclearesno.org)

## **ANEXO DE TERMINOLOGÍA (en construcción)**

- **ENERGÍAS RENOVABLES**

Fuente : <http://www.sirenovablesnuclearesno.org/renovables/renovables.html>





Las energías renovables, también denominadas energías alternativas, son las que provienen del aprovechamiento del potencial energético de los ciclos anuales del planeta (el sol, el viento, el mar, los ríos y la vegetación), la actividad biológica de los seres vivos (los desechos orgánicos), o de su calor interior (geotermia). Todas las energías renovables (y también una parte de las no-renovables) provienen en última instancia del Sol, la fuente primaria de energía de nuestro sistema.

LAS ENERGÍAS RENOVABLES MÁS DESARROLLADAS TECNOLÓGICAMENTE SON :

- Solar térmica : aprovecha el calor del Sol para calentar agua o un líquido intercambiador a alta media o baja temperatura, y obtener de este modo energía de transformación, o bien agua caliente sanitaria de uso doméstico. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Solar termoelectrónica : concentra el calor del Sol mediante espejos para calentar un líquido que permite obtener energía eléctrica con turbinas de vapor. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Solar fotovoltaica : aprovecha la luz solar para generar directamente electricidad mediante el efecto fotovoltaico en células de silicio, aunque se investigan materiales. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Eólica : aprovecha la fuerza del viento para mover un generador de electricidad, hacer funcionar una bomba hidráulica u obtener movimiento mecánico. En el primer caso se puede utilizar a grande, mediana o pequeña escala en función de la potencia de la aerogeneradora. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente en sus formas macro, mini y micro, en el medio terrestre; así como en su forma macro en el medio marino.
- Mareomotriz : aprovecha el cambio de nivel del mar de las mareas para llenar un recinto, posteriormente usa la fuerza de salida del agua almacenada para mover turbinas y generar electricidad. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente en las costas donde fuera posible.
- Oleadas : aprovecha la fuerza de las olas para mover estructuras en forma de batiente conectadas a generadores de electricidad. En fase de experimentación y con buenos resultados.
- Minihidráulica : es la construcción de pequeños embalses en el curso de un río, aprovechando la fuerza de caída del caudal para mover una turbina, y procurando alterar al mínimo el nivel de caudal ecológico del río. Una nueva alternativa técnica consiste en el uso de turbinas de flotación, que requieren una obra mínima (microhidráulica). Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente en los caudales donde fuera posible.
- Geotérmica : aprovecha el incremento de calor subterráneo del planeta. Perforando pozos que permiten calentar agua a media, baja o alta temperatura para aprovecharla posteriormente. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Biomasa : aprovecha una masa de materia forestal o agrícola de renovación periódica para generar energía de dos maneras posibles : quemándola y aprovechando el calor para generar electricidad o calentar agua; o bien metanizándola por digestión, aprovechando el metano para calentar agua o generar electricidad por combustión. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Metanización de los desechos orgánicos : los restos de los alimentos que consumimos o los excrementos de animales o personas son una fuente energética importante, puesto que pueden generar metano, gas de gran potencial energético. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente.
- Biocombustibles : consiste en el monocultivo de plantas, o aprovechamiento de residuos de aceites, para obtener nuevos aceites o alcoholes que posteriormente se usarán como combustibles. Tecnológicamente madura, se debería generalizar universalmente en función de la cobertura de las necesidades de alimentos.

**M****S****BCN**

ASSOCIACIÓ  
MODA SOSTENIBLE  
BARCELONA



Esta obra se encuentra bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional

Usted es libre de:

Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato  
Adaptar — remezclar, transformar y crear a partir del material para cualquier finalidad, incluso comercial.

#### **COMISIÓN DE CRITERIOS:**

Fiona Capdevila  
Sylvia Calvo  
Carmela Rodríguez  
Silvia Muñoz.

Bajo las condiciones siguientes:

Reconocimiento — Debe reconocer adecuadamente la autoría, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de una manera que sugiera que tiene el apoyo del licenciador o lo recibe por el uso que hace.

CompartirIgual — Si remezcla, transforma o crea a partir del material, deberá difundir sus contribuciones bajo la misma licencia que el original.

No hay restricciones adicionales — No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que legalmente restrinjan realizar aquello que la licencia permite.