

La ética de la justicia social de la ropa que vestimos

MAYA MANSOUR



La ropa que usamos inherentemente dice algo acerca de nuestras creencias, algunas más enérgicamente que otras.

Desde camisetas con lemas pegajosos sobre la trayectoria femenina de nuestro futuro, hasta campañas polémicas de anuncios que muestran a atletas que hablan en contra de la brutalidad policial: las compañías de vestimenta están tramando algo.

Sin embargo, más allá de los mensajes, el ritmo y la forma en que se cosechan las fibras, se fabrican las telas, se comercializan las prendas y se compensa el trabajo de los trabajadores influye en cómo podemos evaluar el valor de una prenda de vestir. Nos permiten conocer el impacto social y ambiental de la pieza y la ética de la marca que la fabrica y la vende.

Las compañías de ropa también apelan a nuestra ética a través de las personas que usan sus campañas de marketing y los mensajes impresos en sus productos. Todos estos factores combinados hacen que sea difícil discernir qué ropa se produce de manera completamente ética desde el principio hasta el final. Obviamente, nuestro marco actual necesita una reevaluación, las cuales son ordenadas por las enseñanzas bahá'ís:

“...el mundo humano se adaptará a una nueva forma social, la justicia de Dios se hará manifiesta a través de los asuntos humanos, y la igualdad humana será universalmente establecida. Los pobres recibirán una gran dádiva, y los ricos lograrán felicidad eterna. Porque aunque en el presente los ricos disfrutan del más grande lujo y confort, no obstante, están privados de la felicidad eterna, pues la felicidad eterna depende del “dar”; y, a su vez, los pobres en todas partes se hallan en un estado de abyecta necesidad. A través de la manifestación de la gran equidad de Dios, los pobres del mundo serán recompensados y ayudados plenamente, y habrá un reajuste en las condiciones económicas de la humanidad

para que en el futuro no haya anormalmente ricos ni pobres abyectos. Los ricos disfrutarán el privilegio de esta nueva condición económica tanto como los pobres, pues debido a ciertas provisiones y restricciones no podrán acumular tanto como para agobiarse con su administración, en tanto los pobres serán aliviados de la tensión de la privación y la miseria. El rico disfrutará en un palacio, el pobre tendrá su cómoda cabaña”. – Abdu’l-Bahá, *La Promulgación a la Paz Universal*, pp. 147-148.

Esta nueva forma social centrada en la justicia que Abdu’l-Bahá describe permitiría a todos participar en la comodidad de saber que nuestra ropa y todos los demás productos que necesitamos no se han hecho a expensas de los derechos humanos de otro o del bienestar del planeta. La conversación sobre la fabricación de ropa ética se ha destacado recientemente con la campaña Colin Kaepernick de Nike. Algunos críticos de la campaña han expresado su escepticismo sobre el compromiso real de Nike con la justicia social por muchas razones, en parte debido a las condiciones en las que se produce su ropa, así como al salario inhumano que pagan las personas que realmente fabrican la ropa.

Abdu’l-Bahá habló sobre las enseñanzas bahá’ís de justicia social y economía en sus discursos en América del Norte, grabados en “La promulgación de la paz universal”. Explicó que, para crear sistemas económicos que honren la humanidad de todos los involucrados, alcanzar la unidad de la humanidad es un primer paso esencial:

“Por lo tanto, esforzaos por crear amor en los corazones para que sean radiantes y resplandecientes. Cuando ese amor esté brillando, se difundirá por otros corazones, igual que esta luz eléctrica ilumina a su alrededor. Cuando el amor de Dios se haya establecido, todo lo demás será comprendido. Esta es la verdadera base de toda economía”. – *La Promulgación a la Paz Universal*, p. 251.

En un mundo donde los corazones se unen de la manera en que Abdu’l-Bahá describe, la acción social y la economía tendrán una relación muy diferente a la que tienen ahora. En una carta de 1983 sobre desarrollo social y económico escrita a los bahá’ís del mundo, la Casa Universal de Justicia describió la necesidad de una relación simbiótica entre nuestra espiritualidad y la vida cotidiana:

La unidad de la humanidad, que es a la vez el principio operativo y el objetivo final de la Revelación [de Bahá’u’lláh], implica el logro de una coherencia dinámica entre los requisitos espirituales y prácticos de la vida en la tierra. ...

Este desafío evoca el ingenio, la flexibilidad y la cohesión de las muchas comunidades que componen el mundo bahá’í. Las diferentes comunidades, por supuesto, percibirán diferentes enfoques y diferentes soluciones para necesidades similares. Algunos pueden ofrecer asistencia en el extranjero, mientras que, para empezar, otros deben necesariamente recibir asistencia; pero todos, independientemente de las circunstancias o los recursos, están dotados de la capacidad de responder en cierta medida; todos pueden compartir. Todos pueden participar en la empresa conjunta de aplicar de manera más sistemática los principios de la Fe para elevar la calidad de la vida humana. La clave del éxito es la unidad en espíritu y en acción.

Hoy, en medio de toda la controversia y la quema de calcetines, parece que comprar los frutos del trabajo de otra persona atestigua mi inversión personal en justicia social más que mi propio trabajo. Algo se siente mal con la afirmación subyacente de que para poder participar en la justicia social, algo que todos estamos animados a hacer, tienes que comprarlo o comprarlo y quemarlo.

No podemos olvidar que mientras la injusticia tiene soluciones económicas y que existe poder en la forma en que gastamos nuestro dinero, la acción social es tan multifacética, su poder se diluye cuando solo se ve a través de las lentes del materialismo y el capitalismo. En cambio, necesitamos evaluar los elementos constructivos y destructivos de nuestras estructuras económicas existentes y las estrategias de fabricación para construir mejores sistemas en el futuro.

Como alguien que trabaja en la industria de la confección y la moda, paso mucho tiempo pensando en la ropa que uso y lo que dicen sobre mis valores. A menudo me siento atraída por marcas más pequeñas que tienen personalidades distintas y modelos de negocios transparentes. Nueve de cada diez veces, no puedo costear comprar su ropa a menos que ahorre por un tiempo. Con el paso del tiempo, he dejado de comprar tanta ropa y empecé a ser mucho más selectiva con las cosas que compro.

Mi nuevo enfoque minimalista, combinado con un entusiasmo por conocer realmente la historia detrás de las prendas, aún deja espacio para la acción. A veces, cuando me doy cuenta de que una empresa que me gusta produce ropa de una manera poco ética o problemática, les envío un correo electrónico al respecto. Intento de no ser condescendiente o provenir de un lugar de enojo, simplemente le envío una nota de un cliente potencial con respecto a mis dudas con el objetivo de apoyar a una compañía cuyos valores no coinciden con los míos. Una cosa que he eliminado de mi experiencia en la moda es que nosotros, los consumidores, tenemos voces mucho más poderosas de lo que creemos. Si dejamos que las empresas sepan lo que realmente queremos, las buenas se adaptarán. Como dijo la Casa Universal de Justicia en su carta, todos tenemos la capacidad de responder a las injusticias sociales y económicas, solo tenemos que usarla.