

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Consumo Ecológico

Impacto del veganismo en la indumentaria

Paulina Spiga

88001

Diseño Textil y de Indumentaria

Investigación

Historia y Tendencias

12/09/2019



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Agradezco y dedico mi Proyecto de Graduación, a todas aquellas personas que me acompañaron a lo largo de estos cuatro años y medio de carrera. El apoyo de ellos, me dio las fuerzas necesarias para afrontar el día a día. Gracias a mi familia, especialmente a mis papás, por darme la posibilidad y libertad de estudiar la carrera que elegí desde siempre, por apoyar mis sueños cada día, incentivar me y tener las palabras justas en los momentos más complicados. Gracias a Yanina Moscoso y Marisa Cuervo, docentes de la Universidad de Palermo, por haberme guiado en el proceso de realización del Proyecto, por el seguimiento y los aportes constructivos que le brindaron al mismo. Gracias a mis amigas, dentro y fuera de la facultad, quienes compartieron conmigo este camino. Y, por último, quería agradecer por el apoyo incondicional que me brindaron mis mascotas a lo largo de la carrera.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1. Cultura vegana y su relación con la indumentaria	11
1.1 Veganismo como estilo de vida.....	11
1.2 Moda Vegana.....	12
1.3 El vegano como consumidor de indumentaria	13
1.4 Textiles de origen animal y su producción	14
1.5 Textiles Veganos	15
1.6 Moda sostenible	17
1.7 Bienestar animal	18
1.8 <i>Cruelty free</i>	20
1.9 Comunicación y concientización.....	22
1.9.1 PETA	22
1.9.2 Fur Free Alliance.....	22
1.9.3 <i>Influencers</i>	27
Capítulo 2. Cuero de origen animal	29
2.1 Definición del cuero animal.....	29
2.2 Producción del cuero animal.....	31
2.3 Variedades de cuero.....	31
2.3.1 Cuero vacuno.....	32
2.3.2 Cuero de pescado.....	34
2.3.3 Cuero de surubí y mondongo	35
2.4 Contaminación en la ciudad de Buenos Aires a causa de las curtiembres.....	35
2.4.1 Curtiembres en la Cuenca Matanza-Riachuelo.....	40
2.4.2 La Curtiembre La Hispano y la contaminación en Mataderos.....	42
2.4.3 Las curtiembres de Lanús.....	43
Capítulo 3. Cuero Ecológico	45
3.1 Definición del material cuero ecológico.....	45
3.2 Producción del cuero ecológico.....	47
3.3 Cuero ecológico vs cuero animal.....	48
3.4 Variantes de cuero ecológico.....	50
3.4.1 <i>Piñatex</i> : Cuero hecho a base de piña.....	50
3.4.2 <i>Fruitleather</i> : Cuero hecho a base de frutas.....	51
3.4.3 Eco-cuero por Richard Wool.....	52
3.4.4 Muskin.....	53
3.4.5 Tetra-Cuero.....	53
3.4.6 <i>Naugahyde</i>	54
3.4.7 <i>Patchwork</i>	55
3.4.8 <i>Apparition</i>	56
3.4.9 Cuero reciclado.....	56
Capítulo 4. Comercio Consciente en cuanto a textiles	58
4.1 Marcas internacionales que han rechazado el uso de textiles de origen animal.....	58
4.2 Marcas nacionales que rechazan el maltrato animal.....	68
4.3 Marcas nacionales que incluyen cuero ecológico y/o sintético en sus colecciones.....	73
4.4 <i>Influencers</i> nacionales que fomentan el uso exclusivo de textiles ecológicos.....	74

Capítulo 5. Veganismo en la indumentaria argentina	76
5.1 Cuero animal o cuero artificial.....	76
5.2 Crecimiento de la producción y el consumo de indumentaria con cuero ecológico como textil.....	78
5.3 Influencia del veganismo en el ámbito textil.....	80
5.4 Posibilidades, propuestas y alternativas actuales.....	81
Conclusiones	86
Lista de Referencias Bibliográficas	90
Bibliografía	95

Introducción

El presente Proyecto de Graduación (PG), el cual se titula *Consumo ecológico, Impacto del veganismo en la indumentaria*, tratará acerca del veganismo y el impacto que éste ha tenido en la indumentaria. Se utiliza como referencia textil el cuero ecológico, ya que el mismo es uno de los materiales con más uso en la actualidad cuenta con una amplia variedad en de texturas, colores y calidades. Es fácil de adaptar a distintos rubros dentro de la moda, tales como marroquinería, calzado, indumentaria, entre otros. Debe destacarse que el cuero ha sido siempre un material fundamental en el mundo de la moda, y seguramente lo seguirá siendo. Con una importante presencia tanto en las pasarelas como en los comercios del rubro, el cuero tiende a generar fascinación en los consumidores y los diseñadores. Asimismo, el número de personas que están rechazando el uso de este material está creciendo cada vez más. Esto puede ser por motivos ligados al cuidado del medioambiente o de los animales, para así poder disminuir la contaminación y el sufrimiento de distintas especies. A raíz de esto surgen nuevas alternativas ecológicas y sintéticas, las cuales las marcas comenzaron a implementar.

La pregunta de investigación responde entonces al siguiente interrogante ¿Cuáles han sido los factores de la cultura vegana que han impactado en el consumo y producción de la indumentaria, con el cuero ecológico como textil?

El objetivo general es analizar la influencia de la cultura vegana en el ámbito textil en la indumentaria, tomando el cuero como material protagonista.

Se abordarán temáticas como la historia del cuero y las pieles, los diversos procesos de fabricación por los que estos atraviesan hasta ser comercializados, sus funciones en el rubro de la indumentaria y la contaminación que está ligada a los mismos. A su vez, se investigará sobre las versiones sintéticas que surgen para imitar las naturales, con sus respectivos procesos de producción y alternativas.

La hipótesis planteada propone que la cultura vegana ha impactado fuertemente en la indumentaria, llevando a un gran crecimiento del consumo y producción de las prendas

de cuero ecológico. Éste hábito de consumo, por llamarlo consciente, no sólo es llevado a cabo por veganos, si no que se extiende a mayor parte de la sociedad.

La categoría a la que pertenece es investigación, ya que indaga sobre la cultura vegana, la industria del cuero y su producción, y la aparición del cuero ecológico como reemplazo o variante del mismo. La línea temática a la que pertenece el trabajo es historia y tendencias, ya que es necesario remontarse a los orígenes del cuero como material, y de la cultura del veganismo, para poder comprender con claridad su avance en la actualidad. Por otra parte, la metodología de investigación que se llevará a cabo según el nivel de profundización en el objeto de estudio, será exploratoria, dado que se centra en analizar e investigar aspectos concretos de la realidad que aún no han sido reflexionados en profundidad. Es decir, permite hacer una exploración o primer acercamiento para que futuras investigaciones puedan dirigirse a un análisis de la temática en cuestión. En cuanto a la justificación del Proyecto, se ha llegado a la elección del tema debido a la relevancia del mismo y a que no es muy analizado en la actualidad, a pesar de su gran crecimiento y considerando que el cuero es uno de los materiales más requeridos, sea de origen vegetal o animal. Se realizará una investigación y se escribirá acerca de una temática que no es fácil de encontrar en libros y revistas. Se pretende informar sobre el maltrato animal que hay detrás de las prendas de cuero y piel natural, y brindar alternativas ecológicas. Las grandes marcas, provenientes de Estados Unidos y Europa, están dejando de lado las pieles y están comenzando a incorporar textiles ecológicos en sus colecciones, lo cual lleva a los países del tercer mundo a seguir sus iniciativas. El trabajo de campo que será requerido para poder poseer el conocimiento necesario, consiste en entrevistas a marcas relacionadas con la producción y la confección del material cuero ecológico, y encuestas sobre la elección de materialidad a consumidores de indumentaria en la Ciudad de Buenos Aires.

El proyecto se estructura en cinco capítulos. El primero de ellos identifica el veganismo, sus hábitos de consumo, y las corrientes que luchan en contra del maltrato animal. Se

relaciona dichos términos con la indumentaria, para poder comprender la cultura vegana dentro de la moda actual. Asimismo, se introduce la moda sostenible, la cual va ligada de los productos libres de crueldad animal. El segundo capítulo abarca el cuero animal, su historia a lo largo de los años y su uso en la actualidad, así como su producción y sus distintas variedades, y la contaminación que el mismo deja como consecuencia. El tercer capítulo, estrechamente relacionado con el anterior, da a conocer el cuero ecológico, material que imita al cuero animal. Se toma este material como un mecanismo impulsor para investigar sobre la moda en la actualidad. Se desarrolla su proceso de fabricación, así como sus innovadoras variantes en el mercado. En el cuarto capítulo se analizarán las marcas que promueven el uso de textiles libres de crueldad, así como las personas que ayudan a promover este mensaje con la sociedad, los *influencers*. Se abordarán tanto marcas nacionales como internacionales. Por último, en el quinto capítulo culmina en un análisis sobre el material escogido, el cuero ecológico, y el impacto que ha tenido la comunidad vegana en el consumo de moda actual.

Para la realización del trabajo se consultaron distintos Proyectos de Graduación y trabajos académicos producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, los cuales permitieron dar cuenta de los antecedentes alrededor de la materia y que aborda el Proyecto de Graduación en cuestión.

En primer lugar, el Proyecto *Moda Ecológica* de Itatí (2012), tiene como finalidad exponer los posibles modos de sustentabilidad en Argentina actual para el Diseño Textil y de Indumentaria, y proponer una nueva metodología para la elaboración de indumentaria ecológica. Debido a la preocupación por el cuidado del Medioambiente, el campo del Diseño Textil y de Indumentaria comienza a interesarse en dicha problemática. *Nada se pierde, todo se transforma*, Onaga (2015), tiene como objetivo general diseñar de manera sustentable accesorios de lujo a partir de los desechos generados en la producción de prendas de sastrería de textiles de fibras naturales en el mercado de Argentina. Se intenta crear conciencia acerca de la cantidad de recursos naturales que se utilizan para

la producción y cuáles son las consecuencias que pueden conllevar. Luego, se procede a la búsqueda de la manera de resolver dicha problemática a partir de recursos sustentables del diseño como ser el reciclaje, la reutilización, la readaptación y la reducción. En el Proyecto de Grado *Moda: Ecología y tecnología*, Blanco (2009), se realiza una investigación sobre la ecología y la tecnológica relacionándolas con la moda. Se realiza un análisis de la moda en relación con la ecología, la influencia de la mano del hombre en el medio ambiente, y sus consecuencias. Se describe la variedad de tejidos existentes para dicha tendencia, desde los orgánicos hasta los tecnológicos, definiendo sus características, propiedades y funcionalidades. También, *Fibras Inteligentes*, de Aguirre Julieta (2017), se basa en analizar e investigar para encontrar datos y materiales informativos sobre las fibras inteligentes, para poder así establecer como posibilidad futura como resultante ante faltante de un recurso no renovable, permitiendo producirse en el mercado argentino.

Por otra parte, el Proyecto de Grado *Creatividad publicitaria en Moda Vegana*, Dana Agustina Fernández (2015), tiene como finalidad establecer un lazo entre el ámbito de la moda y la publicidad. Al realizar un análisis acerca de la manera en la que comunican las marcas de moda, se observa que las campañas generalmente carecen de creatividad publicitaria. El objetivo principal es la generación de una campaña, pensado e ideado específicamente para la marca vegana *Nous Etudions*. A través de la misma se busca demostrar que es posible realizar una comunicación, que a través de un buen concepto y acompañada de la estética adecuada, genere impacto y se destaque del resto de las campañas de moda que se ven a diario. Como resultado de la investigación de Lucero Portocarrero Fierro (2016), denominada *Veganismo como instrumento del marketing en el contexto de la moda sostenible*, se pueden realizar distintas observaciones acerca de la relación entre el veganismo, la moda sustentable y el marketing. El análisis resultó de mucha ayuda para poder entender los cambios y el comportamiento de las personas en la sociedad actual. A partir de esto se logra interpretar como se fue difundiendo e

institucionalizando la cultura vegana en el inconsciente colectivo y como los medios de comunicación colaboraron activamente para su propagación. En ese mismo año *Tejidos Poliméricos*, por Ortega Desio (2016), plantea la creación de muestras textiles, mediante diversas formas de producción y manipulación basadas en el desarrollo de un elemento ligado, de forma directa, a la sustentabilidad ambiental. Se hace hincapié en la industria de la moda y en el marco del consumismo, la existencia de la denominada Fast Fashion, que promueve un consumo acelerado, con una lógica del desecho constante, mediante una cultura del usar efímero y poco duradero, destacándose aspectos lejanos a la valoración de la funcionalidad en pos del mero uso comercial. El Proyecto titulado *Eco-dress*, cuya autora es Lechner Florencia (2017), plantea la realización y la integración en la sociedad de una prenda que esté constituida a partir de la resignificación del reciclado de plástico, específicamente, de bolsas de polipropileno y polietileno, las cuales se reconstruyen en material textil. Para esto se dispone de una moldería específica que ofrece comodidad al usuario adaptándose a un mercado globalizado y competitivo, donde la ecología juega un papel relevante. *Diseño Consciente*, Mariño Melizalde María José (2017), aborda la temática de concientización sobre el medioambiente y la salud desde el punto de vista del diseño de calzado. La problemática surge por la necesidad de encontrar un sustituto al cuero de origen animal y sintético. Los procesos de obtención de estas fibras producen contaminación ambiental. De esta manera propone la inserción de una nueva variante de cuero existente en el mercado desde el año 2015, el cuero de Muskin. Esta fibra proviene de la seta de un champiñón del mismo nombre que crece en los bosques tropicales. Al ser un cuero de origen vegetal es biodegradable. Además, se estableció que sus procesos de obtención no son contaminantes. El Proyecto denominado *Nuevas Fibras Textiles*, cuya autora es Pineda Molina, Jazmín María (2012) se encuadra dentro de la categoría de investigación y tiene como eje temático las nuevas tecnologías. El objetivo principal de dicho proyecto es investigar el contexto argentino, para saber si es un país capacitado para fabricar fibras sustentables. Comienza

analizando la problemática de la escasez de los recursos naturales haciendo hincapié en lo necesario que es fabricar productos sustentables. Se investiga el proceso de fabricación tanto de las fibras como de los textiles a base de rastrojos de arroz, desechos de trigo y plumas de pollo, ya que estos procesos de fabricación son similares a los de las fibras del algodón y de la lana. Luego se analiza el contexto argentino, para localizar las zonas donde haya materia prima necesaria para producir estas fibras. Pamela Cabrera Torres, autora de *Cuero vs Ecuero* (2018), realiza la búsqueda del significado de los términos más utilizados en la actualidad para enfrentar al deterioro del medio ambiente. Para describir los materiales cuero y ecocuero, redacta la historia de los mismos dentro de la moda y el consumismo actual, así como también los usos que se les pueden otorgar, sus propiedades físicas, su clasificación y su durabilidad, lo que posteriormente brindará una pauta para establecer en términos de uso cuál sería el más conveniente. Y, por último, *Cuero natural vs Cuero sintético* Goyeneche (2018), desarrolla la competitividad que existe entre las pieles y el cuero natural y los materiales sintéticos que intentan imitarlo. Lo cual implica no solo una cuestión de gustos, sino algo más complejo relacionado con la calidad del producto, la contaminación del medio ambiente, la defensa por los animales, entre otras. En la última instancia del Proyecto se habla de las fibras artificiales y sintéticas, y dentro de las mismas, los materiales que reemplazan o imitan al cuero y las pieles. Se describe el proceso de fabricación de las mismas y las preocupaciones éticas y medioambientales que se generan en cuanto a la contaminación que producen. Finalmente se describe lo que es la moda sustentable, qué significa y de qué manera impacta en los textiles y en la moda misma. A su vez, se desarrollan los nuevos textiles ecológicos a base de fibras vegetales que intentan sustituir al cuero.

Capítulo 1. Cultura vegana y su relación con la indumentaria

Este capítulo se compone de conceptos básicos sobre el veganismo, que es definido por el activista Daniel Scalzuela (2015) de tal forma:

El veganismo es, dentro de tus posibilidades, ir sacando de tu vida todo lo que tenga sufrimiento y explotación animal; ya sea en lo que vas a comer, en lo que vas a vestir, con todo lo que utilices, ya que hay muchos productos testeados en animales. Entonces, la idea es que, para tu divertimento, tu vestimenta, tu alimentación, para cada paso que des; fijarte que no tenga ningún tipo de sufrimiento ni muerte animal. (Fernández, p.44)

1.1 Veganismo como estilo de vida

El veganismo es esencialmente un principio moral específico, que se resume en la idea de no utilizar a los demás animales, los animales no humanos. Esto quiere decir no utilizarlos para ningún propósito ni en ninguna forma. En la práctica, el veganismo significa dejar de participar en la explotación animal. Por ejemplo, no consumir productos de origen animal, ya sea con fines alimenticios, de vestimenta, higiene, ocio o entretenimiento; así como no participar en ninguna actividad que implique utilizar a los otros animales. (Tovar,2012) El activista vegano Pedro Bellora comenta: “Mientras que el vegetarianismo es solo una cuestión alimentaria, el veganismo es un cambio en la relación que hay con los animales no-humanos.” (2015, s.p). Referenciando esta frase, es posible delimitar la diferencia que conlleva el ser vegano, volcarse hacia un consumo basado en una cierta conciencia del mundo que nos rodea y los seres que conviven en él. Sin discriminar su tamaño, raza o características, esta corriente se basa únicamente en el respeto y la convivencia armoniosa entre todas las especies que habitan la tierra. (Fernández, 2015)

La posibilidad de evitar el uso de productos de origen animal por razones éticas o de salud fue el asunto que dividió a los vegetarianos a finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Esta división aún existe en la actualidad. Los denominados veganos éticos, ven al veganismo como una filosofía y rechazan la comercialización de los animales y su condición de mercancía. (Francione y Garner, 2010) Es así como este grupo de personas opta por quitar de su vida cualquier tipo de producto que, en su esencia, o incluso durante

su manufacturación, contemple alguna forma de maltrato animal. Su elección está relacionada con la teoría de que todos los seres vivos sienten de la misma manera, experimentan el dolor al igual que lo hace el hombre, y que se encuentran conscientes del mundo en el que viven. Es por eso que es erróneo afirmar que los animales han sido creados para que el humano pueda alimentarse, vestirse o divertirse; ya que esto, significa para la comunidad vegana, la explotación de los débiles por parte de los fuertes. (Earthlings, 2005).

1.2 Moda Vegana

La moda vegana se define por el hecho de que las telas y los materiales que se utilizan para realizar las prendas, no provienen de origen animal. La periodista Victoria Blanco (2017) afirma que una persona puede verse bien vestida y a la moda, a la vez que se es compasivo con los animales y respetuoso con el medio ambiente. Esto se debe a las nuevas opciones que hay actualmente en el mercado de prendas de vestir fabricadas con materiales naturales. La piel, la lana, la seda, las plumas y el cuero, son algunos de los materiales más comunes que se utilizan a diario en la ropa, pero no siempre se tiene en cuenta que para obtener estos productos es necesario sacrificar miles de animales. La moda vegana, por el contrario, utiliza algodón, lino o cáñamo, así como también telas sintéticas o de otro origen vegetal. (Gorrión, 2017)

A nivel mundial, los lanzamientos de alimentos orientados a vegetarianos y veganos están incrementando. Pero las industrias no sólo ponen el ojo en los alimentos, sino que, poco a poco las marcas van introduciendo productos para este segmento de consumidores. "La industria busca nichos y éste es uno específico al que no se le había dado trascendencia hasta hoy, que representa entre 1% y el 2% de la población argentina. Inclusive familias enteras tienden a que sus hijos también lo sean", explicaba el médico Raúl Sandro Murray, vicepresidente de la Sociedad Argentina de Nutrición (2014).

Distintas empresas, tanto nacionales como internacionales, han optado por fabricar ropa y accesorios llamados *eco-friendly*. Un producto *eco-friendly*, es aquel que ha sido diseñado y fabricado respetando el medioambiente y que ofrece una mejora para él.

Es decir, su principal factor de elaboración es la sostenibilidad y cómo encaja ese producto en el mundo. A diferencia de la mayoría de los productos en los que el principal factor para su creación son los bajos costes o la rápida manufacturación, los *eco-friendly* ponen el freno al ritmo frenético de producción, pensando más en los beneficios de la funcionalidad del producto para el medio ambiente y su posterior reciclaje acabada su vida útil. (Bachiller, 2018)

1.3 El vegano como consumidor de indumentaria

Tal como define Mundo Vegano (2017), cuando un individuo da el paso al vegetarianismo o al veganismo está evitando el uso de materiales que son producto de la explotación animal, comprando prendas que no provengan de animales y productos de higiene o cuidado personal que no hayan sido testados en animales.

Aunque hay quienes los llaman moda, el veganismo es una elección de vida y una convicción, por motivos de salud, amor por el planeta y una ideología en contra del maltrato animal. Si bien las opciones son limitadas, el mundo de la moda vegana ha ido creciendo y ahora es posible encontrar ropa y accesorios libres 100% de materiales de origen animal. Los siguientes materiales veganos se utilizan comúnmente en la elaboración de ropa: algodón, lino, poliéster, acrílicos, franela de algodón, fibras sintéticas, pieles sintéticas, plumas sintéticas, *nylon*, rayón, sarga, viscosa, plástico reciclado, microfibras, *primaloft*, *thinsulate*, *gore-tex*, *polartec wind pro* y *thermolite*. En cuanto a zapatos, bolsos y carteras, la variedad textil propone cuero ecológico, piel sintética, algodón y lona. Se deben evitar textiles tales como cuero natural, lana, angora, pashmina, casimir, *shearling* (piel o gamuza con lana), pelo de camello o de otro animal, mohair, seda, alpaca, plumas, piel de ante, piel de cocodrilo, de serpiente o canguro.

Lo más importante es que ningún animal haya sufrido en el proceso, por lo que los materiales no deben ser de origen animal. Se debe chequear las etiquetas y la marca que estés comprando, para estar seguro que no contenga ningún elemento animal.

La alternativa más recomendable a los textiles animales, es optar por prendas hechas con fibras naturales, como 100% algodón o 100% algodón rayón, las cuales además de ser totalmente *Cruelty free* y veganas, contaminan menos. Al elegir ropa de manera consciente, no sólo se protegen a los animales, sino también se está colaborando con la preservación y el cuidado un del medio ambiente. *Pantalones Thai*, una marca que exclusivamente fabrica prendas de material vegano y reciclables, afirma:

Sabemos que muchas de las marcas favoritas de la gente tienen opciones limitadas de ropa vegana, pero estamos conscientes de que, para muchos, buscar ropa vegana va más allá del producto, es cuestión de ideologías y principios, es un estilo de vida. La comunidad vegana está cada vez más consciente de los materiales que usa en su vida diaria y esta tendencia va en aumento. Nosotros ofrecemos la confianza a nuestros clientes de que, al usar nuestra marca, estarán apoyando a una empresa totalmente *Cruelty Free* –Pierre Larose, fundador de la marca *Pantalones Thai*. (Vegan Label, 2018, s.p)

Se debe comprobar el etiquetado de la prenda para asegurarse de que la misma no contenga ningún componente de origen animal. En el caso del calzado se debe mirar por dentro del tacón o debajo de la lengüeta del zapato o bota, para encontrar dicha información. Por otra parte, en el caso de la ropa la etiqueta de composición se encuentra en la parte interior.

1.4 Textiles de origen animal y su producción

Los siguientes textiles de origen animal están prohibidos para quienes pertenecen o se identifican con la cultura vegana. PETA (2019) detalla el proceso de producción de los mismos. Para poder para obtener la piel, se mata a millones de vacas, cerdos, ovejas y cabras cada año. Estos son castrados, marcados, en ocasiones les quitan los cuernos y las colas, y dicho procedimiento sucede sin anestesia. Luego son transportados a un camión, en el cual se los mata y desangra. La piel no es simplemente el resultado de los rastros del matadero, es en sí una industria próspera. La industria de la carne depende

de las ventas de pieles para permanecer rentable ya que la piel es el producto secundario más importante económicamente de las empacadoras, según datos del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Continuando con los procesos que detalla PETA (2019), en la producción de la lana trasquilar ovejas involucra más que solo un corte de pelo. Las ovejas necesitan la lana que producen para protegerse naturalmente de las temperaturas extremas. Debido a que los trasquiladores cobran por volumen más que por hora, frecuentemente trabajan demasiado rápido sin tener en cuenta el bienestar del animal. Las ovejas normalmente son golpeadas, pateadas y cortadas durante el trasquilado. Gran parte de la lana en el mundo sale de Australia, donde millones de ovejas son mutiladas, un procedimiento cruel en el que se utilizan tijeras de podar para cortar pedazos de piel y carne de las partes traseras de los animales vivos, frecuentemente sin anestésicos. Al comprar productos de lana, seguramente la misma proviene de ovejas criadas en Australia, pero como la mayor parte se procesa en China, difícilmente se encuentra una etiqueta que indique el origen. La seda, por otra parte, es una fibra que producen los gusanos para hacer sus capullos. Para obtener dicho material, los fabricantes matan a los gusanos con vapor o gases. Por último, las plumas, que se utilizan para rellenar cobertores, almohadas, camperas, parkas y otros productos, es la capa de plumas más suave pegada a la piel de las aves. Las mismas se obtienen al desplumar gansos y patos ya sea vivos o sin vida. Este proceso se repite muchas veces en la vida de las aves. Con frecuencia, son desplumados tan fuertemente que la piel se les abre, dejando heridas que los trabajadores cosen en el mismo ambiente en el que las aves fueron desplumadas. (PETA, 2019)

1.5 Textiles Veganos

Dentro de los textiles de origen vegetal, se pueden encontrar los siguientes:

algodón orgánico, el cual no contiene pesticidas, herbicidas, fertilizantes químicos sintéticos y químicos tóxicos, los cuales el cuerpo absorbe al estar en contacto con la

piel. Este tejido tiene un aspecto sedoso, aporta una gran suavidad y comodidad, y es transpirable. (Pagespetit, 2017) El algodón reciclado es el tejido más sostenible y respetuoso en todos sus procesos. Además, una forma de colaborar en el reciclaje de los tejidos manteniendo las mismas cualidades que el algodón orgánico. El bambú, por otro lado, es un tejido altamente sostenible con una apariencia parecida a la viscosa clásica que se obtiene de esta planta natural, biodegradable y antibacteriana. Además, protege de las radiaciones ultravioletas del sol, tiene propiedades antialérgicas y no irritantes para la piel y es un regulador termal: cálido en invierno y fresco en verano.

Bemberg es un material para el que se utiliza algodón *linter*, una fibra de celulosa pura, corta y suave que envuelve las semillas del algodón. Son fibras que no se utilizan normalmente, pero que con *Bemberg* se convierten en un gran recurso. A las propiedades del algodón, dicho producto le suma un tacto aún más suave y más liso a la piel. La lanamerino repela el agua, es térmica, absorbe la humedad, evita picazones y es ecológica. Es una lana con fibras mucho más delgadas que la lana común, obtenida de las ovejas Merino. Por otra parte, el lino es una fibra natural reciclable y sostenible que tiene muchísimos usos gracias a su resistencia y gran versatilidad. Además de ser la fibra textil más antigua de la historia, transmite una gran sensación de frescor.

Como reemplazo de la seda, se encuentra la seda de paz. Se trata de un nuevo textil mucho más ecológico y respetuoso con el medio ambiente, pero con las mismas cualidades de la seda natural. *Tencel* es una fibra celulosa natural y biodegradable que se produce a partir de la pulpa de la madera. Se consigue disolviendo la celulosa de la madera y el resultado es un tejido transpirable que mantiene la piel seca, recomendado para pieles sensibles y de muy fácil mantenimiento. (Mundo textil, 2017)

Por último, se encuentran los cueros ecológicos. Este material que es la imitación más asequible del cuero, es un tipo de plástico derivado del petróleo que simula la piel animal natural y está fabricado a base de fibras naturales o sintéticas de tela cubiertas de PVC o poliuretano (PU). Aparece dentro de los medios de consumo como una alternativa más

económica al cuero ya que estéticamente logra parecerse mucho a ese material. El mismo se caracteriza por ser completamente vegano y se encuentra bajo una dimensión lógica sustentable. Su producción se basa en la mezcla de fibra de algodón mezclado con aceite de maíz soja, entre otros. El mismo, es posteriormente laminado en capas las cuales crean un material que aquellos que lo apoyan sostienen que se siente y tiene el funcionamiento similar al cuero animal. (Soler, 2008)

1.6 Moda sostenible

El *Slow Fashion* o Moda Sostenible, comienza a aparecer en escena desde el año 2007, de la mano de la autora Kate Fletcher, la cual se encargó de definir y delimitar de qué trata. Comenzó por anunciar que este movimiento surgió para diseñar, producir, consumir y vivir de una manera mejor, no se trata del tiempo que tarda en producir, sino la calidad de la confección, y como bien agrega Muñoz Morillo (2016) “Se trata de un movimiento concienciado con el medio ambiente que cada vez cuenta con más seguidores... Es la antítesis de lo conocido como '*Fast Fashion*' o moda industrializada”. Morillo (2016) afirma que este movimiento ganó popularidad luego la tragedia que sucedió en la fábrica de Bangladesh en 2013, donde más de 1.100 personas murieron al derrumbarse un edificio dónde estaban produciendo prendas de manera industrial. La autora agrega que luego de este acontecimiento, toda la industria textil, ya sean las empresas como quienes consumían de ellas, comenzaron a reflexionar sobre la situación y el *Slow Fashion* resurgió a la escena, Muñoz Morillo concluye “Cada vez son más los que optan por comprar prendas de comercio justo, con una mayor calidad y exclusividad en detrimento de las prendas a precios asequibles pero realizadas en cadena y con materiales dañinos para el medio ambiente.” (2016, s.p). Y con esto, asegura que el *Slow Fashion* no es sólo una tendencia, sino que también plantea una filosofía de consumo responsable de ropa. La Moda Sostenible mentaliza y educa a los ciudadanos sobre el impacto de las prendas de vestir en el medio ambiente, el agotamiento de recursos y el impacto de la industria

textil en la sociedad. Los materiales promovidos por este movimiento son productos que no contaminan el medio ambiente y que son biodegradables. Lo que para muchos es un estandarte en cuanto a alimentación, también está llegando al mundo de la moda. Bianco (2014) expresa que, con el avance de los grupos veganos, y el fuerte apoyo a las organizaciones de preservación animal, el deseo de consumir, en la medida que sea posible, de una forma más ética está creciendo. La moda vegana, presenta una solución a esta problemática ya que persigue como objetivo la abolición del uso del sufrimiento animal para su utilización en la vestimenta.

Según explica Brown (2010), todo este nuevo universo generado a partir del veganismo y la ecología, tiene que ver una cuestión de sostenibilidad. Este término refiere a la conservación de la vida a través de un equilibrio ecológico; tanto humano, como animal, vegetal y planetario. Esto quiere decir que un sistema que puede sostenerse, no extrae más de lo que devuelve al medio ambiente, de manera tal que los recursos no lleguen a agotarse. En cuanto al diseño sostenible, en el mundo de la moda significa producir de la manera menos contaminante posible y asegurando no agotar los recursos no renovables. Por eso es necesaria la información a los consumidores, para poder lograr una mayor comprensión de la problemática y el impacto que puede llegar a implicar en el medio ambiente el simple hecho de ir a una casa de ropa y adquirir una prenda, sin poner el ojo en las etiquetas o en la manera en la cual se lleva a cabo su proceso de manufactura. Es así como el sistema de la moda debe articularse de manera tal, que no perjudique ningún eslabón de su cadena de producción.

1.7 Bienestar animal

El bienestar animal es el bienestar de los animales no humanos. La ciencia del bienestar animal utiliza diversas medidas, como la longevidad, la enfermedad, la inmunosupresión, el comportamiento, la fisiología y la reproducción, aunque existe un debate sobre cuál de estos indicadores proporciona la mejor información. El respeto por

el bienestar animal a menudo se basa en la creencia de que los animales no humanos son sensibles y que se debe prestar atención a su bienestar o sufrimiento, especialmente cuando están bajo el cuidado de los humanos. Estas preocupaciones pueden incluir cómo los animales son sacrificados para la alimentación, cómo se utilizan en la investigación científica, cómo se mantienen, como mascotas, zoológicos, granjas, circos, entre otros y cómo las actividades humanas afectan el bienestar y la supervivencia de especies silvestres. Existen dos formas de crítica del concepto de bienestar animal, provenientes de posiciones diametralmente opuestas. Una visión, sostenida por algunos pensadores en la historia, sostiene que los humanos no tienen deberes de ningún tipo para con los animales. La otra opinión se basa en la posición de los derechos de los animales de que los animales no deben ser considerados como una propiedad y cualquier uso de los animales por parte de los humanos es inaceptable. En consecuencia, algunos defensores de los derechos de los animales argumentan que la percepción de un mejor bienestar de los animales facilita la explotación continua y creciente de los animales. Por lo tanto, algunas autoridades tratan el bienestar animal y los derechos de los animales como dos posiciones opuestas. Otros ven las ganancias de bienestar animal como pasos incrementales hacia los derechos de los animales. (Animal Welfare, 2014)

Gary L. Francione acuñó el nuevo *welfarismo* en 1996. Es una opinión que indica que la mejor manera de prevenir el sufrimiento de los animales es abolir las causas del sufrimiento de los animales, pero promover el bienestar de los animales es un objetivo a corto plazo. Así, por ejemplo, los nuevos welfaristas quieren eliminar gradualmente las granjas de pieles y los experimentos con animales, pero a corto plazo intentan mejorar las condiciones de los animales en estos sistemas, por lo que presionan para que las jaulas sean menos restrictivas y reduzcan el número de animales utilizados en laboratorios. En el contexto de la investigación con animales, muchas organizaciones científicas creen que un mejor bienestar de los animales proporcionará mejores

resultados científicos. Si un animal en un laboratorio sufre estrés o dolor , podría afectar negativamente los resultados de la investigación. El aumento de la riqueza en muchas regiones durante las últimas décadas proporcionó a los consumidores el ingreso disponible para comprar productos de sistemas de alto bienestar. La adaptación de sistemas agrícolas más eficientes económicamente en estas regiones fue a expensas del bienestar animal y del beneficio financiero de los consumidores, factores que impulsaron la demanda de mayor bienestar para los animales de granja. Una encuesta de 2006 concluyó que la mayoría, 63%, de los ciudadanos de la UE "muestra cierta disposición a cambiar su lugar habitual de compras para poder comprar más productos amigables con el bienestar animal" (Animal Welfare, 2014, s.p). El volumen de investigaciones científicas sobre bienestar animal también ha aumentado significativamente en algunos países.

El abolicionismo sostiene que centrarse en el bienestar de los animales no solo no desafía el sufrimiento de los animales, sino que puede prolongarlo al hacer que el ejercicio de los derechos de propiedad sobre los animales parezca menos atractivo. El objetivo de los abolicionistas es asegurar un cambio de paradigma moral y legal, por el cual los animales ya no se consideran propiedad. (Animal Welfare, 2014)

1.8 Cruelty-free

En el movimiento por los derechos de los animales, *cruelty-free* o en español libre de crueldad, es una etiqueta para productos o actividades que no dañan o matan a los animales en cualquier parte del mundo. Los productos *cruelty free* o libres de crueldad son aquellos en cuya elaboración y testeado no se han utilizado animales de prueba. Por otro lado, los productos veganos, son aquellos que no utilizan ingredientes de origen animal en ninguno de sus productos, lo cual no necesariamente quiere decir que no sean testeados en animales, pero generalmente van de la mano.

Los productos probados en animales no se consideran libres de crueldad, ya que estas pruebas a menudo son dolorosas y causan el sufrimiento y la muerte de millones de

animales cada año. Los animales como conejos, ratas, ratones y cobayas a veces se ven obligados a comer o inhalar sustancias, o se les frota un ingrediente cosmético en la piel, los ojos o las orejas del afeitado todos los días durante 28 o 90 días para ver si tienen una reacción alérgica. Luego se matan y se abren para examinar los efectos que tiene el ingrediente en los órganos internos. Estas pruebas también se realizan con animales preñados que, después de mucho sufrimiento, mueren junto con el feto. En pruebas carcinógenas más prolongadas, las ratas se alimentan a la fuerza de un ingrediente cosmético durante dos años, se controlan para detectar cáncer y luego se matan. (*Cruelty Free International*, 2013). Los primates, los perros y los gatos también se utilizan para la experimentación invasiva. Muchos laboratorios utilizan estas especies para probar medicamentos, productos químicos y enfermedades, ya sean viejas o nuevas. A medida que se desarrolla la tecnología, las pruebas de animales obsoletas se están reemplazando con métodos más rápidos, más baratos y más precisos. Los críticos señalan que las alternativas humanitarias pueden ser lentas de implementar, costosas y probar solo un compuesto a la vez. Los sistemas basados en computadora permiten el aislamiento de un tejido u órgano seleccionado para realizar pruebas en un ambiente extremadamente controlado.

Estas pruebas no solo reducen las pruebas en animales, sino que son más precisas y precisas para proteger a los humanos de sustancias tóxicas. (Curren, 2000). Las compañías ahora ofrecen una amplia gama de productos libres de crueldad, como cosméticos, productos de cuidado personal, productos de limpieza para el hogar, ropa, zapatos, condones y velas. Organizaciones como PETA, *Choose Cruelty Free*, *Coalition for Consumer Information on Cosmetics*, *British Union for the Abolition of Vivisection* y la organización británica *Cruelty Free International* son las encargadas de publicar las listas de productos libres de crueldad.

1.9 Comunicación y concientización

A continuación, se describen y analizan organizaciones y personas influyentes vinculadas a la comunicación acerca de la comunidad y cultura vegana.

1.9.1 PETA

People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) es la organización de derechos de los animales más grande del mundo, con más de 5 millones de miembros y simpatizantes. El eslogan de PETA es "los animales no son nuestros para comer, vestir, experimentar o usar para entretenimiento". PETA se enfoca en las cuatro áreas en las que el mayor número de animales sufre más intensamente por períodos de tiempo más largos: en las granjas industriales, en el comercio de la ropa, en los laboratorios y en la industria del entretenimiento. PETA trabaja mediante la divulgación de información al público, las investigaciones sobre crueldad, la investigación científica, el rescate de animales, el impulso de legislaciones, eventos especiales, el involucramiento de celebridades y las campañas de protesta.

Cada día más firmas de diferentes sectores toman conciencia de la necesidad de dejar un legado más sostenible, de cuidar el medio ambiente y de aprovechar los recursos que tienen a su alcance para que las marcas con las que trabajan sean algo más que sólo un producto. *Peta approved*, el certificado de la ropa vegana, es un sello que se les ofrece a las marcas que acreditan que su ropa o productos no utilizan animales. (PETA, 2019)

1.9.2 Fur Free Alliance

La *Fur Free Alliance*, conocida en español como Alianza libre de piel, es una coalición internacional de más de 40 organizaciones de protección animal que trabajan juntas para poner fin a la explotación y matanza de animales para la piel. La *Fur Free Alliance* (FFA) se enfoca en la privación y la crueldad que sufren los animales con pelos, tanto en la

captura salvaje como en el cultivo industrial de pieles. Para lograr sus objetivos, la misma busca informar al público sobre el importante sufrimiento animal causado por la industria de la piel, y lleva a cabo acciones legislativas anticipadas e investigaciones en profundidad según sea necesario. La FFA reúne a organizaciones internacionales de protección animal para crear un frente unificado para poner fin a la crueldad animal en la industria de la piel. Al compartir el conocimiento, la estrategia y las tácticas y hacer una declaración conjunta contra la piel, *Fur Free Alliance* pretende revelar la verdadera cara de la moda de piel. También otorga fondos a las organizaciones miembros, especialmente a las organizaciones jóvenes o pequeñas, para permitir campañas libres de pieles en todo el mundo.

Debido a las preocupaciones sobre el bienestar y la ética de los animales, las prohibiciones de la cría de pieles son cada vez más generalizadas. Además, cada vez más países están eliminando gradualmente el cultivo de pieles o están adoptando regulaciones más estrictas que hacen que las granjas de pieles se cierren. (*Fur Free Alliance*, 2019)

La mayoría de las pieles vendidas a nivel mundial provienen de animales de granja, como visones, zorros, perros mapaches, conejos y chinchillas. Cada año, en todo el mundo, más de 100 millones de animales mueren en granjas de pieles después de vidas cortas y miserables en pequeñas jaulas de malla de alambre, solo para la moda. Mantener a los depredadores salvajes en pequeñas jaulas provoca numerosos problemas de salud graves relacionados con el estrés, como heridas infectadas, extremidades faltantes, canibalismo y comportamiento estereotipado. Para preservar la piel de los animales en las granjas de pieles o matarlos por métodos crueles como gasificación, ruptura de cuello, electrocución anal y, a veces, desollar vivo.

A diferencia de otras especies cultivadas, los animales criados para peletería son esencialmente animales salvajes, que han sufrido solo un proceso de

domesticación muy limitado. Mantenidos en pequeñas jaulas de alambre, el miedo a los humanos y la restricción de exhibir comportamientos naturales hacen que los animales en granjas de pieles exhiban una gran cantidad de problemas de bienestar animal relacionados con el estrés. El estrés de las condiciones de enjaulado y su miedo a los humanos induce numerosas anomalías físicas y de comportamiento. Informes científicos han indicado que los problemas de salud graves son inherentes a la producción de pieles y que se ha encontrado que los animales en todas las granjas de pieles presentan problemas de salud como Heridas infectadas, extremidades faltantes por incidentes de mordedura, infecciones oculares, pies doblados, deformidades de la boca, automutilación, canibalismo de hermanos muertos o descendencia y otros comportamientos estereotipados relacionados con el estrés. El comportamiento estereotípico, como resultado del estrés, se produce en todas las granjas de pieles y se expresa como el ritmo a lo largo de la pared de la jaula, círculos repetitivos o movimientos con la cabeza. (Fur Free Alliance, 2019)

En Europa, los primeros países en prohibir el cultivo de pieles fueron el Reino Unido en el año 2000 y Austria cuatro años más tarde. En diciembre de 2012, los Países Bajos, que es el segundo mayor productor de visones de la Unión Europea, aprobaron la prohibición del cultivo de pieles y eliminarán la producción de visones por completo en el año 2024. En Croacia el cultivo de pieles está prohibido desde 2018 después de un período de eliminación gradual de 10 años para que las fincas pasen a una industria más sostenible. Eslovenia, por su parte, prohibió el cultivo de piel en marzo de 2013 con una eliminación gradual de tres años para las granjas existentes. En enero de 2018, Noruega, que una vez fue el mayor productor mundial de pieles de zorro, decidió prohibir el cultivo de pieles. Un año antes, en agosto de 2017, la República Checa decidió prohibir el cultivo de pieles que entrará en vigencia en 2019. Los países más recientes que han adoptado las prohibiciones para el cultivo de pieles

son Luxemburgo, donde se aprobó una ley en junio de 2018 que prohíbe el cultivo de pieles. enteramente a partir de octubre de 2018, y Bélgica, donde el cultivo de pieles terminará en 2023. Otros países que han prohibido o están eliminando el cultivo de pieles son la República de Macedonia, Serbia, Bosnia y Herzegovina. La legislación propuesta para prohibir el cultivo de pieles aún está en debate en Polonia, Irlanda, Lituania, Estonia y Ucrania. El cultivo de piel se eliminará gradualmente en Alemania en 2022 debido a requisitos de bienestar más estrictos. Debido a una ley adoptada en 2017, el cultivo de pieles solo se permite de conformidad con los estándares de mantenimiento más estrictos, como el aumento significativo en el tamaño de las jaulas. Las fincas restantes podrían continuar las operaciones sin cambios hasta el año 2022, pero luego de este período de transición están obligadas a cumplir con los requisitos más estrictos. Esto llevará al cierre de las granjas de visón alemanas, ya que la producción de pieles ya no será rentable. (Fur Free Alliance, 2019).

El cultivo de zorros también se ha eliminado en Suecia a raíz de la introducción de requisitos de bienestar animal que exigían que los zorros solo pudieran mantenerse de tal manera que pudieran estar activos, cavar y socializar con otros zorros. Esto efectivamente hizo que el cultivo de dicho animal fuera inviable económicamente en el país. En 2015, España adoptó regulaciones más estrictas para prevenir el daño ecológico de los visones que escapan de las granjas de pieles. Dado que el visón americano es una grave amenaza para la biodiversidad española como una especie exótica invasora, ya no se permite construir nuevas granjas de pieles en España para criar visones estadounidenses. Por fuera de Europa, en el año 2016 el cultivo de pieles en Japón se eliminó gradualmente después de que se cerró la última granja de pieles debido al incumplimiento. Desde la Ley de especies exóticas invasoras en 2006, se volvió ilegal construir nuevas granjas de piel de visón en Japón. En Nueva Zelanda, se encuentra prohibida la importación de visones y por último en Estados Unidos prohíben mantener a los zorros en cautiverio. California tiene requisitos de vivienda para visones y zorros que

hacen que los costos de la cría de pieles sean prohibitivos. En diciembre de 2018, se presentó un proyecto de ley para prohibir las ventas de pieles en el estado de California. La prohibición de pieles del estado de California prohibiría la venta y producción de artículos de piel y haría de California el primer estado en los Estados Unidos en prohibir el comercio de pieles cruel e innecesario. (Fur Free Alliance, 2019)

En cuanto a los impactos ambientales, la producción de pieles está asociada a altos costos. Lejos de ser recursos naturales y sostenibles, la producción de pieles es un proceso de consumo de energía y altamente contaminante. La piel de los animales, una vez eliminada, se pudrirá, a menos que se trate con productos químicos tóxicos. Incluso entonces, debe mantenerse fresco y protegido contra insectos. Se necesita al menos 4 veces más energía para producir un abrigo de piel real que para producir un abrigo de piel sintético, principalmente debido a la alimentación animal y las emisiones de estiércol.

Los productos dañinos para el medio ambiente, como el cromo y el formaldehído, se utilizan en el procesamiento de prendas de piel reales para evitar que se pudran. Muchos productores y procesadores de pieles han sido multados por liberar desechos tóxicos al medio ambiente. En el proceso de conservación, blanqueo y matización de pieles, se aplican diversos productos químicos peligrosos. Una amplia investigación internacional ha señalado que los tóxicos en la piel representan un grave riesgo para la salud. Altos niveles de sustancias químicas como el formaldehído y los etoxilatos se encuentran en la mayoría de los adornos de piel, lo que puede causar alergias, cáncer y desequilibrios hormonales. Los tóxicos en la piel se absorben a través del aire o la piel y pueden permanecer en el cuerpo por más de veinte años, causando efectos crónicos en la salud. (Fur Free Alliance, 2019)

1.9.3 Influencers

Un *influencer* es una persona que, de algún modo, ha logrado destacar en los canales digitales, especialmente en las redes sociales, como Facebook o Instagram, así como en plataformas de vídeo como YouTube. Son personas que han conseguido crear un personaje de gran éxito en el mundo digital, el cual es seguido por miles o incluso millones de seguidores y suscriptores. Cuentan con un saber determinado sobre un tema y desde ese lugar comienzan a relacionarse con pares, con los que construye comunidades de afinidad y pertenencia. Pueden dedicarse a saber todo sobre las últimas tendencias tecnológicas, autos, cine, series de televisión, vida saludable o moda. La construcción de comunidades en las redes sociales, determinan que la comunicación de las marcas, pueden estar dirigidas a diferentes públicos. Sin embargo, a través de los *influencers*, la afinidad con los mismos establece audiencias que logran informar, e incluso persuadir a través de contenidos específicos, la compra de determinadas marcas. Un estudio realizado por Bugarin (2011), explica el notable el avance de personas con grandes dotes actitudinales que generan empatía con los públicos, motivo por el cual este grupo puede ser relacionado con gerentes de marketing de empresas, debido a la destreza para promocionar su marca. Este grupo realiza acciones, videos, fotos o participan de eventos para llegar a la cotidianidad del consumidor o posible consumidor. Es factible pensar que los mismos transmiten valores con los cuales el público se identifica, son exponentes de diferentes experiencias, causas e ideas. Por consiguiente, las marcas buscan relacionarse por medio de ellos con la audiencia, emitiendo mensajes desde el lugar de un líder de opinión, que muestra públicamente como es su estilo de vida y sus preferencias. Finalmente, un *influencer* es una persona que se posiciona en un determinado entorno virtual y tiene una buena aceptación por el público que lo comienza a seguir. Esto genera en la audiencia un estado de necesidad, que lleva a estar pendiente a lo que este grupo haga o diga. Existen algunos especializados en un

determinado sector que han conseguido crear una comunidad en relación a una temática, y ahora son los nuevos líderes de opinión online.

Crowd, (2016) expone que, un *influencer* que maneja públicos segmentados y a través de alguna aptitud personal que logra captar la atención de los consumidores, posee mayores condiciones para ser influyente en la decisión de compra. Esto es debido, a la capacidad para infundir un apego emocional con su audiencia, provocada por el hecho de la posibilidad de formar un grupo en un entorno virtual en donde la relación *influencer* y audiencia. La comunicación se vuelve eficaz, por lo tanto, también el proceso de compra. Concretamente, el rol que ocupan los *influencers* en la actualidad, es el de logran incidir sobre la vida de miles de individuos por medio de la tecnología. Una buena estrategia de marketing online basada en influencers debe partir de una correcta planificación e implementación, por lo cual se debe identificar aquellos *influencers* realmente interesantes y compatibles para promocionar los productos y/o servicios.

Tienen que ser personas que, de algún modo, encarnen los valores de cada marca. Se debe saber identificar aquellos que por sus valores, estilo, tono y personalidad se asemejen más a nuestra marca. El potencial de audiencia de un *influencer* sobre una temática determinada. Los seguidores de los influenciadores son más valiosos por su calidad que por su cantidad. El nivel de participación en la conversación sobre el tema en cuestión. La implicación del *influencer* en la acción es fundamental para garantizar su éxito. Lo importante de un *influencer* es su vínculo con la audiencia. Busca los perfiles que más consigan de forma orgánica. (Inbound Cycle, 2019)

Capítulo 2. Cuero de origen animal

En el presente capítulo se presenta el cuero como material textil, y se desarrollan su origen y producción. Es necesario abordar estos contenidos para luego comprender qué cualidades textiles está imitando el cuero ecológico. Para ello también se analizó qué es el cuero animal, los modos y consecuencias que genera el mismo.

2.1 Definición de cuero animal

Se le llama cuero, proveniente del latín piel de los animales curtida, a la piel tratada mediante curtido. Proviene de una capa de tejido que recubre a los animales y que tiene propiedades de resistencia y flexibilidad bastante apropiadas para su posterior manipulación. La capa de piel es separada del cuerpo de los animales, se elimina el pelo o la lana, salvo en los casos en que se quiera conservar esta cobertura pilosa en el resultado final, y posteriormente es sometida a un proceso de curtido.

De acuerdo a las autoras Lladó Riba y Pascual Miró (2006), quienes fueron citadas por Sofía Goyeneche (2018): “El cuero es la piel de un animal curtida para poder ser empleada en la fabricación de distintos productos, entre ellos prendas de vestir”.

El mismo puede provenir de vacas, cerdos, cabras y ovejas; así como de animales exóticos como caimanes, avestruces, canguros; y hasta perros y gatos, quienes son matados por su carne y su piel en China, país que exporta las pieles de esos animales a todo el mundo. Debido a que el cuero normalmente no es etiquetado, nunca se puede saber realmente de dónde o de quién provino. La mayoría del cuero proviene de países en desarrollo como India y China, donde las leyes de bienestar animal no existen o bien no se aplican.

El cuero se emplea como material primario para otras elaboraciones. Elaborar el cuero para la consecución de productos manufacturados es denominado marroquinería, palabra que proviene del marroquí, un tipo de cuero lustroso y delgado.

Las pieles de animales de gran tamaño como las vacas son más gruesas que las de animales menores como cabras y ovejas. Cuando se refiere a la flor de cuero dividido o de la capa externa del pelo se hace referencia a la parte exterior de la piel. Si una piel gruesa se divide o se lamina se la denomina cuero dividido y se percha para obtener una superficie suave. La flor de cuero dividido es el cuero de mejor calidad y el más duradero. El cuero se curte y trata químicamente para darle flexibilidad y suavidad manteniendo todo su volumen. Posee un grosor irregular, en función del área de la que proviene. El tamaño del cuero depende de la superficie de la piel. (Lladó Riba y Pascual Miró, 2006)

El cuero es uno de los primeros materiales procesados por el ser humano desde tiempos remotos, no solamente como fuente de recursos prácticos, sino también como portador de significados culturales, religiosos y sociales. Desde esta perspectiva histórica, el cuero está asociado a la provisión de alimentos en cuanto la supervivencia se basaba en la caza de animales para comer su carne, y desde ahí surgía el sub-producto de la piel como abrigo. Esta relación animal/ supervivencia le otorgó así una intensa carga emocional, asociada a los animales y la relación de estos con el hombre.

El consumo del cuero directamente contribuye a financiar a las granjas industriales y a los mataderos, debido a que la piel es el subproducto más importante, desde el punto de vista económico, de la industria de la carne. A su vez comparte responsabilidad por toda la destrucción ambiental causada por la industria de la carne, así como la polución causada por las toxinas usadas en el curtido.

Cada año, la industria del cuero mundial mata más de mil millones de animales y curte sus pieles. Gran parte de dichos sufren todos los horrores de la granja industrial mundial, incluyendo amontonamiento y confinamiento extremos, carencias y castración, marcación, corte de cola y de cuernos sin anestesia, y también tratamiento cruel durante el transporte y la matanza. (PETA, 2019)

2.2 Producción del cuero animal

El proceso de producción de cuero real implica tres fases, preparación, curtido y costras. La etapa preparatoria es cuando se somete a zurra la piel, con la pulpa, desengrasado, blanqueado, y se trata de otras maneras. El proceso de curtido convierte la piel en un material utilizable que es flexible y no se pudren si se humedece, a diferencia del cuero crudo seco, el cual es rígido y tiende a pudrirse o ponerse en mal estado. El material de bronceado más común es el cromo, que estabiliza las proteínas. La piel se pone entonces en un flotador que gira con licor de curtido hasta que se satura. (Osinsky, 1998)

La etapa de formación de costras prepara la piel para su uso, y puede incluir ablandamiento, la lubricación, la coloración, el pulido, y otros tratamientos.

2.3 Variedades de cuero

El cuero animal, a lo largo de los años, ha presentado cada vez más variables en cuanto a variedad. Estudiando sus fibras, se puede indicar que las variantes de cuero se modifican a partir del ángulo mediante el cual se mezclan con los químicos, es así que se logra la adaptación a diferentes necesidades. La piel de los animales está compuesta de agua, materias albuminoideas, grasas y sustancias minerales.

(Goyeneche, 2018).

Cabe aclarar algunas diferencias entre las pieles de animales. Algunas son de importante tamaño como las de las vacas, las mismas tienen un importante grosor, a diferencia de las de cabras y ovejas, que son más finas. La flor de cuero dividido o de la capa externa del pelo es el sector externo de su piel. Si la misma es gruesa y se procede a dividirse o laminarse es el denominado cuero dividido, así se procede al perchado para la obtención de una superficie más suave, de mayor durabilidad y calidad. El cuero debe curtirse y tratarse con químicos para el otorgamiento de la flexibilidad y suavidad dentro del mantenimiento de la totalidad del volumen. Su grosor es irregular, según del área del

animal de donde provenga. Su tamaño siempre dependerá de la superficie total de la piel en cuestión. (Vitton, 2018).

2.3.1 Cuero Vacuno

El más usado es el de la vaca, la calidad de la piel para el proceso está condicionada por la ubicación en el animal. Es así, que Lladó Riba y Pascual Miro señalan que un cuero de vaca completo se corta en cinco secciones básicas. Los dos segmentos del estómago en la parte bajan del cuero incluyen el abdomen y las patas delanteras. Esta es del grado más bajo, propenso a defectos e irregularidades. Las dos corvas, de la parte alta de la espalda de la vaca tienen una mayor fuerza maleable con menos defectos. El mejor cuero de vaca es la parte del lomo frontal, detrás de la cabeza de la vaca hasta una tercera parte yendo hacia abajo. Este corte tiene la mejor flor y textura de todo el cuero. (Lladó i Riba y Pascual Miró, 2006).

El cuero de vaca posee una cantidad de capacidades. Las mismas hacen que se la considere un material superior para toda una serie de actividades como son la tapicería, campera, bolsos, cinturones calzado, entre otros. Esto es debido a que posee mayor grosor y resistencia que las demás. También cuenta con pocas posibilidades de romperse en relación a otros tipos de animales, como el borrego, la cabra y entre otros.

Se destaca que la ropa de piel de vaca posee una amplia flexibilidad, es transpirable y de importante ductilidad. Se adapta fácilmente a la forma del cuerpo de la persona que la utiliza. La piel de cuero de vaca puede lucirse de buena manera es teñida o de forma natural. La misma tiene durabilidad, un buen envejecimiento y una durabilidad que supera hasta cinco veces más a los textiles. Es dura, resiste agujeros y rupturas. De manera natural funciona como repelente a la humedad, mantiene su forma y es ideal para el uso externo debido a su resistencia solar. El cuero de vaca que posee mayor calidad es el de plena flor. Se lo considera como el grado más alto del nivel de la piel de dicho animal, que se ubica debajo de la misma. La piel de la capa superior posee más resistencia en

vinculación a la unión tan cerrada de las fibras de piel, que se encuentran fuertemente interconectadas. Este tipo de cuero está formulado por la piel natural, posee el menor daño y, además, no se encuentra molido o con un tratamiento por medio de pulido para la remoción de manchas o algunos defectos que puedan encontrarse en la superficie de la misma. El cuero de plena flor puede tratarse con placas calientes para imprimirles texturas artificiales que lo imiten. Pero cabe señalar que estos procesos quiebran las fibras, y disminuyen la tensión de la piel. (Lladó Riba y Pascual Miro, 2006).

También está el lomo, que está configurado por el medio cuero y su utilización suele ser para bolsos, maletines y cinturones. Por último, está el vientre, el mismo tiene una estructura de fibras sueltas y su grosor presenta diversas irregularidades por lo que suele ser usado en el moldeado. (Llado Riba y Pascual Miro, 2006).

Michael (2006) señala que el curtido consiste en la producción de una materia que vincula lo químico y biológico, generando estabilidad a través de un conjunto de técnicas que busca dejar intacta la estructura original de las fibras. Genera una conversión de la piel del animal, que en tanto producto natural posee amplia complejidad, en un material con grados de sofisticación y sus infinitas aplicaciones. ¿Cómo se realiza el proceso? Previo a empezar el curtido se procede a modificar cueros y pieles con un conjunto de operaciones denominadas como pre curtido. Las mismas son el afeitado del pelo y la piel superior, al que se llama: apelmbrado. Se retira la capa de carne que está debajo, el mismo es el descarnado. Luego, la capa posterior y es convertida en cuero, es conocida como corión o dermis. Cuando es en menor escala, a veces se usan otros métodos como el curtido de humo, aceites, pescado o con diversas sales. Cabe aclarar que en la actualidad los métodos principales están dirigidos al cromo. Dicho curtido comenzó a fines del siglo XIX, junto con las revoluciones industriales. Los cueros y las pieles deben tener un paso por tambores que contienen soluciones de sales de cromo y un conjunto de productos químicos específicos para poder cumplir con el curtido. La curtiembre de algunas pieles puede ser rápida, mientras que la de un cuero de vaca puede durar hasta

24 horas. Usualmente la mayoría del cuero es utilizado para calzado, vestimentas y tapicería.

Dichas industrias suelen solicitar cueros de este tipo por ser considerado el mejor posible. Los cueros al cromo tienen ligero peso y resisten la tracción de manera muy fuerte. Se procede a impermeabilizarlos con impregnadores grasos. Con el transcurrir de los años se han producido mejoras y adelantos en esta técnica concreta que han permitido producir colores más vibrantes. Los cueros curtidos han sido creados, especialmente, para la producción veloz de la máquina y las metodologías de producción para las masas, aunque puede ser utilizado también de manera artesanal. (Michael, 2006).

Alberto Angelini, citado por Sofía Goyeneche (2018), sostiene que el cuero natural es mucho más resistente que el artificial y es de mayor calidad. Considera que quizás aquellos que no tienen experiencia pueden no darse cuenta, pero con el uso se hacen presentes estas cualidades.

2.3.2 Cuero de pescado

Por otra parte, es posible encontrar el cuero de pescado. Éste es conocido como *Cish*, y como con cualquier otro cuero, se permite fabricar objetos tales como calzado y complementos de ropa. La creadora de *Cish* es Inés Carrasco, una emprendedora y diseñadora ecuatoriana que estudió Ciencias Empresariales y diseño de calzado Buenos Aires, Argentina. Los productos en los que *Cish* es la materia prima están fabricados a mano por artesanos ecuatorianos. Incluso el propio *Cish* se elabora a partir de pescados ecuatorianos mezclado con cuero de vaca o sintético. Para elaborar dicho cuero se usan especies como la corvina, la dorada, la lubina y la tilapia. El producto, ya curtido, tiene propiedades similares al cuero vacuno: es flexible y duradero. Además, se utiliza la piel del pescado, la cual suele ser un desecho. El cuero producido a partir de residuos de

pescado tiene algunos atributos como que no se desgasta, no pierde el color, no se deteriora al contacto con el agua y no tiene mal olor. (Ecoinventos, 2013).

Para la elaboración de dicho material, lo primero que se debe hacer es recoger la piel del pescado en los mercados, ya que los pescaderos retiran la piel para hacer los filetes. Luego, se retiran las escamas, se limpia y se congela. El proceso de curtido se realiza con la ayuda de un árbol llamado quebracho, el cual se emplea en ebanistería, y es un proceso similar al del cuero de vacuno. Por último, se colorea, se corta y se cose.

La piel de pescado se usa cada vez más como alternativa al cuero vacuno o de ternera para la elaboración de bolsos, cinturones o incluso zapatos.

Cabe destacar que se genera un cambio al añadir valor a un desecho anteriormente no aprovechado, y transformándolo en un objeto de diseño. (EcoInventos, 2013)

2.3.3 Cuero de surubí y mondongo

También se puede encontrar Cuero de surubí y mondongo. Según el artesano entrerriano Carlos Troncoso, la curtición del cuero de mondongo es de su invención. Utiliza baldes y algunos productos químicos, los cuales combina, y luego se lava y desgrasa la piel, se encala con cal para disolver la grasa y proteína. El siguiente paso es el piquelado, que consiste en aplicar ácidos orgánicos para fijar el material curtiente. Luego, el tanino de extracto vegetal para curtir. Después se nutre con aceite de pata de vaca y se ablanda y seca al aire, estaqueado. Para darle color se tiñen con anilinas químicas y se ablandan abatanándolos con lo cual queda listo para cortar y coser. Con estos cueros se confeccionan carteras, billeteras, cintos, entre otros.

2.4 Contaminación en la ciudad de Buenos Aires a causa de las curtiembres

En el proceso del curtido son necesarios alrededor de 500 kilos de productos químicos para el procesamiento de una tonelada de cuero crudo, ya que se estima que un 85% no se incorporan en el cuero acabado. La producción también requiere la eliminación de la

mayoría de los componentes de la piel cruda, de la cual se termina aprovechando únicamente el 20% del peso; el otro 80% se descarta como residuo. Como consecuencia directa, se generan importantes volúmenes de residuos, sólidos o como efluentes líquidos con una combinación extremadamente compleja de compuestos orgánicos e inorgánicos que hace que el sector sea altamente contaminante. (Greenpeace, 2011)

Es posible identificar los principales impactos ambientales del proceso de producción del curtido de cueros centrado en: La utilización del metal pesado cromo con la posible oxidación a cromo. El cromo y sus formas son difícilmente biodegradables, por lo cual son una carga para el ambiente debido a su persistencia, acumulación en el tiempo y efectos impredecibles sobre la vida acuática. En el caso del cromo es un comprobado cancerígeno humano.

El proceso de biodegradación de materia orgánica descargada en efluentes consume el oxígeno disuelto del cuerpo de agua receptor, que, junto a un alto contenido de sales y ácidos, por ejemplo: cloruro de sodio, ácidos sulfúrico y fórmico, provocan la muerte de la vida acuática y las funciones naturales de los ríos. El sulfuro, que se utiliza para eliminar el pelo o la pelambre, cuando se transforma en ácido sulfhídrico es extremadamente nocivo para la salud. (Greenpeace, 2011)

La inadecuada disposición de los residuos, pelo, recortes y virutas de cuero, restos de pinturas y envases, los cuales quedan inutilizables para compostaje u otros métodos de aprovechamiento y/o disposición, como consecuencia del uso intensivo de químicos. Luego del curtido, dependiendo del artículo final deseado, serán teñidos y/o recurtidos. La variedad de calidades, brillo, textura, flexibilidad y color es muy amplia y para cada una existe un tratamiento distinto. La etapa de terminación involucra una cantidad de sustancias químicas, como por ejemplo ciertos pigmentos que contienen metales pesados tales como plomo, cadmio y cromo, productos químicos fluorados y polímeros que le dan repelencia al agua y la suciedad; compuestos orgánicos de estaño como catalizadores para las películas de poliuretano y desengrasantes como el percloroetileno

y tricloroetileno, ambos altamente tóxicos. Además, las curtiembres suelen utilizar solventes en operaciones de acabado, terminación de los cueros, limpieza en seco y desengrasado. Algunos de los compuestos químicos utilizados son: acetato de butilo, etilacetato, acetona, ciclohexanona, alcohol isopropílico, metiletilcetona, pentanona, acetato de etilo, ciclohexano, di-isobutilcetona (DIBK), xileno, metil isobutilcetona, tolueno y etilbenceno. En general, el uso de estas sustancias está restringido en diversa normativa internacional en virtud de sus efectos perjudiciales al ambiente y la salud.

Por otra parte, está el uso ineficiente del agua: aproximadamente 1000 litros por cuero empleados de modo ineficiente, generan grandes volúmenes de efluentes vertidos diariamente. De acuerdo a los análisis de contaminación industrial realizados en la Cuenca, tanto de sustancias tóxicas como no tóxicas, se detalló que las curtiembres aportan unas 26.000 toneladas de Demanda Biológica de Oxígeno (DBO5) por año, confirmando que los niveles de efluentes de sustancias tóxicas también son altos, por ejemplo, de cromo y sulfatos. (Greenpeace,2011)

Concluyendo, las nuevas evidencias de contaminación de la industria del curtido de cueros en la Cuenca Matanza-Riachuelo dejan al descubierto la falta de estrictos controles industriales y la necesidad imperiosa de que se implementen procesos de reconversión industrial para todo el sector. Deben contemplarse rigurosamente las sustancias químicas peligrosas prioritarias a ser eliminadas, con el objetivo de llevar a cero los vertidos contaminantes para el año 2020 con metas intermedias de reducción de la contaminación y plazos concretos de cese de vertidos tóxicos. Las sustancias peligrosas evidenciadas en los vertidos de las curtiembres demuestran los graves impactos sobre el ambiente y la salud de la población, identificado como el sector más contaminante de la Cuenca Matanza Riachuelo. (Greenpeace, 2011).

La grave amenaza que supone la presencia de sustancias tóxicas y persistentes para nuestro ecosistema como para la salud de las personas en los vertidos analizados, requiere de medidas claras y urgentes para eliminar su uso y vertido. Aunque algunas de

las curtiembres exportadoras y líderes del sector cuentan con políticas de responsabilidad corporativa, que en parte atienden al impacto de sus procesos productivos, están mayormente destinadas a testeo y calidad de sus productos en función de la normativa que exigen los mercados internacionales, pero parecen no tener en cuenta los vertidos y sustancias químicas peligrosas y persistentes que se destacan en este informe, algunas de las cuales han sido reguladas por la Unión Europea, países de la región y organismos internacionales en función de los altos riesgos que generan. Es evidente que estas empresas no han hecho los esfuerzos necesarios para abordar el problema del vertido de sustancias tóxicas y sus políticas generalmente se limitan a garantizar que se cumpla con la norma vigente que no contempla muchas de las sustancias tóxicas. En tal sentido, dada la gran variedad de sustancias posibles de ser utilizadas en los diferentes procesos industriales, las grandes empresas del sector deben tomar la iniciativa de aceptar la responsabilidad del problema de los vertidos de sustancias peligrosas e implementar políticas que permitan transparentar y conocer sus procesos productivos, con el fin de identificar y eliminar las sustancias peligrosas a través de la sustitución por otras inocuas. Es necesario que las curtiembres informen y publiquen un registro actualizado con las emisiones de sustancias peligrosas al ambiente, para así difundir públicamente sobre las sustancias empleadas e identificar las que debieran ser eliminadas a través de la implementación planes de cero vertidos. Greenpeace demanda a las curtiembres que asuman la responsabilidad de sus productos no sólo como un bien comercializable, sino en todas las etapas de producción, haciéndose responsables por los vertidos tóxicos que generan en la Cuenca del Riachuelo. (Greenpeace, 2011).

Si bien es necesario que las grandes empresas lideren los procesos y políticas hacia cero vertido de sustancias tóxicas, es preciso, para que sea realmente eficaz, que ACUMAR implemente rigurosas políticas de control industrial. Debe realizar los máximos controles sobre las sustancias químicas peligrosas, fomentando procesos de producción limpia que tengan como fin el cese de los vertidos de sustancias peligrosas, para lograr el real

saneamiento de los cursos de agua. Además, ha quedado en evidencia la gran cantidad de sustancias tóxicas que emite este sector que ni siquiera son contempladas por la normativa local. ACUMAR debe realizar los máximos controles fomentando procesos de producción limpia que tengan como objetivo final el real saneamiento de los cursos de agua, La Cuenca Matanza-Riachuelo no posee mecanismos de control que puedan limitar eficazmente el uso de sustancias peligrosas y su consecuente vertido al agua. El cese de los vertidos de sustancias peligrosas no ha sido planteado por ACUMAR, ni tampoco se han previsto restricciones a estas sustancias en los parámetros de calidad de agua que deben alcanzarse a futuro en el Riachuelo, demostrando así estar por detrás de países del Cono Sur. De esta manera, además, se va en contra de lo que establece el fallo judicial de recomposición ambiental de la Cuenca dictada por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, ya que simplemente supone reducir la contaminación, pero no eliminarla. Es necesario un plan de saneamiento integral que apunte hacia el cese total de los vertidos contaminantes. Greenpeace demanda a los gobiernos del mundo adoptar un compromiso político de cero vertidos de sustancias peligrosas dentro de una generación: 25 años, basado en el principio precautorio y un enfoque preventivo en la gestión de sustancias químicas. (Greenpeace, 2011).

En la Cuenca Matanza Riachuelo este compromiso debe ir acompañado de un plan de saneamiento con metas intermedias y objetivos a corto plazo, implementando una lista dinámica de las sustancias peligrosas prioritarias que deben ser eliminadas progresivamente. Específicamente, deben priorizarse los sectores industriales más contaminantes para implementar programas de reducción de la carga contaminante con el fin de lograr el cese de vertidos. En tal sentido, las curtiembres, constituyen uno de los sectores donde debe comenzar, de manera urgente, la implementación de un plan de acción riguroso en materia de sustancia químicas peligrosas con objetivos y plazos concretos que apunten a la eliminación de las sustancias tóxicas. Por otra parte, para que sea posible la ejecución de un plan de saneamiento, es fundamental la determinación de

una línea de base de emisiones contaminantes de origen industrial, que ofrezcan un diagnóstico profundo y certero como fundamento para el desarrollo de las acciones que nos permitan llegar a las metas determinadas. En la actualidad, aún no existe en el Riachuelo tal diagnóstico. Por ello, Greenpeace reclama la implementación de un Registro Público de Emisiones de Sustancias Peligrosas para el año 2012, que proporcione y haga transparente la información de la carga contaminante total vertida por las industrias en el Riachuelo.

2.4.1 Curtiembres en la Cuenca Matanza-Riachuelo

La contaminación de la Cuenca Matanza-Riachuelo está históricamente relacionada con desarrollo industrial del territorio metropolitano de Buenos Aires. El río principal de esta cuenca, el Matanza-Riachuelo, recorre 80 kilómetros y atraviesa 14 municipios y parte de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, desde su nacimiento en el municipio de Cañuelas hasta su desembocadura en el Río de la Plata. Las áreas de mayor concentración industrial son las conocidas como Cuenca Media y Baja, esta última la de mayor degradación ambiental. Más de 24.000 establecimientos industriales y comerciales están radicados en esta zona según información oficial de la Autoridad Cuenca Matanza-Riachuelo, ACUMAR. Entre los sectores reconocidos como más contaminantes se encuentran, entre otros, curtiembres, frigoríficos, galvanoplastías y petroquímicas. El sector de las curtiembres fue identificado por la Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación (SAyDS) en el año 2006, como responsable del 50% de la degradación ambiental. Esta industria es tradicional en Argentina desde fines del siglo XIX en conjunto con el desarrollo de la ganadería y de la industria frigorífica, con gran presencia en la Cuenca. (Greenpeace, 2011).

Los establecimientos vinculados a la industria de cuero y pieles son más de 200, de los cuales más de 170 están dedicados al curtido de cuero. Están ubicadas en su mayoría en el Partido de Lanús, siguiendo en cantidad en el Partido de Avellaneda y en menor

medida en Lomas de Zamora, La Matanza y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En la actualidad el sector está dominado por un grupo de grandes empresas que concentran la mayor parte de la producción y el 80% de las exportaciones de cuero semiterminados y terminados. El restante 20% del mercado local es abastecido por múltiples curtiembres medianas y chicas, que proveen al mercado interno en la industria del calzado, marroquinería y ropa de cuero. El primer grupo, formado por empresas con gran proyección internacional y en muchos casos con filiales en otros países, se ha adaptado a las exigencias de calidad de sus productos para así competir en mercados internacionales exigentes. (Greenpeace, 2011).

Sin embargo, no han adoptado estrategias eficaces para terminar con el problema de la contaminación del agua por vertidos de sustancias peligrosas. Estas industrias aprovechan la legislación local más laxa que la vigente en muchos de los países a donde destinan sus productos, para evitar implementar estrictos controles de sustancias químicas peligrosas en los procesos productivos y sus vertidos, que sí deben aplicar en su producto final para poder acceder a estos mercados. En las curtiembres se realiza el curtido, proceso por el cual se convierte las pieles de los animales, provenientes de los frigoríficos, en cuero, que luego es comercializado, tanto en el mercado interno como externo, donde se termina de dar valor al producto final, ya sea el caso de la industria automotriz, calzado y marroquinería, entre otros. (Greenpeace, 2011).

Dentro de las principales curtiembres exportadoras de la Cuenca se pueden mencionar: Arlei, Sadesa, Fonseca, La Hispano Argentina, Angel Giordano, Urciuoli y Américo Gaita. Más de 80 curtiembres han sido declaradas como Agente Contaminante por la Autoridad Cuenca Matanza-Riachuelo (ACUMAR) hasta fines de 2011, es decir, se comprobó que estos establecimientos contaminan a través de efluentes líquidos, emisiones gaseosas y/o residuos sólidos. A partir de esta declaración, los establecimientos están obligados a implementar planes de reconversión industrial (PRI) para cumplir con la mora dispuesta por ACUMAR. Si bien muchos de los establecimientos están declarados desde el año

2009 como contaminantes y están implementando los planes de reconversión, la normativa vigente en cuanto a límites de vertidos industriales no sólo admite niveles permisibles por concentración de vertidos de sustancias contaminantes, sino que, además, no contempla una gran variedad de sustancias tóxicas. Este marco regulatorio débil, sumado a la falta de implementación de estrictas políticas de gestión de sustancias químicas peligrosas por parte de las industrias, no permitirá una verdadera recomposición ambiental de la Cuenca. (Greenpeace, 2011)

2.4.2 La Curtiembre La Hispano y la contaminación en Mataderos

La Hispano Argentina, Curtiembre y Charolería, cuya planta central está ubicada en el barrio de Mataderos, Ciudad de Buenos Aires, es una de las empresas líderes del sector, formando parte de las principales curtiembres exportadoras argentinas, con gran presencia en los mercados internacionales. De acuerdo a la información de la empresa, posee políticas activas en sistemas y prácticas de protección ambiental. Cuenta con una certificación (ISO 9001:2008), donde se contempla la selección y control de los productos químicos empleados, como así también el testeo periódico de sus productos para corroborar que las sustancias restringidas se encuentren debajo de los límites permitidos por los mercados internacional. Además, cuenta con una planta de tratamiento de efluentes para adecuar sus vertidos a la normativa vigente. Sin embargo, de acuerdo a varios análisis de muestras realizadas, no hay pruebas de que esta industria aplique medidas específicas para restringir los vertidos de sustancias peligrosas más allá de la normativa vigente. (Greenpeace, 2011).

En concreto, se encontraron en las muestras sustancias químicas peligrosas y persistentes, consideradas disruptores hormonales, que han sido consideradas prioritarias para ser eliminadas de los vertidos al agua para el año 2020 de acuerdo a convenios europeos. Debe destacarse que la presencia de estas sustancias se da pese al uso de plantas de tratamiento modernas, demostrando claramente que el enfoque

habitual de control de la contaminación ambiental, basada en las plantas de tratamiento de aguas residuales, estándares de calidad ambiental y límites de ciertos contaminantes en los residuos, no ha evitado la contaminación del agua por sustancias químicas peligrosas y persistentes. (Greenpeace, 2011).

Más allá de la política ambiental que señala la empresa, el establecimiento de La Hispano fue declarado Agente Contaminante por ACUMAR en el mes de marzo de 2010 por exceder el parámetro cianuros totales. Greenpeace tomó sucesivas muestras de las descargas de La Hispano ubicada en la Avenida Alberdi 5045, a fines de 2010 y abril de 2011 y fueron enviadas al laboratorio de Greenpeace en el Reino Unido. Los análisis demuestran la presencia de sustancias tóxicas, persistentes y bioacumulativas que son utilizadas como solventes y aditivos en una amplia variedad de procesos industriales incluyendo el terminado de cueros. (Greenpeace,2011).

La Hispano, como empresa líder del sector exportador de las curtiembres, tiene una posición clave para realizar cambios en su proceso productivo y tomar medidas para eliminar las sustancias peligrosas no sólo de sus productos, sino también y principalmente, de los vertidos industriales que contaminan la Cuenca del Riachuelo. (Greenpeace,2011)

2.4.3 Las curtiembres de Lanús

Las curtiembres están especialmente radicadas en el municipio de Lanús, conocido históricamente como la Capital del Cuero, consolidando su presencia desde hace 50 años. En sus comienzos eran pequeños emprendimientos familiares; con el tiempo fueron aumentando su producción y, por tanto, el impacto ambiental de la actividad. Hoy, muchas de ellas crecieron y exportan parte de su producción a mercados internacionales, cumpliendo altos estándares de calidad de sus productos, sin tomar medidas suficientes en cuanto a impactos ambientales locales. Si bien las curtiembres se distribuyen en todo el partido, la mayoría se ubican en las localidades de Valentín Alsina y Lanús Oeste,

sobre las márgenes del Riachuelo. Actualmente existen aproximadamente 200 establecimientos dedicados al curtido y tratamiento de cueros.

El sistema de pluviales del partido de Lanús cuenta con dos pluviales principales, San Martín y Olazábal, además del Canal Millán. Los pluviales son el medio de descarga para los vertidos industriales ya que este distrito carece, en su gran mayoría, de sistema cloacal que admita el vuelco de efluentes industriales. (Greenpeace, 2011).

Greenpeace obtuvo muestras en el año 2011 de efluentes líquidos provenientes de algunas de las curtiembres que vierten a estos pluviales y los resultados confirman los vertidos de una gran cantidad de sustancias tóxicas por sobre los límites establecidos en la normativa de vertidos de la ACUMAR. Se enviaron 9 muestras, 6 de efluentes líquidos y 3 de sedimentos, para ser analizadas en laboratorios de Greenpeace en el Reino Unido, Greenpeace Research Laboratories. Se analizaron cuantitativamente los metales presentes en la muestra, total y soluble, cualitativamente los compuestos orgánicos semi-volátiles y se cuantificaron aquellos compuestos volátiles más comunes.

Además, se confirmó la presencia de una gran cantidad de otras sustancias tóxicas detectadas en los análisis realizados en el Laboratorio de Greenpeace en Exeter, Reino Unido, que la normativa nacional no contempla y han sido identificadas por normativa internacional como sumamente tóxicas y muy perjudiciales para el ambiente y la salud. Si bien las muestras de vertidos analizadas pertenecen en algunos casos a curtiembres exportadoras que deberían contar con políticas activas de protección ambiental, en vigor ninguna de ellas cuenta con una gestión de sustancias químicas que les permita tener una visión general de los productos utilizados y liberados al ambiente para poder actuar en consecuencia. Aunque muchas cuentan con plantas de tratamiento, no han evitado la contaminación de las aguas por sustancias químicas peligrosas y persistentes. (Greenpeace, 2011)

Capítulo 3. Cuero Ecológico

En este capítulo se presenta el material textil conocido como cuero ecológico, el cual representa una de las opciones de indumentaria vegana en la actualidad, y se detallan los diversos procesos de fabricación por los que atraviesa hasta ser comercializado y su rol en el rubro de la indumentaria. Así mismo, se darán a conocer algunas de las alternativas de cueros ecológicos o de origen vegetal. El objetivo de los materiales sintéticos es proceder a la imitación de la piel y el cuero animal, es así que el diseño busca similitudes relacionadas con la materia prima natural.

3.1 Definición del material cuero ecológico

El cuero ecológico, también conocido como cuero sintético o cuerina, es un textil cuya textura es muy similar a la que se obtiene de una vaca u otro animal. Se trata de un producto cuya materia prima no se obtiene por procedimientos tradicionales, tal y como se ha hecho durante miles de años. El término ecocuero se utiliza mayormente en los países Chile y Argentina, y dicha palabra suele reemplazar a lo que se hacía llamar cuerina o policuero, es decir, cuero de imitación. El cuero de origen ecológico se creó como un sustituto sintético o vegetal, para brindar una opción más económica que el cuero animal. Este último proviene generalmente de la piel de la vaca, que luego de curtido se transforma en el material que se suele usar en zapatos, carteras, sillones, entre otros. (Navarro, 2017) La piel sintética, dicho entonces, es un material de menor costo que el cuero animal. Está hecha de materiales tanto vegetales como plásticos, y es más liviana en peso comparada con productos de cuero genuinos.

Baugh (2010), aclara que existen dos tipos de piel sintética, poliuretano y PVC. El PVC, también conocido como cuero ecológico o eco-cuero de última generación, no tiene en su composición ninguna sustancia prohibida o que sea nociva, ya que se sustituyeron por otros materiales plastificantes. Estos combinan el uso de materia prima renovable, lo que hace que el material tenga un carácter más ecológico, ya que el problema principal que

tiene el PVC es la no biodegradación y por lo tanto la exposición como residuo en el medio ambiente. (Baugh, 2010)

El cuero sintético de poliuretano es una piel que es biodegradable. Por esta razón se lo ha señalado acorde a la sustentabilidad ambiental. El cuero sintético de PU o poliuretano también conocido como polipiel está fabricado a partir de pellets o cuentas de resina de poliuretano que “se someten a un proceso de extrucción de plásticos. El material se hace pasar por un molde para convertirlo en láminas de poliuretano. Una vez se han obtenido estas láminas, se añaden a la superficie los materiales adhesivos y sobre ellos, un textil tejido o no tejido.” (Double Elephant, 2017, s.p.) Posteriormente es sometido a varios tipos de tratamientos los que le permiten parecerse más al cuero orgánico tanto de manera funcional como estética, obteniendo diferentes estilos de granos y formatos a partir de la impresión que se le realice lo cual le otorga mayor suavidad y porosidad, este material es muy ligero y cómodo, impermeable y transpirable, resistente al desgaste, a la tracción, perforación y ruptura, a las manchas y al desgarro, no es tóxico aunque en ocasiones debe pasar por un estricto control de calidad para determinar que el mismo no posea residuos de metanol ni metales pesados, no se deforma y es adaptable, posee una vida útil de 1 a 5 años si se lo cuida muy bien.

Existe una variedad infinita de estilos que se le pueden proporcionar entre esos se conocen la imitación de cuero engrasado, cuero encerado, desgastado, decolorado, arenoso, sin flor, badana, charol, entre otros, aunque también se le otorgan otros aspectos estéticos como el grano de imitación con efecto 3d, el labrado de madera, las escamas y muchas más del mismo estilo. Usualmente es utilizado para la confección de calzado, bolsos, prendas de vestir y tapicería. Dentro de los sintéticos de poliuretano encontramos un material denominado semi-PU este material es elaborado variando los porcentajes de poliuretano y poliuretano de vinilo, obteniendo de los mismos la resistencia, el confort y la suavidad. Este material es utilizado para la fabricación de calzado, indumentaria y tapicería. El tipo de composición, los acabados y la manera de

elaborar o fabricar cada uno de estos materiales es lo que les brinda las características y cualidades que poseen por las cuales se diferencian de los demás y que permite al consumidor realizar la elección de los mismos, por eso es recomendable que todo productor, fabricante, confeccionista sepa de donde proviene el material que está comprando o usando y como este fue fabricado. El ecocuero y el Pu son tipos de cueros sintéticos, los cuales imitan en textura, color y brillos al cuero natural, pudiendo tener distintos acabados. Es una alternativa mucho más barata al cuero original y libre de crueldad animal. En ambos los tonos son más bien parejos debido a que su coloración es sintética. Los últimos años ha evolucionado mucho el proceso productivo de estos materiales, por lo que se pueden conseguir resultados muy parecidos a las texturas de los cueros naturales. Asimismo, existe una diferencia entre los materiales analizados. El PU posee una calidad superior que el PVC, aunque esto no es indiscutible ya que en ambas es posible que se encuentren diversas calidades. (Lladó i Riba y Pascual i Miró, 2006).

3.2 Producción del cuero ecológico

La producción de dicho textil tiene como finalidad brindar una apariencia y calidad similar al cuero genuino.

En cuanto a su proceso de elaboración, el cuero ecológico se hace a partir de un material plastificante que se introduce en una máquina mezcladora. Luego se añade un estabilizador de luz ultravioleta para conseguir que el material sea resistente a los rayos del sol. El paso siguiente consiste en incorporar una solución retardante de llamas para que pueda resistir el fuego. Una máquina va mezclando estas sustancias y, paralelamente, se añade vinilo en polvo hasta lograr una mezcla consistente. (Goyeneche, 2018).

Por otra parte, en una mezcladora distinta se juntan varios tintes para obtener los tonos deseados. El contenido de los dos recipientes mezcladores se combinan y un gran rollo

de papel con una textura semejante al cuero se vierte sobre la sustancia que se ha formado para que un brazo mecánico despliegue la mezcla sobre el papel.

Una vez bañado el papel con el vinilo, se deposita en un horno para endurecer su textura. Con posterioridad el papel se somete a un proceso de espesamiento para dar forma, consistencia y textura a la tela.

Mediante este procedimiento el cuero sintético ya está listo para realizar un diseño determinado, ya sea de prendas de indumentaria o de otro uso.

Dentro de las imitaciones ecológicas se encuentra también la piel sintética, la cual lleva un proceso de fabricación de larga duración.

En primer lugar, se crean las fibras sintéticas. La piel sintética comienza como un polvo blanco que se disuelve dentro de un líquido mediante el agregado de acetona. Luego, se seca el líquido y se lo estira en fibras individuales, que se cortan y colorean. Posteriormente, las fibras se cosen o tejen contra un respaldo. (Goyeneche, 2018)

3.3 Cuero ecológico vs cuero animal

Los materiales sintéticos tienen como propósito imitar la piel y el cuero animal, por lo que se diseñan para parecerse lo más posible a la materia prima natural. Estos diseños a simple vista son difíciles de identificar como falsos. Sin embargo, existe una serie de características que lo diferencian del cuero y las pieles auténticas. El tipo de tela es muy resistente y se logra que a simple vista parezca una pieza de cuero tradicional.

Las principales diferencias son el precio más elevado en el cuero tradicional y por otra parte el genuino tiene una textura más suave. Otro elemento diferenciador es el olor, ya que un cuero huele a piel y el otro a plástico. (Goyeneche, 2018)

Comprar una prenda sintética o auténtica no es una cuestión de precio o de textura, sino que es una elección relacionada con el respeto por los animales para todas aquellas personas que pertenezcan a la cultura vegana y adopten sus costumbres como forma de

vida, en la cual el uso de materiales provenientes de animales está prohibido o simplemente mal visto.

Las principales razones para diseñar pieles falsas o de imitación son el menor coste del material, la facilidad para el corte y confección; el hecho de que son más fáciles de encontrar que las pieles animales y, finalmente, los problemas éticos en torno a la explotación animal y del medio ambiente. También están diseñadas para ofrecer alternativas a las pieles naturales mediante el uso de colores y texturas no naturales. Una de la principal diferencia entre pieles reales y falsas es que el falso cuero no es poroso, de modo que la tela no permite que el aire la atraviese. Por ello puede ser incómoda y calurosa en comparación con el cuero. (Baugh, 2010). A veces posee un olor a plástico. Aunque la piel sintética tiene varios pros, debe destacarse que también tiene algunos contras. Por lo general, pierde más pelo que la piel verdadera. El entretejido que sostiene la tela en su lugar en el mejor de los casos débil, dejando fibras por toda la casa y en tu ropa.

Otra diferenciación es que para soportar la cara de plástico grabado se precisa un forro de tela. Este suele ser un tejido *interlock* ligero que mantiene la flexibilidad de la tela plastificada, tanto como sea posible para imitar el cuero.

En cuanto al cuero real, el mismo está considerado como una característica de lujo y lleva un aire de prestigio, mientras que la opción ecológica suele ser mal vista. Si bien el cuero genuino respira mejor que el ecológico y suele ser más suave al tacto, al usar telas sintéticas se les está permitiendo vivir a aquellos animales que hubieran sido asesinados originariamente para crear prendas de piel. En algunos casos, se puede evitar la extinción de dicho animal. La piel sintética también puede durar más que la verdadera en algunas ocasiones, la cual tiende a deteriorarse y a enmohecerse con el transcurso del tiempo.

La principal ventaja de piel sintética es que su costo es menor que el del cuero real. También se puede fabricar en variedad de colores y texturas, lo cual tiene un atractivo

para los diseñadores de moda, que buscan innovar. El cuero sintético es también muy fácil de limpiar y mantener, y no es susceptible a la decoloración de la luz UV. Asimismo, no requiere la muerte de ningún animal o el uso de productos de origen animal. El cuero real por lo general tiene un precio superior, puede costar el doble de lo que costaría un equivalente de piel sintética. A su vez, el cuero real si se expone a la luz solar directa durante un período prolongado de tiempo, tal como en un interior de un vehículo, puede llegar a perder su color. (Osinsky, 1998)

3.4 Variantes de cuero ecológico

Con el transcurso del tiempo las variantes de cuero ecológico van aumentando. Cada una con distinta cualidad, calidad y materialidad, representan opciones e imitaciones al cuero natural. A continuación, se detallan algunas de ellas.

3.4.1 Piñatex: Cuero hecho a base de piña

En primer lugar, se presenta un cuero hecho a partir de fibra de piña conocido como *Piñatex*. Este textil está inspirado en las prendas de vestir tradicionales de Filipinas, lugar tropical donde la temperatura no baja de 27 grados y en donde sus diferentes superficies permiten una agricultura fértil durante todo el año, donde las mismas están hechas a partir de fibras de hojas de este fruto. Sus fibras se utilizan para generar un material no tejido, de malla similar al fieltro. Creado por Carmen Hijosa, previamente consultora de la industria de artículos hechos en cuero animal en Filipinas, ella notó una creciente escasez del material en el país. Además, no era ignorante al hecho de que este tipo de proceso conlleva gran contaminación, por lo tanto, decidió buscar alternativas éticas y responsables ambientalmente. Se necesitarían las hojas de aproximadamente 16 piñas para crear un metro cuadrado de tela que puede adaptar todo tipo de forma y textura. El material también está generando interés en los mercados de accesorios y tapicería, e incluso podría llegar a tener otros usos. Como tiene propiedades antibacterianas, incluso

podría ser utilizado para uso médico, en productos como vendajes. (Rivas Serrano, 2015).

Además de ser una opción más económica, es también más sostenible y ecológico. Se trata de un subproducto de la cosecha de piña, a partir de aquellas hojas de piña normalmente cosechadas que se pudren en el suelo, lo cual hace que el material no requiera de terreno adicional de cultivo. Al mismo tiempo, un subproducto que resulta del proceso de tratamiento de Piñatex es una biomasa que se podría convertir en fertilizante, proporcionando ingresos adicionales a aquellos agricultores de la piña. Según la base de datos de la F.A.O, Food and Agriculture Organization of the United Nations, en el país tagalo se producen casi tres millones de toneladas de esta fruta anualmente, siendo más del 70% de la producción proveniente de la isla Mindanao. Son estas condiciones de constante humedad y temperatura las que facilitan la extracción de toda la celulosa de las hojas de la piña sin que esta pierda sus cualidades. Luego, el producto obtenido se lleva a Barcelona en donde las fibras son procesadas y teñidas. Esta propuesta textil innovadora es también ambientalmente responsable. Para la fabricación del cuero, se utiliza un subproducto reutilizable de la recolección de la planta de la piña como son sus hojas. (Rivas Serrano, 2015).

3.4.2 Cuero a base de pulpa de frutas

En segundo lugar, y como idea de un grupo de estudiantes holandeses, la opción de cuero vegetal hecho a partir de la pulpa de fruta desechada. El material tiene una heterogénea estructura y textura, dada por los distintos tipos de frutas utilizadas en cada una de las planchas que en cada caso es diferente, sin que existan dos idénticas.

Los estudiantes de Rotterdam, que notaron cuánta fruta se descartaba hacia el final del día en el mercado local de su ciudad, decidieron recoger muestras de las frutas desechadas y experimentar con las mismas y sus posibilidades de uso, ya que este tipo

de desperdicios atraían plagas. No solo eso: los comerciantes del lugar tenían que pagar 12 centavos de dólar por cada kilo de fruta que se tirase a la basura.

Inspirados en una de las tantas técnicas que usan los chefs para crear experiencias maravillosas de sabor con frutas y verduras, estos jóvenes comenzaron a triturar, cocinar y luego dejar secar los frutos secos para hacer de ellos un caramelo como pieza de fruta llamada *fruitleather* o *cuero de frutas*. Finalmente llegaron a crear un cuero vegetal al cual patentaron como *Fruitleather* producto que no se pudre ni tampoco atrae insectos.

3.3 Eco-cuero de Richard Wool

El destacado ingeniero químico y biomolecular Richard Wool ha investigado y producido un tecnológico, y verdadero, eco cuero, sustentable, no contaminante, de origen vegetal y que permite respirar a la piel. Absolutamente vegano y bajo una lógica sustentable, el eco cuero se produce en base a aceites y fibras vegetales. Para esto se mezcla lino o fibra de algodón con aceite de palma, maíz y soya, entre otros, la cual es posteriormente laminada en capas para crear un material que se siente y funciona como el cuero animal. Todo un hallazgo que podría revolucionar la manera de comprender la producción y uso de pieles animales, y que aparentemente ha tenido una buena respuesta de la industria. “A los diseñadores les encanta porque les da todo un elemento de diseño que antes no tenían cuando estaban tratando de trabajar con polivinilo o PVC como sustituto artificial del cuero y es transpirable. No es como el plástico que haría que sudar tus pies si es que lo usas”. (Soler, 2013)

Además de ser una opción vegana, gran parte de la motivación ha sido crear una alternativa *eco-friendly* que permita reducir la huella de carbono que la industria textil genera. Un material que se ajusta bastante bien al contexto y tendencia actual de priorizar calidad, medio ambiente y conciencia.

3.4.4 Muskin

Con un proceso natural y libre de tóxicos, da lugar el Muskin, un material muy parecido al cuero animal y a la gamuza en su apariencia. Fue creado por *Grado Zero Espace*, una empresa italiana que, como muchos, buscaba una alternativa a los procesos que no respetan el medio ambiente y la encontró en la parte superior de la seta. *Se procesa de una manera muy similar al cuero animal, pero el curtido se hace de forma totalmente natural y libre de tóxicos y químicos.* Según la empresa, esta ausencia de sustancias químicas hace que el material sea no tóxico, ideal para la fabricación de piezas que entran en contacto directo con la piel. (Rivas Serrano, 2015)

El Muskin se extrae de la parte superior de las setas, cultivadas específicamente para esto. A su vez, los científicos han identificado que el Muskin no promueve el crecimiento de bacterias y tiene una gran capacidad para absorber la humedad y luego soltarla. Estas características le permiten ser utilizado también en plantillas, zapatos o correas de reloj. El tejido también es naturalmente resistente al agua. Además, la producción de setas es bastante sencilla, sostenible y requiere menor cantidad de agua y energía que el cuero animal. La marca comercializa el producto en pequeños formatos y con producciones bajas, pero esto podría cambiar en función de la demanda. Puede ser utilizado en las bolsas, sombreros, zapatos, chaquetas y accesorios en general. (Rivas Serrano, 2015)

3.4.5 Tetra-Cuero

Bioma, como presenta Eco Inventos (2013), es una empresa que se especializa en el reciclado de material de Tetra Brik, transformándolo en un material con características similares al cuero, llamado Tetra-cuero, produciendo con él diferentes artículos, tales como mochilas, carteras, bolsos, entre otros. La pequeña empresa se propuso como uno de sus objetivos contribuir a una menor contaminación ambiental, a partir de la reutilización de envases Tetra-brik. La fábrica se encuentra detrás de la casa familiar, en las afueras de la ciudad, en un galpón donde se realiza el procesamiento de las cajas

para obtener el tetra-cuero, llamado así por contar con características muy similares al cuero animal a la vista y al tacto. (Ecoinventos, 2013).

El proceso básico consiste en la eliminación de la publicidad de las cajas y su posterior coloración y texturación para lo cual se utilizan sustancias totalmente preparadas y formuladas por sus propietarios, utilizándose para ello productos no tóxicos y como solvente único y universal el agua. (Ecoinventos, 2013).

Este proceso nació por la curiosidad y la capacidad de innovación de Pablo Spizzirri, su creador. Comenzó a estudiar el envase y pensó en lo resistente que era, en la flexibilidad que podía adquirir y la llevo a su casa para ver cómo podía darle color, mejor terminación y más movimiento. A lo largo de 6 años la técnica fue cambiando, y se convirtió en un material muy dúctil y versátil. Rápidamente cobró popularidad en el ámbito local y con esta el acceso a diversas notas periodísticas, varias de las cuales alcanzaron trascendencia más allá de las fronteras de la Argentina. Mientras se definía el nicho comercial y de manera conjunta, se fueron agilizando y haciendo cada vez más eficientes las diferentes etapas del reciclado y de la producción de bienes, desde la obtención de la materia prima, desechos, hasta la presentación final de los productos en góndola. Bioma se abastece con el material de descarte de una empresa que produce los envases, por lo que conseguir el material a reciclar es una instancia ya planificada. Bioma se abre paso entre las pymes que reciclan desechos y se plantea como meta la capacitación en reutilización de materiales y la generación de empleo. Una propuesta que desafía a quienes ven en los desechos sólo basura. (EcoInventos, 2013)

3.4.6 Naugahyde

El *Naugahyde* es definido como un textil que se encuentra recubierto de vinilo. Sus características son parecidas al cuero genuino. La empresa que lo produce generó un tipo ficticio denominado Naugas. Se destacan por la promoción de sus productos como no poseedores de textil animal, ya que los Naugas cambian sus pieles de forma natural.

Este cuero sintético posee una textura con suavidad y se parece al real.(Lladó Riba y Pascual Miró, 2006).

3.4.7 Patchwork

Otras imitaciones se realizan en *patchwork*, este cuero es viable de definirse por la tela base en el sector reverso. Consta de un tejido *interlock* capaz de proporcionar resistencia y flexibilidad, que las acercan al cuero natural. Además, existe el falso ante estampado, es decir, el algodón tejido que posee un acabado basado en gamuza. Es una tela tejida con una superficie peinada con estampas y una lámina plástica para poder imitar la piel de un reptil. La misma, vinculada al estampado, genera una textura parecida a la ya mencionada. También, se encuentra el denominado falso cuero estampado. (Lladó Riba, Pascual Miró, 2006)

Cabe destacar que es una imitación parecida al cuero de cordero, salvo por la excepción de un estampado de pata de gallo. Se puede distinguir el falso cuero de aquel que es real mediante una visión a la inversa. Lo favorable es que se venden en una diversidad de texturas y colores y además son una aceptable imitación del cuero, pudiendo conseguirse por metro. Además, son más económicos en relación de la piel auténtica, el corte y la confección se realizan con facilidad. En relación a las desventajas puede mencionarse que no tienen poros, por lo tanto, no transpiran, las sustancias químicas que se utilizan en el lavado en seco suelen producir daños, hasta quizás deshacer, la lámina plástica. No es posible recoserla, debido a que los agujeros no son viables de ser reparados. La superficie plástica es factible de generar ruido o una adhesión, también tienen una alta sensibilidad al calor. En relación a las fibras, la cara usualmente consta de una lámina de poliuretano y policloruro de vinilo. Asimismo, es posible encontrar láminas de poliéster con capacidad de reciclado. Por el lado del revés, se configura un tejido interlock que es totalmente de poliéster o un tejido simple que posee un ligamento esterilla o un mix entre el mismo y algodón. (Lladó Riba, Pascual Miró, 2006).

3.4.8 Apparition

Cuero impermeable y transparente. *Apparition*, nombrado por su increíble calidad, es translúcido e impermeable, así como resistente y fácil de trabajar. Si bien era posible fabricar un cuero transparente con piel de oveja y cabra, el cuero resultante era demasiado rígido y no podía mojarse. Actualmente, luego de tres años de trabajo, un reducido grupo de innovadores de cuero, Ecco, ha logrado crear un cuero que es impermeable y transparente a la vez, mezclando antiguas técnicas de bronceado egipcio y griego con modernas aplicaciones industriales. Este material nace del resultado de repensar la estética del cuero en cuanto a propiedades visuales y táctiles. Se trata de la creación de un material futurista que aún mantiene las mismas propiedades que el cuero. (Fedorova, 2017) En los últimos años los diseñadores y curtidorías han logrado grandes cosas en el ámbito de los cueros transparentes y translúcidos, pero el objetivo de Ecco Leather era identificar maneras concretas de combinar la experiencia de curtido profundo con la potencia del país para impulsar la tecnología, buscando soluciones a problemas prácticos que han eludido a la industria como flexibilidad duradera y capacidad de mojarse. Además de ser transparente, flexible y resistente al agua, el cuero denominado *Apparition*, también es visual y estéticamente diferente al cuero regular. En vez de adaptar una forma lisa y plana como varias pieles de animales, este nuevo cuero está arrugado y con una textura que raramente se encuentra en un cuero no natural. *Apparition* se encuentra actualmente disponible en una gama variada de colores y se puede utilizar para hacer casi cualquier tipo de prenda, que van desde bolsos de mano a zapatos y chaquetas. (Fedorova, 2017)

3.4.9 Cuero reciclado

El reciclaje, como plantea Conciencia Eco (2012) es una de las mejores maneras de evitar la contaminación, combatiendo así el calentamiento global. Además, no solo beneficia al medio ambiente, sino que también genera ventajas para la economía del

país. Al reciclar se produce ahorro de energía en la elaboración de materias primas, así como también la misma materia prima. El coste de producción será menor debido a la reutilización de los materiales. Los bosques se preservan evitándose su destrucción, contribuyendo a mantener el medio ambiente donde la fauna y la flora pueden convivir. Se conservan los recursos naturales, tales como el agua, la madera y los minerales. Son abundantes los desechos contaminantes que tardan años y hasta incluso siglos en degradarse, de esta manera se reducirían los mismos, así como también disminuirían las emisiones de gases de invernadero, que generan cambios climáticos a nivel global. La reutilización consiste en darle uso nuevamente a los diferentes objetos, ya sea utilizándolos con la misma función o dándole un nuevo uso. Esto dependerá en la creatividad de aquel que esté dispuesto a realizar esta acción. El reutilizar los objetos puede ser bastante práctico en algunas ocasiones, por ejemplo, un vaquero que ya no se utiliza podría derivar en un short, ideal para un día de calor. Asimismo, esta forma de reciclaje, es una gran ayuda económica ya que evita gastos innecesarios. Como consecuencia de estas maneras de reciclar, con el fin de crear menor contaminación, la gente adquiere una mayor conciencia ecológica y al realizar estas acciones contribuye a generar un medio ambiente más sano para las futuras generaciones. (Conciencia Eco, 2012)

Capítulo 4. Comercio consciente en cuanto a textiles

La piel animal ha formado parte de la indumentaria desde los inicios de la historia. Primero, a modo de protección para aplacar el frío y luego como elemento lujoso. Durante los años sesenta un abrigo de origen animal demostraba un estatus social y económico alto. Hoy en día, las cosas han cambiado. Las generaciones actuales se inclinan por lo *cruelty free*. Es decir, aquellas piezas que respetan los derechos de los animales como prioridad ante el diseño. Durante la última década, activistas y organizaciones sin fines de lucro tales como PETA, han luchado para crear conciencia sobre el tema y cada vez más diseñadores se van sumando a esta iniciativa.

El trabajo de campo que será requerido para poder poseer el conocimiento necesario, consiste en entrevistas a especialistas relacionados con la producción y la confección de materiales de cuero, se eligen estas personas ya que pueden aportar elementos de experiencia para la realización del producto. En el marco de los estudios sobre tendencias, diseño de autor, el aporte que se plantea en el actual Proyecto de Grado puede resultar novedoso ya que permite vincular estas cuestiones anteriormente mencionadas.

4.1 Marcas internacionales que han rechazado el uso de textiles de origen animal

La fuerte presión que ejercen los ecologistas que protestan por el uso de la piel y el maltrato animal en la industria de la moda, ha hecho que sean varias las marcas que se han vuelto más sensibles y han cambiado sus políticas sobre de dónde provienen las pieles. Los diseñadores buscan generar un cambio no solo en el ADN de sus creaciones sino también en el subconsciente del consumidor para generar un cambio en la percepción y el cuidado de las especies que en otras épocas eran destinadas a la manufactura de piezas de lujo.

Chanel S. A., o simplemente *Chanel*, es una casa de moda francesa fundada en París por la diseñadora Coco Chanel en el año 1910. La marca se especializa en

diseñar y confeccionar artículos de lujo, como indumentaria de alta costura, lista para usar, bolsos, perfumes y cosméticos, entre otros. En la actualidad, *Chanel* tiene boutiques alrededor del mundo en exclusivos distritos comerciales y realiza sus desfiles en las más importantes capitales de la moda. La marca se ha convertido en uno de los nombres más reconocidos dentro de la moda de alta costura. (Chanel, 2019) *Chanel* ha anunciado que no usará pieles de animales en sus próximas colecciones, a partir del año 2019. Incluso, ha señalado que dejará de confeccionar productos hechos a base de pieles de origen exótico como la de serpientes, cocodrilos, lagartos y hasta mantarrayas, que son usados para crear piezas hechas a base de cuero. (Harper's Bazaar, 2018) Otra de las grandes marcas es Versace, y ha sido su directora creativa Donatella Versace quien declaró que no usará piel animal a partir del año 2019: "¿Piel? Estoy fuera de eso. No quiero matar animales para hacer moda. No se siente bien". (El Comercio, 2018, s.p)

Gianni Versace SpA, fue fundada en el año 1978 en Milán, y es una de las principales firmas internacionales de diseño de moda y un símbolo del lujo italiano en todo el mundo. Diseña, fabrica, distribuye y comercializa productos de moda y estilo de vida que incluyen alta costura, *prêt-à-porter*, accesorios, joyas, relojes, gafas, fragancias y muebles para el hogar, todos con el distintivo logotipo de Medusa. El Grupo Versace distribuye sus productos a través de una red mundial que incluye más de 200 boutiques en las principales ciudades y más de 1500 mayoristas en todo el mundo. Donatella Versace ha sido Directora Artística de Versace desde 1997 y ha dirigido la marca hacia el siglo XXI. Hoy, Versace representa su herencia a través de sus diseños fuertes y audaces, mientras se dirige a una nueva audiencia global que continúa fortaleciendo la posición de la marca en la cultura contemporánea. (Versace, 2019) Otra famosa marca del lujo italiana, Armani, ya anunció en 2016 que no incluiría más pieles en sus colecciones. La importancia de Giorgio Armani en el mundo de la moda es tal que se podría hablar de una era Armani. A sus casi ochenta años, este diseñador dirige, preside y posee su

propia empresa. Armani, se fundó en 1975 y ha creado y dirigido la estética y la indumentaria de finales del siglo XX. El diseñador aportó feminidad a la sastrería masculina y ligereza a los anquilosados cortes de los nuevos uniformes de trabajo. Giorgio Armani nació en Piacenza, una ciudad industrial italiana, en 1934. Con más de 350 tiendas en todo el mundo, la marca se ha estirado desde la Alta Costura, gracias a su colección Armani Privé, hasta Armani Jeans, con costos más accesibles. Armani ha sabido llegar a todos los públicos ofreciendo productos diferenciados. (Vogue, 2018)

Continuando con la moda italiana, Alessandro Michele lleva revolucionando Gucci desde que asumió su dirección creativa en enero de 2015. No solo ha unificado en sus desfiles las colecciones de hombre y mujer. El gigante del lujo italiano ha anunciado que prohibirá las pieles en sus nuevas colecciones a partir del próximo año y se subastarán las prendas de piel que le queden. Una decisión que contrasta con el uso de la piel que ha venido haciendo la firma, que llegó a convertir en un éxito sus mocasines con talones descubiertos y pelo en el interior a finales de 2015 y tiene entre sus prendas mini abrigos de piel por de aproximadamente 28.000 euros. La prohibición del uso de pieles en sus prendas entró en vigor a partir de la colección primavera-verano 2018, según declaró el presidente de Gucci, Marco Bizzarri, en el London College of Fashion de la capital británica. Este aseguró que la decisión se ha tomado junto al diseñador italiano. “Cuando escogimos a un nuevo director creativo queríamos a alguien que compartiera la creencia de la importancia en los valores” (El país, 2017, s.p), ha añadido Bizzarri sobre la unión de la firma a la organización *Fur-Free Alliance*, lo que implica que no va a utilizar piel de visón, coyote, zorro, conejo o mapache. Esta evolución “demuestra nuestro compromiso absoluto en hacer del desarrollo sostenible un elemento inseparable de nuestra actividad” (El país, 2017, s.p), agregó Bizzarri, quien además aseguró que los ingresos conseguidos con las subastas de las últimas prendas de piel de Gucci serán entregados a las organizaciones de defensa de los derechos de los animales *Human Society International* y *LAV*. El presidente de la firma, ha dicho, acerca de su decisión “Ser socialmente

responsable es uno de los valores centrales de Gucci, y seguiremos esforzándonos por mejorar el medioambiente y la fauna. Esperamos que ayude a inspirar la innovación y aumentar la conciencia, cambiando la industria del lujo para mejor” (El País, 2017, s.p.)

Entre las abanderadas del compromiso vegano en la moda, Stella McCartney es una de las diseñadoras que elige dejar al cuero afuera de sus colecciones. Stella, reconocida principalmente por ser la segunda hija del exbeatle Paul, es una diseñadora inglesa con más de diez años de trayectoria profesional. Graduada de Central Saint Martins en 1995, Stella representa una de las casas de moda que se ha mostrado a favor del movimiento desde el inicio. La firma no es solo *fur free*, sino también vegana. Vegetariana convencida y militante de PETA, organización que lucha por los derechos de los animales, su compromiso con el medio ambiente comienza por no usar pieles en ninguno de sus diseños, y, por supuesto, tampoco en los complementos. (Vogue UK, 2017)

Por otra parte, John Galliano, quien fue director creativo de Dior por muchísimos años, ahora director creativo de Maison Margiela. El mismo decidió dar un paso al costado en el uso de pieles hasta llegar al punto de convertirse en vegano para mantener un estilo de vida acorde a su decisión. Martin Margiela es un diseñador de moda belga nacido en el año 1957. Graduado por la Real Academia de Bellas Artes de Amberes y asociado al grupo denominado *Los Seis de Amberes*. Basa su trabajo en el movimiento del deconstructivismo, el reciclaje y la transformación. Su personalidad le brinda valor a la marca, y se le considera uno de los diseñadores más misteriosos de la industria. Jamás se deja fotografiar y no da ninguna entrevista directamente. Considerado como uno de los creadores más atípicos y más vanguardistas de su generación, Martin Margiela funda en 1988 con Jenny Meirens su propia marca, la Casa Martin Margiela. El lunes 6 de octubre de 2014, el grupo Only The Brave (OTB), anunció oficialmente, a través presidente Renzo Rosso, el nombramiento de John Galliano a la cabeza de la dirección artística de la casa francesa. John Galliano está pues a la cabeza de las líneas de prêt-à-porter y de la línea alta costura Casa Martin Margiela Artisanal y presentó su primera colección como director

artístico de la maison en enero de 2015 por la Fashion Week de alta costura primavera-verano 2015. Margiela también es conocido por sus rediseños hechos a mano a partir de materiales reciclados o su forma de etiquetar la ropa, con una etiqueta en blanco hilvanada por cuatro hilos. Por orden de John Galliano, la firma se comprometió con la causa en abril de este año, luego de una reunión con Dan Mathews, vicepresidente de PETA. (W Magazine, 2018)

Calvin Klein es una marca de estilo de vida global que ejemplifica ideales atrevidos y progresivos y una estética seductora. Fundada en 1968 por Calvin Klein y su socio comercial Barry Schwartz. En 1994, la casa de moda dejó de producir piezas hechas a base de animales, debido a que "el segmento de pieles del negocio simplemente ya no encajaba con la filosofía corporativa" (Calvin Klein, 2019, s.p) Continuando con Jean Paul Gaultier, quien nació en un suburbio de las afueras de París, nunca pasó por una escuela de moda y tampoco fue necesario. Tras pasar por diversas casas de moda, en 1976 presentó en París su primera colección. Bajo su propio nombre ha cosechado todos los éxitos habidos y por haber y conseguirlo no le ha supuesto renunciar a otros desafíos profesionales como lanzar su propia línea de alta costura cuando ésta estaba en sus horas más bajas, crear el vestuario de más de una decena de películas y espectáculos, o ponerse al frente de la dirección creativa de Hermès durante varias temporadas. Conocido como el *enfant terrible* de la moda francesa, con sus diseños abrió la industria a la sexualidad, cuestionó los roles imperantes hasta la fecha e introdujo sobre la pasarela la diversidad étnica que puebla las grandes ciudades de todo el mundo. El jersey marinero, la chaqueta entallada, la pulsera de lata o el vestido-corsé son algunas de sus aportaciones más emblemáticas al mundo del diseño de moda. El diseñador francés, se unió a la causa en noviembre del 2018 cuando señaló que el modo en que los animales eran asesinados para crear moda, eran deplorables. (El comercio, 2018)

Tommy Hilfiger es otra de las marcas líderes en el mundo y es reconocida internacionalmente por celebrar la esencia del estilo clásico estadounidense. Fundada en

1985, Tommy Hilfiger ofrece un estilo, una calidad y un valor superiores a los consumidores de todo el mundo con las marcas Tommy Hilfiger y Tommy Jeans, con una amplia gama de colecciones que incluyen ropa deportiva para hombres y mujeres, denim, accesorios, y calzado. Además, la marca tiene licencia para una amplia gama de productos, que incluyen fragancias, gafas, relojes y artículos para el hogar. El fundador Tommy Hilfiger sigue siendo el Diseñador Principal de la compañía y proporciona liderazgo y dirección para el proceso de diseño. Asimismo, la marca de ropa que alguna vez ha utilizado pieles de animales, hoy en día es *Cruelty free*. Todos sus accesorios son de imitación. (Tommy Hilfiger, 2019)

Por otra parte, Michael Kors es un diseñador de accesorios de lujo y *prêt-à-porter* reconocido en todo el mundo y galardonado con varios premios. Su firma en 1981, produce actualmente una amplia gama de productos a través de sus distintas líneas. Entre los productos de estas se incluyen accesorios, calzado, relojes, joyas, una completa línea de fragancias y colecciones de ropa *prêt-à-porter* para hombre y mujer. Michael Kors ha obtenido numerosos reconocimientos dentro de la industria de la moda y ha recibido premios por su labor filantrópica, además de ganarse el respeto y el afecto de millones de personas. Inmerso en una visión del estilo sofisticada e indulgente, tan icónica como moderna, ha creado un imperecedero imperio de moda de lujo con un alcance global. Desde el año 2017, Michael Kors no utiliza pieles de animales. La marca declaró que, debido a los avances tecnológicos en las fabricaciones, ahora tienen la capacidad de crear una estética de lujo utilizando pieles no animales. (El comercio, 2018)

Hugo Boss, es una casa de moda de lujo alemana, fundada en 1924 en Metzingen, cerca de Stuttgart, por Hugo Ferdinand Boss. En 1923, Hugo Boss fundó su propia compañía de ropa en Metzingen, donde todavía tiene su sede. En 1924, comenzó una fábrica junto con dos socios. La compañía produjo camisas, chaquetas, ropa de trabajo, ropa deportiva e impermeables. Debido al clima económico de Alemania en ese momento, Boss se vio

obligado a declararse en quiebra. En 1931, llegó a un acuerdo con sus acreedores, dejándolo con seis máquinas de coser para comenzar de nuevo. Ese mismo año, Hugo Boss se convirtió en miembro del Partido Nazi. Durante la Segunda Guerra Mundial, Hugo Boss empleó a 140 trabajadores forzados, la mayoría de ellos mujeres. Además de estos trabajadores, 40 prisioneros de guerra franceses también trabajaron brevemente para la compañía entre octubre de 1940 y abril de 1941. Debido a su temprana membresía en el Partido Nazi, su apoyo financiero a las SS y los uniformes entregados al Partido Obrero Nacional Socialista Alemán, Boss fue considerado tanto un activista como un partidario y beneficiario del nacionalsocialismo. En una sentencia de 1946, fue despojado de sus derechos de voto, de su capacidad para dirigir un negocio, y multado con una pena muy severa. Sin embargo, Boss apeló y finalmente fue clasificado como un seguidor, una categoría menor, lo que significaba que no era considerado un promotor activo del nacionalsocialismo. Murió en 1948, pero su negocio sobrevivió. La casa de moda, en el año 2016, prometió dejar la piel de lado. (YourNewFragrance, 2010)

La firma estadounidense Coach, conocida por sus famosos bolsos de cuero, se sumó a la iniciativa en el año 2018. Coach IP Holdings LLC, también conocido como Coach New York o simplemente Coach, es una compañía estadounidense especializada en accesorios de lujo como bolsos. Coach fue fundado en 1941 como un taller familiar en un loft en la calle 34 en Manhattan, con seis trabajadores del cuero que hacían billeteras y billeteras a mano. En 1946, Miles Cahn y su esposa Lillian se unieron a la compañía. Miles y Lillian Cahn eran dueños de un negocio de manufactura de bolsos de cuero, y tenían conocimiento sobre la marroquinería y los negocios. Para 1950, Cahn se había hecho cargo del negocio. Durante los primeros años, Cahn notó las propiedades y cualidades distintivas de la piel utilizada para hacer guantes de béisbol.

Con desgaste y uso, el cuero en un guante se volvió más suave y flexible. Al tratar de imitar este proceso, Cahn hizo una manera de procesar el cuero para hacerlo más fuerte,

más suave y más flexible. Como el cuero absorbió el tinte muy bien, este proceso también creó un color más rico y profundo en el cuero.

Poco después de que Cahn desarrollara este nuevo proceso, Lillian Cahn sugirió a Miles que complementara el negocio de accesorios para hombres de la fábrica agregando bolsos de cuero para mujeres. La Fundación Coach se estableció en 2008 para apoyar a las organizaciones que empoderan y educan a mujeres y niños en todo el mundo. A partir de 2013, había aproximadamente 1,000 tiendas Coach en América del Norte. Coach también ha desarrollado una fuerte presencia en los EE. UU. A través de las boutiques de Coach ubicadas en tiendas departamentales selectas y en tiendas especializadas. (Coach,2019).

Ralph Lauren Corporation, es un líder global en el diseño, marketing y distribución de productos de estilo de vida premium, incluida ropa, complementos, muebles del hogar y otras categorías de producto con licencia. Desde 1967, la distintiva imagen de marca se ha desarrollado constantemente en un número creciente de productos, niveles de precio y mercados. Los productos, que incluyen ropa, complementos y colecciones de perfumes para hombre y mujer, así como ropa para niños y muebles del hogar, conforman una de las familias de marcas de consumo más reconocidas del mundo. Bajo la dirección del diseñador reconocido internacionalmente Ralph Lauren, la marca ha tenido una considerable influencia en la forma en que se visten las personas y la forma en que se publicita y celebra la moda en todo el mundo. Dicha casa de moda fue una de las primeras en unirse a la causa en contra del maltrato animal, en el año 2006. (Ralph Lauren, 2019)

Donna Karan, conocida por ser una diseñadora pionera, una mujer diseñando para mujeres. Desde su inicio en 1989, DKNY ha sido sinónimo de Nueva York, inspirada por la energía y la actitud de la ciudad. DKNY, que se basa en el principio de diseño original de Karan para la mujer que nunca supo a dónde la llevaría el día, se ha transformado en una poderosa fuente de estilo de vida global: el vestuario dinámico de todo lo que

necesita para vivir una vida de Nueva York, donde sea que se encuentre. Más de 30 años después, Donna Karan es uno de los nombres más icónicos de la moda estadounidense. Sus siluetas icónicas y su innovador sistema de vestimenta siguen siendo tan relevantes como siempre. Donna Karan, anunció que sus colecciones serán *fur free* a partir del año 2019. (Donna Karan, 2019) Otra mujer en el rubro, Vivienne Westwood. Una de las pioneras en la protección animal. La diseñadora eliminó las pieles en el año 2007.

Nacida en el año 1941, es una diseñadora de moda y empresaria británica, en gran parte responsable de traer el *punk* moderno y la moda *new wave* a la corriente principal. Fue su habilidad para sintetizar ropa y música lo que dio forma a la escena punk del Reino Unido de la década de 1970. Se inspiró en el valor de choque del punk. Westwood abrió cuatro tiendas en Londres, y finalmente se expandió por todo el Reino Unido y el mundo, vendiendo una gama cada vez más variada de mercancías, algunas de ellas vinculadas a sus muchas causas políticas, como la Campaña por el Desarme Nuclear, el cambio climático y los derechos civiles. (Met Museum, 2004)

Continuando con diseñadoras mujeres, Diane von Fürstenberg es una diseñadora de moda belga comúnmente conocida por sus famosos vestidos de corte cruzado. La creación de Fürstenberg tuvo una gran influencia en la moda femenina. Actualmente uno de esos primeros vestidos se encuentra en el Museo de Arte Metropolitano en Nueva York. Diane, al igual que Versace, dejó las pieles en octubre del 2018. Unos meses más adelante, la firma Burberry prohibió el uso de piel de conejo, zorro, visón y mapache asiático. Thomas Burberry nació en 1835 y en 1856, abrió su primera tienda en Basingstoke. Ese sería el comienzo de la ya mítica marca Burberry. Thomas encontró en la ropa de trabajo de los granjeros de su alrededor la inspiración para su mayor logro: la gabardina.

En 1879 creó un prototipo de abrigo resistente al agua. En un lugar tan habituado a la lluvia como Inglaterra, esta prenda no tardó en llamar la atención de motoristas, viajeros y otros amantes de la naturaleza que lo convirtieron en un auténtico acontecimiento y en

uno de los mayores emblemas de la cultura y la estética británicas. Con el éxito de la comercialización de la gabardina, Thomas Burberry abrió una tienda en Londres. El éxito de la gabardina y de lo reconocible tanto del logo como del corporativo cuadro escocés llevaron, a partir de los años sesenta, a una expansión despersonalizada de la marca Burberry hacia todo tipo de productos, desde bufandas de cachemir, hasta paraguas. (Burberry, 2019)

Desde su lanzamiento en 2008, la marca de moda Victoria Beckham ha desarrollado un lenguaje distintivo y moderno de la ropa. Almacenadas en más de 400 tiendas en más de 50 países a nivel internacional, las cuatro líneas de Victoria Beckham se desarrollan en el estudio de Victoria en Londres y muestran solo la mejor artesanía y materiales. Con oficinas en Londres y Nueva York, una tienda insignia en Mayfair y otra tienda en el centro de Hong Kong, la marca ha ganado el reconocimiento de la crítica junto con múltiples premios de la industria, incluida la Marca del Mejor Diseñador y la Marca del Año en los Premios de la Moda Británica. En numerosas ocasiones, la firma se ha declarado fur-free. Incluso, participó del London Fashion Week 2018, el cual congregó a firmas que apoyan los derechos animales. (Victoria Beckham, 2019)

La casa de moda Erdem, también formó parte del London Fashion Week 2018, reafirmando sus valores éticos sobre el uso de piel animal. Desde el año 2005, Erdem Moralioglu gestiona su propio bastión desde Londres para el Mundo. Dedicado por completo a su firma, sus diseños se basan en la combinación inesperada de clásicos de la cultura y en la experimentación con las texturas. (Vogue, 2019) Por último, Adolfo Domínguez Fernández es un empresario español, cuya compañía lleva su mismo nombre. Tras pasar su infancia en el taller de sastrería de sus padres, se traslada a Santiago de Compostela para estudiar Filosofía y Letras. Posteriormente, reside en París y Londres, donde entra en contacto con el movimiento ecologista mientras amplía sus conocimientos de arte y cine. La casa de moda española renunció al uso de pieles a través de un comunicado: “la decisión de abandonar las pieles reales es la

culminación de los esfuerzos por mejorar y desarrollar políticas más éticas”. (Adolfo Domínguez, 2019).

4.2 Marcas nacionales que rechazan el maltrato animal

Cada vez más marcas de indumentaria eligen marcar tendencia con productos *cruelty-free*. Este movimiento está asociado al crecimiento del veganismo, que se basa en no consumir alimentos ni productos de origen animal. Tanto los compradores como los diseñadores deciden tomar conciencia en contra del maltrato animal y basan sus creaciones bajo estas políticas animalistas. En un país como la Argentina donde tradicionalmente el calzado es sinónimo de cuero, hoy es factible una alternativa más saludable. En Europa y los Estados Unidos, usar piel o cuero de animales tiende, de a poco, a dejarse de lado y se promueve respetarlos más, por eso hay más oferta vegana. Las firmas que recurren a elementos veganos, lo hacen con una rigurosa selección de materiales posibles y resistentes al andar, tales como cueros, gamuzas, charol sintético, goma, neoprene, algodón con *Lycra* y *yute*, entre los más usados. La mayoría es confeccionada en forma artesanal, en busca de productos confortables, respirables y con diseño anatómico. La durabilidad es otra de las consignas básicas en la realización de zapatos veganos. Algunas firmas dieron el primer paso al incluir colecciones cápsulas veganas. *Bnedikta* es una de las que hizo suya la imagen de la actriz Marcela Kloosterboer, que promueve el derecho de los animales.

Ofrece zapatos y carteras hechos con materias primas sintéticas. Una de las marcas locales precursoras es *DobleEle*, de Roxana y Viviana Llorian, que desde 2003 trabajan en símil neoprene con goma espuma para zapatillas, con cada vez más modelos para mujer. Son hormas ergonómicas, que varían entre versiones de bota corta unisex, zapato para mujer, del número 35 al 40, y sandalias inspiradas en los años 50, con suela plástica, más adherente y liviana. La activista vegana, Andrea De Iacovo, hizo realidad su sueño y llevó a la práctica su filosofía. Hace zapatos con cueros ecológicos y suelas hechas con

ruedas de camión. También *Sole & Soul* se alinea con estos principios ya que fabrica un calzado urbano y colorido con papel Tyvek, a base de polietileno de alta densidad, con un 25% de material de descarte, resistente, impermeable, liviano y 100% reciclable. Y la reconocida marca brasileña Melissa, que tiene local en Buenos Aires, fabrica calzado en un plástico flexible, impermeable, reciclable y resistente que pone el énfasis en el diseño con colaboraciones de modistos internacionales.

La marca Miist, se presentan al mercado como zapatos y accesorios cruelty free. Miist es el proyecto de Gabriela Surkin, que se gestó en 2012 y meses después surgió la primera colección con textiles, cueros sintéticos y goma cien por ciento libre de componentes animales.

De a poco, cada vez hay más propuestas de diseños para quienes quieren apostar por esta filosofía de vida. La siguiente marca que se impuso es Nikka N, de Nicole Neumann. La marca creada por la modelo también se sumó a las propuestas libres de crueldad animal. Su principal objetivo es la confección de productos originales, con calidad y diseño, basándose en el respeto y en la vida sobre todas las cosas. En Nikka-N se pueden encontrar botas, zapatos, carteras y abrigos de piel 100% *cruelty-free*. La oferta está en crecimiento; ya sea para veganos o no, es una puerta abierta a un consumo más consciente y sin necesidad de resignar moda.

Nous Etudions fue creada por la diseñadora Romina Cardillo, hija de María Vázquez. Su marca saltó a la fama luego de convocar a Calu Rivero como modelo de sus prendas. La actriz se hizo vegana luego de conocer la iniciativa que le propusieron sobre el *cruelty-free*, e incluso dejó de utilizar cuero en botas y camperas. El concepto fundamental de la marca es la funcionalidad y la comodidad. A lo largo de su carrera, Romina Cardillo (2014) tuvo un gran vínculo con la idea de moda consciente. Desde sus inicios en María Vazquez y posteriormente al desarrollar Grupo 134, al igual que hoy con Nous Etudions, la diseñadora tuvo muy en claro la identidad que quería transmitir a través de sus diseños y la manera de darlos a conocer. Asegura no tenerlo como objetivo, sino como filosofía.

Es por ello que su estilo de vida, vegano y ecológico, se ve reflejado en la forma en que comunica todo aquello que pretende contar a través de su marca de indumentaria. De esta manera, es que con Nous se busca generar, de acuerdo a lo que comenta Cardillo (2014), un relato. A través del cual se hace posible la idea de una marca con identidad genuina, que propone algo más que sólo prendas que luzcan bien. Esto, contaba la diseñadora en el evento Fashion Revolution, consiste en trabajar con materias primas de las cuales es posible conocer su origen, informarse acerca de la manera en que éstas se producen, de dónde son exportadas y bajo qué condiciones. (Cardillo, 2014).

Y es aquí donde cobra importancia el valor agregado que tiene la marca, producir prendas de diseño bajo la premisa del vestir ético. Actualmente Nous Etudions elabora sus prendas con géneros provenientes de Berlín, donde las normas de producción ecológica son más eficaces. Adicionalmente a esto, Nous, no contrata talleres que no garanticen fuentes de trabajo digno. Según relataba la diseñadora en el evento Fashion Showroom, trabaja mucho neoprene y derivados del mismo como crepe de neoprene o neoprene fusionado, así como también jersey en combinación con plástico reciclado. (Cardillo, 2015).

De esta manera, se puede percibir de la marca una impronta totalmente innovadora, al ver prendas de sastrería realizadas íntegramente en materiales poco convencionales. Como consecuencia, y con el objetivo de fomentar la educación respecto a estas inquietudes, Nous Etudions establece alianzas con diferentes Organizaciones No Gubernamentales, ONG, y participa de forma activa en jornadas de reflexión. Marcela Kloosterboer, mencionada anteriormente, es una reconocida actriz con 20 años de trayectoria en televisión, cine, teatro y publicidad. Vegetariana desde los 8 años y defensora de los derechos de los animales, ha participado en diversas campañas. Maria Pomarada, su prima, trabaja hace 24 años en el mundo de la moda y se especializa en la industria del calzado. *De esta unión nace la marca Klooster's*, la cual refleja las últimas tendencias en mix de texturas, diseños y colores, logrando abarcar un amplio abanico a

través de sus diferentes modelos. Klooster's se especializa en carteras y zapatos femeninos y sus diseños son urbanos, casuales, tanto para el día como la noche. Comprometidas con la tendencia *cruelty-free* todos los materiales que utilizan son sintéticos, pero sin perder calidad en sus productos. La actriz sostiene que hoy la gente asimila que el uso de pieles es algo grotesco, pero que todavía se sigue usando el cuero porque como se consume carne, se supone que hay que utilizar todo el animal. A pesar de ser un desafío, subraya, es algo que se puede lograr y otras marcas deberían manejarse de esa manera.

Creo que la mayoría de las mujeres que usan pieles dejarían de hacerlo si se enteraran de todo el sufrimiento que hay detrás de esos abrigos. El cuero es diferente porque la mayoría de la gente come carne y se 'usa' todo el animal. Como yo no como carne, me resultaba incoherente usar cuero y por eso lo dejé de usar. Pero me costaba mucho conseguir zapatos y carteras con la misma calidad y diseño (Klooster's, 2019, s.p).

Señaló, al tiempo que aclaró que se desenvuelve de la misma forma con los productos de cosmética. En ese sentido, la actriz explicó que lo más difícil en el proceso de elaboración fue el trabajo en el taller, ya que están acostumbrados a trabajar con cuero, como también conseguir materiales que sean de calidad y queden bien en calzados y bolsos. (Klooster's, 2019)

Madness Clothing es una marca de indumentaria femenina que ofrece ropa y complementos de moda para crear look urbanos modernos, vanguardistas y juveniles. La marca nació en Argentina en el año 2014, de la mano de Candelaria Tinelli y Tatiana Saal. Desde sus principios, *Madness Clothing* dejó en claro en sus redes sociales que era una marca libre de crueldad animal, y que todos sus productos de cuero eran de imitación. Esta política se debe a que la reconocida figura Candelaria Tinelli, siempre se ha mostrado en contra del maltrato animal y su financiación. (*Madness Clothing*, 2019)

Creada en 1983, MUAA es una marca nacional que cuenta con más de 85 locales exclusivos distribuidos a lo largo de todo el país y extendiéndose progresivamente por el mundo entero. Cada colección cuenta con más de 300 artículos, manteniendo la alta

calidad de los productos. Actualmente Muaa fabrica una línea integral de indumentaria incluyendo calzado, ropa interior, bijou, librería, lentes, relojes y cosmética para adolescentes. Cada artículo de cuero que fabrica Muaa, es de origen sintético. (Muaa, 2019)

Continuando con la misma línea, Como quieres es una reconocida marca de indumentaria femenina para adolescentes que propone un estilo actual y vanguardista con una renovada mirada hacia el romanticismo. Abrió su primer local en el mes de junio de 2004 y actualmente cuenta con locales en Capital Federal, Gran Buenos Aires y en el interior del país. La marca está dirigida a un mercado de alto posicionamiento para cubrir el gusto y las necesidades de jóvenes adolescentes. Las prendas fabricadas por dicha empresa, ya sean mochilas, camperas, pantalones o faldas, son de PU. Es decir, de origen sintético. En 1995 nace en Argentina Todomoda, una empresa familiar dedicada a la producción y venta de accesorios mujeres jóvenes. Desde su nacimiento, Todomoda experimentó un crecimiento sostenido, posicionándose entre las principales marcas de accesorios a nivel internacional. Hoy cuenta con más de 600 tiendas distribuidas en varios países de Latinoamérica y proyecta seguir expandiéndose. Los artículos tienen renovación constante, a precios convenientes para poder integrar más de un público. Todomoda fabrica mensualmente carteras, bolsos, mochilas y billeteras de cuero, el cual es 100% libre de crueldad animal. (Todo Moda, 2019) Y, por último, Tropea es una marca argentina dedicada a la comercialización de carteras, mochilas, accesorio y calzado, la cual se fundó en 1888, contando actualmente con locales en Salta, Tucumán, Santa Fe, Mendoza, Corrientes y Buenos Aires. Sus productos, entre los que destacan las carteras, bolsos, billeteras y calzado, son de origen sintético. La marca es 100% cruelty free.

4.3 Marcas nacionales que incluyen cuero ecológico y/o sintético en sus colecciones

Como se menciona anteriormente, la oferta de moda animal friendly está en crecimiento, ya sea para veganos o no. Cada vez son más los consumidores que eligen este tipo de prendas, y por esta razón, las marcas se renuevan constantemente y ofrecen nuevas alternativas en el mercado. Las siguientes marcas de industria argentina, tienen gran trayectoria en el mundo de la moda y son reconocidas por la fabricación de materiales de cuero. Esto, no les impide ofrecer alternativas libres de crueldad.

Blaquè nace en los años 80' con dos locales ubicados en el barrio de Belgrano, Buenos Aires. Actualmente cuenta con más de 20 sucursales en Argentina. Es una marca integral de accesorios pensados para mujer. Se basan en las carteras y zapatos como parte del vestuario y no como mero accesorio. Blaquè tiene un estilo moderno y casual, se pueden encontrar desde piezas simples y clásicas, hasta un poco más llamativas, con brillo o tachas. El elemento principal de la marca, el cuero. Como colores característicos entra la gama del marrón, el negro y el blanco. Hoy en día la empresa se especializa en carteras, zapatos, indumentaria, accesorios y marroquinería. A pesar de que su material fundamental sea el cuero, Blaquè cuenta con una gran cantidad de productos libres de crueldad animal, que prometen la misma calidad que los que son de origen natural. (Blaqué, 2019) Continuando con esta línea, Prüne es una marca argentina de carteras, calzados, abrigos y accesorios creada en 1999 a partir de una curtiembre familiar radicada en Avellaneda que había nacido más de una veintena de años atrás. En septiembre de 2011, Prüne firmó un compromiso con Greenpeace por la industria de la moda libre de contaminación, y es la tercer empresa de la Argentina en hacerlo. Con ello, se exige a los proveedores de cuero cero vertido de contaminantes en la cuenca del Río de la Plata y se compromete a realizar procesos de producción limpia hasta completar la tarea con tiempo hasta el 2020, además de hacer pública la información de sustancias peligrosas que vierten en el ambiente. La decisión se basó luego de la publicación de un

buen documentado informe de Greenpeace sobre la industria de la moda y los vertidos en la Cuenca del Plata de los establecimientos curtiembrenos. Prüne ofrece en sus locales una amplia variedad de carteras y bolsos de origen sintético. (Prüne, 2019)

Otra reconocida empresa, es XL. Desde 1911 la empresa familiar lideró la comercialización de materia prima para la industria marroquinera. En el año 1982, la empresa hace su primera incursión en la confección de carteras con diseños vanguardistas y exclusivos. Dichos productos fueron comercializados a través del canal mayorista del sector y como accesorio para distintas marcas de indumentaria. Dada la gran aceptación en el mercado, la empresa decidió comercializar sus productos bajo una marca propia. En 1995 y como parte de su estrategia de expansión, se comienza a otorgar franquicias, contando hoy con 23 locales propios y 62 franquicias exclusivas, distribuidas en los principales centros comerciales de todo el país. Las colecciones incluyen en cada temporada más de 60 líneas de carteras y también una exclusiva línea de calzado. Todas las colecciones son de diseño exclusivo siguiendo las tendencias mundiales de la moda, fruto de la asistencia a ferias de materia prima y producto de los principales centros creativos del mundo, para ser luego adaptadas al gusto y modalidades de uso de la mujer argentina. (XL, 2019) XL, al igual que Prüne y Blaqué, ofrece en sus locales una gran y variada cantidad de productos de origen artificial, o efecto cuero, como le llaman comúnmente.

4.4 *Influencers* nacionales que fomentan el uso exclusivo de textiles ecológicos

Así como la moda se sumó al fenómeno *eco-friendly*, y las últimas tendencias se fusionan con diseños creados para no dañar al medioambiente, la iniciativa es ir un poco más lejos y crear propuestas que no estén vinculadas con el maltrato animal. Son muchos los ítems que marcan tendencia y a la vez afectan al reino animal. La propuesta libre de crueldad, o *cruelty free*, llega a la moda vinculada al gran crecimiento del veganismo, movimiento en el que no se consumen ni alimentos ni productos de origen animal. En el mercado

europeo o norteamericano es un concepto instalado, mientras que en Argentina empieza a tomar forma. Pero la idea es que no sea exclusivamente para quienes mantienen este modo de vida. Si bien están hechos sin materiales que comprometan al mundo animal, no implica que solo sean para veganos. Esta tendencia se volvió aún más masiva gracias a que cada vez más celebridades e *influencers* se suman y lo promueven.

Desde una mirada local, son cada vez son más las celebridades que adoptan este estilo de vida, como es el caso de la actriz Calu Rivero, que en 2013 se sumó a la comunidad vegana. Sobre su transición, luego de convertirse en la imagen de la marca *Nous Etudions*, pionera en el diseño vegano en Argentina, explicaba a Infobae (2014):

La verdad que no me había dado cuenta de que era tan consumista del cuero. Para mí el cuero era como calidad, esas cosas que uno va trayendo de antes. Le di toda la ropa, las carteras, todo a mi hermana y a gente amiga. Eso fue el cambio totalmente. Y hasta adopté una forma de vestir mucho más simple, no tan ostentosa. Lo justo y necesario. Y la marca *Nous* es un poco así, también. Es de diseño, pero a la vez súper simple. (2014, s.p.)

Así como, en los últimos años, el veganismo comenzó a formar parte de la cultura luego de que actrices como la ya mencionada Calu Rivero, y otras celebridades adoptaran este estilo de vida. De a poco, van apareciendo más marcas argentinas que se adhieren a esta filosofía. Las marcas 100% veganas hasta el momento son *Nous Etudions*, *Klooster's* y *Miist*, a éstas se les sumó recientemente *Nikka N*, una marca de zapatos lanzada por la modelo y defensora de los animales Nicole Neumann. Mientras que otras marcas dan presente agregando líneas de productos libres de crueldad, como *Benedikta* que convocó a Marcela Kloosterboer, para crear una colección cápsula de zapatos y carteras, *Nous Etudions* saltó a la fama luego de convocar a Calu Rivero como imagen de su marca. La actriz se hizo vegana tras conocer la propuesta de la firma y cambió su dieta para estar en línea con la iniciativa, además de dejar a un lado el uso de botas y camperas de cuero. La marca *Klooster's*, utiliza a Marcela Kloosteboer, su fundadora, como principal influencer. La misma situación ocurre en *Madness Clothing*, cuya dueña es Candelaria Tinelli. Candelaria, nacida en el 1990, estuvo siempre en la mirada de los medios debido a que es la hija del reconocido conductor de televisión, Marcelo Tinelli.

Capítulo 5. Veganismo en la indumentaria argentina

Se exponen los resultados parciales a los que ha arribado la investigación, considerando un análisis de las temáticas ligadas al cuero ecológico y el veganismo en los capítulos anteriores, tanto a partir de la bibliografía consultada y seleccionada, las encuestas y entrevistas efectuadas. Se comienza con los conceptos acerca de la cultura vegana y sus textiles, para luego continuar con el planteo entre el cuero animal o artificial, para comprender la complejidad entre las percepciones de ambos materiales, y la contaminación que estos conllevan.

Luego, se analizan los cueros ecológicos, comprendiendo el valor de su desarrollo, pero, al mismo tiempo, señalando que se encuentran en un proceso de experimentación. También, se describen las marcas tanto nacionales como internacionales que son conscientes acerca del maltrato animal, y se amplía esta cuestión especificando dichas percepciones en los consumidores.

Por último, se plantean posibilidades, proyectos y alternativas actuales, para comprender aquello que se puede realizar en el presente y en el futuro, considerando la potencialidad de verdaderos ecocueros ligados al veganismo como también alternativas que no responden completamente a esta lógica, pero reducen los daños realizados a la flora y fauna del planeta.

5.1 Cuero animal o cuero artificial

En base a lo investigado anteriormente en el presente Proyecto de Graduación, se puede concluir que desde tiempos remotos el cuero animal ha sido utilizado por el hombre por sus múltiples cualidades y funciones. Su calidad es difícil de comparar, es por esto que a lo largo del tiempo ha adquirido un valor sumamente alto, y ese mismo valor lo ha llevado a posicionarse como un material de lujo, pero que asimismo es duradero. El mismo ha sabido reinventarse a través del tiempo para convertirse en un ícono de moda, ser tendencia y estar presente en cada temporada a través de los años.

Pero los tiempos cambian, y con ellos la sociedad. Actualmente diseñadores reconocidos mundialmente han dejado de lado este material para mostrarse en desacuerdo con el sacrificio de animales. Miles de estos seres son asesinados diariamente para la extracción y comercialización de su cuero y piel, incluso aquellos que se encuentran en peligro de extinción. Esto causa un fuerte impacto en la sociedad y en las asociaciones proteccionistas de animales. Por otra parte, se ha logrado reemplazar e imitar el cuero genuino por su versión artificial, lo que se llama cuero sintético o cuero ecológico. Se podría decir que sus beneficios principales son que el precio es más accesible en comparación al cuero animal, y no se necesita de la matanza de criaturas inocentes. El cuero sintético ha sido introducido en el mercado bajo el concepto de ecocuero o cuero ecológico por el hecho de no sacrificar animales, pero esto no significa que sea ecológico. Ambas industrias, animal y sintética, son altamente contaminantes.

Esto sucede porque los cueros sintéticos, como plantea el especialista Omar Gutiérrez, se basan en el plástico, que proviene del petróleo, que no es renovable y también hay prácticas muy contaminantes para extraerlo. Además, para generar productos, también se usan químicos y gran cantidad de agua, y por lo que le han señalado conocidos, tienen las mismas prácticas para deshacerse de los recursos. Lo único que puede decirse a favor del mismo es que no usan cuero animal. (Comunicación personal, 16 de junio de 2019).

Por lo tanto, si bien no se matan animales de forma directa, la realización del cuero artificial genera desechos que, al contaminar ríos, lagos y otros espacios ambientales, afectan tanto a la flora y fauna de esos lugares. Es así, que es necesario diferenciar, como se ha realizado en el presente Proyecto de Graduación entre este tipo de cuero y los verdaderamente ecológicos.

Esta confusión resulta vital, pero es complejo focalizar en los consumidores debido a que si la información no es brindada como corresponde, explicitando que los productos sintéticos están lejos de cumplir con las expectativas ecológicas con las que son

expuestos, las personas, posiblemente, no tengan el tiempo para realizar una investigación profunda.

A continuación, se expone el crecimiento de producciones de cueros no provenientes de animales, y a partir de una encuesta realizada, como existe una importante conciencia e interés por una gran parte de la población para no consumir indumentaria que dañe el medio ambiente.

5.2 Crecimiento de la producción y el consumo de indumentaria con cuero ecológico como textil

A partir de los resultados obtenidos y comparados de encuestas, entrevistas y bibliografía especializada acerca de la temática se puede arribar a resultados que exponen las percepciones de los usuarios en cuanto al cuero como material. Como se ha observado, muchas marcas y diseñadores han abandonado los cueros de animales como base de su materia.

En Argentina comenzaron a verse marcas de indumentaria exclusivamente veganas, y aquellas que no lo son incluyen textiles sintéticos en sus colecciones. Los consumidores, teniendo en cuenta la encuesta realizada (ver p.8, cuerpo C), eligen en su mayoría comprar prendas de origen ecológico o sintético. Los mismos representan un 72% del total, mientras que el 7% sigue optando por el cuero animal. Por último, el 21% de los consumidores encuentra indistinto cualquiera de los dos materiales. Quienes escogen cueros de origen no animal, manifiestan su elección por diversas opciones: el 78% de los mismos es consciente del maltrato animal y prefiere no financiarlo, mientras que el 15% lo elige por su menor precio en comparación al cuero natural. El 4,79% solo se interesa por el diseño de la prenda, y, por último, el 1,36% consume este material solo si sabe que su origen es ecológico y no contaminante.

Si bien se puede observar una conciencia ecológica que posee un impacto importante en el mundo de la moda, no se distingue, mayoritariamente entre cueros sintéticos y

ecocueros. La diferencia ha sido explicitada de manera concreta, ya que los primeros son altamente contaminantes y generan grandes daños al medio ambiente. Como se especificó anteriormente, provienen del petróleo cuya extracción contamina y también su confección, ya que el amplio uso de agua y, particularmente los desechos, son muy dañinos y no coinciden con aquellos que apuesten a cuidar el medio ambiente.

Las marcas, por su parte, han visto el gran avance de la comunidad vegana y de aquellas personas que no siéndolo, se manifiestan en contra del maltrato y la explotación. Esto da el pie para que las mismas ofrezcan variantes de imitación en sus locales, las cuales también son adquiridas por su menor costo. Es gracias a esta nueva mentalidad moderna, y quizás más consciente, que las marcas pueden vincularse con la sociedad actual, entendiendo sus problemáticas y asumiendo desde su lugar, un compromiso social.

El desarrollo es interesante pero aún muy precoz, con algunas marcas o diseñadores, pero sin sistematización en los procesos de producción o en el lanzamiento de marcas. Muchas veces son confundidos con los procesos sintéticos que, como se aclaró anteriormente, producen una alta contaminación.

En este caso, Omar Gutiérrez, especialista en curtido, plantea que el proceso del mismo todavía no se ha desarrollado, es decir que no consta de muchas empresas dedicadas a su realización, al menos en la Industria argentina, pero dice conocer una curtiembre en el partido de San Martín, en la provincia de Buenos Aires, que los trabaja. Es decir que, la posibilidad concreta de no contaminar consistiría en moler el cuero y volver a realizarlo, con algunos productos seleccionados muy puntillosamente que no sean contaminantes. Asimismo, reconoce, que lo negativo es que baja la calidad, ya que, por ejemplo, no reúne las condiciones concretas para poder realizar zapatos.

En relación al mundo, se ha expuesto anteriormente las posibilidades de desarrollos de textiles veganos, sin la aparición de animales ni químicos, al cual se sumaron algunas

marcas para ciertas líneas. Aunque si se realiza una simple búsqueda, puede observarse que aún ese proceso también se encuentra en desarrollo.

Por lo tanto, los cueros ecológicos aún se encontrarían entre algunas propuestas que penetran en cierto público y algunos diseñadores, pero parecen vincularse a técnicas que también contaminan y nuevos desarrollos que no se observan, en la industria textil, en los usos cotidianos, más allá de alguna muestra exclusiva en pasarelas o la utilización de personajes reconocidos.

5.3 Influencia del veganismo en el ámbito textil

Actualmente, es de vital importancia que el diseñador o el desarrollador del producto, tome decisiones fundamentadas basándose no sólo en la estética y las propiedades táctiles de una tela, sino también que tenga en cuenta la procedencia de la materia prima y su impacto en el medio ambiente y en las comunidades que generan el tejido. Preocupaciones que antes sólo eran relevantes para activistas comprometidos ahora se han convertido en temas latentes que afectan la perspectiva de los consumidores. Lo que empezó como una tendencia será en un futuro una parte real del mercado que influirá sobre los diseñadores, minoristas, y sobre los consumidores en general.

El sector textil y la moda son potentes fuentes de contratación de empleados y contribuyen significativamente a los sistemas económicos mundiales. El reto es pensar más allá de la creatividad inmediata y de los procesos técnicos que dan vida al producto y concientizar sobre el amplio contexto en el que éste se halla. Las fuentes de fibras sostenibles y renovables, que no precisan ninguna intervención química, son el camino para utilizar los recursos naturales de forma inteligente. Cada vez es mayor la concientización sobre el impacto de las acciones humanas en cuanto a los recursos naturales, y los consumidores sensibilizados empiezan a reaccionar ante la información que reciben sobre la sostenibilidad y la ética, apoyando a las marcas que apuestan por

este perfil. En el futuro, las marcas que no operen de forma responsable y con transparencia se arriesgan a perder una cuota del mercado.

El desafío es priorizar una problemática particular, pensar un consumo responsable en un mundo, como el de la moda, donde las tendencias son clave y en las ventas en serie, y se encuentra el interés económico. Aún es un tiempo precoz para el desarrollo, el cual existe y es novedoso, aunque sí se ha observado una importante conciencia de las personas.

Puede producirse algún conflicto en cuanto al cuero animal cuando el objetivo es la muerte del animal para alimentarse, y sus restos son utilizados para la indumentaria. Asimismo, es una industria muy contaminante, como se ha especificado también con el cuero artificial.

5.4 Posibilidades, propuestas y alternativas actuales

A partir de todo lo trabajado e investigado anteriormente es posible plantear posibilidades a futuro para poder investigar y luego utilizar. Si bien es dificultoso y llevará tiempo, se considera que deben plantearse unidades entre el Estado, empresas, Organizaciones no Gubernamentales y diseñadores para producir y diseñar a partir de ecocueros reales.

Como se ha planteado en el capítulo tres, existen en el mundo variadas posibilidades para realizar cueros de forma completamente alejada de la muerte de los animales.

Todos estos productos son 100% biodegradables y surgen como subproductos, por lo que es una manera de reutilizar desechos que antes no era tenido en cuenta. Todas estas nuevas materias primas tienen la posibilidad de simular de ser cuero de origen animal, es así que proponen calidad, durabilidad, diseño y apariencia visual y al tacto. Son fáciles de manipular y pueden ser utilizadas sin dificultades en elementos de marroquinería como monederos, accesorios, indumentaria, zapatos y bolsos, entre otras posibilidades.

Asimismo, su desarrollo para la industria comercial aún se encuentra muy poco desarrollado en el mundo y es nulo en nuestro país. Igualmente, podría generarse la pregunta, ¿puede plantearse, desde Argentina, el comienzo de un desarrollo de generación de cuero vegano?

Como se señaló anteriormente, en la actualidad, sólo se puede acceder a productos de indumentaria sintéticos, que se comercializan muchas veces como ecológicos, pero si se investiga es fácil observar que no es de esta manera. Si bien llegan a cumplir con la condición de no formar parte del maltrato animal, y se denominan *cruelty free*, es decir, sin matanza de animales, no deben ser denominados como veganos, lo que correspondería ser sustentable. Los materiales sintéticos son productos que tienen como materia prima el petróleo y este es 100% contaminante, ya que, como se ha señalado, la extracción del petróleo, el uso de químicos y demás, generan problemáticas graves que dañan personas, animales y plantas ante la alta contaminación.

Puede plantearse la alternativa conocida como cuero reciclado, el cual utiliza prendas antiguas, para moler y luego reutilizar. Asimismo, no es cercano a la calidad del cuero animal, y tampoco cumple con los principios de la cultura vegana, aunque reduzca la crueldad. Otros aspectos positivos es que en la realización del mismo no se utilizan productos contaminantes.

Se debe estar al tanto de las nuevas tecnologías, el avance de las mismas es la que va dando la oportunidad de mejorar los procedimientos de diversas indumentarias, donde pueden ingresar cueros veganos, por ello es necesario pensar tácticas y estrategias para aprovechar que existen oportunidades ante un momento histórico que está tomando conciencia de los problemas ecológicos en muchas de sus variadas dimensiones.

Es así que se propone que, desde Argentina, se plantee aprovechar un nuevo nicho de consumidores veganos, también en la indumentaria. La propuesta contempla la unión de diferentes actores sociales muy importantes en la sociedad: el Estado, las ONGs, las empresas y los diseñadores.

El Estado debe fomentar la investigación y desarrollo de nuevos textiles veganos ya que posee que varias instituciones para realizarlo, como son el Conicet, INTA, INTI y varias universidades de gran prestigio. Más allá de las propuestas, en este punto se observan falencias ante la falta de controles o connivencia con algunas empresas que recurren a prácticas contaminantes.

Las ONGs que están vinculadas al cuidado del planeta, la ecología y/o el veganismo, pueden aprovechar su capacidad de organización para fomentar y comunicar toda la información disponible para el público, además poseen la oportunidad de relacionarse con el Estado y ser un factor de presión con el mismo como también hacia las empresas dedicadas al rubro textil.

Las empresas deberían tener la responsabilidad social ante la situación detallada anteriormente, más allá de los fines de lucro. Con las mismas, será necesario el diálogo con el Estado, que puede otorgar facilidades económicas, como también con las ONGs. Además, dentro de la lógica de lucro, puede solucionarse como estrategia de marketing para mejorar la imagen de las empresas. Aquellas que produzcan textiles también pueden colaborar en aprovechar las nuevas tecnologías y, quizás, tener convenios con instituciones estatales.

En cuanto a los diseñadores, existen muchos que ya están tomando la decisión de promover el uso de prendas con cuero ecológico, sin crueldad animal y que no ha producido contaminación en su realización. Suelen ser reconocidos y diseñar prendas que no suelen ser utilizadas cotidianamente. Se debería ampliar la cantidad y pensar en productos vinculados a la indumentaria que las mayorías de las personas utilicen.

Por lo tanto, la propuesta en cuanto a las mejoras no debe ser una idea sin sistematización, sino una planificación conjunta. Al poseer instituciones adecuadas, el Estado tiene la obligación de ofrecer los recursos, los profesionales y generar la motivación para posicionar a Argentina a generar cueros que respondan a las demandas de consumidores cada vez más importantes, como son los veganos.

Asimismo, la propia dinámica es la que expondrá las posibilidades. Las ONGs pueden realizar acciones de intervención, participación en medios de comunicación, redes sociales y todo tipo de difusión, como también ser nexos con empresas que estén interesadas en producir estos nuevos cueros y las que piensen como oportunidad poder comercializarlos.

Es necesario que se forme una suerte de organización multisectorial para que cada uno de estos sectores puedan nombrar representantes, actuar en conjunto, realizar reuniones, planificar las acciones, entre otras diversas cuestiones. Tanto el nivel público como privado deben comprender las conflictividades existentes tanto en la crueldad hacia los animales como en la contaminación hacia el planeta que utilizan tanto la producción basada en cueros de animales como sintéticos.

A partir del análisis FODA se evaluarán las diversas posibilidades. La misma es una herramienta de estudio de la situación tanto de una empresa, institución, proyecto o persona, se analizan las características internas, mediante sus debilidades y fortalezas como también su situación externa, a través de las amenazas y oportunidades.

Las fortalezas del proyecto es la existencia de un Estado con instituciones vinculadas a la Ciencia y la Tecnología que pueden colaborar, ONGs que ya poseen experiencia y capacidad organizativa, empresas que pueden captar nuevos nichos de mercado y mejorar su imagen

Las debilidades se basan en la propia dinámica de poder lograr que distintos sectores se vinculen entre sí. Es decir, que los funcionarios, integrantes de ONGs, empresas y diseñadores, puedan comprender la situación, construir consensos y llevar adelante la propuesta.

Las amenazas están ligadas a la situación económica que está pasando el país. Ante una situación de recesión, caída del mercado interno, constantes devaluaciones, deuda externa creciente, entre otros, se dificulta el interés de invertir en la posibilidad de nuevos cueros. Esto aplica tanto al Estado como también a las empresas privadas.

Las oportunidades se vinculan a una cuestión histórica y cultural, una tendencia que se encuentra actualmente muy visibilizada, como son los movimientos de la ecología y el veganismo. Además de existir organizaciones que adquieren cada vez mayor visibilidad, también se cuenta con *influencers* que demuestran su interés por el derecho de los animales y se muestran muy propensos a su defensa.

Este análisis proveerá herramientas para poder llevar adelante la propuesta, entender cuando algunas situaciones no se generen como fueron planificadas y, de esta manera, generar las mejores soluciones posibles según la coyuntura.

Lo planteado en este último capítulo demuestra, a partir de la investigación de todo el Proyecto de Graduación, la influencia que el veganismo está teniendo en el consumo y producción de los textiles ligados al mundo de la moda. La existencia de consumidores conscientes, en un número importante, como también las incipientes producciones de nuevos textiles y la influencia de figuras públicas son sólo una muestra de un fenómeno que aún no se ha asentado, pero que expone la importancia creciente de la responsabilidad de los diferentes actores. Sin esos factores, sería inviable plantear un proyecto como el indicado anteriormente.

Conclusiones

En el Presente PG, puede considerarse, que existen distintas percepciones por parte de los consumidores acerca del cuero como material, sea este de origen animal o ecológico. El cuero basado en animales, continúa siendo un material de mayor calidad para la confección de prendas, pero sus principales inconvenientes son el uso de químicos y el maltrato animal.

En el ámbito de la moda, normalmente suele confundirse el término ecocuero con el cuero sintético. El cuero sintético o cuero artificial es un material destinado a sustituir el cuero animal en campos tales como tapicería, indumentaria, calzado, y otros usos donde se desea un acabado similar al cuero. El cuero artificial se comercializa bajo muchos nombres, incluyendo piel sintética, imitación de cuero, cuero vegano, cuero de PU, simil cuero y efecto cuero. Ahora bien, que dicho material sea vegano y libre de crueldad animal, no significa que sea ecológico o sustentable. Diversas industrias tratan de ligarse términos como ecológico, sustentable y sostenible.

En Argentina la palabra ecocuero se utiliza para hacer referencia al cuero artificial. Pero la realidad, es que el mal llamado ecocuero, de ecológico muy poco posee. La cuerina es un material sintético que se obtiene a partir de derivados del petróleo, es decir, es un tipo de plástico. El plástico es uno de los peores enemigos del medio ambiente, ya que no es biodegradable, y tarda siglos en ser degradado por los agentes naturales como el sol, el viento y el agua. El proceso por el que se fabrica también es sumamente contaminante. Retomando el cuero natural, tampoco es ecológico; ya que en la etapa de curtido se utilizan muchos químicos contaminantes, y se usan también grandes cantidades de agua, que una vez utilizada es contaminada. Se utilizan pesticidas para la conservación del mismo cuando se lo transporta. Para concluir, el material cuero, ya sea de origen animal o sintético, no tiene cualidades ecológicas. El verdadero ecocuero, aún se encuentra en desarrollo y no es visto en las marcas de indumentaria de la industria argentina. En cambio, el cuero sintético, erróneamente llamado cuero ecológico, tiene un gran avance

en el mercado actual. Grandes marcas internacionales ya lo utilizan en sus colecciones, como también sucede en las empresas argentinas. En la última década, surgieron marcas de indumentaria exclusivamente veganas, y aquellas con mayor trayectoria en el mercado por fabricar prendas de cuero, incluyen estos textiles cada vez más en sus colecciones.

Las razones por las que los consumidores eligen comprar cuero sintético o ecológico son variadas. Tras la realización de una encuesta a doscientas personas de la Ciudad de Buenos Aires (ver p.8 cuerpo C), se puede concluir que el 72% de las mismas elige comprar cuero de imitación. El 78,7% de quienes optan por este material, lo hacen debido a que son conscientes del maltrato animal y prefieren no financiar la explotación de estos seres. Por otra parte, el 15% opta por las mismas debido a su menor precio en el mercado, mientras que el 4,8% las elige solo por una cuestión de diseño. Por último, el 1,36%, opina que sólo adquiere este material de saber que el mismo es de origen ecológico y no sintético.

Para lograr esta comparativa de materialidades se analizaron conceptos acerca del cuero animal como materia prima, su historia y trayectoria en el mercado. Se procedió a la descripción del cuero de vaca y sus características. Además, se desarrollaron los procesos de curtido con sus diversos métodos y los tipos de herramientas para trabajar el mismo. A su vez, se hizo una necesaria referencia alrededor las preocupaciones medioambientales y a la toxicidad de la industria. Cabe destacar, que la industria textil es una de las mayores responsables de la contaminación del medio ambiente. Esto se debe a la gran cantidad de químicos y reactivos son los encargados de generar desechos tóxicos. Esto contribuye a la polución del aire y del agua, poniendo en peligro la salud del ser humano, la fauna y la flora. La utilización de gran cantidad de agua y productos químicos utilizados en los procesos de fabricación pueden causar grandes daños al ser vertidos irresponsablemente directamente sobre los suelos o cursos de agua por lo que

las industrias deben depurar sus aguas residuales antes de ser desechadas. Es así que ha surgido el concepto de sustentabilidad, incluido en el mundo de la moda.

La industria del cuero que basa su producción en la materia prima animal, es criticada negativamente por vegetarianos, veganos, y todas aquellas personas que estén en desacuerdo con el maltrato y la matanza animal. Asimismo, dentro de esta industria se trabaja, básicamente con plástico, que es proveniente del petróleo, un elemento no renovable y cuyas técnicas de extracción son altamente contaminantes. El real cuero ecológico, que aún se encuentra en desarrollo, no cuenta con la distribución y variables necesarias para que los fabricantes de indumentaria lo utilicen.

Aquellas personas que todavía consideran que el cuero animal es un sinónimo de lujo y calidad, deberían informarse acerca del gran crecimiento y desarrollo que ha tenido el cuero sintético/ecológico en la industria. Hoy en día hablar de una prenda de origen artificial es sinónimo de buen diseño y buena calidad, dependiendo siempre la marca que lo provea.

Debería considerarse la posibilidad de una intervención por parte del Estado. El mismo debería concientizar acerca de la contaminación de una industria tan importante como la del cuero, y brindar alternativas sustentables libres de maltrato animal y amigables con el medio ambiente.

Es viable pensar la colaboración de diversos ministerios o secretarías, por ejemplo, Ciencia y tecnología, incluyendo institutos científicos, como el INTI, para poder colaborar de forma más contundente en vinculación con las empresas privadas, en el desarrollo constante de nuevas tecnologías amigables con el ambiente, que puedan producir verdaderas indumentarias ecológicas que no impliquen matanza de animales, como tampoco la utilización del petróleo o químicos. Sin esta doble vía, parece ser de difícil aplicación poder brindarle al mercado textiles que puedan ser sustentables en el tiempo.

Un inconveniente que presenta Argentina son sus vaivenes económicos y financieros. En el momento de escribir este Proyecto de Graduación, la industria textil local atraviesa una

crisis que genera que problemáticas tan importantes que hacen que los cuidados del medio ambiente queden relegados, en cuanto al interés, como en cuestiones económicas, de las empresas.

Ante la apertura de importaciones, se depende mayoritariamente del accionar de otros países y solo queda lugar para aportar a la concientización individual. Los problemas parecen no ser encarados de forma sistemática, a pesar de la existencia de *influencers* y organizaciones preocupadas por la problemática en cuestión, aspecto que, al menos, sigue visibilizando la sustentabilidad.

Lo ideal sería encarar los inconvenientes de contaminación en la industria de la moda de manera más sistemática, con actividades coordinadas entre el Estado y las compañías y plantearlo de manera regional, integrando distintos países y tratados donde se busque concientizar acerca de los riesgos del cuero animal y sintético, como también brindar ayuda económica y financiera para obtener, mediante nuevas tecnologías, investigaciones de corto, mediano y largo plazo, es decir, efectuar planificaciones más concretas que no queden en meras enunciaciones, que aunque posean buenas intenciones, no son suficientes.

Se considera que el presente Proyecto de Graduación ha logrado presentar la problemática desde una investigación bibliográfica de la situación actual, como también mediante una encuesta y dos entrevistas. Allí se han observado la situación actual en cuanto a un cierto grado de concientización, pero con confusiones en cuanto a la supuesta capacidad ecológica de los cueros sintéticos, que, si bien evitan la matanza de animales, contaminan, tanto por provenir del petróleo como también por la manera en que son tratados, con amplio uso del agua y químicos. Además, se plantearon las alternativas realmente ecológicas, no contaminantes, que aún no tienen un desarrollo adecuado en Argentina.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Adolfo Domínguez (2019) *La historia de una firma con alma*. Disponible en: <https://www.adolfodominguez.com/es/ad-historia/>
- Animal Welfare (2014) *Animal Welfare*. Disponible en: <https://arquivo.pt/wayback/20141125002946/http://www.esdaw.eu/animal-welfare.html>
- Bachiller, Alberto (2018) *Productos eco-friendly*. Disponible en: <http://www.ideatumismo.com/productos-eco-friendly/>
- Baugh, G. (2010). *Manual de tejidos para diseñadores de moda*. Barcelona: Ed. Parramón.
- Bianco, V. *Moda sin crueldad: moda vegana*. Disponible en: <https://planetavivo.cienradios.com/moda-sin-crueldad-ropa-vegana/>
Recuperado el 2 de abril de 2019.
- Blaqué (2019) *La marca*. Disponible en: <https://www.blaque.com.ar/marca>
- Burberry (2019) *Our History*. Disponible en: <https://row.burberry.com/our-history/>
- Cabrera, Pamela (2017) *Cuero vs Ecocuero*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/16074_15654.pdf
- Calvin Klein (2019) *About Us*. Disponible en: <https://www.calvinklein.us/en/about-us>
- Cardillo, R. (2014) Romina Cardillo: *Una marca no es sólo ropita linda*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1675542-romina-cardillo-una-marca-no-es-soloropita-linda>
- Cardillo, R. (2014) *Muchas marcas de moda locales no tienen un mensaje*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.infobae.com/2014/03/07/1548500-muchas-marcas-moda-locales-notienen-un-mensaje>
- Chanel (2019) *Inside Chanel*. Disponible en: <http://inside.chanel.com/en/chanel-goes-west>
- Coach (2019) *Coach*. Disponible en: <https://www.tapestry.com/coach/>
- Cruelty Free International (2013) *"Animal Tests & Alternatives"*.
- Curren, Roger (2000). *"From inhumane to in vitro: The changing face of science". The Animals' Agenda*.
- Defensor del Pueblo de la Nación. (2012) *Cueros Tóxicos*. Disponible en: http://www.dpn.gob.ar/documentos/20160517_30814_556734.pdf
- Diane Von Furstenberg (2019) *Company*. Disponible en: <https://uk.dvf.com/company.html>
- Donna Karan (2019) *About us*. Disponible en: <https://www.donnakaran.com/category/customer+service/about+us.do>
- Double Elephant. (2017). *Double Elephant*. Disponible en: <http://sxleathersx.com/products/0/175128>
- Eco Inventos (2013) *Tetra-Cuero*. Disponible en: <https://ecoinventos.com/tetra-cuero-transformar-tetra-brik-en-un-material-con-caracteristicas-similares-al-cuero/>

- Eco Inventos (2013) *Cish*. Disponible en: <https://ecoinventos.com/cish-cuero-con-piel-de-pescado/>
- Educalingo. (2019) *Naugahyde*. Disponible en: <https://educalingo.com/es/dic-en/naugahyde>
- El Comercio (2018) *Firmas de moda que ya no utilizan pieles en sus diseños*. Disponible en: <https://elcomercio.pe/viu/moda/marcas-pieles-animales-noticia-586260>
- El Litoral (2009) *Cuero de surubí y mondongo*. Disponible en: <https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2009/03/12/aires/AIRES-07.html>
- El País (2017) *Gucci abandona las pieles en sus colecciones*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/10/12/estilo/1507812212_982840.html
- Escobar, Alejandra (2015) *Productos cruelty free y productos veganos*. Disponible en: <https://idbelleza.com/2015/08/28/la-diferencia-entre-productos-cruelty-free-y-productos-veganos/>
- Fedorova, A. (2017). *Ecco lanza cuero translúcido y resistente al agua*. Buenos Aires: CIAI. Disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/ecco-lanza-cuero-translucidoy-resistente-al-agua/#>
- Fernández, Dana Agustina (2015). *Creatividad publicitaria en moda vegana*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3592.pdf
- Fiscman, Dominique (2018) *Influencers como creadores de identidad*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4777.pdf
- Francione, Gary L. y Garner, Robert (2010). *El debate sobre los derechos de los animales. ¿Abolición o regulación?* Universidad de Columbia
- Funding Universe (2019) *Coach*. Disponible en: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/coach-inc-history/>
- Fur Free Alliance (2019) *Fur Farming*. Disponible en: <https://www.furfreealliance.com/fur-farming/>
- Fur Free Alliance (2019) *About us*. Disponible en: <https://www.furfreealliance.com/about-us/>
- Futur (2019) *Muskin, el cuero ecológico hecho de setas*. Disponible en: <http://www.futur.org.es/muskin-cuero-ecologico-setas/#.XMHhhuhKJIU>
- Gorrión (2017) *Ser vegano es una moda*. Disponible en: <https://soygorrion.com.ar/servevegano-es-una-moda/>
- Goyeneche, S. (2018). *Cuero natural vs cuero sintético*. Buenos Aires. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4726.pdf
- Gucci (2019) *About Gucci*. Disponible en: <https://www.gucci.com/int/en/st/about-gucci>
- GreenPeace Argentina (2011) *La contaminación viste a la moda*. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/argentina/es/informes/La-contaminacion-viste-a-la-moda/>
- Guzmán, Claudia (2018) *El lujo responsable*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/disenadores-y-casas-de-moda-dejan-de-usar-pieles-de-animales-en-colecciones-228624>

- Harper's Bazaar. (2018) *Chanel dejará de usar pieles de animales exóticos*. <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a25388650/chanel-pieles-animales-exoticos/>
- Inbound Cycle (2018) *Qué es un influencer*. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/que-es-un-influencer>
- Infobae (2017) *La alta costura se suma al compromiso contra el maltrato de animales*. Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/rse/2017/10/17/la-alta-costura-se-suma-al-compromiso-contra-el-maltrato-de-animales/>
- Kloosters (2019) *Nosotras*. Disponible en: <https://kloosters.com.ar/nosotras>
- Lladó Riba, M. y Pascual i Miro, E. (2006). *El cuero. Colección artes y oficio*. Barcelona: Ed. Parramón.
- Met Museum (2004) *Vivienne Westwood and the postmodern legacy of Punk Style*. Disponible en: https://www.metmuseum.org/toah/hd/vivw/hd_vivw.htm
- Michael Kors (2019) *Quiénes somos*. Disponible en: <https://www.michaelkors.es/info/qui%C3%A9nes-somos/eus220125>
- Monson, S. (Productor y Director) (2005) *Earthlings*. [YouTube]. California: Nation Earth. Disponible en: <https://www.filmaffinity.com/ar/film808856.html>
- Muaa (2019) *La Empresa*. Disponible en: <https://www.muaa.com.ar/empresa>
- Mundo Textil (2017) *Tipos de tejidos con materiales ecológicos*. Disponible en: <https://mundotextilmag.com.ar/tipos-de-tejidos-con-materiales-ecologicos/>
- Mundo Vegano (2017) *Qué materiales son veganos y cuáles evitar*. Disponible en: <https://mundovegano.org/que-materiales-son-veganos-y-cuales-evitar/>
- Muñoz Morillo, M. (2016). *El fin de la moda se acerca según Li Edelkoort*. [Posteo en Recuperado el 16 de Abril, 2019. Disponible en: <http://www.deartee.com/blog/el-fin-de-la-moda-se-acerca-segun-li-edelkoort.htm>
- Murray, R.(2014) *Boom vegano en la Argentina: ¿moda o creencia?* Disponible en: <http://www.infobae.com/2014/11/11/1608064-boom-vegano-la-argentina-modao-creencia>
- National Geographic (2019) *La moda vegana*. Disponible en: <https://www.ngenespanol.com/naturaleza/la-moda-vegana/>
- Navarro, Javier (2017) *Cuero Ecológico*. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/cuero-ecologico.php>
- Osinsky, D. (1998) *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el trabajo*. Buenos Aires: Ed. Chantal Defresne.
- Pagespetit Carla (2017) *Diccionario de tejidos y materiales ecológicos* <http://www.itfashion.com/moda/eco-eco/diccionario-de-tejidos-y-materiales-ecologicos/>
- Pantalones Thai (2019) *Acerca de nosotros*. Disponible en: <https://www.pantalonesthai.com/pages/acerca-de-nosotros>
- PETA (2019) *Sobre Nosotros*. Disponible en: <https://www.petalatino.com/about/sobre-peta/>

PETA (2019) *Moda sin crueldad*. Disponible en: <https://www.petalatino.com/cultura-sin-crueldad/moda-sin-crueldad/>

Prüne (2019) *Comunidad*. Disponible en: <http://www.prunecommunity.com.ar/>

Ralph Lauren. (2019) *About us*. Disponible en: <https://www.ralphlauren.es/es/global/about-us/7113>

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª edición). Madrid: Espasa.

Rivas Serrano, M. (2015). *El cuero a base de fibras de piña que revolucionará el mundo textil*. Disponible en https://www.vice.com/es_co/article/9b4jm5/elcuero-a-base-de-fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil.

Rodríguez, Macarena (2017) *La moda sin crueldad animal*. Disponible en: <http://elespectacular.com.ar/la-moda-sin-crueldad-animal/>

Ruiz Ocaña, L. (2017). *La moda apuesta por la sostenibilidad*. Disponible en: <http://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/tendencias/2017/02/23/58aee165468aeb34388b4661.html>

Sanz, David (2013) *Cuero a partir de la piel de pescado*. Disponible en: <https://ecologismos.com/cuero-partir-piel-pescado/>

Soler, J. (2008). *Procesos de curtidos*. Catalunya: Edit. CETI

Todo Moda (2019) *Quiénes somos*. Disponible en: <https://ar.todomoda.com/quienes-somos>

Tommy Hilfiger (2019) *About*. Disponible en: <http://global.tommy.com/int/en/about/overview/14>

Tovar, Luis (2012) *Veganismo*. Disponible en: <https://almasvegas.org/veganismo/>

Vegan Label (2018) *El Veganismo más allá de tu dieta*. Disponible en: <https://www.veganlabel.mx/blogs/blog/el-veganismo-va-mas-alla-de-tu-dieta-conoce-la-ropa-vegana>

Versace (2019) *About Us*. Disponible en: <https://www.versace.com/international/en/about-us/company-profile.html>

Victoria Beckham (2019) *About Victoria*. Disponible en: <https://international.victoriabeckham.com/pages/about>

Vitale, Silvana (2014) *Zapatos cruelty free*. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/zapatos-cruelty-free-nid1706469>

Vitton Carolina (2018) *El diseño de autor y la tendencia Fitness; La creación de una mochila artesanal de cuero para la mujer actual*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4935.pdf

Vogue (2019) *Erdem*. Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/erdem-moralioglu/387>

Vogue (2018) *Giorgio Armani*. Disponible en:
<https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/giorgio-armani/131>

Vogue UK (2017) *Stella McCartney*. Disponible en:
<http://www.vogue.co.uk/spy/biographies/stella-mccartney-biography>

W Magazine (2018) *John Galliano goes Fur Free*. Disponible en:
<https://www.wmagazine.com/story/john-galliano-fur-free> 2018

XL (2019) *Historia de la empresa*. Disponible en: <https://www.xlshop.com.ar/historia-empresa>

YourNewFragrance (2010). *Hugo Boss*. Disponible en:
<https://web.archive.org/web/20110104031927/http://www.yournewfragrance.com/Hugo-Boss-s/2059.htm#>

Zaplana, Carla (2018) *Ropa sostenible y ecofriendly*. Disponible en:
<https://www.carlazaplana.com/ropa-sostenible-y-eco-friendly/>

Bibliografía

- Adolfo Domínguez (2019) *La historia de una firma con alma*. Disponible en: <https://www.adolfo Dominguez.com/es/ad-historia/>
- Animal Welfare (2014) *Animal Welfare*. Disponible en: <https://arquivo.pt/wayback/20141125002946/http://www.esdaw.eu/animal-welfare.html>
- Bachiller, Alberto (2018) *Productos eco-friendly*. Disponible en: <http://www.ideatumismo.com/productos-eco-friendly/>
- Baugh, G. (2010). *Manual de tejidos para diseñadores de moda*. Barcelona: Ed. Parramón.
- Bianco, V. *Moda sin crueldad: moda vegana*. Disponible en: <https://planetavivo.cienradios.com/moda-sin-crueldad-ropa-vegana/>
Recuperado el 2 de abril de 2019.
- Blaqué (2019) *La marca*. Disponible en: <https://www.blaque.com.ar/marca>
- Burberry (2019) *Our History*. Disponible en: <https://row.burberry.com/our-history/>
- Cabrera, Pamela (2017) *Cuero vs Ecocuero*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/16074_15654.pdf
- Calvin Klein (2019) *About Us*. Disponible en: <https://www.calvinklein.us/en/about-us>
- Cardillo, R. (2014) Romina Cardillo: *Una marca no es sólo ropita linda*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1675542-romina-cardillo-una-marca-no-es-soloropita-linda>
- Cardillo, R. (2014) *Muchas marcas de moda locales no tienen un mensaje*. [Revista en línea] Disponible en: <http://www.infobae.com/2014/03/07/1548500-muchas-marcas-moda-locales-notienen-un-mensaje>
- Chanel (2019) *Inside Chanel*. Disponible en: <http://inside.chanel.com/en/chanel-goes-west>
- Choi, Karen Anabella (2018). *Hecho en Argentina*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/4861.pdf
Karen Anabella Choi 2018 solo biblio
- Coach (2019) *Coach*. Disponible en: <https://www.tapestry.com/coach/>
- Cruelty Free International (2013) *"Animal Tests & Alternatives"*.
- Curren, Roger (2000). "From inhumane to in vitro: The changing face of science". *The Animals' Agenda*.
- Defensor del Pueblo de la Nación. (2012) *Cueros Tóxicos*. Disponible en: http://www.dpn.gob.ar/documentos/20160517_30814_556734.pdf
- Diane Von Furstenberg (2019) *Company*. Disponible en: <https://uk.dvf.com/company.html>
- Donna Karan (2019) *About us*. Disponible en: <https://www.donnakaran.com/category/customer+service/about+us.do>
- Double Elephant. (2017). *Double Elephant*. Disponible en: <http://sxleathersx.com/products/0/175128>

- Duarte, Magdalena (2018) *AfroPunk Latinoamericano*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4865.pdf solo biblio
- Eco Inventos (2013) *Tetra-Cuero*. Disponible en: <https://ecoinventos.com/tetra-cuero-transformar-tetra-brik-en-un-material-con-caracteristicas-similares-al-cuero/>
- Eco Inventos (2013) *Cish*. Disponible en: <https://ecoinventos.com/cish-cuero-con-piel-de-pescado/>
- Educalingo. (2019) *Naugahyde*. Disponible en: <https://educalingo.com/es/dic-en/naugahyde>
- El Comercio (2018) *Firmas de moda que ya no utilizan pieles en sus diseños*. Disponible en: <https://elcomercio.pe/viu/moda/marcas-pieles-animales-noticia-586260>
- El Litoral (2009) *Cuero de surubí y mondongo*. Disponible en: <https://www.ellitoral.com/index.php/diarios/2009/03/12/aires/AIRES-07.html>
- El País (2017) *Gucci abandona las pieles en sus colecciones*. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2017/10/12/estilo/1507812212_982840.html
- Escobar, Alejandra (2015) *Productos cruelty free y productos veganos*. Disponible en: <https://idbelleza.com/2015/08/28/la-diferencia-entre-productos-cruelty-free-y-productos-veganos/>
- Fedorova, A. (2017). *Ecco lanza cuero translúcido y resistente al agua*. Buenos Aires: CIAI. Disponible en: <http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/ecco-lanza-cuero-translucido-y-resistente-al-agua/#>
- Fernández, Dana Agustina (2015). *Creatividad publicitaria en moda vegana*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3592.pdf
- Fiscman, Dominique (2018) *Influencers como creadores de identidad*. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4777.pdf
- Francione, Gary L. y Garner, Robert (2010). *El debate sobre los derechos de los animales. ¿Abolición o regulación?* Universidad de Columbia
- Funding Universe (2019) *Coach*. Disponible en: <http://www.fundinguniverse.com/company-histories/coach-inc-history/>
- Fur Free Alliance (2019) *Fur Farming*. Disponible en: <https://www.furfreealliance.com/fur-farming/>
- Fur Free Alliance (2019) *About us*. Disponible en: <https://www.furfreealliance.com/about-us/>
- Futur (2019) *Muskin, el cuero ecológico hecho de setas*. Disponible en: <http://www.futur.org.es/muskin-cuero-ecologico-setas/#.XMHhhuhKjIU>
- Gorrión (2017) *Ser vegano es una moda*. Disponible en: <https://soygorrion.com.ar/servegano-es-una-moda/>
- Goyeneche, S. (2018). *Cuero natural vs cuero sintético*. Buenos Aires. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4726.pdf
- Gucci (2019) *About Gucci*. Disponible en: <https://www.gucci.com/int/en/st/about-gucci>

Grandin, Temple (2013). "Animals are not things: A view on animal welfare based on neurological complexity"

GreenPeace Argentina (2011) *La contaminación viste a la moda*. Disponible en: <http://www.greenpeace.org/argentina/es/informes/La-contaminacion-viste-a-la-moda/>

Guzmán, Claudia (2018) *El lujo responsable*. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/disenadores-y-casas-de-moda-dejan-de-usar-pieles-de-animales-en-colecciones-228624>

Harper's Bazaar. (2018) *Chanel dejará de usar pieles de animales exóticos*. <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/noticias-moda/a25388650/chanel-pieles-animales-exoticos/>

Hewson, C.J. (2003). "What is animal welfare? Common definitions and their practical consequences". *The Canadian Veterinary Journal*.

Inbound Cycle (2018) *Qué es un influencer*. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/que-es-un-influencer>

Infobae (2017) *La alta costura se suma al compromiso contra el maltrato de animales*. Disponible en: <https://www.infobae.com/economia/rse/2017/10/17/la-alta-costura-se-suma-al-compromiso-contra-el-maltrato-de-animales/>

Infobae (2014) *Lo que se viene de la moda libre de crueldad*. Disponible en: <https://www.infobae.com/2014/06/09/1571489-lo-que-se-viene-la-moda-libre-crueldad/>

Kloosters (2019) *Nosotras*. Disponible en: <https://kloosters.com.ar/nosotras>

Lladó Riba, M. y Pascual i Miro, E. (2006). *El cuero. Colección artes y oficio*. Barcelona: Ed. Parramón.

Living Store (2018) *Ecocuero vs PU*. Disponible en: <https://www.livingstore.cl/tips/ecocuero-vs-pu-diferencias-importantes/>

Met Museum (2004) *Vivienne Westwood and the postmodern legacy of Punk Style*. Disponible en: https://www.metmuseum.org/toah/hd/vivw/hd_vivw.htm

Michael Kors (2019) *Quiénes somos*. Disponible en: <https://www.michaelkors.es/info/qui%C3%A9nes-somos/eus220125>

Michael V. (2006). *Guía práctica e ilustrada de los trabajos en cuero*. Barcelona: Ed. Ancanto.

Monson, S. (Productor y Director) (2005) *Earthlings*. [YouTube]. California: Nation Earth. Disponible en: <https://www.filmaffinity.com/ar/film808856.html>

Muaa (2019) *La Empresa*. Disponible en: <https://www.muaa.com.ar/empresa>

Mundo Textil (2017) *Tipos de tejidos con materiales ecológicos*. Disponible en: <https://mundotextilmag.com.ar/tipos-de-tejidos-con-materiales-ecologicos/>

Mundo Vegano (2017) *Qué materiales son veganos y cuáles evitar*. Disponible en: <https://mundovegano.org/que-materiales-son-veganos-y-cuales-evitar/>

Muñoz Morillo, M. (2016). *El fin de la moda se acerca según Li Edelkoort*. [Posteo en Recuperado el 16 de Abril, 2019. Disponible en: <http://www.deartee.com/blog/el-fin-de-la-moda-se-acerca-segun-li-edelkoort.htm>

- Murray, R.(2014) *Boom vegano en la Argentina: ¿moda o creencia?* Disponible en: <http://www.infobae.com/2014/11/11/1608064-boom-vegano-la-argentina-modao-creencia>
- National Geographic (2019) *La moda vegana.* Disponible en: <https://www.ngenespanol.com/naturaleza/la-moda-vegana/>
- Navarro, Javier (2017) *Cuero Ecológico.* Disponible en: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/cuero-ecologico.php>
- Osinsky; D. (1998) *Enciclopedia de Salud y Seguridad en el trabajo.* Buenos Aires: Ed. Chantal Defresne.
- Pagespetit Carla (2017) *Diccionario de tejidos y materiales ecológicos* <http://www.itfashion.com/moda/eco-eco/diccionario-de-tejidos-y-materiales-ecologicos/>
- Pantalones Thai (2019) *Acerca de nosotros.* Disponible en: <https://www.pantalonesthai.com/pages/acerca-de-nosotros>
- PETA (2019) *Sobre Nosotros.* Disponible en: <https://www.petalatino.com/about/sobre-peta/>
- PETA (2019) *Moda sin crueldad.* Disponible en: <https://www.petalatino.com/cultura-sin-crueldad/moda-sin-crueldad/>
- Prüne (2019) *Comunidad.* Disponible en: <http://www.prunecommunity.com.ar/>
- Ralph Lauren. (2019) *About us.* Disponible en: <https://www.ralphlauren.es/es/global/about-us/7113>
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española (2014). *Diccionario de la lengua española* (23.ª edición). Madrid: Espasa.
- Respuestas Veganas (2019) *Datos sobre el veganismo.* Disponible en: https://respuestasveganass.org/encuestas-sobre-veganismo/#Datos_sobre_veganismo_del_ano_2019 solo biblio
- Rivas Serrano, M. (2015). *El cuero a base de fibras de piña que revolucionará el mundo textil.* Disponible en https://www.vice.com/es_co/article/9b4jm5/elcuero-a-base-de-fibras-de-pia-que-revolucionar-el-mundo-textil.
- Rodríguez, Macarena (2017) *La moda sin crueldad animal.* Disponible en: <http://elespectacular.com.ar/la-moda-sin-crueldad-animal/>
- Ruiz Ocaña, L. (2017). *La moda apuesta por la sostenibilidad.* Disponible en: <http://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/tendencias/2017/02/23/58aee165468aeb34388b4661.html>
- Sanz, David (2013) *Cuero a partir de la piel de pescado.* Disponible en: <https://ecologismos.com/cuero-partir-piel-pescado/>
- Soler, J. (2008). *Procesos de curtidos.* Catalunya: Edit. CETI
- Todo Moda (2019) *Quiénes somos.* Disponible en: <https://ar.todomoda.com/quienes-somos>

- Tommy Hilfiger (2019) *About.* Disponible en: <http://global.tommy.com/int/en/about/overview/14>
- Tovar, Luis (2012) *Veganismo.* Disponible en: <https://almasvegnas.org/veganismo/>
- Vegan Label (2018) *El Veganismo más allá de tu dieta.* Disponible en: <https://www.veganlabel.mx/blogs/blog/el-veganismo-va-mas-alla-de-tu-dieta-conoce-la-ropa-vegana>
- Versace (2019) *About Us.* Disponible en: <https://www.versace.com/international/en/about-us/company-profile.html>
- Victoria Beckham (2019) *About Victoria.* Disponible en: <https://international.victoriabeckham.com/pages/about>
- Vitale, Silvina (2014) *Zapatos cruelty free.* Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/moda-y-belleza/zapatos-cruelty-free-nid1706469>
- Vitton Carolina (2018) *El diseño de autor y la tendencia Fitness; La creación de una mochila artesanal de cuero para la mujer actual.* Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/4935.pdf
- Vogue (2019) *Erdem.* Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/disenadores/erdem-moralioglu/387>
- Vogue (2018) *Giorgio Armani.* Disponible en: <https://www.vogue.es/moda/modapedia/marcas/giorgio-armani/131>
- Vogue UK (2017) *Stella McCartney.* Disponible en: <http://www.vogue.co.uk/spy/biographies/stella-mccartney-biography>
- W Magazine (2018) *John Galliano goes Fur Free.* Disponible en: <https://www.wmagazine.com/story/john-galliano-fur-free-2018>
- XL (2019) *Historia de la empresa.* Disponible en: <https://www.xlshop.com.ar/historia-empresa>
- YourNewFragrance (2010). *Hugo Boss.* Disponible en: <https://web.archive.org/web/20110104031927/http://www.yournewfragrance.com/Hugo-Boss-s/2059.htm#>
- Zaplana, Carla (2018) *Ropa sostenible y ecofriendly.* Disponible en: <https://www.carlazaplana.com/ropa-sostenible-y-eco-friendly/>