

La metamorfosis social de la moda: de camino hacia el mapeo de empresas de moda sostenible en Ecuador

The social metamorphosis of fashion: on the way to the mapping of sustainable fashion companies in Ecuador

Natalia del Carmen Villalva Guanoluisa
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador
Taña Elizabeth Escobar Guanoluisa
Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Autor para correspondencia: taniaeescobar@uta.edu.ec /0998880207 /032803087

Fecha de recepción: 02 de octubre de 2018 - Fecha de aceptación: 15 de octubre de 2018

Resumen: El sistema capitalista y la sociedad consumista tipificaron a la sociedad modernista del siglo XX y trajeron consigo el sistema de la moda rápida. Sistema que generó impactos ambientales, sociales, y que instauró la monocultura o la uniformación de los mercados por la invasión con prendas residuales de los países desarrollados a los países en vías de desarrollo. Aspecto que amenaza la producción nacional y la identidad indumentaria de regiones latinoamericanas. Afortunadamente con el advenimiento del posmodernismo en el siglo XIX, y la macrotendencia hacia la sostenibilidad se replantea el sistema de la moda. La presente investigación tuvo como objetivo mapear geográfica y conceptualmente a empresas de moda sostenible. El estudio cualitativo y de diseño etnográfico se basó en estudios de casos culturales pues relevó a 11 empresas ecuatorianas que hacen diseño con responsabilidad social. A través de la observación participativa, entrevistas a profundidad y registros etnográficos se obtuvo, como resultado un mapeo geográfico y conceptual que reveló que estos modelos de negocio transformadores potencian: el encuentro con una cultura artesanal, el comercio justo, la promoción y la calidad del producto, factores que permiten deducir que la región ecuatoriana es parte de la metamorfosis social del sistema de la moda.

Palabras Claves: Sistema, moda, sostenible, transformación, Ecuador

Abstrac: The capitalist system and the consumer society typified the modernist society of the twentieth century and brought with it the system of fast fashion. System that generated environmental, social impacts, and that established the monoculture or the uniformation of the markets by the invasion with residual garments from the developed countries to the developing countries. Aspect that threatens the national production and clothing identity of Latin American regions. Fortunately, with the advent of postmodernism in the 19th century, and the macro tendency towards sustainability, the fashion system is rethought. The objective of this research was to geographically and conceptually map sustainable fashion companies. The qualitative and ethnographic design study was based on studies of cultural cases since it revealed 11 Ecuadorian companies that design with social responsibility. Through participatory observation, in-depth interviews and ethnographic records were obtained, as a result a geographical and conceptual mapping revealed that these transforming business models empower: the encounter with a craft culture, fair trade, promotion and quality of the product, factors that allow to deduce that the Ecuadorian region is part of the social metamorphosis of the fashion system.

Key Words: System, fashion, sustainable, transformation, Ecuador

Introducción

El siglo XIX ha sido testigo del impacto generado por la sociedad de masas, sus modos de producción capitalista, y la deshumanización del ser humano frente a otros y su entorno. Bajo este sistema hegemónico de control, el ser humano se apropió de elementos naturales y los transformó para su consumo a nivel social, generando con su accionar una dicotomía entre el ser humano y la naturaleza. Esta ruptura inició en el siglo XX, con la entronización del modernismo, la era de la industrialización y el auge del sistema consumista, factores que afectaron a todas las instituciones sociales. (Ramón Lugo-Morin, Frolich, & Magal-Royo, 2015)

El sistema de la moda vestimentaria, como parte de las instituciones productivas engendró la producción masiva y la moda rápida. Sistema de la moda que originó una producción flexible y que cambió la producción de prendas vestimentarias de calidad por cantidad. Este factor aceleró los procesos tradicionales de consumo y producción de prendas que cada vez se producen más, se consumen más y son más baratas. La obsolescencia programada afectó al ciclo de vida del producto resumiéndola a un ciclo de vida corto. La industria de la moda se ha constituido como un artífice del actual sistema insostenible que ha provocado una serie de impactos medioambientales y sociales. Pues, según el Informe Planeta Vivo (2012) el sector de la industria textil y de confección es el segundo sector de consumo, superado únicamente por el sector alimentario. Otro aspecto que llama la atención es que aproximadamente uno de cada seis trabajadores de la población mundial aportan con su mano de obra a la industria textil. Esta tendencia hacia una moda cada vez más rápida ha generado impactos medioambientales como: uso intensivo y contaminación de aguas, generación acelerada de residuos, explotación de la tierra y la pérdida de su biodiversidad. A esto se suma los impactos sociales como: explotación laboral de niños y mujeres en condiciones de insalubridad e inseguridad. Desde luego, la moda sostenible es un problema de concepto, pues como seres humanos creemos que la naturaleza es infinita y estará por siempre a nuestro servicio; sin embargo, debe profundizarse el hecho de que también, es un problema de comportamiento, pues seguimos aportando con nuestro accionar al sistema de la moda capitalista e insostenible. Frente a ello diseñadores/as tenemos la responsabilidad indelegable de conceptualizar la moda sostenible pero a la vez de transformar los procesos de la moda para la sostenibilidad. (Salcedo, 2014; Escobar y Amoroso, 2019).

Este problema de fondo tiene que ver con el aspecto ontológico de la humanidad y el rompimiento entre el ser humano y la naturaleza (Salcedo, 2014). En estos tiempos posmodernos, se requiere entonces una nueva estructura cognitiva: una simbiosis entre el ser humano y la naturaleza. La solución se vislumbra en sentar las bases para una reconciliación entre el ser humano y la naturaleza, a través de la generación de una coyuntura entre lo económico y lo ecológico, es decir a través de la generación de un desarrollo sostenible. En la era de la economía ecologizada la naturaleza deja de ser solo un objeto del proceso de trabajo, pasa a ser codificada como un capital social. (Leff, 2005)

Frente a ese escenario alentador, surge la macro tendencia hacia la sostenibilidad y la transformación del sistema de la moda, aspecto que en términos de producción y consumo responsable significa el cambio de cantidad por calidad. Se legitima la moda lenta como una metamorfosis social de la moda para desafiar la producción en masa, la rapidez en los procesos y el diseño de indumentaria proyectado solo desde su función práctica dando paso a repensar el

diseño desde su función social. También es una tarea reflexiva sobre las consecuencias de la intervención del diseño como base del pensamiento ético, pues propone repensar el diseño desde los valores, medir el impacto de los procesos de diseño, la fabricación industrial que se genera, y transformar las prácticas del diseño. Aporta a un modelo de consumo responsable desde nuestro campo de estudio y praxis: el diseño. (Fletcher y Grose, 2012; Brown, 2013)

Desde un corpus teórico se abordó la moda sostenible, desde las tesis de: Salcedo (2014) que propone un proceso de diseño sostenible mediante el desmontaje de las prendas, la creación de lazos emocionales, el bienestar social de los trabajadores, la minimización de mermas, la durabilidad, el rol del usuario, el alargamiento de la vida del producto y la gestión de residuos. Gwilt (2014) centra su atención en el ciclo de vida cerrado de la prenda, mediante la obtención de la fibra, la producción textil, el proceso de diseño, el proceso de fabricación, la fase de uso, y el fin de vida de la prenda en vertederos, anima a la revalorización, reutilización y reciclaje. Las teorías sobre moda sostenible se afianzan en la gestión de la sostenibilidad en el sistema de la moda analizado por Fletcher y Grose (2012) en el cual se propone una transformación en los productos de la moda, los procesos y la práctica del diseño, enfatiza potenciar el diseño local y regional, con una labor de técnica artesanal. (Fletcher, Grose, & Molina García, 2012; Gwilt, 2014; Salcedo, 2014)

La moda sostenible ingresa, de manera oportuna, cuando uno de los factores más preocupantes es la monocultura de la moda que origina la uniformación de los mercados e invasión a los países en vías de desarrollo con prendas residuales, de segunda a mano, o prendas basura. Este aspecto se convierte en una amenaza a la producción nacional, y a las indumentarias tradicionales de los países menos favorecidos, constituyéndose en un atentado para la identidad indumentaria de regiones latinoamericanas (Salcedo, 2014). Ante tal atentado debemos comportarnos responsablemente y actuar. Frente a ello el accionar del diseño para la cultura local es una de las estrategias de la moda para la sostenibilidad planteada por Fletcher y Grose (2012). Con el ánimo de vencer la influencia de la globalización y la estética occidental se debe iniciar un proceso de diseño sensibilizado por la región para la cual se diseña, se produce y se consume los productos vestimentarios. El accionar del diseñador debe movilizarle entre el comercio y la cultura, con un conocimiento de las costumbres y tradiciones locales. A más del estudio de viabilidad de producir de manera local, con artesanos, técnicas y materiales de la región. Bajo esa perspectiva, el diseño no solo es una disciplina creativa sino, desde su función social, es una palanca influenciadora para el cambio. Catalizador potencial de prácticas de diseño sostenibles, sociales y culturales como: el codiseño, el trueque de la ropa, el listo para coser, y los talleres de transformación y costura de ropa.

Moda sostenible desde la periferia

La apropiación de esta mutación del sistema de la moda como métodos y procesos sostenibles, no es ajena a realidades periféricas, Correa (2011) analiza la proyección de diversos emprendimientos cuya característica principal es la autogestión. Emprendimientos que se proliferan y cobran visibilidad en la ciudad de Buenos Aires en un periodo de post crisis. Factor que desde el 2001 dio lugar a la participación de jóvenes diseñadores y creativos a la estructura productiva. Se configura el diseño independiente, como una simbiosis entre estrategias económicas productivas y creativas por el desarrollo de producciones culturales artísticas. Se muestra como la

producción de bienes culturales generada por el diseño independiente generó una cultura visual en la región, una nueva forma de consumo y una reconfiguración de identidades. Bajo este escenario el papel del diseñador independiente se reconfigura como un trabajador cultural que los conduce a la acción-producción factor que dinamiza su producción y mirada en la región. (Correa, 2011). Varios de estos emprendimientos emergentes fueron rastreados y analizados en la publicación INTI Mapa de diseño 101 diseñadores de autor, el escrito desarrolla un análisis a los procesos de producción del diseño de indumentaria argentina. Un esfuerzo que duró 6 años, en el que el Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), y la Fundación Pro Tejer recorrieron la región argentina, analizando las creaciones y procesos de diseño de más de 200 diseñadores que apostaron a la sostenibilidad del diseño de autoría en la región, entre ellos: Juana de Arco, Hermanos Estebecorena, Florencia Fiocca, Vero Ivaldi, Tramando, entre otros. (Acosta, et al 2013; Acebedo, 2011)

Otros modelos de negocios emergentes y sostenibles, se encuentra en el diseño de indumentaria de África, cuyos actores sociales son: ghaneses, ugandeses y zambianos. Se cimenta en la industria creativa y cultural, con emprendedores y empresarios jóvenes que participan del sistema de la moda. Enfatizan el desarrollo sociocultural y socioeconómico de la región. El proyecto genera una nueva narrativa sobre la “africanidad” con lo cual revitaliza la industria de la moda africana. Diseñadores como Shade Thomas-Fahm (Nigeria), Pathé Ouédraogo (Burkina Faso), Alphadi (Níger), Kofi Ansah (Ghana), Oumou Sy (Senegal) y Chris Seydou (Mali) son referentes en el diseño africano, su formación fue en occidente, y a menudo mezclaban estilos 'africano' y 'occidental'. La nueva generación promueve estilos transculturales. El crecimiento del poder adquisitivo de la clase media, representa una oportunidad para esta industria consumidora de productos creativos y transformaciones culturales. (Niinimäki, 2015)

La moda sostenible con territorialidad

Para un cúmulo de diseñadores la territorialidad se ha transformado en una arista de su práctica proyectual, productiva y simbólica y la aplican con enfoque de sostenibilidad social y cultural, pues “Los diseñadores, los artesanos y los artistas trabajan continuamente con el material tangible e intangible provistos por los escenarios”, como parte de las estrategias de la moda sostenible se desarrolla el diseño local, con conceptos y materialidades desde la región. Aplican lo que Mon (2015) llamaría una relectura de sus entornos.

Los escenarios donde los diseñadores desarrollan su actividad son referencias ineludibles de su lenguaje de diseño, configuran elementos estrictamente proyectuales o constructivos, e influyen las características simbólicas, psicológicas, y funcionales en las prendas. Como relatos de una fuerte territorialidad, la indumentaria trasciende su carácter material para convertirse en un verdadero relato que devela la pertenencia a un espacio y tiempos determinados. (Como lo cita Mon, 2015), pág. 30)

Bajo este enfoque han logrado incorporar su trabajo de diseñador con cooperativas de trabajo, comunidades indígenas, y organizaciones civiles. El diseño se ha incorporado al campo de la innovación social con proyectos que persiguen mejorar la vida de los actores implicados. Afortunadamente, la región ecuatoriana, también forma parte de la metamorfosis social del sistema de la moda, la presente investigación constata la existencia de empresas que hacen diseño con

responsabilidad social. Las mismas que enmarcadas en el concepto de moda ecológica, moda ética, moda lenta y moda sostenible promueven su accionar empresarial como negocios transformadores que forman parte de la metamorfosis social del sistema de la moda (Escobar y Amoroso, 2019). El objetivo de la presente investigación fue mapear geográfica y conceptualmente a empresas de moda sostenible que desarrollan productos indumentarios con responsabilidad social en la región. Mediante un estudio de casos se desarrolló un seguimiento a los productos vestimentarios producidos bajo parámetros de sostenibilidad.

El trabajo investigativo aborda diversos emprendimientos orientados a la producción de moda sostenible con el propósito de mapear geográfica y analizar el discurso y las prácticas sostenible aplicadas. El análisis de los mismos permite medir el desarrollo de estos emprendimientos que emergen de la sostenibilidad.

Metodología

El estudio atraviesa una tipología de investigación para el diseño, la misma que se encarga de desarrollar herramientas operativas o conceptuales para la praxis del diseño (Manzini, 2014). En el caso puntual de esta investigación la herramienta a obtener es el mapeo geográfico y conceptual. El enfoque de la investigación es de carácter cualitativo, sujeto a las características propias del lugar y orientado al análisis de aspectos y características del objeto de estudio. La investigación corresponde a un diseño etnográfico, pues pretende explorar el sistema productivo y sostenible de un grupo de empresarios y emprendedores ecuatorianos; así como producir una interpretación de su modelo de negocio transformador. Se aplicó la observación directa participativa y las historias orales. El diseño etnográfico presentado se clasifica como un estudio de casos culturales pues considera al grupo de emprendedores de la moda sostenible y estudia de ellos los subsistemas: productivo y sostenible, aspectos que determinaron la selección de la muestra empleada. (Hernández, 2014)

El proceso inició con una búsqueda de empresas de moda sostenible y su posterior registro, paso que permitió identificar a 14 empresas de moda sostenible en el país. Para esta localización se desarrolló una búsqueda en sitios de comunicación y difusión, fueron de utilidad páginas en internet y redes sociales. El marco de escogimiento para la selección de casos se basó en la visibilidad de las empresas, no obstante debe acotarse que, aunque su crecimiento es gradual, las empresas de moda visibilizadas aún no son numerosas. Se trabajó con empresas de moda sostenible considerando aquellas que a nivel de país se han visibilizado a través de plataformas web, plataformas sociales, y ferias emergentes de diseño. Se estableció un contacto directo con 11 emprendimientos y empresas visibilizados de moda sostenible de Ecuador, que constituyen los casos estudiados: Cardanas, Claudia Morrison, Danny Arias, Dominga, Hosh, IntiEyewear, Metier, Paqocha, Shepherd, Silvia Zeas y Suspiro.

En el estudio etnográfico la investigadora jugó el papel - en las palabras de Guber (2001) – de observadora reflexiva bajo la tensión de la proximidad y la distancia. Las técnicas e instrumentos aplicados fueron: observación participativa, entrevista a profundidad y registros etnográficos. Aquello con el fin de levantar un catastro geográfico y determinar los procesos, producción y la gestión del diseño de estas empresas sostenibles. Posterior a ello se procedió a desarrollar una matriz de analogías, la misma que a la luz de los estamentos calificados como

sostenibles por Fletcher (2012), se categorizaron en 66 requerimientos. Los elementos de transformación del producto, el proceso y las prácticas del diseño fueron elementos comparativos en las 11 empresas, que dieron las facilidades de estudio.

Las categorías fueron clasificadas en tres campos: (1) Transformar los productos de la moda mediante el empleo de fibras: renovables, biodegradables, fibras respetuosas con la gente, fibras con pocos productos químicos, algodón modificado genéticamente, algodón no modificado, fibras que emplean poca energía, poca agua y fibras respetuosas con los depredadores. En los procesos de elaboración: la decoloración con lijas, el empleo del color natural de la fibra, el teñido con pocos productos químicos, los tintes naturales, los residuos mínimos en el corte y confección, las condiciones laborales justas y equitativas. En la distribución, los sistemas de transporte y los combustibles renovados. Para el cuidado de la prenda se establecen consejos de lavado. Para la eliminación, se requiere reducir el flujo del material, la reutilización, el reciclado, y el rediseño. (2) En la transformación de los procesos de la moda, las prendas funcionales, multifuncionales, trans temporada, y modulares. Las vidas optimizadas de las prendas a través de la empatía y los atributos físicos de la durabilidad. El bajo impacto en el diseño para lavar menos, el no lavado, el diseñar para mancharse, prendas que necesiten poca plancha, y prendas diseñadas para arrugarse. Dentro del servicio del uso compartido, servicio de arreglo de prendas y sistema de alquiler de prendas. Dentro del enfoque local: empleo de materiales locales, diseño para una cultura local, con artesanos locales, la biomimética en la moda, prendas con acabados inteligentes, prendas mejoradas mediante la nanotecnología, la economía estacionaria, enfocarse a las necesidades del ser humano, diseñar para satisfacer necesidades específicas, y el compromiso de mantener la sostenibilidad basada en la acción, el codiseño, la artesanía activa, el hacking como técnica de copia mejorada. Y (3) la transformación de la práctica del diseño, el diseñador como comunicador, como facilitador, el trueque de la ropa, del listo para llevar al listo para coser, la sostenibilidad social y cultural. El diseñador como activista, el diseñador independiente, el trabajo con el gobierno y ONG. El diseñador con empresario para proponer negocios sustentables. El estudio de estas categorías permitió interpretar la proximidad con los objetos vestimentarios de las empresas de moda sostenible seleccionadas con la teoría de la moda sostenible. A través de una frecuencia de variables se consiguió distinguir el grado de sostenibilidad que cada empresa aplica, y tipificarlas según los datos obtenidos. Luego se procedió a desarrollar un catastro y a desarrollar un proceso de mapeo geográfico, para finalmente, desarrollar un análisis conceptual y productivo de sus productos.

Resultados

El proyecto de investigación obtuvo como resultado dos tipos de mapeo: un mapeo geográfico y un mapeo conceptual. Fueron mapeadas 11 empresas que forman parte del sistema de la moda sostenible.

Tabla 1: Mapeo geográfico de empresas de moda sostenible



Fuente: Autoras- Imágenes cortesía de empresas sostenibles

Tabla 2: Empresas de moda sostenible

Cardánas



Claudia Morrison

La empresa se basa en tres pilares fundamentales: la responsabilidad ambiental, el comercio justo, y la pasión por el arte urbano. Ofrece tenis y zapatillas con una variedad de modelos y colores. Trabaja con fibras naturales con lonas 100% algodón y las suelas con un 80% de caucho natural, los proveedores son locales. El proceso de manufacturación es transparente, fue creada por Sebastián Aguirre.

Posee un proceso de diseño dentro del cual el objetivo es el 0% de residuos, de tal manera que, todos los retales son utilizados. La tela en pedazos pequeños se considera un trabajo de rompecabezas ensamblados con mucha armonía de una pieza a otra. La materia prima es tela y encaje 100% algodón. La calidad es su



Danny Arias



Dominga



Hosh



IntiEyewear



Metier



Paqocha



Shepherd

prioridad. Existe respeto a los empleados y pagan un sueldo justo. La empresa se creó por Claudia González.

La empresa desarrolla colecciones masculinas limitadas: chaquetas, abrigos, camisas, pantalones, shorts y camisetas. La mano de obra la conforman artesanos de las zonas rurales de Cuenca, Gualaceo y Bucay. Tiene certificación referente a origen de la fibra, bases textiles y manufactura. Practican el modelo de gestión enfocado en la trazabilidad. Tienen un mínimo de residuos. Fue creada por Danny Arias.

La empresa es creada por Paula Guerra y Gabriela Delgado, con el objetivo de rescatar la técnica artesanal del bordado de la zona. Sus productos son bordados a mano por las artesanas de la zona de Zuleta, con una variedad de diseños y colores sobre un textil 100% algodón. Respetan el tiempo de las artesanas ya que cumple múltiples actividades en el hogar, tienen un sueldo justo.

La empresa fue creada por Cintia y Leandra Macías, con una filosofía de ecofeminismo, respetan la ecología y su enfoque es la mujer. La marca utiliza materia prima natural como algodón y lino. Propone una variedad de prendas como vestidos multi-formas, chaquetas y abrigos reversibles entre ellos: poncho-capucha, pantalones unisex, cuellos realizados con mermas, toallas higiénicas 100% algodón.

La empresa se crea con cuatro socios: Martín Valencia, María Fernanda García, Amira Andrade, y Jonathan Bermeo. La marca IntiEyewear se dedica la producción artesanal de lentes de madera. Los diseños de los marcos son inspirados en los Andes ecuatorianos; la materia prima es certificada de bosques ecológicos, utilizan bisagras, apliques, lunas de varios colores para lentes y gafas de madera. La empresa tiene respeto a los trabajadores, quienes reciben un trato digno y un pago justo.

La empresa se crea hace siete años por Daniela Pazmiño y Alessandro Benincasa, su objetivo es posicionar la marca en mercados internacionales, en el segmento de lujo con los sombreros de paja toquilla. Para la realización del sombrero utilizan la fibra natural *carludovica palmata*, con la paja madura separan la hoja, la cocinan, lavan, cuelgan, secan al sol y la blanquean. El artesano realiza el tejido del sombrero a mano, valoran su trabajo a través de un sueldo justo, respetan el tiempo de elaboración, la mano de obra es de la provincia de Manabí.

La empresa fue fundada por los esposos Lorena Pérez y Felipe Segovia, hace diez años, con el objetivo de cambiar la realidad de las comunidades alpaqueras en el país. La empresa es parte del proceso de cría de las alpacas; se esquila, categoriza y clasifica la fibra, que posteriormente, se entrega a mujeres obreras de las comunidades de Guamote, Chimborazo, para la hilatura a mano, con guango y huzo. La colección de prendas son sacos, bufandas, cuellos, vestidos, gorras y mitones. Las tejedoras son de las ciudades de Riobamba, Quito y Mira.



Silvia Zeas

Mantiene dos líneas principales: las carteras de cuero y los pañuelos de algodón. Recomienda el cuero por la durabilidad y promueven la economía circular, que conlleva a que las mujeres que trabajan en la empresa, logren la creación y el desarrollo de empresas independientes. Fue creada por Gabriela Cárdenas, con la filosofía de que los artesanos sean reconocidos por su trabajo manual, con ingresos económicos justos.



Suspiro

La empresa creada por Silvia Zeas mantiene como prioridad rescatar la cultura precolombina, mediante diseños innovadores, y llegar al mercado internacional. Utiliza fibras naturales como algodón y lana, trabaja con las artesanas de Pulingui y Guano. Promueve los sueldos y precios justos al vender las prendas. La colección que se ofrece a los clientes son ponchos, suéteres, bufandas y vestidos típicos.



La empresa fue fundada por Verónica Buitrón mantiene como filosofía fomentar un diseño independiente y socialmente consciente. La materia prima es a base de fibras naturales de algodón y lana. La mano de obra son artesanos que trabajan en telares en Cuicuno, Cotopaxi. Para la realizan las bayetas utilizan 21 patrones, el proceso de teñido es con tintes naturales. La empresa respeta a los artesanos con sueldos justos. La empresa produce: bolsos, bufandas y cojines.

Fuente: Información e imágenes cortesía de empresas sostenibles

En el mapeo conceptual se analizó cuatro tipologías que potencian estos modelos de negocio transformadores: (1) el encuentro con la cultura artesanal, (2) el comercio justo a través del compromiso ético, (3) la promoción del producto por medios alternativos y (4) la calidad en el producto. Se mantuvo con mayor presencia: El encuentro con una cultura artesanal, esta tipología está caracterizada por el trabajo artesanal y el apoyo a las técnicas propias de la región, con las cuales se impulsa la economía del lugar. Considerado como un trabajo lento, consideran que la artesanía es un medio a través del cual se tejen diversas habilidades. “La artesanía une la cabeza y la mano dando vida a las ideas a través de la acción” (Fletcher, 2012, p.149). Pues el artesano tiene esa habilidad de hacer objetos únicos, ya que son hechos a mano pero se cuenta una historia y queda impregnada en el producto.

Artesanos de Cuenca, Gualaceo y Bucay aportan al trabajo de Danny Arias. Artesanas bordadoras de Zuleta aportan al producto vestimentario de Dominga. Manos artesanales de Tumbaco fabrican lentes y gafas de madera. Metier realiza sombreros de paja toquilla con artesanos de Manabí. Artesanas de Cotopaxi, Chimborazo, y Quito contribuyen a tejido de productos de Paqocha. Y artesanos de Pulingui, Guano y Cuenca contribuyen al producto de Silvia Zeas. Artesanos de Cotopaxi tejen y tintura para el producto de Suspiro. El comercio justo a través del compromiso ético, como un modelo de negocio respetuoso de los operarios, responde con un pago justo. La selección de proveedores viene de la mano con el compromiso ético, y el empleo de un comercio justo. La promoción del producto a través de medios alternativos, como una opción sostenible se encuentra la promoción a través de la plataforma en internet. Empresas que promueven sus productos por medios alternativos. Un denominador de las empresas es la calidad del producto. (Villalva y Escobar, 2016)

Discusión

El mapeo geográfico y conceptual de las empresas de moda sostenibles en Ecuador, deja entrever que el reto no es solo producir prendas con materiales sostenibles, el verdadero reto es repensar y redefinir las prácticas del diseño, la producción, la distribución, y la usabilidad. Cuando el diseñador transforma su práctica proyectista e incentiva el desarrollo de procesos de manufactura más sostenible con su diseño genera un cambio de comportamiento del consumidor con respecto al uso y al consumo de prendas, entonces deja de teorizar la moda sostenible y comienza a proyectar una moda para la sostenibilidad.

La proyectación para la moda sostenible, en los 11 casos analizados, no vienen – en su mayoría- de la mano del diseñador empresario o emprendedor, llama la atención notar que estos emprendedores de la moda sostenible mantiene otras profesiones, lo que deja en mesa de discusión la responsabilidad social del diseñador de indumentaria para emprender este tipo de negocios. La ausencia del diseñador de indumentaria, en la mayoría de empresas mapeadas, como pieza clave de estos emprendimientos, es un tema a debatir.

El mapeo a las empresas de moda lenta queda en una etapa inicial pues, al final de la investigación se detectó a varias empresas enfocadas en moda lenta, que por cuestión de factibilidad quedaron fuera del proceso; sin embargo, se dejan registrar ocho de ellas, para que, en un futuro estudio, sean tomadas en cuenta: Boen, Atelier Design, Cuica, Kon-dor, Faire Collection, Studiolor, Adriana Lanas, y Dennise Calero, Mindo, Mashca Galería, La Salita Galería, Bolsón e Impacto, referentes potenciales en el tema abordado.

Conclusiones

El diseñador de indumentaria debe desarrollar líneas paralelas de pensamiento para trabajar en su práctica proyectista. Por un lado pensar en el proceso de diseño y por otro el pensamiento añadido de las estrategias de diseño para la sostenibilidad. Con miras en un producto vestimentario con un principio y fin; a un pensamiento sistémico circular donde el fin es principio de un nuevo producto vestimentario. El diseñador debe replantear el proceso de diseño habitual y desde la fase de concepción debe plantear estrategias de diseño para que su producto creado sea sostenible económica, social, y culturalmente.

Sintonizando el proceso de desarrollo de la moda sostenible de Salcedo (2014), puede reflejarse, como pensamiento sistémico, en todas sus fases: (1) En la selección de materiales a través de actuar en el desmontaje de la prenda. (2) En el proceso de Diseño al pensar en la creación de lazos emocionales entre la prenda y el usuario. (3) En el proceso de fabricación de la prenda al pensar en el bienestar social, en minimizar mermas y actuar en la durabilidad de la prenda. (4) En el uso y cuidado pos-compra considerando en el rol del usuario y en alargar la vida de la prenda. Y (5) En el desecho de la prenda al actuar sobre la gestión del residuo. En este accionar sistémico, requiere el diseñador como un activista de la transformación es responsable de lo que crea y de cómo influyen con sus creaciones en el consumo.

Aunque “Los diseñadores no podemos lograr una economía estacionaria solos, si podemos empezar a utilizar la economía para alcanzar la sostenibilidad, en lugar de dejar que la economía

nos utilice a nosotros para seguir creciendo” (como lo cita Salcedo, 2014, p. 154). En tal virtud el accionar sobre la moda para la sostenibilidad queda evidenciada en el papel del diseñador como comunicador, educador, facilitador, activista y empresario. Pero además, la transformación viene de la mano con el accionar de todos los actores sociales inmersos en la transformación del sistema de la moda: académicos, investigadores, empresarios y usuarios, todos juegan un papel definitivo en la metamorfosis social del sistema de la moda de un sistema insostenible hacia un sistema sostenible y más allá de ello, a través de la indumentaria en la reconstrucción de identidades.

Bibliografía

- Acebedo, C. (2011). *Moda: nuevo diseño argentino*. Buenos Aires: Ediciones Olmo
- Acosta, A. et. al. (2013). *INTI Mapa de diseño 101 diseñadores de autor*. San Martín: Instituto Nacional de Tecnología Industrial. E-Book
- Brown, S. (2013). *Refashioned*. Barcelona. España: Editorial Blume.
- Correa, M. E. (2019). *Diseño y Sustentabilidad. Un nuevo escenario posible en el campo de la moda*. Cuaderno 76. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. (76), 89-104
- Correa, M. E. (2011). *La producción cultural del diseño: El caso de los diseñadores independientes de la ciudad de Buenos Aires*. *Trabajo y Sociedad*, XV(11), 329–342. Retrieved from http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1514-68712011000200020
- Escobar T. & Amoroso S. (2019). *El giro humanista del sistema de la moda*. Cuaderno 76. Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. (76), 119 – 132
- Fletcher K. & Grose L. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda. Diseñar para cambiar. Materiales, procesos, distribución y consumo*. Barcelona: Blume
- Lawson, B. (2006). *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Oxford: Architectural Press.
- Gwilt, A. (2014). *Moda sostenible*. GG moda (1st ed.). Barcelona. Retrieved from <https://ggili.com/moda-sostenible-ebook-9788425229190.html>
- Hernández, R. y otros (2014) *Metodología de la Investigación*. México D. F: McGrawHill Mon L. y otros (2011). *El diseño posible: paradigmas, mercado e identidad del diseño de indumentaria y textil en Argentina*. Junín: Universidad Nacional de noroeste de la Provincia de Buenos Aires. UNNOBA.
- Niinimäki, K. (2015). *Ethical foundations in sustainable fashion*. *Textiles and Clothing Sustainability*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s40689-015-0002-1>
- Ramón Lugo-Morin, D., Frolich, L. M., & Magal-Royo, T. (2015). *Relación ser humano-naturaleza: debatiendo el desarrollo sostenible desde la filosofía de la ciencia*. European

Scientific Journal, 11(35). Retrieved from
<https://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/6778/6504>

Salcedo E. (2014). *Moda ética para un futuro sostenible*. Barcelona: Gustavo Gili Villalva N. y Escobar T. (2016). *El eco-diseño una alternativa para el desarrollo y su influencia en la moda sustentable en el cantón Ambato en el año 2015*. (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato. Ambato – Ecuador