



MODA: cuatro letras que rompen pilares ecológicos.

Mariana Carmona Guerrero y Rodrigo Olvera Monroy³

“Nos dijeron que te da dinero por reciclar ropa en H&M”, “no importa en qué estado están las prendas nosotros las dejamos”, “somos una pareja de investigadores”, palabras de unos usuarios de Tiktok, su video se viralizó el 25 de mayo de 2024, cuenta con alrededor de 124 mil likes. Ellos asistieron a esta tienda para depositar su ropa en los cubos de reciclaje que puso la marca, aseguran que por cada “5 prendas te dan 100 pesos para poder canjear un cupón en la misma tienda”;

sin embargo, no saben el daño que existe al dejarlas.

“Lamento decirte que has sido engañada por H&M”, menciona otra usuaria de Tiktok, la cual tiene un canal de moda sostenible; su video no fue tan popular como el de los anteriores usuarios: cuenta solo como 1,075 likes, menciona que la ropa que recicla la marca no es reutilizada, solo se lleva a los países con mayor pobreza de Asia. La desinformación y falta de educación

ecológica provoca que nosotros mismos destruyamos el planeta.

“Convertimos tu basura en ropa nueva”, lema actual de las marcas de ropa. La moda presenta nuevas tendencias a diario y literalmente prende fuego a nuestro mundo. DW Documental se propuso averiguar qué sucede con la ropa que H&M recoge de sus cubos, mencionan que en 2016 la tienda recolectó 16 mil toneladas de ropa y en 2019 fueron 29 mil. La ropa que dicen reciclar es vendida a países como Bangladesh o Bulgaria, especialmente en la ciudad de Sofía; les sirve para prender sus fogatas y proporcionarle calor a su hogar; sin embargo, los gases que emiten son tóxicos para el ambiente.

LINDOS BORREGOS DE LA IMITACIÓN

El ser humano para sobrevivir, su fisiología le pide mantenerse productivo a base de la receptividad. La historia de la sociedad es una lucha constante entre dos fuerzas: la necesidad de pertenecer a un grupo y el deseo de destacar como individuos; esta guerra establece compromisos y acuerdos que se logran lentamente, pero se deshacen rápidamente. Abarcan dos áreas, la filosófica, en donde mencionan que todo es uno, cada cosa es única e

incomparable y la política que apoya la lucha del enfoque en grupo y, a la vez, el individualismo.

La sociedad se basa en la tendencia psicológica de la imitación, es decir, la herencia que un grupo le deja a otro; es una forma en que la vida del grupo se extiende a la vida individual. La imaginación nace por falta de inteligencia y originalidad, se caracteriza por comportamientos adecuados, rectos y con existencia de un propósito, incluso cuando no existe originalidad ni creatividad.

Etimológicamente la palabra “imitación” proviene del latín “*imitatio*”, que significa la acción o efecto de copiar el comportamiento de otro. “La imitación proporciona al individuo la seguridad de no encontrarse solo en su actuación, al apoyarse en las ejecuciones anteriores de la misma actividad como en un firme soporte, lo que descarga a la actual de las dificultades que conlleva sostenerse a sí misma.” (Simmel, 1904).

Al imitar no solo no utilizamos nuestra energía, también evitamos la responsabilidad de nuestras decisiones y acciones, es así como el individuo es libre y cuenta con la dicha de pertenecer a un grupo; adopta sus influencias sociales.

Es un instinto nato, una etapa de la evolución que nace del deseo de actuar de forma singular y adecuada a las normas establecidas; sin embargo, no se tiene la capacidad para adaptarla al contenido individual.

“Corresponde en todos los fenómenos en los que es un factor constitutivo con una de las tendencias básicas de nuestro ser: la que se satisface con la fusión del individuo en la colectividad, la que subraya lo permanente en el cambio” (Miguel, 2019); sin embargo, buscar el cambio dentro de lo constante y destacarse de lo colectivo, la imitación es un obstáculo. El deseo de realizar lo mismo que los demás es el enemigo de aquellos que buscan una vida propia.

MODA

Georg Simmel, filósofo, sociólogo y crítico alemán, menciona que “la moda es imitación de un modelo dado y proporciona así satisfacción a la necesidad de apoyo social; conduce al individuo al mismo camino por el que todos transitan y facilita una pauta general que hace de la conducta de cada uno un mero ejemplo de ella. Pero no menos satisfactorio se da a la necesidad de distinguirse, a la tendencia

a la diferenciación, a contrastar y destacarse” (Simmel, 1904).

Paula Miguel menciona que la moda es una dinámica social que acompaña a los procesos de movilidad social, es el desarrollo de una sociedad de clases junto al consumo masivo en el sistema capitalista. La moda es una forma de relación social que permite a las personas adecuarse a las demandas de un grupo, implica un proceso histórico, todos los individuos aceptan la moda, posteriormente acaban desviándose de ella, para después adoptar una nueva visión de la moda.

En palabras de Simmel, la moda es dialéctica, ya que su mismo éxito y expansión la llevan al declive; sin embargo, la búsqueda de distinción a través de una nueva tendencia genera una novedad, pero al ser adoptada por un número considerable de personas se populariza, esto provoca que pierda su atractivo. Revela una dualidad inherente en la moda: se adopta, pero al mismo tiempo se rehúye para preservar la individualidad.

Su función reside en su capacidad para unificar y diferenciar. Por un lado, sirve como un criterio homogeneizador que facilita la pertenencia a un grupo

determinado, no obstante, este mismo criterio actúa de manera excluyente hacia otros grupos. Esta dualidad permite la diferenciación entre diversos colectivos: “nadie está obligado a seguir lo que está de moda, pero en ciertos ámbitos puede quedar excluido socialmente si no la sigue” (Vía sociológica, 2021).

La sociedad del consumo está envuelta dentro del sistema capitalista; la moda es el gran pilar del sistema para mantenerlo de pie. La moda enaltece a los grupos consumistas, a aquellos que no cambian el producto porque no funcione, sino por decisiones arbitrarias y de sentido de pertenencia. “La concepción de Simmel (1988 [1904]) instala un modelo clásico de interpretación de la difusión de la moda, según el cual se transmitiría por imitación de unos grupos a otros (de mayor a menor jerarquía en la escala social).” (Miguel, P. 2019)

En las ciudades, este fenómeno es aún más evidente. El ascenso económico que gustan obtener las clases bajas, promueve la variación y los cambios rápidos en la moda, esto provoca que las modas sean menos costosas y extravagantes en comparación con épocas anteriores; su ciclo de vida



es más breve, dado que se difunden a un espectro más amplio de la población. Todo esto ha formado a la moda; sin embargo, cuenta con más características:

1. Las modas son a menudo instauradas por las clases dominantes con el objetivo de estimular el consumo de ciertos productos.
2. Este fenómeno se manifiesta en el presente y su evolución rápida es impulsada por estas mismas clases privilegiadas.
3. La moda se define por su capacidad para reflejar el presente, sirve como un marcador de diferenciación social y establece una conexión con la sociedad.
4. La moda introduce cambios abruptos tanto en las producciones como en el entorno cultural en general.
5. En su primera aparición, una moda busca establecerse como una tendencia perdurable, aunque, en realidad, está sujeta a un ciclo de caducidad inevitable. La naturaleza efímera de la moda está intrínsecamente ligada a su necesidad de renovación constante para mantenerse relevante.

DIME CÓMO VISTES Y TE DIRÉ EL DAÑO QUE CAUSAS

La moda se establece en un determinado momento a través de un proceso de selección mediante distintos diseños que compiten entre sí. “Los diseñadores de indumentaria persiguen cierta expresión de lo que ellos llaman la “dirección de la modernidad”; y que los compradores, quienes toman sus decisiones desde el interior de la industria de la moda, actúan reemplazando al público consumidor de moda y anticipando y consagrando las tendencias incipientes” (Blumer, 1969: 280).

La moda es una selección colectiva, se da de arriba hacia abajo, primero ubica los movimientos dentro de la industria para distinguirse de la imitación de las clases sociales. Los seres humanos necesitan de una indumentaria y justamente la ropa, la proporciona, y cumple dos funciones principales: el vestir y arropar a la persona, a simple vista no parece haber diferencia; sin embargo, ambas cumplen dos funciones diferentes, muchas de las prendas no están diseñadas para estos dos puntos, la primera ofrece estilo y la segunda se caracteriza por el confort.



Lo que constituye al vestido como un hecho económico, propiamente dentro del alcance de la teoría económica, es su función como un índice de la riqueza de su usuario o, para ser más precisos, de su propietario, ya que usuario y propietario no son necesariamente la misma persona. (Miguel, P, 2019: 23)

Nuestra ropa tiene valor más de lo que pagamos en las tiendas, las prendas que se encuentran en nuestro armario cuentan con un amplio proceso de producción, cuentan implicaciones ambientales y sociales significativas. Las marcas nos seducen con sus productos. Durante una rebaja en Estados Unidos,

una consumidora argumentó que asistía a la venta debido a que “los precios son bajos y la ropa es linda” (DW Documental, 2020); sin embargo, cada prenda que utilizamos contribuye a la contaminación del agua.

La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible enuncia que la industria de la moda económicamente aporta 2,4 billones de dólares a la fabricación mundial; sin embargo, es responsable entre el 2 y el 8 % de las emisiones de gases de efecto invernadero del mundo y del consumo de alrededor de 215 millones de litros de agua al año. (Organización de las Naciones Unidas, n.d.). El proceso de producción de la industria textil afecta ambientalmente: producción, distribución de la compra, lavado, cuidado de las prendas en casa y, finalmente, su eliminación.

Rogelio Omar Corona Núñez, académico de la Facultad de Ciencias de la UNAM, explica que el ciclo de la industria textil recicla poco y explota los combustibles fósiles; la extracción de materias primas conlleva un costo ambiental. El académico menciona que para la producción de algodón se utilizan pesticidas y fertilizantes, lo que promueve la degradación del



suelo el cual provoca un arrastre de sedimentos que contamina los cuerpos de agua, no solo eso, durante el proceso de producción de la materia textil los mares y ríos son contaminados por los desechos de los tintes.

DW Documental realizó un experimento en las calles de Estados Unidos: regalaban una prenda de ropa si la gente vertía un líquido tóxico a una pecera que simulaba el ecosistema marino, dicho tóxico contenía químicos que se utilizan para teñir las prendas textiles, casualmente las personas no se atrevían a lanzar la sustancia a los pescados, comentaban: “parece dañino como se lo voy a poner a los peces, se van a morir”, pero te has puesto a pensar ¿compras ropa por tendencia o por descuento? ¿Crees que la ropa de tu armario es inofensiva?

FAST FASHION: EL DETERIORO DE NUESTRO MUNDO EN RAPIDEZ

El *fast fashion* o moda rápida es una tendencia que las marcas de ropa han adoptado, se caracteriza por la producción veloz de prendas a bajo costo, su principal objetivo es satisfacer la demanda constante del mercado. Las marcas actualmente modifican la oferta de sus productos al menos una

vez al mes para disminuir el costo de producción, lo que genera gran cantidad de desperdicios.

La revista *Glamour* explica que el fenómeno *fast fashion* surgió a partir de la globalización como deseo de la gente, pagar para acceder a la moda de forma barata. A principios de los años 80, la industria experimentó un nuevo auge, se dieron cuenta que tanto diseñadores como marcas podían acelerar las tendencias, ante esto, la industria textil comenzó a desarrollar fibras sintéticas como el nylon y poliéster. (Njoya, 2023)

La moda rápida sigue las microtendencias para llegar al consumo de las masas. Actualmente se tiene acceso a las compras en línea las 24 horas del día, se ha convertido en una opción accesible para las personas, ya que no existe distinción, solo imitación, incluso distintas marcas apuntan que no hay ventas si no son en digital; sin embargo, aunque sea una opción asequible, provoca daños a los ecosistemas.

La periodista Fátima Njoya, de *Glamour*, en su artículo “*Fast fashion: ¿qué es y cuáles son sus consecuencias en el mundo?*”, explica los diferentes daños que causa la moda rápida a nuestro

planeta los divide en tres puntos que abarcan, los ámbitos social, económico y ambiental:

1. Sobreproducción de residuos: El mundo genera grandes toneladas de ropa y esto genera un gran problema debido a que su proceso textil no puede ser descompuesto por la misma naturaleza, producen gases tóxicos cuando se queman y hacen que las materias primas sean cada vez más escasas.

Huella hídrica de una camiseta: se gastan 2 mil 900 litros de agua para fabricar una camiseta de algodón de 250 gramos.

2. Explotación laboral, higiene no adecuada y accidentes de producción: Los trabajadores de los países donde se fabrica *fast fashion* suelen trabajar alrededor de 16 a 14 horas diarias, entre ellos destacan Bangladesh, India, Camboya, Indonesia, China, Malasia, entre otros; se rigen bajo condiciones precarias e incluso explotación infantil.

Huella hídrica de un traje: el gasto total para la producción de una chaqueta de lana de mujer o hombre va de 4 mil a 5 mil 500 litros de agua.

3. Daños climáticos: El concepto clave es “rápido” dentro del *fast fashion*, no está pactado que la ropa cumpla un periodo largo; los consumidores se ven en la necesidad de comprar ropa nueva después de cinco a diez puestas, debido al pésimo proceso de producción de las prendas.

Huella hídrica de zapatos: el gasto total de agua para la producción de un par de zapatos es de 8 mil litros.

4. Daño ambiental: Las largas rutas de transporte contribuyen a las emisiones de CO₂, el uso de toxinas, tintes nocivos y el elevado consumo de agua, dañan al ambiente. Muchos de estos efectos no son inmediatamente visibles, pero tienen consecuencias a largo plazo para el ecosistema.

Huella hídrica de ropa interior: al fabricar unos calcetines o ropa interior se requiere de 2 mil 200 litros de agua

MODA SOSTENIBLE

El consumo humano tiene una conexión intrínseca con la ecología, ya que la demanda de bienes y servicios conlleva la explotación de recursos naturales y la generación de residuos. Este patrón de consumo insostenible ha

llevado a consecuencias significativas. La transición hacia un consumo más sostenible se vuelve imperativa para preservar la salud del planeta, garantizar la supervivencia de las especies y construir una economía más equitativa y duradera. Es necesario adquirir educación para, a la vez, adquirir conciencia de nuestras acciones.

La ciudad carece de recursos ecológicos suficientes. La explotación excesiva de actividades agrícolas e industriales alteran los ciclos naturales y agotan las reservas en zonas densamente pobladas. Este desequilibrio genera una desconexión entre la sociedad y la naturaleza. Así, esta perspectiva conduce a una explotación insostenible de los recursos naturales junto con la falta de aprecio por la integridad de los ecosistemas. Para restablecer la conexión, es imprescindible contemplar una economía que se adapte a la sostenibilidad.

La Asamblea de las Naciones Unidas creó, en 1983, la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo, la cual — en 1987— presentó su informe final, en el que utilizaron el término “desarrollo sostenible”, un instrumento poderoso de los grupos sociales, instituciones y naciones que exhorta a la sociedad

a informar y educar. “El desarrollo sostenible responde a necesidades actuales, sin comprometer la capacidad de las generaciones por venir para satisfacer sus necesidades, dentro de una perspectiva de equidad” (Boada & Toledo, 2003: 24).

La sostenibilidad se rige bajo un paradigma, cada elemento es indispensable para que este concepto entre en acción en nuestro mundo, debe de existir armonía entre tres pilares: economía, medio ambiente e igualdad social (Salcedo, 2014; Gardetti, 2018), si alguno de estos falta automáticamente se convierte en insostenible, debido a que se pierde equilibrio; para lograr tener un mundo sostenible se debe actuar en conjunto, si no se trabaja de esta forma, no existirán cambios dentro del ecosistema.

La terminología de la moda ha evolucionado, anteriormente se conocía como “moda ecológica” y cambió a “moda sostenible” ya que abarca los tres pilares; engloba cuatro términos más: *Eco-moda*, prendas de vestir elaboradas con métodos poco perjudiciales para el medio ambiente, junto a la elaboración de materiales ecológicos; *Moda Ética*, condiciones de trabajo justo que abarcan modelos sostenibles; *Slow Fashion*,

movimiento de Kate Fletcher en respuesta a los ciclos rápidos de la moda, el concepto no se basa en tiempo, sino en calidad; *Moda Sostenible*, se caracteriza por incluir todos los enfoques anteriores. (Climática, 2022)

Los actores del sector de la moda tienen un papel fundamental que desempeñar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible acuñó este término a partir del año 2019. El modelo permite alargar la vida de las prendas y reutilizarlas. La moda sostenible busca transformar la industria textil hace énfasis en reducir, reutilizar y reciclar, pilares de la economía circular; sin embargo, para ser sostenible se necesita más que estos tres elementos.

PILARES AGRIETADOS. ¿LO QUE USAMOS ES SOSTENIBLE?

El objetivo de la moda sostenible es reducir el impacto ecológico que tiene esta industria en el ambiente; sin embargo, suena un tanto sarcástico, ya que ambos conceptos son contrastantes, por un lado, la moda siempre va a estar en constante cambio, forma parte de sus características principales explicadas por Simmel, se instaura en el presente expandiéndose, pero desaparece efímeramente.

A diferencia de la sostenibilidad, la cual pretende mantener armonía para las generaciones presentes y las del porvenir, este punto nos hace llegar a la reflexión que el pilar social, no logra cumplirse por completo, ya que la moda es pasajera, siempre va a buscar salir



del rincón de la imitación lo antes posible y con esto podemos decir que antes de salir de la imitación la gente va a buscar pertenecer a las tendencias para sentirse socialmente aceptado.

Vivimos en un mundo donde la aprobación es fundamental para sobrevivir, y en estos aspectos la teoría económica del vestido lo explica, gana el vestido y pierde el vestir, es decir, las personas prefieren las tendencias que vestir con confort, no en todos los casos sucede; sin embargo, en la posmodernidad que vivimos esto nos lleva a entrar en juego con las masas y pertenecer a la sociedad del consumo, es aquí cuando un pilar de la economía, poco a poco se agrieta.

Por otro lado, las personas buscan las ofertas, pagan por

prendas baratas, de las cuales pueden conseguir cinco piezas, en lugar de comprar ropa de mejor calidad que durará mayor tiempo, debido a que económicamente las prendas de mejor calidad no son accesibles para toda la sociedad; sin embargo, aquellas prendas económicas que compraron, se desgastan con rapidez y dañan el ambiente, justo aquí el pilar económico se termina de romper.

Los dos pilares, el económico y social, no logran cumplir la parte del desarrollo sostenible, tampoco logran encajar con el pilar del medio ambiente, todas las anteriores acciones que realizan las personas llevan a degradar el ambiente, mediante el consumo de las prendas, pero no termina ahí, hay que recordar que la fabricación textil degrada los ecosistemas.

La realidad es que si una marca se vende como sostenible no lo es, no existe en la moda la sostenibilidad al 100%, aunque la ropa haya sido fabricada con recursos naturales, en ellos también existe un gasto energético que afecta al ambiente; sin embargo, si existe la posibilidad de contribuir a la sustentabilidad a través de acciones.

DE LA CASA A LAS INDUSTRIAS: EDUCACIÓN Y CONCIENCIA

“Las emisiones totales directas son de 3.6 kg CO2 por kg de producto terminado (textil y confección). Con una



producción de alrededor de siete mil toneladas al año, resulta una emisión total anual de 25,200 toneladas de CO2 equ”. (Salas & Condorhuaman, 2009, 25)

La industria de la moda siempre se va encontrar en constante cambio, prioriza la rapidez y la disponibilidad constante de prendas. No obstante, este sistema conlleva un impacto ambiental considerable, por ello, es esencial explorar alternativas sostenibles que promuevan un consumo adecuado para reducir la huella ecológica. La conciencia para lograr un cambio comienza desde nuestra perspectiva, si cada uno de nosotros nos educamos ecológicamente y ponemos en práctica distintas acciones para reducir los cambios ambientales, poco a poco lograremos llegar a las industrias que acaban con nuestro mundo.

OBSERVACIÓN, CONCIENCIA Y PRÁCTICA: ¿CÓMO CUIDO MI ROPA?

Guía para diseñadores

Andrea Mejía, diseñadora de modas, cofundadora y socia de Circulatam, propone comenzar con el modelo económico circular, el cual debate con la economía lineal; este enfoque tiene como objetivo optimizar los

procesos creativos y productivos, promueve un uso consciente y racional de los recursos, tanto naturales como humanos, “hay que dejar de ver los desechos como desechos y verlos como materia prima” (Mejía, A. 2022).

Principios de la economía circular para diseñadores:

1. Diseñar: No existe el desecho hasta que nosotros lo generamos, por medio de los diseños se pueden eliminar los desechos. Los diseñadores deben de tener conciencia de las materias primas que utilizan para proteger el medio ambiente.
2. Aplicar las 6R's de la moda:
 - Reducir: Hay que volver a los usuarios conscientes, pensar si realmente se necesita la prenda, cuantas veces la usaran. El dinero que depositamos a las marcas apoya o daña al medio ambiente.
 - Rediseñar: Cuando se dañe la prenda hay que pensar cómo mejorarla para que sea más fácil de recuperarla, desde el diseño hay que pensar cómo funcionará la prenda, es necesario analizar los materiales a utilizar.

- Reusar: Desde el diseño de debe comenzar a producir prendas de calidad para que puedan pasar a un mercado de segunda mano y los usuarios vuelvan a utilizarla, se debe alargar el ciclo de vida de la prenda, antes de que pase a un proceso de descomposición textil.

- Reparar: Es importante utilizar la creatividad de los textiles para evitar comprar nuevas telas.

- Reciclaje: Una vez que las prendas ya pasaron por todo el proceso del diseño las telas pueden reciclarse.

Guía para usuarios

1. Revisa tu armario: Usa, dona o vende prendas infrautilizadas.
2. Evita compras compulsivas: Compra solo lo necesario y piensa en el impacto de cada prenda.
3. Prioriza calidad sobre cantidad: Elige ropa duradera y de buena calidad.
4. Crea un fondo de armario atemporal: Invierte en piezas básicas y versátiles.
5. Considera el impacto ambiental: Prefiere tejidos ecológicos y evita textiles sintéticos.

6. Alquila o pide prestado para eventos: No compres ropa para ocasiones puntuales.

7. Apoya marcas éticas: Elige marcas que respeten los derechos laborales y animales.

8. Compra online con moderación: Evitar devoluciones innecesarias para reducir la huella de carbono.

9. Explora la ropa de segunda mano: Ahorra dinero y reduce residuos.

10. Cuida tus prendas: Lávalas con agua fría y sácalas al aire para prolongar su vida útil.

CONCLUSIÓN

Realmente ¿existe la moda sostenible o las etiquetas que encontramos en la ropa de “elaborados con 70% materiales reciclados”, “prenda 100% sostenible” son genuinas?; la verdad es que no. No hay proceso que puedan volver ecológica al 100% una prenda, no hay que dejarnos engañar por los comerciales o publicidades que las marcas nos ponen, debemos crear conciencia de lo que consumimos, mientras que los diseñadores deben

pensar qué materiales usar para alargar la vida de las prendas.

Una de las soluciones que se plantea es adquirir ropa de slow fashion, aquella que va a durarnos de cinco a ocho años, pero sinceramente no todos cuentan con la economía para poder adquirir una prenda de precio elevado; la moda sustentable no cuenta con los pilares de la sustentabilidad y es un gran problema para nosotros y para las generaciones futuras.

Tal vez nos vemos limitados a adquirir ciertas prendas para mejorar el ambiente, pero lo que sí podemos hacer es empezar nosotros mismos a crear conciencia de los productos que consumimos, hay que comenzar a educarnos ecológicamente para preservar nuestro ambiente, con estas dos grandes acciones lograremos un gran cambio en el mundo. En el área de la moda, revisar nuestro armario, evitar compras compulsivas, explorar prendas de segunda mano ayudaremos al ambiente. Cambiar y mejorar comienza desde nuestra individualidad y para poder hacer la diferencia debemos actuar en grupo.

REFERENCIAS

Álvarez, C. (2011, May 25). El impacto ambiental de una camiseta de algodón >> Ecolaboratorio >> Blogs EL PAÍS. Blogs de EL PAÍS. Retrieved July 26, 2024, from <https://blogs.elpais.com/eco-lab/2011/05/el-impacto-ambiental-de-una-camiseta-de-algodon.html>

ANÁHUAC MÉXICO. (2023, February 9). Fast fashion, ¿qué es y cómo evitarlo con acciones simples? Universidad Anáhuac. Retrieved July 26, 2024, from <https://www.anahuac.mx/mexico/noticias/Fast-fashion-que-es-como-evitarlo>

BBVA. (2024, April 11). Qué es y cómo reconocer la moda sostenible. BBVA. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-y-como-reconocer-la-moda-sostenible-conviviendo-con-el-planeta/>

Boada, M., & Toledo, V. M. (2003). El planeta, nuestro cuerpo. La ecología, el ambientalismo y la crisis de la modernidad (2003rd ed.). FONDO DE CULTURA ECONÓMICA (FCE).

Caldas, M. (2022, April 19). Moda sostenible: conoce una alternativa al “fast fashion”. National Geographic. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.nationalgeographicla.com/medio-ambiente/2022/04/moda-sostenible-conoce-una-alternativa-al-fast-fashion>

Chan, E. (2022, April 22). Moda sustentable: Todo lo que necesitas saber | Vogue. Vogue México. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.vogue.mx/sustentabilidad/articulo/moda-sustentable-guia-definitiva-de-vogue-consejos-y-tips>

DW Documental. (2020, marzo 3). La ropa que llevamos. DW Documental. Retrieved julio 25, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=j2S5EBGJqMo&t=124s>

García, Y. (2022, December 9). ¡Aguas con la moda no sostenible! | Gaceta del Colegio de Ciencias y Humanidades. Gaceta CCH. Retrieved July 26, 2024, from <https://gaceta.cch.unam.mx/es/aguas-con-la-moda-no-sostenible>

Gobierno de Aragón. (n.d.). *Somos lo que vestimos. Somos lo que vestimos*. Retrieved July 25, 2024, from <https://web.ua.es/es/ecocampus/documentos/consejos-ambientales/moda-sostenible.pdf>

Greenpeace. (2021, January 29). *Fast fashion: de tu armario al vertedero*. Greenpeace. Retrieved July 26, 2024, from <https://www.greenpeace.org/mexico/blog/9514/fast-fashion/>

Inexmoda. (2022, August 8). *Moda circular: El futuro de una industria, ¿por dónde empieza la innovación?* YouTube. Retrieved July 26, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=4miBmKmrTiA>

Martínez, A. (n.d.). Visor Redalyc - *Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales*. Redalyc. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.redalyc.org/journal/996/99665044003/>

Miguel, P. (2019). *La moda, objeto de análisis (1st ed.)*.

Njoya, F. (2023, March 29). *Fast fashion: ¿qué es y cuáles son sus consecuencias en el mundo?* Glamour México. Retrieved July 26, 2024, from <https://www.glamour.mx/articulos/que-es-el-fast-fashion-y-cual-es-su-impacto-en-el-mundo>

Organización de las Naciones Unidas. (n.d.). *¿Qué es la Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible?* The UN Alliance for Sustainable Fashion: Home. Retrieved July 25, 2024, from <https://unfashionalliance.org/>

Parlamento Europeo. (2024, March 22). *El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente. El impacto de la producción textil y de los residuos en el medio ambiente* | Temas | Parlamento Europeo. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.europarl.europa.eu/topics/es/article/20201208STO93327/el-impacto-de-la-produccion-textil-y-de-los-residuos-en-el-medio-ambiente>

Paz, R., et al. (2023, March 2). *La industria de la moda: la segunda más contaminante del mundo*. UNAM Global. Retrieved July 25, 2024, from <https://>

unamglobal.unam.mx/global_revista/la-industria-de-la-moda-la-segunda-mas-contaminante-del-mundo/

Salas, G., & Condorhuaman, C. (2009). *HUELLA DE CARBONO EN LA INDUSTRIA TEXTIL*. Revista de investigación UNMSM, 12(2), 25-28.

Vía sociológica. (2021, September 7). *Sociología de la moda según Georg Simmel - Vía sociológica*. YouTube. Retrieved July 25, 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=faAtFQ9h66E>

WIRED. (2023, March 22). *Colores sucios: la industria de la moda genera 20% de las aguas residuales*. WIRED. Retrieved July 26, 2024, from <https://es.wired.com/articulos/colores-sucios-la-industria-de-la-moda-genera-20-de-las-aguas-residuales>