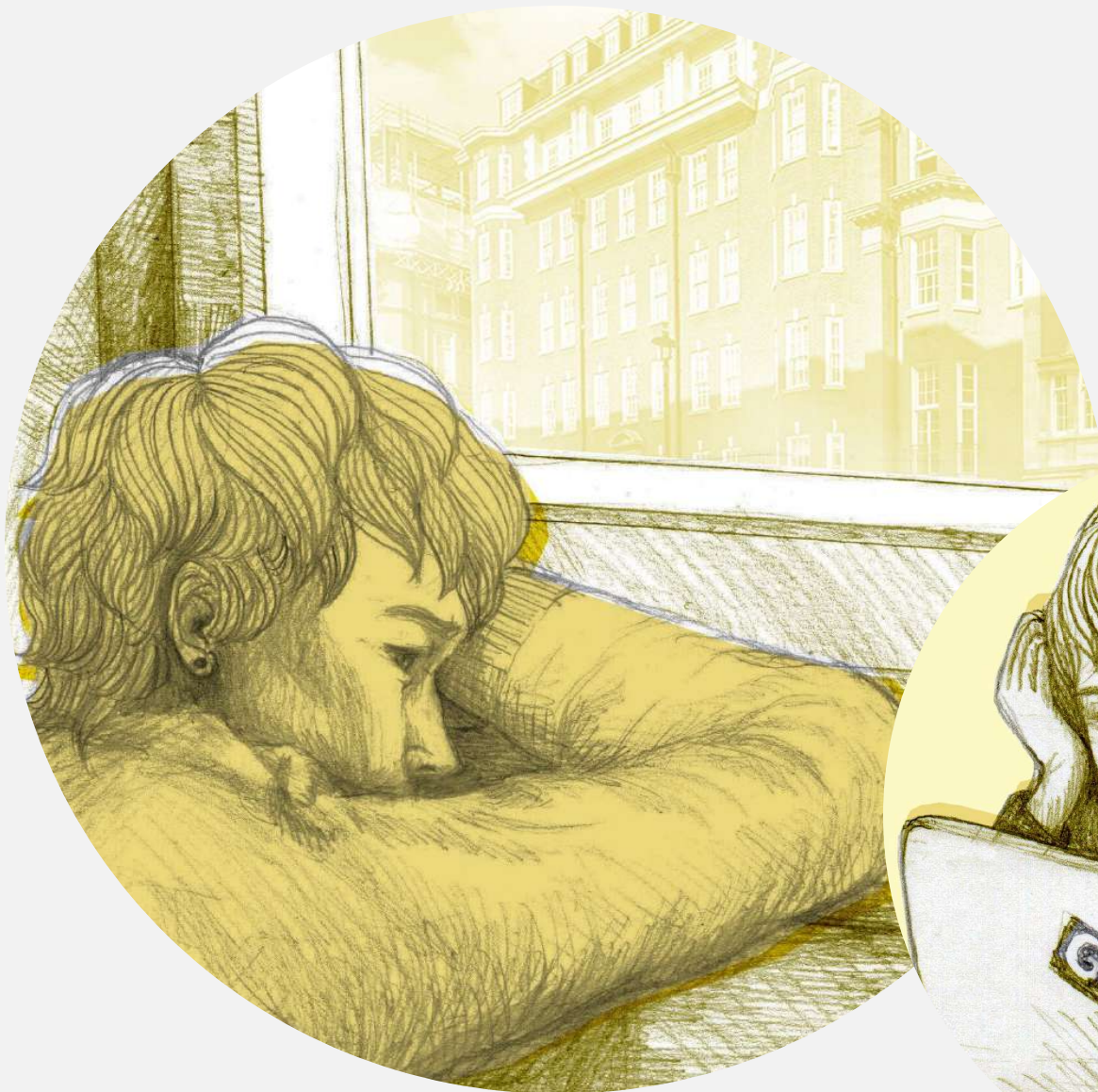




El dilema del influencer

Libro de Aventuras



COMIENZA



Vuelves a mirar fijamente el correo.
«Oportunidad de colaboración: TrendFast Fashion».

Detrás del mostrador de la cafetería, la cafetera silba, recordándote otro turno de ocho horas por sesenta y siete euros.

Las cuentas mentales se repiten: alquiler de 1200 euros, préstamos, facturas, viajes, comida. Siempre sale más de lo que entra.

CONTINÚA

TrendFast quiere ofrecerte 12 000 euros por 6 meses, algo que parece irreal. Tu cuenta de Instagram, SustainableStyle_Sam, ha crecido hasta alcanzar los 18 247 seguidores a los que les importa la moda ética, las cadenas de suministro, el remendado y los residuos. Has construido una comunidad que confía en ti.

TrendFast representa todo lo que sueles criticar. Su ropa se deshace rápidamente y apila las tiendas de segunda mano. Sin embargo, su correo afirma que su nueva «Colección Consciente» utiliza materiales sostenibles, producción ética y una transparencia verificada.

¿Es esto un progreso real o un ecoblanqueo pulido dirigido a tu audiencia?



CONTINÚA

**Nota científica:**

La industria de la moda genera 1.200 millones de toneladas de CO₂ al año, más que todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo juntos. Consume 93.000 millones de metros cúbicos de agua cada año, una cantidad suficiente para 5 millones de personas. Por otra parte, el 85 % de los textiles producidos acaban en vertederos o incineradoras, a menudo antes de cumplir un año. Cada segundo, en todo el mundo, se quema o se entierra un camión de basura lleno de ropa.

Piensa en lo que siempre escribes en tus publicaciones: que la industria de la moda genera 1.200 millones de toneladas de CO₂ al año, lo que supera la cantidad generada por todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo juntos... Consume 93.000 millones de metros cúbicos de agua cada año, mientras que el 85 % de los tejidos producidos acaban en vertederos o incineradoras, a menudo antes de cumplir un año.

...cada segundo, se quema o se entierra un camión lleno de ropa...

Tu móvil te devuelve a la realidad y te envía el recordatorio de siempre sobre el alquiler.

CONTINÚA





La oferta es directa: seis publicaciones al mes, Historias entre bastidores y reseñas sinceras.

2000€ por adelantado y, después, 1500 € al mes.
Suficiente para el alquiler, las facturas y tal vez ahorrar.

Pero tus seguidores confían en ti. Ahora, muchas personas compran de segunda mano o reparan su ropa gracias a tu contenido.

¿Esta colaboración honraría esa influencia o la debilitaría?

TU ELECCIÓN

⇒ Firma inmediatamente. Ve a la página 5.

⇒ Primero infórmate sobre TrendWave. Ve a la página 10.



Haces clic en «Aceptar términos» sin dudar. Alivio, ansiedad y entusiasmo se mezclan. En dos días, llega una caja: jerséis de algodón orgánico, vestidos de poliéster reciclado, vaqueros ecológicos y pantalones de lino. El embalaje es mínimo y reconfortante, pero las telas se sienten endebles.

El jersey crema es casi transparente, con las costuras ya fruncidas. Aun así, publicas tu primer mensaje. Estilizas el jersey con unos vaqueros vintage y unas botas de segunda mano, escribiendo sobre el apoyo a las marcas que intentan mejorar. Los comentarios aparecen al instante: alabanzas, ánimos y una profunda decepción.

CONTINÚA



¿TrendFast? ¿En serio?

Tres semanas después, asistes al lanzamiento de TrendFast en Londres.

Un espacio tipo almacén cuidadosamente diseñado, madera recuperada, expositores de bambú y un imponente muro vegetal.

Todo parece sostenible, pero nada se siente auténtico.



CONTINÚA



Cerca del photocall de prensa, te encuentras con Aisha, una integrante de una ONG que supervisa la sostenibilidad corporativa.



Elogia tu trabajo anterior sobre los trabajadores del sector textil en Bangladesh y, después, te pregunta sobre tu colaboración. Su tono se mantiene tranquilo, pero firme.

Explica que la «Colección Consciente» representa solo el 3 % de la producción total de TrendFast.



CONTINÚA

**Nota científica:**

Bangladesh ha emitido históricamente tan solo 0,06 toneladas de CO₂ por persona al año, frente a las 120 toneladas per cápita de la UE. Sin embargo, Bangladesh ocupa el séptimo puesto a nivel mundial en vulnerabilidad climática y se enfrenta a inundaciones devastadoras, ciclones y el aumento del nivel del mar, desastres a cuya causa no ha contribuido prácticamente en nada. Los trabajadores del sector textil del país, que ganan tan solo 3€ al día, producen ropa para las naciones ricas mientras sufren las peores consecuencias de una crisis provocada por el consumo de esas mismas naciones.



El noventa y siete por ciento restante procede de fábricas que pagan unos tres euros al día y producen cientos de millones de prendas que contaminan los ríos de los países más golpeados por el impacto climático.

Bangladesh no emite casi nada en comparación con Europa, pero se enfrenta a inundaciones devastadoras y al aumento del nivel del mar.

Las personas que trabajan por unos pocos euros al día sufren las consecuencias del consumo de otros lugares.

Colonialismo climático en acción. Los países ricos causan la crisis y los países pobres sufren las consecuencias.

CONTINÚA

Se te hace un nudo en la garganta. El jersey de repente se siente más pesado. Intentas defender la colaboración, pero Aisha desarticula suavemente los argumentos de marketing.

La mayoría de la gente nunca ve los números reales, dice, por eso las empresas invierten tanto en la distracción.

Insiste en que no te está juzgando, solo dándote los hechos.

Desaparece entre la multitud. Te quedas a solas, con la única compañía de una escenografía de la sostenibilidad que se siente cada vez más vacía. El tres por ciento resuena en tu mente, una y otra vez.



CONTINÚA



Guardas el correo en una carpeta etiquetada como «Importante - Comprobar más tarde» y abres una nueva pestaña en el navegador. Investigar primero.

El sitio web de TrendFast reluce con profesionalismo corporativo. Su página de «Sostenibilidad» presenta estadísticas impresionantes: «30 % de reducción en el uso de agua desde 2019» y «Comprometidos con la neutralidad de carbono para 2050».

Las fotografías muestran a trabajadores sonrientes en fábricas limpias. Todo parece perfecto. Demasiado perfecto.

CONTINÚA

**Nota científica:**

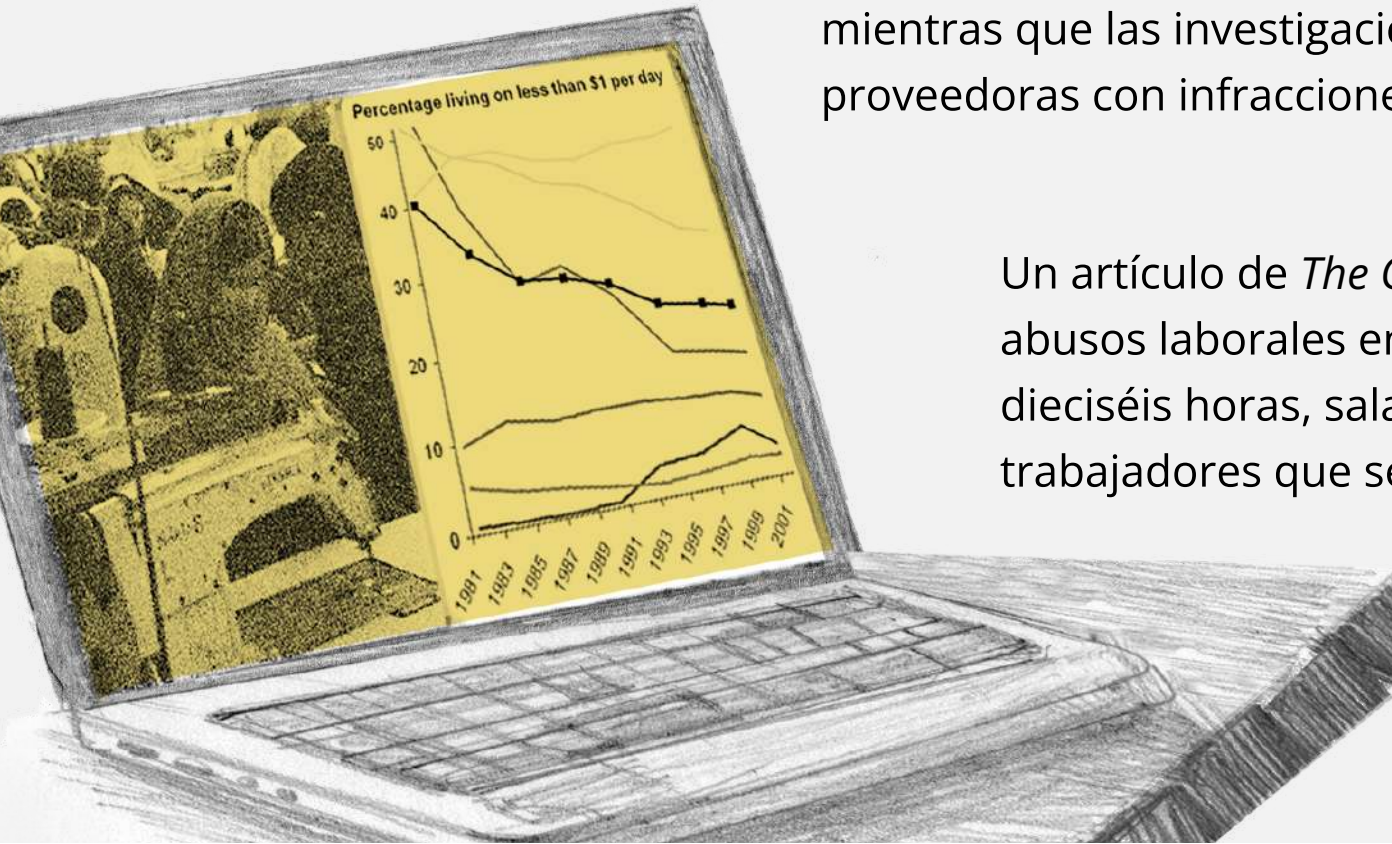
Según el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, la industria de la moda es responsable del 10% de las emisiones globales de carbono: más que todos los vuelos internacionales y el transporte marítimo combinados. Consume 93 000 millones de metros cúbicos de agua al año, suficiente para llenar 37 millones de piscinas olímpicas. La Fundación Ellen MacArthur informa que el 85% de los textiles producidos termina en vertederos o incineradoras, a menudo en su primer año de vida. Producir una sola camiseta de algodón requiere 2700 litros de agua: agua potable suficiente para una persona durante dos años y medio.

Indagas más a fondo. El compromiso de «Neutralidad de carbono para 2050» significa comprar compensaciones baratas de carbono en lugar de reducir las emisiones reales.

La «Reducción del 30 % del agua» se aplica solo a las oficinas centrales, no a la fabricación.

Los trabajadores sonrientes pertenecen a su única fábrica de exhibición, mientras que las investigaciones revelan al menos treinta fábricas proveedoras con infracciones de seguridad documentadas.

Un artículo de *The Guardian* de hace ocho meses detalla abusos laborales en los proveedores de TrendFast: turnos de dieciséis horas, salarios por debajo del mínimo vital y trabajadores que se desmayan por el calor.



CONTINÚA

Te concentras en el artículo de The Guardian que describe las violaciones a los derechos de los trabajadores por parte de los proveedores de TrendFast; también deberías leer su respuesta: «Nos tomamos estas acusaciones muy en serio y estamos realizando una revisión interna». No se publicó ningún resultado. Sin embargo, la «Colección Consciente» parece diferente.

Certificación independiente de Fairtrade International. Algodón orgánico de granjas verificadas. La línea es pequeña (cuentas solo cuarenta y dos prendas), pero existe. ¿Un cambio genuino o un ecoblanqueo sofisticado?

Tu cuenta bancaria muestra 243 €. El alquiler vence en nueve días. ¿Promocionar la «Colección Consciente» podría presionarlos para expandirla?

¿O proporcionaría cobertura para continuar la explotación? El reloj marca las 23:47. El turno de mañana empieza a las siete.

TU ELECCIÓN

⇒ Envías un correo electrónico preguntando por las prácticas de sostenibilidad. Ve a la página 13

⇒ Firmas de todos modos: necesitas el dinero. Ve a la página 18

⇒ Lo rechazas: no puedes promocionar esto. Ve a la página 30

Redactas un correo electrónico a la 1:23 AM, borrando y reescribiendo varias veces. La versión final es profesional pero directa, con siete preguntas específicas sobre las prácticas de TrendFast.

La respuesta llega rápidamente. Elena Martínez, responsable de colaboraciones de la marca, sugiere una videollamada para el jueves. Cambias turnos de trabajo para poder asistir.

Elena aparece en pantalla junto a su director de sostenibilidad, Marcus. Pasan noventa minutos respondiendo a cada una de las preguntas. La «Colección Consciente» representa el 3 % de la producción; lo reconocen abiertamente. Existen planes para ampliarla al 15 % en tres años.



CONTINÚA

«No afirmamos ser perfectos», dice Elena. «Pero estamos intentando transformar sinceramente una industria masiva. El cambio lleva tiempo. Necesitamos voces como la tuya para ayudar».

La «Colección Consciente» de TrendFast, aunque solo representa el 3 % de la producción total, sigue utilizando materiales que dañan el medioambiente. El poliéster reciclado, comercializado como sostenible, desprende 700 000 fibras de microplásticos en cada ciclo de lavado.

Su promesa de «neutralidad de carbono para 2050» se apoya en gran medida en compensaciones baratas de carbono procedentes de proyectos forestales cuestionables, en lugar de reducir las emisiones reales. Su línea de producción principal continúa generando aproximadamente 240 000 toneladas de CO₂ al año a partir de 200 millones de prendas.



CONTINÚA

Marcus detalla su programa de auditoría de fábricas y sus alianzas con organismos de certificación. Sin embargo, cuando preguntas sobre los salarios de los trabajadores, hay dudas: «Los salarios dignos son nuestro objetivo. Actualmente, estamos por encima del salario mínimo en todas las instalaciones». Estar por encima del salario mínimo en Bangladesh sigue significando pobreza.

Elena concluye: «Creemos que podrías ser parte de la solución desde dentro. Tu voz importa. Podrías pedirnos cuentas mientras nos ayudas a promover un progreso real». Tras la llamada, te sientas en el silencio del piso. Han sido más honestos de lo esperado. Sin embargo, «ser parte de la solución desde dentro» también podría significar «una cobertura útil para seguir haciendo lo mismo de siempre».

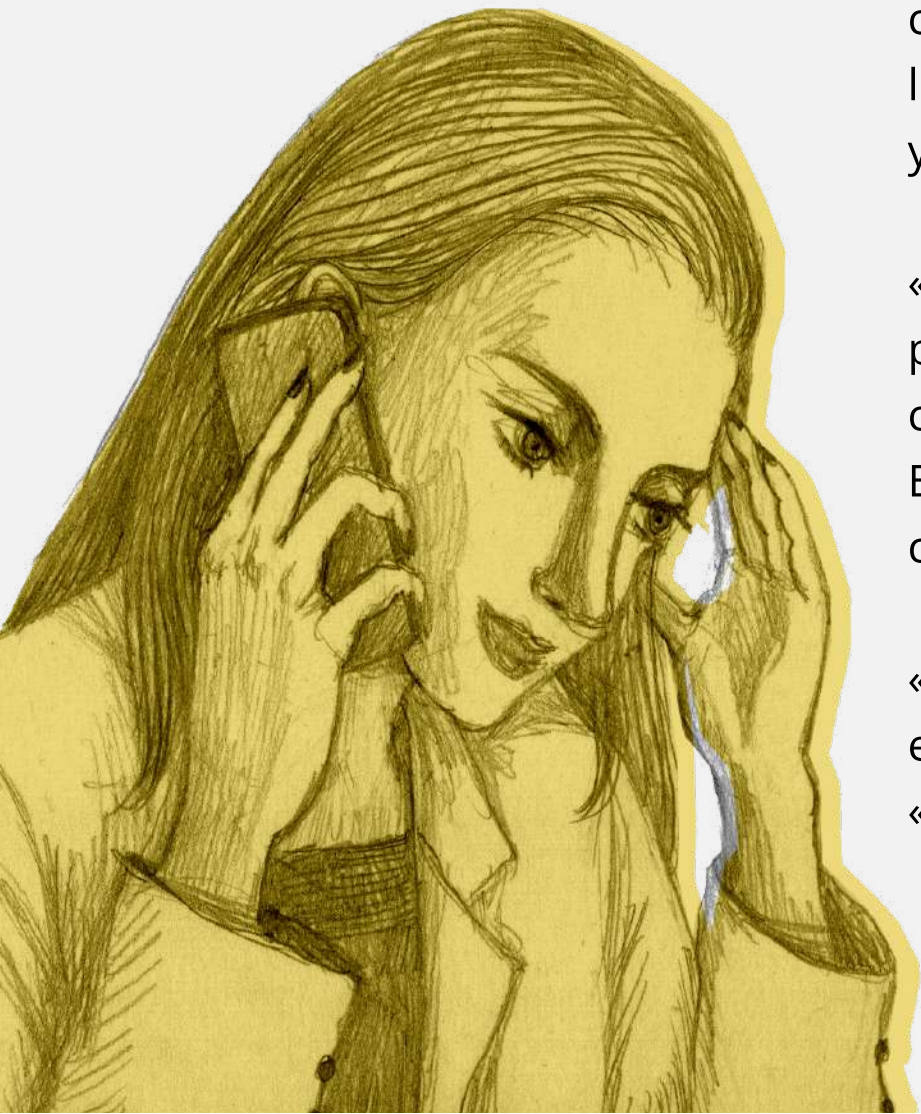
TU ELECCIÓN



Solicitas modificaciones en el contrato. Ve a la página 16



Firmas: impulsas el cambio desde dentro. Ve a la página 8

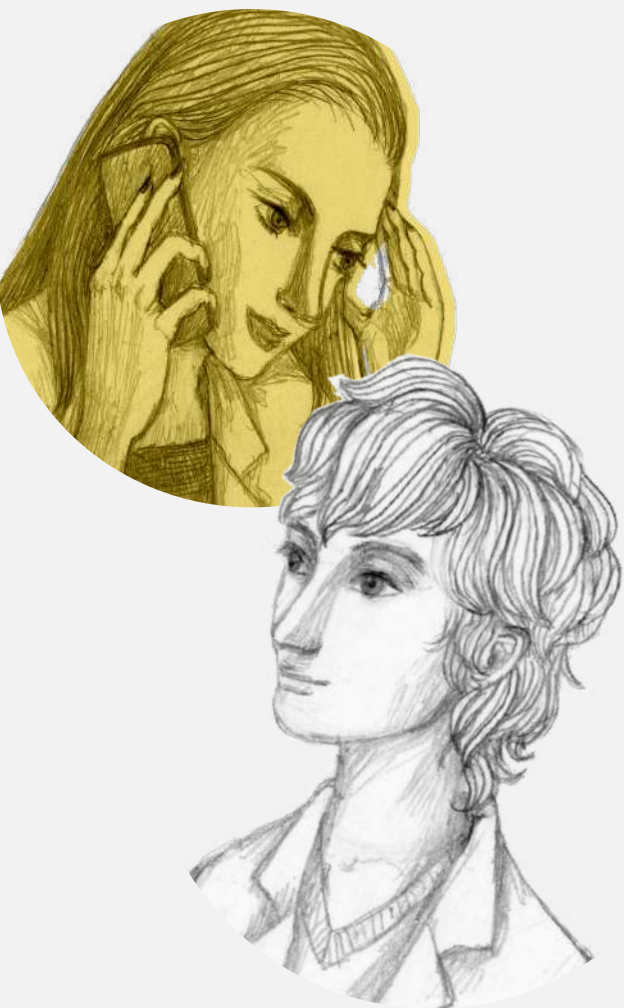


Envías el correo electrónico a las 23:00. El mensaje detalla unas condiciones modificadas: libertad para debatir abiertamente sobre los retos de la sostenibilidad, actualizaciones trimestrales detalladas y permiso para rescindir el acuerdo si el avance se estanca.

«Quiero trabajar con ustedes», escribes, «pero no puedo promocionar algo mientras oculto sus limitaciones. Mis seguidores confían en mí porque soy honesta. Esa honestidad debe continuar». Elena llama dos días después. Tu contrapropuesta ha generado conversaciones interesantes. La empresa está dividida.

«Algunos piensan que eres difícil. Otros piensan que eres exactamente la voz auténtica que necesitamos». Hace una pausa. «No podemos darte todo. Pero esto es lo que podemos hacer».

CONTINÚA



Las condiciones modificadas ya están en marcha: puedes debatir tanto los logros como los retos, siempre que el enfoque se mantenga «equilibrado y constructivo».

Recibirás los informes trimestrales de sostenibilidad antes de su publicación oficial, además de acceso prioritario a las reuniones de desarrollo de la «Colección Consciente». Se incluye también una cláusula de revisión anual que permite a cualquiera de las partes rescindir el acuerdo.

No lo es todo. «Equilibrado y constructivo» podría interpretarse de forma restrictiva. Sin embargo, ofrece más transparencia de la que brinda la mayoría de las colaboraciones.

Lees el contrato revisado tres veces. Aparece el recordatorio del alquiler: 1200 € a pagar en cuatro días.

TU ELECCIÓN

⇒ Te marchas: no hay suficiente transparencia. Ve a la página 30

⇒ Aceptas las condiciones modificadas. Ve a la página 18

Tres semanas después de iniciar la colaboración, la vida parece diferente en la superficie. Tu cuenta bancaria muestra 2000 euros en lugar de 243. Has reducido tus turnos en la cafetería a tres días a la semana, lo que te da espacio para respirar y crear.

Grabas mejores vídeos de estilismo, publicas Historias más reflexionadas y por fin respondes a tus seguidores en lugar de escribir a toda prisa entre pedidos de café. Tu cuenta ha superado los 21 000 seguidores, impulsada por las promociones de TrendFast.

Pero la ropa ya se está deshaciendo. El jersey crema tiene agujeros tras habértelo puesto cuatro veces. El algodón orgánico se siente más frágil que el tejido ordinario. Un vestido de poliéster reciclado ha perdido el color tras un solo lavado; el estampado apenas se ve.

Las costuras se deshilachan con el más mínimo tirón, los botones se caen, los dobladillos se sueltan. La calidad es alarmantemente baja. Estas prendas parecen diseñadas para durar semanas, no años, a pesar de todas las afirmaciones de sostenibilidad sobre durabilidad y producción consciente.



CONTINÚA

**Nota científica:**

El modelo de negocio de la moda rápida se basa en la obsolescencia programada: prendas diseñadas deliberadamente para que dejen de servir tras un uso mínimo, lo que obliga a los consumidores a comprar más. Esto provoca efectos catastróficos sobre el clima: la industria produce más de 500 millones de prendas al año y se necesitan 2.700 litros de agua para fabricar una camiseta de algodón. Por otra parte, cada año llegan a los océanos 500 000 toneladas de fibras microplásticas procedentes del lavado de prendas sintéticas, lo que contamina los ecosistemas marinos. El ciclo de producción constante genera montañas de residuos textiles: el 85% de todos los textiles acaba en vertederos o incineradoras, y cada segundo se quema o se entierra en todo el mundo un camión de basura lleno de ropa.

No puedes publicar sobre esto de manera honesta sin violar el contrato.

«Libertad creativa dentro de las directrices de la marca» significa libertad para elogiar, no para criticar. Libertad para estilizar, no para cuestionar la calidad o la durabilidad.

Así que tus publicaciones continúan, cuidadosamente enmarcadas, redactadas de forma estratégica: «¡Estilizando esta prenda de tres formas diferentes!» en lugar de «Esta prenda solo sobrevivirá a tres usos antes de deshacerse».

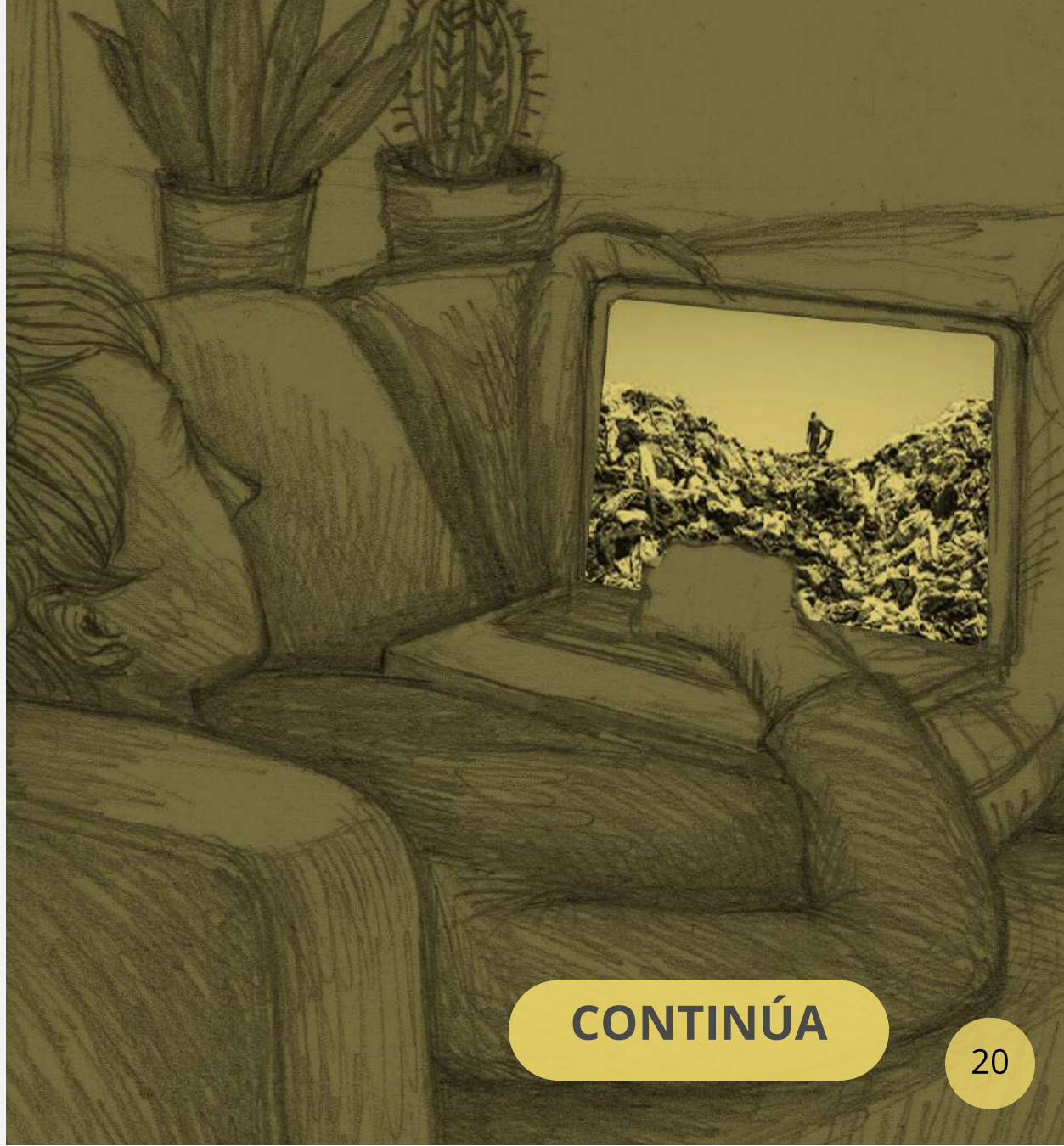
La decepción parece pequeña al principio. Una omisión más que una mentira. Pero se acumula; cada leyenda cuidadosamente redactada es una pequeña traición a la comunidad que construiste.

CONTINÚA

A las 2:47 AM del martes, incapaz de dormir, miras el documental *The True Cost* en tu portátil en la oscuridad.

Las imágenes de fábricas colapsadas, los testimonios de trabajadoras sobre condiciones inhumanas, ríos que fluyen de color púrpura y rojo por los tintes textiles, montañas de ropa desechada en vertederos de Ghana y Chile. Se siente insoportablemente cercano, insoportablemente relevante para las decisiones que has tomado.

El jersey crema descansa doblado en la silla al otro lado de la habitación, con los agujeros visibles incluso en la penumbra: un pequeño monumento a la obsolescencia programada y a la explotación disfrazada de sostenibilidad.



CONTINÚA

La mañana trae un comentario en tu última publicación.

La usuaria @LilyChangesThings ha escrito: «Me encanta tu contenido habitual, pero me confunde esta colaboración. El historial medioambiental de TrendFast es bastante nefasto. ¿Has visto el informe de la Campaña Ropa Limpia? Me encantaría saber sinceramente qué opinas».

El comentario acumula cuarenta y siete *me gusta* y la cifra no deja de subir. Otros seguidores están respondiendo, algunos defendiéndote y otros dándole la razón.

La conversación se está descontrolando. Lees la cláusula del contrato sobre la «gestión de la reputación»: «El colaborador acepta moderar los comentarios que puedan perjudicar la reputación de marca de TrendFast».

Técnicamente, esto entra en esa categoría. Tienes la autoridad para borrarlo. Pero @LilyChangesThings no está siendo maleducada. Solo está haciendo preguntas; el tipo de preguntas que tú solías hacer.

TU ELECCIÓN

⇒ Borrás el comentario: eres profesional. Ve a la página 28

⇒ Respondes con sinceridad y participas en la conversación.
Ve a la página 22

Respondes a @LilyChangesThings:

«Yo también estoy aprendiendo. ¿Compartes tus fuentes?». Treinta segundos después de publicar, sientes el teléfono pesado por lo que acabas de hacer. Esto podría costártelo todo.



@LilyChangesThings responde a los pocos minutos, compartiendo enlaces: el sitio web de Fashion Revolution, el documental *RiverBlue*, informes de la Campaña Ropa Limpia y estudios académicos.

Otros seguidores se unen, aportando recursos y compartiendo experiencias. La conversación crece: 200 comentarios y suma y sigue.

Elena llama el viernes por la mañana, con la voz tensa. «Tenemos que hablar sobre la sección de comentarios. La imagen pública no es buena. En la sede central están preocupados».

CONTINÚA

«La gente está teniendo una conversación genuina sobre la sostenibilidad», dices con cautela.
«¿No es eso lo que queremos?».

«Una conversación que cuestiona toda nuestra marca. Se suponía que debías moderar el contenido perjudicial».

«No es perjudicial. Es honesto».

El silencio se prolonga. Finalmente: «Lo discutiré internamente. Pero debes entender algo: esta colaboración solo funciona si hay respeto mutuo».

Ese fin de semana, redactas una publicación. Se publica el domingo por la tarde: «Necesito ser honesta con ustedes. Acepté esta colaboración porque necesitaba ingresos y creía que podía presionar por un cambio desde dentro. Pero me está costando. Esta ropa no dura. Las promesas de sostenibilidad se sienten limitadas. No tengo todas las respuestas. Estoy descifrando esto junto a ustedes. Gracias por pedirme cuentas».

CONTINÚA

La respuesta es abrumadora. La publicación se comparte 47000 veces. Los comentarios llegan a miles. Algunos estaban enfadados, pero la mayoría mostraba su apoyo:

«Por esto te seguimos»

«La honestidad importa más que la perfección»

«Gracias por ser real»

El lunes ya cuentas con 28000 seguidores.

Elena llama el lunes por la tarde: «En la sede central hay división... La mitad quiere rescindir el contrato de inmediato. La otra mitad piensa que esto es exactamente la colaboración auténtica que decíamos buscar. Quieren reunirse contigo. El miércoles en las oficinas centrales».



CONTINÚA

La sede central de TrendFast ocupa doce plantas de una torre de cristal en Canary Wharf. La sala de reuniones tiene vistas a todo Londres. Sandra Chen, vicepresidenta de Marketing, se sienta frente a ti, con Elena y alguien del departamento de Comunicación Corporativa a su derecha.

«Tu honestidad generó un problema», dice Sandra. «Pero también creó una oportunidad. Tu publicación generó más *engagement* que meses de contenido planificado. La gente confía en ti, y esa confianza tiene valor».

Desliza un documento sobre la mesa: «Queremos ofrecerte un nuevo rol. Embajador de Sostenibilidad. Tres mil euros al mes. Una colaboración de dos años. Tendrías más acceso a nuestra cadena de suministro, asistirías a las reuniones trimestrales de estrategia y recibirías los informes de sostenibilidad antes de su publicación».

CONTINÚA



Lees la propuesta por encima. La remuneración transformaría tu vida. Pero te surge una duda.

«¿Qué porcentaje de su producción representa la "Colección Consciente"?».

«El cinco por ciento», responde Sandra sin dudar. «Nuestro objetivo es llegar al veinte por ciento en tres años».

El cinco por ciento de 500 millones de prendas. Veinticinco millones fabricadas un poco mejor, mientras que 475 millones siguen ligadas a prácticas de explotación y daño medioambiental.

CONTINÚA

Elena añade: «El contrato incluye contenido mensual, asistencia a eventos clave y apoyo público durante controversias. Necesitamos fiabilidad».

«Apoyo público durante controversias» significa defenderlos cuando las trabajadoras protesten o cuando salgan a la luz informes medioambientales. Significa convertirte en parte del sistema.

Piensas en tus 28 000 seguidores, muchos de ellos ganados gracias a tu honestidad. Piensas en @LilyChangesThings y en la conversación que desencadenó todo esto. Piensas en las trabajadoras que ganan tres euros al día mientras los ejecutivos debaten sobre «sostenibilidad» desde la duodécima planta de una torre de cristal.

TU ELECCIÓN



Lo rechazas: un 5 % es «greenwashing». Ve a la página 30



Negocias con más firmeza: exiges compromisos reales. Ve a la página 33

Cinco años después, estás de pie en tu piso de Mayfair, preguntándote en qué momento el éxito empezó a sentirse como una prisión. Tu cuenta tiene ahora 67 000 seguidores, el saldo de tu cuenta bancaria muestra 4500 euros al mes y tu armario está lleno de ropa de TrendFast que rara vez te pones.

La mañana en que se informa del incendio en la fábrica, te estás preparando para una gala de TrendFast. Diecisiete trabajadoras han muerto en Bangladesh. Salidas bloqueadas. Sin medidas de seguridad contra incendios adecuadas. La noticia salta a las 11:00. La gala empieza a las 19:00.

Aun así, vas. Vistes de TrendFast, sonríes para las fotografías y hablas con cortesía sobre un progreso lento pero constante. De vuelta en casa, miras tu última publicación. Cada comentario crítico ha desaparecido. Cada palabra clave relacionada con abusos laborales ha sido silenciada. La sección de comentarios es solo alabanzas.

¿Cuándo empezó todo eso? El primer comentario borrado fue el de Aisha, hace cinco años. Una vez que borraste uno, el siguiente fue más fácil. Y el siguiente, más fácil aún. Proteger la colaboración. Mantener el profesionalismo. Pronto, eliminar las críticas se convirtió en una rutina. Deslices las publicaciones antiguas de antes de TrendFast. La pasión es inconfundible.

CONTINÚA

Publicaciones sobre explotación, justicia climática y daño medioambiental. Tus seguidores te desafiaban a ti y se desafiaban entre sí. Conversaciones difíciles, un compromiso real. Esa versión de ti se siente muy lejana ahora.

El piso es precioso. Los ingresos son estables. La cuenta parece un éxito. Pero, sentada a solas a las tres de la mañana, navegando entre alabanzas estériles, por fin lo ves con claridad.

La jaula es cómoda. Pero es una jaula. Y la construiste tú misma, borrando los comentarios uno a uno.

FIN





Nota científica:

El 73 % de los influencers afirma sufrir presión para promocionar productos en los que no creen, pero siguen haciéndolo debido a su dependencia económica (Influencer Marketing Hub, 2022). La moda sigue siendo la segunda industria más contaminante del mundo, responsable del 10 % de las emisiones de carbono. Los accidentes en las fábricas han causado la muerte de más de 3.000 trabajadores del sector textil en la última década. El cambio requiere valor antes de que nos veamos atrapados.



Te alejas de TrendFast. La decisión se toma en el despacho de Sandra, con Londres extendiéndose a tus pies.

«Agradezco la oferta», dices, «pero no puedo ser embajador de sostenibilidad para una empresa donde la sostenibilidad solo representa el cinco por ciento del negocio. Mis seguidores merecen algo mejor. Las trabajadoras merecen algo mejor. El planeta merece algo mejor».

El siguiente mes es brutal.

CONTINÚA



Regresas a la cafetería a tiempo completo, ganando sesenta y siete euros al día. El alquiler se vuelve más difícil de gestionar. Tu crecimiento en Instagram se ralentiza y algunos seguidores se van. Pero los que se quedan se involucran más profundamente. Tu plataforma vuelve a crecer. Para el segundo año, tienes 52 000 seguidores genuinamente comprometidos. Varios artículos te citan como un ejemplo de defensa ética.

Otros *influencers* te piden consejo sobre cómo gestionar las colaboraciones de manera responsable. Tu impacto se extiende aún más. Para el tercer año, pasas a ocupar el puesto de Dirección de Estrategia Digital para una coalición de organizaciones de moda sostenible, ganando 3200 euros al mes.

El trabajo contribuye a un cambio medible: un pequeño descenso en las ventas de moda rápida entre tu grupo demográfico y un aumento de la presión por la transparencia.

CONTINÚA

No ha sido fácil. La seguridad financiera llegó despacio y hubo momentos de duda.

Pero cada vez que cuestionabas tu camino, recordabas el comentario de Aisha y tu decisión de responder con honestidad en lugar de borrarlo. Ese momento lo cambió todo.

No tienes un piso en Mayfair ni una cifra de seguidores inflada por colaboraciones corporativas. Pero tienes a 52 000 personas a las que les importa, una carrera construida sobre la integridad y un trabajo que genera un impacto real.

Y cuando te miras al espejo, sientes orgullo de la persona que ves.

FIN





Nota científica:

El «30 Wears Challenge» alcanzó los 200 000 participantes en todo el mundo en tres años, con un impacto climático medible. Las investigaciones han confirmado que alargar la vida útil de la ropa tan solo nueve meses reduce las emisiones de carbono entre un 20% y un 30%. La presión ejercida por campañas como la vuestra contribuyó a una disminución del 3% en las ventas de la moda rápida. El mercado de la ropa de segunda mano creció once veces más rápido que el comercio minorista tradicional, según el Informe de reventa de 2023 de ThredUp. Las decisiones individuales, amplificadas a través de una defensa auténtica, generaron un cambio cuantificable.

Abres tu libreta. «Esto es lo que necesito: una reducción del veinte por ciento de la producción en dieciocho meses, salarios dignos en la mitad de sus fábricas en un año, informes públicos trimestrales con verificación independiente y total libertad para criticar si no cumplen».

El rostro de Sandra permanece inexpresivo. Elena parece tensa. El responsable de Comunicación Corporativa niega con la cabeza.

«Eso es extremadamente ambicioso», dice Sandra. «Tendremos que discutirlo internamente. Espera una respuesta en un plazo de setenta y dos horas».

CONTINÚA



Tres días después, llega su contraoferta: una reducción del doce por ciento de la producción en dieciocho meses, salarios dignos en el cincuenta por ciento de las fábricas en un plazo de dos años, informes trimestrales con aprobación final reservada a TrendFast y permiso para ejercer una crítica constructiva. No es todo lo que querías, pero es mucho más de lo que la mayoría de las marcas se comprometen a asumir. Aceptas.

El primer año es exigente: visitas a fábricas en Bangladesh y Vietnam, reuniones donde los márgenes de beneficio chocan con el bienestar de los trabajadores, informes trimestrales transparentes pero diplomáticos y críticas públicas ocasionales cuando se incumplen los plazos.

El progreso es desigual pero real. La producción disminuye un once por ciento, reduciendo las emisiones. El treinta y cinco por ciento de las fábricas introduce salarios dignos antes de lo previsto.

El uso de agua se reduce un veintidós por ciento y los datos de la cadena de suministro se hacen públicos. Aun así, muchas fábricas siguen sin cumplir la normativa y la «Colección Consciente» se estanca en el dieciocho por ciento.

Presionas de manera constante, equilibrando la exigencia y la cooperación. Los activistas te acusan de haberte vendido; los ejecutivos te encuentran difícil. Sin embargo, los datos demuestran un impacto real: mejores salarios, menos emisiones y una transparencia muy superior.

CONTINÚA

Al cabo de dos años, das un paso al lado. La relación ha llegado a su límite. Te pasas a la consultoría independiente, asesorando a varias empresas de moda durante los siguientes tres años y empujando a cada una hacia mejores prácticas.

A los treinta años, no eres rico ni te alaban universalmente. La consultoría paga de forma irregular y vives entre dos mundos: demasiado corporativo para algunos activistas, demasiado radical para algunas marcas. Pero el trabajo da resultados.

Tu tiempo en TrendFast produjo un cambio medible: una reducción del once por ciento en la producción, salarios dignos para unas cincuenta mil trabajadoras, un recorte del veintidós por ciento en el uso de agua y una transparencia total en la cadena de suministro.

Investigaciones posteriores confirman que las empresas cambian más cuando la presión proviene tanto de dentro como de fuera. El progreso real requiere que ambas fuerzas trabajen juntas.

FIN

PREGUNTAS DE REFLEXIÓN

1

5

2

3

4

Siguiente



¿Cómo evalúas las afirmaciones sobre moda «sostenible» o «ética» cuando vas de compras?

No te quedes solo con el discurso comercial, fíjate en los datos concretos:

¿Qué porcentaje de la producción es realmente sostenible?

¿Se paga a los trabajadores un salario digno? ¿La marca está reduciendo la producción total o simplemente está «mejorando» algunos artículos?

La verdadera sostenibilidad requiere transparencia, responsabilidad y la voluntad de producir y vender menos.



¿Qué papel desempeñan las personas a la hora de abordar problemas sistémicos como el impacto climático de la moda rápida?

Las decisiones individuales son importantes, pero no bastan. Alargar la vida útil de la ropa, comprar artículos de segunda mano y exigir transparencia generan presión para lograr un cambio sistémico. Sin embargo, una transformación real requiere cambios en las políticas, la rendición de cuentas de las empresas y cuestionar el modelo económico basado en el crecimiento que impulsa la sobreproducción. La acción individual es más eficaz cuando se une a movimientos colectivos que impulsan un cambio estructural.



El artículo presenta el cambio climático como una cuestión de justicia climática. ¿Qué significa este enfoque?

La justicia climática reconoce que quienes menos han contribuido a provocar la crisis climática son los que sufren sus peores consecuencias. Países como Bangladés, cuya contribución a las emisiones globales ha sido mínima, se enfrentan a efectos climáticos devastadores mientras producen ropa barata para consumidores adinerados. La acción climática debe abordar estas desigualdades, no perpetuarlas.



¿Es más eficaz impulsar el cambio desde dentro de las empresas o crear alternativas fuera del sistema?

Ambos enfoques tienen sus ventajas y sus limitaciones. Quienes defienden el cambio desde dentro pueden acceder al poder de decisión, pero corren el riesgo de ser cooptados. Los críticos externos mantienen su independencia, pero pueden carecer de influencia sobre las prácticas empresariales. ¿Qué papel desempeñan tu propia posición y tus privilegios a la hora de determinar qué enfoque te resulta más accesible o eficaz?



¿Qué final elegiste? ¿Qué factores influyeron en tu decisión?

Analiza las ventajas y desventajas entre la seguridad económica, los valores personales y el posible impacto. ¿Cómo podrían haber influido las circunstancias materiales de Sam (empleo precario, presión económica) en la complejidad ética de la elección?

RECURSOS ADICIONALES

Siguiente

Documentales:

- «The True Cost» (2015): analiza el impacto humano y medioambiental de la moda rápida
- «RiverBlue» (2017): documenta la contaminación del agua provocada por la industria de la moda
- «Untold: Inside the Shein Machine» (2024): investiga la moda ultrarrápida

Organizaciones:

- Fashion Revolution: movimiento global por la transparencia (fashionrevolution.org)
- Clean Clothes Campaign: defensa de los derechos laborales (cleanclothes.org)
- Fundación Ellen MacArthur: investigación sobre la economía circular (ellenmacarthurfoundation.org)
- Good On You: valoraciones de la ética de las marcas (goodonyou.eco)

Informes y estudios:

- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente: «Sostenibilidad y circularidad en la cadena de valor textil» (2018)
- Fundación Ellen MacArthur: «Una nueva economía textil» (2017)
- Informe sobre reventa de ThredUp (publicado anualmente)
- Informes de la Campaña Ropa Limpia sobre condiciones laborales y responsabilidad corporativa

Libros:

- «Overdressed: El coste escandalosamente alto de la moda barata», de Elizabeth Cline
- «Fashionopolis: El precio de la moda rápida y el futuro de la ropa», de Dana Thomas
- «La ropa que se ama dura más», de Orsola de Castro

MEDIDAS A TOMAR

Siguiente

**Medidas a tomar:**

- Compra menos prendas, elige calidad y llévalas durante más tiempo (intenta ponértelas al menos 30 veces)
- Compra ropa de segunda mano, intercambia prendas con amigos y alquila para ocasiones especiales
- Aprende reparaciones básicas: coser botones, arreglar costuras, remendar agujeros
- Pregunta a las marcas #WhoMadeMyClothes: exige transparencia
- Apoya los movimientos liderados por los trabajadores y las organizaciones de defensa de los derechos laborales
- Aboga por cambios en las políticas: salarios dignos, normativas medioambientales y responsabilidad corporativa
- Comparte información, entabla conversaciones y genera presión colectiva para lograr un cambio sistémico



Este libro de aventuras es una creación del proyecto Erasmus+ Green Saga.

Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones o puntos de vista expresados son únicamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia de Asuntos de Juventud. Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser consideradas responsables de los mismos.

Código del proyecto: 2024-2-LT02-KA220-YOU-000293123



**Cofinanciado por
la Unión Europea**