

Somos lo que vestimos



Manual para el consumo responsable
de ropa y complementos



índice

páginas

3

1. Presentación.

7

2. ¿Es sostenible nuestro consumo?

8

Un sistema insostenible: El agotamiento de los recursos naturales.

8

La invasión de los residuos.

9

Cuando lo barato sale caro.

10

Hacia patrones de consumo más sostenibles.

11

Criterios que debemos tomar en cuenta...

15

3. Si nuestra ropa pudiera hablar ¿qué nos contaría?

16

Sobre el medio ambiente.

16

El algodón.

19

El textil y el agua.

20

Sustancias tóxicas.

22

Sobre las personas.

23

Relaciones Norte-Sur.

24

Condiciones laborales.

29

4. ¿El cambio ha comenzado? El camino de la sostenibilidad.

31

Impulsores del cambio.

35

5. ¿Qué me puedo poner hoy? Infórmate antes de elegir.

37

Reduce tu consumo.

38

Durante la compra ten en cuenta...

38

Cuando compres, piensa en tu opción.

38

¡No lo olvides! ... Tienes a tu alcance prendas realizadas con materias primas más sostenibles.

40

Tienes otras posibilidades a tu alcance, la ropa de segunda mano.

41

Promociona y ten en cuenta el comercio local.

42

Después... Alarga la vida útil.

42

Alarga el tiempo de uso.

43

Cuando ya no me vale.

43

¿Dónde puedo consumir moda sostenible?

44

En establecimientos comerciales.

47

En Internet.

49

Prendas de segunda mano.

50

No tires la ropa, a otros les puede servir.

50

Talleres de Cáritas "A todo trapo".

50

Otros lugares en los que depositar la ropa usada.

50

Puntos limpios en Aragón que reciben ropa y textiles.

51

6. Bibliografía y web.

Presentación.

El fomento del consumo responsable, de la sostenibilidad de los procesos que no ponen en peligro las formas de vida de las generaciones futuras y la defensa de unos criterios de justicia social al consumir, son también objetivos del Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales del Gobierno de Aragón, en el marco de su compromiso permanente con la formación y con la educación para el consumo responsable y la defensa de los ciudadanos.

La educación del consumidor permite adaptar las pautas de consumo individuales y colectivas a la utilización racional de los recursos, incorporando valores ecológicos que conciencien a los ciudadanos de su corresponsabilidad en la conservación del medio ambiente y en el desarrollo sostenible.

El manual para el consumo responsable de moda y complementos, "Somos lo que vestimos", surge de la colaboración del Gobierno de Aragón y la Fundación Ecología y Desarrollo. Estas páginas son una llamada de atención y una invitación a la reflexión sobre el agotamiento de los recursos naturales, sobre las relaciones norte-sur, es decir, entre países pobres y países ricos, o sobre los materiales de nuestra ropa, del textil y el agua, de las sustancias tóxicas.

"Somos lo que vestimos" es una guía para pensar en la necesidad de caminar hacia patrones de consumo más responsables y corregir aquellas modalidades insostenibles de producción y de compras. En ella, se ofrecen consejos para comprar, dónde encontrar moda y complementos que han seguido una elaboración comprometida con el desarrollo sostenible e incluso qué hacer con nuestra ropa usada.

Felicito a quienes han trabajado en la elaboración de este manual, que nos acerca al consumo responsable en el ámbito de la moda. No olvidemos que nuestras conductas tienen implicaciones económicas, sociales y medioambientales, no sólo para el mundo actual sino también para las generaciones del futuro. Los cambios, al fin, solo se producirán si empezamos por modificar nuestros hábitos individuales.

Pablo Martínez Royo
Director General de Protección de Consumidores y Usuarios

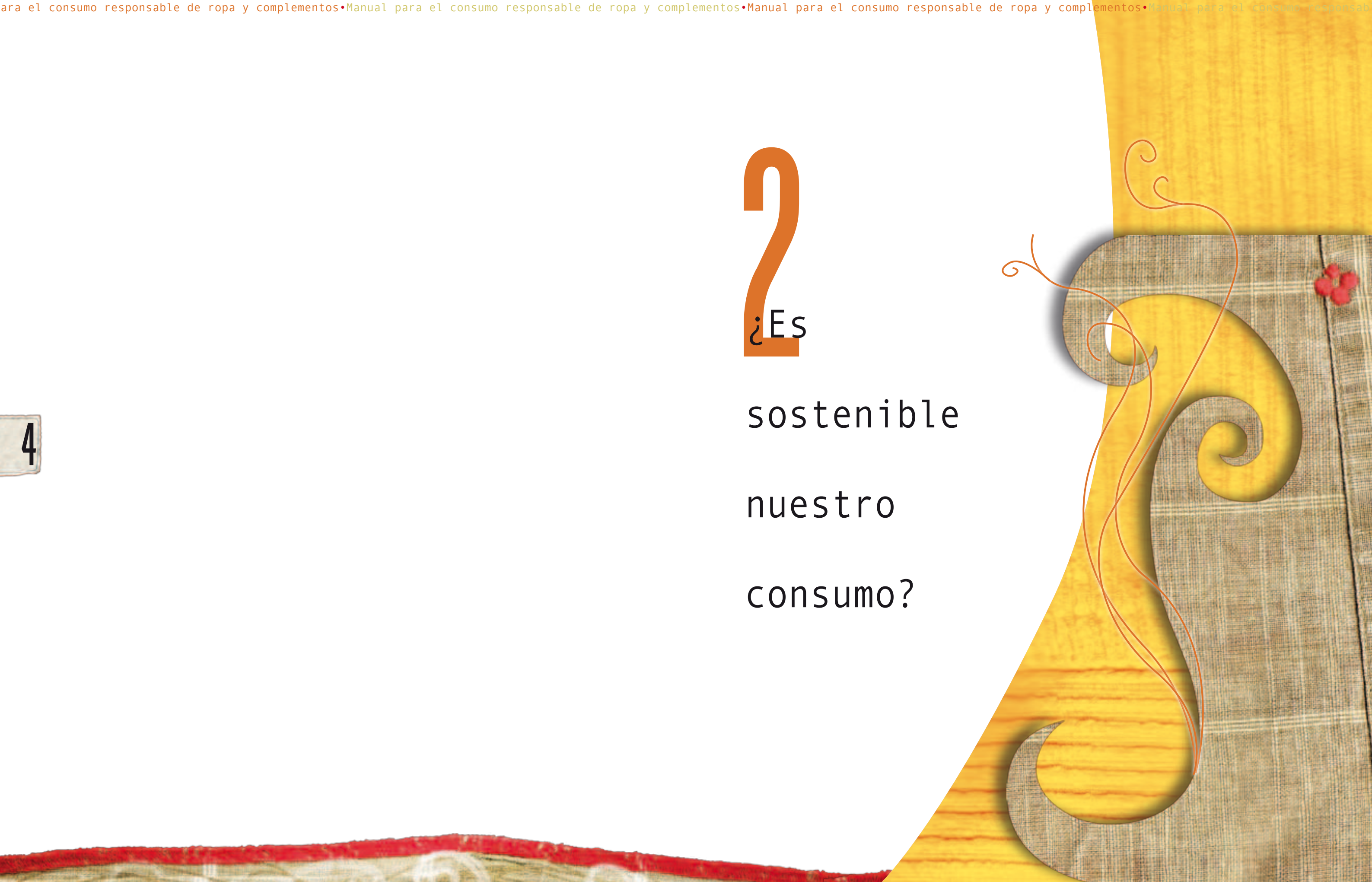
2

¿Es

sostenible

nuestro

consumo?





¿Es sostenible nuestro consumo?

Una de las principales actividades del ser humano es la de ir de compras. La de consumir. Con diferentes motivaciones y objetivos pero, en la mayoría de los casos, dirigidos de alguna manera por las modas, los estereotipos sociales, los anhelos de una vida mejor o de una felicidad definida por la publicidad. Por lo tanto, la manera de ejercer unas determinadas preferencias en nuestro ejercicio diario de ser personas se ve, en gran medida, determinada por factores externos y no por medidas reflexivas.

En tanto en cuanto el consumo está más “dirigido” por estos factores y no responde a expresiones de libertad personal, los resultados de nuestras acciones conducen necesariamente a la frustración y a la necesidad de continuar consumiendo para alcanzar la felicidad que se presupone existe tras el consumo de determinados bienes. Pero esto, efectivamente, nos conduce a llevar a cabo un consumo que es sinónimo de “agotamiento”.

Porque si como consumidores tenemos dificultades para tomar la decisión de no consumir o la de mantener un nivel de endeudamiento que no suponga una carga para nuestra economía, difícilmente vamos a sopesar otros criterios que tienen que ver con la equidad social, la distribución equitativa de los bienes y el deterioro ambiental de nuestro planeta. En la mayoría de los casos no pensamos en por ejemplo ¿cuántos recursos naturales son necesarios para renovar nuestro mobiliario? ¿en qué condiciones elaboran nuestra camiseta favorita las trabajadoras del taller textil? ¿puede contener sustancias nocivas mi champú?

Debemos tener en cuenta que consumir no es sólo satisfacer una necesidad o un deseo individual, aunque ésta es la percepción que tenemos habitualmente. Al consumir estamos colaborando en todos los procesos que hacen posible el bien o servicio consumido, seamos conscientes o no de ello. Y estos tienen implicaciones de carácter económico, social y medioambiental.

En la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en el año 2002, se identificó como una de las principales causas del deterioro ambiental del Planeta las modalidades insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados.

En este sentido, Naciones Unidas hace un llamamiento a revisar estos modelos insostenibles, recurriendo a modelos de consumo responsable.

Por tanto, es fundamental para lograr el desarrollo sostenible a nivel mundial introducir cambios esenciales en nuestra forma de consumir y producir. Todos debemos esforzarnos en promover modalidades sostenibles de consumo y producción, empezando por los países desarrollados y teniendo en cuenta el principio de la corresponsabilidad.

“Reconocemos que la erradicación de la pobreza, la modificación de pautas insostenibles de producción y consumo y la protección y ordenación de la base de recursos naturales para el desarrollo social y económico son objetivos primordiales y requisitos fundamentales de un desarrollo sostenible”.

Declaración Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible 2002¹.

¹Declaración de Johannesburgo sobre Desarrollo Sostenible, Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo del 26 de agosto al 4 de septiembre de 2002. Los documentos oficiales de la Cumbre se pueden descargar en: www.un.org/spanish/conferences/wssd/doconf.htm.

Un sistema insostenible: El agotamiento de los recursos naturales.

Nuestro modelo de consumo está en el origen y los datos son definitorios. Estimaciones actuales muestran que nuestro planeta, como resultado de la sobreexplotación del suelo y la deforestación, pierde cada año una superficie de tierra fértil más o menos del tamaño de Irlanda. Los datos del Fondo Mundial para la Vida Silvestre muestran que un ciudadano medio en el mundo requiere 2,5 hectáreas para producir lo que consume cada año y depositar los residuos que genera. Eso supone un 40% más de lo que es sostenible.

Y, en gran medida, la capacidad de regeneración y de reciclaje de las materias primas es bajo lo que significa que no vuelven a nuestras manos y dejan de estar a nuestra disposición. En el caso de los recursos naturales, como por ejemplo los bosques, el agua dulce o el pescado, el ritmo de explotación suele ser mayor que el de regeneración, de forma que también tienden al agotamiento. Además, en muchos casos la contaminación por pesticidas, insecticidas y otros productos químicos, hacen que estos recursos pierdan su calidad y propiedades (la tierra fertilidad, el agua sus propiedades, etc.), deteriorando los ecosistemas.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que globalmente es necesaria una redistribución de la oportunidad de consumir. El 20% de las gentes más ricas del mundo consumen casi el 75% de los recursos naturales del planeta. Un dato para la reflexión: la fortuna de los 225 individuos más ricos del mundo es igual al ingreso anual del 47% de la población mundial más pobre, o sea, 2.500 millones de personas. La distribución desigual de los alimentos es la principal razón por la que 800 millones de personas están desnutridas en el mundo actualmente. Por este motivo, más de 2.000 millones de personas en el mundo necesitan consumir más tan sólo para sobrevivir. Pero esto requiere, necesariamente, que otros muchos consumidores sean más sostenibles. Al final, la ecuación debe dar como resultado un menor uso de recursos naturales, una disminución en la generación de contaminación y la cobertura de las necesidades de la población mundial.

La invasión de los residuos.

Consumo y generación de residuos van unidos. En ocasiones, el contenido es menor que el continente, lo que conlleva una generación de residuos asociada a nuestro consumo muy importante. En definitiva, nuestro consumo genera cada vez más residuos, bien a través del producto en sí mismo, cuando nos deshacemos de él, como por su embalaje y empaquetado.

Los modelos de producción y distribución que se han ido imponiendo en los últimos años provocan que los envases viajen distancias largas, potenciando los de usar y tirar, los materiales ligeros (normalmente derivados del petróleo y más contaminantes que los de materias primas renovables) y dificultando su retorno. Y aunque los residuos pueden tratarse de varias maneras para volver a reintegrar las materias primas en los procesos productivos, a través de la reutilización y el reciclaje, es todavía habitual utilizar sistemas finalistas en la gestión (sobre todo en vertedero).

Es necesario “repensar la manera de gestionar los residuos”. Primero, ¡usa menos!, ten en cuenta en tus compras la necesidad de hacerlas. Segundo, cuando consumes ten en cuenta el diseño del producto y su presentación en el mercado. En algunos casos compramos más residuos potenciales que producto.

Cuando lo barato sale caro.

Normalmente, el criterio del precio tiene un peso fundamental cuando escogemos un producto o servicio. Sin embargo, esto puede conllevar un riesgo. Al abaratar sus productos o servicios, las empresas productoras pueden reducir la calidad del producto, lo que supone:

- Una vida más corta del producto, que se estropee fácilmente y que no funcione de forma óptima... Esto nos obligará a comprar uno nuevo, lo que implica a la larga un precio mayor.
- Dar poco valor al producto, nos resulta más fácil tirar las cosas aunque las hayamos usado poco.
- La generación de mayores residuos y el incremento del consumo de recursos naturales.
- La movilización de los centros de producción a países donde los costes de producción son inferiores (deslocalización), debido a que los gastos salariales son menores, la normativa poco exigente y, por tanto, no es necesario realizar inversiones en tecnologías limpias o en seguridad laboral para los trabajadores.
- La producción de un mayor volumen de bienes, por las llamadas “economías de escala”, lo que trae como consecuencia la fabricación de más unidades de las necesarias, lo que supone un exceso en el uso de materias primas y de energía, mayores niveles de contaminación, degradación de los ecosistemas, etc.

Aunque se han realizado esfuerzos para reducir la generación de residuos, lo cierto es que ésta sigue creciendo, alcanzando la producción diaria de residuos por habitante en España 1,29 kg.

Los embalajes representan una fracción muy importante de la bolsa de basura, entre el 25% y el 40% de los residuos en peso.

¿Todos somos igualmente responsables del agotamiento de los recursos naturales? Evidentemente, no. Si eres español necesitas más del doble de la superficie mencionada (4,65 ha) para mantener tu consumo. Y si eres peruano, tan solo 1,2 ha, lo que nos indica claramente que la distribución del consumo está seriamente desequilibrada.

La huella ecológica es un indicador definido como “el área de territorio ecológicamente productivo (cultivos, pastos, bosques o ecosistemas acuáticos) necesaria para producir los recursos utilizados y para asimilar los residuos producidos por una población dada con un modo de vida específico de forma indefinida”. Su objetivo fundamental consiste en evaluar el impacto sobre el planeta de un determinado modo o forma de vida y, consecuentemente, su grado de sostenibilidad.

Más información en: www.footprintnetwork.org y www.vidasostenible.com



Hacia patrones de consumo más sostenibles.

Los recursos naturales son limitados, no siempre se respetan los derechos humanos en los procesos de fabricación y es obvio que no por comprar más seremos más felices... Es un imperativo de nuestro tiempo modificar nuestros hábitos de consumo, bajo dos principios fundamentales:

- Corresponsabilidad: todos somos copartícipes de las consecuencias ambientales y sociales que acarrea la producción de los bienes y servicios que adquirimos.
- Una compra, un voto: los ciudadanos tenemos a nuestro alcance una herramienta fundamental de cambio social, el consumo. Al igual que como votantes acudimos a las urnas para elegir a nuestros representantes, también como consumidores tenemos la capacidad de influir en las características de los productos y servicios que elegimos, y en el comportamiento global de las empresas que los ofrecen. Si uno de los principios esenciales de todo buen negocio es adaptarse a las necesidades de sus clientes, tenemos a nuestro alcance la posibilidad de premiar a los mejores y rechazar a los peores, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medio ambientales.

Consumimos de forma sostenible cuando elegimos comprar sólo lo necesario y seleccionamos los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. La idea de consumo sostenible se refiere al conjunto de acciones que tratan de encontrar soluciones viables a los desequilibrios sociales y ambientales por medio de una conducta más responsable por parte de todos.

Consumo sostenible es consumir menos. El ciudadano puede convertir, de esta manera, su capacidad de compra en un importante instrumento de presión al ejercer la libertad de no consumir un producto, de prescindir de determinados bienes y de acabar con algunos de los comportamientos compulsivos del consumidor, implantando nuevas pautas de conducta que van a influir en el ciudadano y en las empresas productoras de los bienes y servicios.

Objetivos del consumo sostenible:

1. Satisfacer las necesidades humanas.
2. Favorecer una buena calidad de vida por medio de estándares de vida dignos.
3. Compartir los recursos entre ricos y pobres, actuar tomando en cuenta a las generaciones futuras.
4. Considerar el impacto de los productos analizando el ciclo de vida de los mismos al consumirlos.
5. Minimizar el uso de los recursos, los residuos y la contaminación.

Es fácil ejercer el consumo sostenible. Sólo hay que hacerse una serie de preguntas:

¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo?
¿Estoy eligiendo por mi mismo o es una compra compulsiva?

¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a un amigo o a un familiar?
¿Puedo pasar sin él? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo?

¿He buscado información para conseguir mejor calidad y menor precio? ¿Cómo me voy a deshacer de él una vez que haya terminado de usarlo? ¿Está hecho con materiales reciclables? ¿Las materias primas que se usaron son renovables? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo? ¿Te has informado de quién y cómo se ha realizado el producto?

¿Qué tengo que hacer para ser un consumidor responsable? A la hora de comprar recuerda:

- Debes hacerte las preguntas señaladas anteriormente y, sobre todo, si lo que vas a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o deseo, o bien si lo compras compulsivamente.
- Piensa a qué tipo de comercio quieres favorecer. No olvides que consumir productos locales, productos ecológicos o de comercio justo, productos naturales y productos reutilizados y reciclados, son sin duda las mejores opciones medioambientales y sociales.
- Infórmate acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios. Pide información. Es tu derecho.
- Asegúrate de la calidad de lo que compras, de cara a adquirir bienes más saludables y duraderos.
- Busca alternativas que minimicen la explotación de los recursos naturales: segunda mano, reutilizar, intercambios, reparación
- Haz un buen mantenimiento de las cosas y cuando acabe la vida útil de un producto, ten en cuenta las posibilidades de reciclar los materiales de que está hecho.

Criterios que debemos tomar en cuenta...

Criterios ambientales.

El llamado consumo ecológico es quizá el aspecto más conocido del consumo responsable y se puede plantear desde diferentes puntos de vista. Los criterios ambientales en la compra de determinados productos deben tener en cuenta el enfoque del ciclo de vida, que analiza los impactos ambientales de un producto desde la utilización de las materias primas de las que está compuesto hasta la gestión de los residuos, con el objetivo de minimizar sus impactos negativos para el medio ambiente:

- Reduciendo el volumen de nuestras compras.
- Eligiendo en nuestras compras productos que en su fabricación han cumplido una serie de requisitos para no generar una degradación del medio ambiente.
- Rechazando productos que en su fabricación generan un mayor consumo de recursos naturales.
- Teniendo en cuenta la posibilidad de sustituir productos contaminantes por otros naturales o biodegradables, por ejemplo en el caso de productos de limpieza e higiene personal.
- Discriminando productos que en su fabricación generan un mayor consumo de recursos naturales.
- Teniendo en cuenta la posibilidad de sustituir productos contaminantes por otros naturales o biodegradables.
- Evaluando las características de los productos, el envasado y el embalaje para evitar la generación de residuos con nuestro consumo.
- Eligiendo productos de varios usos y rechazando los de usar y tirar.
- Valorando si las empresas fabricantes y distribuidoras del producto que vamos a comprar disponen de un Sistema de Gestión Ambiental (EMAS o ISO-14001) certificado por una entidad acreditada.

¿Qué inconvenientes tiene ser un consumidor responsable?

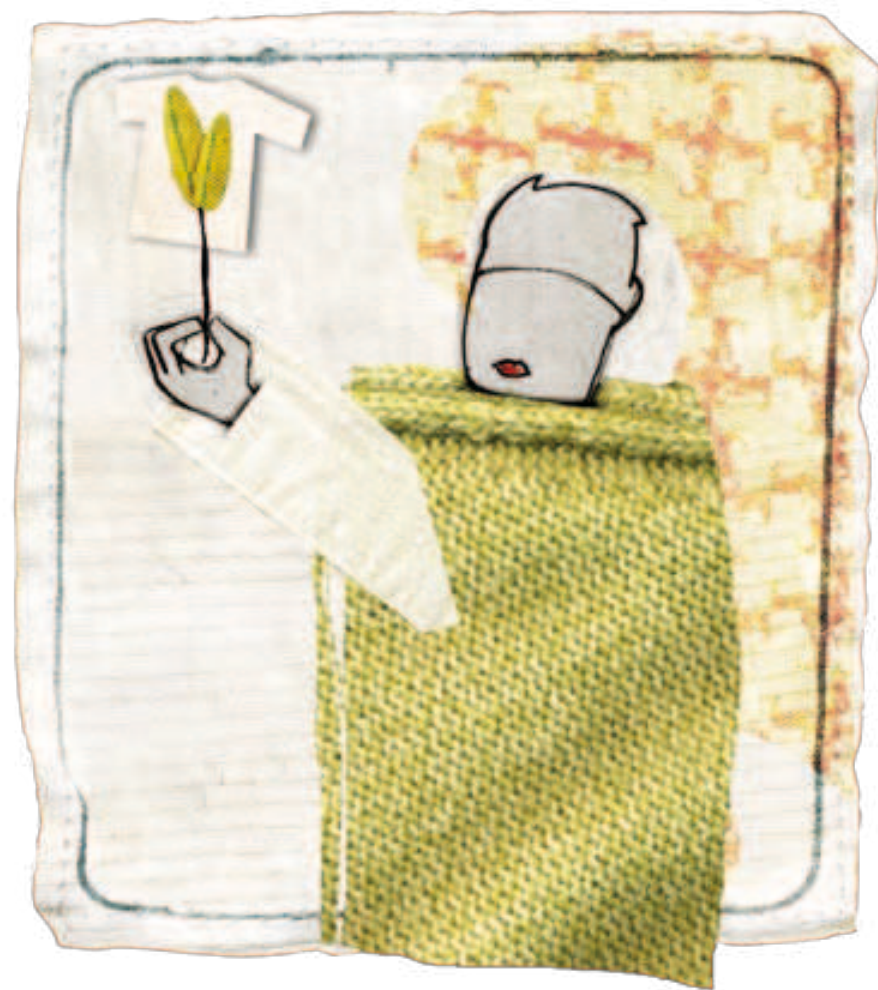
En la mayoría de los casos, llevar a cabo un consumo sostenible sólo implica realizar un cambio en nuestros hábitos de consumo que no conlleva comportamientos muy diferentes a los que ya tenemos, no produce inconvenientes considerables y no requiere esfuerzos específicos adicionales.

“Un producto ecológico es aquel que tiene un menor impacto en el medio ambiente durante todo su ciclo de vida, que cumple la misma o mejor función que un producto no ecológico y que alcanza las mismas o mejores cuotas de calidad y de satisfacción para el usuario.”

Criterios sociales y éticos.

Como consumidores y consumidoras también debemos tener en cuenta antes de adquirir un producto o servicio aspectos éticos relativos al cumplimiento de convenciones internacionales y estándares sobre condiciones laborales dignas, salarios mínimos, derechos de trabajadores y trabajadoras y lucha contra el trabajo infantil:

- Eligiendo productos que cumplen con los estándares de Comercio Justo en lo relativo a relaciones Norte-Sur para determinados productos.
- Asegurándonos de que las empresas fabricantes y proveedoras garantizan el cumplimiento de unas condiciones laborales dignas (podemos buscar si las empresas disponen de un sistema de gestión como el SA 8000 o el OSHAS 18001).
- Optando por considerar criterios sociales relacionados con el mercado laboral, priorizando la compra de productos y/o servicios elaborados por empresas de economía social, en particular aquellas que brindan oportunidades de empleo a colectivos desfavorecidos (discapacitados, personas excluidas o en riesgo de exclusión, etc.).



3 Si nuestra
ropa pudiera
hablar
¿qué nos
contaría?



Si nuestra ropa pudiera hablar ¿qué nos contaría?

Llevamos con nosotros las historias de las personas que hacen nuestra ropa.
Ally Hewson, EDUN

A todos nos gusta la ropa, todos utilizamos la ropa. Todos los días del año... Para resguardarnos del frío, para vernos y sentirnos bien, para estar cómodos, o para crear nuestra propia imagen y pronunciarnos sobre algo.

Sin embargo, nuestra ropa tiene un valor más alto del que pagamos en la tienda. Cada prenda ha llegado hasta nuestras manos después de un largo proceso de producción que tiene implicaciones ambientales y sociales muy significativas. Vamos a preguntar al pantalón que llevamos puesto su historia...

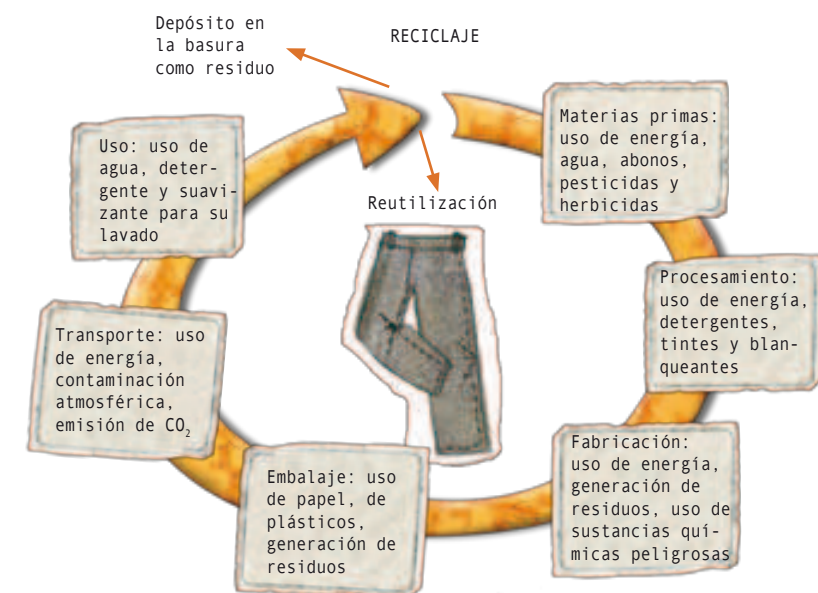
La materia prima del pantalón es el algodón (este producto cubre aproximadamente el 47% de las necesidades de materias primas del sector textil). En el cultivo intensivo es habitual la utilización de pesticidas y herbicidas peligrosos y contaminantes que envenenan a los agricultores, la tierra, el agua. También se necesitan importantes cantidades de agua.

En el procesamiento del algodón y producción del tejido se usan tintes y blanqueantes que pueden ser muy contaminantes y tóxicos para el medio físico y los trabajadores del sector.

En la fabricación del pantalón también se pueden generar impactos. Además de los consumos de energía y de recursos naturales propios de la fabricación, junto con la generación de residuos, un gran porcentaje de los trabajadores de la industria textil (se estima en un 80%) cobran salarios muy bajos, sufren discriminación y trabajan en condiciones laborales indignas.

Pero el pantalón, antes de llegar a las manos del usuario, ha sido embalado y transportado hasta la tienda donde fue comprado generando a su vez diversos impactos ambientales: generación de residuos, emisiones de gases de efecto invernadero por el transporte, consumo de energía, etc.

Por último, y cuando la prenda ya no nos sirva, la tiraremos junto con la basura convencional (quizás la reutilicemos o la reciclemos).



El consumo europeo de textil es de unos 20 kg. por persona y año, muy por encima de la media internacional, que es de unos 8 kg.

Fuente: El Sector del Algodón y la Industria Textil, Boletín nº 8, IDEAS- Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, 2005.

El textil es un sector muy importante dentro de la economía europea. Emplea a unos 2,2 millones de personas (datos de 2005 para la Europa de los 27), representando aproximadamente un 4% del valor añadido de la manufactura y un 7% del empleo en el sector industrial.

Más información: <http://ec.europa.eu>

En definitiva, podemos comprobar cómo nuestro pantalón ha podido generar diversos impactos ambientales y sociales antes de ponérselo e, incluso, una vez que deja de sernos útil.

Vamos a comprobar en detalle lo que nos cuenta una prenda de vestir sobre el medio ambiente, teniendo en cuenta la materia prima utilizada habitualmente y los impactos asociados a su producción, y sobre las personas que trabajan en la producción de estas prendas. En resumen, el motivo por el que tenemos que seguir exigiendo cambios a nuestras marcas de referencia para que cada vez sean más las empresas que practiquen los valores del desarrollo sostenible.

Sobre el medio ambiente.

El gran volumen de ropa que se produce anualmente conlleva una explotación de los recursos naturales que, en su mayoría, no se van a recuperar mediante el reciclaje.

El algodón, principal materia prima utilizada en el sector, es un cultivo intensivo que requiere el uso de abonos, herbicidas y pesticidas químicos. Además, los tintes, lavados y demás productos que dan a la prenda el toque final, son potenciales contaminantes de las aguas, los suelos y la atmósfera conteniendo incluso, en algunos casos, sustancias tóxicas para la salud de las personas.

Por otra parte, y aunque tradicionalmente la ropa sólo se producía con fibras textiles naturales, hoy en día, se utilizan cada vez más las fibras artificiales, que se obtienen mediante síntesis química de materias primas naturales, y las fibras sintéticas, que se obtienen a partir de derivados del petróleo y que generan en su procesamiento un gran impacto ambiental.

Paralelamente, la industria textil ha comenzado a realizar esfuerzos para adecuar su producción a las exigencias del desarrollo sostenible. La producción de algodón ecológico crece cada año, se investiga sobre fibras menos peligrosas para el medio ambiente y la exigencia de sistemas de gestión ambiental en las fábricas es cada vez mayor, mejorando así el uso de los recursos naturales y reduciendo la contaminación.

El algodón.

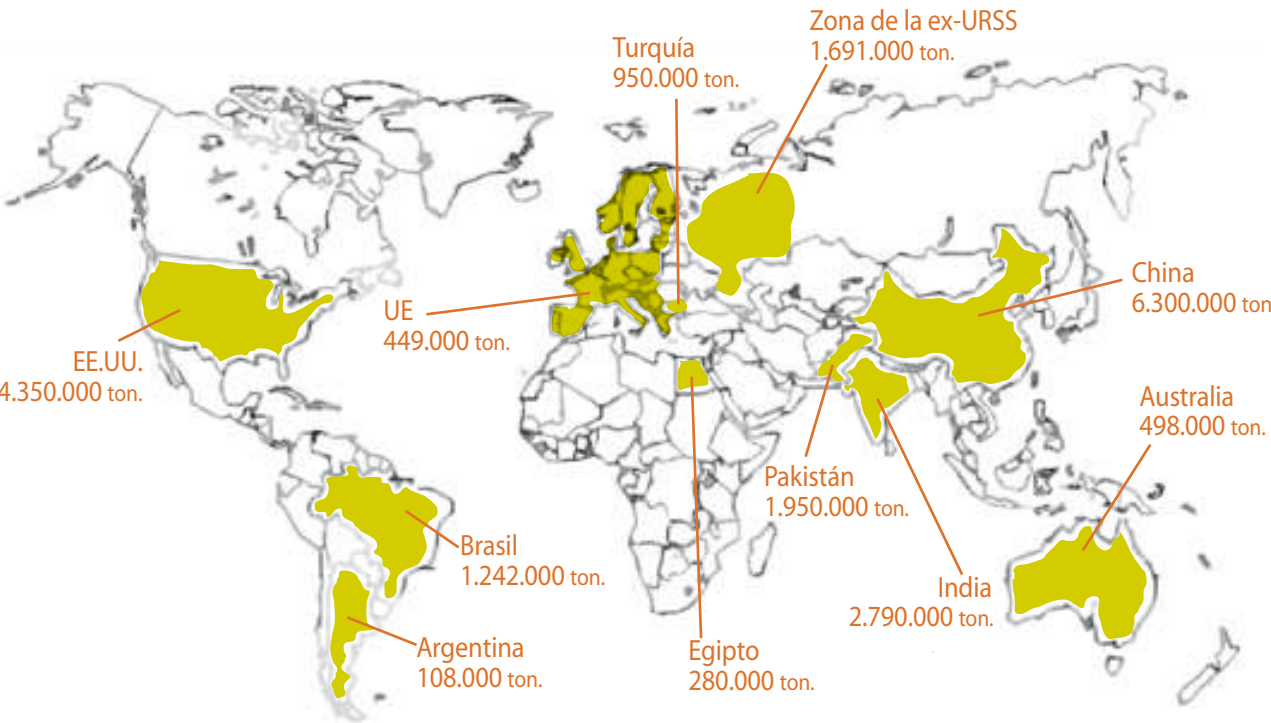
El consumo mundial de algodón alcanzó en el periodo 2004/2005 una cifra de 21,6 millones de toneladas, unas 400.000 toneladas más que en la campaña anterior (un incremento de un 2%). Esto es debido en gran medida a que entre un 40% y un 47% de los textiles están elaborados con algodón, que en el año 2004 supuso un comercio de 334.000 millones de dólares.

El algodón es una fibra altamente apreciada que se cultiva en 74 millones de hectáreas en todo el mundo, el 2,5% de la tierra cultivable mundial. Son más de 100 países en el mundo los que producen algodón, lo cual representa la actividad de 50 millones de agricultores a nivel global.

El algodón es el cultivo del que dependen numerosos países en desarrollo. Es un producto fundamental para países como India, Pakistán, los países del África Occidental, Uganda, China, y las ex-repúblicas soviéticas de Uzbekistán y Kazijstán. También se produce de manera significativa en Estados Unidos, Brasil y Turquía.

La mayoría del algodón se cultiva en tierras de regadío (el 53% de los campos de algodón) y más del 90% del algodón se produce utilizando agroquímicos, de los cuales, alrededor de un 20% se refiere a prácticas de bajo consumo.

El algodón certificado como orgánico (ecológico o biológico) actualmente representa un 0,1% del total de algodón producido en el mundo.



La agricultura convencional ligada al algodón está basada en el monocultivo, el cultivo de una misma planta durante años en la misma parcela y en parcelas contiguas en grandes extensiones de tierra, por ser muy eficaz económicamente, tanto en la gestión del terreno como en la distribución de los productos.

Sin embargo, el monocultivo facilita que los seres vivos que viven del algodón se instalen en el territorio y acaben convirtiéndose en plagas, ya sean de insectos, hongos, bacterias o de malas hierbas. Por este motivo, en las últimas décadas conforme han crecido las extensiones de monocultivo de algodón, las plagas y enfermedades han aumentado a niveles difíciles de controlar. Es decir, en gran medida, las plagas son producidas directamente por las propias prácticas de cultivo.

Datos actuales de la agencia estadounidense para la agricultura (USDA) indican que se utilizan casi 6 libras de pesticidas por hectárea de algodón (alrededor de 2,7 kilogramos).

Más información: www.usda.gov

y el aire que todos compartimos. Sólo el 1% de los pesticidas se quedan en la planta, mientras que el 99% restante contamina el medio físico en el que viven las comunidades rurales y puede llegar a la cadena alimentaria humana a través de diferentes vías, por ejemplo, con la utilización de las semillas del algodón para producción de aceite de consumo humano que se aprovecha para la producción de algunos snacks o por el consumo de agua por la cabaña ganadera.

Datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS)² indican que al año se intoxican dos millones de personas por exposición directa o indirecta a plaguicidas, muchos en países en desarrollo. Para paliar esta situación, en el año 1985, se adoptó el Código Internacional de Conducta para la Distribución y Utilización de Plaguicidas, estableciendo normas de conducta de carácter voluntario para todas las entidades públicas y privadas que intervienen en la distribución y uso de plaguicidas o tienen alguna relación. Posteriormente, el Convenio de Róterdam sobre Consentimiento y Fundamentado Previo (CFP), aplicable a ciertos plaguicidas y productos químicos peligrosos objeto de comercio internacional, introduce una lista de sustancias peligrosas que incluye 22 plaguicidas peligrosos como clorodimeform, clorobencilato, diclorido de etileno y compuestos de mercurio. También incluye fórmulas de pesticidas en polvo con una mezcla de benomilo al 7% o a concentraciones superiores, carbofurano al 10% o a concentraciones superiores y tiram al 15%.

El cuerpo de un estadounidense medio contiene residuos de 13 pesticidas químicos. Dos de ellos, los usados en el cultivo de algodón, exceden la cantidad recomendada por razones de salud.

Fuente: www.epa.gov

Y éstas sólo se pueden controlar con productos químicos como plaguicidas, herbicidas y fertilizantes. Por tanto, el sistema de producción convencional de algodón es altamente dependiente de estos productos químicos. La utilización de grandes cantidades de productos químicos ha incrementado el rendimiento de la producción de todo el mundo pero ha supuesto un enorme impacto en el territorio en el que se han utilizado y en las personas expuestas a los mismos.

No sólo se trata de la cantidad de pesticidas que se utilizan, sino también del tipo de impactos. Los pesticidas no se acaban en la valla de la explotación agrícola, sino que afectan al suelo, el agua

Precisamente, los plaguicidas alta y extremadamente peligrosos de la lista de OMS (Clase IA, extremadamente tóxicos, e IB, altamente tóxicos) son ampliamente utilizados en el algodón. Además, hay que tener en cuenta que en los países en desarrollo, que suponen un alto porcentaje de la producción de algodón, se aplican incluso productos químicos que han sido prohibidos en Europa y Estados Unidos por su alta peligrosidad para la salud humana. Los problemas de salud por intoxicaciones son comunes en el caso de la producción del algodón, sobre todo en zonas donde los cultivadores no son conscientes del peligro, no se dispone del equipamiento adecuado o no pueden permitírselo, zonas con escasez de agua potable o sin atención médica. Un peligro asociado es el de la utilización de los envases de pesticidas como instrumento de transporte y almacenaje de alimentos y agua destinada al consumo humano.

Por otro lado, la necesidad de ser competitivos en el mercado ha generado un interés por el aumento de la productividad, que ha fomentado también la utilización de cultivos transgénicos que se caracterizan por niveles peligrosamente altos de homogeneidad genética (poniendo en riesgo la biodiversidad). Los cultivos modificados genéticamente pueden llegar a contaminar los cultivos ecológicos, poniendo en riesgo su viabilidad frente a la agricultura convencional (como, de hecho, ya ha ocurrido con otros productos como el maíz).

En el caso del algodón que se genera en España, en gran medida, se cultiva en la provincia de Sevilla, con unas cifras de producción de unas 90.000 toneladas anuales. Como en el conjunto de la Unión Europea, la legislación comunitaria está generando

do cambios en el modelo productivo siguiendo los criterios de la producción agrícola integrada⁴ que, sin llegar a los estándares del certificado ecológico, limita el uso de pesticidas y fertilizantes químicos y hace una gestión más sostenible del cultivo que la convencional.

El textil y el agua.

Otro impacto significativo ligado al cultivo de algodón es la necesidad de grandes cantidades de agua que se requieren para el crecimiento de las plantaciones de regadío (el 53% respecto del total).

Existen diversas estimaciones sobre la necesidad de agua en todo el ciclo de vida de una prenda, desde que se cultiva el algodón hasta que nos la ponemos después de comprarla. Teniendo en cuenta las estimaciones realizadas por la Universidad de Twente (Holanda) en colaboración con Unesco- IHE (Institute for Water Education), en todo el proceso productivo de una camiseta se utilizan alrededor de 2.700 litros de agua. Y para producir un kilogramo de tela de algodón 11.000 litros⁵.

Según la empresa pública de desarrollo agrario y pesquero de la Junta de Andalucía (DAP), en el mejor de los casos, son necesarios 1.200 litros de agua por kilogramo de algodón producido.

Más información: www.dap.es

Además de la producción agrícola, el procesamiento del algodón requiere grandes cantidades de agua. En el proceso de lavado para quitar las impurezas se generan importantes cantidades de residuos grasos que pueden originar episodios de contaminación orgánica generando la disminución de oxígeno del agua.

Asimismo, en el proceso de blanqueo, la industria textil utiliza a menudo sustancias cloradas que, convertidas en compuestos organoclorados, son vertidos en algunos casos sin ninguna medida de control.

Para tener en cuenta:

- *El algodón usa el 22,5% de los insecticidas mundiales y el 10% de los pesticidas, pero supone sólo el 2,5% de la superficie cultivable.*
- *En el mercado norteamericano, 7 de los 15 químicos más utilizados son ‘posible’, ‘probable’ o ‘conocidos’ cancerígenos.*
- *Sustancias químicas peligrosas como los Chlorpyrifos³ se usan en la producción del algodón en los países del oeste de África.*
- *Los agricultores de algodón de países en desarrollo que utilizan pesticidas, habitualmente, presentan síntomas de fatiga, tensión muscular, garganta seca, mareos, insomnio, visión borrosa, dolor de cabeza, náuseas y picores en la piel.*
- *En el país africano de Benin, los pesticidas utilizados en la producción del algodón fueron la causa de la muerte de, al menos, 61 personas entre los años 1999 y 2000.*
- *Se estima que alrededor de 25 millones de agricultores sufren problemas de salud por pesticidas al año.*
- *China reconoce entre 30.000 y 40.000 casos de envenenamiento cada año.*

*Fuente: Dress sense, a consumer guide to shopping for organic clothing and textiles. PAN UK.
www.pan-uk.org/Projects/Cotton/ConsumerGuide/index.html*

Para tener en cuenta:

- *El algodón modificado genéticamente (Bt) necesita más agua que otras variedades.*
- *Se estima que el algodón modificado genéticamente se cultiva en un 20% de las hectáreas destinadas a esta producción y, en el caso de EEUU, supone más de un 70%.*

²Más información sobre este tema en: www.who.int/es/ y www.fao.org/DOCREP/006/Y4544S/Y4544S00.HTM

³Tóxico en contacto con la piel y por ingestión. La sustancia puede causar efectos en el sistema nervioso, dando lugar a fallos respiratorios. La exposición a altas concentraciones puede producir la muerte. Los efectos pueden aparecer de forma no inmediata. Muy tóxico para los organismos acuáticos.

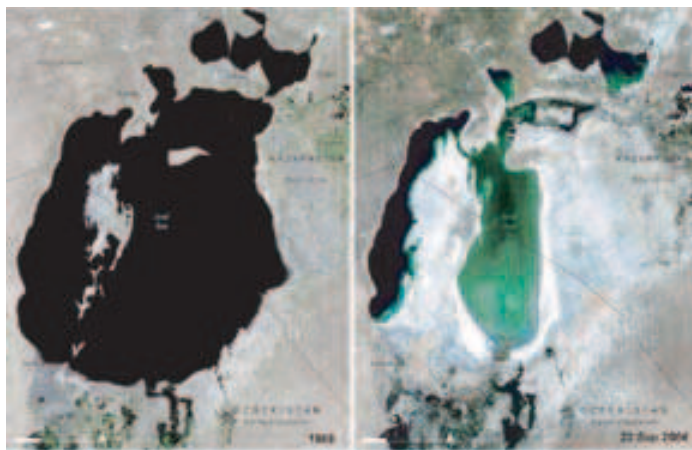
⁴Más información en: www.mapa.es/es/agricultura/pags/ProduccionIntegrada/Int.htm

⁵¿Quieres conocer el uso de agua asociado a tu consumo? Tienes más información en: www.waterfootprint.org

La necesidad de recursos hídricos ha generado en algunos países productores de algodón verdaderos problemas ambientales y sociales. Una consecuencia extrema de esta situación la encontramos en el modelo productivo de algodón en la URSS, que ahora ha continuado en las repúblicas independientes de Asia Central. La producción de algodón requiere el 85% del agua disponible. Resultado: el Mar de Aral se ha reducido en la actualidad a sólo el 15% de su volumen original, secando 40.000 km² (una superficie mayor que la de Suiza).

El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) describió en 1991 la situación del Mar de Aral como “uno de los más espantosos desastres del siglo XX”.

Más información: Revista Ecología Política, número 33, 2007. www.ecologiapolitica.info



Imágenes del Mar de Aral tomadas desde satélite en 1986 y septiembre de 2004 respectivamente
Fuente: UNEP. www.unep.org

Sustancias tóxicas.

En los procesos industriales del sector textil se utilizan habitualmente sustancias químicas peligrosas, fundamentalmente en los tratamientos de blanqueo y tintado de los tejidos. En algunos casos, estas sustancias pueden resultar tóxicas para la salud de los trabajadores y para los consumidores, así como potenciales contaminantes del medio ambiente.

Sólo en el mercado europeo existen unas 100.000 sustancias químicas diferentes, que se mezclan para formar millones de productos o preparados comerciales. Sin embargo, nunca se han analizado los efectos para la salud y el medio ambiente de más del 90% de todas las sustancias químicas que se comercializan hoy en Europa.

Muchos productos textiles contienen algunas sustancias químicas peligrosas que, incluso aunque estén perfectamente integradas en los productos que las contienen, pueden liberarse a lo largo del tiempo como consecuencia del uso, originando daños en nuestra salud. También se pueden liberar al medio ambiente durante su proceso de producción y al final de su vida útil (cuando se convierten en residuos), teniendo la capacidad de generar daños en la naturaleza.

Como consumidores, deberíamos informarnos sobre algunas sustancias utilizadas por la industria textil, y evitarlas:

- Plomo, níquel y cromo VI: se usan en tintes, pigmentos, pinturas y plásticos de vinilo. Estas sustancias se relacionan con procesos alérgicos, intoxicaciones del sistema nervioso central y con el cáncer (potenciales sustancias carcinogénicas⁶).
- Arilaminas: son productos de degradación de los tintes azoicos. Son sustancias carcinogénicas.
- Ftalatos: se usan con el PVC como base para estampar. Algunos ftalatos son tóxicos para el sistema reproductor, tienen impactos negativos en el desarrollo y son disruptores endocrinos⁷.
- Compuestos perfluorados (PFC): se usan como impermeabilizantes y en acabados anti-mancha. Estas sustancias persisten en el medio ambiente⁸ y son bioacumulativas⁹. También pueden aumentar la absorción y toxicidad de otras sustancias tóxicas presentes.

⁶Las sustancias y preparados que por inhalación, ingestión o penetración cutánea puedan producir cáncer o aumentar su frecuencia.

⁷Son sustancias químicas capaces de alterar el sistema hormonal y ocasionar diferentes daños sobre la salud a dosis muy bajas, en general muy por debajo de los límites de exposición legalmente establecidos.

⁸Son sustancias que permanecen en el medio natural, no se degradan fácilmente y por tanto permanecen en el agua o suelo durante muchos años.

⁹Sustancias que se acumulan en los tejidos grasos de los organismos y, por tanto, en la grasa de las personas y de los animales que consumimos, pudiendo provocar graves daños a la salud.

- Alquilfenoles: están en algunos detergentes industriales. Son disruptores endocrinos, persistentes, bioacumulativos y tóxicos para la vida acuática.
- Formaldehído: muy utilizado para acabados *easy care* o de mantenimiento fácil. Es una sustancia corrosiva para los ojos, la piel y el tracto respiratorio. El contacto repetido o prolongado puede producir sensibilización cutánea y respiratoria. La sustancia es probablemente carcinógena para los humanos y puede causar daño genético.
- Pirorretardantes bromados PRBs (éteres difenil polibromados o EDPBs, hexabromociclododecano o HBCD y tetrabromobisfenol A o TBBPA): usados en tejidos de decoración (alfombras), muebles tapizados y plásticos para contrarrestar la propagación de incendios. La mayoría de los PRBs son persistentes y bioacumulativos, y varios de ellos han sido identificados como disruptores endocrinos.
- Compuestos organoestánicos: Son usados en agentes antibacterianos y catalizadores en la producción de plásticos. Son persistentes, bioacumulativos y se cree que interfieren con el sistema endocrino. El tributilestaño (TBE), usado como tratamiento contra los ácaros y el moho en algunas moquetas y pavimentos de PVC, está clasificado como “perjudicial en contacto con la piel, tóxico si se ingiere, irritante para los ojos y la piel” y representa un “peligro de dañar gravemente la salud por exposición prolongada mediante inhalación o ingestión”.

Para ordenar en parte el uso de sustancias químicas en Europa, el 1 de junio de 2007 entró en vigor el Reglamento (CE) 1907/2006 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, relativo al registro, la evaluación, la autorización y la restricción de las sustancias y preparados químicos, conocido como REACH. La norma introduce el principio de precaución y establece un marco para la sustitución de las sustancias más peligrosas en el caso de existir alternativas viables más seguras en el mercado¹⁰.

A partir de ahora serán los productores de las sustancias químicas, y no las administraciones públicas, quienes tendrán que demostrar que una sustancia no es peligrosa ni supone una amenaza para la salud o el medio ambiente antes de ponerla en el mercado. Las empresas que quieran producir o importar alguna de las sustancias presentes en el mercado europeo en cantidades superiores a las diez toneladas (en la actualidad, unas 12.500 sustancias) tendrán que realizar una evaluación de los riesgos para la salud y el medio ambiente, lo que implica la obligación de incluir un informe de seguridad química que presentarán a la hora de registrar la sustancia.

El Reglamento REACH reconoce que los consumidores y consumidoras tienen el derecho a la información de una mayor variedad de sustancias químicas peligrosas, y de exigir la introducción o la supresión de sustancias químicas del marco legislativo. REACH obliga a las empresas a contestar en 45 días las solicitudes de información sobre si un determinado producto de consumo contiene alguna “sustancia extremadamente preocupante”.

La UE publicará su primer listado de “sustancias extremadamente preocupantes” (un proceso que empezará en junio de 2009), de tal forma que alguien que compre un producto en el mercado de la UE podrá contactar con los distribuidores y los fabricantes y solicitar información sobre la presencia de las sustancias problemáticas en productos de consumo que figuran en el listado.

La Agencia Europea de Productos Químicos (Annankatu 18, 00120 Helsinki, Finlandia) administrará todos los aspectos técnicos, científicos y administrativos del sistema REACH a nivel comunitario, con la intención de asegurarse de su buen funcionamiento y credibilidad entre todos los implicados.

Más información: http://ec.europa.eu/echa/home_es.html

¹⁰Más información sobre el Reglamento REACH en: http://ec.europa.eu/news/environment/070601_1_es.htm

Sobre las personas.

Actualmente, el sector del algodón y la industria textil dan trabajo a más de 100 millones de personas en el Planeta, entre agricultores y obreros, siendo uno de los sectores industriales de mayor importancia en cuanto a la utilización de mano de obra, sobre todo en países en vías de desarrollo.

El modelo de cultivo intensivo en mano de obra tiene sus detractores y sus defensores. Estos últimos lo consideran positivo para las comunidades rurales ya que se crean puestos de trabajo en zonas que, de otra forma, tendrían altas tasas de desempleo o simplemente quedarían desiertas produciendo migraciones hacia las ya masificadas ciudades, con las consiguientes consecuencias para el desarrollo rural.

La sostenibilidad económica debe ser también parte de la ecuación. Normalmente se calcula el rendimiento de las tierras poniendo en relación la producción con el número de hectáreas. Sin embargo, este cálculo no tiene en cuenta los resultados netos reales para las economías y el desarrollo rural, puesto que no valora el impacto sobre la salud, el medio ambiente (biodiversidad, agua, aire, calidad de la tierra) y el valor que la actividad agrícola proporciona a las economías locales a través de los servicios y estructuras ligados a la producción. Los impactos positivos o negativos sobre la población rural y las migraciones deben ser considerados también en el cálculo de la sostenibilidad económica.

Una de las dificultades más acuciantes en el sector viene dada por la fuerte crisis en los precios causada por la sobreproducción de algodón y los subsidios a la exportación de los Estados Unidos y la Unión Europea, que afecta directamente a los agricultores de países como India, Pakistán o Uganda, puesto que son altamente dependientes del algodón como materia prima de exportación.

Unido a este problema, el fenómeno de la deslocalización ha tenido como consecuencia el traslado de la industria a países con costes de producción más bajos: China, Tailandia, Bangladesh, Marruecos, Guatemala, etc. Las empresas transnacionales aprovechan las limitaciones que existen en estos países en materia de legislación ambiental, laboral y fiscal, así como la falta de control sobre las condiciones de producción, para reducir los costes derivados de la protección de las personas y el medio ambiente.

Como resultado, se producen violaciones de los derechos fundamentales de las personas mediante la imposición de largas jornadas laborales, sueldos bajos y retraso en los pagos, ausencia del derecho de asociación y sindicación, trabajo infantil, ausencia de derechos sanitarios, etc. Se estima que la situación de precariedad laboral o de ausencia de derechos humanos en

este sector afecta al 80% de los trabajadores de la industria textil que produce para las grandes cadenas multinacionales.

De los más de 25 millones de trabajadores y trabajadoras de la industria textil mundial, el 90% son mujeres jóvenes y tres de cada cinco no tienen contrato ni ningún tipo de prestación social. Sus salarios constituyen, a lo sumo, el 5% del precio final de la ropa, calzado o complementos que se venden en las tiendas y grandes superficies de los países desarrollados.

Vamos a preguntar a nuestra ropa y profundizar en alguna de estas cuestiones.

Relaciones Norte - Sur.

La industria de la moda, del calzado y del material deportivo es una actividad que se encuentra concentrada en manos de unas pocas empresas multinacionales, la mayoría de ellas europeas y norteamericanas. A pesar de ello, su producción está concentrada en determinadas zonas del planeta donde se localizan las grandes bolsas de mano de obra barata y con escasos derechos laborales.

La producción de ropa para estas grandes transnacionales está controlada por otras empresas intermediarias, desconocidas para la inmensa mayoría de consumidores y consumidoras, que se encargan de servir los pedidos a las firmas europeas y norteamericanas. En su gestión empresarial trasladan los riesgos y las presiones derivadas de la producción a las trabajadoras y trabajadores. Son estos últimos los que sufren la espiral de reducción de costes de producción y de los plazos de entrega que imponen las firmas de moda, asumiendo horarios extensos, salarios de miseria, inexistencia de contratos y total flexibilidad y disponibilidad.

Estas prácticas llevan a que la producción textil desaparezca paulatinamente de los países del norte y se desplace a países empobrecidos del Sur. Las dinámicas de concentración de tierras, la expulsión del campesinado hacia las ciudades y la precarización de las condiciones de vida de los pueblos indígenas, facilitan una mano de obra barata y disponible. Además, las políticas comerciales y los planes de ajuste estructural impuestos por los organismos fuerzan a los países en vías de desarrollo a ser permisivos con la legislación ambiental y con la presión impositiva. En este contexto surgen las:

- Zonas Francas: territorios delimitados en los que existen beneficios tributarios como la exención de derechos de importación de mercancías o de algunos impuestos que se promocionan para atraer inversiones y capital extranjeros. En la práctica, en estas zonas no existe el suficiente control gubernamental e, incluso, se dan situaciones de complicidad por parte de las autoridades locales con las empresas instaladas en cuanto al cumplimiento de la legalidad, por ejemplo, en cuanto a derechos laborales.
- Maquilas: son fábricas destinadas a la producción de manufacturas textiles para la exportación, donde se realizan trabajos mecánicos y con pocos requerimientos tecnológicos. Estas instalaciones se suelen ubicar en zonas francas, donde disfrutan de las ventajas apuntadas.

“Cerca de 84.000 niños trabajan en horrendas condiciones en campos de cultivo de semilla de algodón en el Estado indio de Andhra Pradesh, al servicio de empresas locales o de filiales de multinacionales como Monsanto, Bayer y Unilever. Un 70% de los niños trabajan para pagar adelantos o deudas contraídas por sus padres, algunos son víctimas del tráfico de personas desde otras localidades y viven en los propios campos de cultivo.”“En los Estados de Gujarat y Karnataka, unos 117.000 menores de quince años se encuentran en la misma situación”.

Fuente: “Trabajo infantil en la producción de algodón híbrido en Andhra Pradesh”, 2004. Comité Indio de Países Bajos (ICN) y Fondo Internacional por los Derechos Laborales.

Más información: www.laborrights.org/

Khadija Mensaouri, 35 años, soltera, obrera en la fábrica el Clinic Dress.

“Cobro una media de 1.700 dirhams (unos 151 euros) por mes y llego a 2.000 cuando hago horas extra. Me retirán un impuesto de celibato y nunca entendí por qué. Yo pago un alquiler de 500 dirhams, más una media de 300 dirhams en agua y electricidad”.

Nadia El Melih, 33 años, divorciada, dos niños, obrera en la fábrica el Clinic Dress.

“Gano 1.700 dirhams (unos 151 euros) al mes. Vivo en la casa de mi madre y no pago alquiler, pero gran parte de mi dinero lo gasto en las farmacias, porque mis dos niños tienen graves problemas de salud. Además tengo su carga escolar. Mi sueldo nunca nos llega hasta fin del mes, siempre tengo deudas y debo pedir prestado a mis vecinos y a mi tendero cada mes”.

Fuente: Mujeres encadenas: Relatos, testimonios y análisis de las condiciones de trabajo de las mujeres obreras del textil en Tánger. Asociación Attawassoul, Tánger, Marruecos, Febrero 2004, para SETEM Catalunya.

Soumeya El Alaoui, 19 años, obrera en Fadatex.

“Siempre hacemos horas extras, 2 ó 3 horas al día, y nos pagan la proporción normal. Entro en la fábrica a las 7 de la mañana y no salgo hasta las 19:30 h. Nos obligan a hacer horas suplementarias. Si no, corro el riesgo de ser despedida al día siguiente”.

Lamia Saoudi, 32 años, soltera, obrera en Marocstar.

“Durante las fiestas y el verano, el jefe intenta recuperar el tiempo perdido de los días de vacaciones. Nuestras horas extras se multiplican. Durante este periodo, sufrimos más presión verbal y más insultos”.

Fuente: Mujeres encadenas: Relatos, testimonios y análisis de las condiciones de trabajo de las mujeres obreras del textil en Tánger. Asociación Attawassoul, Tánger, Marruecos, Febrero 2004, para SETEM Catalunya.

Los principales convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) son:

- Convenio sobre el trabajo forzoso, 1930.
- Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación, 1948.
- Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva, 1949.
- Convenio sobre la igualdad de remuneración, 1951.
- Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso, 1957.
- Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación), 1958.
- Convenio sobre la edad mínima, 1973.
- Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil, 1999.

Más información: www.ilo.org/global/lang-es/index.htm

norte de África o el Sudeste Asiático. Como resultado, es habitual que se deba abandonar el trabajo en las maquilas entre los 25 y los 30 años debido al desgaste y cansancio crónico que sufren en sus puestos de trabajo.

Muchas veces no existen contratos formales de trabajo, por lo que el empleador puede despedir a sus trabajadoras sin ningún tipo de indemnización. Las jornadas de trabajo suelen ser de entre 12 y 14 horas, con un día de descanso semanal o una semana de vacaciones al año. Se exigen cuotas diarias de producción muy altas, obligando a las trabajadoras a hacer un gran número de horas extras, que normalmente no se contabilizan ni se pagan.

Los sindicatos suelen estar prohibidos o no están consolidados ya que estas formas de empleo desincentivan la organización sindical por el temor que no les renueven sus contratos si se afilian a un sindicato.

Las maquiladoras se organizan. La organización COMUN trabaja en la promoción de los derechos laborales desde el año 2000. Inicialmente fue un grupo que editaba la revista “Vida en La Maquila” dedicada específicamente a la realidad de las maquiladoras, concentrándose en el Valle de Sula donde se ubican el 85% de las maquilas de Honduras. Desde 2005, organiza la Escuela de Comunicación “Graciela García” para la capacitación de líderes comunitarios y obreros y obreras de la maquila.

Más información: <http://www.honduraslaboral.org/>

conducta con el fin de asegurar el cumplimiento de unas condiciones laborales dignas y evitar el trabajo infantil. Esta situación hizo pública una realidad, el trabajo infantil en el sector textil. Por un lado, en la agricultura y en el cultivo del algodón y, por otro, en las fabricas textiles.

Condiciones laborales.

Lejos de ser un motor de desarrollo, la industria textil se ha convertido en una fuente de precariedad en muchos países. La presión de las grandes marcas por conseguir unos precios competitivos en el mercado y unas condiciones de entrega de las manufacturas cada vez más ventajosas, provocan que los propietarios de las maquilas trasladen la inestabilidad, la inseguridad y la explotación al eslabón más débil de la cadena, las trabajadoras y los trabajadores.

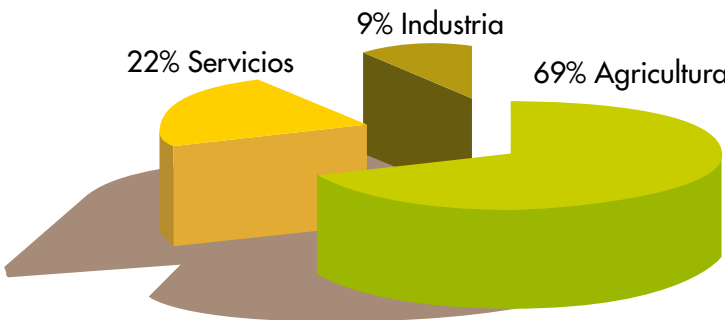
Las condiciones de trabajo en las maquilas son difíciles. La mayoría de las trabajadoras del sector textil son mujeres que cobran unos sueldos que no llegan a cubrir sus necesidades. La edad en la que se comienza a trabajar es temprana, y es habitual encontrar niñas de entre 12 y 14 años en las fábricas y talleres de América Central, el

Las maquilas no están tan lejos de nosotros, la mayoría de la ropa que usamos está producida en países del Sur. Y algunas firmas españolas fabrican sus prendas utilizando este tipo de prácticas. En un estudio realizado por la organización no gubernamental Setem en el marco de la Campaña Ropa Limpia¹¹ se denunciaba que determinadas firmas españolas subcontratan su producción en talleres que no tienen en cuenta los derechos humanos y los derechos laborales.

Otra práctica laboral inhumana se vincula a la producción textil. En la década de los 90 se hicieron públicas las denuncias a conocidas empresas de ropa deportiva por la utilización de mano de obra infantil en los talleres en los que fabricaban sus productos. Muchas de estas empresas reaccionaron y optaron por elaborar códigos de

Aunque la OIT ha observado un descenso del 11% a escala mundial del número de niños y niñas que trabajan entre 2000 y 2004, todavía son más de 218 millones¹². Cerca del 70% lo hacen en la agricultura de subsistencia, los niños y niñas trabajan durante muchas horas, se exponen a cambios climáticos, realizan trabajos pesados, operan maquinaria sin preparación ni protección, y están expuestos a riesgos para su salud por la manipulación de pesticidas, por lo general, sin contar con protección.

Sectores de actividad del trabajo infantil. Fuente: Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC): www.oit.org.pe/ipec/



Ante la explotación infantil, la responsabilidad debe ser asumida por las fábricas locales contratadas por las empresas transnacionales, por las autoridades de los países productores y por las marcas que se benefician a costa de las paupérrimas condiciones de salud y trabajo.

No obstante, el trabajo infantil no afecta en exclusiva a los países del Sur. Según un informe realizado en el año 2000 por UNICEF, a petición del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, en España trabajaban alrededor de 170.000 niños y niñas (incluyendo sólo los que trabajaban 3 ó más horas al día durante 5 días a la semana). El resultado fue que, entre los niños y niñas escolarizadas, alrededor de 100.000 se dedicaban a las tareas domésticas, 15.000 trabajaban en negocios familiares, unos 10.000 en la agricultura y ganadería, 4.600 en talleres o fábricas y 2.000 en la venta ambulante¹³.

Por último hay que destacar que, unido a lo anterior, la salud laboral no siempre es la prioridad. Además de los riesgos para la salud de los agricultores y productores del algodón, la larga cadena que nos permite tener en nuestro armario diferentes prendas textiles entraña otros peligros para la salud de los trabajadores.

Por ejemplo, la utilización de sustancias cloradas para el blanqueamiento del algodón puede entrañar riesgos para la salud de las personas que manipulan estos productos (irritación de los ojos, vías respiratorias, de la piel e, incluso, a niveles más elevados quemaduras). En los centros de teñido se utilizan disolventes, fijadores y tintes sintéticos potencialmente peligrosos para la salud. Aunque algunas de estas sustancias químicas ya no se usan en EE.UU.

En 1996 los sindicatos contribuyeron a dar a conocer la incidencia del trabajo infantil en el sector de la producción de balones de fútbol de Pakistán. A partir de 1997, la OIT por intermedio del IPEC, colaboró con el Gobierno de Pakistán, la FIFA, la Federación Mundial de la Industria de Artículos Deportivos (WESG), los sindicatos, los fabricantes, la organización Save the Children, UNICEF y otras organizaciones no gubernamentales para eliminar el trabajo infantil del sector de la producción de balones de fútbol en el distrito de Sialkot, Pakistán.

En 1996, se calculaba que 7.000 niños trabajaban cosiendo balones de fútbol. Se procedió a trasladar la producción desde los hogares a centros de cosido y, a partir de marzo de 1999, los supervisores del IPEC no volvieron a encontrar casos de trabajo infantil en los centros de cosido de los fabricantes que participaban en el proyecto.

Fuente: From stitching to school: Combating child labour in the soccer ball industry in Pakistan, IPEC, 2005.

¹¹Más información sobre la Campaña Ropa Limpia en: www.ropalimpia.org

¹²El Informe Global “La eliminación del trabajo infantil, un objetivo a nuestro alcance” fue presentado el 4 de mayo de 2006 en el marco de la XVI Reunión Regional Americana de la OIT realizada en Brasília. Más información: www.oit.or.cr/ipec

¹³“El trabajo infantil en España”, UNICEF, Materiales de Trabajo, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2000, Madrid.

Naima Chouchen, 43 años, casada, 3 niños, obrera de una pequeña fábrica.

"Trabajamos sentadas todo el día, con la cabeza agachada para hacer los agujeros. Cuando levanto mi cabeza, siempre estoy mareada. Podemos ir al baño 2 veces por día, la cabeza, los ojos y la espalda me duelen a menudo. Durante un tiempo, hemos trabajado en el mismo tiempo en que los pintores repintaban el taller. Muchos cayeron enfermos debido a los olores de aceite y los productos decapantes".

Fuente: Mujeres encadenas: Relatos, testimonios y análisis de las condiciones de trabajo de las mujeres obreras del textil en Tánger. Asociación Attawassoul, Tánger, Marruecos, Febrero 2004, para SETEM Catalunya.

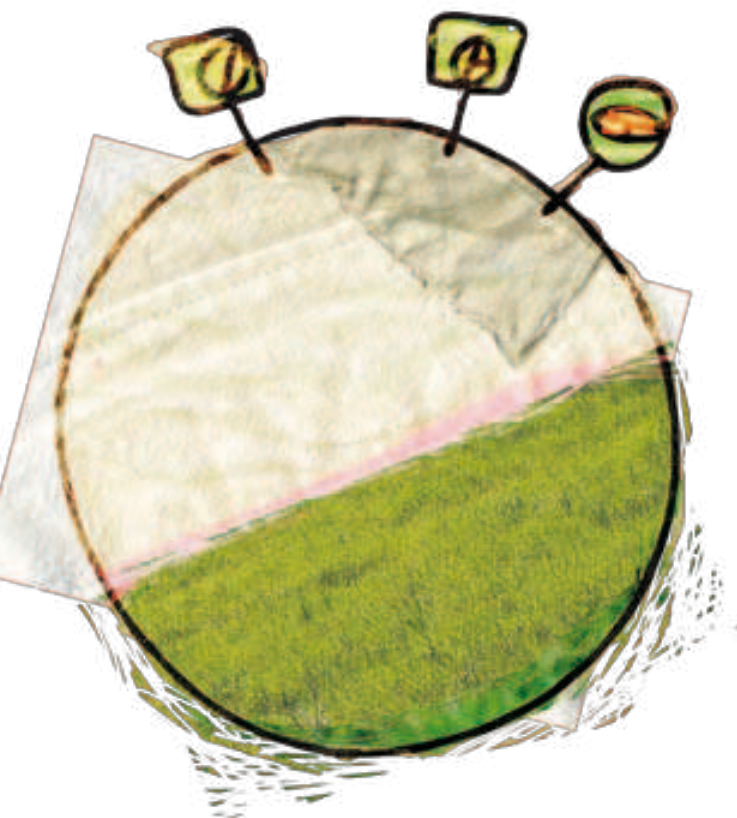
o en Europa, o se hace con las medidas correctas de seguridad, algunas industrias textiles que se han trasladado a Asia, donde se ha producido una rápida expansión del uso de tintes sintéticos en los talleres de confección, las siguen utilizando.

En cuanto a las maquilas, las principales afecciones que se producen en la salud de las trabajadoras son dolencias renales, ya que suele estar restringido y vigilado el uso de los lavabos, y problemas psicológicos. Otros factores de riesgo son las elevadas temperaturas, la mala iluminación y la ausencia de salidas de emergencia en caso de incendio o accidente.

En el año 2006, un incendio en un taller textil ubicado en una zona residencial de Buenos Aires destapo la existencia de una extensa red de talleres de producción textil y de calzado que operaban de modo clandestino con mano de obra en situación de "esclavitud" y que afectaba a alrededor de 120.000 personas. Con jornadas laborales de entre 12 y 18 horas diarias, los talleres trabajaban para empresas mayoristas textiles así como para conocidas marcas de ropa. Algunas de esas prendas tenían un valor de mercado de unos 200 dólares, pero a quienes las confeccionaban les pagaban sólo el equivalente a unos 50 centavos de dólar.

Fuente: www.rel-uita.org

26



4
¿El cambio ha
comenzado?
El camino
de la
sostenibilidad.

¿El cambio ha comenzado? El camino de la sostenibilidad.

Caminante no hay camino, se hace camino al andar...
Antonio Machado, Cantares....



No todo son impactos. El cambio se ha iniciado y algunas empresas y compañías del sector textil y de la moda están incorporando criterios de sostenibilidad. Un amplio abanico de campañas e iniciativas sobre reciclaje, mejoras del impacto ambiental, promoción de derechos sociales, etc., se han puesto en marcha en todo el mundo. Diseñadores, grandes marcas y minoristas, así como sindicatos, administraciones públicas y organizaciones sociales se han involucrado en este proceso.

Ya ha comenzado a investigarse la utilización de otras materias primas diferentes al algodón y las fibras sintéticas. De hecho, la industria de la moda está introduciendo el uso fibras vegetales con menor impacto ambiental como el cáñamo, el bambú y la ortiga, fibras artificiales derivadas de recursos renovables como la viscosa, el rayón, las fibras Ingeoc y el reciclaje de materiales plásticos y del caucho.

También se está avanzando en la producción de algodón sostenible, es decir, con certificado ecológico y en la introducción de prácticas de agricultura integrada.

Por otra parte, la industria textil ha comenzado a introducir la gestión ambiental en la toma de decisiones empresariales, teniendo en cuenta principios y políticas que contribuyan a un sistema económico justo y ecológico, reduciendo en la producción los vertidos, las emisiones y la contaminación del aire, la generación de residuos y promoviendo el uso eficiente de los recursos naturales. Las empresas del sector comienzan a contar con sistemas de gestión ambiental siguiendo la Norma ISO-14001:2004¹⁴ o el Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Medioambiental (EMAS)¹⁵.

Pero además, y con carácter voluntario, comienza a haber proyectos empresariales que inciden en el principio de reducción de lavados y acabados, en el principio de sustitución de sustancias químicas peligrosas por sustancias no tóxicas, de bajo impacto ambiental, y tintes naturales y en la reducción de embalajes.

En 1994 se puso en marcha en Koussanar, Senegal, un proyecto para el cultivo del algodón ecológico. Los agricultores se organizaron en grupos por aldeas, unidos en una federación que se ha extendido a 57 pueblos y casi 1.000 productores. Además, han conseguido extender su actividad a la manufactura textil y el cultivo de otros productos como el arroz y las verduras, beneficiosos para el crecimiento de la economía local y completamente ecológicos. La seguridad alimentaria, la reducción de la pobreza, el desarrollo de la comunidad y la mejora de la situación de la mujer que se han derivado de este proyecto, son claros ejemplos del éxito del cultivo ecológico.

Fuente: Dress sense, a consumer guide to shopping for organic clothing and textiles. PAN UK, www.pan-uk.org/Projects/Cotton/ConsumerGuide/index.html

¹⁴Información sobre las normas ISO en: www.iso.org/iso/home.htm

¹⁵Información sobre EMAS en: <http://europa.eu/scadplus/leg/es/lvb/l28022.htm>

No obstante, lo óptimo para una marca de moda es realizar una gestión integral de la sostenibilidad, que opere en todos los aspectos de su gestión, desde el tipo de tejido utilizado hasta la gestión de las prendas una vez desechadas, pasando por el empaquetado y los accesorios, teniendo en cuenta las relaciones con los clientes y las trabajadoras y trabajadores. En este sentido, las marcas y empresas de la moda ya han comenzado a elaborar códigos de conducta, que recogen los compromisos éticos y sociales de la producción, y memorias sociales o de sostenibilidad, en las que explican su comportamiento social y medioambiental. De esta manera, el consumidor tiene a su alcance datos para poder discriminar entre las diversas marcas del mercado.

La moda que incorpora criterios de sostenibilidad, por tanto, debe tener en cuenta:

- Las relaciones Norte-Sur, favoreciendo relaciones comerciales justas con los países productores (comercio justo).
- Los derechos laborales, fomentando las condiciones laborales dignas para las trabajadoras y los trabajadores a lo largo de todo el proceso productivo, la inversión en la comunidad, la contratación de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión, etc.
- Al cliente, respetando, valorando y teniendo en cuenta el cuerpo humano en el diseño, las tallas, las formas y las texturas, evitando la discriminación y los riesgos para la salud, asegurando el fácil mantenimiento y la durabilidad de las prendas.

Al igual que en relación con la gestión ambiental, ya es posible certificar la mejora de manera continua de las condiciones de trabajo de las trabajadoras y trabajadores a través de la implantación y certificación de un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo basado en la Norma OHSAS 18001 o en el sistema de gestión SA 8000¹⁶.

De la misma manera, el Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE (FLO) garantiza una producción conforme a los criterios internacionales de comercio justo FAIRTRADE. El sello solamente se concede a productos y no hace valoración alguna sobre las compañías o las organizaciones que los venden¹⁷.

En 1964 la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) realizó su primera reunión bajo el lema “Comercio, no ayuda”, donde se definieron una serie de propuestas a favor de nuevas relaciones entre los países ricos y los empobrecidos. Las resoluciones, vetadas por ocho de los países más ricos, implicaban, entre otras acciones, la activación de mecanismos comerciales más justos. Dentro de este contexto surgió el movimiento del Comercio Justo, cuyas relaciones comerciales deben cumplir las siguientes normas:

- Garantizar a los productores y productoras un salario y unas condiciones laborables justas.
- Asegurar que los niños y niñas no sean explotados; éstos pueden ayudar a sus familias, pero en ningún momento se pondrá en riesgo su desarrollo y se asegurará su educación, descanso y el ocio propio de su edad.
- Las organizaciones productoras deben destinar una parte de sus beneficios a las necesidades básicas de sus comunidades: sanidad, educación, agua, saneamiento y seguridad alimentaria.
- El comercio justo debe contribuir al desarrollo de toda la comunidad.
- El funcionamiento de las organizaciones productoras debe estar basado en la participación y la democracia y velará por la igualdad entre hombres y mujeres.
- Las relaciones comerciales se basarán en el diálogo, la transparencia y el respeto mutuo, asegurando que estas relaciones sean a largo plazo y garanticen el pago una vez formalizado el contrato.
- La producción se realizará garantizando la protección del medio ambiente.
- Los productos de comercio justo serán elaborados bajo normas de calidad.

Más información en: www.sellocomerciojusto.org

¹⁶Más información: www.aenor.es
¹⁷Actualmente existen 17 categorías de productos que pueden recibir el Sello FAIRTRADE, entre ellos, el algodón. FLO tiene previsto aumentar el número de productos que pueden recibir la certificación.
Más información en: www.sellocomerciojusto.org/es

La oferta se mueve y se convierte en impulsor del cambio. La industria textil ha comenzado a asumir el papel que juegan y pueden jugar en la construcción de un desarrollo sostenible, actuando sobre la producción y la puesta en el mercado de bienes y servicios con criterios de sostenibilidad, estimulando la creación de valor para el conjunto de la sociedad en la que se inserta la empresa y gestionando adecuadamente las expectativas que sobre su actividad tienen los sectores sociales concernidos.

Pero también la demanda se mueve. Y el consumidor ha comenzado a asumir la capacidad que tiene para movilizar la demanda y ejercer su poder de arrastrar a la cadena de proveedores, de fabricantes, de distribuidores y de comerciantes hacia la sostenibilidad¹⁸.

También las Administraciones Públicas¹⁹ han comenzado a actuar sobre la oferta estimulando la misma con diversas iniciativas legislativas o por el establecimiento por parte de éstas de políticas de contratación pública que promuevan la demanda de bienes y servicios sostenibles y, por tanto, estimulen la producción de los bienes demandados (que por extensión se sumarán a la oferta de productos en general).

A continuación, y sin pretender realizar un listado exhaustivo, apuntamos algunas buenas prácticas que se están desarrollando en el ámbito de la moda.

Impulsores del cambio.

Algunas iniciativas surgen por la influencia de la sociedad civil organizada (ONGs, sindicatos, organizaciones de consumidores, fundaciones, entre otros). Estas campañas buscan, principalmente, la reivindicación de los derechos sociales de los trabajadores y trabajadoras, la disminución de la utilización de materias primas y sustancias que puedan generar gran impacto ambiental y la reutilización y reciclaje de las prendas de vestir usadas.

Desde hace años, Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (IDEAS) comercializa una colección de ropa de comercio justo procedente de la India, con la colaboración de la organización Diseño para el Desarrollo. IDEAS es una organización de comercio justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de comercio justo, economía solidaria y consumo responsable, tanto en el ámbito local como internacional.

Más información: www.ideas.coop

La Campaña Ropa Limpia (CRL) es una coalición internacional de organizaciones no gubernamentales, sindicatos y organizaciones de consumidores presente en 13 países europeos que denuncia desde principios de los 90 las condiciones laborales de los trabajadores y trabajadoras de la industria textil. CRL busca informar a los consumidores para que conozcan la realidad de la producción de las prendas (salarios bajos, muchas horas de trabajo, represión de los derechos sindicales, discriminación sexual, etc.) y aprovechar el poder de los consumidores para provocar mejoras sociales. En el Estado está coordinada por SETEM²⁰.

Más información: www.ropalimpia.org y www.setem.org

¹⁸Entendida en el sentido amplio de educación para la sostenibilidad, teniendo en cuenta la protección ambiental, el desarrollo económico y la justicia social.
¹⁹Hay que tener en cuenta que el volumen de contratación de las Administraciones Públicas representa en términos generales entre el 16 y 18% del PIB.
²⁰La Campaña Ropa Limpia ha editado una guía sobre el sector textil que se puede descargar en la página web: www.pangea.org/setem/pdf/GuiaConsumoRopa.pdf

En 2006, Ágatha Ruíz de la Prada, Anke Schölder, Antonio Pernas, Carlos Díez, Carmen March, David Delfín, Hannibal Laguna, Ion Fiz, Jocomomola, Josep Abril, Juana Martín, Juanjo Oliva, La casita de Wendy, Loc-king Shocking, Luxoir y Txell Miras aceptaron el reto de diseñar prendas sin tóxicos para la Campaña Moda sin Tóxicos de Greenpeace. Con la ayuda de Inditex, han analizado tejidos y han buscado tejidos similares libres de níquel, plomo, cromo VI, formaldehído, ftalatos y arilaminas.

Por otro lado, Greenpeace ha lanzado el juego “Viste a Modasín”, una herramienta educativa que muestra a los adolescentes qué sustancias pueden encontrarse o utilizarse en la fabricación de las prendas que se suelen usar a diario.

Más información: <http://archivo.greenpeace.org/moda-Sin/index.htm>

La Fundación Cáritas de Aragón por el Empleo, apoyado por el programa comunitario Equal, ha lanzado el programa de inserción sociolaboral de ámbito regional A todo trapo. Este programa pretende, en parte, corregir algunas desigualdades generadas en el acceso al mercado de trabajo de los colectivos más desfavorecidos o en riesgo de exclusión social (mujeres, jóvenes, inmigrantes, disminuidos físicos y psíquicos, etc.).

El proyecto recupera ropa usada, reciclándola para luego ponerla a la venta en un comercio central que vende, a precios sociales, la ropa que se prepara en los talleres repartidos por Aragón.

Más información: www.caritas-zaragoza.org

People Tree tiene como objetivo favorecer el crecimiento de los países en vías de desarrollo y la conservación del medio ambiente. Para ello comercializa productos textiles ecológicos procedentes del comercio justo.

El algodón ecológico que utilizan en sus procesos productivos proviene de pequeños agricultores de la India que obtienen un precio más justo y otro tipo de beneficios adicionales que contribuyen a la mejora de las condiciones económicas y sociales de su comunidad. Además, en la elaboración de sus prendas utilizan tintes naturales o, en su defecto, tintes de bajo impacto sobre el medio ambiente y sobre la salud.

Más información: www.peopletree.co.uk

Las Iniciativas multistakeholders se constituyen con el objetivo de integrar a las empresas junto con todas las partes implicadas en los procesos de la moda sostenible como organizaciones no gubernamentales, sindicatos y universidades, con el fin de mostrar su grado de compromiso con los derechos laborales de las trabajadoras y los trabajadores en todas las fases de su cadena de producción. Entre estas asociaciones, destacan la Fair Labor Association (a la que pertenece H&M) y la Ethical Trading Initiative (de la que son miembros Inditex, Gap y Adolfo Domínguez, entre otros).

Más información: www.fairlabor.org y www.ethicaltrade.org

Las Administraciones Públicas han comenzado a utilizar la contratación pública como herramienta para integrar criterios ambientales, sociales y éticos en la compra o contratación de obras, bienes o servicios. Se pueden encontrar iniciativas que incluyen estos criterios entendiendo que su incorporación supone, además de ventajas desde el punto de vista ambiental y social, beneficios directos de las propias administraciones, que van desde ahorro por la reducción del consumo de recursos naturales hasta la mejora de la imagen pública, pasando por un posicionamiento privilegiado en relación a las nuevas exigencias que en materia de contratación pública prevé la nueva legislación.

En el contrato de suministro de vestuario de verano y de invierno de alta visibilidad (en los años 2005 y 2006) del Instituto Municipal de Parques y Jardines del Ayuntamiento de Barcelona se han introducido cláusulas éticas que obligan a los proveedores de este tipo de ropa a respetar las normas básicas del trabajo reconocidas por la OIT a lo largo de todo el proceso de producción del artículo, independientemente de la localización de la fabricación.

La empresa adjudicataria del concurso presentó un certificado de auditoría externa para acreditar el respeto de los derechos básicos de la OIT. Esta buena práctica se ha extendido en el 2006 a contratación de ropa de los operarios de parking, la grúa municipal y los operarios del zoológico.

Más información: www.bcn.es

La Xarxa per la Compra Pública Ètica (Red Catalana por la Compra pública Ètica), es una iniciativa que nació en el 2004 con el objetivo de introducir criterios éticos y ambientales en la compra de los uniformes de los trabajadores de las administraciones públicas de Cataluña.

En la actualidad se encuentran adheridos a esta red los ayuntamientos de Barcelona, Girona, Vilanova i la Geltrú, Badalona, Bagà, Manresa, Sant Boi de Llobregat, Tarragona, Cambrils, Sant Quirze del Vallés, Mataró, Sant Adrià del Besòs, así como la Diputación de Barcelona y la Generalitat de Catalunya.

Más información: www.comprapublicaetica.cat

El Departamento de Medio Ambiente del Gobierno de Aragón ha editado el documento “Compras Verdes: catálogo de productos y proveedores de Aragón”. El catálogo realiza un análisis de las posibilidades que tienen a su alcance las diferentes administraciones públicas para introducir criterios ambientales y sociales en el suministro de diferentes productos y servicios, entre éstos la ropa de trabajo.

También se incluyen una serie de fichas con información sobre proveedores y distribuidores de ropa con criterios sociales y ambientales en Aragón.

Más información: www.aragon.es

La industria textil también está impulsando iniciativas para introducir la sostenibilidad en los procesos productivos a través de campañas e iniciativas sobre reciclaje, mejoras del impacto ambiental, promoción de derechos sociales, etc.

Empresas como H&M, Nike, Reebok y Levi Strauss han comenzado a utilizar algodón ecológico en algunos modelos de sus colecciones mediante programas planificados y de mejora continua. En esta tarea han contado con el apoyo de la organización internacional Organic Exchange.

Más información: www.organicexchange.org

Marcas de algodón biológico como Fox-Fibre de Organic Cotton Colours S.L. cumplen determinados requisitos ambientales superiores al certificado de algodón ecológico como, por ejemplo, periodos de cadencia de tres a diez años en los campos de cultivo previos a la plantación orgánica para depurar la tierra de posibles agroquímicos, franjas de seguridad alrededor de los cultivos y control biológico de las plantaciones.

Más información: www.fox-fibre.com

La empresa de ropa de montaña y tiempo libre Patagonia investiga de manera continuada sobre la fabricación de fibras elaboradas reciclando otros materiales como latas y botellas, cuyos resultados implementa en sus propias prendas (por ejemplo la fibra polar synchilla). Además, Patagonia lleva más de una década utilizando algodón ecológico en su colección y dona un porcentaje de sus ventas a organizaciones ambientales.

Más información: www.patagonia.com

Los zapatos y complementos producidos por Terra Plana están fabricados teniendo en cuenta en todo el proceso productivo la utilización de materiales ecológicos como tintes vegetales, goma y espuma reciclada, y piel libre de cromo. Evalúan regularmente nuevas técnicas con el objeto de minimizar el uso de materiales nocivos y la emisión de residuos y son revolucionarios en la utilización del eco-cuero, un derivado de la piel obtenido mediante la mezcla de fibras de cuero y fibras que se recuperan de tejidos usados, rehilados y retejidos.

Más información: www.terraplana.com

Ya se pueden encontrar en el mercado marcas de calzado Bioworld, Dippner, Natural Law Shoes, Dansko, Birkenstock, fabricadas con materiales 100% naturales y sin sustancias químicas peligrosas como el pentaclorofenol, el sulfato de níquel, el plomo o los azocolorantes. También utilizan para las suelas goma reciclada, caucho natural, látex, etc. Los hilos de coser y cordones son de fibras naturales (algodón, lino, cáñamo, etc.) y las pieles se curten con métodos vegetales, sin el uso de metales pesados, pigmentos ni disolventes.

Más información: www.bioworldshoes.com-www.dippner.es-www.naturalshoes.es-www.painsko.com

El Instituto Tecnológico Textil (AITEX) ha lanzado la etiqueta Made in Green que certifica que, en toda la trazabilidad del producto, éste ha sido fabricado en centros de producción donde se respeta el medio ambiente y los derechos humanos de los trabajadores y trabajadoras. La exención de sustancias nocivas sobre producto queda definida y controlada por el sistema de certificación Öko-Tex Standard 1000.

Más información: www.madeingreen.com/es/home.html y www.aitex.es/tecnologiaindirecta/oekotex/

Desde hace varios años, París acoge el Ethical Fashion Show, un certamen de referencia para diseñadores que respetan el medio ambiente y los derechos de las personas, sin por ello dejar de elaborar prendas de moda atractivas y de diseño.

Más información: www.ethicalfashionshow.com

¿Qué me puedo
poner hoy?
Infórmate
antes de
elegir.



¿Qué me puedo poner hoy? Infórmate antes de elegir.

El verdadero progreso social no consiste en aumentar las necesidades, sino en reducirlas voluntariamente, pero para eso hace falta ser humildes.
Gandhi

Todos somos corresponsables de las consecuencias sociales y ambientales que acarrea la producción de los bienes y servicios que adquirimos. Sabemos que los recursos naturales son limitados, que no siempre se respetan los derechos humanos en los procesos de fabricación y que, además del precio, se pueden y tienen que evaluar otros factores de compra.

No por comprar más seremos más felices... Es el momento de modificar nuestros hábitos de consumo.

Consumimos de forma responsable cuando elegimos comprar sólo lo necesario y seleccionamos los productos y servicios teniendo como referencia la calidad y el precio, pero también el impacto ambiental y social que genera su producción, y la conducta de las empresas que los elaboran.

Cuando te pones una prenda textil, cuando compras un pantalón o una camisa, puedes ayudar a mejorar las condiciones de millones de productores agrícolas y trabajadores textiles en el mundo y contribuir a reducir el consumo de recursos naturales y proteger el medio ambiente a través de tu opción de consumo.

A continuación te damos algunas pistas...

Reduce tu consumo.

Para realizar un consumo responsable, lo primero es reducir el volumen de tus compras. Piensa siempre antes de comprar si realmente necesitas la prenda que has visto, analiza si lo que vas a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o deseo, o bien si lo compras compulsivamente. Puedes buscar respuestas a las siguientes preguntas:

Los principios del consumo responsable, las 5 erres:

- **Reducir:** compra sólo lo necesario, no te dejes influir por las campañas publicitarias, y elige productos duraderos, a la larga, te saldrán más baratos.
- **Responsabilizar:** compra no sólo teniendo en cuenta la calidad y el precio sino también su impacto ambiental y social.
- **Reciclar:** separa y tira al contenedor que corresponda.
- **Reutilizar:** no tires lo que puede servir para más usos.
- **Reclamar:** pregunta, insiste, pide, súmate a las campañas... tu voz hace también que las cosas cambien. Y ejerce tus derechos como consumidor.

¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo? ¿Estoy eligiendo por mi mismo o es una compra compulsiva? ¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a un amigo o a un familiar? ¿Puedo pasar sin él? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo

Ten en cuenta que puedes intentar crear tu propia moda y que, si necesitas un vestido o traje para una sola ocasión como fiestas, celebraciones y cócteles, puedes intercambiar con familiares y amigos una prenda.

Antes de comprar:

- 1- Me informo y actúo.
- 2- Me pregunto siempre ¿lo necesito?
- 3- Intercambio con amigos y familiares.
- 4- Lo hago yo mismo con prendas que ya no utilizo o ropa que mis amigos no usan.

38

Durante la compra ten en cuenta...

Cuando compres, piensa en tu opción.

- Qué tipo de comercio quieres favorecer. No olvides que consumir productos locales, ecológicos o de comercio justo, productos naturales y productos reutilizados y reciclados, son sin duda las mejores opciones.
- Infórmate acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios. Pide información. Es tu derecho.
- Asegúrate de la calidad de lo que compras, de cara a adquirir bienes más saludables y duraderos.
- Busca alternativas que minimicen la explotación de los recursos naturales: segunda mano, reutilizar, intercambios, reparación, etc.

¡No lo olvides! ...Tienes a tu alcance prendas realizadas con materias primas más sostenibles.

[Algodón certificado como ecológico o al menos, de agricultura integrada (IPM/ICM). La producción ecológica tiene unas características específicas de cultivo certificando la ausencia de fertilizantes químicos, insecticidas, pesticidas u otros productos contaminantes desde la siembra hasta la recolección. El algodón ecológico se produce en sus colores naturales, crudo, verde y marrón.

La ropa fabricada con este tipo de algodón está normalmente certificada por alguno de los organismos autorizados como SKAL o IMO. En ocasiones el certificado no aparece en la prenda, pero el fabricante nos garantiza la procedencia de las fibras a través de otros certificados de agricultura ecológica como el USDA Organic de EEUU.]

A la hora de comprar:

- No tengo en cuenta la publicidad y las marcas, elijo lo que de verdad me gusta.
- Busco en el pequeño comercio local y en talleres de jóvenes diseñadores que producen localmente y me cuentan cómo lo hacen.
- Leo la etiqueta. En el etiquetado de composición se nos informa de las fibras de las que esta compuesta. El etiquetado de conservación nos da instrucciones sobre cómo deben tratarse las prendas para su mantenimiento y conservación.
- Si la etiqueta no contiene toda la información que deseo conocer para realizar mi compra, pregunto al personal de la tienda.
- Valoro el compromiso social y ambiental de la empresa a la que estoy comprando, evaluando positivamente aquellos productos textiles que cuenten con ecoetiquetas que certifiquen sus buenas prácticas en aspectos ambientales y/o sociales.
- Busco empresas con certificaciones ambientales y sociales como la Norma ISO-14001:2004, el EMAS, la Norma OHSAS 18001 o en el sistema de gestión SA 8.000.
- Elijo tejidos naturales (lana, algodón, lino, yute, etc.) en vez de sintéticos (nylon, lycra, etc.). Son más fáciles de reciclar y menos contaminantes, tanto en su producción como en su gestión como residuo.
- Tengo en cuenta la posibilidad de comprar ropa o calzado realizado con materiales reciclados.
- No compro pieles especiales. Algunas especies como la nutria, el lince o la marta están en peligro de extinción y son muy apreciadas en la realización de abrigos y otras prendas.
- Compró ropa de Comercio Justo porque respeta los derechos laborales y sociales de los trabajadores y favorece relaciones justas entre el Norte y el Sur.
- Tengo en cuenta la posibilidad de comprar ropa de segunda mano.
- Valoro la posibilidad de comprar productos elaborados por empresas de economía social, en particular aquellas que brindan oportunidades de empleo a colectivos desfavorecidos.

[Fibras naturales de bajo impacto ambiental como el cáñamo, el bambú y la ortiga.

El bambú necesita cuatro veces menos agua que el algodón en su producción y se utilizan pocos agroquímicos en su cultivo. Marcas como Skunk Funk y Etam han utilizado bambú para algunas de sus prendas.

La fibra del cáñamo es muy estable, duradera, con escaso impacto ambiental y no requiere pesticidas ni químicos para su cultivo. Por su cultivo y tratamiento natural, la ropa de cáñamo es muy adecuada para pieles sensibles. Se puede combinar con algodón, seda, viscosa y lana.]

[Otras fibras naturales: lana, seda y lino.

El pelo de la oveja y de otros animales, como por ejemplo la llama, la alpaca, la vicuña o la cabra, es un buen aislante térmico. Hoy en día existen una treintena de razas de oveja (la lana más común) de las que se obtiene lana, y también existen métodos de ganadería ecológica, que permite obtener una lana con menor impacto ambiental.

La seda es una fibra con la que se tejen telas de alta calidad y gran resistencia, se hila a partir de los filamentos que se extraen de los capullos del mal llamado “gusano de seda”, por que en realidad es una oruga. La seda tiene un brillo natural, una buena absorción de la humedad y una alta resistencia, comparable a los hilos de poliamida y el poliéster.

Los tejidos de lino se obtienen del tallo de la planta y es una fibra natural resistente y suave. El lino es más resistente que el algodón pero menos elástico. Estas características lo hacen fácilmente arrugable.]

39

[Fibras artificiales derivadas de recursos renovables como la viscosa, el rayón, las fibras Ingeo y Lyocell.]

[Materiales reciclados.

Se están utilizando fibras de vidrio o plástico reciclado como polietileno (PET) para elaborar productos nuevos. De esta manera, se evita utilizar recursos naturales y alargaremos la vida útil de productos ya fabricados. Pata-gonia, Demano, Freitag y Vaho son algunas empresas que trabajan con materiales reciclados.]

Etiquetas de productos ecológicos

Oeko-Tex Standard 100 es un distintivo de carácter europeo que garantiza la ausencia de sustancias nocivas en los productos textiles. La etiqueta Oeko-Tex Standard 100 es concedida por los doce Institutos de Investi-gación Textil asociados a la Asociación Internacional. Más información: www.oeko-tex.com



La certificación NOP-USDA, emitida por el Agricultural Marketing Service del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, es de aplicación obligatoria para todos los productos orgánicos que se vendan e im-porten a los EEUU. Para que los productos puedan llevar sello deben haber pasado una inspección y logrado la certificación siguiendo los estándares del Programa Nacional Orgánico. Más información: www.ams.usda.gov/nop

Etiquetas de procesos ecológicos



La etiqueta ecológica de la Unión Europea se puede aplicar a los productos textiles incluyendo prendas de vestir y accesorios, fibras, hilos, telas y textiles para interiores, excepto recubrimientos para paredes y pisos.

Esta etiqueta también es aplicable a todas las categorías de calzado, incluido el calza-do deportivo, infantil, de trabajo y de uso profesional. Más información: www.eco-label.com/spanish

Made in Green (Certificada por AITEX, la Asociación de Investigación de la Industria Textil) acredita productos textiles ecológicos y socialmente responsables. Es una mar-ca que certifica que en los centros de fabricación y durante toda la cadena de pro-ducción se respeta el medio ambiente y los derechos humanos de las trabajadoras y trabajadores. Más información: www.madeingreen.com



La certificación SKAL acredita una producción ecológica. La certificación es la ga-rantía de que el producto está exento de pesticidas, agroquímicos o cualquier otra sustancia tóxica para el organismo humano y que puede alterar el carácter ecológico del producto. La certificación abarca la fase agrícola y la de transformación industrial. Más información: www.skal.com

Oeko-Tex Standard 1000 es un distintivo de carácter europeo que garantiza la ausencia de sustan-cias nocivas en los productos textiles durante todo su proceso de producción y transformación, has-ta llegar al consumidor final. Supone un complemento a la norma referida al producto Oeko-Tex Standard 100, ya que en este caso se trata de un sistema de análisis, auditoria y certificación para empresas a lo largo de toda la cadena textil. Más información: www.oeko-tex.com



La inspección y certificación IMO acredita la producción de fibras naturales de acuerdo con están-dares ecológicos, el cumplimiento con las directrices de la Asociación Internacional de la Industria Textil Natural (IVN) y otros estándares ecológicos globales en todas las etapas de proceso dentro de la cadena textil. Más información: www.imo.ch

Etiquetas de comercio justo



El Sello Internacional de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE (FLO) garantiza una produc-ción conforme a los Criterios Internacionales de Comercio Justo FAIRTRADE fijados por FLO. El sello solamente se concede a productos y no hace valoración alguna sobre las compañías o las organi-zaciones que los venden. Más información: www.fairtrade.net



RUGMARK es un distintivo que garantiza que en la producción de las alfombras no ha intervenido mano de obra infantil y han sido confeccionadas por adultos remunerados de manera digna. Más información: www.rugmark.de

Tienes otras posibilidades a tu alcance, la ropa de segunda mano.

Cada vez son más las tiendas de ropa vintage o de segunda mano. Y cada vez están más de moda. En países como Holanda o Reino Unido esta ropa lleva años siendo una de las tendencias más modernas. Además de alargar la vida útil de pantalones, ca-misas y abrigos y ahorrar recursos naturales, podemos encon-trar piezas originales para nuestro estilo.

Promociona y ten en cuenta el comercio local.

El pequeño comercio, con sus tiendas únicas y especializadas, y la ropa a medida que aún elaboran sastres y costureras, pueden ser una buena y original opción antes de optar por la oferta de las grandes firmas textiles. Este tipo de negocios suelen ser fa-miliares y dinamizadores de las economías locales.

Si puedes permitirte, no dejes escapar la posibilidad de en-contrar prendas atípicas y especiales en las pequeñas tiendas de jóvenes diseñadores locales. Suelen trabajar con peque-ñas producciones en talleres cercanos, con mayor garantía de respeto a los derechos laborales, económicos y sociales de las trabajadoras y trabajadores, y un respeto por la legislación am-biental. Además, el consumo local evita los impactos generados por el transporte desde los centros de producción.

Un ejemplo lo puedes encontrar en el colectivo Modale-na que era, en origen, un colectivo de artistas vinculado@s de una u otra manera tanto a la creación y diseño textil (moda) como al barrio de la Madalena de Zaragoza. De ahí su denominación. En este momento, Modalena es, a la vez, una asociación de artistas y el evento anual que hasta ahora es su principal referente público como tal colectivo.

Ya han pasado por Modalena no sólo artistas de toda la ciudad, sino procedentes de o afincados en el resto de Aragón, de la península y de Europa. Pero ha querido conservar el vínculo aunque sólo sea conceptual con la Madalena, como barrio/símbolo de mestizaje cultural y creación de alternativas culturales y sociales.

Más información: www.modalena.com/

Después... Alarga la vida útil.

Alarga el tiempo de uso.

Podemos alargar la vida útil de nuestra ropa si tomamos en cuenta una serie de indicaciones en cuanto a su conservación y las instrucciones de la etiqueta en cuanto al lavado y planchado de la misma.

- Hay que seguir las recomendaciones que se indican en la etiqueta en cuanto al lavado y planchado de la prenda.
- Es conveniente mantener seca y ventilada la ropa sucia hasta el momento de lavarla, de lo contrario la humedad puede ocasionar la aparición de moho y mal olor.
- Antes de lavar las prendas vacíe los bolsillos, desabroche los botones y levante los cuellos de las camisas y trajes.
- No hay que aplicar el detergente directamente sobre la prenda, ya que puede mancharla y desgastarla más rápidamente.
- En el caso de utilizar blanqueadores, lejías, suavizantes u otros limpiadores específicos, es necesario leer antes las instrucciones del producto y usar sólo la cantidad indicada. Hay que asegurarse de que es recomendable el uso del producto en la prenda.
- Es conveniente utilizar la lavadora con agua fría o templada.
- Hay que seleccionar el ciclo de lavado que corresponda a la tela de las prendas.
- En el caso de la ropa confeccionada con dos o más fibras, es recomendable seguir las indicaciones de cuidado y conservación de la fibra predominante en la prenda, es decir, la de mayor porcentaje en su composición textil.
- Si la etiqueta de la prenda indica que únicamente se debe lavar en seco, llévela a la tintorería.
- Ya sea a mano o en la lavadora, las prendas blancas o delicadas deben lavarse por separado de la ropa de color que puede decolorarse.
- Los jerséis, las mantas, los calcetines y las prendas que “sueltan pelusa” deben lavarse por separado, para evitar que dañen o apelmacen otras prendas.
- Al tender la ropa, hay que evitar el secado al sol de manera directa, sobre todo la ropa de color.

Por último, es importante señalar que las prendas se pueden arreglar. Podemos aprender a coser, es fácil. De esta manera podremos solucionar la mayoría de rotos, descosidos y demás percances que puede sufrir nuestra ropa. Y si no, podemos recurrir a talleres de arreglo.

 Se puede utilizar secadora	 Temperatura máxima 200° C	 Lavar en medio acuoso
 No utilizar secadora	 Temperatura máxima 150° C	 Temperatura máxima de lavado
 Secar colgado	 Temperatura máxima 110° C	 No secar la ropa en centrifugado
 Tender sin escurrir	 No planchar	 Lavar sólo a mano
 Secar sobre una superficie plana sin exprimir		 Prohibido lavar con agua
		 Puede utilizar cloro y blanqueadores
		 No usar cloro ni blanqueadores

Cuando ya no me vale.

Una vez que la ropa o el calzado ya no sirven, no se debe tirar sin más junto con los residuos domiciliarios.

- No se deben tirar las prendas que están en buen estado simplemente porque “ya no está de moda”. La ropa que ya no me vale puede servir a otras personas. Para ello, se puede depositar en tiendas de segunda mano u organizaciones que la recuperan.
- Otra opción es pasársela a otra persona a la que le pueda resultar útil. De hermanos mayores a pequeños, entre amigos.
- Se puede reutilizar la ropa inservible para otros usos, como por ejemplo trapos de cocina que se pueden hacer con los retales.
- En algunos municipios de Aragón puedes depositar de manera selectiva la ropa, evitando su vertido en el vertedero. Infórmate en tu ayuntamiento o comarca.



¿Dónde puedo consumir moda sostenible?

A continuación se presenta un listado con una serie de productos, tiendas y marcas relacionadas con la moda que reúnen características de sostenibilidad. Así, hemos elaborado una clasificación en base a tres criterios. En primer lugar, la posibilidad de adquirir las prendas o los zapatos en un establecimiento comercial. En segundo lugar, cuando la posibilidad de compra es a través de Internet. Y en tercer lugar, si la oferta es de prendas de segunda mano.

Este listado no es excluyente. No quiere decir que otras marcas y en otras tiendas no se puedan encontrar prendas que cumplan con los criterios de la sostenibilidad. No obstante, esta relación de prendas, marcas y tiendas te pueden ofrecer una primera aproximación a un modelo de consumo más responsable.

Aunque no hemos incluido en esta lista tiendas de jóvenes diseñadores locales y el pequeño comercio que elabora la ropa a medida, no debes renunciar a las posibilidades que te ofrecen. Ten en cuenta que su oferta puede ser muy atractiva y, en muchos casos, más sostenible que otras prendas.

En establecimientos comerciales.

Ropa y complementos

H&M

Los productos elaborados con algodón ecológico están identifica- dos con etiquetas específicas para que el consumidor pueda dis- tinguirlo con claridad. Entre estos productos encontramos tónicas, ‘leggings’, blusas y prendas para adolescentes y bebés.

Direcciones:

- Centro Comercial Augusta
Avenida de Navarra, 180, 50010, Zaragoza. - tel. 901 120084
- Centro Comercial Grancasa
Calle Mª Zambrano, 35, 50015, Zaragoza. - Tel. 901 120084

DECATHLON

Esta marca ofrece diversos productos producidos con al- godón ecológico. En ropa de caza, el pantalón NA MIB 300 y la camiseta NAMIB 100 (Geologic Hiking). En producto para fitness, mujer y hombre, la línea Domyos.

Direcciones:

- Centro Comercial Grancasa
Calle Mª Zambrano, 35, 50015, Zaragoza.
- Centro Comercial Plaza
Avenida Diagonal, Plaza Parcela AC.2.1, 50012, Zaragoza.

ZARA

Se pueden adquirir camisetas de algodón orgánico. Estas pren- das están identificadas con una reseña en la etiqueta.

Direcciones

- Calle Delicias, 50, 50017, Zaragoza.
Sección: niños.
- Paseo de Las Damas, 4, 50008, Zaragoza.
Secciones: mujer, hombre y niños
- Paseo Independencia, 4, 50002, Zaragoza.
Secciones: mujer, hombre y niños
- Centro Comercial Augusta
Avenida de Navarra, 180, 50010, Zaragoza.
Secciones: mujer, hombre y niños
- Centro Comercial Grancasa
Calle Mª Zambrano, 35, 50015, Zaragoza.
Secciones: mujer, hombre y niños

LEVI STRAUSS

Levi’s Eco es una colección que utiliza algodón ecológico, botones de coco y metal (evitando el tratamiento con sus- tancias químicas) y con un tratamiento en el que se utiliza en los lavados y acabados, tinte índigo natural, almidón de patata, mimosa y jabón de Marsella.

Los modelos elegidos para esta línea son los más populares: Levi’s 506 Standard Fit Jean, para chico, y Levi’s 570 Straight Fit Jean y unas camisetas ‘Eco Tees’.

Direcciones

Original Levi’s Store Zaragoza
Paseo de Las Damas 30, 50008, Zaragoza.

Coff

Calle San Clemente 24, 50001, Zaragoza.

Almendra Mujer

Calle San Ignacio de Loyola, 4, 50008, Zaragoza.

Traficc

Paseo de Sagasta, 10, 50006, Zaragoza.

Special Young

Avenida Tenor Fleta 18-20, 50007, Zaragoza.

Vilcato

Paseo Fernando el Católico 20, 50009, Zaragoza.

Very Jeans

Avenida de Madrid 36, 50010, Zaragoza.

San Francisquito.com

Plaza del fuerte s/n, 50300, Calatayud.

Corte Moda

Glorieta Fueros de Aragón s/n, 50540, Borja.

Clip

Calle América 4, 50620, Casetas.

Menta

Nueva 2, 50540, Borja.

Compañia de Gales

Avenida del Parque 2, 22002, Huesca.

El Tranvía

Calle Fatás 5, 22002, Huesca.

SKUNK FUNK

Esta marca tiene diversas prendas de moda urbana pro- ducida algodón orgánico, soja y bambú.

Funk- Zaragoza

Calle Lagasca 17, 50006 Zaragoza.

ETAM

En estas tiendas ofrecen prendas con tejidos de lino, algodón ecológico y bambú.

Direcciones

- Centro Comercial Augusta (local A-10).
Avenida de Navarra, 180, 50010, Zaragoza.
- Centro Comercial Grancasa (Local 0.59)
Calle Mª Zambrano, 35, 50015, Zaragoza.

FREITAG

Esta marca realiza complementos, en su mayoría bolsos, utilizando cinturones de seguridad reciclados, cámaras de neumáticos y lonas de camión, bolsas de aire recicla- das y forro de neopreno.

04 LETRAS

Calle San Clemente, 11, 50001, Zaragoza.

Calzado

DIPPNER

Calzado que se confecciona con materiales 100% naturales como caucho y yute. El empeine se realiza con piel natural. Tienen diferentes modelos de sandalias, zapatos y zuecos.

Direcciones

Ecotienda La Tierra
Calle Bolonia 33, 50008, Zaragoza.

Farmacia José Mª Oneca Uriz

Calle Osa Mayor, 22, 50012, Zaragoza.

Farmacia Sara Marín Boloquí

Calle Ramón Salanova, 2, 50017, Zaragoza.

BEBÉS ECOLÓGICOS

Son distribuidores de productos ecológicos y naturales para niños desde pañales hasta juguetes. Ofrecen complementos y ropa 100% producida con algodón ecológico.

Direcciones

Ana Martínez
Plaza de la Peña Chiquita, 10, 50154, Tosos, Zaragoza.

Vivir con Salud

Calle Menéndez Pidal, 32, 22004, Huesca.

DEMANO

Esta marca reutiliza materiales para sus diseños, banderolas de PVC para la fabricación de bolsos y accesorios, para los productos Patchwork, se recuperan los sobrantes de telas, los productos Net reutilizan las lonas de poliéster utilizadas durante la rehabilitación de edificios y los productos Drap utilizan los retales de paños para la fabricación de nuevas colecciones.

Direcciones

Tiendas Bahnhof
Vía Universitat 4, 3b-1b, 50009, Zaragoza.

Base: Chuss

Calle Unión Jaquesa, 3 - 22700 Jaca - Huesca.

Natural Law Shoes

Calzado fabricado con pieles curtidas con métodos vege- tales, sin cromo ni metales pesados. Las piezas de metal no llevan plomo ni níquel y los acolchados son de espuma de látex. Estos zapatos son en su totalidad reciclables.

Centro de Estética Naturelen

Calle Peña Montañesa, 2- 1º, 22330 L’Ainsa, Huesca.

CAMPER

La línea León de Camaleón, que tiene cinco modelos que se caracterizan por el uso de materiales naturales, cuenta con la etiqueta ecológica europea.

Direcciones Tiendas Camper

Calle León XIII, 28, 50008, Zaragoza.

Zapaterías Pablo Ochoa

Centro Comercial Augusta
Avenida de Navarra, 180, 50010, Zaragoza.

Centro Comercial Grancasa
Calle M^a Zambrano, 35, 50015, Zaragoza.

Calle 5 de marzo, 9, 50004, Zaragoza.

Calle Isaac Peral, 7, 50001, Zaragoza.

Calle Jerónimo Zurita, 12, 50001, Zaragoza.

Calle Lagasca, 8, 50006, Zaragoza.

Calle León XIII, 28, 50008, Zaragoza.

San Vicente de Paúl, 3, 50001, Zaragoza.

Coso Alto 31, 22003, Huesca.

PIKOLINOS

Las líneas Amazonas y Ecological City, tienen la etiqueta ecológica europea. Estos productos, además, han sido elaborados de forma que, durante su producción, sólo se han utilizado colas al agua.

Direcciones Tiendas Camper

Bergamin

Calle Don Jaime I, 19, 50003 Zaragoza.

Calzados Don Cordón

Calle Unceta, 1, 50010 Zaragoza.

M^a. Ramos Jiménez Llorente.

Avenida San José, 77, 50013, Zaragoza.

Muro - Meist

Calle Alfonso I, 27, 50003, Zaragoza.

El Corte Inglés

Paseo Sagasta 3, 50008, Zaragoza.

Zapaterías Pablo Ochoa (en Huesca y Zaragoza).

Calzados Reula

Coso bajo, 73, 22001, Huesca.

Lázaro

Coso Alto, 23, 22002, Huesca.

Risu

Calle Padre Huesca, 4, 22002, Huesca.

Calzados Callizo

Calle Mayor 7, 22700, Huesca.

Calzados Aragón

Avenida Aragón, 23, 44002, Teruel.

EL NATURALISTA

Calzados producidos con caucho natural y reciclado, con plantillas de materiales reciclados, utilizan piel pergamino sin cromo.

Boutique CHACHACHA

Calle Princesa 6, 50005, Zaragoza.

De Tiros Largos

Calle Méndez Núñez 24, 50003, Zaragoza.

Calzados Sancho Asensio

Paseo Marcelino Andaluz s/n, 50250, Illueca, Zaragoza.

Natural Fashion

Gran Vía 41, 50006, Zaragoza.

Trandy shoes

Calle Doctor Cerrada 27, 50005, Zaragoza.

Almacenes Trell

Calle Fermín Mur 3, 22430, Graus, Huesca.

El Corte Inglés

Paseo Sagasta 3, 50008, Zaragoza.

Maricastañas Complementos

Calle Obispo 14, 22700, Jaca, Huesca.

Productos de Comercio Justo

FOX FIBRE

Venta de prendas de vestir y artículos de lencería fabricados en algodón ecológico. Además distribuye prendas de comercio justo de Intermón Oxfam e Ideas.

LINHO

Calle San Jorge 23, 50001, Zaragoza.

INTERMON OXFAM:

El la tienda de Intermón Oxfam se ofrecen complementos y prendas de algodón orgánico que también se pueden adquirir a través de Internet.

Calle León XIII, 24, 50008, Zaragoza.

TASBA PRI

Tasba pri es una asociación juvenil de Comercio Justo que, entre otros productos, vende prendas y textiles.

Paseo Fernando el Católico (paseo central) frente al nº6, 50006, Zaragoza.

Horario: lunes a viernes de 18,00h a 20.00h y sábado de 12.00 a 14h.

En Internet.

Ropa y complementos

PATAGONIA

Esta marca de ropa de montaña también se puede encontrar en tiendas especializadas del ramo. En su catálogo se pueden encontrar prendas sostenibles tanto en línea de mujer y hombre.

www.patagonia.com/web/eu/home/index.jsp

NEXT PLC

Tienen un catálogo con prendas de algodón orgánico: polos, camisas (manga corta y larga), faldas vestidos, vaqueros, ropa de bebé, chaquetas y pantalones cortos entre otros.

www.next.co.uk

FOX FIBRE

Fabricantes de prendas de algodón ecológico, su catálogo ofrece ropa para bebés, pijamas, peluches, prendas de baño, textil, hogar, chaquetas tejidas con punto tricotado, camisetas, bufandas y ropa interior.

www.nuevenovena.es/catalogo.htm

ECOPEQUE

Prendas elaboradas con tejidos 100% naturales, como la lana de merino, la seda, el lino y el algodón ecológico.

www.ecopeque.es

BEBÉS ECOLÓGICOS

Ofrecen complementos y ropa 100% producida con algodón ecológico.

www.bebesecologicos.com

BEBÉS NATURALES

Venta de productos ecológicos y naturales para bebés: accesorios, ropa y pañales (uso de algodón orgánico, cáñamo, bambú, etc.)

<http://bebesnaturales.com/>

RENACUAJOS

Catálogo con oferta de productos naturales para la mamá y el bebé, entre los que destacan sus textiles, fabricados con algodón ecológico.

<http://renacuajos.com/>

ARMANI

En su colección ofrece alguna prenda, como pantalones, de algodón ecológico.

<http://armanicollezioni.neimanmarcus.com>

VAHO

Bolsos que se producen reutilizando tejido de toldo, y poliéster. También venden camisetas y delantales.
www.vaho.ws/shop/cast

DEMANO

Complementos que utilizan materiales reutilizados.
www.demano.net/ESP/mod_tiendaonlineframe.html

LAFUMA

La línea de zapatillas Lafuma Active Hemp, asume los criterios de la carta lafuma del desarrollo sostenible. La parte superior es de cáñamo y piel nobuck curtida sin cromo. Se puede encontrar en establecimientos comerciales.
www.lafuma-boutique.com

CAMPER

La línea León de Camaleón cuenta con la etiqueta ecológica europea.
http://shop.camper.com/eshop.camper

FREITAG

Complementos con materiales reciclados.
www.freitag.ch

Calzado

DIPPNER

Calzado que se confecciona con materiales 100% naturales como caucho y yute.
www.dippner.es

SPAINSKO

Distribuidor en España de varias marcas de zapatos naturales anatómicos Dansko y Birkenstock.
www.spainsko.com

MANDACARU

Los productos que comercializan están certificados con el sello Skal garantizando, además del cultivo orgánico, el respeto de los derechos de los trabajadores que intervienen no sólo en el cultivo sino también en el desmotado, el hilado y el tejido de las telas de algodón. El teñido y la serigrafía se hacen con tintas biodegradables que cumplen las normas Oeko-Tex.
www.mandacaru.eu

ALTERNATIVA3

Distribuye complementos y ropa de hogar de diferentes países productores.
www.alternativa3.com

ZAPAOSO

Ofrecen marcas naturales como Ganter, Haflinger, Think!, Wolky, Highlander, Bär, Birkenstock.
www.zapaoso.com

NATURAL LAW SHOES

Calzado fabricado con pieles curtidas con métodos vegetales, sin cromo ni metales pesados. Las piezas de metal no llevan plomo ni níquel y los acolchados son de espuma de látex. Estos zapatos son en su totalidad reciclables.
www.naturalshoes.es

INTERMON OXFAM

El la tienda ofrece complementos y prendas de algodón orgánico.
Calle León XIII, 24, 50008, Zaragoza.
www.intermonoxfam.org/tienda

TIENDA MunDos

Ofrece un amplio catálogo de productos de comercio justo, con una extensa gama de textil, también con algodón ecológico.
www.tiendamundos.com

EL NATURALISTA

Calzados producidos con productos naturales y reciclados.
www.elnaturalista.com/index.php/es/tienda

SIMPLE

Esta marca ofrece las líneas Green Toe y Green Piggies Shoes, que se caracterizan por el uso de materias primas naturales, materiales reciclados y materiales biodegradables.
www.simpleshoes.com/greenLanding.aspx?g=greentoe

IDEAS

Distribuye camisetas de algodón ecológico.
ventas@ideas.coop

CONSCIENT

Distribuidores y representantes en España de las marcas Vegetarian Shoes, No Sweat Apparel, Herbivore y Adbusters Blackspots, que cumplen con los requisitos de ser productos veganos, no procedentes de fábricas sin protección de los derechos humanos, no pertenecientes a grandes corporaciones y de producción ecológica. También ofrecen camisetas y sudaderas producidas con algodón ecológico.
www.conscient.es/

BIOWORLD

Fabricación y venta de zapatos marca Bioworld, que garantiza que sus cueros y suelas no contienen pentaclorofenol, sulfato de níquel o azocolorantes.
www.bioworldshoes.com

KEEN

El modelo Streetside Flip se fabrica con polipropileno reciclable y suela de látex. Otros modelos incorporan suelas con materiales biodegradables. Se puede encontrar en establecimientos comerciales.
Solicitud de catálogo:
keenspain@proged.com
www.keeneurope.eu/

TIENDA CÁRITAS "A TODO TRAPO"

- Calle Méndez Núñez, 9, local, 50003, Zaragoza.
- Baltasar Gracián 5, local, 50300, Calatayud, Zaragoza.
- Plaza Unidad Nacional 12, bajo, 22001, Huesca.
- Avenida de Valencia 1, centro de día, 44200, Calamocha, Teruel.
- Avenida de Valencia 14, 44760, Utrillas.
- "La casa del Aljibe", Tienda Cáritas "A todo trapo": Hartzenbusch, 9 local, 44001, Teruel.
- Tienda "Trobada" Calle San Juan, 7, 22400, Monzón, Huesca.

EL DESVÁN

Calle Mayor, 18, 50001, Zaragoza

Comercio Justo

Prendas de segunda mano.

No tires la ropa, a otros les puede servir.

Talleres de Cáritas “A todo trapo”:

- Calle Joaquín Soroya, 3, 22400, Monzón, Huesca.
- Calle San Miguel, 22, 22300 Barbastro, Huesca.
- Calle Dolores Romero, 39, 44003, Teruel.
Horario: 9:30 h a 13:30 h (lunes a viernes).
- Calle Baltasar Gracián, 5, 50300, Calatayud.
Horario: 10:00 h a 13:00 h y 16:00 h a 19:00 h (lunes a viernes)
- Calle Miguel Fleta, 2, bajo, 22006, Huesca.
Horario: 9:30 h a 13:30 h (lunes a viernes)

Otros lugares en los que depositar la ropa usada

REMAR:

- Avenida Cataluña, 225 oficinas, 50014, Zaragoza.
- Calle Rodrigo Rebolledo, 43, 50002, Zaragoza
- Calle San Ramón, 172, 50194, Movera, Zaragoza.
- Camino Puente Virrey, 26, 50008 Zaragoza.
- Avenida del Parque, 46, 22003, Huesca.
- Paseo Lucas Mallada, 35, 22006, Huesca.
- Avenida Sagunto, 55, 44002, Teruel.
- Ctra. Sagunto-Burgos Km. 108,6, 44002, Teruel.

Tiendas Reto a la Esperanza:

- Avenida Santa Isabel 255, oficinas, 50016, Zaragoza.
- Avenida Cataluña, 83, 50014, Zaragoza.
- Calle Miguel Servet, 185, 50013, Zaragoza.
- Calle Rioja, 50017, Zaragoza.
- Paseo María Agustín, 93, 50003, Zaragoza.

Puntos limpios de Zaragoza²²:

- Punto limpio de Universidad - Delicias, Avenida Gómez Laguna, s/n, 50009, Zaragoza.
- Punto limpio de San José - Las Fuentes, Avenida. Cesáreo Alierta, s/n, 50013, Zaragoza.
- Punto limpio de Torrero, Camino de las Canteras, s/n, 50007, Zaragoza
- Punto limpio de Cogullada, Calle Ntra. Sra. de Lagunas, s/n 50014, Zaragoza (Polígono Cogullada).

Puntos limpios móviles :

Existen 41 puntos de recogida distribuidos por todos los barrios de la ciudad de Zaragoza (mas detalles en el teléfono gratuito de información 010).

Punto limpio de Borja:

- Polígono Industrial La Morca-Barba-blanca. (contenedor y recogida a domicilio solicitando el servicio en la Comarca Campo de Borja).

Bibliografía y web

Si quieres saber más...

En las páginas de esta guía puedes encontrar diversas web y documentos que te van a permitir profundizar en el conocimiento del sector de la moda. Además, puedes ampliar esta información consultando en las páginas web de las siguientes iniciativas.

Business Social Compliance Initiative (BSCI): alianza de empresas europeas que tiene como finalidad establecer unos mecanismos de control y monitoreo sobre las condiciones laborales de los trabajadores y las trabajadoras de los proveedores de otros países, www.bsci-eu.org

Campaña Play Fair: iniciativa internacional de varias organizaciones de la sociedad civil para lograr el respeto a los derechos de los trabajadores en la industria de bienes deportivos, www.playfair2008.org

Campaña Ropa Limpia - SETEM (España): coalición de ONG y sindicatos para promover la mejora de las condiciones laborales en el sector textil y de material deportivo mundial, www.ropalimpia.org

Campaña Ropa Limpia - SETEM (España): materiales didácticos para ESO: Tu ropa y países del Sur, www.ropalimpia.org

Campaña Ropa Limpia - SETEM (España): Guía para el Consumo Responsable de Ropa (2006), www.ropalimpia.org

Clean Clothes Campaign (CCC): en la web de la Campaña Ropa Limpia internacional se publican periódicamente informes sobre las grandes empresas del textil, www.cleanclothes.org

Dirección General de Consumo, Gobierno de Aragón: Guía de Consumo Responsable en Aragón (cuaderno de consumo nº 6), www.aragon.es/consumo

Ethical Trading Initiative (ETI): alianza de empresas, sindicatos y ONG para promover y mejorar la puesta en práctica de códigos de conducta sobre las condiciones laborales en las cadenas de suministros, www.ethicaltrade.org

Fair Labour Association (FLA): organización sin ánimo de lucro que promueve el cumplimiento de los estándares laborales y mejora de las condiciones de trabajo en las cadenas de proveedores combinando el esfuerzo de empresas, ONG, universidades y centros de estudios, www.fairlabor.org

Fair Wear Foundation: es una alianza entre empresas, ONG, sindicatos y contrapartes locales que trabaja para establecer mecanismos de control del cumplimiento de los derechos laborales en al industria textil, www.fairwear.org

Fundación Ecología y Desarrollo: portal sobre consumo responsable, www.consumoresponsable.org

Greenpeace: Campaña Moda sin Tóxicos, <http://archivo.greenpeace.org/modaSin/index.htm>

Intermón Oxfam: Informe sobre derechos laborales y producción de ropa deportiva en Asia y otros informes sobre condiciones laborales en la industria textil, www.intermonoxfam.org

Intermón - Oxfam: Juicio a Nike, juego de rol, www.intermonoxfam.org

Ideas: Boletín nº 8 sobre El algodón y el sector textil y campaña La Ropa que Favorece a todo el Mundo, www.ideas.coop

Made in Green: el Instituto Tecnológico Textil (AITEK) ha lanzado esta etiqueta para visibilizar los productos textiles que han sido producidos respetando determinados criterios ambientales y sociales, www.madeingreen.com

Organic Exchange: es una organización internacional sin ánimo de lucro con sede en EEUU creada para facilitar el desarrollo de la industria del algodón orgánico, www.organicexchange.com

Pesticide Action Network (PAN): es una red de más de 600 organizaciones sin ánimo de lucro, instituciones y particulares de más de 60 países que trabajan para sustituir el uso de sustancias nocivas por alternativas ecológicas, www.pan-international.org; www.pan-europe.info

Revista Opciones: revista bimensual del Centre de Recerca i Informació en Consum (CRIC), www.opcions.org/cric.html

Somo: instituto holandés de investigación sobre empresas transnacionales, es uno de los fundadores de la Campaña Ropa Limpia a nivel internacional, www.somo.nl

Sustainable Cotton Project: organización norteamericana que trabaja en la educación de agricultores, consumidores y fabricantes sobre el impacto del algodón convencional y las maneras de conversión al ecológico, www.sustainablecotton.org

²¹Un punto limpio es una instalación en la que los ciudadanos pueden depositar de manera gratuita los residuos domiciliarios previamente seleccionados. El vertido de manera diferenciada y en los lugares específicos para cada tipo de residuo, permite facilitar su posterior reciclado.

²²Horario de atención al ciudadano de lunes a sábado, de 7:30 h a 20:30 h, y el domingo de 8:00 h a 14:00 h.

Implícate...

52

Animamos a todas las personas que conozcan o crean que un producto, una tienda, un distribuidor o un fabricante cumplen con los requisitos recogidos en esta guía a que se pongan en contacto con nosotros para que, en futuras reediciones y, en todo caso, en la web www.consumoresponsable.org podamos recoger información sobre los mismos.

Fundación Ecología y Desarrollo
Plaza San Bruno, 9
50001 Zaragoza

Teléfono: 976 298 282
www.ecodes.org
consumoresponsable@ecodes.org
www.consumoresponsable.org

Y recuerda...

Los consumidores y consumidoras tienen una serie de derechos reconocidos por la legislación vigente (Ley 16/2006, de 28 de diciembre, de Protección y Defensa de los Consumidores y Usuarios de Aragón) que permiten dotar de seguridad la adquisición y la utilización de los productos adquiridos.

Más información:

**Dirección General de Protección
de Consumidores y Usuarios**

Gobierno de Aragón

Plaza del Pilar, 3
50003, Zaragoza

Teléfono de atención al consumidor: 900 121 314

www.aragon.es/consumo

53