**TITULO GENERAL**

Lluvia de ideas con palabras claves, juego de palabras, expresiones que resulten atractivas…

**he puesto expresiones que aparecen en la aplicación SHEIN por si inspiran:**

50 % OFF / 50% DE DTO.!

LOS ESENCIALES DE LA TEMPORADA COOL

SOLO A PARTIR DE ...

ENVÍO GRATIS DESDE…

ENTREGA RÁPIDA

SOLO PARA NUEVOS CLIENTES…

HASTA -90%

COMPRAR AHORA

NUEVA COLECCION

SUPERVENTAS (DENIM)

QUICKSHIP

DEVOLUCIÓN GRATUITA

**Detrás del Vestuario: Descubriendo los Hilos Ocultos de la Industria Textil**

**Tejiendo Conciencia: Desenredando los Secretos de la Industria Textil**

**"Ropa Limpia: Descubriendo el Rostro Oculto de la Moda"**

**"La Verdad Detrás de tu Ropa: Comprendiendo el Impacto Ambiental y Social de la Moda"**

**"Consume con Conciencia: El Poder de tus Decisiones en la Industria Textil"**

**"Desnudando la Industria Textil: Descubre la Realidad detrás de tus Prendas"**

**"Hilando Conciencia: Un Viaje por la Sostenibilidad y Equidad en la Moda"**

**"Estilo Eco-Consciente: Rompiendo Patrones en la Industria Textil"**

**"Tejidos con Propósito: La Moda como Instrumento de Impacto Positivo"**

**PANEL 1 (Antonio)**

**¿Conoces que hay detrás de la ropa que llevas puesta?**

Desde la Campaña Ropa Limpia, os presentamos esta exposición que busca abordar diversas preguntas relacionadas con la industria textil y los problemas que esta genera tanto a nivel medioambiental como social. Con esta exposición pretendemos crear conciencia sobre la necesidad de un **cambio** en la forma de producir y consumir ropa.

Es necesario que la industria de la moda adopte la transparencia en toda su cadena de producción. Esto implica que la personas consumidoras tengan acceso a información completa sobre el impacto medioambiental y social de las prendas que compran. Solo a través de la transparencia podemos tomar decisiones informadas y **fomentar un consumo más consciente**.

Para comprender la importancia de esta cuestión, es necesario explorar los diferentes eslabones que se encuentran detrás de nuestra ropa.

Te invitamos a sumergirte en esta exposición y explorar las conexiones entre la industria de la moda, el medio ambiente y las condiciones laborales. Esperamos que esta experiencia te ayude a tomar decisiones más conscientes y a convertirte en parte del cambio en el mundo de la moda. Juntas, podemos construir un futuro más sostenible y equitativo para todas. (***Frase explicativa sobre el Scape Room o gymkana)***

La **Campaña Ropa Limpia** **(CRL)** es una iniciativa que trabaja en colaboración con organizaciones y activistas de todo el mundo para promover la justicia laboral y medioambiental en la industria textil. A través de la investigación, la incidencia política y la sensibilización pública, buscamos impulsar cambios significativos en la forma en que se produce y consume la ropa.

Añadir logo financiadores, CRL, SETEM, ¿fashion revolution?

**PANEL 2 Y 3 CADENA DE PRODUCCIÓN E IMPACTO MEDIOAMBIENTAL**

**¿Conoces el impacto medioambiental que provoca la moda?**

Uno de los principales problemas de la industria de la moda es su Impacto medioambiental, presente a lo largo de todo su ciclo de vida: origen, producción, uso y fin de vida de una prenda. A día de hoy es el segundo sector industrial más contaminante del planeta debido al uso de productos químicos, contribuye al agotamiento de recursos por su uso intensivo de agua y energía. Además, es una de las mayores productoras de desechos lo que provoca contaminación.

1.   MATERIAS PRIMAS

Las materias primas son los componentes básicos utilizados en la creación de telas y prendas de vestir. La producción en 20 años se ha duplicado pero tan solo el 1% del mercado mundial de fibra proviene del reciclaje.

Encontramos dos categorías principales: las fibras naturales y las fibras químicas.

Las f**ibras naturales** incluyen materiales de origen vegetal como el algodón, cáñamo, bambú, etc. y de origen animal, como la lana y el cuero.

Las **fibras químicas,**se producen mediante procesos químicos y se dividen en artificiales como el rayón o viscosa y sintéticas como el poliéster, acrílicos y poliuretano. Estas últimas derivadas de la industria del petróleo y por lo tanto altamente contaminante y no renovable.

150 millones de árboles se cortan cada año para convertirse en tejidos como la viscosa

2.    PRODUCCIÓN DE FIBRAS Y TELAS

En esta etapa se transforma las materias primas en hilos y tejidos utilizados para confeccionar prendas y productos textiles.

El proceso incluye la **hilatura**, donde las fibras se convierten en hilos, y la **tejeduría**, que crea telas a partir de los hilos. Los tejidos pueden **ser planos, de punto o no tejidos**, cada uno con características y aplicaciones distintas. (añadir un trozo de cada tipo de tejido en panel o en material interactivo)

En el proceso de creación de fibras sintéticas como el poliéster, se produce gran cantidad de gases de efecto invernadero.

3. ACABADOS

Los acabados son procesos realizados en hilos, fibras, telas o prendas con el objetivo de modificar su apariencia, tacto o comportamiento. Pueden ser **estéticos o funcionales** e incluyen tinturas, estampados, suavizados, blanqueados, perchados o bordados, entre otros.

Cada uno de estos procesos puede tener un impacto ambiental debido al uso intensivo de químicos, agua y electricidad.

Por ejemplo, los tintes tóxicos utilizados en la industria textil contaminan el agua y el ecosistema.

Las lentejuelas y abalorios hechos de PVC dificultan su biodegradación y separación, aunque se pueden utilizar alternativas de PVC reciclado.

4. DISEÑO Y PATRONAJE

Es la etapa de diseño y creación de la cadena de producción textil, se desarrolla el boceto y la ficha técnica de la pieza final, además de la creación de patrones para el corte de las telas. Esta fase creativa es crucial y se deben considerar las decisiones que se toman en términos de su impacto ambiental y social. Por ejemplo, la elección del tejido (orgánico, sintético). Por ejemplo, repensar en gestionar el residuo textil post industrial que es del 15%, ya sea con patrones zero waste o aprovechando el tejido sobrante para otros productos.

5. CONFECCIÓN

Es la fase de "Cut, Make, and Trim" de la producción textil, se corta y confecciona la prenda, eliminando imperfecciones. Tras el control de calidad, se empaqueta y envía.

¿Sabias que una pieza de ropa está hecha por una media de 172 manos?

En esta parte del proceso es en la que más personas participan debido a la gran cantidad de pasos, que incluyen: Fichas técnicas, prototipos, precio, escalados, adquisición de materiales, corte, confección, accesorios, control de calidad y envío.

El principal impacto es social, del que hablaremos luego, pero también existe un uso excesivo de energía y la generación de residuo textil (postindustrial)

6. LOGÍSTICA

La logística desempeña un papel importante generado por las emisiones de CO2 depende de las elecciones de envío, sea transporte aéreo, terrestre o marítimo. El transporte aéreo es el más rápido pero también el más caro y el que genera más emisiones. Además, otros factores como la previsión del tiempo influyen en la sostenibilidad, permitiendo seleccionar opciones de envío con menor impacto.

7. COMERCIALIZACIÓN

La etapa de comercialización puede variar según si el producto se vende en línea o en una tienda física. En el caso de las **ventas online**, es importante considerar el impacto ambiental derivado del transporte individualizado de cada pedido y a los desperdicios generados por el embalaje. Por otro lado, si la venta se realiza en una **tienda física**, el impacto ambiental está asociado al consumo de energía de la tienda. Ambos enfoques requieren consideraciones ambientales para garantizar una comercialización más sostenible.

8. USO

La etapa de cuidado y uso de la ropa depende de las elecciones individuales de los compradores. Cada lavado libera microfibras que contaminan océanos y la cadena alimentaria. El 35% de los microplásticos de los océanos proviene del lavado de tejidos sintéticos.

9. FIN DE VIDA

Anualmente se producen alrededor de 80 billones de prendas nuevas en el mundo, pero menos del 1% de la ropa usada se recicla **y la mayoría acaba en vertederos.**

Por ejemplo: El desierto de Atacama se ha convertido en un enorme basurero con más de 100,000 toneladas de prendas, muchas sin usar y con etiquetas.

La manera sobre cómo tratar las prendas al final de su vida es decisiva y tiene un gran impacto en la biodiversidad, dependiendo de si se opta por el reciclaje, la reutilización, la incineración o la acumulación en enormes montañas.

**PANEL 4: IMPACTO SOCIAL**

**¿Quiénes son las personas trabajadoras que confeccionan nuestras prendas y bajo qué condiciones laborales lo hacen?**

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), **en 2019, se estimaba que 630 millones** de personas trabajadoras en todo el mundo vivían en condiciones de pobreza extrema o moderada .

60-75 millones de estas personas son mujeres  jóvenes que  trabajan  en  fábricas textiles confeccionando nuestra ropa. Podríamos  decir  que  esta  asociado a una  nueva  forma  de esclavitud moderna.

La industria de la confección global tiene un coste social muy alto:

-      Precarias condiciones. Más de un siglo después del inicio de la revolución industrial, de regulaciones y tratados laborales internacionales, las condiciones de trabajo en este sector no han mejorado visiblemente: **miles de personas cada día siguen arriesgando su salud y su vida.**

-  La **exposición a productos tóxicos** y **técnicas peligrosas**, como el sandblasting (incluir en scape room definición), provocan en muchos casos **enfermedades graves**. Las malas condiciones de trabajo y las largas jornadas muchas veces suponen **dolores crónicos, problemas respiratorios, desmayos**…

- La falta de seguridad en los **edificios** hace que sean frecuentes los incendios causados por fallos eléctricos, las explosiones de calderas e incluso los derrumbes de fábricas como el de Rana Plaza, ocurrido en Bangladesh en 2013.

-      Salarios de miseria. Mientras las grandes marcas y distribuidoras de ropa obtienen ingentes beneficios gracias a la mano de obra barata, 300 **millones de trabajadoras de la confección en todo el mundo no ganan lo suficiente para vivir dignamente.**

-      El 80% de los 40-60 millones de personas trabajadoras de la confección estimadas son mujeres, y esto no es una coincidencia. Las mujeres a menudo se ven privadas de la licencia por maternidad, el cuidado de los hijos e hijas ~~niños~~ y desplazamientos seguros al trabajo Estas violaciones estructurales se ven agravadas por la violencia de género.  Sus roles de género en la sociedad hacen que tengan mucho que perder cuando expresan su disidencia.

-      Explotación de inmigrantes. Cientos de miles de personas migrantes trabajan en las cadenas de suministro textil y de la confección de todo el mundo. Constatándose los mismos abusos pero agravados por los contextos específicos en los que trabajan las personas migrantes. Poner ejemplo concreto. Caso explotación de refugiados?

 [C1]Resumir? Citar de forma más explícita tema Rana Plaza. Quitar sandblasting que puede no entenderse sin explicar.

 [C2]Visibiliza las mujeres fuertes, luchadoras, empoderadas PERO alarga mucho el texto.

**Panel 5: consumo**

**¿Sabías que durante los últimos 15 años los consumidores han comprado un 60% más de ropa? Sin embargo, la han utilizado durante la mitad del tiempo.**

La industria de la moda produce una cantidad excesiva de prendas, muy por encima de las necesidades de la población mundial.

La globalización ha transformado la industria de la moda de manera significativa. Las marcas ahora pueden producir en diferentes partes del mundo, aprovechando mano de obra barata y materiales asequibles. Esto ha llevado a una mayor disponibilidad de prendas a precios accesibles. Además, la globalización ha promovido la homogeneización de estilos, erosionando la diversidad cultural. El fenómeno de la fast fashion y el consumo desenfrenado ha ganado fuerza en las últimas décadas. La rápida producción de prendas a bajo costo ha llevado a una cultura de comprar y desechar constantemente.

Las personas consumidoras a menudo compran artículos no tanto por su utilidad o calidad, sino por la imagen y el estatus que estos productos representan. Las temporadas de moda se suceden rápidamente, con colecciones nuevas lanzadas varias veces al año. Se crea una sensación de obsolescencia constante, donde las prendas pasan de ser "tendencia" a "pasadas de moda" en cuestión de muy poco tiempo. Como resultado, sienten la presión de mantenerse al día con las últimas tendencias y deshacerse de prendas que todavía podrían ser perfectamente funcionales.

Además, ~~l~~a aparición del comercio electrónico ha facilitado aún más el acceso a la moda, permitiendo a los consumidores comprar ropa y accesorios desde la comodidad de sus casas.

El marketing y la publicidad también han jugado un papel fundamental en el fomento del consumo en la moda. Las marcas utilizan estrategias de marketing para crear una sensación de deseo y necesidad en los consumidores. A través de campañas publicitarias llamativas y la presencia de celebridades e influencers en las redes sociales, se genera un sentido de aspiración en torno a ciertos productos y estilos de moda. Los contenidos de comunicación difundidos promueven los beneficios socioambientales de los productos, lo que influye en las decisiones de compra de los consumidores. Además, es necesario hablar sobre "greenwashing" como forma de manipulación que busca mejorar la imagen de la empresa sin realizar cambios significativos en su impacto ambiental.

Es hora de tomar conciencia y actuar para que las marcas que evaden su responsabilidad trasladándola a las personas consumidoras se comprometan de manera sólida con su impacto.

Panel 6: ¿Qué puedes hacer tú?

Como persona consumidora puedes comprar de manera consciente. Apoya a marcas que sean transparentes en cuanto a sus prácticas de producción y que tengan un enfoque real en la sostenibilidad. Busca ropa hecha con materiales orgánicos, reciclados o de comercio justo. Evita marcas que se hayan visto involucradas en escándalos de explotación laboral o prácticas irresponsables.

Compra menos y de mejor calidad: Opta por prendas duraderas y atemporales en lugar de seguir las tendencias de moda efímeras. Al invertir en ropa de mejor calidad, se contribuye a reducir el ciclo de consumo y se apoya una producción más responsable.

Compra ropa de segunda mano: La compra de ropa de segunda mano ayuda a reducir la demanda de ropa nueva y a disminuir el impacto ambiental de la industria de la moda.

Demanda transparencia: Pedir a las marcas de moda que sean más transparentes en cuanto a sus cadenas de suministro y prácticas laborales. Apoya iniciativas y organizaciones que promuevan la transparencia y la rendición de cuentas en la industria. Más allá de tu poder individual como persona consumidora, es importante unir fuerzas y exigir tanto a gobiernos como a empresas que asuman su responsabilidad.

Desde Campaña Ropa Limpia hacemos hincapié en la participación ciudadana y la incidencia política como factores clave para contribuir a una mejora de las problemáticas que hemos abordado a lo largo de la exposición. A través de la presión política y el activismo, la campaña busca influir en los gobiernos y legisladores para que implementen regulaciones más estrictas en cuanto a los derechos laborales, la transparencia y la protección del medio ambiente en la industria textil.

¡Únete a nuestras campañas!

Vídeo: Rana Plaza