



# MODA JUSTA

QUADERN  
PER A ESTUDIANTS

*Setem*  
Comunitat  
Valenciana

 GENERALITAT VALENCIANA  
CONSELLERIA D'IMMIGRACIÓ I CIUTADANIA

 GENERALITAT  
VALENCIANA

**ISEACV**  
Instituto superior de  
enseñanzas artísticas  
comunitaria valenciana

 Escola d'Art i Superior  
de Disseny d'Alcoi

# Índice

- 03 I. **Introducción**
- 05 II. **Actores del comercio convencional**
- 08 III. **Género y moda**
- 11 IV. **¿Y tu qué nos ofrecerás?**
- 12 V. **¿Qué es la campaña de ropa limpia?**
- 16 VI. **Información práctica**



>> Versión en pdf en [www.setemcv.org](http://www.setemcv.org)

**Moda Justa**

*Setem*  
Comunitat  
Valenciana

Edita  
SETEM COMUNITAT VALENCIANA  
C/ Pintor Domingo, 3- 2 (Valencia)  
Teléfono: 96 315 35 05  
E mail: [info@setem.org](mailto:info@setem.org)  
[www.setemcv.org](http://www.setemcv.org)



# I

## introducció. la moda: de l'art a l'explotació

Paris, Londres, Nova York, Madrid.. desitgem com creadors de moda arribar algun dia a veure la nostra signatura en una d'aquestes passarel·les. Somiem amb mostrar al món les nostres creacions, el nostre art. Però alguna vegada ens hem parat a pensar com arriba la roba al consumidor? o si volem ser una altra titella de la gran indústria tèxtil? ens hem parat a pensar en la responsabilitat que tenim com artistes a influir en el consumidor altra forma de consumisme?



El sector de la moda, és ara per ara un sector de grans consumidors que mou milions d'euros i per tant està envoltat d'interessos. Hem de preguntar-nos si volem participar a afermar l'analogia imposada de moda igual a negoci sense cabuda a d'altres valors. Són la producció, la distribució i l'augment de beneficis els elements definidors de la moda, o del negoci de la moda? quina és la nostra postura? Formarem part demà d'un negoci que fomenta tallers d'explotació laboral abusiva?

**Et convidem a què t'informes i et posicionis adoptant una actitud responsable.**

Aquesta és la finalitat d'aquest manual: donar-te una visió de la moda més enllà del que suposa presentar una col·lecció de moda. Acostar-te al model de negoci imperant en el sector de la moda que poques vegades recorre a una producció de moda respectuosa amb el medi ambient i els drets laborals, una indústria que no valora la qualitat sinó la quantitat i que es basa en cicles de producció accelerats provocats per una demanda del consumidor que al seu torn ha estat estimulada per la mateixa indústria de la moda, una indústria que fomenta la deslocalització i la subcontractació.

**Ets tu qui decideixes el model que demà vols alimentar.**



## II. ACTORS

### DEL COMERÇ CONVENCIONAL

**També en el sector de la moda s'han imposat les regles de la globalització i del neoliberalisme. Els països del Nord ens hem convertit en demandants i imposen les condicions i regles del comerç de la moda als països de Sud per a vendre als nostres consumidors.**

Són les empreses transnacionals del sector tèxtil les quals marquen la productivitat o ritme de treball, els preus, la qualitat, els dissenys de les peces de roba..., encara que en aquesta cadena global participen nombrosos actors: els treballadors que confeccionen les peces des de qualsevol part del món, el propietari de l'empresa que els contracta, l'empresa transnacional i els consumidors.

Però la cadena no s'acaba ni comença ací, podem anar mes enllà.

Per exemple, podem plantejar-nos:

- Quin tipus de fibra tèxtil componen les peces que portem ara mateix posades (són naturals o artificials?)
- Com han estat produïdes (s'han usat per a la seva producció fertilitzants o residus químics?)
- Quin impacte ha tingut aquesta producció sobre el medi ambient?

També podríem indagar sobre:

- Com s'ha produït la peça; en un país subcontractat per una empresa transnacional?
- On s'ha confeccionat la roba; en una fàbrica? en un taller informal? en els propis domicilis de les i els treballadors recurrent a la subcontractació?

Si s'anteposa la productivitat a escar i l'homogeneïtat a la qualitat i a l'heterogeneïtat en els dissenys, en general, es recorre a la producció de les peces en llocs on els costos de producció (laborals i fiscals) són inferiors i a la subcontractació (procés mitjançant el qual una empresa a la qual se li ha encarregat la fabricació d'un producte, trasllada aquesta obligació a un tercer).

Les conseqüències d'aquest plantejament del comerç tèxtil, comporten que existeixen realitats molt diverses: explotació laboral, treball informal, explotació infantil..., en definitiva, en aquesta cadena, els Drets Humans Laborals estan sent violats sistemàticament.

Però a aquesta situació de vulneració dels drets humans i laborals en determinats països on les legislacions són més flexibles, també contribueixen les exigències de les empreses transnacionals amb les seves pràctiques de

---

“Són les empreses transnacionals del sector tèxtil les quals marquen la productivitat o ritme de treball, els preus, la qualitat, els dissenys de les peces de roba...”

---

subministrament:

- “Just on time” mitjançant aquesta pràctica, s'exigeix als proveïdors terminis de lliurament molt curts per les seves mercaderies.
- Per a complir les demandes “just on time” de les empreses transnacionals, els proveïdors solen recórrer a diverses mesures, entre les quals es troben l'increment d'hores extraordinàries (torns nocturns i caps de setmana), recórrer al treball informal o temporal (solament es contracta per a arribar a temps al lliurament d'una comanda), i a la ja esmentada subcontractació.
- La pràctica “just on time”, condueix a la “fast fashion”, fet que significa a més de la reducció en temps de lliurament de les comandes, la reducció de les comandes en si mateixes, per a poder respondre a una demanda de tendències de la moda en continu canvi i respondre així a l'exigència dels consumidors d'anar “a la última”.
- Un altre dels factors que hem de ressaltar és el factor “més barat” derivat també de la pràctica de subministrament “just on time”.

Amb aquestes pràctiques, les empreses transnacionals persegueixen, entre altres coses, perpetuar el poder sobre el proveïdor baix la contínua amenaça d'en cas d'incompliment traslladar la producció a altre lloc on es compleixen les seves exigències fomentant i augmentant la competència entre els propis proveïdors de peces tèxtils qui traspassen directament al treballador el conjunt de la pressió a la qual es veuen sotmesos, fet que alimenta i perpetua les violacions contínues dels drets laborals de les i els treballadors.

# III. GÈNERE I MODA

**Quan parlem de gènere ens referim als rols que social i culturalment s'atribueixen a l'home i a la dona. Biològicament un home i una dona són iguals en qualsevol racó del món, no obstant això, les diverses condicions socials i culturals són les que determinen el paper que compleix (o que "ha de complir") l'home i la dona. I aquests diferents papers o rols que compleixen homes i dones en les diferents societats cal tenir-los en compte en cadascun dels aspectes en els quals aquests es reproduïxen ja que són realitats diferents, i no podem per tant negar-les en l'àmbit que ens ocupa: la moda i la indústria tèxtil i més encara quan el sector tèxtil és una indústria feminitzada.**

Tres substantius defineixen la força de treball d'aquesta estructura productiva basada en la subcontractació: gènere, emigració i informal i tots ells assenyalen directament la dona.

Les implicacions que comporta que la majoria de treballadors del sector tèxtil siguen dones en poques ocasions són contemplades i tractades com caldria i això és perquè no es té en compte els rols que a les dones se'ls han imposat en la majoria de les societats.

Són les dones les que s'encarreguen de l'anomenada "economia afectiva" o "economia reproductiva" (cura de les famílies, de les llars, i fins i tot de les comunitats) que normalment són funcions no remunerades però que generen una gran càrrega física i psicològica. L'enfocament de gènere és l'eina amb la qual es pretén tenir en compte la realitat global en la qual es troben les dones: "Els drets de les dones també són violats fora del lloc de treball. Aquest fet no pot ignorar-se ja que afecta a la realitat de la dona treballadora, dins i fora del seu lloc de treball. Discriminació en termes de





El 90% dels treballadors d'aquest sector són dones.

A la Xina, no es contracta a dones majors de 25 anys en les fàbriques de calçat.

En les maquiles, més del 80% són dones.

3 de cada 5 dones treballen sense contracte ni cobertura social.

dobles càrregues de treball, productiva i reproductiva; discriminació en la comunitat i en la llar; discriminació davant la llei, en forma de lleis de propietat, herència, etc. Tots aquests factors afecten a la situació en la qual una dona viu i treballa, ja que aquesta no s'allibera d'aquests aspectes de la seva realitat quan accedeix al seu lloc de treball".<sup>1</sup>

La realitat de les dones del sector tèxtil quan ocupen els seus llocs de treball:

- Discriminació salarial, formativa i de promoció. Les dones de la indústria de la confecció guanyen menys que els homes ocupant els mateixos llocs de treball i no tenen accés a la formació i promoció que sí s'ofereix als homes.
- No reconeixement de les necessitats del lloc del treball, condicions de treball insegures. Per exemple, no es tenen en compte condicions

.....  
<sup>1</sup> "Fabricado por Mujeres. Género, la industria de la confección global y el movimiento por los derechos de las trabajadoras", Pàg.9

higiènic sanitàries, ni la major repercussió en la salut de determinades substàncies tòxiques en les dones lactants o embarassades.

- L'empleador exerceix un control sobre la sexualitat de les dones fins a l'extrem de decidir com a condició per a contractar-les que no es queden embarassades .
- Abusos verbals, assetjament sexual i violacions.

Les dones es converteixen en una mà d'obra barata i submissa, més vulnerable per la càrrega familiar i comunitària que suporten (han d'aconseguir diners suficients per a mantenir a les persones que tenen al seu càrrec: fills, pares...). Quan una dona cobra menys pel mateix treball que ocupa un home, necessita treballar mes hores i això comporta major desgast físic i emocional, major debilitació i major probabilitat de contreure malalties. A més, la circumstància de cobrar menys li impossibilita estalviar i canviar la seua situació. Però aquesta situació de desigualtat no acaba amb la seua jornada laboral, sinó que continua en el seu entorn familiar i social suportant càrregues físiques i psicològiques que la societat li ha imposat. Per exemple, una dona pot generar un conflicte en la seua llar si lluita com a treballadora pels seus drets laborals a causa de l'amenaça que aquesta actitud suposa per als rols tradicionals de les societats patriarcals.

---

“Al Marroc, el 80% de les treballadores del sector han decidit que les seves filles menors de 14 anys no continuen assistint a l'escola perquè s'ocupen dels seus germans menuts, sacrificant la seua educació i expectatives de futur”

---

# IV. I TU... QUE ENS OFERIRÀS?

**És a les teues mans, com a creador d'art i futur professional, optar per altres models de producció i fabricació de les teues peces.**

Apostant per:

- Peces artístiques i creatives, que reflecteixen la teua identitat.
- Peces de qualitat.
- Peces que hagen estat elaborades respectant criteris ètics, socials i medi ambientals.

Que pots fer TU?

- Mostrar al sector i al consumidor com dissenyar, produir i vendre de forma alternativa el teu producte.
- Fomentar la producció local de les teues peces.
- Implicar-te directament en la verificació de les pràctiques d'elaboració de les teues peces perquè es respecten els drets laborals i codis de conducta i la normativa de l'Organització Internacional del Treball (OIT).
- Aplicar la llei de les tres R: Reduir, Reutilitzar i Reciclar durant tot el procés de producció de la peça, o reinventar noves fórmules que respecten el medi ambient.
- Informar-te de les iniciatives europees i a nivell internacional que persegueixen un canvi en el model convencional del comerç tèxtil..

# V. QUÈ ÉS LA CAMPANYA DE ROBA NETA? (CRN)

La campanya de Roba Neta (CRN) naix a Holanda a principis dels anys 90 com una iniciativa d'organitzacions de cooperació internacional especialitzades en la lluita pels drets de les dones. Actualment és una campanya internacional que té per objectiu millorar les condicions laborals i donar suport el recolzar l'empoderament de les i els treballadors del sector tèxtil i de material esportiu mundial. Aquesta campanya a nivell europeu està present en 12 països que treballen activament (Clean Cloyhtes Campaign -CCC-).

En cada país, la campanya està formada per una coalició de sindicats i ONG's (de consumidors i consumidoras, d'investigació, organitzacions de dones, organitzacions de Comerç Just, organitzacions de joves, grups de solidaritat, església...) que treballen de forma autònoma a nivell nacional i s'uneixen per a treballar conjuntament a nivell europeu. Formen part de la CRN més de 200 organitzacions.

Aquesta xarxa europea compta també amb altres agents a nivell internacional (sindicats, ONG, i persones on es fabrica la roba) a Àsia, Europa de l'Est i Centre Amèrica. A més la CRN col·labora amb altres campanyes similars als EUA, Canadà i Austràlia. El secretariat Internacional es troba a Brussel·les. SETEM coordina la CRN a l'estat espanyol des del 1997.

### **Els principals objectius de la CRL són:**

- Millorar les condicions laborals en la indústria tèxtil i de material esportiu.
- Aconseguir que les condicions laborals siguen equivalents a les establertes per l'Organització Internacional del Treball (OIT).
- Minimitzar l'impacte de la producció tèxtil sobre el medi ambient.
- Integrar una anàlisi per gèneres en la seva estratègia i en el projecte de la campanya, ja que un alt percentatge de les treballadores de la indústria tèxtil són dones.

### **Com aconseguim arribar a aquests objectius?**

- Conscienciant i mobilitzant a les i els consumidors perquè puguen influenciar a les empreses i en les seues formes d'actuar.
- Informant a les i els consumidors sobre les pràctiques laborals dels actors de la indústria que dominen el mercat en el seu país.
- Pressionant a les companyies perquè es responsabilitzen i s'asseguren que els seus productes es fabriquen en condicions laborals dignes (per exemple mitjançant la implantació de Codis de Conducta).
- Exigint millores estructurals i pressionant a les empreses perquè actuen en casos individuals de violació dels Drets Laborals (això es realitza amb el sistema d'Accions Urgents –AU- de la CRN).



### **Principis del Codi de Conducta CRL**

#### **Alguns dels principis que recull el Codi de Conducta de la CRN són:**

- Que es garantisca la llibertat d'associació.
- Dret de negociació col·lectiva.
- No a la discriminació.
- No als treballs forçosos o esclavitud.
- L'edat mínima per a treballar (15 anys).
- Setmana laboral d'un màxim de 48h i 12 h màximes extraordinàries voluntàries.
- Dret a un salari digne i una relació contractual (que existisca contracte).

## Què són els codis de Conducta?

Els Codis de Conducta són un conjunt de normes mitjançant les quals l'empresa afirma el seu compromís amb el compliment dels drets humans en totes les seues operacions i tots els països en els quals treballen, amb el respecte a les lleis nacionals (especialment a les lleis laborals) i als Convenis Laborals Internacionals de l'Organització Internacional del Treball (OIT) i amb la cura i la defensa del medi ambient.

Des de la CRN i altres iniciatives d'aquest tipus, s'està assenyalant la importància de l'adopció per part de les empreses en l'elaboració, adopció, compliment i verificació del Codi de Conducta.

La CRN, amb el suport d'altres iniciatives (organitzacions sindicals internacionals) va elaborar el 1998 un Codi de Conducta seguint les directrius que dicta la OIT.

La idea és posar a disposició de les empreses un Codi de Conducta amb l'objecte que pogueren adoptar-lo. Algunes ho han fet i unes altres han instaurat els seus propis Codis de Conducta.

L'adopció dels Codis de Conducta és un primer pas, però la utilitat dels mateixos està subjecta a sistemes de verificació (comprovació que el Codi de Conducta s'està respectant) i, és més, seria desitjable que aquesta verificació siga independent dels interessos de l'empresa transnacional: perquè siga objectiva i real en la verificació és important que intervinguen diferents actors (sindicats, ONG, els propis treballadors...).



# Les maquiles o tallers de suor (SWEATSHOPS)

Les maquiles o tallers de suor són fàbriques que es troben als països del Sud i solen operar per mitjà d'una subcontractació per part d'altres empreses de diferents països. Estan destinades a la producció de manufactures tèxtils per a la seva exportació, on es realitzen treballs mecànics i amb pocs requeriments tecnològics.

Normalment, estan situades en Zones Franques perquè l'ús del sòl d'aquestes zones sol estar lliure d'impostos i les empreses que subcontracten a les maquiles en aquestes zones gaudeixen de condicions fiscals molt avantatjoses per a l'entrada i eixida de capital i mercaderia del país on estan localitzades. Per aquestes raons els governs publiciten els seus avantatges per a atreure la major inversió estrangera possible.

Com ocorre en el sector tèxtil en general, també en les maquiles la majoria dels treballadors són dones.

La situació laboral en les maquiles és molt precària: els salaris que cobren les dones tot just serveixen per a cobrir les necessitats bàsiques, treballen de 12 a 14 hores diàries, i solament descansen un dia. En general, en les maquiles es comença a treballar a edats molt primerenques (normalment des dels 14 anys), no obstant això, donades les condicions d'extrema càrrega laboral, se solen abandonar als 25 anys. D'altra banda, treballar en una maquila no sempre suposa disposar d'un contracte de treball i de la consegüent indemnització en cas d'acomiadament, al contrari, moltes de les dones treballen de forma irregular. Se sol treballar a escar i les condicions sanitàries i les mesures de seguretat són molt deficientes. A més a més, els sindicats solen estar prohibits.

Emelia, en el manual "Fabricat per Dones"<sup>1</sup> relata: "no podia prendre'm cap descans, tenia prohibit anar al servei i me les havia de vore amb el meu supervisor si m'asseia només un minut durant un torn de 10 hores que passava dempeus la major part del temps. Complir els objectius de producció ho era tot per a l'empresa. Si els treballadors no complien els seus objectius, eren amenaçats amb l'acomiadament o eren obligats a treballar hores extres no remunerades".

# VI. INFORMACIÓ PRÀCTICA

## Adreces d'Interès

- [www.ropalimpia.org](http://www.ropalimpia.org)
- [www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)
- [www.traslaetiqueta.wordpress.com](http://www.traslaetiqueta.wordpress.com)
- <http://es.maquilasolidarity.org>
- <http://www.fashioninganethicalindustry.eu>

## Bibliografia utilitzada i recomanada

- "Guía de Ropa Limpia para el consumo responsable (de ropa)", CRL Editat per Icaria, 2002.
- "Fabricado por Mujeres, Género, la industria de la confección global y el movimiento por los derechos de las trabajadoras" CRL, Editat per Icaria, 2005.
- "Moda Justa", Editat per Setem Comunitat Valenciana, 2009.
- "Guía didáctica Se vende Justo, cuatro experiencias sobre el Comercio Justo en el Sur de México", editat per Setem Comunitat Valenciana, 2009.
- Documental "Se vende Justo, cuatro experiencias sobre el Comercio Justo en el sur de México", una producció de Alba Sud per a Setem Comunitat Valenciana.
- Documental "Corazones Valientes en resistencia"
- Documental "Made in L.A" <http://www.madeinla.com/>
- Fulls informatius i material didàctic de la pàgina web: <http://www.fashioninganethicalindustry.eu>
- Documents informatius de la pàgina web: <http://www.asiafloorwage.org>

