

# El diseño de moda sustentable: Una mirada desde la descolonización y circularidad

Lourdes Rosado Bargas<sup>1</sup>

Fabián Rusell Ceballos Hernández<sup>2</sup>

Mayanin Sosa Alcaraz<sup>3</sup>

## Resumen

El propósito de este trabajo es examinar la descolonización de la moda, su circularidad e inclusión de diversos saberes e innovaciones, dentro de los programas de educación en diseño. La motivación inicial es reflexionar sobre la moda, su diseño, el uso y desecho, así como su relación con la naturaleza y cultura a través de imaginar futuros ideales diferentes al eurocentrismo. Desde una nueva generación de aprendizaje, hasta la consideración de la circularidad de la moda y la colectividad de diferentes actores modernos y tradicionales en favor de la sustentabilidad. Todo esto es abordado desde el efecto de la globalización neoliberal influenciado por el colonialismo a través de los estándares culturales y sistemas de producción que desvalorizan las técnicas tradicionales y fomentan la explotación. Para ello, se llevó a cabo una revisión de la literatura y un caso de estudio a partir del análisis de un programa educativo de moda, que considera una metodología del diálogo de saberes en el diseño de moda, como punto de partida para descolonizar el pensamiento dominante de la moda, aportando un enfoque más sostenible de la industria del vestido y diseño de moda de Yucatán. Entre los resultados destacan poca investigación sobre el tema, la falta de políticas y programas educativos que aborden el diseño del vestido desde otras alternativas de desarrollo y la reconfiguración de la moda en general.

**Conceptos clave:** Sustentabilidad Ambiental, Economía circular, Descolonización de la moda

## Introducción

La industria de la moda tiene un impacto importante en la vida cotidiana de las personas, al permitir que, a través de los productos, accesorios, entre otros, se pueda mostrar una identidad, una temporalidad en la contemporaneidad, una geografía entre otros aspectos. Sin embargo, actualmente la industria textil y de prenda, está bajo un pensamiento occidental y de globalización neoliberal, dando como resultado una moda universal y hegemónica; soportada por la explotación del medio ambiente para la producción en masa, la explotación de las personas para la externalización de costos y la apropiación cultural (Gardetti, 2023). Hoy en día, la industria de la moda ha tenido efectos nocivos en el planeta (Kent 2021, p. 8-11). El Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC 2022) señala los múltiples daños que ha causado esta industria en la biosfera. De hecho, la industria de la moda rápida ahora se considera una de las industrias más contaminantes en el mundo (UN, 2022), por su producción masiva y bajos costos de producción. En la tabla 1 se muestran los impactos sociales, ambientales y económicos de la moda rápida.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Diseño y Producción de moda, Tecnológico Nacional de México IT Mérida, lulu.bargas@gmail.com

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias Sociales, Tecnológico Nacional de México IT Mérida, fabian.ch@merida.tecnm.mx

<sup>3</sup> Doctora en Sustentabilidad para el Desarrollo, Tecnológico Nacional de México IT Mérida, mayanin.sa@merida.tecnm.mx

Tabla 1. Impactos de la moda rápida

Impactos económicos (UN, 2022)	Impactos sociales (WRAP, 2022)	Impactos ambientales (Ræbild y Bang, 2017)
Modelo comercial competitivo. La industrialización permite una reducción significativa en términos de precios debido al acortamiento de las cadenas de suministro globales.	Más del 20% de la ropa que tiene un consumidor de un país desarrollado nunca la usa, y los residuos textiles, tan solo en Estados Unidos, se quema a un ritmo continuo de un camión por minuto.	Cada año, la industria de la moda requiere más de 98 millones de toneladas de recursos no renovables. Por ejemplo, el uso de petróleo en la producción de fibras sintéticas, y las aplicaciones masivas de fertilizantes para producir algodón.
Separación entre la imagen de una marca con el producto asociado, y la producción real del producto, subcontratando a empresas de países en desarrollo que pagan bajos salarios y prestaciones.	Uno de cada cinco trabajadores tiene menos de nueve años. Los salarios ganados por la gran mayoría de las personas que trabajan en la producción de ropa son insuficientes para alimentar a una familia.	1.200 millones de emisiones de gases de efecto invernadero al año, se produce entre el 20% y el 35% de los microplásticos que se encuentran en el mar. Consume 79 billones de litros de agua.
	El aprecio del público por la ropa de alta calidad y duradera.	La segunda mayor fuente de contaminación del agua dulce.
	La saturación de la publicidad por parte de redes sociales desmejora la capacidad de presentar un enfoque alternativo al uso y compra de ropa.	Componentes, materiales y energía no recuperados de productos desechados.

El dominio de una economía globalizada, caracterizada por el crecimiento y acumulación de riqueza se relaciona a una de las industrias más contaminantes en la cadena de producción masiva. La moda no sólo es un problema de ecología industrial, por su huella ecológica y sus residuos en general, pero también es un problema de desigualdad social, por su falta de inclusión y bajo desarrollo humano, contribuyendo a un mal desarrollo y el agravamiento de la crisis civilizatoria que vivimos en la modernidad, donde la racionalidad económica está por encima de la ambiental y cultural como lo han documentado diferentes investigadores (Gardetti, 2023; Niessen, 2022).

Es evidente que este sistema de producción de la moda está sustentado en gran medida en las universidades, donde el enfoque de los curriculum es instrumental y las prioridades son las enseñanzas de lógicas de mercado, productividad y moda universal. Lo anterior da como resultado diseños excluyentes, de apropiación cultural y de prototipos y proyectos de producción a bajos costos; dejando fuera enfoques de preservación de saberes, trabajo digno, comercio justo, sustentabilidad y ciclo de vida del producto (Gardetti, 2023; Slade y Jansen, 2020; Correa, 2019).

El término ‘Defashion’ apareció por primera vez en un evento llamado “Defashion: a strategy for radical care of people and planet”, organizado por ArtEZ University of the Arts x State

of Fashion en junio de 2022. En este evento se discutió la posibilidad de sustentar el pluriverso de la ropa, brindando solidaridad a aquellos que se dedican a las tradiciones y costumbres populares. También, se promulgaron a favor de derribar la monocultura de la moda para que las personas tengamos una mejor relación con la madre tierra.

Quijano (2007) menciona que no hay modernidad sin colonialidad. Esto significa el marco para las injusticias socioambientales de hoy en día, tanto fuera como adentro de la moda. Por eso, la urgente desvinculación de las epistemologías del occidente y sus continuas explotaciones (Slade y Jansen, 2020). El discurso de la moda decolonial plantea una redefinición radical de la moda desvinculándolo de la modernidad y la desigualdad global; ya que debe surgir una variedad de maneras de diseñar la moda, enaltecer los derechos humanos, y dejar atrás la explotación y abuso cultural (Jansen, 2020). La ‘Defashion’ o ‘desmoda’ (en español) es una alternativa a los intentos de los gobiernos internacionales y nacionales de afrontar la insostenibilidad de la industria de la moda, como la extracción de recursos naturales, los altos niveles de CO2 en la atmósfera, y la pérdida de la diversidad cultural (Niessen, 2022).

Como ya se mencionó anteriormente, esta industria genera importantes impactos ambientales y sociales, que amenazan la sustentabilidad a nivel global. Estos impactos se aceleran por el modelo “fast fashion” que actualmente domina la industria, y se caracteriza por reducción del tiempo de producción y costos, así como, por el consumo de las prendas para fomentar el consumo de la moda desechable (Gabriel, et al., 2020). La moda rápida constituye una respuesta comercial a nuevas dinámicas del mercado global (Gazzola et al., 2020). Ante esta situación, en los años 2000’s aparece una alternativa económica llamada “Economía Circular” (EC). Esta alternativa se basa en reusar y reciclar los materiales desaprovechados (Atalay, 2020), buscando reducir la dependencia de los recursos naturales.

McDonough y Braungart (2009) llaman a esto diseño de cuna a cuna; es decir, en una economía circular restauradora de la moda, el valor de la ropa, los textiles y las fibras se conserva en un ciclo continuo de uso y regeneración, beneficiando a las empresas, sociedad y medio ambiente (Hvass, 2016; Pal, 2017). En este sentido, los residuos textiles se orientan a la regeneración y remanufactura creando nuevos productos con valor agregado, en lugar de incinerarlos o acaben en vertederos (Goldsworthy, 2014).

Las prácticas artesanales, lentas y circulares, la inclusión y la colaboración no son generalmente incorporados en los programas de diseño de moda a nivel superior (Atalay, 2020). Papanek (2009, p.112) señala que no se puede enseñar diseño sin considerar los aspectos sociales, económicos y ecológicos de la sustentabilidad. Por eso, este autor menciona que se deben alinear los sistemas educativos a una nueva dinámica de la industria de la moda para que las instituciones de educación sean parte de la solución y no del problema. El objetivo de este trabajo es explorar cómo la educación en diseño puede ser recontextualizada, desde la perspectiva de descolonizando la moda y su transición de una economía lineal a una circular e incluyente. La intención es reflexionar sobre nuevas formas de generar aprendizaje, diseños mediante el reciclaje, la artesanía, y la producción colectiva para un cambio social. Particularmente, se expone el caso de la industria del vestido y diseño de moda de Yucatán.

### **Colonización, modernidad y descolonización**

El colonialismo ha influenciado la industria de la moda actual y ha afectado la educación en diseño de moda. La colonialidad, modernidad, eurocentrismo y capitalismo han marcado un poder como

eje motor en las relaciones de dominación hegemónica. Este poder e influencia ha formado parte de la educación, en particular en la manera en cómo se enseña el diseño de la moda actual (Quirino, 2021); por eso, un cambio en el paradigma del diseño es necesario, para dar paso a la descolonización de este, orientándolo hacia un enfoque de diseño circular e incluyente (Wilson, 1985). Chriguini (2003) señala que el colonialismo es el resultado del desafío entre dos elementos culturales diferentes; una de esas culturas domina e impacta en todos los aspectos de la vida de las localidades que han sido conquistadas, de las cuales surgen nuevas estructuras organizacionales en los ámbitos económicos, políticos, culturales, entre otros.

Para Quijano (1993) la colonialidad/modernidad eurocéntrica se consolidó como núcleo principal, donde la población se diferenciaba en racionales e irracionales, modernos y tradicionales, superiores e inferiores. El conocimiento fue racional e impuesto en un mundo capitalista y moderno, que aún prevalece hoy en día, especialmente a las personas educadas bajo la perspectiva cognitiva occidental en América Latina. Esta perspectiva ha sido desarrollada por un largo tiempo y deja entrever su poder, al no permitir ser cuestionados o considerar algún componente etnocéntrico (ibid). La modernidad arranca con la conquista en América Latina, entonces el vestido moderno surge de un poder colonial, como una opresión derivada del vestimento y el autoritarismo como mecanismo de las metrópolis que llevan practicando hace más de cinco siglos (Retana, 2009).

El posmodernismo surge como un nuevo orden económico y social, se refiere a una sociedad postindustrial y de consumo (Foster, 2022). De tal manera que el capitalismo y la moda son un motor que satisface al consumidor, beneficiando a una economía racional, y no necesariamente significa progreso. Baudrillard (1998, p.57) menciona que “no hay un progreso continuo en esos ámbitos: la moda es arbitraria, pasajera y no añade nada a las cualidades intrínsecas de las personas”. Ha habido una manipulación social por parte de corporaciones y gobiernos, a través de discursos que promueven el comportamiento del consumidor, haciendo énfasis en el crecimiento económico y progreso. El economista Victor Lebow en 1955, comenta lo siguiente:

Nuestra economía enormemente productiva demanda que hagamos del consumo nuestro modo de vida, que convirtamos las compras y el acto de usar bienes en rituales, que busquemos la satisfacción espiritual y del ego en consumo, Las medidas de estatus social, de la aceptación social del prestigio deberá estar determinada por nuestros patrones consumistas. Estas comodidades y servicios deben ser ofrecidos al consumidor con especial urgencia. No solo debemos generar un cambio forzado en los hábitos de consumo, sino que debemos generar también un cambio más costoso. (Leonard, 2007, p. 74).

Las personas se cautivan por la moda, el internet, las redes sociales, entre otros, buscando la complacencia y el deseo. Entonces, la sociedad posmoderna se percibe homogénea, ya que, no existe una diversidad de alternativas u opiniones, donde haya discursos económicos heterogéneos. Todo es guiado por un interés y por lo que está de moda. De esta manera los individuos se sienten reconocidos dentro de una sociedad de masa (Alfonso y Fernández, 2010). En la posmodernidad la moda refleja la libertad, el placer y lo cool, representa un estilo de vida y consumo, más allá de pertenecer a una clase social (Martínez, 2006, p. 190).

La moda contemporánea no puede entenderse a sí misma sin la negación de otro concepto; es decir, depende del concepto de “no moda” para definirla (Niessen 2003). Aquí la doble negación consiste, por un lado, de la negación de otras modas y por el otro, la negación de los orígenes de la

moda moderna a través de su eliminación deliberada de la historia de la moda (Welters and Lillethun, 2018). Vázquez (2018) menciona que el concepto moderno de la moda no es universal, su colonialidad oculta una diversidad de ideas y formas de relacionarse con el mundo que no pertenecen a la genealogía de la tradición occidental. Existen otras sociedades alrededor del mundo que tienen otras maneras para representar la moda. (Vázquez and Mignolo, 2013) expresan que el método descolonial es buscar otras maneras de entender y relacionarse con el mundo, así como construir espacios abiertos a la pluralidad de alternativas.

El discurso decolonial en la moda se trata de restaurar, revalorizar y reconocer una variedad de maneras de modelar, es eliminar la desigualdad y la negación de otras cultural de la moda. Desvincularse de la moda contemporánea se refiere a estudiar otros sistemas de moda de acuerdo con los diferentes contextos históricos, sociales, culturales, políticos, y de interconexión (Vázquez, 2018).

### **Economía lineal y circular**

El complejo modelo económico actual requiere mejorar las inversiones, la cadena de suministros y los recursos para maximizar el ciclo de vida de los bienes y servicios. Pero, los recursos naturales son cada día más insuficientes, demandados y costosos, por lo que no pueden ser desaprovechados, hay que aprender a gestionarlos y usarlos en todo el proceso productivo o industrial. Es necesario entonces nuevas alternativas en el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos y residuos en el proceso, a través de la reducción, reciclaje, reutilización, recuperación, entre otros, que impulse modelos de producción y consumo con base a los principios del desarrollo sustentable (Espaliat, 2017).

La Asociación Vasca de Agencias de Desarrollo-Garapen (2019) menciona que la economía lineal es dominante, discutida y cuestionada debido a la explotación de recursos no renovables, dejando espacio para una economía circular, es decir, una nueva manera de generar valor económico, ambiental y socialmente más responsable, resiliente y competitiva. Por ejemplo, las prácticas de diseño adecuadas pueden permitir mejorar la selección de materiales, estandarizar el diseño de productos y modelación de componentes, creación de materiales más puros (Fundación Ellen MacArthur, 2015) que facilitaría la actividad comercial y la viabilidad tecnológica para la remanufactura o el reciclaje.

Hoy en día, el rol del diseñador de moda implica: concepto, desarrollo, investigación de mercados y tendencias, diseño de la colección, abastecimiento, selección de telas y procesos textiles (Gwilt, 2014); o sea, una cadena de suministro que se encarga de diseñar, tomar muestras, seleccionar, fabricar y distribuir (Lee, 2017). Sin embargo, todavía es muy limitada su contribución a la circularidad, ya que los diseñadores de moda carecen del conocimiento y técnica para aplicarla correctamente. Investigaciones sobre moda sustentable muestran el abordaje de la sustentabilidad en diferentes niveles de la organización, pero también ilustra ciertas limitaciones en estrategias, conocimiento, mentalidad y percepción individual de los diseñadores hacia la economía circular (Karell y Niinimaki, 2020).

La idea de una economía circular nace del concepto ‘Cradle to Cradle’, el cual se orienta a la eficacia de la producción de productos desde el diseño para obtener un efecto positivo. Michael Braungart y Bill McDonough proponen tres principios de Cradle to Cradle: a) el diseño debe ser inspirado a partir de los sistemas naturales, la parte biológica se devuelve al suelo en forma segura, y la parte técnica se reutiliza con calidad; b) una energía limpia y renovable debe ser usada, sin generar

demasiadas emisiones; c) un enfoque de diversidad, aprovechar lo que las distintas geografías ofrecen. A diferencia de la economía circular, la lineal es conocida por extraer, producir y desperdiciar los recursos que se utilizan en la fabricación de productos que terminan como residuos y no se reusan, si no se desechan. El uso potencial de los productos y materiales en una economía lineal no es aprovechado, y por lo general, se mueve en una sola dirección: de la materia prima hacia el residuo. Este tipo de economía degrada y contamina los ecosistemas naturales, y contribuye de manera negativa a la pérdida de biodiversidad y al cambio climático (Fundación Ellen MacArthur, 2015).

En Australia, el gobierno, la industria de la moda y diversos actores interesados están fomentando la circularidad en el sector de la moda. Ellos están gestionando los productos de la industria y sus residuos textiles para su eliminación tanto de parte de la industria textil como del consumidor. Por eso, están invirtiendo en tecnologías de fabricación y adquisición local, mayor educación en diseño y formación sobre la economía circular, su aplicación en la moda, y fomentar colaboraciones entre la industria e iniciativas comunitarias para apoyar la circularidad (Westover, 2023).

## **Metodología**

A partir de una revisión de literatura y a través de un análisis de estudio de caso intrínseco, mediante la recopilación de datos sociales, culturales, actores sociales y el contexto en el que está involucrado la unidad de análisis seleccionado, como propone Stake (1998) y Yin (2004). Por tal motivo, se tomó como unidad de análisis la carrera de diseño de la Universidad Anáhuac para comprender las especificaciones propias del programa y realizar un análisis desde la perspectiva de descolonialidad y circularidad. Para lograrlo se definieron tres etapas:

### **A) Revisión de enfoque**

Mediante la revisión de una literatura integradora, se exploró la existencia de teorías y acercamientos a la descolonialidad y circularidad en diseño de la moda. Este estudio adoptó un enfoque integrador. Según Torracó (2005) las revisiones integradoras se utilizan para evaluar, criticar y combinar la literatura sobre un tema de investigación de una manera que permita nuevas perspectivas y marcos a desarrollar.

La Universidad Anáhuac Mérida tiene 30 licenciaturas divididas en 8 grupos; el grupo de diseño cuenta con 4 licenciaturas donde se oferta la licenciatura en Diseño de Moda e Innovación, en 8 semestres el egresado de este programa de estudio puede: identificar e interpretar las tendencias mundiales, solucionar problemas de la industria de la moda, es experto en estilismo, es un crítico de moda, imagina y crea nuevas formas de hacer moda atractiva, funcional, estética, sustentable e innovadora, puede ser director creativo de su propia marca. A partir de esto el egresado puede impactar en la introducción de nuevo productos y/o servicios de manera exitosa al mercado. En la figura 1 se puede observar el plan de estudio.

### **B) Proceso de revisión**

Se realizaron búsquedas en las siguientes bases de datos en línea para proporcionar una información de la literatura en DOAJ y Google Académico; tomando en cuenta los documentos publicados en los últimos 5 años y en cualquier idioma; en donde los artículos científicos fueron analizados. También, fueron considerados en la búsqueda de información conferencias y memorias de congresos internacionales y nacionales que hayan abordado el tema principal de este trabajo.

Figura1. Retícula de la Licenciatura en Moda

	Remedial	Idioma										
01	Ser universitario	Liderazgo y desarrollo personal	Formación universitaria I	Morfología	Color	Principios del dibujo	Técnicas de confección					Total 40.5c
	6c	6c RUTAL-E	3c	7.5c	6c	7.5c	4.5c					
02	Antropología fundamental	Habilidades de emprendimiento	Taller o actividad electiva	Fundamentos del diseño	Dibujo geométrico	Dibujo de figurín	Taller de patronaje I	Tecnología de las fibras y los textiles	Introducción a los estudios de la moda			Total 46.5c
	6c	3c RUTAL-E	3c	7.5c	4.5c	6c	7.5c	4.5c	4.5c			
03	Persona y cristianismo	Liderazgo y equipos de alto desempeño	Taller o actividad electiva	Diseño de moda I	Dibujo vectorial	Ilustración de moda y textil	Taller de patronaje II	Textil I	Historia de la moda	Investigación para el diseño		Total 48c
	6c	3c RUTAL-E	3c	6c	4.5c	4.5c	7.5c	4.5c	4.5c	4.5c		
04	Ética	Emprendimiento e innovación	Taller o actividad electiva	Formación universitaria II	Diseño de moda II	Principios de fotografía	Herramientas digitales para moda	Tendencias	Moda, cultura y contexto			Total 46.5c
	9c	6c RUTAL-E	3c	3c	6c	6c	4.5c	4.5c	4.5c			
05	Humanismo clásico y contemporáneo	Electiva interdisciplinaria	Electiva profesional	Moda experimental y sustentable	Patronaje digital	Estilismo de moda	Administración de la producción	Diseño y mercadotecnia	El sistema de la moda y los estudios visuales			Total 48c
	6c	6c	6c MINOR	4.5c	6c	4.5c	4.5c	6c	4.5c			
06	Responsabilidad social y sustentabilidad	Electiva interdisciplinaria	Electiva profesional	Fotografía de producto y moda	Moda artesanal y mexicana	Diseño de accesorios	Estrategia visual y marca de moda	Administración de proyectos de diseño	Dibujo digital 3D			Total 48c
	6c	6c	6c MINOR	6c	4.5c	4.5c	4.5c	6c	4.5c			
07	Electiva Anáhuac	Electiva interdisciplinaria	Electiva profesional	Practicum I: Diseño de moda e innovación	Editorial y periodismo de moda	Seminario de investigación en diseño I	Diseño de calzado	Pensamiento creativo	E-commerce y negocio de moda			Total 48c
	6c	6c	6c MINOR	6c	4.5c	6c	4.5c	4.5c	4.5c			
08	Electiva Anáhuac	Electiva profesional	Producción de eventos de moda	Seminario de investigación en diseño II	Portafolio	Aspectos legales del diseño	Practicum II: Diseño de moda e innovación					Total 40.5c
	6c	6c MINOR	4.5c	7.5c	4.5c	6c	6c					

Fuente: Universidad Anáhuac Mérida

Las siguientes palabras clave utilizadas se clasificaron en tres grupos: la primera: ‘desfashion’, ‘decolonizing fashion’, la segunda: ‘slow fashion’, ‘circular economy’, la tercera se enfocó a una combinación de palabras: ‘circular economy+ fashion’ y ‘circular economy+ fashion educationdecolonizing fashion education’ y ‘decolonization apparel and textile’. Los principales resultados se pueden observar en la tabla 1.

Tabla 1. Base de datos académicos

	Desfashion	Decolonizing fashion	slow fashion	Circular economy+ fashion	Circular economy+ fashion education
DOAJ	56	0	270	63	2
Gogle academico	143	125	42	27	6

En total se consideraron 15 publicaciones relevantes sobre el tema y fueron examinadas de acuerdo con tres criterios de selección: a) que los artículos o estudios mencionen, definan y/o apliquen las palabras clave en sus estudios, b) tengan un enfoque de análisis o aplicación a la industria de la moda, ropa y textil c) no se consideró un idioma específico, ya que, al ser un concepto relativamente nuevo en el campo de la moda, todavía no está claramente definido.

### C) Análisis de contenido

En la investigación cualitativa el análisis de contenido se encarga de aquel contenido que expone diversos significados y propósitos de interés para el estudio, dentro de los textos a examinar y se encuentran ocultos. Para ello, recolectar la información de este tipo de análisis se requiere un

proceso sistemático (Wetherell, 1998); por ejemplo, documentos o artículos que se relacionen al tema de investigación, definición de categorías, segmentación del texto que contiene lo que se busca, y la creación de los códigos (Halperin y Heath (2017). Una codificación holística fue utilizada como un esfuerzo para identificar temas o información para el presente estudio. Por eso, el investigador ya debe contar con conocimiento previo sobre el tema y el análisis a realizar (Dey, 1993, p.104).

## **Resultados**

### *Alcance y límites de 'Defashion' y economía circular en la industria de la moda*

Durante la revisión documental la frase “Defashion” fue muy importante, principalmente en los documentos escritos en diferentes idiomas del inglés y español; mientras que para estos dos idiomas, se tuvo que hacer una modificación para la búsqueda en estos idiomas mencionados quedando la frase en “Desfashion”.

No obstante, la discusión a nivel internacional se centra en el impacto que tiene tanto el diseño como las diferentes formas de producción de la ropa, productos de moda e industria textil; en el medio ambiente, la cultura, los aspectos sociales y de manera más profunda se están realizando análisis sobre el papel que juega la descolonización de saberes, prácticas y educación relacionados a la moda y lo textil. Esto, da lugar a nuevos movimientos como el Slow fashion y el desfashion que buscan descolonizar la moda, con el fin de incluir otras voces, lograr un comercio justo y revalorizar otros mercados como del LGBTQ+, personas con diversidad de capacidades y discapacidades, entre otros; lo que propone nuevos retos.

En relación a la sustentabilidad, se discute las alternativas de producción donde se considere todo el ciclo de vida del productivo, siendo el concepto de “economía circular” una frase clave que ha sido importante durante la revisión documental, esto también está relacionado a la búsqueda de nuevas formas de producción, por un lado, más amigables para el medio ambiente y por el otro, el respeto, la inclusión y la justicia social para las comunidades vulnerables que hoy el sistema de producción excluye y/o precariza su trabajo; siendo resultado de la externalización de costos, entre otros, por efectos de la moda rápida. Así mismo, la discusión también se centra en lograr erradicar malas prácticas relacionadas a la apropiación cultural y la falta de justicia social para las comunidades indígenas; buscando nuevas relaciones entre la innovación, la creatividad, lo artesanal. (Gabriel, et al., 2020; Gardetti, 2023 y Gardetti y Larios-Francia, 2023).

Por tal motivo, fue importante incluir en la búsqueda la combinación de las frases clave de descolonización de la moda y de la economía circular en la moda y nos dimos cuenta de que la literatura es poca, en comparación a los resultados de manera individual de estos últimos conceptos mencionados. En este sentido, los resultados resaltan la necesidad de hacer visible no solo los efectos de la moda rápida en el ambiente, en las personas y comunidades vulnerables, sino que también ayuda a ser una alternativa como parte una solución a esta crisis civilizatoria, donde el mayor impacto que ha tenido la madre tierra ha sido por efectos de la actividad antropogénica.

Por tal motivo, era importante relacionar, todos los conceptos anteriores, con educación y moda, al ser una variable importante en la formación de nuevos profesionales de la moda y su influencia en la manera de diseñar y producir. El resultado fue que aún es incipiente la investigación en este rubro. Sin embargo, empieza a tener relevancia por inclusión y sustentabilidad; además, se encontraron algunos documentos que fueron seleccionados por su

relevancia en la discusión de repensar la educación de la moda en cuanto a: diseño, formas de producción, materiales entre otros. Para el caso de México la investigación relacionada a descolonización de la moda, desfashion, slow fashion, economía circular y educación es prácticamente incipiente; convirtiéndose en un tema de gran relevancia para el desarrollo sustentable y regional (Murzyn-Kupisz y Hołuj, 2021).

### *Caso de estudio Yucatán*

El Modelo Educativo Anáhuac 2025, ofrece una formación integral a sus alumnos, que abarca las dimensiones profesional, intelectual, humana, social y espiritual, y los prepara para ser líderes de acción positiva, dispuestos a servir a los demás y a transformar positivamente su entorno. El rector de la universidad comenta que se tiene la responsabilidad de contribuir a la sociedad a través de la educación, teniendo como misión una excelencia académica y compromiso social, formando agentes de cambio mediante su programa de liderazgo y de acción social.

Haciendo un análisis de la retícula y el programa de diseño de moda se observa que en la actualidad a pesar de que ya se muestran cambios eminentes en la retícula académica con la incorporación de materias como son: a) Moda, cultura y contexto, b) Moda experimental y sustentable, c) Moda artesanal y mexicana, aún se aprecia deficiencia en el enfoque hacia la circularidad, sustentabilidad, inclusión y descolonización de la moda en el resto del programa académico; ya que solo 3 de 70 materias con las que cuenta el plan de estudios actual, tienen un enfoque directo hacia estos temas sin contar aquellas que manejan un enfoque indirecto ( esto hace referencia a que aunque la materia no se enfoca en el tema, en el plan de estudio de la materia se abordan alguno de los temas anteriormente mencionados. Un ejemplo de esto es la materia de moda II que tiene un enfoque hacia el Desing thinking o diseño pensado en el usuario).

Cabe recalcar que se otorga la libertad a los docentes en ciertas materias, para poder abordar estos temas, siempre y cuando el maestro lo considere pertinente o este instruido en el conocimiento de estos. De igual forma, en una de las materias base de la carrera como son las materias de técnicas de confección y patronaje se sigue usando la tabla de tallas europeas, las cuales terminan propagando estándares de belleza europeos siendo ineficientes para el mercado latino, porque se tiene que ajustar su cuerpo a las tallas que el mercado impone, considerando que la mayoría de las empresas de moda utilizan tabla de tallas europeas. Entonces, si ya el mercado de la moda está plagado de marcas de moda eurocéntrica ¿Porque en los centros educativos se siguen promoviendo estos?

Otro aspecto es que actualmente la universidad ya incorpora materias interdisciplinarias; sin embargo, aún falta la incorporación de materias transdisciplinarias que puedan aportar un diseño que incorpore nuevos saberes hacia sistemas de producción circulares, que respeten nuestros ecosistemas naturales y la recuperación de técnicas ancestrales de producción. El trabajo de la mano con comunidades de artesanos en donde el alumnado pueda aprender de los tipos de producción artesanal, a la vez que este pueda aportar conocimiento de distintos indoles para el desarrollo de la comunidad, así como la implementación de materias en pro de la inclusión en la moda son un paso más al que tendría que apuntar la educación de la moda en nuestro estado para poder descolonizar y desarrollar moda circular.

Asimismo, se requiere profundizar en temas de circularidad y sustentabilidad, para evitar caer en la implementación de soluciones banales que no aportan realmente al desarrollo de una economía circular, si no que se utiliza la sustentabilidad como una propuesta de marketing, más

que lograr un desarrollo sustentable. Se muestra a continuación aquellas materias del plan de estudios que incorporan temas relacionados con sustentabilidad y descolonización de la moda:

- a) Moda, cultura y contexto: En esta materia se incluyen historia sobre la moda mexicana, México contemporáneo, diseño mexicano, que paso con México (¿Dónde estamos?)
- b) Diseño de moda II: Se incluyen temas de Desing Thinking, diseño pensado en el usuario.
- c) Moda experimental y sustentable: Temas de sustentabilidad en la moda y experimentación textil.
- d) Moda artesanal y mexicana: Historia de la moda en México, patronaje de hipiles.

### **Implicaciones de la educación en diseño de la moda desde la circularidad y descolonialidad**

- Repensando el diseño de moda en los programas educativos

Es imperante la necesidad de desvincular los aspectos colonialistas de la moda a la educación, con el fin de construir un pensamiento reflexivo y crítico del problema del mal desarrollo, la visión dominante del discurso de desarrollo sustentable y su enfoque a la racionalidad económica sobre la ambiental; e incluir nuevas formas de pensamiento, socialización y justicia social para todos los actores sociales involucrados en la industria de la moda. Es decir, se necesita una educación en las universidades que enseñan sobre moda una visión holística; que procure una construcción de vínculos, de dialogo interculturales y transdisciplinarios, capaces de vincular a diferentes comunidades epistémicas y reconocer un pluriverso de modas y el involucramiento bajo una justicia del reconocimiento a todos los actores sociales interesados (Cuenca, 2020; Gardetti, 2021; Murzyn-Kupisz y Hołuj , 2021).

Para lograrlo, se necesita deconstruir la educación y repensar a las universidades como un espacio de desarrollo de soft skills, y capacidades que tengan enfoques de justicia social, ambiental, de desarrollo humano; que busque la interacción con diferentes multidisciplinas, saberes y prácticas interculturales. Esto con el fin, de lograr una conexión con otras formas de pensar, ser, hacer y de vestir, para lograr erradicar por un lado en el diseño de la moda, la apropiación cultural que tanto daño ha hecho a las comunidades indígenas y comenzar a pensar en una justicia de reconocimiento, donde el protagonista sea la propia comunidad indígena, sus saberes y prácticas. Por otro lado, una producción que considere todo el ciclo de vida del producto y que considere todas las dimensiones del desarrollo sustentable y del comercio justo (Correa, 2019; Cuenca, 2020 y Gardetti, 2021).

En este sentido repensar la actividad de la moda es considerar, por un lado, la longevidad de las ropas, las necesidades humanas, aspectos culturales propios de cada región, la ecología y el desarrollo sustentable. Por el otro lado, es que la universidad, que es el principal soporte y lugar donde se puede transmitir estos conocimientos y valores debe promover espacios de reflexión de desarrollo de habilidades y capacidades que estén orientados hacia nuevas formas de diseñar y producir considerando lo finito de los recursos naturales de la tierra y el reconocimiento y valorización de todos los actores sociales que integran esta actividad y que sin la cultura no podríamos trascender como humanidad. Esto con el fin de aportar para recuperar espacios ante esta crisis civilizatoria que se vive hoy en día por el domino hegemónico del consumo promocionado como base del actual sistema económico (Cuenca, 2020; Slade y Jansen, 2020).

- Fusión de lo tradicional (artesanal) y diseño moderno

La integración de saberes modernos y tradicionales implica un cambio de paradigma, un debate entre la preservación del patrimonio, las creencias y prácticas culturales en conjunto con la tecnología moderna para deconstruir y fomentar un nuevo sistema en la moda. Por un lado, la evolución de las ideas, las prácticas y el conocimiento local/tradicional como parte indiscutible de la cultura; por el otro lado, la biotecnología en el estudio de nuevos materiales basados en la naturaleza, o el aprovechamiento de residuos textiles y orgánicos en la creación de moda (Niessen, 2022). Por ejemplo, la Universidad Católica de Chile, a través de sus Laboratorios de Biofabricación y Biología Sintética experimentan con materia orgánica local como algas, bagazo de cerveza, conchas de moluscos, entre otros, para la producción de biotextiles y biofibras.

En México, hay un ‘Biology Studio’ que se dedica a la investigación vinculante entre la ciencia, el arte, diseño y naturaleza. Este laboratorio tiene una filosofía orientada a las técnicas de producción y materiales ancestrales y métodos científicos. Su principal materia prima es la naturaleza como los hongos, féculas y otras celulosas, materiales naturales que se usan tradicionalmente y que son residuos que pueden volver a usarse. Uno de los objetivos de este laboratorio es reeducar a estudiantes de diseño, productores y consumidores hacia la utilización de nuevos métodos provenientes de la biotecnología y del conocimiento tradicional ecológico para procesos de industrialización y creación de nuevos tipos de textiles. Edith Medina es la fundadora de este espacio transdisciplinario y es una artista biológica, ella comenta “cuando vinculas disciplinas de la ciencia en proyectos artísticos tienes que trabajar con protocolos específicos que tienen consecuencias específicas y que requieren de mayor investigación (...) todo a partir de la curiosidad” (Gamiño, 2018).

Por ello, la necesidad de que las instituciones de educación superior con orientación en el diseño descolonicen su currículum, reconociendo que hay otras epistemologías y ontologías en la enseñanza, Vázquez (2018). Asimismo, tomar en cuenta que los futuros diseñadores de moda serán líderes de cambio, y requieren los conocimientos de circularidad, nuevas maneras de generar ideas para la solución de economía circular en la moda. Son ellos quienes deben ser preparados como agentes de cambio sustentables, construyendo nuevas realidades socioculturales (Fayard, Stigliani y Bechky 2017). Como menciona Østergaard (2018) en su investigación los diseñadores de moda deberían tener tres roles en el proceso de moda decolonial y circular: prevenir, facilitar y aconsejar. Sin embargo, la inclusión y colaboración también deberían ser roles que deban ser incluidos en los programas de estudio de futuros estudiantes de diseño. Los trabajos colaborativos en la gestión del diseño es un nuevo rol y fortalece el sistema educativo al implementar prácticas y métodos de co-diseño, es decir, incluye la participación de diversos actores sociales en procesos creativos; es una nueva didáctica de la moda (Desamparados Pardo Cuenca, 2017).

### **Implicaciones de la industria de la moda para el desarrollo regional sustentable en Yucatán**

El desarrollo está relacionado muchas veces al progreso de las naciones y regiones, visto como la necesidad de un nuevo orden mundial, y la intervención del estado es preponderantemente el actor principal quien busca el bien común (Bruno y Guerrini, 2014). Sin embargo, el desarrollo no debería ser lineal en una era moderna, ni tampoco buscar una transformación a través del crecimiento económico. Es necesario entonces el surgimiento de nuevas alternativas de desarrollo como el etnodesarrollo y la autodeterminación de las regiones. Entendiendo que un pueblo tiene la

capacidad de construir su futuro, mediante sus experiencias históricas y culturales, sus recursos, organizaciones sociales, y sus propios valores y esperanzas (Bonfil et al., 1982).

El etnodesarrollo y sustentabilidad de la moda en Yucatán tiene que surgir de los conocimientos y técnicas tradicionales, los cuales son transmitidas de generación en generación; emergiendo los trabajos artesanales de los pueblos originarios, e incluyendo materiales y prácticas como la fibra y el teñido natural. Con la conservación de las tradiciones y el arte indígena se contribuye al patrimonio biocultural y se apuesta por diseños más éticos y sustentables. El artista Jamie Okuma comenta que se requiere producir menos si se quiere lograr la sustentabilidad. Los diseñadores de los pueblos originarios tienen en sus manos su propio desarrollo, al no someterse a abusos laborales, el desperdicio de residuos, o la sobreexplotación de recursos naturales (Allaire, 2020). Como menciona Justin Louis (2024) “el futuro del reciclaje y la reutilización seguirá creciendo, y espero que métodos de producción más sostenibles puedan resultar más asequibles para las empresas más pequeñas”.

La moda impacta al progreso y desarrollo de las regiones por ser una industria que aporta económica y culturalmente, pero con daños severos a la tierra y al ambiente también. La modernidad de la moda en los territorios ha estado basada en la expropiación y apropiación del modelo colonial, donde, por un lado, se celebra la generación y venta de prendas de vestir, pero por otro, la pérdida de identidad cultural y natural. Por ello, activar la moda a escala local hacia la sustentabilidad es esencial. Ha surgido un concepto llamado ‘activismo en diseño’, definido como “pensamiento de diseño, imaginación y práctica aplicada consciente o inconscientemente para crear una contra narrativa destinada a generar y equilibrar aspectos sociales, cambio institucional, ambiental y/o económico” (Fuad-Luke 2009, p.27). Se trata de que los diseñadores se conviertan en agentes de cambio o catalizadores de una transformación en los territorios, que contribuyan a la innovación social y al desarrollo sustentable (Manzini, 2014).

Por ejemplo, Fletcher (2018) trabajó un proyecto llamado “Fashion Ecologies”, el cual aborda el activismo de la moda y la sustentabilidad a través de una lente local, como una forma de involucrar a la gente dedicada a la moda de maneras alternativas, otorgando poder y responsabilidad hacia las cosas que afectan sus vidas. Es una iniciativa con voz colectiva que contribuyen a fomentar macro cambios en la sociedad y en la percepción de las personas sobre el sistema de la moda. En Yucatán ya comienzan a surgir emprendedoras activistas sobre diseño de moda. Críptica es una marca de ropa que confecciona en base a materiales diseñados a partir de fibras naturales, así como también está relacionada con lo artesanal, retomar las formas ancestrales y elementos orgánicos para crear moda. Pero, el proceso de producción es complejo, ya que buscan proveedores de telas certificadas como lino, tencel y algodón reciclado, y las telas artesanales se crean con residuos orgánicos (Ro, 2024).

Los retos de la moda para el desarrollo regional sustentable en Yucatán serán lograr igualdad social, desarrollo humano a escala local, marcas de ropa orientadas a los principios de la sustentabilidad ecológica, social y económica, mediante el comercio justo, diseñadores locales y tradicionales, así como activistas de moda que busquen la conservación biocultural de los pueblos mayas a través de la moda. Asimismo, impulsar iniciativas de política pública sobre economía circular aplicada a la industria de la moda, es decir, políticas dirigidas hacia una producción y consumo lento y de bajo impacto, prolongando y aprovechando la vida útil de la ropa, mediante el reuso, reciclaje o reparación. Una campaña de moda sustentable y decolonial es ya urgente en toda la región de Yucatán.

## Conclusiones

En la actualidad la moda tiene dos grandes retos, la primera está en relación con que puede ser un espacio de transformación, innovación, sustentabilidad, inclusión y de identidad; promoviendo un camino a una nueva forma de desarrollo y justicia social, donde pueden tener espacio de expresión los actores sociales vulnerables y excluidos como lo son las comunidades indígenas, LGBTQ+, personas con algún tipo de discapacidad, entre otros. Es por ello por lo que surgen movimientos y conceptualizaciones como el Desfashion, slow fashion, descolonización de la moda, entre otros.

El segundo reto, va en relación en el diseño de la moda, formas de producción, inclusión, desecho y ciclo de vida de las prendas. Por lo que es necesario repensar como se está realizando esta actividad de moda y producción textil y cómo podemos romper los patrones y conductas actuales relacionados con esta industria y la hegemonía de los estándares aceptados de la moda.

Finalmente, para lograr lo anterior, se necesita que la educación de la moda considere la formación de diseñadores desde un pensamiento divergente, que cuestionen el actual enfoque de desarrollo, formas de producción y de consumo. Que puedan mirar desde un lente crítico las diferentes relaciones de poder que excluyen o vulneran a todos los actores sociales involucrados en la industria de la moda.

## Referencias literarias

- Alfonso, L. y Fernández, C.** (2010). Consumo e Hipermodernidad: Una revisión a la teoría de Gilles Lipovetsky, *Anuario Filosófico*, 43(2), 325-325.
- Allaire, C.** (2020). *15 Indigenous Designers on What Sustainable Fashion Is Missing*, Consultado en <https://www.vogue.com/article/indigenous-designers-sustainable-fashion-roundup>
- Asociación Vasca de Agencias de Desarrollo-Garapen.** (2019). Guía para la promoción de la economía circular desde el ámbito local. Gobierno Vasco, Ihobe, *Sociedad Pública de Gestión Ambiental*, consultado en [https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/21\\_economia\\_circular/es\\_def/adjuntos/21\\_economia\\_circular.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/documentacion/21_economia_circular/es_def/adjuntos/21_economia_circular.pdf)
- Atalay, D.** (2020). Integrating Circular Economy, Collaboration and Craft Practice in Fashion Design Education in Developing Countries: A Case from Turkey, *Fashion Practice*, 12:1, 55-77, DOI: 10.1080/17569370.2020.1716547
- Baudrillard, J.** (1998). *La sociedad de consumo*. USA: SAGE.
- Bonfil, G., Ibarra, M., Varese, S., Verissimo, D., and Tumiri, J.** (1982). *América Latina: etnodesarrollo y etnocidio*, Costa Rica: Ediciones Flacso.
- Bruno, D. y Guerrini, L.** (2014). La dimensión cultural del desarrollo: rastreo histórico de los principales enfoque y estrategias de abordaje comunicacional. En Bruno, D. y Guerrini, L. (2014). *Cultura y Posdesarrollo*, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Chiriguini, M.C.** (2003). Del Colonialismo a la globalización: procesos históricos y antropología, apuntes de la Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Nacional de Córdoba.

- Desamparados Pardo Cuenca** (2017). Codiseñando en la didáctica de la moda, Educación artística: *Revista de Investigación*, 8, 178-194.
- Dey, I.** (1993). *Qualitative data analysis: A user-friendly guide for social scientists*. London: Routledge.
- Espaliat, M.** (2017). *Economía circular y sostenibilidad: nuevos enfoques para la creación de valor*, Create Space Editorial.
- Fashion Act Now** (2022), ‘Activists demanding and enabling a radical defashion future’, <https://bit.ly/3yd9E8v>. Accessed 30 June 2022.
- Fayard, A., Stigliani, I. and Bechky, B.** (2017). How Nascent Occupations Construct a Mandate: The Case of Service Designers’ Ethos, *Administrative Science Quarterly*, 62, 2, 270–303. doi:10.1177/0001839216665805.
- Foster, H.** (2022). *La posmodernidad*, Barcelona: Editorial Kairós.
- Fletcher, K.** (2018). “The Fashion Land Ethic: Localism, Clothing Activity and Macclesfield.” *Fashion Practice*, 10 (2): 139–159. doi:10.1080/17569370.2018.1458495.
- Fuad-Luke, A.** (2009). *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. London, UK: Earthscan.
- Fundación Ellen MacArthur** (2015), Hacia una economía circular: motivos económicos para una transición acelerada. Cowes: Fundación Ellen MacArthur.
- Gabriel, M.; Gardetti, M.A.; Cote-Maniere, I.** (2020). Consumption: Will tomorrow’s consumption be completely and absolutely disruptive? In *Sustainability in the Textile and Apparel Industries: Consumerism and Fashion Sustainability*; Muthu, S.S., Ed.; Springer: Berlin/Heidelberg, Germany, 2020; pp. 35–52. Available online: [https://link-springer-com.ezproxy.library.uq.edu.au/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-38532-3\\_3.pdf](https://link-springer-com.ezproxy.library.uq.edu.au/content/pdf/10.1007%2F978-3-030-38532-3_3.pdf) (accessed on 1 June 2021).
- Gardetti, M. A. (2023)**. Moda sostenible: una ilusión que se desvanece. Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación, (207). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi207.10721>
- Gardetti, M. Á., & Larios-Francia, R. P. (Eds.) (2023)**. Sustainability Challenges in the Fashion Industry: Civilization Crisis, Decolonization, Cultural Legacy, and Transitions. (1 ed.) (Sustainable Textiles: Production, Processing, Manufacturing & Chemistry). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-99-0349-8>
- Gamiño, J.** (2018). *Biomoda*, Centro de Ciencias de la Complejidad, UNAM, consultado en <https://www.c3.unam.mx/boletines/boletin27.html>
- Gazzola, P.; Pavione, E.; Pezzetti, R.; Grechi, D.** (2020). Trends in the fashion industry. The perception of sustainability and circular economy: A gender/generation quantitative approach, *Sustainability*, 12, 2809.
- Goldsworthy, K.** (2014), “Design for cyclability: proactive approaches for maximising material recovery”, UALR, available at: [https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/6871/3/goldsworthy\\_\\_kate\\_paper.pdf](https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/6871/3/goldsworthy__kate_paper.pdf).
- Gwilt, A.** (2014). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. New York: Fairchild Books, an imprint of Bloomsbury.

- Halperin, S. y Heath, O.** (2017). *Political research: methods and practical skills*, Oxford University Press, Second edition, United Kingdom.
- Hvass, K.** (2016), *Weaving a Path from Waste to Value: Exploring Fashion Industry Business Models and the Circular Economy*, Doctoral dissertation, Copenhagen Business School, available at: [https://researchpi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58770912/Kerli\\_Kant\\_Hvass.pdf](https://researchpi.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/58770912/Kerli_Kant_Hvass.pdf)
- IPCC** (2022), ‘Reports’, <https://bit.ly/3uij4ys>. Accessed 30 June 2022.
- Jansen, M.A.** (2020). Fashion and the Phantasmagoria of Modernity: An Introduction to Decolonial Fashion Discourse, *Fashion Theory*, 24:6, 815-836, DOI: 10.1080/1362704X.2020.1802098
- Karell, E., and Niinimäki.** (2020). “A Mixed-Method Study of Design Practices and Designers’ Roles in Sustainable-Minded Clothing Companies.” *Sustainability*, 12 (11), 4680. doi:10.3390/su12114680
- Kent, S.** (2021). ‘The sustainability gap’, *The Sustainability Index 2021: The Sustainability Gap: How Fashion Measures Up*, Business of Fashion, pp. 8–11, <https://bit.ly/3eCvBru>. Accessed 29 June 2022.
- Leonard, A.** (2007). *La Historia de las Cosas*. Nueva York: ePUB v1.0.
- Manzini, E.** (2014). Making Things Happen: Social Innovation and Design, *Design Issues*, 30 (1), 57–66, doi:10.1162/DESI\_a\_00248.
- Martínez, A.** (2006). La difusión de la moda en la era de la globalización. En: *Papers. # 81*.
- McDonough, W. and Braungart, M.** (2009), *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*, Vintage, New York City, doi: 10.4337/9781847203052.00011.
- Niessen, S.** (2003). “Afterword: Re-Orienting Fashion Theory.” In *Re-Orienting Fashion: The Globalization of Asian Dress*, edited by Sandra Niessen, Anne Marie Leshkovich and Carla Jones, 243–267, Oxford, UK: Berg.
- Niessen, S.** (2022). Defining defashion: a manifesto for degrowth, *International Journal of Fashion Studies*, 9 (2), 439-444.
- Lee, K. E.** (2017). “Environmental Sustainability in the Textile Industry.” In *Sustainability in the Textile Industry*, S. S. Muthu, 17–55. Singapore: Springer. doi:10.1007/978-981-10-2639-3\_3.
- Louis, J.** (2024). *Section 35, indigenous fashion brand*, consultado en <https://www.sectionthirtyfive.com/>
- Østergaard, T.** (2018). The Designer as Agent of Community. In *ServDes. 2018 Service Design Proof of Concept: Proceedings of the ServDes. 2018 Conference*, edited by A. Meroni, A. M. O. Medina, & B. Villari, 76–91. Linköping: Linköping University Electronic Press, Linköpings universitet. [https://www.ucviden.dk/portal/en/publications/the-designer-as-agent-of-community\(8cafdc10-192a-498e-a924-c041c7c5149e\).html](https://www.ucviden.dk/portal/en/publications/the-designer-as-agent-of-community(8cafdc10-192a-498e-a924-c041c7c5149e).html).
- Pal, R.** (2017), “Sustainable design and business models in textile and fashion industry”, in Muthu, S.S. (Ed.), *Sustainability in the Textile Industry*, Spring, New York City, pp. 109-139, doi: 10.1007/978-981-10-2639-3\_6.

- Papanek, V.** (2009). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. 2nd ed. Chicago: *Academy Chicago Publishers*. doi:10.1093/sw/36.2.188-a.
- Quijano, A.** (1993) “Colonialidad del poder, euro-centrismo y América Latina”. En Edgardo Lander (Comp.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. 201-245, Buenos Aires: CLACSO.
- Quirino, A.** (2021). Moda y colonialismo: un fenómeno que hay que detener, *The Green Side of Pink*, consultado en <https://www.thegreensideofpink.com/estilo/moda-es/2021/descolonizar-moda/?lang=es>
- Retana, C.** (2009). Las artimañas de la moda: la ética colonial/imperial y sus vínculos con el vestido moderno. *Revista De Filosofía De La Universidad De Costa Rica*. Recuperado a partir de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/filosofia/article/view/7340>
- Ræbild, U.; Bang, A.L.** (2017). Rethinking the fashion collection as a design strategic tool in a circular economy, *Des. Journal*, 20 (1), S589–S599.
- Ro, M.** (2024). *Crítica: la marca yucateca que busca vestir sin contaminar*, consultado en <https://www.memoriasdenomada.com/critica-moda-confeccionada-con-biotextiles/>
- Slade, T., & Jansen, M. A.** (2020). Letter from the Editors: Decoloniality and Fashion, *Fashion Theory*, 24(6), 809–814. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2020.1800983>
- UN Alliance for Sustainable Fashion Addresses Damage of ‘Fast Fashion’.** Available online: <https://www.unep.org/news-andstories/press-release/un-alliance-sustainable-fashion-addresses-damage-fast-fashion> (accessed on 25 April 2022).
- Torraco, R. J.** (2005). Writing integrative literature reviews: Guidelines and examples, *Human Resource Development Review*, 4(3), 356-367.
- Vázquez, R.** (2018). “The Museum, Decoloniality and the End of the Contemporary.” *In The Future of the New, Artistic Innovation in Times of Social Acceleration*, edited by Thijs Lijster, 181–195, Amsterdam, The Netherlands: Valiz.
- Vázquez, R. and Mignolo, W.** (2013). “Decolonial AestheSis: Colonial Wounds, Decolonial Healings.” *Social Text Journal July 15*. [https://socialtextjournal.org/periscope\\_topic/decolonial\\_aesthesis/](https://socialtextjournal.org/periscope_topic/decolonial_aesthesis/)
- Wetherell, M.** (1998). Positioning and interpretative repertoires: conversation analysis and post-Structuralism in dialogue, *Discourse and Society*, 9 (3), 387-412.
- Westover, L.** (2023). Designing for circularity: sustainable pathways for Australian fashion small to medium enterprises, *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 27 (2), 287-310, DOI 10.1108/JFMM-09-2021-0220
- Welters, L. and Lillethun, A.** (2018). *Fashion History: A Global View*, London, UK: Bloomsbury.
- WRAP—Textiles 2030**, A New Ground-Breaking, Expert-Led Initiative. Available online: <https://wrap.org.uk/taking-action/textiles/initiatives/textiles-2030> (accessed on 25 April 2022).
- Yin, R. K.** (2004). *Case Study Research: Design and Methods*. London, UK: Sage Publications Ltd.