

MÁS QUE UN PROYECTO DE MODA

UN PROYECTO DE CAUSA Y CON CAUSA

Por Paul Sánchez Aguilar



Con el objetivo de brindar apoyo y trabajar de manera conjunta con aliados, patrocinadores, artistas y creativos en aras de sus proyectos, se celebró la sexta edición del Fashion Green Mx, siendo la sede el Centro Cultural del México Contemporáneo.

Este foro concluyó con el cumplimiento de los objetivos trazados, en el sentido de impulsar la sustentabilidad como estilo de vida, así como a las causas sociales y ambientales que año con año se promueven.

Fue así como bajo la dirección de Jean Verdier y Mireille Acquart, se unificaron un grupo de personas que pugnan por la sustentabilidad y por el estilo de vida verde para que sea aplicado por todos y cada uno de nosotros.

No todos los días se pueden encontrar en los aparadores o pasillos de las tiendas productos que se ocupen del cuidado de la salud de las personas y del cuidado del medio ambiente, es por ello que Fashion Green Mx permite conocer bajo un concepto totalmente sustentable el diseño e ingenio textil y el trabajo que realizan las comunidades indígenas a través de sus bordados llenos de colorido.

Y claro, sin dejar a un lado la vanguardia y el glamour propio de la moda mediante una serie de pasarelas que dieron paso a la presentación de los modelos elaborados por diseñadores como: Yeshua Herrera, Santa Rosa, Fernanda Melo, Guie, Mipa, Mildred Rubin y Koara.

El patio central del centro cultural que sirvió de marco para el evento, fue engalanado con los diversos productos realizados por empresas encaminadas a ser cada vez más socialmente responsables. Se pudieron apreciar en la pasarela: zapatos bordados a mano y elaborados con materias primas 100% mexicanas; diversas colecciones de piezas textiles, algodones orgánicos, y también lentes de madera elaborados con bambú.

La moda y el arte se conjugaron para atraer a un nutrido grupo de seguidores que pudieron conocer en voz de expertos en la materia, aspectos enfocados al Eco Lujo, como por ejemplo: cómo la rentabilidad puede ir de la mano con la sustentabilidad; consejos para lograr ser un empresario "verde" y atender un panel integrado por niños de 10 a 14 años hablando acerca del futuro de la sustentabilidad.

A seis años de que este valioso proyecto se pusiera en marcha, nuevamente diseñadores provenientes de diversos estados de la República Mexicana, líderes de opinión y empresas comprometidas con el medio ambiente, lograron cristalizar una edición más de este evento.

El enfoque de sustentabilidad

De manera particular, el panel que dio por inaugurado el evento fue el denominado “La sustentabilidad como estilo de vida. Eco Lujo”, con la participación de Carolina Lomas León, socia fundadora de Bemol Consultores; Itzuo Martín del Campo, gerente de Marca de NBC Nattura; Klaus Gérman Phinder, director de la revista GANAR-GANAR y de la agencia consultora Acción Social Empresarial, y Juan José Díaz, director de Innovación y Vinculación Social en Eduoxa.

En el encuentro quedó asentado que en el largo plazo, será crucial la elección de los consumidores y el trabajo de los diseñadores y marcas sostenibles.

De tal suerte que las grandes marcas ligadas a la moda se enfocan cada vez más a los temas de sustentabilidad y por eso ejercen aspectos como la calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación con la comunidad, y el cuidado y preservación del medio ambiente.

Se dijo que prevalecen productos que resultan atractivos por su precio al ser sumamente económicos, pero son invasivos por estar compuestos de materiales que dañan la salud y al medio ambiente; pero en ocasiones eso no resulta de interés para los consumidores, quienes se enfocan más en que su compra se adecúe a su economía.

La contraparte se refiere a los productos que, quizá, su precio sea del doble o triple pero son sustentables, y las empresas que los producen son socialmente responsables.

Se puso sobre la mesa el hecho de que si únicamente las personas con alto poder adquisitivo podrán acceder a productos ecológicos dado lo oneroso que resultan, cada vez serán más las empresas que los impulsan para hacerlos accesibles para todos.

Sin duda, actualmente existe un tema de economías de escala, donde todo se mueve en cuanto a la oferta y



la demanda, es por eso que los productos sustentables, al no estar totalmente masificados, resultan caros en algunas ocasiones. Pero en la medida que dichos productos lleguen a un mayor número de personas, tendrán, por economía de escala, una mayor accesibilidad.

Los ponentes dejaron ver que en este tema del “Eco Lujo”, como parte de nuestra forma de vida, el consumidor pone especial atención tanto en la calidad del producto como en que éste sea ecológico, por lo que estamos en vías de tener productos de consumo masivo y cotidiano que utilicen técnicas sostenibles o alternativas.

En este sentido han surgido nuevos modelos de negocio y se realizan productos con técnicas diferentes, a la par, están cambiando los hábitos de los consumidores.

La facilidad que ofrece el uso de Internet, nos da la pauta para obtener cualquier tipo de información, en particular de la existencia de productos que por tener una etiqueta verde se hacen llamar ecológicos.

Por esta razón, recomendaron indagar acerca de cuáles son los ingredientes activos; cómo contribuye al medio ambiente y de ser posible verificar en la página web de las organizaciones si realmente cuentan con su reporte de sustentabilidad.

Habrán quizás quienes no cumplan con estas características y sólo utilicen la mercadotecnia en los productos, cayendo en el denominado *greenwash*, por ser “ecológicos” sólo en forma y no de fondo.

En este entorno, las empresas que realmente generan productos verdes, cuentan con la posibilidad de informar sus actividades de sostenibilidad, mediante una guía denominada Global Reporting Initiative (GRI), la que permite medir los impactos económicos, sociales y ambientales y finalmente plasmarlo en el reporte de sustentabilidad.

Se concluyó en este panel, que la necesidad de impulsar la sustentabilidad en nuestra vida diaria, no depende de las empresas, ni del gobierno, sino de que cada uno de nosotros, por lo que debemos tomar cartas en el asunto y hacer de la sustentabilidad nuestro estilo de vida. ●

