

LA EDUCACIÓN EN LA SOSTENIBILIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LA MODA

EDUCATION IN THE SUSTAINABILITY AND SUSTAINABILITY OF FASHION

Josefina Maribel Murillo Jacome ^{1*}

¹ Tecnóloga en Diseño de Modas. Licenciada en Ciencias de la Educación. Magister en Gestión Educativa. Institución Ana Paredes de Alfaro, Ecuador. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3004-0030>. Correo: maribelmurilloj@gmail.com

* Autor para correspondencia: maribelmurilloj@gmail.com

Resumen

La ropa constituye una necesidad de las sociedades. Permiten vestir a las personas, para cumplir con las normas sociales, y los protegen de las condiciones climáticas. Sin embargo, va más allá, la ropa permite proyectar la identidad de quien la usa. A eso se orienta la moda, siendo el conjunto de adornos, prendas y complementos que evidencian los gustos, costumbres y usos de una sociedad en un periodo de tiempo determinado. No obstante, con el desarrollo tecnológico e industrial alcanzado, así como la insostenibilidad del deseo consumista del ser humano, los caminos del desarrollo de la moda han obligado a la sociedad a replantearse su futuro desde una posición de ética. Ello se debe al elevado impacto económico y ecológico evidenciado sobre el planeta por parte del conglomerado de industrias de la moda en su afán de satisfacer continuamente a la sociedad. El objetivo del estudio es analizar el papel de la educación en la sostenibilidad y sustentabilidad de la moda. El diseño es no experimental, el alcance es descriptivo y el enfoque es cuantitativo. La obtención de los datos se efectuó mediante la aplicación de encuestas a n=82 sujetos para conocer su percepción sobre la moda sostenible y el papel que tiene la educación desde sus instituciones para promover la ética, así como las posiciones sostenibles y sustentables en torno a la moda. Los resultados indican que muy pocas personas conocen en realidad lo que significa moda sostenible y los aspectos que comprende. Sin embargo, luego de su explicación, un elevado número de encuestados demuestra su conformidad con este movimiento, así como la necesidad que existe que desde las instituciones educativas se promueva a las nuevas generaciones en un actuar ético con relación a una moda sostenible y sustentable. Finalmente, se llama a los gobiernos y movimientos sociales a promover hábitos de consumo más racionales, para proteger nuestro entorno y entregarles a las nuevas generaciones un mundo sano en el que puedan vivir con plenitud.

Palabras clave: educación; moda; moda ética; moda sostenible; sostenibilidad; sustentabilidad.

Abstract

Clothing is a necessity of societies. They allow people to dress, to meet social norms, and protect them from weather conditions. However, it goes further, clothing allows the identity of the wearer to be projected. This is what fashion is oriented to, being the set of ornaments, garments and accessories that show the tastes, customs and uses of a society in each period. However, with the technological and industrial development achieved, as well as the unsustainability of the consumerist desire of the human being, the paths of fashion development have forced society to rethink its future from an ethical position. This is due to the high economic and ecological impact evidenced on the planet by the conglomerate of fashion industries in their desire to continuously satisfy society. The objective of the study is to analyze the role of education in the sustainability and sustainability of fashion. The design is non-experimental, the scope is descriptive, and the approach is quantitative. The data was obtained through the application of surveys to n=82 subjects to find out their perception of sustainable fashion and the role of education from their institutions to promote sustainable fashion. ethics, as well as sustainable and sustainable positions around fashion. The results indicate that very few people really know what sustainable fashion means and the aspects that it includes. However, after his explanation, a large number of respondents demonstrate their agreement with this movement, as well as the need that exists for educational institutions to promote the new generations in ethical behavior in relation to sustainable fashion. Finally, governments and social movements are called to promote more rational consumption habits, to protect our environment and give the new generations a healthy world in which they can live fully.

Keywords: *education; fashion; ethical fashion; sustainable fashion; sustainability; sustainability.*

Fecha de recibido: 15d/11/2022

Fecha de aceptado: 28/12/2022

Fecha de publicado: 30/12/2022

Introducción

En la actualidad, la moda constituye un concepto muy amplio que ha sobrepasado el mero hecho del vestir o de las industrias de la ropa y el calzado. La moda hoy en día es un fenómeno del consumismo que posibilita la creación y existencia de industrias en torno a las personas, sus gustos y sus cuerpos, que operan bajo procesos cíclicos de la adquisición de objetos y prácticas, así como su desecho de forma relativamente rápida (Gómez, 2021). Del mismo modo, este entorno extremadamente lucrativo facilita la creación de otras industrias auxiliares como la quirúrgica (cirugía plástica), los gimnasios, el maquillaje, el calzado y el vestuario, los cuales tienen el propósito de proyectar una nueva imagen, identidad, gustos y costumbres (Gardetti y Delgado, 2018).

No obstante, en la última década, como resultado del desarrollo alcanzado por estas industrias, así como su manera desmedida e irracional de operar, ha supuesto un problema ético con elevadas implicaciones hacia el

medio ambiente (Crane, 2010). Para dimensionar esta situación, en 2017 la Fundación Ellen MacArthur estimó que el lavado de ropa hecha de materiales como poliéster, nylon y acrílico libera cerca de 500.000 toneladas de microfibras plásticas en los océanos (Gómez, 2021). Posteriormente, en 2018 la ONU afirmó que la producción de textiles generaba más gases invernadero al año que todos los vuelos internacionales y el comercio marítimo combinados (Gallissà, 2017; Salas y Condorhuaman, 2014). Debido a estos y a otros sucesos, es que en el último decenio se han incrementado los movimientos sostenibles y sustentables de la moda, los cuales precisan del apoyo de todos los sectores, como la educación, para crear la conciencia y la fuerza de acción necesaria para revertir esta situación (Martínez-Barreiro, 2020; Salcedo, 2014).

El adjetivo “sostenible” se desprende de “desarrollo sostenible”, un concepto que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, establecida por la ONU en 1983, definió como: “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (Gómez, 2021). Según Becerra y Vélez (2018), en su libro “Gobernanza y gerencia del desarrollo sostenible”, el concepto de desarrollo sostenible se originó a raíz de la crisis social y ambiental del modelo económico basado exclusivamente en la idea de crecimiento. Además, cobró especial importancia en 2015 cuando la ONU promulgó los Objetivos de Desarrollo Sostenible, 17 metas que abordan el desarrollo sostenible de forma holística, teniendo en cuenta sus dimensiones económica, social y ambiental, a partir de la premisa según la cual el planeta tiene unos límites ecológicos que se deben respetar como condición para hacer viable la vida, en todas sus formas, y además garantizar a la especie humana una vida digna.

Por todo ello, el término sostenible hace referencia a prácticas económicas, sociales y ambientales a través de las cuales se reconsidera y se redirige el desarrollo, teniendo en cuenta la preservación del medioambiente y la dignidad de las personas, para apartarse del crecimiento económico como única meta (Gardetti y Delgado, 2018). Para ello, se debe procurar sostenerse a futuro sin menoscabar las posibilidades que el medio ambiente y las otras personas tienen de sostenerse también (Gwilt, 2014; Warde y Southerton, 2012).

De acuerdo con diversos estudios e investigadores consultados, la moda sostenible o moda ética, como también se le conoce, es una parte de la filosofía del diseño, cuyo propósito es la creación de un modelo aplicable en la moda que se base en principios de responsabilidad social y ambientalismo (Gómez, 2012; Gwilt y Rissanen, 2011). A su vez, este movimiento filosófico ha mostrado un crecimiento acelerado en la última década, como resultado de las tendencias de sostenibilidad y sustentabilidad impulsadas por las naciones y asociaciones no gubernamentales, así como los problemas ambientales que han azotado a la humanidad en el presente siglo (Larios, 2019).

Por tanto, en el caso de la moda, el adjetivo sostenible está relacionado con desviarse del camino cíclico y efímero abordado e implementar acciones que vayan en dirección a un aumento de la vida útil de las prendas. Del mismo modo, comprende la reducción del impacto ambiental que conlleva su manufactura y reconocer justamente el trabajo de quienes las producen (Gómez, 2012). Que la moda sea sostenible sirve para cuestionar un modelo de negocio que en esencia está programado para tomar recursos y nunca mirar atrás, y plantear otros caminos: una industria que se preocupa por la cantidad de recursos que toma o el impacto que genera sobre estos, y a la larga, por aprovecharlos de manera más justa (Barrios, 2012). También sirve para que los

consumidores cuestionen las prácticas que están apoyando cuando comprenden algo y si deberían gastar su dinero en otro lugar (Canina y Volonté, 2014; Cline, 2014).

Del mismo modo, es riesgoso definir si una moda es sostenible. Ello se debe a que existen muchas maneras de abordar la sostenibilidad. Además, las marcas tienen cadenas de producción larguísimas que muchas veces no se pueden rastrear, y en esa medida, muchas veces no se puede asegurar que sus procesos sean sostenibles. En términos generales, como aborda Martínez-Barreiro (2020), la moda sostenible es la que produce prendas de vestir teniendo en cuenta la preservación del medioambiente y la dignidad de las personas. Además, es un segmento de la industria que no tiene como única meta vender, vender y vender, de modo que puede invertir más en la calidad de sus materias primas y procesos.

Adicionalmente, la moda sostenible abarca cuatro enfoques, siendo los tres primeros el enfoque económico, el social y el ecológico. Así mismo, recientemente se agregó un nuevo enfoque: la educación para el desarrollo sostenible (EDS). En la presente investigación se aborda este enfoque el cual es muy importante para las nuevas generaciones, a partir de la necesidad y el rol tan importante que ocupa la educación en la materialización de una moda sostenible y sustentable (Martínez-Barreiro, 2020). Teniendo en consideración los aspectos abordados, así como los antecedentes presentados, la investigación tiene el propósito de analizar el papel de la educación en la sostenibilidad y sustentabilidad de la moda.

Materiales y métodos

La investigación tiene una metodología que se caracteriza por tener un diseño no experimental, con alcance descriptivo y enfoque cuantitativo (Valdés et al., 2018). El procedimiento aplicado comprendió el análisis de la bibliografía existente de la temática. En este sentido, se hizo una búsqueda especializada en la base de datos de citas de Scopus, para el periodo 2016-2023, ya que existe un artículo publicado para el próximo año. Se empleó la consulta: "*education*" AND "*sustainability*" AND "*sustainability*" AND "*fashion*", la cual arrojó 101 documentos científicos que abordan estos términos en conjunto en sus escritos (Cepeda et al., 2021).

Posteriormente, en la figura 1 se visualiza el número de fuentes primarias (101) que abordan los términos "*education*", "*sustainability*", "*sustainability*" y "*fashion*", como palabras clave de la investigación, en el análisis realizado en Scopus. Las consultas realizadas incluyeron el operador lógico AND, con lo que cada búsqueda resultante comprendió la inclusión estricta de cada término.

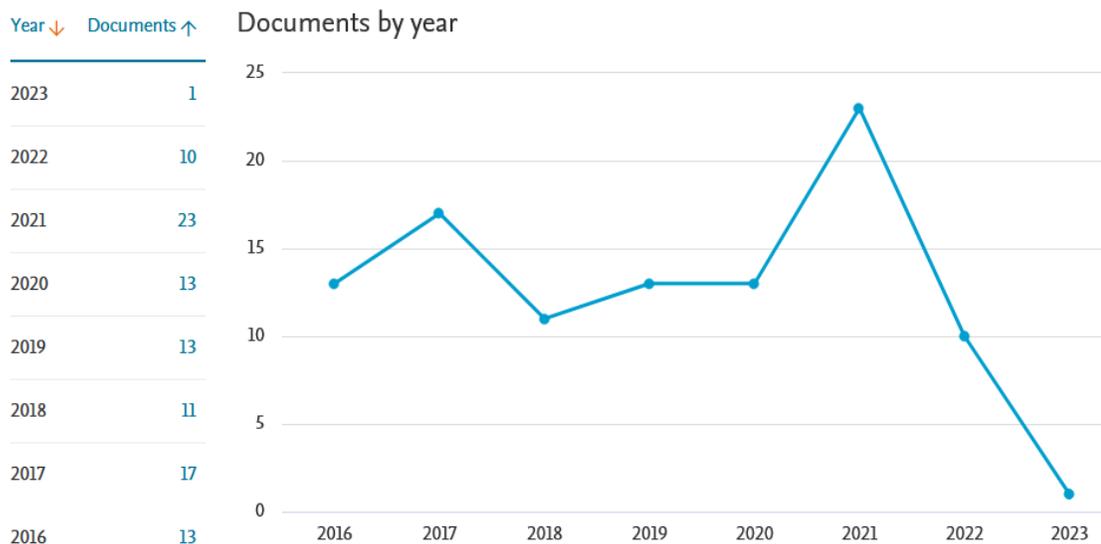


Figura 1. Fuentes que abordan los términos “education”, “sustainability”, “sustainability” y “fashion”.

Del mismo modo, en la figura 2 se observa el ámbito de actuación de la temática objeto de estudio, como medida de la importancia que se le reviste en los momentos actuales a la moda, pero desde un enfoque educativo que propicie la sostenibilidad y sustentabilidad, como una cultura de calidad y de protección al medio ambiente. Se destaca la aparición de estos temas en los campos de las ciencias sociales en donde se enmarca la educación, con un 28.7%, las ciencias medioambientales con un 15.3% y las ingenierías con un 14.8%, siendo las áreas de conocimiento que mayor impacto tienen en las temáticas analizadas. Entre estas tres áreas del conocimiento se computan 127 documentos científicos que comprenden estas palabras clave.

Además, otras áreas del conocimiento evidenciadas, aunque con menor implicación, son los negocios, la gestión y la contabilidad con un 9.7% de aparición, que se corresponde con 21 investigaciones del total de 101 consultadas, así como la energía (7.4%, 16 documentos), artes y humanidades (6.5%, 14 documentos) y ciencias de la computación (4.3%, 12 documentos).

Subject area ↓	Documents ↓
Social Sciences	62
Environmental Science	33
Engineering	32
Business, Management and Accounting	21
Energy	16
Arts and Humanities	14
Computer Science	12
Economics, Econometrics and Finance	7

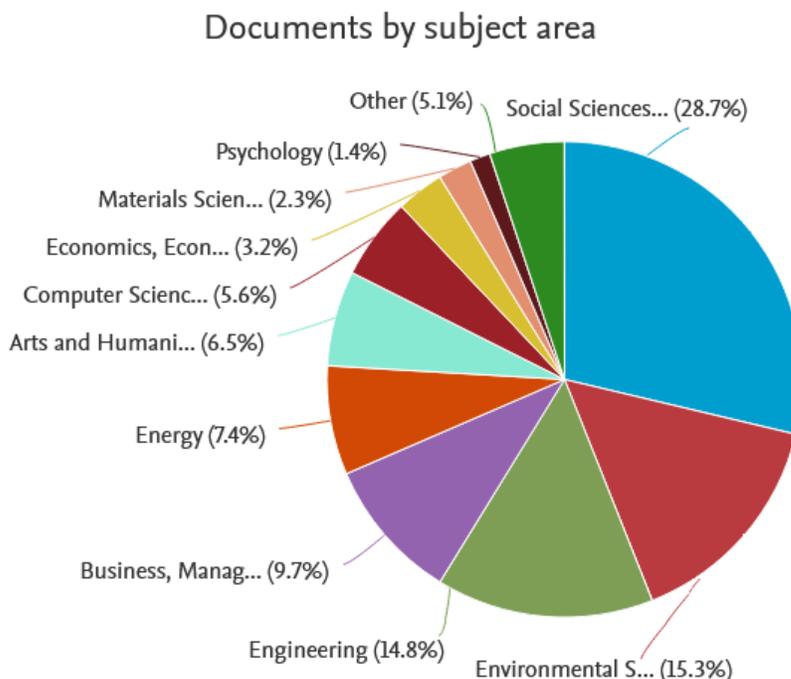


Figura 2. Impacto del papel de la educación en la sostenibilidad y sustentabilidad de la moda por áreas de conocimientos.

Población y muestra

Luego de llevado a cabo el análisis documental, se aplicó un cuestionario para explorar la percepción de la población sobre el papel que tiene la educación en la sostenibilidad y sustentabilidad de la moda. Para ello, la población a analizar está conformada por habitantes de la ciudad de Guayaquil, en Ecuador. La población total se definió en 103 sujetos, siendo esta una población finita. Luego de calculada la muestra, esta se integró por n=82 sujetos de análisis. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, a partir del número de personas totales a los que se pudo acceder de un territorio o zona en específico para ser parte del estudio. La fórmula empleada para el cálculo de la muestra es la que se presenta a continuación:

$$n = \frac{(Z)^2 * P * Q * N}{(N - 1) * E^2 + (Z)^2 * P * Q}$$

Donde:

n = muestra a calcular

N = población (103 personas)

P = Probabilidad de éxito (0.5)

Q = Probabilidad de fracaso (0.5)

Z = Nivel de confianza 90% (1.645)

E = Error muestral (5%)

Encuesta aplicada

Tabla 1. Cuestionario aplicado para análisis cualitativo para evaluar el impacto de la comprensión lectora sobre el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes.

No.	Reactivo	Escala de medida ordinal
1.	Sé lo que significa e implica el movimiento de moda sostenible o <i>Sustainable Fashion</i>	
2.	Sé identificar cuándo una determinada marca de ropa está siendo transparente o sostenible en sus producciones	
3.	Por los principios éticos que profesa de responsabilidad social y ambientalismo, estoy a favor de la moda sostenible	___ Completamente de acuerdo (5) ___ De acuerdo (4)
4.	Soy una persona que consumo habitualmente productos confeccionados de manera sostenibles	___ Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) ___ En desacuerdo (2)
5.	Considero que desde los centros educativos se debería promover más en la juventud un actuar ético con relación a una moda sostenible y sustentable	___ Completamente en desacuerdo (1)
6.	Considero que el Gobierno debe exigirles a las marcas de moda por los impactos medioambientales y sociales resultantes de su actividad de producción	

Resultados y discusión

Cuatro son los enfoques que se presentan en el abordaje de la moda sostenible, los cuales son: el enfoque económico, el social, el ecológico y la educación para el desarrollo sostenible.

El enfoque económico o del consumo sostenible es inherente al debate académico sobre cómo mitigar el cambio climático y reducir las emisiones de dióxido de carbono (CO₂), a través de los hábitos de consumo (Warde y Southerton, 2012). Si bien la publicación de Nuestro Futuro en Común (WCED, 1987) logró extender la expresión del desarrollo sostenible entre ecologistas y gobiernos. Sin embargo, la atención científica se ha centrado más en el cambio de comportamiento. La idea básica de este enfoque es que solo cuando los consumidores, en masa, cambien cómo viven sus vidas, se podría lograr un futuro más sostenible desde el punto de vista ambiental y social. Sin embargo, la forma en que se conceptualiza el comportamiento y cómo se produce el cambio está sujeta a una discusión teórica (Warde y Southerton, 2012).

De hecho, Crane (2010) a la hora de conceptualizar el comportamiento del consumidor, observa una variedad de factores: subjetivos (identidad, cultura y estatus social); objetivos (los recursos, los conocimientos); donde el discurso político y moral les exhorta -o no- a participar en este tipo de consumos. Especifica que la forma de interpretar las interrelaciones entre estos factores y cómo los consumidores acuerdan los diferentes atributos, en su consumo, se encuentra en los conceptos de “*habitus*” y “*estilo de vida*” de Bourdieu (1991). Asimismo, observa que, en los estudios que han examinado las relaciones entre las actitudes hacia los tipos específicos de consumo más responsables, se encontró una discrepancia entre las actitudes y el propio comportamiento (Crane, 2010).

Por ejemplo, en el estudio realizado por el Eurobarómetro367, a los veintisiete países miembros de la Unión Europea, se encontró que “mientras que el 75% de los encuestados de la encuesta dice que están listos para comprar productos ecológicos si son más caros, solo el 17% lo ha hecho en realidad el mes anterior a la encuesta” (Comisión Europea, 2013). Por otra parte, varios expertos consideran que, a medida que los consumidores se vuelven más conscientes del daño que la producción de prendas de vestir ocasiona, es posible afirmar que puedan ajustar los hábitos de compra o consumo a un mayor nivel de conciencia ambiental. Cabe subrayar que, en un estudio realizado a los consumidores de H&M, se descubrió que muchos consumidores buscan minimizar los efectos ambientales negativos producidos por la industria de la moda rápida (Shen, 2014).

Dentro de esta última perspectiva, ya se están dando otras opciones de consumo, como el intercambio de ropa o *swaps parties*. Evento donde se intercambian prendas, que suelen estar en buen estado, para darles un segundo uso con las mismas garantías de un artículo recién comprado. Esta práctica de consumo tiene gran presencia en el mundo virtual: Swap Style. Lo interesante de esta acción es que se ha convertido en una práctica responsable que evita tirar a la basura grandes cantidades de ropa. Otras prácticas que minimizan los impactos sobre los hábitos de consumo son la reutilización y aceptación de la ropa de segunda mano o moda vintage (Jenss, 2015).

Por último, otra práctica a la hora de afrontar el exceso de residuos es el “*upcycled*”; término acuñado por McDonough y Braungart (2002) , al crear materiales valiosos como, por ejemplo, los polares de la marca Patagonia. Estos son fabricados a partir de botellas PET recicladas, gracias al programa de I+D del reciclaje textil. Según Jackson (2011), el reciclaje es una estrategia de transición a la hora de minimizar los impactos y propone un cambio de modelo: eliminar por completo los residuos. Planteando la teoría de *cradle to cradle*, o economía circular, donde los residuos se conciben como algo útil y, por tanto, dejen de ser residuos y pasen a convertirse en materia prima para otros sistemas, ya sean tecnológicos o biológicos.

Por otro lado, el enfoque de la justicia social y las cuestiones relativas a los derechos de los trabajadores es inseparable del impacto de la globalización económica, que facilitó la flexibilidad del sistema de la moda, gracias a la utilización generalizada del sistema de subcontratación, en los países en vías de desarrollo, produciendo efectos sociales indeseables (Harris, 2017). Ello se debe a que la deslocalización de la producción textil ha empeorado las condiciones laborales, con bajos salarios y las largas jornadas de trabajo.

Para algunos investigadores, la desigualdad de género está muy vinculada con la insostenibilidad de la moda (Raghuram, 2004). Por ejemplo, en los últimos años ha florecido una abundante literatura que insiste en denunciar estas prácticas de explotación laboral, como los trabajos publicados por Cline (2014) y Siegle (2011). Las anteriores investigaciones documentaron las prácticas de trabajo esclavo detrás de varias marcas de moda, hasta el punto en que los bajos costes del empleo pueden no compensar la caída de la facturación derivada, por boicot a una marca.

Lohmeyer y Schüßler (2017) señalan que dicho problema no puede ser solo resuelto por parte de las empresas a través de los códigos de conducta, sino que inclusive es muy importante la presión del consumidor. Dentro de este enfoque, se insiste en la posibilidad de que la producción de moda también pueda servir para fomentar la sostenibilidad social, mediante el aprovechamiento de un vínculo especial que conecte la creatividad y la inclusión social. Esta idea tiene sus raíces en la teoría sociológica de Sennett (2008), al argumentar que una buena artesanía implica una buena ciudadanía, donde el ritmo y el aprendizaje de un trabajo creativo enseñan a gobernarse a sí mismos y ser buenos “ciudadanos”. Asimismo, Lunghi (2012) también ha abordado el papel desempeñado por la creatividad, en el arte, para apoyar la inclusión social de las personas con discapacidad.

Respecto al enfoque ecológico de la moda, este está en línea con el movimiento *Slow Fashion*, fundado por Kate Fletcher en el año 2007. Este enfoque es inherente al estudio del ciclo de vida de las prendas de vestir. Para valorar los impactos de un producto, a lo largo de su ciclo de vida, se ha desarrollado el análisis del ciclo de vida de un producto. Este método analiza los impactos ambientales que ocurren desde que se extraen las materias primas, pasando por la producción, hasta el uso por parte del consumidor y el mismo desecho del producto (Gwilt y Rissanen, 2011; Salcedo, 2014).

En esta línea, Gwilt y Rissanen (2011) han adoptado un enfoque muy práctico respecto a la configuración de la sostenibilidad en el sistema de la moda, dando ejemplos sobre los diversos métodos de diseño, desde cero residuos en el corte, hasta la reutilización de materiales de desecho, y así ayudar al desarrollo de nuevas estrategias de diseño sostenible. Igualmente, Gwilt (2014) elaboró un manual académico con una información muy accesible sobre la práctica de la moda y el diseño sostenible para los estudiantes de las escuelas de diseño de moda.

Finalmente, el discurso académico de la moda sostenible incluye la Educación para el Desarrollo Sostenible, lo cual supone no solo una reorientación de los sistemas educativos, sino preparar a los ciudadanos y a las administraciones con nuevos conocimientos, por medio del empleo de recursos tecnológicos y de aprendizaje que sean novedosos (Ramírez y Batista, 2015). El enfoque de la Educación para el Desarrollo Sostenible está pensado para transformar el sector industrial actual y preparar a los alumnos para liderar ese cambio. Recientemente, Gardetti y Delgado (2018) han reconocido que el sistema de la moda sostenible requiere un enfoque más integrado e interdisciplinario de los problemas ambientales, sociales y económicos, junto con un programa vital de educación para las personas que trabajan dentro del sistema de moda y los consumidores, en general.

Igualmente, en este mismo enfoque, otros investigadores constatan la necesidad de prestar más atención a la dimensión cultural de la sostenibilidad (Lewis, 2013; Tseñlon, 2011). En la actualidad, se necesitan más estudios sobre la posible constitución de un imaginario de moda sostenible, ya que el campo de la moda promueve ideales altamente divisivos en términos de estética corporal, clase, raza o sexualidad. Los estudios sobre la moda modesta (Lewis, 2013) y de tallas grandes (Canina y Volonté, 2014) constituyen un impulso importante para llevar a la moda fuera de sus valores hegemónicos, sobre todo hacia un imaginario de moda más inclusivo y plural. De hecho, el trabajo de Tseñlon (2011) revela todas las contradicciones que se pueden observar entre el negocio de la moda y la búsqueda de la ética.

Dando continuidad al enfoque de la educación para el desarrollo sostenible y la importancia que reviste en la adopción de la moda desde posiciones sustentables y sostenibles, fueron aplicadas encuestas a una muestra de 82 personas, residentes en Guayaquil, Ecuador, para conocer su percepción sobre este tema, el grado de conocimiento que tienen y cómo valoran el papel de la educación para promover una moda sostenible, entre otros aspectos de interés. Del total de personas encuestadas (82), el 55% es del sexo femenino (45), siendo el restante 45% del sexo masculino (37 estudiantes).

En este sentido, en la figura 3 se discuten los resultados arrojados en las respuestas al reactivo 1 del cuestionario aplicado, donde se analiza si el encuestado sabe lo que significa e implica el movimiento de moda sostenible o *Sustainable Fashion*, como primer paso para abordar la problemática en profundidad. En tal sentido, el 52.44% de los encuestados (43 personas) estuvieron en desacuerdo con el reactivo, lo que implica que tienen un nivel de conocimiento ínfimo o nulo sobre la moda sostenible, por lo que no pueden emitir criterios sobre el tema y no están actualizados con lo que sucede al respecto. En cambio, el 34.15% de los encuestados (28 personas) sí pueden establecer diálogos con cierto grado de profundidad con respecto a la moda sostenible, les dan seguimiento a noticias al respecto, y conocen los problemas medioambientales y éticos provocados por la moda rápida. Por último, un 13.41% de los encuestados (11 personas) no tienen criterios definidos al respecto, respondiendo que no están de acuerdo ni en desacuerdo con el reactivo consultado.

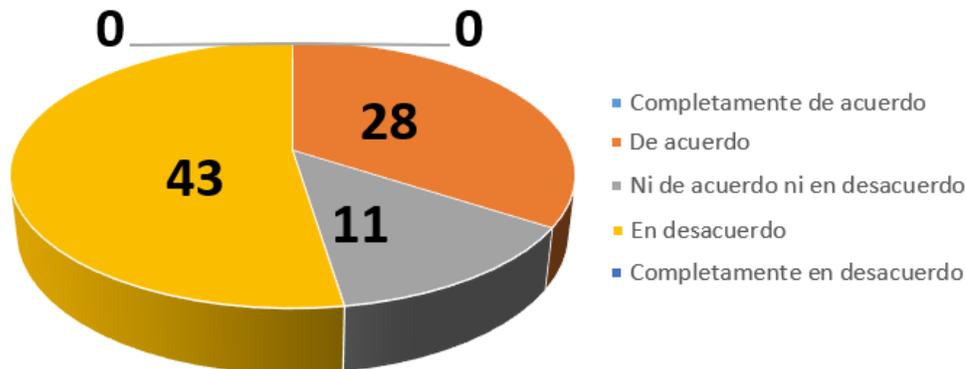


Figura 3. Respuestas al reactivo 1. Sé lo que significa e implica el movimiento de moda sostenible o *Sustainable Fashion*.

Posteriormente, en la figura 4 se muestran los hallazgos para el reactivo 4, el cual analiza si se considera que desde los centros educativos se debería promover más en la juventud un actuar ético con relación a una moda sostenible y sustentable. Al respecto, el 95.12% de los encuestados se mostraron con criterios de concordancia con el reactivo (78 de 82 personas), al considerar que las escuelas son el mejor espacio, de conjunto con el hogar, para estimular y enseñar buenas prácticas cívicas, donde se puede destacar la moda sostenible, la cual está a favor del cuidado del medio ambiente. Solo el 4.88% de los encuestados (4 personas) tienen una posición contradictoria con el reactivo.

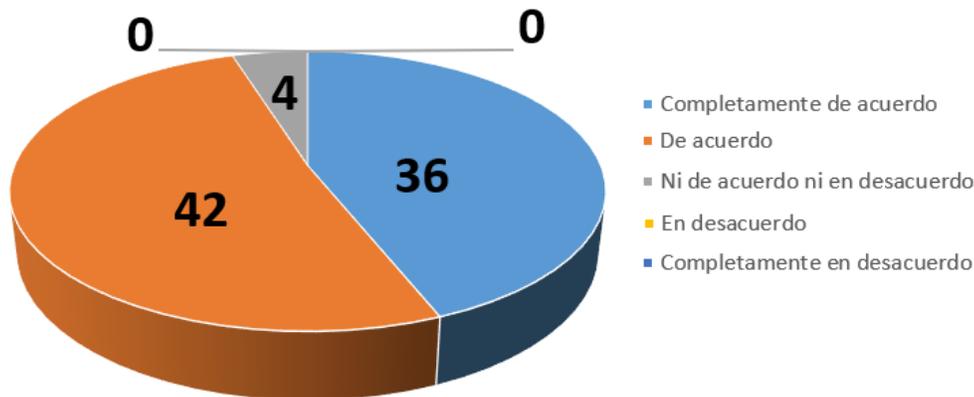


Figura 4. Respuestas al reactivo 4. Considero que desde los centros educativos se debería promover más en la juventud un actuar ético con relación a una moda sostenible y sustentable.

Finalmente, en la figura 5 se analizan las estadísticas arrojadas para el reactivo 5, el cual evalúa si se considera que el Gobierno debe exigirles a las marcas de moda por los impactos medioambientales y sociales resultantes de su actividad de producción. En las respuestas de los sujetos de análisis se destaca que el 91.46% de los encuestados (75 de 82 personas) consideran de manera acertada que el Gobierno debe exigirles a las marcas

de moda por los impactos medioambientales y sociales resultantes de su actividad de producción, si bien deben tener responsabilidad social y ética. Del mismo modo, solo el 8.54% de los encuestados (7 personas) muestra criterios contradictorios con el reactivo. Todo esto indica la aceptación que tiene en la población la moda sostenible, a pesar de la poca difusión e instrucción que hay al respecto y que se debe cambiar.

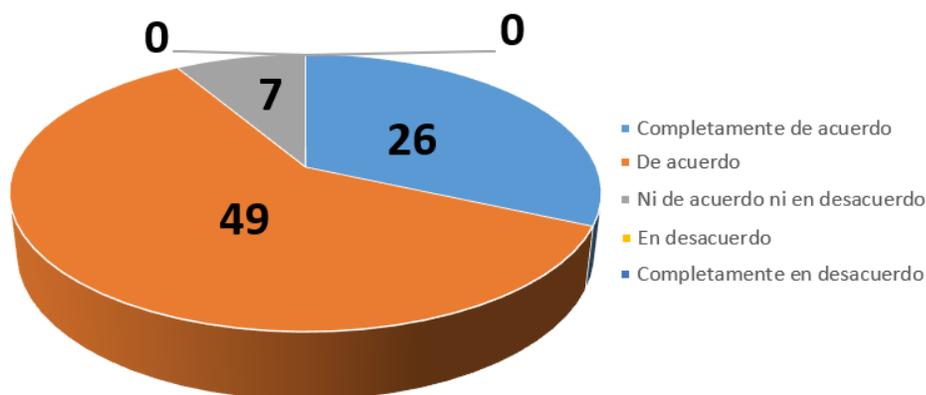


Figura 5. Respuestas al reactivo 5. Considero que el Gobierno debe exigirles a las marcas de moda por los impactos medioambientales y sociales resultantes de su actividad de producción.

Conclusiones

Como parte de las conclusiones de la investigación, se analizó y evidenció el invaluable papel que tiene la educación para propiciar una conducta en las nuevas generaciones a favor de la sostenibilidad y sustentabilidad de la moda, a partir de los impactos altamente negativos evidenciados en el medio ambiente, como resultado del consumismo y de las nuevas tendencias de moda rápida. Esta afirmación se justifica en el análisis documental realizado y en la aplicación de encuestas para conocer la percepción de los sujetos de análisis respecto a estas temáticas. Es por ello por lo que desde los centros educativos se debe promover la impartición de cursos y capacitaciones que alfabeticen e instruyan a los estudiantes en la moda sostenible o moda ética, sus implicaciones favorables en la sociedad y las nuevas tendencias en torno a este movimiento filosófico.

Del mismo modo, los resultados arrojados en los análisis descriptivos indican que muy pocas personas conocen en realidad lo que significa la moda sostenible y los aspectos que comprende. Tampoco saben identificar cuándo una determinada marca de ropa está siendo transparente o sostenible en sus producciones, existiendo un elevado desconocimiento al respecto. Sin embargo, luego de su explicación, un gran número de encuestados demuestra su conformidad e interés con este movimiento, así como la necesidad que existe que desde las instituciones educativas se promueva a las nuevas generaciones en un actuar ético con relación a una moda sostenible y sustentable, la cual vaya a favor de la ética y la responsabilidad social, así como de un espíritu ambientalista.

Finalmente, otra de las contribuciones de este estudio es el llamamiento que se hace, basado en el análisis investigativo especializado y los resultados estadísticos arrojados por la percepción de los sujetos de análisis encuestados, para que los gobiernos y movimientos sociales no gubernamentales promuevan la creación de hábitos de consumo más racionales por parte de la población, para proteger el medio ambiente, el planeta y entregarles a las nuevas generaciones un mundo sano en el que puedan vivir plenamente. Se evidenció las elevadas y negativas implicaciones que tiene para el planeta el mantenimiento sostenido de las prácticas industriales actuales, las cuales son resultado de las tendencias consumistas, desmedidas e irracionales de la moda rápida.

Para futuras investigaciones se recomienda la profundización en esta temática, a partir de la realización de estudios de intervención en comunidades específicas, con un mayor número de sujetos de la muestra. Esto posibilitaría conocer la percepción que se tiene sobre la moda sostenible, si se conoce sobre estos términos, y si se están llevando a cabo acciones que permitan una mayor inclusión de los ciudadanos en prácticas de moda sustentable.

Así mismo, para estudios posteriores se considera que se deben proponer planes de acción y políticas en los distintos niveles de las micro, pequeñas y medianas empresas locales, en donde se realiza este estudio, para impulsar prácticas puntuales sostenibles y sustentables en torno a la moda, para contribuir con la resolución de la problemática evidenciada.

Referencias

- Barrios, M. C. L. (2012). El impacto ambiental del fash fashion pronta moda. *Arquetipo*, (4), 71-80.
- Becerra, M. R., & Vélez, M. A. (2018). *Gobernanza y gerencia del desarrollo sostenible*. Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes.
- Bourdieu, P. (1991). Estructuras, habitus, prácticas. *El sentido práctico*, 91-111.
- Canina, M., y Volonté, P. (Eds.). (2014). *Overfashion: Nuove prospettive per la moda nella società che ingrassa*. Milán, Italia: Franco Angeli.
- Cepeda, M. D. L. L., Quilambaque, J. V. P., Margot, A., Quispe, N., Álvarez, E. T. M., & Pérez, J. F. R. (2021). Hermeneutical Analysis of the Determinants of Obesity using Neutrosophic Cognitive Maps. *Neutrosophic Sets and Systems*, 44, 90.
- Cline, E. (2014). *La moda desechable. El escandaloso costo de la moda rápida*. Barcelona, España: Paidós.
- Comisión Europea. (2013). *Flash Eurobarometro 367: Attitudes of Europeans towards building the single market for green products*. Disponible en http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/flash_arch_374_361_en.htm#367
- Crane, D. (2010). Environmental change and the future of consumption: Implications for consumer identity. *Anuario filosófico*, 353-353.

- Gallissà, E. C. (2017). Los retos sostenibilistas del sector textil. *Revista de Química e Industria Textil*, (220), 20-32.
- Gardetti, M., y Delgado, M. (2018). *Vestir un mundo sostenible*, Madrid, España: Lid editorial
- Gómez, M. A. M. (7 de enero de 2021). *11 preguntas sobre moda sostenible*. BACA NIKA.com. Disponible en <https://www.bacanika.com/seccion-diseno/moda-sostenible.html>
- Gwilt, A. (2014). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. Nueva York, Estados Unidos: The Bloomsbury Group. <https://doi.org/10.5040/9781474218559>
- Gwilt, A., y Rissanen, T. (2011). *Shaping Sustainable Fashion. Changing the Way we Make and Use Clothes*. Londres, Reino Unido: Earthscan.
- Harris, B. (2017). *Famine and Fashion: Needlewomen in the Nineteenth Century*. Londres, Reino Unido: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315255446>
- Jackson, T. (2011). *Prosperity without growth: Economics for a Finite Planet*. Londres, Reino Unido: Routledge. <https://doi.org/10.1260/0958-305X.22.7.1013>
- Jenss, H. (2015). *Fashioning Memory: Vintage Style and Youth Culture*. Bloomsbury Publishing.
- Larios, R. (2019). El reto de la sostenibilidad en la industria textil y de la moda. *Mundo Textil*, (159), 36-40.
- Lewis, R. (2013). *Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Faith*. Londres, Reino Unido: I.B. Tauris.
- Lohmeyer, N., y Schüßler, E. (2017). *Rana Plaza as a threat to the fast fashion model? An analysis of institutional responses to the disaster in Germany*. En C. Becker-Leifhold y M. Heuer (Eds.), *Eco Friendly and Fair: Fast Fashion and Consumer Behavior* (pp. 3-14). Londres/Nueva York, Reino Unido/Estados Unidos: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351058353-1>
- Lunghi, C. (2012). *Creative evasioni: Manifatture di moda in carcere*. Milán, Italia: Franco Angeli.
- Martínez-Barreiro, A. (2020). Moda sostenible: más allá del prejuicio científico, un campo de investigación de prácticas sociales. *Sociedad y economía*, (40), 51-68. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i40.7934>
- McDonough, W., y Braungart, M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. Nueva York, Estados Unidos: North Point Press.
- Raghuram, P. (2004). *Initiating the commodity chain: South Asian women and fashion in the diaspora*. En A. Hughes y S. Reimer (Eds.), *Geographies of Commodity Chains* (pp. 120-136). Londres, Reino Unido: Routledge.
- Ramírez Pérez, J. F., y Batista Téllez, R. (2015). Propuesta de red cubana Aurora para la colaboración médica a través de Infomed utilizando un enfoque de redes sociales. La Habana: *Memorias Convención Internacional de Salud Cuba Salud*.
- Salas, G., y Condorhuaman, C. (2014). Huella de carbono en la industria textil. *Revista Peruana de Química e Ingeniería Química*, 12(2), 25-28.
- Salcedo, E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Madrid, España: Gustavo Gili.

- Sennett, R. (2008). *The Craftsman*. New Haven, Estados Unidos: Yale University Press
- Shen, B. (2014). Sustainable fashion supply chain: Lessons from H&M. *Sustainability*, 6(9), 6236-6249. <https://doi.org/10.3390/su6096236>
- Siegle, L. (2011). *To Die For: Is Fashion Wearing Out the World?* Londres, Reino Unido: Fourth Estate.
- Valdés, M. M., Pérez, J. F. R., Mejía, W. E. P., y Ortega, J. G. C. (2018). Estrategia para la evaluación de escenarios de despliegue del Sistema de Información Hospitalaria XAVIA HIS en instituciones de salud. *Convención Internacional de Salud, Cuba Salud, La Habana, Cuba*.
- Warde, A., y Southerton, D. (2012). *Introduction. Preamble: social sciences and sustainable consumption*. En A. Warde y D. Southerton (Eds.), *The Habits of Consumption* (pp. 1-25). Helsinki, Finlandia: Helsinki Collegium for Advanced Studies.