

FICHA FORMATIVA

04. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN LA ROPA

Área	<i>Ropa</i>										
Nivel	BÁSICO										
Tema	<table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>Implicaciones e impactos ambientales</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Implicaciones e impactos ambientales	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input checked="" type="checkbox"/>	Implicaciones e impactos ambientales										
<input type="checkbox"/>											
Módulo	<table border="1"> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> <tr><td><input checked="" type="checkbox"/></td><td>Sostenibilidad ambiental en el consumo de moda</td></tr> <tr><td><input type="checkbox"/></td><td></td></tr> </table>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Sostenibilidad ambiental en el consumo de moda	<input type="checkbox"/>	
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input type="checkbox"/>											
<input checked="" type="checkbox"/>	Sostenibilidad ambiental en el consumo de moda										
<input type="checkbox"/>											
Palabras clave	Consumo de ropa; implicaciones ambientales; emisiones de CO ₂ ; consumo de agua; sensibilización de consumidores; sostenibilidad; ecoblanqueo; <i>greenwashing</i>										
Introducción (500-1000 caracteres incluyendo espacios)	La moda tiene un impacto ambiental significativo y algunas cifras pueden ayudarnos a entender su magnitud: cada segundo se quema o tira el equivalente a un camión de basura lleno de ropa; el 60% de los materiales utilizados por la industria de la moda son sintéticos, es decir, están hechos de plástico; la moda es responsable del 8-10% de las emisiones de carbono de la humanidad, más que todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo combinados. Además, la moda contribuye significativamente a la pérdida de biodiversidad y el uso de agua limpia. Por ejemplo, se estima que el algodón utiliza										

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

	<p>alrededor del 23% de los insecticidas aplicados en todo el mundo, y el tratamiento de textiles es responsable del 25% de la contaminación del agua. La industria textil de la confección utiliza 93 mil millones de metros cúbicos de agua dulce al año, lo que equivale al 4% de toda el agua dulce disponible. Para abordar estos impactos negativos, es esencial tomar medidas para reducir la huella ambiental de la moda.</p>
<p>Impactos/beneficios económicos (1000-1500 caracteres incluyendo espacios)</p>	<p>Se puede reducir el impacto ambiental de la moda con varios tipos de acciones y a diferentes escalas, pero reducir el consumo y considerar la necesidad real de comprar es el medio que presenta mejores resultados, ya que redundaría en una desaceleración de la producción y un proceso más respetuoso en el tratamiento de los materiales. Un comportamiento de consumo más responsable puede hacerse a través de varias acciones, como usar más la ropa que ya se tiene, prestar, ofrecer o intercambiar ropa, reparar la ropa para prolongar su vida útil, o transformarla para renovar su aspecto, aprender a coser, comprar ropa de segunda mano preferiblemente en pequeñas empresas locales, y cuando hay que comprar ropa, acudir a diseñadores o marcas con prácticas sostenibles. También el contacto con la naturaleza y las actividades conducentes a mejorar el bienestar personal pueden fomentar una reflexión más consciente sobre la necesidad de consumir y llevar a reducir el consumo.</p> <p>La conciencia política y la participación cívica en acciones colectivas (consultas públicas, movimientos u organizaciones que defienden la transparencia y sostenibilidad, eventos de sensibilización y educación sobre ecología y consumo) tienen mayor impacto en el cambio sistémico en la industria de la moda que únicamente el comportamiento del consumidor.</p>
<p>Buenas prácticas (1000 -1500 caracteres)</p>	<p>Es difícil saber qué marcas de moda son realmente sostenibles debido a la falta de transparencia en sus procesos y prácticas ambientales. Sin embargo, algunas firmas merecen ser destacadas por sus</p>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

<p>incluyendo espacios)</p>	<p>buenas prácticas, mientras que otras merecen ser criticadas por su falta de acción. Ejemplos de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Fundación Ellen MacArthur desarrolló el proyecto "The Jeans Redesign", en el que varias marcas y entidades colaboraron para crear un manual que muestra cómo es posible diseñar y producir jeans totalmente circulares, desde la elección de los materiales hasta su reutilización al final del uso del producto. • La marca italiana Napapijri fabrica ropa y accesorios de invierno de manera diferente a las marcas convencionales. Lograron utilizar solo un tipo de material (un polímero duradero y fácilmente reciclable) para hacer toda la prenda, lo que facilita su reciclaje y reduce el uso de materiales. Además, animan a sus clientes a reciclar abrigos viejos y ofrecen descuentos para ser utilizados en productos de la marca. • El Bien Social es un portal de sostenibilidad en lengua española que se hace eco de proyectos y acciones en pro de la sostenibilidad y la justicia social y que ofrece listas de empresas y marcas en diversos ámbitos que cumplen estos estándares.
<p>Desafíos actuales y futuros (1000 -1500 caracteres incluyendo espacios)</p>	<p>La sostenibilidad preocupa cada vez más a los consumidores y, en consecuencia, a las marcas y empresas de la industria de la moda. Los consumidores quieren tener acceso a más información sobre las políticas de sostenibilidad ambiental de las empresas. En respuesta a esta creciente preocupación y demanda de sus clientes, las empresas y marcas de moda están reajustando su oferta y sus discursos narrativos siguiendo una lógica inevitablemente económica, mientras intentan estrategias basadas en la ecoeficiencia para cumplir con los objetivos de beneficio o reemplazar su materia prima a través de procesos de extracción y transformación que son menos dañinos para el medio ambiente. La estrategia empresarial del "ecoblanqueo" o "greenwashing", una práctica de comunicación</p>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.

	<p>engañososa que pretende hacer que los productos parezcan más sostenibles de lo que son, sigue siendo todavía muy común. La Unión Europea está tratando de proporcionar herramientas para que los consumidores puedan distinguir entre las prácticas reales de sostenibilidad y el "greenwashing", pero el actual sistema económico sigue dependiendo de un consumo acelerado, lo que dificulta la contención del problema.</p>
<i>Idioma</i>	<i>Español</i>
<i>Socio</i>	<i>UA</i>
Otras referencias	<p>Harvard Deusto. El reto de la sostenibilidad https://www.harvard-deusto.com/el-reto-de-la-sostenibilidad</p> <p>Easy Eco Tips. Aprende cómo evitar el greenwashing. https://easycotips.com/aprende-como-evitar-el-greenwashing/</p> <p>Fashion Network. El IFM y la Global Fashion Agenda unen fuerzas por una moda más sostenible https://es.fashionnetwork.com/news/El-ifm-y-la-global-fashion-agenda-unen-fuerzas-por-una-moda-mas-sostenible,1008878.html</p> <p>Película "The True Cost"</p> <p>Grunver Sostenibilidad. Cómo planea la UE luchar contra el greenwashing. https://grunver.com/como-planea-la-ue-luchar-contra-el-greenwashing/</p>

Con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Este documento y su contenido reflejan únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en él.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Los consumidores comprometidos con este modelo son personas informadas que quieren contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas que habitan este planeta y de las generaciones futuras.