

SLOW FASHION: DESAFIOS PARA UMA MODA SUSTENTÁVEL

Lilian Ferreira Brito Silva

RESUMO

Esta pesquisa tem como tema o movimento *slow fashion* que surge no campo da moda e do design depois dos termos *slow food* e *slow design*, termos que nos ajudam a entender o surgimento dessa categoria na moda contemporânea a partir da criticidade acerca dos materiais utilizados na fabricação de roupas e calçados. Trata-se de um estudo exploratório de cunho bibliográfico que tem como objetivo conhecer este fenômeno para apontar os desafios atuais para se implantar uma moda sustentável (*slow fashion*). Para compreender sobre o tema utilizou a plataforma CAPES de teses e dissertações e fizemos um corte temporal com as produções de dissertações de mestrado, 2019, sobre o *slow fashion* e sustentabilidade, da mesma forma para os artigos. Quais os desafios do sistema *slow fashion* para se ter uma moda sustentável perante a moda *fast fashion*? E dessa indagação veio outros objetivos, compreender o *fast fashion* e seu impacto no mundo da moda; caracterizar a indústria da moda e sua origem para compreender o seu contexto na atualidade e conhecer os desafios do sistema *slow fashion* para se ter uma moda sustentável perante a moda *fast fashion*. Diante disso, o presente trabalho torna-se de grande relevância como um instrumento para se refletir sobre o movimento *slow fashion* e os impactos que o mesmo pode gerar para o desenvolvimento de produtos com cunho de responsabilidade social e ambiental.

Palavras-chave: Fast fashion, slow fashion, sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

A pesquisa se propõe a responder a problemática: Quais os desafios do sistema slow fashion para se ter uma moda sustentável perante a moda fast fashion? Dessa indagação veio outros objetivos, compreender o fast fashion e seu impacto no mundo da moda; caracterizar a indústria da moda e sua origem para compreender o seu contexto na atualidade.

Para responder os questionamentos, a pesquisa caracteriza como um estudo exploratório pois nasce da necessidade de entender o fenômeno a partir de estudos teóricos, para isso os estudos bibliográficos tornam-se necessários, para conhecer os conceitos e seus delineamentos que o contextualizam. Tem como objetivos específicos conceituar *fast fashion*; compreender o impacto deste fenômeno na moda; e caracterizar o que é a indústria da moda e sua origem para que possamos entender os desafios para se ter uma moda sustentável.

No que se refere a Justificativa da pesquisa, aponta-se exigências relacionadas às demandas de sustentabilidade, com base nisso e nas várias discussões sobre a temática no decorrer do curso é que foi crescendo dentro da autora um sentimento de se aprofundar no assunto. Diante disso, é importante discutir a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável porque a cada dia mais os problemas ambientais estão afetando a qualidade de vida do homem.

O trabalho apresenta-se da seguinte forma: no referencial teórico é apresentada a indústria de moda no Brasil, apresentando uma breve reflexão sobre as mudanças ocorridas nos últimos tempos, introduzindo o fast fashion e os impactos desse sistema na indústria da moda.

No tópico 3, o slow fashion: desafios para uma moda sustentável, é feita uma análise de como esse sistema pode ser uma nova forma de se consumir e produzir com foco na sustentabilidade e na preservação do meio ambiente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2 A INDÚSTRIA DE MODA NO BRASIL

O mercado de moda no Brasil tem passado por mudanças significativas nestas últimas décadas. Com o apogeu das compras pela internet, a moda e seu consumo, passaram a atingir todas as camadas sociais. de acordo com Irokawa, Maia e Câmara (2015), muitos produtos eram trazidos de fora, divulgados e vendidos por sites estrangeiros com um custo bastante baixo, quase sempre sem cobrar impostos.

Esses produtos movimentaram o comércio, eliminaram barreiras entre consumidores e empresas, alavancando ainda mais as compras e incentivando o desejo constante de milhares de consumidores por esses produtos que, de posse dessas informações, faziam de tudo para obter a qualquer custo tal produto, marketing praticado de forma bastante eficiente por meio de blogs e outras ferramentas online.

O hiperconsumo de peças de vestuário e a produção em massa, características de um mercado dominado pelo fast fashion, ou seja, por marcas de alto grau competitivo e baixo custo de produção (IROKAWA, MAIA E CÂMARA, 2017). É o que as autoras definem como “hiperconsumismo”, onde a obsolescência das tendências é cada vez mais marcante, causando grandes impactos sociais e ambientais sem a preocupação com o fortalecimento da identidade das marcas e a qualidade da produção.

Com um mercado cada dia exigente e ávido por coisas novas, a moda passou a ser rápida, as tendências eram lançadas e logo se popularizavam, implantando um sistema baseado em moda rápida. Custos reduzidos de mão de obra em países com força de trabalho flexível e disponível, avanços tecnológicos associados ao aumento da velocidade da internet e a evolução dos sites de previsão de tendências favorecendo a cultura da cópia e a imitação barata de produtos apresentados nos desfiles de prêt-à-porter. Essa fome por novidade já faz parte de nossas vidas como um todo. Nas palavras do sociólogo Bauman, “estamos numa sociedade líquida e instável na qual o indivíduo deve consumir para se afirmar” (BAUMAN, 2008 apud CIETTA, 2012, pag. 12).

Associado a isso estão os incentivos governamentais na União Europeia e nos Estados Unidos para acesso rápido aos mercados asiáticos em busca de uma produção de vestuário mais rápida e barata em países pobres como Bangladesh, Sri Lanka e Ilhas Maurício. De acordo Cietta (2012, pág. 12),

A Europa e, em particular, os países do sul que ainda possuem cadeias de produção, como a Itália, a Espanha, Portugal, sem se esquecer da Turquia ou dos países da África setentrional, junto com o Brasil, são aproximados pela fragmentação de estilos de vida que geram não um, mas muitos mercados diferentes. Essa fragmentação integrada, que é uma característica comum para os mercados citados, faz com que a história europeia seja de interesse tanto dos estudiosos quanto para os empresários.

A obsolescência inerente à moda, de acordo com Irokawa, Maia e Câmara (2017), onde as roupas são descartadas antes pelo desejo de novidade do que por razões utilitárias, gera a reação apaixonada tanto dos consumidores como dos teóricos. O baixo custo e a produção em escala criaram um hábito insustentável de compra e descarte que vem dominando o mercado ao longo dos anos.

Diante disso, a discussão acerca de temas ambientais torna-se emergente na área da moda, não sendo uma dinâmica fácil de administrar diante da grande pressão para a redução de custos e otimização do tempo e recursos. Além disso, a opinião dos consumidores ganha força para influenciar as marcas de moda a adotarem uma posição ética e ecologicamente correta na fabricação e no fornecimento de seus produtos.

Muitos consumidores estão mais sensíveis sobre a importância de um comércio justo, porque, segundo Glose (apud IROKAWA, MAIA E CÂMARA, 2017, pág. 5), “ (...) há uma demanda crescente por um comércio justo e produtos orgânicos, além da rastreabilidade das matérias primas”. A indústria de moda ética no mundo tem crescido o que requer o aumento da disponibilidade de artigos de moda ética para suprir esse mercado.

2.1 O fast fashion e os impactos na moda

Até o século 18, as peças de vestuário eram feitas para ter uma maior durabilidade por que era necessário ter acesso aos tecidos e materiais e saber manipulá-los, e isso custava tempo e dinheiro. A partir da Revolução Industrial, em 1790, os processos foram sendo facilitados pouco a pouco. A invenção das máquinas de costura, por exemplo, foi determinante e possibilitou que as roupas fossem produzidas em maior velocidade e quantidade.

Como a intenção deste estudo não é fazer um apanhado da história que marcou as mudanças deste mercado até os dias atuais, mas falar dos tempos atuais, pularemos o tempo para a atualidade.

Atualidade essa que tem na efemeridade um dos sustentáculos da moda e traz mudanças cada vez mais rápidas e diversificadas. O que estável e constante não é mais valorizado, e sim o momento presente, o novo e tudo aquilo que muda rapidamente. Surge, na moda, então, o conceito de revival ou retrô. Como quase tudo já foi criado no vestuário, inicia-se, em meio à década de 1980, um processo de revisitação de modas do passado, a fim de contemporizar essas tendências através de releituras (MESQUITA, 2006, apud CIETTA, 2012).

Essas novidades perduram até os dias atuais. Essa fantasia de mudança também acontece em outros tipos de produto, através das novas embalagens, cores diferentes e outros. A brevidade do tempo e das variações de produto é a característica essencial da moda fast-fashion.

O conceito de fast-fashion (ou “moda rápida”, em português) surgiria apenas na década de 1990, com o barateamento tanto da mão de obra quanto da matéria-prima na indústria têxtil. Lojas como Zara, H&M e Topshop investiram em peças que lembravam a alta costura, porém tinham custo baixo para o consumidor e um tempo de vida reduzido (CIETTA, 2012).

Rapidamente, a fórmula se tornou um fenômeno entre o público e se expandiu por todo o mundo na década seguinte. O modelo fast fashion no Brasil pode ser observado em grandes fabricantes, como Renner, Riachuelo e Pernambucanas, além da presença de várias marcas estrangeiras no mercado nacional.

O fast fashion é, para Cietta (2012, p. 33), “no setor da moda, o modelo produtivo/distributivo de maior sucesso dos últimos anos”. Trata-se de um modelo em

que os produtos são fabricados, consumidos e descartados constantemente e com muita rapidez. Como a indústria da moda está entre as maiores do mundo, seu crescimento para 2020 é previsto para movimentar 1,5 milhões de dólares, segundo a Revista Digitale têxtil, em todos os seus segmentos.

Os benefícios para o mercado são inúmeros, tais quais maior rentabilidade, geração de empregos e produtos a custo acessível, dentre outros. Porém, é necessário olhar para o sistema com responsabilidade, tendo consciência dos impactos que o mesmo pode causar no meio ambiente e nos hábitos de consumo.

Uma das principais características do fast-fashion é sua capacidade de produzir coleções na qual prevaleçam os produtos de maior sucesso e inspiradas em estilistas que acabaram de lançar seus produtos, que são imediatamente reproduzidos em larga escala.

Outra característica importante é a rapidez que as empresas conseguem realizar e vender o produto. Essa rapidez, para Cietta (2012, p. 47) não é constante.

Esse modelo semiprogramado baseia-se em diversas coleções de estações, que são atualizadas com flashes entre uma coleção e outra – tendencialmente, a produção das coleções é, de modo prioritário, administrada sobre os pedidos dos clientes, enquanto os flashes são produtos desenvolvidos “no escuro”.

A rapidez é apenas uma variável que as empresas de fast-fashion escolhem de forma consciente e que muitas vezes sofrem modificações de acordo com as demandas da empresa ou no andamento das estações.

Quando se fala sobre o que é fast-fashion, os impactos negativos sociais e ambientais são lembrados instantaneamente. Mesmo com tão pouco tempo de existência, já é possível se identificar muitos problemas oriundos desse sistema.

Após a rápida expansão do modelo, a indústria da moda se tornou a segunda mais poluente do mundo, graças à utilização de tinturas de baixa qualidade, insolúveis ou produtos à base de metais pesados, dentre outros materiais utilizados no processo

O descarte exacerbado de roupas é um fator prejudicial ao meio ambiente. As peças produzidas são descartáveis no anseio de acompanhar as tendências da moda, sendo jogadas no lixo em pouco tempo. Por causa do manejo inadequado, muito desses materiais se torna inutilizável.

A rapidez na entrega de peças prontas aos clientes por parte das fábricas, sem grandes investimentos, acaba por utilizar mão de obra precarizada, ou até mesmo, como já foi flagrado, a escrava através da contratação ilegal, jornadas de trabalho superiores a 16 horas, condições de trabalho degradantes e pagamentos inferiores.

Esse modelo de uso e descarte rápido tem um impacto negativo sobre pessoas e sobre os recursos do planeta, como é de se esperar. De acordo com REICHART e DREW (2019), os impactos são de cunho econômicos, ambientais e sociais. Para as autoras, as implicações econômicas são resultados do crescimento da classe média em todo o mundo, o que aumentará a demanda por peças de vestuário.

Esse consumo exacerbado é uma fonte considerável de consumo de recursos ambientais. Só para se ter uma ideia a fabricação de uma calça jeans emite o equivalente a dirigir um carro por 128 quilômetros, as roupas feitas de tecido não biodegradável podem permanecer em aterros por até 200 anos. Enquanto a fabricação de roupas em larga escala estimulou o crescimento da economia, também favoreceu o trabalho precário não só de adultos, mas de crianças também.

O consumo cada vez mais rápido das peças e a necessidade de produzir para ciclos de moda mais curtos geram pressão sobre os recursos, resultando em uma linha de produção que coloca os lucros à frente do bem-estar humano.

O caráter do produto de moda deixou de ser o de manufatura industrial e “se tornou o de um produto híbrido, aquele que possui um valor material consideravelmente inferior ao seu valor imaterial”, caracterizado por ser inovador e possuir variedades infinitas, diferenciações horizontais e verticais (MUNHOZ, 2012, p. 25).

Hoje os fenômenos que definem o sistema da moda rápida passaram a ser analisados com um olhar distinto daquele do passado, compreendendo elementos antes negligenciados. “Nas indústrias de produtos híbridos, a inovação é dada pela capacidade de desenvolver produtos sempre novos, com um conteúdo imaterial que esteja em sintonia com o desejo dos consumidores.” (CIETTA, 2012, p. 66). A nova ótica do fast-fashion se baseia na sobreposição entre produção e consumo, decompondo a ordem comum de oferta e procura.

Portanto, o próprio ato de consumir dos indivíduos gera uma nova produção em um círculo vicioso no qual o consumidor é o protagonista. Enxergar essa subjetividade

contemporânea e utilizá-la como essência de modelo de negócio é o grande trunfo do fast-fashion.

3 SLOW FASHION: DESAFIOS PARA UMA MODA SUSTENTÁVEL

O termo *slow fashion* tem inspirações num movimento chamado *slow food* entre os anos de 1980 e 1990 que criticava as redes de restaurantes americanas de fast food que estavam crescendo pela Europa (BOMMEL e SPICER, 2011). O intuito do movimento era preservar a cultura local e suas tradições. Para Voronovicz e Zacar (2011), o *slow design* parte desta concepção de aproveitar o tempo, apreciação da comida, este tempo na diminuição da velocidade e ferocidade imediata. Os autores propõem algo voltado para sustentabilidade utilizando matérias primas locais e respeitando o meio ambiente e a cultural local.

Observa-se que slow fashion apresenta um movimento inverso da moda *fast-fashion* apresentado anteriormente. O *slow fashion* tem como fundadora Kate Fletcher e Grose (2011) que analisa criticamente a moda, na questão da origem da composição do produto na sua fabricação desde roupa ao calçado. Apresenta alternativas sustentáveis como a conscientização do consumo descontrolado, a valorização da produção local e o resgate das técnicas artesanais. Fletcher e Grose no livro *Moda e Sustentabilidade*, de não se limita à forma lenta, mas sim a percepção além da rapidez, do crescimento (produção) e consumo, ou seja, como comprar e consumir de forma devagar?

O slow fashion, como citado anteriormente, pode ser visto como um paradoxo ao *fast fashion* e a produção em massa do prêt-à-porter. Esse modelo produz a cada semana diferentes coleções para inúmeros nichos de mercado, abastecendo lojas a todo o momento e gerando um enorme problema para a sociedade. Pois, para a autora, quanto mais peças são produzidas, mais resíduos industriais estão sendo gerados na cadeia de confecção de vestuário.

Para o movimento *slow fashion* existem alternativas interessantes sendo estudadas e aplicadas no desenvolvimento de produtos de moda, com ênfase na criação e modelagem, configurando produtos únicos e com responsabilidade

ambiental visando atender a uma demanda de consumo sustentável e resolver problemas oriundos dos processos industriais de produção de vestuário.

Dentro desse processo está o designer de moda que é uma peça-chave da cadeia de desenvolvimento de produtos e conforme Gwilt (2014 p. 12 apud RIZZI, ANICET E MEURER, 2017, p. 5)

Na maioria dos casos espera-se que o designer lidere o desenvolvimento de uma coleção desde a etapa de design até o desenvolvimento da peça-piloto e, quase sempre, ele é responsável pelas decisões-chave a serem tomadas durante o processo.

Para melhor compreender o papel do designer no processo de desenvolvimento de produtos de moda é preciso, primeiramente, ter conhecimento das etapas e atividades desenvolvidas ao longo desse processo, como acentua RIZZI, ANICET E MEURER, 2017, p. 6)

As atividades correspondentes a cada uma delas podem variar de empresa para empresa, mas o princípio é exatamente o mesmo. Tudo se inicia pela fase de design, na qual se desenvolverá o conceito da coleção, a pesquisa de tendências, a concepção da coleção e a pesquisa e seleção de materiais e processos têxteis. Nesse momento acontece a ideação das peças que serão posteriormente confeccionadas e na abordagem sustentável, é necessário criar roupas que se utilizem de materiais e processos que venham ao encontro desse quesito. Isto exige muita pesquisa por parte dos designers que precisam levar em consideração os princípios do design sustentável em relação à sua situação em particular e aplicar tais conceitos de forma correta e com toda convicção do início ao fim.

Ao se Utilizar de processos com abordagem sustentável, o desenvolvimento de uma peça de roupa leva mais tempo do que na abordagem *fast fashion*. Porém, essa nova maneira irá promover um aumento na vida útil do produto, já que o mesmo será pensado e concebido para que tenha uma maior qualidade e durabilidade.

Para garantir que isso aconteça, o setor do design de moda muito tem se esforçado para acompanhar as rápidas mudanças acerca dos fatores sócio ambientais. A autora Lilyan Berlim lançou em 2012 o livro: *Moda e Sustentabilidade – Uma reflexão necessária*. Refere-se a Moda e os princípios da sustentabilidade, apresenta uma proposta sobre contextualização dos assuntos e reflexões sobre estilo de vida, hábitos de consumo e modelos de negócios.

Ianaí Mendes (2013 p. 88) aponta seis estratégias em curso, a serem

realizadas até o ano de 2023.

- Aumentar a percepção do valor dos produtos e serviços da cadeia têxtil e de confecção do Brasil nos mercados interno e externo;
- Criar plataforma tecnológica que impulse a inovação baseada em conhecimento na rede;
- Atrair e reter talentos em áreas estratégicas do conhecimento na rede;
- Integrar virtualmente a rede de valor e criar infraestrutura para a inovação;
- Tornar as empresas inovadoras do setor atrativas para investidores nacionais e internacionais;
- Integrar governo, academia, associações e empresas em uma rede de criação de valor sustentável.

A indústria da moda apresenta ramificações em diferentes áreas, como as artes plásticas, a música, o cinema, as ciências naturais e exatas. O design perpassa por este repertório com as áreas que abarcam os estudos sobre a sustentabilidade, a economia solidária/criativa, e o empreendedorismo social. É com o olhar sobre esse design de moda transdisciplinar, criativo e inovador que vislumbra um debate sobre as questões políticas-sociais e ética contrário do movimento *fast-fashion*.

De acordo com o relatório O Futuro da Sustentabilidade na Indústria da Moda¹ (2019), este documento aponta²

Maior conscientização global: campanhas de conscientização globais, com informações facilitadas por meio do setor para criar a necessidade de mudança nos paradigmas em direção à moda sustentável;

Inovação em fibras e processamento: novos tipos de fibras e tecnologias de processamento para reciclagem e manutenção de baixa energia e pouca utilização de água para roupas;

Relatório de sustentabilidade altamente detalhado: empresas da indústria devem ser obrigadas a fazer relatórios de sustentabilidade detalhados em todos empréstimos e acordo de investimentos com grandes instituições financeiras;

Iniciativas orientadas: para proteger os trabalhadores, a maioria das companhias deve incorporar processos para proteção dos direitos humanos. A partir de um código de conduta elaborado e direcionado aos abusos enfrentados por eles em primeira mão;

Alta concentração cooperação: os principais nomes da indústria precisam se unir e trabalhar através de alianças formais. Por isso, os principais pontos

¹ <https://candafoundation.org/en/news/pdf/future-sustainability-fashion-industry-delphi-final-report-futureimpacts-ca-2019-v7.pdf> – páginas 05 e 06.

² Tradução: <https://revistavlk.com.br/sustentabilidade-o-futuro-da-moda/>

serão mais fáceis de identificar e, unidos, poderão aplicar soluções sustentáveis no setor;

Responsabilidade estendida do produtor: exigir que as empresas de moda reduzam a quantidade de resíduos e, com isso, de desperdício;

Salários compatíveis: para alcançar essa meta, são necessários pagamentos justos e decentes, com padrão mundial monitorado por governos locais e instituições globais.

O estudo cita os problemas atuais como a “*armadilha da fast fashion*” e a “*cadeia de valor altamente fragmentada*”. O movimento Fashion Revolution criado em 2013 com a participação de 100 países apresentou em 2018 um relatório que apontou as indústrias e empresas que apresentam medidas sustentáveis dentro do parâmetro de responsabilidade socioambiental, entre elas aparece a Zara, que já teve acusações de trabalho escravo em 2011 e tenta mudar suas ações em prol de *uma política eco-friendly* e ações como o uso de energia renovável em 80% como também menor gasto de água.

O grande impacto observado no setor têxtil e o fast fashion só aumenta, as produções passaram a ser semanais e trouxe consequências ao mercado da moda dentro da relação moda e capitalismo (D’ALMEIDA, 2008, p.2)

A expressão “a sociedade de consumo”, herdada da década de 1920, sublima a relação entre a moda e o consumo de seus bens, assim, podemos entender a moda como parte integrante do processo de produção e manutenção do sistema capitalista”.

Para se promover uma mudança nesse sistema cruel, há de se buscar formas assertivas de trabalho. Como toda mudança pode implicar questões e adaptações a serem discutidas, sejam elas culturais, sociais ou econômicas, na moda esse processo é relativamente novo e pode levar mais tempo para ser aceito pelas indústrias e consumidores.

Para Lipovetsky (2005 apud CIETTA, 2012) a moda também é uma constante ferramenta de mudanças e está diretamente atrelada a sociedade, aos contextos históricos e a aparência que o ser humano deseja transparecer ao outro.

O Slow fashion nos apresenta uma nova forma de consumir e produzir com ênfase no sustentável, na preservação do meio ambiente, da produção artesanal,

levando em consideração o sistema de moda e de consumo.

O sistema *slow fashion*, não é mais uma tendência, é uma necessidade que o setor do vestuário tem sentido nestes últimos anos. Para o setor da indústria esse sistema de moda não é visto como um modelo de negócio rentável. O sistema capitalista de consumo e as políticas governamentais ainda imperam na sociedade e na forma como somos induzidos a comprar.

Diante disso, é preciso um estudo e uma estratégia que demonstre para as empresas que a forma como consumimos hoje, reflete no meio ambiente e no futuro, e essa questão está à cima dos lucros. É de suma importância mais estudos nessa área para que se possa encontrar um ponto de equilíbrio onde nem o setor tenha perdas e nem o meio ambiente.

3 METODOLOGIA

A metodologia quanto ao objetivo do estudo caracteriza em ser exploratória, por procurar nos seus objetivos apresentados compreender o fenômeno em questão para pesquisas e estudos futuros, sendo assim o objeto de pesquisa sendo bibliográfica que é o delineamento necessário para se conhecer o que existe de estudos. Ao utilizarmos a plataforma CAPES que ao acessarmos no item busca, colocamos a categoria *slow fashion* apresentou 3692. Destas, 2385 para mestrado e 1016 para teses de doutorado. Em 2001 tínhamos 7 trabalhos, 2008 foram 20. O que verificamos é que na primeira década do século XXI os trabalhos eram poucos, se intensificaram a partir de 2013 (452), 2014 (607), 2015 (664), 2016 (797), 2017 (763), 2018 (843), 2019 (589). A pesquisa bibliográfica compreendeu o levantamento de referências sobre o fenômeno estudado junto a publicações acadêmicas na área de designer de moda. A pesquisa foi realizada em 4 etapas: (1) pesquisa bibliográfica, (2) seleção de trabalhos com a relação *slow fashion* e sustentabilidade, (3) elencar as categorias propostas nos objetivos do trabalho; e (4) análise e conclusão. O desenvolvimento do trabalho se fundamenta sobre uma pesquisa do tipo qualitativa com caráter exploratório, foram pesquisados os assuntos em livros, artigos científicos, dissertações.

4 CONSIDERAÇÕES

A presente pesquisa apresentou duas alternativas de produção de peças de vestuário, fast fashion e slow fashion, e os desafios que o modelo slow fashion tem para se promover uma moda sustentável. O Slow fashion é um conceito mais abrangente de desenvolvimento de produtos de moda, que vem ao encontro das mudanças que estão ocorrendo na sociedade e nos consumidores, cada dia mais preocupados com o que consomem, interessados em saber a origem e qual será a vida útil do produto.

O modelo Slow fashion traz algumas alternativas interessantes na sua forma de idealizar e conceber produtos. Dentro desse processo está o designer de moda como profissional capaz de idealizar produtos altamente inovadores, sustentáveis e atemporais, sendo possível prolongar sua vida útil através dessas características.

Aderir ao modelo slow fashion é conceber uma moda consciente, pensada por designers e modelistas cientes de suas atividades e dos impactos que essas podem gerar visando um desenvolvimento de produtos com responsabilidade social e ambiental, baseadas numa cadeia de produção de desenvolvimento sustentável.

5 REFERÊNCIAS

BERLIM, Lilyan Guimarães. **Transformações no campo da moda: crítica ética e estética**. 2016. 356f. Tese (Doutorado) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

BOMMEL, Koen van; SPICER, André. **Hail the Snail: hegemonic struggles in the slow food movement**. *Organization Studies*, 32 (12), p. 1717-1744, 2011.

CIETTA, Enrico. **A Revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. 2 ed, São Paulo: estação das Letras e Cores, 2012.

D'ALMEIDA, T. **Não basta desfilar, tem que vender (des)encontros entre moda e mercado**. Vol.2, Nº. 2. dObra[s]: revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, 2008. Acesso em: 09 abr. 2020 Disponível em < <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/383>>.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

IROKAWA, Elisa S. F., Maia, Sandra, Câmara, Jairo J. D. **SLOW FASHION: POSSÍVEIS CAMINHOS PARA A INDÚSTRIA DA MODA CONTEMPORÂNEA**. In: 13º Colóquio de Moda, 2017. Disponível em < http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/13-Coloquio-de-Moda_2017/CO/co_8/co_8_SLOW_FASHION_POSSIVEIS_CAMINHOS.pdf>. Acessado em Agosto de 2020.

MENDES, Yanaí. **Caminhos do Design de Moda rumo a uma sobrevivência sustentável**. 2013. Disponível em < <https://ppgdesign.anhembí.br/wp-content/uploads/dissertacoes/94.pdf>>. Acessado em Agosto de 2020.

MUNHOZ, Júlia Paula. **Um ensaio sobre o fast-fashion e o contemporâneo**, 2012. Disponível em < <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/Julia.pdf>>. Acessado em Agosto/2020.

REICHART, Elizabeth, DREW, Débora. **Os impactos econômicos e sociais da “fast fashion”**. Publicado originalmente no WRI Insights, 2019.

RIZZI, Suelen, ANICET, Anne, MEURER, Heli. **Alternativas inovadoras e sustentáveis para o desenvolvimento de produtos de moda, com ênfase nas técnicas de ideação e modelagem focadas no zero waste : uma abordagem Slow fashion**, 2011. In: 5º Congresso Científico Textil e Moda. Disponível em <https://docplayer.com.br/70915793-Uma-abordagem-slow-fashion.html>. Acessado em Setembro/2020.

VORONOVICZ, P.; ZACAR, C. **Slow design e os requisitos para o design sustentável**. IV Simpósio Nacional de Tecnologia e Sociedade, Curitiba, 2011.