

Vestir el planeta dentro de sus límites: un enfoque decrecentista para la moda

Autor: Marula Tsagkari



Vestir el planeta dentro de sus límites: un enfoque decentista para la moda

Este policy brief ha sido elaborado por Marula Tsagkari a partir del informe Moda extractiva de War on Want y R&D.



“Tú crees que esto no tiene nada que ver contigo”

Todo empieza con una decisión sencilla: elegir qué ponerse. Agarras tu camiseta favorita —una tela suave, que te queda bien y con un color que te da confianza—, pero detrás de ese pequeño gesto cotidiano se esconde una historia que nunca te han contado. En *El diablo viste de Prada*, Miranda Priestly pronuncia un monólogo implacable sobre un simple suéter, desentrañando los complejos hilos de decisiones e influencias que sostienen la industria de la moda. Cuando su asistente, Andy, desprecia la importancia de la moda y cree que haberse puesto un sencillo jersey azul fue una decisión independiente e insignificante, Miranda responde: “*Tú crees que esto no tiene nada que ver contigo.*”

Lo que parece una prenda casual y sin pretensiones remite, en realidad, a una decisión deliberada tomada años atrás por diseñadores, editoras y agentes de la industria. Priestly desmonta la ilusión de la autonomía individual, mostrando cómo incluso las decisiones “antimoda” están moldeadas por un sistema intrincado de tendencias, jerarquías y capital cultural. Esa dinámica persiste al día de hoy: bajo la fascinación del estilo se esconde una industria cuyo impacto social y ambiental es todo menos que glamuroso. Esa camisa que tanto te gusta quizá haya recorrido miles de kilómetros antes de llegar a tus manos, cosida en una fábrica abarrotada por trabajadoras cuyos nombres nunca conocerás, teñida con productos químicos que pueden haber contaminado un río al otro lado del planeta y comercializada como parte de una tendencia que ya está pasando de moda. Éste es el viaje oculto de la moda.



Hoy en día, la industria de la moda es responsable del 10% de las emisiones globales, del 20% de las aguas residuales y de la apropiación de unos 41 millones de hectáreas de tierra en todo el mundo. Aunque la superficie de suelo utilizada varía según el tipo de prenda y de material empleado, se calcula que, en promedio, se necesitan entre 5,1 y 27 metros cuadrados de tierra por cada kilogramo de textil producido.

El enfoque del decrecimiento ofrece una alternativa viable para hacer frente a estos problemas estructurales. El decrecimiento cuestiona la búsqueda incesante de crecimiento basada en el beneficio y la expansión, y propone en su lugar sistemas que prioricen el bienestar, la equidad, el cuidado y el equilibrio ecológico. **Dentro de este marco, el concepto de “de-fashion” alude a los procesos y movimientos que buscan dismantelar el sistema global dominante de la moda, fundado en lógicas capitalistas, extractivistas y coloniales, y reemplazarlo por prácticas diversas, localizadas, sostenibles y centradas en el cuidadoⁱ.** Este enfoque exige una reducción radical del consumo de materiales y energía en la producción de ropa, al tiempo que cuestiona los principios de novedad constante, consumo excesivo y *fast fashion*, o moda rápida.

El presente *policy brief* se basa en un informe reciente de War on Want, editado y publicado por Research and Degrowth International, que aporta nuevos datos para visibilizar la desigualdad que caracteriza los diferentes aspectos productivos de la industria de la moda y subrayar la necesidad de adoptar un enfoque decrecentista. A partir de este análisis, se propone una serie de medidas políticas que abordan tres niveles: producción, consumo, y políticas intersectoriales.

— Impactos en cadena

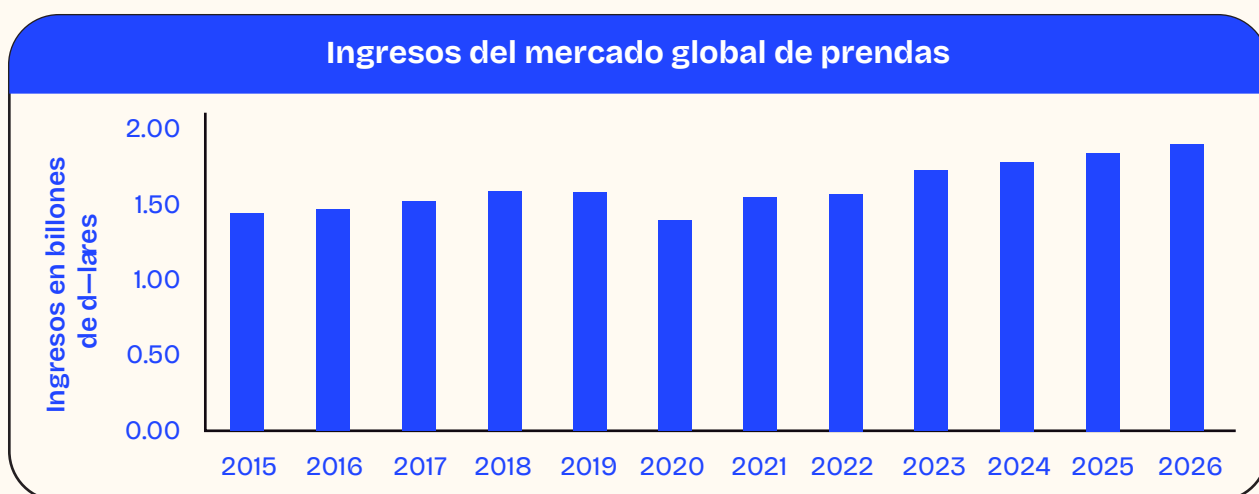
La industria de la moda desempeña un papel significativo en la economía mundial, con un valor estimado de 1,3 billones de dólares estadounidenses y más de 300 millones de personas empleadas a lo largo de toda su cadena de valor (Ellen MacArthur Foundation). Se trata de una potencia global que influye en las culturas, las economías y las identidades. Se prevé que el mercado mundial de la moda contará con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 7,64% entre 2025 y 2029, hasta alcanzar los 2,04 billones de dólares en 2029. China se perfila como el principal generador de ingresos del sector, con un volumen de mercado proyectado de 276.420 millones de dólares en 2025. Los segmentos con mayor crecimiento esperado en el periodo 2025-2029 son la moda sostenible (CAGR del 26,8%), la moda rápida (CAGR del 11%) y la moda en el comercio electrónico (CAGR del 7,65%).

En la actualidad, se producen más de 100.000 millones de prendas al año, lo que equivale a 12,5 prendas por cada persona en el planeta si se distribuyeran de manera equitativa. Esta cifra supera ampliamente

la demanda global y genera un inmenso excedente de ropa.

De hecho, la persona promedio en Estados Unidos compra 53 prendas de vestir al año, seguida del Reino Unido, donde el promedio anual es de 33. Estos datos reflejan una distribución desigual del consumo de moda a nivel mundial, que pone de manifiesto las profundas disparidades en los hábitos de consumo.

En torno al 40% de las prendas compradas se usan rara vez o nunca, y aproximadamente el 80% de las que llegan al final de su vida útil acaban en vertederos o incineradas .



Data Source: Statista

Este crecimiento continuo de la industria de la moda no está exento de consecuencias. Desde la explotación laboral en el sector textil hasta el consumo excesivo de recursos naturales y la proliferación de residuos, el sistema de la moda representa el ejemplo paradigmática de la trayectoria insostenible del modelo económico basado en el crecimiento ilimitado. Además, la extracción es unilateral: recursos como la tierra, la biomasa, los metales, los minerales y el trabajo humano se extraen del Sur Global para satisfacer la demanda de moda de los 27 Estados miembros de la Unión Europea (UE-27) y del Reino Unidoⁱⁱⁱ.

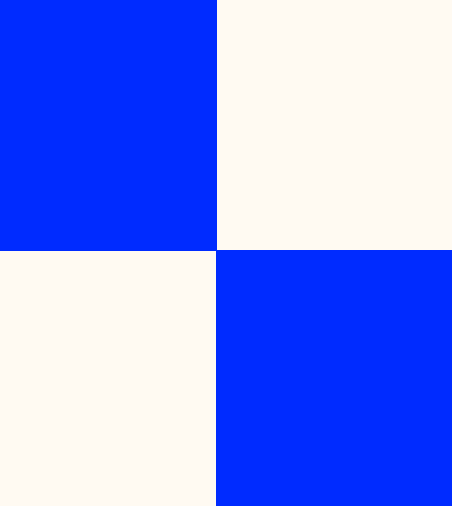
La crisis climática constituye el desafío ético y político más urgente de nuestro tiempo. A medida que se agota el tiempo antes de alcanzar un daño irreversible, la industria de la moda —dominada en gran medida por corporaciones del Norte Global— se erige como un claro ejemplo de prácticas insostenibles.

— Tierra, agua, minerales y emisiones

Todo empieza con un pedazo de tierra. Una tierra que ha sostenido a comunidades durante generaciones. Tal vez sea un campo en África donde antes se cultivaban alimentos, una porción de selva amazónica que albergaba fauna silvestre o una pradera de Mongolia donde los pastores cuidaban sus rebaños. Pero a medida que aumenta la demanda de materias primas por parte de la industria mundial de la moda, crece también la presión sobre nuevas extensiones de tierra y se transforma su función. Lo que antes era una fuente de alimento y vida se destina ahora al monocultivo de algodón, se esquilma para el pastoreo de ganado destinado a la producción de cuero o se despeja para extraer los metales necesarios para fabricar accesorios de la moda rápida.

Las estepas mongolas han sufrido una disminución del 80% de su vegetación autóctona y se enfrentan a una desertificación de gran escala debido al sobrepastoreo vinculado a la producción de cachemira . Los ríos se ven gravemente contaminados por los fertilizantes y productos químicos tóxicos utilizados en el cultivo de algodón , y tanto los trabajadores y trabajadoras agrícolas como las prácticas pastoriles tradicionales están siendo desplazados por la agricultura industrial y las prácticas extractivas . Estos impactos recaen de forma desproporcionada en el Sur Global, que actúa como principal proveedor de recursos y tierra para la producción mundial. En 2021, la mayor parte de la tierra utilizada por la industria europea de la moda se localizaba en África (aproximadamente 46.645,64 km²), de los cuales 10.426,42 km², en Sudáfrica.

Existen también otros tipos de recursos. En 2021, se emplearon 189.261 kilotoneladas (kt) de minerales y 45.889 kt de metales para producir, entre otros elementos, adornos, maquinaria, fibras sintéticas y sistemas de automatización utilizados en la fabricación de productos de moda destinados



al consumo en la Unión Europea. De esta cantidad, 4.235 kt de metales y 48.638 kt de minerales procedían únicamente de China. El cobre (19.130,9 kt), el hierro (10.132,87 kt) y el oro (8.712,15 kt) fueron los metales más utilizados. El principal productor de cobre a escala mundial es Chile, donde las actividades mineras intensivas ya están dañando ecosistemas naturales, como el desierto de Atacama, así como a las comunidades que los habitan desde hace siglos.

Los combustibles fósiles desempeñan un papel relevante en toda la cadena de suministro de la industria de la moda, desde el uso de fertilizantes o hasta la energía que alimenta las fábricas. El sector es responsable del 2% al 8% de las emisiones globales de carbono, eso es, más que las del transporte aéreo y marítimo combinados. Y se prevé que sus emisiones anuales de gases de efecto invernadero podrían alcanzar los 2.800 millones de toneladas en 2030 (Global Fashion Agenda, 2017).

Los datos^{viii} muestran que la industria depende en gran parte de China, Rusia y Oriente Medio para el suministro de combustibles fósiles utilizados a lo largo de la cadena de valor que abastece la demanda final de la UE. Según un informe, las actividades involucradas al principio de la cadena productiva—producción de materiales, preparación de hilos y tejidos, tratamientos químicos, corte y acabado— representan más de dos tercios de las emisiones de carbono generadas por el sector. A pesar de la urgencia de reducir estas emisiones, las medidas para abordar estos problemas estructurales son escasas o nulas. A ello se suman los microplásticos que terminan en los océanos, la creación de residuos y el uso de sustancias peligrosas, lo que evidencia rápidamente por qué la moda es una de las industrias más contaminantes del mundo.

Sin embargo, este entramado no estaría completo sin las manos que lo realizan. El trabajo humano es el hilo invisible, el sostén de la industria mundial de la moda. En 2021, más de la mitad del trabajo requerido para producir la moda destinada a la UE y al Reino Unido procedía de China (1.257.028 años), India (1.069.555 años) y el resto de Asia (784.948 años), además de África y de países del Este y Sudeste de Europa con salarios más bajos. EL concepto de “mano de obra barata” en la industria textil es todo menos que natural: es el resultado de siglos de sistemas económicos de corte imperialista que han devaluado sistemáticamente el trabajo y los recursos.



— ¿Hay espacio para la moda en un mundo orientado al decrecimiento?

The impact of fashion does not end with productEl impacto de la moda no termina en la producción, sino que se extiende a las formas mismas en que nos expresamos y nos relacionamos a través de los patrones de consumo. No se trata solo de la ropa que llevamos, sino que también de la música que escuchamos y la manera en que construimos amistades y relaciones: la moda es una fuerza profundamente arraigada, un medio de comunicación no verbal. Basta pensar en el movimiento punk, donde música y estética se fusionaron en una poderosa expresión de rebeldía, o en la cultura hip-hop, que combina ritmos, letras y moda urbana en un lenguaje compartido de resistencia y empoderamiento. La moda actúa como un símbolo cultural que genera vínculos dentro de las comunidades.

Este fenómeno no es nuevo tampoco; de hecho, se podría decir que la moda ha existido desde los orígenes de la humanidad. Desde las túnicas de la antigua Grecia y el lino del Egipto hasta los corsés de los siglos XVII y XVIII, la evolución de la moda refleja la propia trayectoria de la sociedad humana. Precisamente por esta interrelación, los sistemas de moda están *“íntimamente vinculados con las fuerzas económicas, las relaciones sociales, las jerarquías políticas y las posibilidades tecnológicas”*^{ix}.

En sus trabajos, la activista y escritora Hoda Katebi ha puesto de relieve numerosos ejemplos de estas dinámicas, que van desde la ocultación de crímenes de guerra perpetrados por H&M o la producción de camisetas que lucían la frase *“This Is What a Feminist Looks Like”* en talleres de explotación, hasta el uso de modelos musulmanas como gesto performativo de inclusividad, mientras se perpetúan prácticas que perjudican a sus propias comunidades de origen^x.

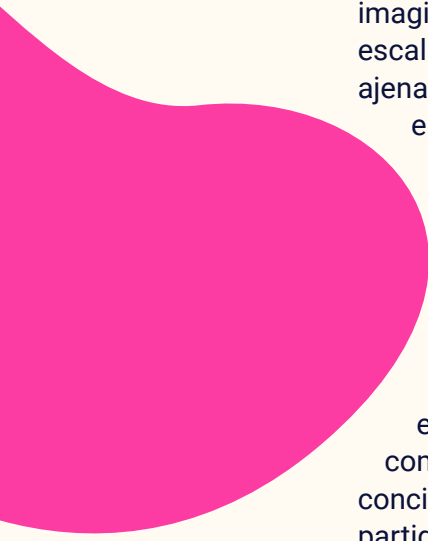
No es posible adoptar una posición apolítica respecto a la ropa que decidimos llevar, y el decrecimiento consiste precisamente en politizar nuestras decisiones. Incluso optar

por no seguir la moda, o por no darle importancia, constituye un acto político. Y el decrecimiento, como proyecto político, debería implicarse de manera más profunda con esta dimensión política de la moda. Esto implica ir más allá de las críticas a la sobreproducción y a su impacto ambiental para problematizar también cómo la industria reproduce el neocolonialismo, las injusticias laborales y los procesos de borrado cultural. Considerada desde la perspectiva del decrecimiento, la moda puede convertirse también en una forma de liberación. La cuestión, entonces, es cómo podría configurarse la moda en un sistema liberado del capitalismo y del imperativo del crecimiento.

— ¿Qué significa realmente aplicar el decrecimiento a la moda?

Tras explicar por qué la industria y las culturas de la moda necesitan una reestructuración profunda, se propone ahora el decrecimiento como vía para reimaginar este sector. En los últimos años, el interés por un enfoque decrecentista ha aumentado en los círculos vinculados a la moda. Artículos publicados en The New York Times, Vogue o Glamour reflejan un cambio en el debate sobre la industria. Paralelamente, investigadoras e investigadores del ámbito del decrecimiento han utilizado la moda como ejemplo paradigmático de un sector destructivo que debe decrecer. Entre las propuestas alternativas surgidas desde el decrecimiento figura el concepto de de-fashion, desarrollado por Fashion Act Now (FAN).

Este enfoque **se fundamenta en una transformación tanto material como cultural, que busca superar el sistema de la moda basado en la extracción colonial y la explotación, erradicar las “zonas de sacrificio” y crear un sistema textil nuevo, sustentado en un ecosistema de bienes comunes, como la plataforma sin ánimo de lucro OurCommon.Market (OC.M), promovida por FAN.**



Esther Leslie, profesora de Estética Política en Birkbeck, Universidad de Londres, y experta en teorías marxistas de la estética y la cultura, plantea que, en un sistema anticapitalista, la industria de la moda podría asemejarse a una plataforma como Etsy. Leslie imagina un panorama compuesto por innumerables creadoras y creadores a pequeña escala, que no producirían para sobrevivir ni para beneficiarse de la falta de capacidades ajenas, sino para compartir talentos y conocimientos. En este tipo de sistema, sostiene, el concepto de moda tal como lo entendemos desaparecería, sustituido por una proliferación de “micro-modas” y de experimentación creativa, donde la expresión personal ocuparía un lugar central.

Esta red descentralizada de artesanas, diseñadores, personas que se dedican a dar nueva vida a objetos viejos, a la agricultura, el teñido natural podría operar dentro de bienes comunes locales, utilizando herramientas compartidas, talleres comunitarios, hilaturas cooperativas y huertos colectivos, diseños de código abierto y materiales locales. Iniciativas de diseño abierto y de intercambio de patrones, como *The Open-Source Fashion Cookbook*, dejando atrás el sistema de las patentes y conciben métodos de diseño y producción desarrollados de manera colaborativa y compartidos globalmente sin patentes ni derechos de autor restrictivos, de forma similar al software libre. En esta misma línea, los principios de diseño modular —como el uso de mangas desmontables u otras piezas intercambiables— facilitan la reparación y la personalización, permitiendo que las comunidades adapten las prendas a sus necesidades.

Otra posibilidad de lo que podría llegar a ser el decrecimiento en la moda procede de Kate Fletcher y Mathilda Tham, quienes proponen una transformación hacia lo que denominan un sistema de moda “*Earth First*” [“Tierra primero”] (2019). Este planteamiento, conocido como *defashioning*, sitúa la capacidad de carga del planeta como el límite fundamental para toda actividad humana. Propone dismantlar la industria de la moda actual —que prioriza el crecimiento y el beneficio— y sustituirla por un “pluriverso de sistemas de indumentaria justos, locales, descoloniales y profundamente respetuosos y protectores del planeta”^{xi}.

Un ejemplo de cómo podría concretarse esta visión son las bibliotecas de ropa, especialmente para prendas que suelen usarse en contadas ocasiones (trajes, disfraces o ropa estacional). En lugar de comprar artículos nuevos, las bibliotecas de ropa permiten tomarlos prestados. Modelos de este tipo existen ya en distintas partes del mundo, como *The Clothing Library* en [Dover](#) o [Vaatepuu y Vaaterekki en Finlandia](#). Otras posibilidades incluyen la producción bajo pedido —que elimina el excedente—, [los cafés de reparación](#) o los grupos de remiendo visible, iniciativas que alargan la vida útil de las prendas y que se están expandiendo en todo el mundo.

— Un armario minimalista

El decrecimiento también aboga por una vida más sencilla, y esto debería reflejarse en un “armario más simple (o minimalista)”. Implica decidir conscientemente de superar la idea del “shopping terapéutico” y la dependencia de los bienes materiales como vía hacia la felicidad. Como alternativa, las técnicas de confección o reparación pueden aportar nuevas capacidades y bienestar. Un armario minimalista además fomenta la creatividad

y la reutilización. Los principios de reducción y simplificación pueden extenderse mucho más allá de nuestro armario y transformar diversos ámbitos de la vida. Muchas personas reconocen que la claridad mental y la libertad emocional derivadas de reorganizar y simplificar su armario inspiran el deseo de reducir también en otras áreas. Por ejemplo, **la iniciativa Project 33 invita a vestir únicamente con 33 prendas durante 3 meses, y la tendencia #30Wears anima a llevar cada prenda al menos 30 veces antes de sustituirla.** Este cambio suele conllevar una mayor atención a experiencias y actividades significativas. En lugar de pasar horas buscando en tiendas o seleccionando prendas disponibles solo en Instagram, este enfoque minimalista permite dedicar más tiempo a actividades más valiosas y significativas, como coser o reparar.

— Centrarse en lo local

La idea de circuitos de moda locales no es nueva. Ejemplos de este enfoque son los pequeños comercios de barrio, con proveedores cercanos y prendas confeccionadas bajo demanda para comunidades concretas, adaptadas a gustos y tradiciones locales, y orientadas a la funcionalidad. La moda local prioriza la calidad frente a la cantidad y la creatividad frente a la producción masiva. Por ejemplo, [las iniciativas locales o regionales fiber-to-fabric](#) ["de la fibra a la tela"] localizan toda la cadena de producción mediante redes de suministro locales y prácticas circulares denominadas "soil-to-soil". Otros ejemplos son iniciativas como la Northern California Fibershed, que desarrolla sistemas regionales de fibra para abastecerse de materiales locales y conectar a los artesanos y las artesanas de todas las etapas de la cadena, dentro de una misma biorregión: desde la agricultura, hasta la hilandería, la tintura y el diseño; o The Orkney Craft Trail en Escocia, la cooperativa de tejedoras Vida Nueva Women's Weaving Cooperative en Oaxaca, entre muchas otras, que demuestran cómo la moda puede integrarse en economías locales y reflejar y reforzar las identidades regionales.

— Modelos empresariales alternativos

Los modelos empresariales centrados en la durabilidad, la reparación y la reciclabilidad, así como el alquiler, el intercambio y las cooperativas de *slow fashion*, constituyen algunas de las alternativas al modelo empresarial actual orientado al beneficio.

Un estudio reciente sobre los modelos de negocio de marcas afines al decrecimiento mostró que estas están redefiniendo el sector priorizando valores como la responsabilidad, la transparencia y la conciencia medioambiental. La asequibilidad es otro componente importante de estos modelos: la ropa de buena calidad y larga duración debe ser accesible y asequible para las personas trabajadoras, y no solo para las élites. Esto implica diseñar prendas que duren años, ofrecer servicios de reparación como práctica habitual y garantizar que los pre-

cios reflejen salarios justos para las personas trabajadoras sin incrementar costes con el fin de aumentar los beneficios.

A pesar del gran número de alternativas existentes en distintas partes del mundo, siguen siendo iniciativas de escala reducida. Existen obstáculos sistémicos que limitan su adopción generalizada, como las limitaciones internas en la estructura de las empresas, las presiones externas derivadas de la competencia del mercado y la resistencia cultural a abandonar los paradigmas tradicionales de crecimiento dificultan a menudo. Para superar estas barreras y pasar del nivel individual al sistémico, es necesario establecer un conjunto concreto de políticas orientadas al decrecimiento.

— Políticas de moda en la actualidad

En la actualidad existen diversas políticas internacionales y supranacionales que intentan regular la industria de la moda y sus impactos. Entre ellas figuran el Reglamento de Etiquetado Textil de la Unión Europea, que establece las normas de etiquetado de los productos textiles vendidos en la UE para garantizar la transparencia al consumidor; el Reglamento de restricción de los microplásticos de la UE, que impone requisitos sobre el diseño, la fabricación y el etiquetado de productos, incluidos los textiles, en relación con el uso de microplásticos; y la Directiva de la UE sobre Diligencia Debida de las Empresas en Materia de Sostenibilidad, que exige a las grandes empresas identificar, prevenir y abordar las vulneraciones de derechos humanos y los daños medioambientales en sus operaciones y cadenas de suministro, incluido el sector textil.

La Estrategia de la UE sobre los Productos Textiles Sostenibles y Circulares, prevista para 2026, tiene como objetivo garantizar que los productos textiles se fabriquen de manera que protejan tanto a las personas como al planeta, que sean diseñados para una larga duración y que se gestionen de forma re-



sponsable al final de su ciclo de vida. En 2022, el estado de Nueva York presentó la Fashion Sustainability and Social Accountability Act, cuyo propósito es reforzar la responsabilidad y la transparencia en el sector de la moda. Esta iniciativa surgió tras la demanda colectiva presentada contra H&M en 2021 por prácticas de *greenwashing* en su “*Conscious Collection*”. La estrategia propuesta por la UE busca responsabilizar a la industria de la moda de su impacto en el cambio climático mediante la publicación transparente de las políticas empresariales relativas a la diligencia debida en ámbito ambiental y social.

Tal vez la política más radical en materia de moda proceda de Francia. En junio de 2025, el país aprobó una ley para regular la moda rápida, que incluye la prohibición de la publicidad de empresas de moda ultrarrápida como Shein y Temu, que producen más de 10.000 artículos nuevos cada día. Además, esta política obliga a las empresas a proporcionar información sobre su huella de carbono, el uso de recursos y la reciclabilidad de cada artículo, imponiendo multas de hasta el 50% del precio del producto en caso de incumplimiento, junto con un recargo ambiental de 5 euros, que aumentará a 10 euros en 2030. No obstante, otras empresas de moda rápida como Inditex y H&M no se ven afectadas por la ley, pese a que sus modelos productivos también dependen de la producción acelerada, el alto volumen y la subcontratación de mano de obra barata. Esta ley, sin embargo, pone de manifiesto que los compromisos voluntarios de las empresas y la demanda de los consumidores no bastan por sí solos; la regulación es crucial.

— La moda hacia el decrecimiento

Eficiencia y suficiencia por el lado de la demanda

Si bien delegar toda la responsabilidad a las personas consumidoras resulta injusto e insuficiente, las intervenciones por el lado de la demanda son esenciales para orientar la industria textil hacia la sostenibilidad y fortalecer una concienciación por parte del público. Cuando hablamos de eficiencia por el lado de la demanda nos referimos a consumir mejor; cuando hablamos de suficiencia, en consumir menos^{xii}.



El British Fashion Council señala que la cantidad de ropa existente al día de hoy en el planeta sería suficiente para vestir a las próximas seis generaciones humanas. Esto significa que el consumo de prendas debe reducirse de manera significativa. Por ejemplo, investigaciones del Hot or Cool Institute de Berlín indican que, para alcanzar el objetivo de limitar el calentamiento global a 2,7 grados, será necesario comprar no más de cinco prendas nuevas al año. Esta cifra está muy por debajo de las 35 prendas nuevas que adquiere anualmente, de media, una persona en Estados Unidos.

Las iniciativas de sensibilización pública deberían diseñarse para transformar activamente los hábitos de consumo y alejarse del sobreconsumo, promoviendo intercambios de ropa, servicios de alquiler y resignificando la compra de segunda mano como una alternativa más deseable y socialmente más valorada que la adquisición de productos nuevos. Los programas educativos sobre los impactos de la industria de la moda, combinados con iniciativas que fomenten las alternativas y nuevas habilidades —como técnicas de reparación, costura y remiendo—, pueden transformar la manera en que las personas se relacionan con la moda. Un estudio de 2023 constató que la conciencia sobre la sostenibilidad entre las generaciones Millennial y Z influye positivamente en sus hábitos de consumo, lo que a su vez refuerza la demanda de moda ecológica^{xiv}.

No obstante, los enfoques centrados en los consumidores y consumidoras deben tener en cuenta que el sobreconsumo no es un fenómeno global. El acceso inseguro e insuficiente a la ropa existe hoy en día no solo en el Sur Global, sino también en Europa^{xv}. A medida que el sector de la moda avance hacia la producción y comercialización de prendas con precios justos, los gobiernos deben establecer medidas de apoyo que permitan a las personas consumidoras con bajos ingresos disfrutar plenamente de su “derecho a una ropa adecuada”^{xvi}, sin recurrir a precios artificialmente bajos obtenidos mediante la explotación de personas o del medioambiente.

— Servicios de reparación obligatorios, colaboración con talleres locales y remiendo

La reparación y el remiendo cuentan con una larga tradición. En la actualidad están recuperando visibilidad como prácticas sostenibles y como forma de otorgar a las prendas historias propias y únicas. En su libro *Craft of Use: Post-Growth Fashion*, Kate Fletcher explora muchas de estas historias y muestra cómo la creación y reparación de prendas genera recuerdos y conexiones significativas con quienes las usan. Políticas de fácil realización que impulsan el remiendo y la reparación pueden incluir clases de costura y reparación en centros educativos, talleres comunitarios para enseñar técnicas de reparación, plataformas donde las personas compartan experiencias vinculadas a prendas reparadas, y la promoción de consejos y buenas normas dirigidas a los consumidores sobre cómo cuidar y prolongar la vida útil de su vestuario. **La moda puede reinterpretarse no ya como una tendencia efímera, sino como un oficio, una forma de arte y una práctica sostenible que honra tanto el material como las historias humanas que**

contiene. En la misma línea, el intercambio y la compartición de prendas pueden fortalecer los lazos comunitarios ofreciendo espacios y oportunidades para fomentar conexiones interpersonales.

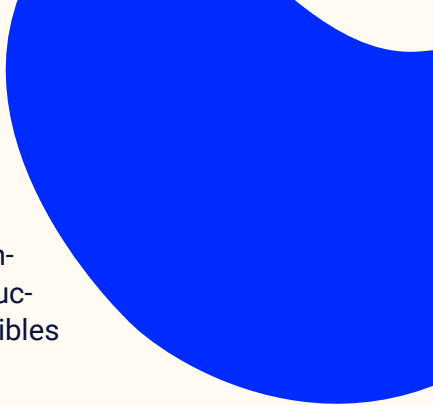
La introducción de servicios de reparación obligatorios o de colaboraciones con talleres locales, combinados con la prohibición de la obsolescencia programada, puede aumentar la vida útil de las prendas. Aunque muchas marcas ya ofrecen servicios de reparación, el bajo precio de las prendas nuevas suele desincentivar la reparación, que requiere tiempo y esfuerzo. Por ejemplo, una política obligatoria que defienda el derecho a reparar para el sector textil —similar al que ya existe para los productos electrónicos— obligaría a las marcas de ropa a proporcionar servicios de reparación durante un periodo garantizado tras la compra. Esto también podría llevarse a cabo mediante acuerdos con talleres locales certificados. Tarjetas de reparación, vales y créditos específicos podrían contribuir a promover cambios en los hábitos de consumo

Etiquetado estandarizado

La creación de sistemas de etiquetado estandarizados que certifiquen las credenciales de sostenibilidad de un producto representa una estrategia eficaz para fomentar la transparencia y favorecer decisiones de consumo informadas. Los gobiernos, en colaboración con los agentes del sector, pueden desarrollar estos sistemas con el fin de ofrecer información directa y fiable sobre el impacto ambiental de los productos, permitiendo así que los consumidores y las consumidoras tomen decisiones de compra más sostenibles. Aunque ya existen varias certificaciones (Fairtrade, B Corp, Global Recycled Standard), a las personas a menudo les resulta difícil distinguirlas entre sí, lo que deriva en una falta de confianza en estos sellos. Además, un estudio sobre la credibilidad de las etiquetas y distintivos de sostenibilidad utilizados por las dos mayores plataformas de venta de moda en línea de Alemania, Zalando y Otto, concluyó que alrededor de dos tercios de los artículos mostraban certificaciones privadas, mientras que solo un tercio incluía información de sostenibilidad verificada por terceros. De las 25 certificaciones de terceros identificadas, solo 10 fueron consideradas creíbles por los usuarios^{xviii}. Estos resultados refuerzan la necesidad de establecer etiquetas estandarizadas que garanticen la transparencia.

Prohibir las semanas de la moda que fomentan la sobreproducción estacional y el consumo excesivo.

“El desfile de moda más sostenible es el que no ocurre”, afirma la periodista Alden Wicker en su artículo [Fashion Week Is Simply Not Sustainable](#) [“La semana de la moda simplemente no es sostenible”]. El hecho de que personas y prendas viajen desde todos los rincones del mundo para desfiles de veinte minutos —que generan elevados niveles de



emisiones de CO₂ y residuos, a la vez que alimentan la demanda constante de nuevas colecciones e impulsan la sobreproducción— constituye un ejemplo claro de las prácticas insostenibles del sector.

Como alternativa, cabe plantear una desaceleración drástica del ritmo actual. En lugar de múltiples semanas de la moda cada año, podría organizarse un único evento anual, celebrado rotativamente en ciudades que necesiten revitalización económica en ciclos de dos o tres años. Grupos como Extinction Rebellion abogan directamente por la cancelación de eventos como la *London Fashion Week*^{xix}, señalando su dramática huella de carbono y su papel en el impulso del consumismo que subyace la moda rápida. Argumentan que la moda debería reflejar la cultura y los valores del presente, y sin embargo la industria continúa aferrada a un modelo estacional obsoleto que perpetúa una demanda insostenible de nuevos diseños y materiales.

Imponer regulaciones estrictas en las calles comerciales de gama alta (por ejemplo, límites a la densidad de tiendas de marcas de lujo, auditorías obligatorias de sostenibilidad o umbrales al volumen de productos por establecimiento).

Es cierto que, con la expansión del comercio en línea, el panorama de los centros comerciales y del comercio minorista de lujo está cambiando rápidamente. Las marcas de gama alta invierten cientos de millones de dólares en inmuebles situados en las zonas más concurridas, donde ubican sus tiendas insignia o donde prevén abrirlas en el futuro. Con ello desplazan a pequeños comercios familiares y transforman barrios y comunidades enteras por culpa del incremento insostenible de los alquileres. Para contrarrestar estos efectos, urge implementar medidas como el control del alquiler, los límites de densidad para tiendas de lujo, con el fin de integrar los espacios comerciales en la comunidad e limitar la monopolización y la especulación del suelo comercial más valorado.

— Prohibir la publicidad pública (o toda publicidad)

La eliminación de las campañas de publicidad es de una medida central del enfoque decrecentista, ya que podría generar beneficios inmediatos para el bienestar de las personas al liberarlas de la constante manipulación orientada a desear aquello que no tienen. Asimismo, la prohibición de los periodos de rebajas y de las devoluciones gratuitas puede contribuir a reducir el sobreconsumo.

— Regular las compras en línea

En torno al 76% de la población adulta de Estados Unidos realiza compras en línea. Las ventas minoristas mundiales por comercio electrónico ascienden a 5,2 billones de dólares estadounidenses. El valor del comercio electrónico de moda se estima aproximadamente en 145.200 millones de dólares, equivalente al 40,5% de los ingresos totales

del mercado del sector. Las compras en línea tienen un impacto ambiental considerable (fundamentalmente debido al transporte y a la contaminación digital) y se están en gran medida controladas por oligopolios. **Algunas de las posibles medidas para regular las compras en línea incluyen la introducción de sistemas logísticos de reparto compartidos (por ejemplo, almacenes colectivos, vehículos de reparto compartidos), límites a las devoluciones gratuitas para reducir las compras impulsivas, así como mecanismos de fiscalidad “dinámica” basados en la distancia recorrida y en la huella de carbono.**

El lado de la producción

La responsabilidad no recae exclusivamente en los consumidores y las consumidoras. Con una producción anual estimada entre 100.000 y 150.000 millones de prendas, la industria de la moda se sostiene mediante un aparato publicitario masivo que impulsa la proliferación de temporadas y tendencias cada año. A través de **un sistema de limitación y reparto (“cap and share”)xx, la producción textil podría restringirse mediante la introducción de un umbral máximo, cuyo nivel se determinaría en función del volumen de producción, los ingresos de la empresa, su dependencia de los combustibles fósiles y su escala general de actividad.** Por ejemplo, las grandes corporaciones se enfrentarían a límites más estrictos, mientras que las pequeñas empresas que operan localmente y utilizan materiales libres de combustibles fósiles y sostenibles tendrían límites más reducidos. Los ingresos generados mediante este sistema de control podrían destinarse a iniciativas de apoyo a las comunidades más afectadas por la industria de la moda, como proyectos de agricultura regenerativa o investigación e innovación en gestión de residuos.

Asimismo, **abandonar las temporadas y microtemporadas en la moda** podría transformar el funcionamiento del sector. Algunas marcas, como Zara, llegan a producir alrededor de 52 microtemporadas al año. En su lugar, la adopción de un modelo sin temporadas, basado en la oferta de prendas atemporales y de larga duración, puede reducir el ritmo de consumo y fomentar un enfoque más sostenible, especialmente si se combina con medidas de regulación de la producción, como la prohibición de la **obsolescencia programada.**

Los gobiernos deberían, a su vez, apoyar la producción local no solo por sus beneficios ambientales, sino también por su capacidad para fortalecer las comunidades y preservar identidades culturales. Esto puede realizarse mediante subvenciones y beneficios fiscales para la producción local, apoyo a cooperativas, programas de certificación y respaldo a ferias y mercados locales.

Por ejemplo, la asignación de recursos específicos para apoyar a quienes crea y gestiona empresas y cooperativas de moda sin ánimo de lucro —a través de normativas simplificadas que faciliten su puesta en marcha, incentivos fiscales y acceso a capital semilla, incubadoras, asistencia jurídica y otros servicios esenciales— puede contribuir en esa dirección. Otra vía sería ampliar el re-

spaldo financiero e institucional a iniciativas situadas fuera de los sistemas de mercado tradicionales, como bibliotecas de ropa, cafés de reparación o eventos de intercambio de prendas, mediante la financiación de actividades iniciales y el apoyo al trabajo comunitario. Estas iniciativas podrían reforzarse mediante la provisión de espacios públicos en zonas urbanas centrales con subvenciones para garantizar su asequibilidad y su apertura a toda la comunidad. Todos estos esfuerzos pueden integrarse en el marco del Plan de Acción de la Economía Social de la UE, promovido por la Comisión Europea^{xxi}.

Transición justa

Any effort to restructure the fashion industry should be rooted in the idea oCualquier esfuerzo por reestructurar la industria de la moda debe basarse en la idea de un sistema justo que permita a los países del Sur Global beneficiar de “su propia tierra, su población y sus bienes naturales para el bien común, en lugar de destinarlos a la generación de beneficios para las multinacionales, y que ponga fin a la escasez artificial de empleo e ingresos que mantiene a tantas personas en la pobreza y en situación de desposesión”. Para ello, el diseño de las políticas en materia de moda debe incorporar los principios de una transición justa. Entre estos, se incluye el principio de reparto justo, que reconoce que cada persona tiene derecho a una parte equitativa de los recursos del planeta, incluido el presupuesto de carbono necesario para limitar el calentamiento global a 1,5 °C. Asimismo, debe garantizarse el derecho de las personas trabajadoras a participar y decidir sobre el futuro del sector de la moda, así como el derecho a constituir organizaciones sindicales. La liberalización del comercio y la cancelación de la deuda pueden allanar el camino hacia una transición justa y equitativa en una industria de la moda orientada al decrecimiento.

La reducción de la producción en la industria de la moda no debe realizarse a costa de los empleos o los ingresos de las personas trabajadoras a lo largo de toda la cadena de valor textil. Para garantizar una transición justa, se necesitan políticas de redistribución radicales que limiten el porcentaje de beneficios destinado a los accionistas, exigiendo al mismo tiempo que una parte, por reducida que sea, se reinvierta en iniciativas social y ambientalmente beneficiosas, incluida la mejora del bienestar de las personas trabajadoras en toda la cadena de valor.

Algunas políticas clave son: asegurar salarios dignos, reducir la jornada laboral, garantizar la protección social y mejorar las prestaciones laborales. En este marco, se producirían menos artículos, lo que previsiblemente comportaría precios más altos; esto se

equilibraría con niveles de consumo más reducidos: comprar menos prendas, pero más duraderas.

A corto plazo, una diligencia debida firme y auditorías públicas independientes pueden mejorar la transparencia y permitir un seguimiento íntegro de la cadena de suministro, contribuyendo así a mejorar las condiciones laborales y los estándares del sector. Las empresas que no cumplan con los requisitos relativos a condiciones laborales justas —o que no informen adecuadamente sobre ellas— deberían recibir sanciones elevadas. Por último, los programas de educación y formación para las personas trabajadoras del sector, orientados hacia prácticas alternativas como la reparación, el rediseño, la reutilización o las artesanías locales, juegan un papel central para una transición justa^{xxiii}.

Mucho más que un *policy brief*

Aunque en este *policy brief* se ha tratado de delinear unas políticas que puedas abrir paso a una industria de la moda orientada al decrecimiento, dicha transformación requerirá reformas profundas, muchas de las cuales implicarán una reconceptualización del modo en que se organiza nuestra sociedad y un reequilibrio del orden económico global. Esto exige repensar nuestros sistemas de comercio, trabajo y gestión de los recursos; fortalecer la participación democrática; y fomentar culturas que valoren la reducción, la reparación y la solidaridad por encima de la novedad constante y la lógica de lo desechable. Esta resignificación no solo implica modificar la manera en que producimos y consumimos ropa, sino también transformar los propios cimientos de nuestros sistemas económicos y sociales.

El decrecimiento no se limita a orientar políticas para regular la producción y el consumo. También implica vivir respetando los límites del planeta, cambiando nuestros estilos de vida sin renunciar a tener vidas plenas.

En el ámbito de la moda, esto significa dejar atrás la rueda acelerada de las tendencias fugaces y la cultura de lo desechable, y adoptar en su lugar formas de vestir que prioricen la identidad, el cuidado, la durabilidad, la reparación, la creatividad y el vínculo con la tierra.

Next steps...

Find out more

Read the full report by R&D and War on Want on the R&D website

Further reading on degrowing fashion:

Hoskins, T. E., & Lemos, M. H. (2025). *Extraction Fashion: unequal exchange and degrowth explored*. Research & Degrowth International.

Niessen, S. (2022). *Defining defashion: A manifesto for degrowth*. *International Journal of Fashion Studies*, 9(2), 439–444.

Cosciemee et al. (2022). *Unfit, Unfair, Unfashionable: Resizing Fashion for a Fair Consumption Space*. Hot or Cool Institute

Tomé, C. (2025,). *Fashion Commons: A Cap-and-Share Model to Tackle the Fashion Industry's Overproduction Crisis*. Equal Right: Economic Justice Without Borders.

Spread the message

With this document, our aim is to position the issue of degrowing the fashion industry firmly on the political agenda.

Help us do so by sharing this summary within your network or by reaching out to us or the author to organize an event, an interview, or any other project.

Contact us !

author: Marula Tsagkari

email: marouko.tsagkari@uab.cat

publisher: Research & Degrowth International

email: project@degrowth.org

REFERENCES

- Bailey, K., Basu, A., & Sharma, S. (2022). The environmental impacts of fast fashion on water Quality: A Systematic review. *Water*, 14(7), 1073. <https://doi.org/10.3390/w14071073>
- Cartner-Morley, J. (2019, September 13). Extinction Rebellion activists target London fashion week. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/fashion/2019/sep/13/do-or-die-extinction-rebellions-die-in-london-to-end-with-fashion-funeral>
- Chen, B. (2023). Towards a History of Fashion Without Origins. In C. Breward, B. Lemire, & G. Riello (Eds.), *The Cambridge Global History of Fashion: From Antiquity to the Nineteenth Century* (pp. 17–50). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108850353>
- Early day motions: Clothing poverty awareness. (2023). UK Parliament. <https://edm.parliament.uk/early-day-motion/61650/clothing-poverty-awareness>
- European Commission. (2021). *Building an economy that works for people: an action plan for the social economy*. <https://doi.org/10.2767/12083>
- Gossen, M., Jäger, S., Hoffmann, M. L., Bießmann, F., Korenke, R., & Santarius, T. (2022). Nudging Sustainable Consumption: A Large-Scale Data Analysis of Sustainability Labels for fashion in German online retail. *Frontiers in Sustainability*, 3. <https://doi.org/10.3389/frsus.2022.922984>
- Graham, L. D. (2023). Reasserting the right to adequate clothing in international human rights law. *Human Rights Law Review*, 24(1). <https://doi.org/10.1093/hrlr/ngad039>
- Grunert, K. G., Hieke, S., & Wills, J. (2014). Sustainability labels on food products: Consumer motivation, understanding and use. *Food Policy*, 44, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.12.001>
- Hoskins, T. E., & Lemos, M. H. (2025). *Extraction Fashion: unequal exchange and degrowth explored*. Research & Degrowth International.
- International Labour Organization. (2022). Skills development for a just transition. In *Just Transition Policy Briefs*. <https://www.ilo.org/publications/skills-development-just-transition>
- Katebi, H. (2014, November 16). *This is not what feminism looks like | the Feminist Shirt controversy*. Hoda Katebi. <https://hodakatebi.com/this-is-not-what-feminism-looks-like-the-feminist-shirt-controversy/>
- McLaughlin, K. (2019, January 30). Exploding demand for cashmere wool is ruining Mongolia's grasslands. *Science*. <https://www.science.org/content/article/exploding-demand-cashmere-wool-ruining-mongolia-s-grasslands>
- Moritz, M., Bruno, J. E., Murphy, D. J., Fernández-Giménez, M. E., & Schareika, N. (2025). Transformations in livestock systems: beyond ranching and pastoralism. *Agriculture and Human Values*. <https://doi.org/10.1007/s10460-025-10711-6>
- Niessen, S. (2022). Defining defashion: A manifesto for degrowth. *International Journal of Fashion Studies*, 9(2), 439–444. https://doi.org/10.1386/inf_s_00082_7
- Putri, C. H., & Rosa, A. D. E. (2023). Impact of sustainability awareness in fashion on purchase Intention: Mediating variable of sustainability commitment. *Journal of Business Management and Social Studies*, 3(3), 146–163. <https://doi.org/10.53748/jbms.v3i3.67>
- Tomé, C. (2025, March 19). *Fashion Commons: A Cap-and-Share Model to Tackle the Fashion Industry's Overproduction Crisis*. Equal Right - Economic Justice Without Borders. <https://www.equalright.org/updates/fashioncommons>
- Unfit, Unfair, Unfashionable: Resizing Fashion for a Fair Consumption Space - Hot or Cool*. (2025, July 29). Hot or Cool. <https://hotorcool.org/publications/unfit-unfair-unfashionable-resizing-fashion-for-a-fair-consumption-space-2/>

Vladimirova, K. D., Boniolo, L., Forbicini, M., & Botta, V. (2024). Less is more: Taking a sufficiency approach in EU textiles policy. In *Environmental Coalition on Standards*. ECOS. https://ecostandard.org/wp-content/uploads/2024/09/2024-09-11-ECOS_Textile-sufficiency_FINAL.pdf

Zanetta-Colombo, N. C., Scharnweber, T., Christie, D. A., Manzano, C. A., Blersch, M., Gayo, E. M., Muñoz, A. A., Fleming, Z. L., & Nüsser, M. (2024). When another one bites the dust: Environmental impact of global copper demand on local communities in the Atacama mining hotspot as registered by tree rings. *The Science of the Total Environment*, 920, 170954. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2024.170954>

Marula Tsagkari



Marula Tsagkari is a political ecologist from Athens, Greece. She is currently a Margarita Salas postdoctoral researcher at ICTAUAB. Her work focuses on energy communities, energy self-sufficiency, technology, and values. Marula holds a Ph.D. from the University of Barcelona and MSc in Environmental Science Policy and Management from Central European University and the University of Lund. In 2022-2023 she was a postdoctoral researcher at TU-Delft.

