

Fast-Slow: o paradoxo do cenário têxtil-confecção-moda

Fast-Slow: the paradox in the textile-clothing-fashion scenario

ATRAVESSE PARA A OUTRA MARCA

Felipe Guimarães Fleury¹

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2907-1446>

Mirtes Marins de Oliveira²

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7132-0875>

[**resumo**] O objetivo do artigo, a partir de pressupostos ideológicos que sustentam os movimentos de moda *fast-fashion* e *slow fashion*, é analisar os discursos construídos acerca da obsolescência de produtos de moda sob a ótica dos sistemas de produção linear e circular relacionados à significação do paradoxo *Fast-Slow*. Tais análises não se limitam a negar o *fast-fashion* e afirmar o *slow fashion* como possível alternativa à obsolescência. Conforme Weber (1999), o entendimento das questões subjetivas e empíricas desses fenômenos sociais levam ao interesse preliminar de repensar a própria estrutura do cenário têxtil-confecção-moda e sua organização social e ambiental para rever os desafios futuros. Ainda como base teórica, utiliza-se Berlim (2015), Fletcher e Grose (2011), Kazazian (2005), Minney (2016) e Salcedo (2014) a fim de fundamentar as perspectivas de um possível caminho para a atuação ética do profissional de moda em uma sociedade de consumo com vistas à transição do modelo econômico linear para o circular com maiores conhecimentos sobre desenvolvimento sustentável.

[**palavras-chave**] **Indústria da Moda. Sociedade de Consumo. Moda Rápida. Moda Lenta. Moda Circular.**

[**abstract**] The objective of the article, starting from the ideological presupposes that sustains the fashion movements like fast fashion and slow fashion is to analyze the idea built around the obsolescence of fashion products under the eye of the linear and circular production systems related to the meaning of the Fast-Slow paradox. Those studies are not limited to deny fast fashion and affirm slow fashion as the possible alternative to obsolescence. According to Weber (1999), the understanding of the subjective and empirical issues of these social phenomenons leads to the preliminary interest of rethinking the structure of the textile-clothing-fashion scenario and its social and environmental organization in order to review future challenges. Yet as a theoretical base, it's used Berlim (2015), Fletcher and Grose (2011), Kazazian (2005), Minney (2016), and Salcedo (2014) to underpin the perspectives of a possible path for the ethical act of the fashion professional in a society of consuming in the views for a transition of an economical linear model to a circular one, with bigger knowledge about the sustainable development.

[**keywords**] Fashion Industry. Consumer Society. Fast Fashion. Slow Fashion. Circular Fashion.

Recebido em: 07-01-2021

Aprovado em: 28-04-2021

¹ Doutorando em Design pela Universidade Anhembi Morumbi. Docente de Graduação e Pós-Graduação em cursos de Moda (Design e Negócios) pela Universidade Anhembi Morumbi / Têxtil e Moda pela Escola SENAI-SP. E-mail: talk2felipe@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2576974385692698>.

² Pós-Doutorado em Educação pela Universidade de São Paulo. Mestre e Doutora em Educação: História, Política, Sociedade pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Docente do Programa de Pós-Graduação em Design – Mestrado e Doutorado pela Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: mirtescmoliveira@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6183285195062611>.

Introdução

A Revolução Industrial foi de ordem econômica, conduzida pelo desejo de adquirir capital. Nesse processo, houve falhas que resultaram em omissões cruciais, as quais acarretaram consequências devastadoras para nós e foram transmitidas com os pressupostos dominantes da era em que a transformação tomou forma (BRAUNGART et al., 2013).

Seguindo o raciocínio de Braungart *et al.* (2013), a extração, produção, comercialização e eliminação são ações que permeiam a economia por causa de tecnologias em desenvolvimento desde o século XVIII, uma época que testemunhou o surgimento do pensamento econômico subjacente às atuais economias globais e à produção mecanizada. Durante o processo de industrialização, este modelo manifestava o desenvolvimento das cidades e o crescimento da produção de insumos e matérias-primas, bens de consumo, empregos, nível de vida e lucro.

No século XIX, quando tais práticas tiveram início, seu impacto não era uma preocupação. Os recursos pareciam imensuravelmente vastos, e a própria natureza era vista como a Mãe Terra que, por ser perpetuamente regeneradora, absorveria todas as coisas e continuaria a crescer. “Ao mesmo tempo, a visão do Ocidente viu a natureza com uma força perigosa e bruta a ser civilizada e subjugada. Os seres humanos encaravam as forças naturais como hostis, de maneira que a atacavam a fim de controlá-la” (BRAUNGART *et al.*, 2013, p. 32).

No entanto, o mundo não é o mesmo no século XXI e, por meio desse modelo econômico baseado na produção e consumo em massa, sofre não só consequências ambientais, mas também sociais. Além da escassez de recursos naturais, da poluição e danos ao solo, água, ar e biodiversidade, vive-se a superpopulação, a pobreza, as epidemias, as doenças, o ritmo de vida desenfreado, as guerras e as formas de subempregos e má alimentação. Todas, consequências de decisões passadas relativas à gestão de recursos.

O cenário acima descreve um panorama mundial, mas o processo de industrialização brasileiro, comparado aos países mais desenvolvidos, tem sua história recente. Considera-se que o Brasil começou a industrializar-se a partir do setor têxtil, pois suas raízes precedem à chegada e ocupação do país pelos portugueses, dado que os povos originários já se relacionavam com a natureza, dela extraíndo elementos como fibras vegetais a serem entrelaçadas, fiadas e coloridas. Os habitantes daqui produziam modelos alinhados às festividades e ao clima, inclusive para a proteção corporal, e também empregavam as roupas para diferenciar e significar as posições sociais.

Isso posto, a partir do início do século XIX, a evolução da indústria têxtil no Brasil foi marcada pelo avanço tecnológico nos meios de produção, que de manuais passaram a ser substituídos pelos industriais.

Na atualidade, foi possível observar que a inovação se converge para um ponto comum: a conjuntura do sistema capitalista a qual o cenário têxtil-confecção-moda está vinculado. Nota-se que a moda, no âmbito acadêmico ou na atuação profissional, vem abordando diversos fatores de natureza sociocultural, tais como os mercadológicos, ambientais e psicológicos.

As céleres mudanças ocorridas no ambiente mercadológico derivam de processos políticos e industriais fomentados pela tecnologia, ressaltando evidências que conduzem a sociedade (MAFFESOLI, 1994). Em decorrência dessa lógica, o meio ambiente seria apenas mais uma fonte a ser explorada. Convém mencionar que a moda está inserida na prática social e, conseqüentemente, na de costumes.

Em síntese, todas ou quase todas as etapas de produção industrial requerem rigorosa atenção, desde a obtenção da matéria-prima até o redirecionamento industrial do produto após o uso, não sendo o descarte considerado como uma opção socialmente correta e ecologicamente viável. Na Educação, a importância da sustentabilidade na moda e nos têxteis se tornou uma questão, consideravelmente recente, nos últimos 10 anos. Considera-se o ensino da moda um fator significativo, pois “o espaço educativo é possivelmente um dos maiores lugares para dialogar com as possibilidades de se orientar e desenvolver a mudança que precisamos no mundo” (HAIGH, 2005, p. 40).

Tal premissa é apontada por estudiosos como um possível caminho para a atuação responsável e o desenvolvimento sustentável (FLETCHER, 2014; KAZAZIAN, 2005; MANZINI *et al.*, 2002; BRAUNGART *et al.*, 2013; SALCEDO, 2014). Há demasiado tempo a comunidade do design vê as preocupações políticas, sociais e ambientais como situadas para além das suas atribuições (BRAUNGART *et al.*, 2013).

De maneira complementar, para o entendimento do paradoxo proposto neste artigo, são abordados fenômenos atribuídos à era moderna e às reações pós-modernas³ decorrentes da modernidade (HARVEY, 2008) que convergem e se assemelham em um ponto comum: a atenção do próprio ato social de consumir, vinculado ao sistema capitalista que, em linhas gerais sob a ótica organizacional, considera a dimensão econômica acima da social, ambiental e cultural.

Construção do cenário têxtil-confecção-moda

Até a década de 1980, a produção do sistema de moda era observada por meio das coleções de outono/inverno e primavera/verão. Esse método, chamado de calendário de temporadas, organizou-se a partir de Charles Worth (1895 citado por DEBOM, 2017) e sua produção na *maison* Worth & Bobergh:

Com o aumento da produção, a confecção de trajes foi dividida em dois tipos: os que eram feitos principalmente à mão, com exclusividade para clientes específicas, ou seja, eram executados uma única vez; e os que eram preparados de forma mais mecânica e que não tinham o objetivo de serem únicos, portanto, eram produzidos em número maior. Ambos, se comparados aos produtos das outras lojas, eram muito mais caros. (WORTH, 1895)

³ Em conformidade com o *fast fashion* e o *slow fashion*, respectivamente.

Os “trajes feito à mão” remetem à ideia de alta-costura⁴ e os “executados uma única vez” ao pronto-para-usar⁵, associados ao encerramento da Moda de Cem Anos (LIPOVETSKY, 1987, p. 128). Quatro anos após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), no final de 1949, entra em ascensão a industrialização e comercialização de peças confeccionadas em larga escala criadas por um estilista [*designer*] de acordo com as tendências de moda. Esse fato torna a moda mais acessível a um número maior de compradores. O modo de produção e confecção em massa permite preços mais competitivos e, por isso, o aumento das vendas torna o ciclo mais rápido.

Ao descrever as mudanças do sistema de moda, Vincent-Ricard (1989) relata que, até a Segunda Guerra Mundial, a França foi o polo difusor de costumes no mundo ocidental. Mas durante o período de guerra, surge no cenário a concorrência dos Estados Unidos. Assim, “vem da América a mensagem do *prêt-à-porter*, em artigos estéticos, funcionais e descontraídos. Na Europa, o estilo viria a evoluir, crescendo-se fantasia e humor, porém mantendo suas características básicas” (p. 28).

A autora determina o período pós-guerra como um “surto de valores criativos” e relata algumas questões importantes:

Como fabricar um produto têxtil de qualidade estética, porém sujeito às limitações industriais? – Como planejar uma promoção eficaz de divulgar a mensagem de estilo ao longo de todas as etapas do processo? Como levar fiações, tecelagens, confeccionistas e fábricas de acessórios a se basearem nas mesmas tendências estéticas em relação as cores, materiais e formas? (VINCENT-RICARD, 1989, p. 33)

E ainda afirma que era preciso mudar a mentalidade dos consumidores, tão habituados ao “sob medida”, sistema no qual se estabelecia a estreita relação fabricante-cliente. A partir daí, os anos 1960 são apresentados por essa autora como revolucionários. “Surgem novas experiências na moda nunca feitas anteriormente, como matérias-primas, às vezes alternativas ou sintéticas, formas, e importações de costume” (VINCENT-RICARD, 1989, p. 85).

Durante a reconstrução europeia, a população começa a ter maior poder de compra e as classes médias passam a exigir mais das ofertas de mercado associadas ao modo de produção de peças confeccionadas em massa. Isso indica o posterior surgimento do denominado *fast-fashion*⁶, que enfatiza a demanda industrial para atender às exigências dos consumidores. Assim, a indústria foi obrigada a buscar flexibilidade para produzir o máximo possível em tempo recorde, adaptando-se facilmente para satisfazer os anseios da sociedade de consumo por novidades.

⁴ Alta-costura (do francês *haute couture*) refere-se à criação e produção de peças de vestuário exclusivas e em escala artesanal.

⁵ Pronto-para-usar (do inglês *ready to wear* – e derivado do conceito norte-americano para o francês, *prêt-à-porter*) refere-se à criação e produção de peças de vestuário em escala industrial.

⁶ Moda rápida (do inglês *fast fashion*) refere-se ao sistema de moda direcionado à alta demanda dos consumidores por novas peças de vestuário e em curtos prazos de tempo.

Apesar de Cietta (2012) defender de modo incisivo o fast-fashion é possível notar que, se em décadas anteriores os designers de moda criavam roupas que pediam novas silhuetas e posturas, na atualidade são recicladas tendências do passado, uma vez que os profissionais são pressionados a lançarem inúmeras coleções com a perspectiva de atingir altos faturamentos.

Convém enfatizar que o impulso pelo consumo desenfreado no movimento *fast-fashion* torna as peças do vestuário obsoletas em um prazo ínfimo, pois a lógica que fundamenta o processo de globalização é produzir materiais efêmeros.

Paralelamente à “revolução dos costumes”, outra mudança acontece: a “globalização”. Harvey (2008) indica 1972 como o ano que marca uma condição diferente da modernidade, relacionada a novas maneiras pelas quais experimentamos tempo e espaço. Isso ocorre com a introdução da informática na vida cotidiana, o que ocasiona mudanças “de modos mais flexíveis de acumulação do capital e um novo ciclo de compreensão de tempo e espaço na organização do capitalismo” (p. 7).

Para Harvey (2008), nesse período a sociedade caracteriza-se pelo fragmentário e contingente, aspectos inerentes aos dias atuais acarretando consequências identificáveis no sistema de moda influenciado por novos hábitos e costumes.

Sob a ótica da sociologia e da filosofia, Bauman (2013) e Lipovetsky (2007) comentam tais atividades econômicas como um fenômeno social que reflete, na contemporaneidade, as questões concernentes ao consumismo, a efemeridade e a produção excessiva de bens. Já no campo da investigação em design, ao apresentar o denominado Metaprojeto, Moraes comenta que “[...] a forma do produto não é mais uma questão funcional: está ligada aos fatores semânticos, psicológicos e subjetivos [...] esta prática sofre processo de revisão [...] adequada a explicar os fenômenos complexos” (2010, p. 6).

Ao descrever apontamentos históricos sobre o decurso de uma sociedade de produtores para uma sociedade de consumidores, Bauman argumenta que a

[...] função do Estado capitalista ao administrar a “sociedade dos produtores” era garantir um encontro contínuo e frutífero entre capital e trabalho – enquanto a verdadeira função do Estado ao presidir a “sociedade dos consumidores” é assegurar encontros frequentes e exitosos entre os bens de consumo e o consumidor. (2013, p. 77)

Em uma sociedade de consumo, os objetos, os bens e os serviços possuem valor simbólico para os indivíduos que os procuram. Na sociedade capitalista atual, é o consumo que categoriza as pessoas e as estratificam em classes sociais, teoria discutida de forma semelhante por Baudrillard (1995).

Os consumidores valorizariam as mercadorias pelo seu significado social, pois o objeto do consumo é, primeiramente, um signo que cumpre função de representação social para o indivíduo conforme suas aquisições. Como crítica, Bauman (2008) complementa dizendo que o sistema consumista compromete o futuro, desmantela gradualmente as estruturas que mantêm a coesão social e comercializa a moral.

Lipovetsky (2007) apresenta o consumo a partir de uma perspectiva diferente. Para o autor, a satisfação das necessidades na sociedade atual é um movimento de democratização do mundo material, de diversificação de modos de produzir e do aprimoramento de tecnologias. E essas aceleraram os processos de fabricação, ampliaram a oferta e a demanda e tornaram os objetos efêmeros, sem serventia em curto prazo.

Nesse contexto, a moda é uma invenção social histórica do Ocidente, diretamente vinculada à “ascensão econômica da burguesia” (LIPOVETSKY, 2007, p. 42) e ao Estado moderno, que tornaram realidade e deram legitimidade aos desejos de promoção e de diferenciação social.

A ideia de moda, o sentido atribuído ao produto, passou de ser consumida e substituída em curto prazo e paulatinamente se estendeu a várias “produções da sociedade tecnológica industrial e consumista” (LIPOVETSKY, 2007, p.24).

Com relação a esse sistema de moda alinhado ao surgimento da sociedade moderna, seu consumo ganha força, pois valoriza o novo, o transitório e o individual e, de forma complementar, conforme a reflexão de Lipovetsky (2011), a sociedade moderna traz consigo o aparecimento de valores e significações culturais que glorificam a individualidade e a novidade.

É o “império do efêmero”, no qual o ciclo de vida das mercadorias é curto, e as pessoas têm uma relação fugaz com o bem, desfazendo-se delas rapidamente, caracterizando uma sociedade na qual tudo se tornou descartável (LIPOVETSKY, 2007).

Lipovetsky (2011) defende que na sociedade do consumo o indivíduo possui mais liberdade do que nas anteriores, pois no mundo contemporâneo ele pode ser “ele mesmo”, adquirindo o que bem entende, possuindo uma personalidade ímpar, livre das pressões morais das sociedades passadas e, assim, escolhendo o seu modo de vida, uma vez que o consumo está associado à realização pessoal.

Na perspectiva do autor, o consumo é um ato de cidadania e não se pode falar em exercício de cidadania desvinculado do consumo, atividade pela qual o indivíduo se sente inserido na sociedade e pertencente a um grupo. Seguindo essa linha de pensamento, o autor propõe uma “ética do consumo”, a fim de satisfazer o princípio de corresponsabilidade às justças e injustças presentes no ato de comprar. O consumo sustentável proposto busca “a dinâmica de expansão das necessidades que se prolonga, mas carrega novos significados coletivos e individuais” (2005, p. 24).

Para Maffesoli (1994), a sociedade contemporânea vive um momento paradoxal, em que velhas ideias coexistem com novas, proporcionando uma metamorfose social. A coletividade está saturada e precisa de ressignificação. Na moda também é possível observar a transição entre as eras moderna e pós-moderna, por meio de dois fenômenos sociais, o *fast-fashion* e *slow fashion*⁷, ambas potências esperando atualização ao fazerem exposição do que está intangível.

⁷ Moda lenta (do inglês *slow fashion*) refere-se ao sistema de moda direcionado às produções mais conscientes e duráveis em todo o ciclo.

O *fast-fashion* tem sido apontado como um grande vilão da moda. Entretanto, sob a abordagem da sociologia compreensiva⁸, é possível perceber que todas as questões sociais têm seus pontos positivos e negativos. A sociedade tornou-se veloz, e a moda, com seu dinamismo incontestável, respondeu prontamente aos anseios sociais, materializando-os. Essa forma rápida de produção mostra a adaptação da moda aos preceitos modernos dos séculos XIX e XX, sob a visão progressista de uma sociedade industrial.

Respondendo aos efeitos pós-modernos, a moda inicia um movimento de questionamento sobre os impactos da industrialização (o lado negativo do *fast-fashion*). O movimento *slow* baseia-se no desenvolvimento sustentável, de forma a desacelerar os impactos negativos. E o *slow fashion* surge sob um novo modo de consumir moda que unifica princípios éticos, conscientes e de sustentabilidade (FLETCHER, 2014). Os modos de produção, a origem dos produtos e as questões sociais e ambientais envolvidas podem apresentar várias nomenclaturas, como “Eco Fashion, Eco Moda, Moda Sustentável, Moda Consciente, Moda Responsável, Moda Ética, *Greenfashion* e *Slow Fashion*” (BERLIM, 2015, p.10).

Entretanto, há um outro lado do *slow fashion*: a elitização e o aproveitamento dessas vertentes sustentáveis para obtenção de lucro, sem propriamente conter uma mudança de consciência. Ou seja, explorar a sustentabilidade presente no imaginário da sociedade pós-moderna como ferramenta de obtenção de lucro sem instaurar efetivamente seus princípios. Contudo, é cedo para afirmar esses desvios, visto que Maffesoli (1994) alerta que apenas adentramos na era pós-moderna. Tanto aspectos positivos quanto negativos desses fenômenos de moda são efervescências, lampejos de direcionamentos possíveis que só o tempo mostrará suas incorporações à sociedade.

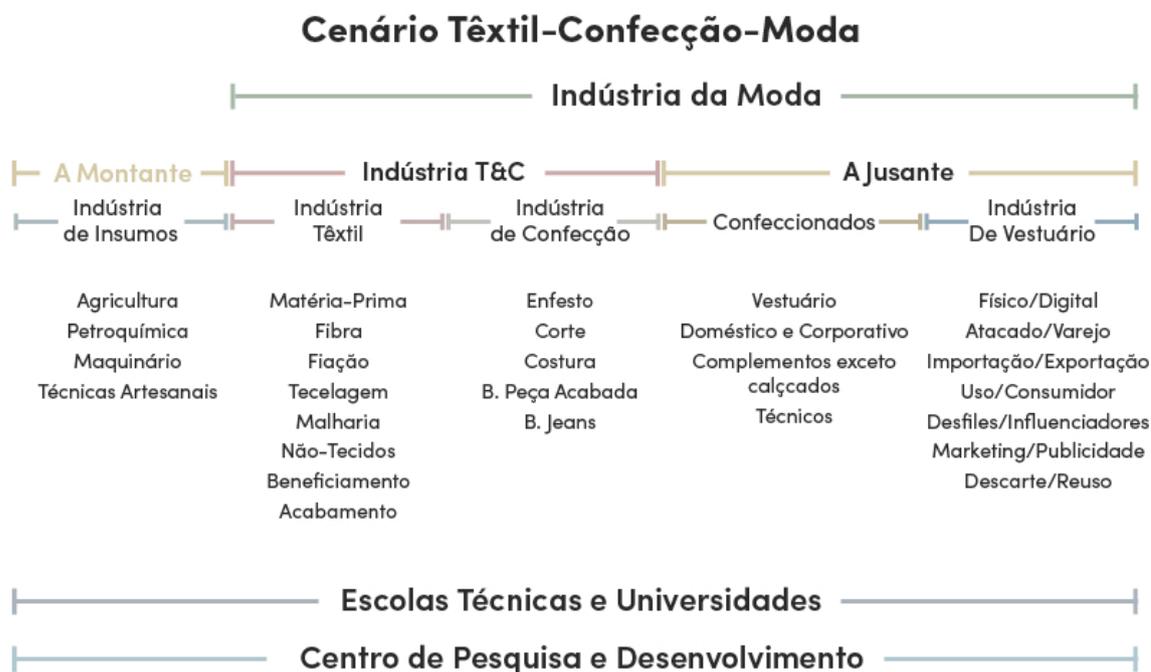
Cenário têxtil-confecção-moda e sociedade contemporânea

Do ponto de vista industrial, o setor têxtil associado aos novos meios de manufatura de vestuário compõe a indústria têxtil e de confecção e, após as etapas de produção de têxteis, os produtos elaborados são encaminhados para a comercialização em diversas frentes. Esse momento de pós-produção é chamado de indústria de vestuário, incorporada ao sistema de moda atual e, em uma simbiose, o conjunto é denominado indústria da moda.

Porém, observa-se que “a montante” da indústria da moda, que seria a indústria de insumos, é responsável por fornecer todo material utilizado para a produção das indústrias subsequentes, inclusive maquinários e técnicas artesanais. O complexo de indústrias que compõem a indústria da moda e a indústria de insumos é permeado por aprimoramentos profissionais em escolas técnicas e universidades, além de centros de pesquisa e desenvolvimento que avançam constantemente em relação às inovações tecnológicas caracterizando aqui o cenário têxtil-confecção-moda.

⁸ Na teoria weberiana, para a interpretação compreensiva da sociologia, referencia-se o estudo da sociedade e das relações de sociabilidade contemporânea. Toma-se o critério da racionalidade como fundamento da análise do capitalismo e da sociedade capitalista “[...] em favor do esforço de obter, na resolução de conflitos de interesses, um resultado objetivamente ‘certo’ que satisfaça às exigências de ‘equidade’ [...] no sentido de uma racionalidade lógica [...] em favor do bem-estar, ou ético” (WEBER, 1999).

FIGURA 1 – CENÁRIO TÊXTIL-CONFECÇÃO-MODA



FONTE: Elaborado pelo autor, 2021.

Observa-se que a produção deste cenário, seja no âmbito da pesquisa ou na atuação profissional, vem considerando vários fatores macroambientais de natureza econômica, tecnológica, social, legal, política, cultural, demográfica e ecológica.

Para a transformação industrial da fibra de algodão⁹, por exemplo, seria necessária uma estrutura formada por indústrias que integram as etapas de fibras até acabamentos, de confecções e de fornecedores auxiliares (recursos naturais, químicos, insumos, máquinas e equipamentos, e inclusas aqui, as técnicas artesanais de rendas e bordados).

Assim, compõe-se a estrutura em cadeia do cenário têxtil-confecção-moda: (i) a indústria têxtil prepara os substratos têxteis¹⁰ – contendo ainda os processos de beneficiamentos físico-químicos, estamparia, tinturaria e os aviamentos – que abastecem a; (ii) indústria de confecção nos seus diferentes produtos confeccionados de vestuário, doméstico e corporativo, complementos e técnicos que são comercializados por; (iii) atacado ou varejo, em contexto nacional e internacional, de forma física ou digital, chegando ao consumidor final.

⁹ “Fibra unicelular proveniente da semente do algodoeiro *Gosypium* [...] o algodão é usado como fibra têxtil há mais de 7000 anos, e pode-se dizer que está ligado a origem mais remota do vestuário e à evolução da produção de artigos têxteis” (LOBO et al., 2014, p. 26).

¹⁰ Substrato têxtil é o nome dado aos suportes, bases ou fundamentos que serão beneficiados em suas respectivas etapas, tais como fibras, fios, tecidos de cala, tecidos de malha, não tecidos e confeccionados.

Em *Commodity Chains and Global Capitalism*, as cadeias globais de commodities¹¹ estão enraizadas em sistemas de produção que dão origem a padrões específicos de comércio coordenado (GEREFFI, 1994). Esses sistemas vinculam as atividades econômicas a redes tecnológicas e organizacionais que permitem às empresas gerir as cadeias produtivas em todas as suas etapas. Nesse sentido, se observa que o desenvolvimento desencadeou uma genuína “revolução da cadeia de valor global”.

Gereffi (2018) estudou principalmente a cadeia de produção da indústria têxtil e confecção. No conceito de cadeia global de produção: (i) incorpora-se, na análise, uma dimensão global; (ii) enfatiza o poder que as empresas líderes exercem nos diferentes segmentos da cadeia produtiva e como esse poder se altera com o tempo; (iii) considera que a coordenação da cadeia é um elemento de vantagens competitivas; (iv) considera que o fluxo de informações é um dos mecanismos que as empresas utilizam para melhorar ou consolidar suas posições na cadeia.

Conforme segue a asserção do Ministério da Economia do Brasil, cadeia produtiva:

É conjunto de atividades que se articulam progressivamente desde os insumos básicos até o produto final, incluindo distribuição e comercialização, constituindo-se em segmentos (elos) de uma corrente. O uso do conceito de cadeia produtiva permite, entre outros: (i) visualizar a cadeia de modo integral; (ii) identificar debilidades e potencialidades nos elos; (iii) motivar articulação solidária dos elos; (iv) identificar gargalos, elos faltantes e estrangulamentos; (v) identificar os elos dinâmicos, em adição à compreensão dos mercados, que trazem movimento às transações na cadeia produtiva; (vi) maximizar a eficácia político-administrativa por meio do consenso em torno dos agentes envolvidos; (vii) identificar fatores e condicionantes da competitividade em cada segmento. O processo de globalização, ou seja, a reorganização da produção em escala mundial, já ocorre há bastante tempo, mas se acentuou bastante desde a década de oitenta, dando origem a um rápido crescimento do comércio de bens intermédios. Na medida em que os processos de produção se tornam mais internacionalmente fragmentados, as empresas situadas em diferentes países participam na produção de uma mesma mercadoria final, mas em diferentes fases da cadeia produtiva [...]. (BRASIL, 2017)

Neste sentido, Gereffi (2018) endossou que dentro de uma rede de produção composta por várias empresas, instalações e países, um novo valor é adicionado ao produto em cada estágio – desde o projeto até as vendas e os serviços. Hoje em dia, quantidades maiores de produtos são montadas a partir de insumos produzidos em diferentes instalações e países em todo o mundo, tanto que as designações começando com ‘*made in...*’ tornaram-se menos significativas.

¹¹ *Commodities* corresponde a mercadorias de qualidade e características uniformes, que não são diferenciados de acordo com quem os produziu ou com sua origem, também sendo matéria-prima industrial produzida em escala, tais como petróleo e algodão, entre outros.

Desta forma, a consolidação das cadeias globais está inserida na lógica de organização da produção das grandes empresas internacionais que manufaturam seus produtos em qualquer país onde encontrem condições mais adequadas, sejam de qualidade, de prazo de entrega, de logística e/ou de custo.

Na antiga estrutura orientada pelo fornecedor, as estratégias de produção reforçavam o modelo centralizado de comando e as lógicas de produção rígidas com organização hierarquizada e mecanicista de produzir para grandes estoques. Na nova estrutura, o ambiente de mercado é quem determina a orientação dos fornecedores que devem, por esse motivo, adotar organizações mais flexíveis para se adequarem às contínuas mudanças no humor do consumidor, estimulado a receber cada vez mais, pagando cada vez menos.

Paralelamente ao desenvolvimento industrial, as relações sociais iam pouco a pouco se modificando por causa da própria característica do sistema produtivo, agora com produção em série. De uma relação direta do mestre artesão para seu aprendiz, desenvolvia-se a relação indireta empresário-operário, na qual este último passou a vivenciar uma prática limitada no espaço físico em um determinado tempo (na fábrica, por exemplo).

Com o processo de industrialização e avanços tecnológicos, o mundo contemporâneo se tornou mais produtivista, individualista e consumista. Sendo assim, no contexto atual, na segunda década do século XXI, são inquestionáveis os avanços científicos e tecnológicos e os irrefutáveis benefícios obtidos ao longo dessa trajetória histórica. Contudo, desde a Revolução Industrial, os prejuízos ambientais foram incalculáveis e alguns recursos naturais tornaram-se escassos. Para um desenvolvimento sustentável, Kazazian (2005, p. 27) comenta que:

[...] o crescimento apresenta extraordinárias disparidades e irregularidades locais e globais. Se o desnível – já crucial entre os países industrializados e os outros – continuar, doravante vai aumentar nas próprias sociedades ditas desenvolvidas: analfabetismo, desigualdade de acesso à cultura, ao emprego e desigualdade de sexos. Podemos apenas desejar nos libertar do atual modelo de crescimento, que, ao contrário das ações de evolução que guiam o desenvolvimento dos progressos naturais, apresenta-se em escala exponencial em um mundo limitado.

O presente estudo observa que, a partir da década de 1960, o modelo econômico linear começava a mostrar o seu impacto negativo no meio ambiente (PORTER, 1998). Desse ponto de vista, está inserido no sistema capitalista desorganizado¹², no qual as indústrias priorizam os fatores econômicos para obter lucros gradativamente mais elevados e acabam por negligenciar os fatores ambientais e sociais.

¹² Sobre o sistema capitalista [organizado e] desorganizado, Harvey (1992) conclui que estas expressões são utilizadas para evitar o enfrentamento da possibilidade de uma mudança no regime de acumulação, acentuando mais os aspectos de desintegração do que a coerência no capitalismo contemporâneo.

Já nos anos de 1970, os instrumentos de gerenciamento ambiental restringiam-se à precaução quanto aos acidentes locais em uma postura reativa. Na busca de compreender os limites e as finalidades da intervenção do homem sobre a vida, no final da década de 1980 surge uma nova realidade socioambiental focada na mudança comportamental e que encara a responsabilidade ambiental como imprescindível à sobrevivência das empresas que assumem uma postura sociopolítica.

Dos anos de 1990 em diante, a preocupação volta-se à prevenção de impactos industriais negativos, adotando-se medidas como a redução dos resíduos na fonte para preservar os recursos naturais e reduzir o desperdício de materiais, de água e energia (BATTY *et al.*, 2010; NAKAMURA *et al.*, 2009).

A maior falha do modelo linear é o esgotamento da matéria-prima em alguma etapa da cadeia. Do ponto de vista das indústrias têxteis mundiais, a escassez de material já é evidente em termos de mercados voláteis e preços (BOCKEN *et al.*, 2016; BRAUNGART *et al.*, 2013; FOUNDATION, 2014; WORLD ECONOMIC FORUM, 2021). Tais pontos estão basicamente relacionados aos recursos não renováveis (BRAUNGART *et al.*, 2013; MATTHES *et al.*, 2021).

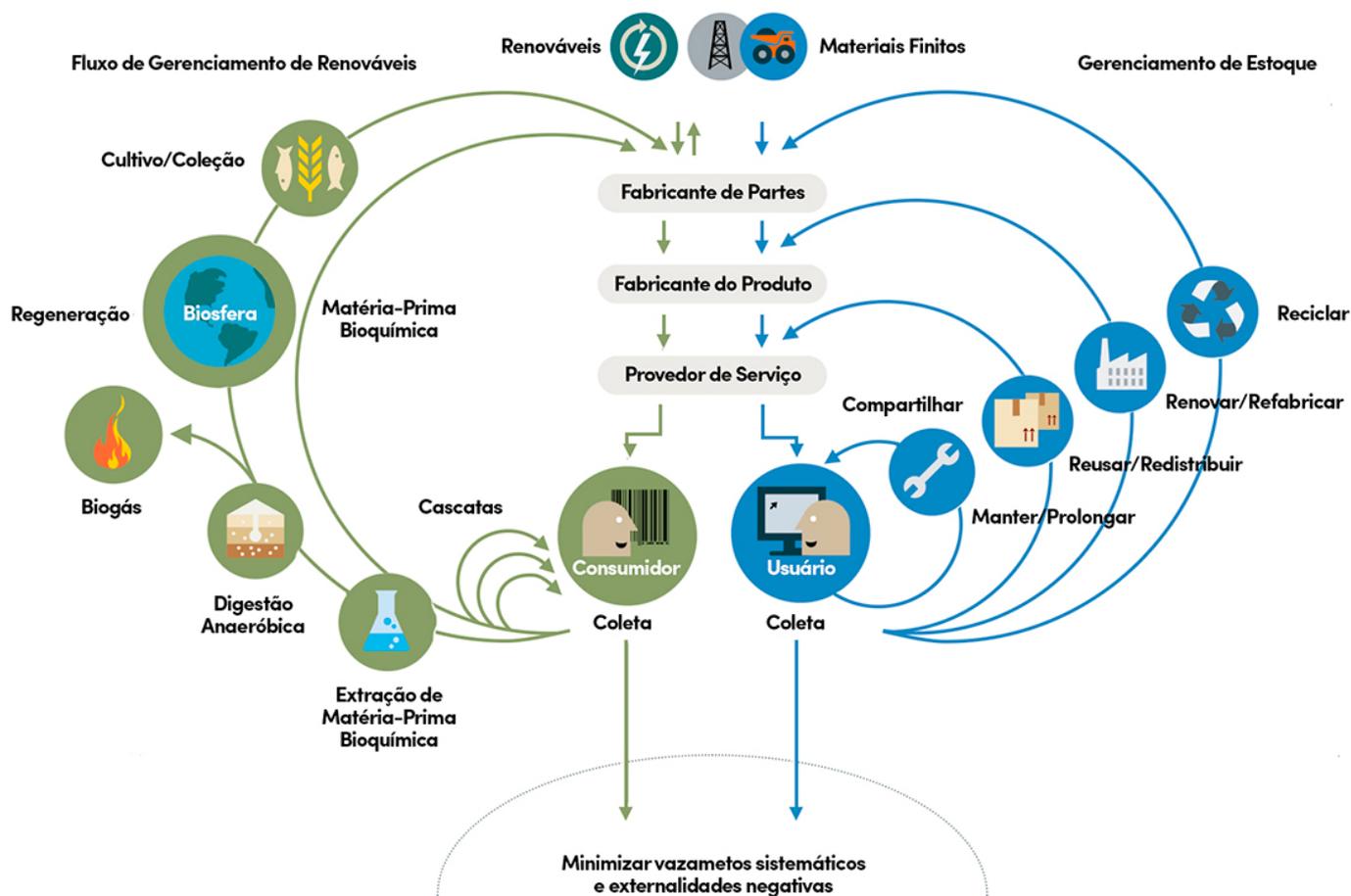
Para corresponder às expectativas das tendências globais, muitas empresas começam a fazer seguro contra esses riscos e, ao mesmo tempo, avançam para a transformação do modelo industrial, de modo a tornar o crescimento e os lucros menos dependentes dos recursos naturais. Ao mesmo tempo, os decisórios políticos procuram uma mudança de paradigma com o objetivo de fomentar a transição de um modelo econômico linear para um circular.

O modelo econômico circular tem como essência sua auto-regeneração (FOUNDATION, 2012), e sua origem não pode ser ligada a uma única data ou autor. Tem sido desenvolvido por diversas correntes de pensamento desde os anos 1970, por exemplo, o conceito *cradle to cradle*¹³ que considera todo material envolvido nos setores industriais e comerciais como insumos substanciais, os quais podem ser divididos em dois aspectos principais – técnico e biológico – na concepção de fluxos de produtos com impacto positivo, diferenciando-se fundamentalmente do pensamento centrado na redução de impactos negativos (BRAUNGART *et al.*, 2013). Esse modelo coloca ênfase na precisão da composição dos materiais para qualquer sistema de reciclagem, pois em alguns casos a durabilidade não é a melhor estratégia¹⁴ comercial.

¹³ Do berço ao berço (em inglês *cradle to cradle*) é a expressão surgida em 2002 em oposição à ideia de que a vida de um produto deve ser considerada “do berço ao túmulo” – uma expressão usada na análise de ciclo de vida para descrever o processo linear de extração, produção e descarte (BRAUNGART *et al.*, 2013).

¹⁴ Na indústria da moda, algumas peças de vestuário misturam várias fibras e filamentos – linho com viscose, algodão com poliéster – por causa dos atuais padrões de consumo, tornando extremamente difícil a recuperação desses resíduos como insumos.

FIGURA 2 – SISTEMAS CÍCLICOS: ASPECTOS TÉCNICOS E BIOLÓGICOS



FONTE: Traduzido pelo autor (2021) e adaptado de Foundation, 2017.

Neste sentido, se estabelece uma conexão entre os sistemas de produção e os movimentos sociais capazes de exemplificar essa dinâmica social das práticas cotidianas ao potencial limitado do planeta e às necessidades da humanidade, no presente e no futuro.

Paradoxo *fast-slow*

Os movimentos sociais são “tentativas coletivas de promover um interesse comum ou garantir um objetivo comum fora da esfera das instituições estabelecidas” (MAFFESOLI, 1994), podendo assumir formações, duração e proporções diferentes entre si. Conforme Berlim (2017), os movimentos sociais que têm relação direta com a moda começaram com a virada do milênio em universidades e ONGs (organizações não governamentais), entre os quais se destacam o *Ethical Fashion Show*. Ele teve um papel inicial importante na difusão e na preocupação socioambiental sobre o mercado de moda e também protagonizou demais eventos como o mercado alternativo. Sobre os movimentos sociais na moda, Berlim (2017, p. 08) afirma que:

Nos últimos dez anos, indivíduos comuns, não necessariamente ligados a movimentos, e diversos grupos de designers e movimentos, como o *slow fashion*, a ONG britânica *Fashion Revolution* e outros, ligados ao consumo consciente, assim como manifestações e frequentes campanhas de boicote às marcas que apresentam produção baseada em *sweatshops*, na degradação ambiental e/ou no uso de peles e pelos animais, vêm reconfigurando as críticas éticas à moda amalgamando-as e alterando as duas expressões. Assim, a dimensão ética e social da crítica encontrou no campo da moda, na contemporaneidade, uma interseção com a dimensão estética, assumindo novos discursos e assinalando uma reorganização da crítica.

Esses movimentos foram ganhando força e proporções cada vez maiores, o que pode ser percebido de diversas formas, como o lançamento do livro da designer Suzanne Lee, *Fashioning the Future: Tomorrow's Wardrobe*, publicado em 2005 e que levantou essa temática quando os questionamentos sobre sustentabilidade na moda ainda não tinham as atuais dimensões.

Entretanto, houve um acontecimento que impulsionou o que, até então, era apenas um movimento com pouco engajamento popular e percebido apenas por profissionais da moda e ambientalistas. O desabamento do edifício *Rana Plaza*, em Bangladesh¹⁵, chamou a atenção da população e dos consumidores para um problema que já vinha sendo apontado havia mais de uma década e resultou na criação de uma das ONGs do movimento, o *Fashion Revolution*. O site oficial do *Fashion Revolution* (2019) informa que:

a campanha #QuemFezMinhasRoupas surgiu para aumentar a conscientização sobre o verdadeiro custo da moda e seu impacto no mundo, em todas as fases do processo de produção e consumo. Realizado inicialmente no dia 24 de abril, o *Fashion Revolution Day* ganhou força e hoje tornou-se a *Fashion Revolution Week*, que conta com atividades promovidas por núcleos voluntários, em mais de 100 países.

O movimento tem como objetivo conscientizar as marcas sobre a sustentabilidade dos seus negócios em todos os aspectos e a não exploração de vidas. Seu crescimento é mundial, já que, anualmente, diversas instituições ligadas à moda, em especial as instituições de ensino, fazem eventos como debates, exposições e *workshops* para levantar essa bandeira e levar esse questionamento a mais pessoas (FASHION REVOLUTION, 2019).

Originado em 2014, o *Fashion Revolution*, ainda considerado um movimento social recente, segue atuante e a cada ano encontra-se mais encorpado, com ações mais definidas, intensas e apoiadas por maior número de pessoas e instituições. Esse fato, somado à

¹⁵ O acidente causou a morte de 1.134 trabalhadores da indústria de confecção e deixou mais de 2.500 feridos. A tragédia aconteceu no dia 24 de abril de 2013, e as vítimas trabalhavam para marcas globais, em condições análogas à escravidão.

mudança de posicionamento do homem em sociedade (o individualismo deu lugar à reflexão coletiva), resultou em diversos movimentos, sendo na moda, atualmente, o *slow fashion*.

Os movimentos *slow* emergem como modo de contestação ao ritmo intenso das metrópoles e, conseqüentemente, como reflexão acerca de todos os impactos da industrialização e do consumismo na vida contemporânea. O conceito de *slow fashion* deriva do *slow movement*¹⁶, criado pela inglesa Kate Fletcher, consultora e professora de design sustentável do *Centre for Sustainable Fashion*, é baseado na identificação de soluções sustentáveis, bem como no reposicionamento estratégico do design, produção, consumo e reutilização, permitindo que o indivíduo consuma de uma maneira mais ética.

Fletcher e Grose (2011) apontam que o *slow fashion* não depende somente da reestruturação do cenário têxtil-confecção-moda e de seus processos para oferecer aos consumidores produtos que sejam criados desde o início pelos designers, passando pela escolha de materiais e métodos, como lavanderias, tinturaria, estamparias, modelagem, corte e costura até chegar no ponto de venda de forma correta. Para as autoras, o consumidor terá maior envolvimento com todo o processo e maior consciência dos impactos que um produto pode provocar no meio ambiente, assim como os danos causados no setor econômico e social.

O principal aspecto do *slow fashion* é a compreensão do ciclo de vida do produto, iniciado no processo criativo do designer, respeitando todas as sucessivas cadeias até ser produzido, consumido e descartado de volta para o meio ambiente. Esse processo deve ser pensado e analisado criteriosamente para se manter a qualidade e a nomenclatura de produto *slow fashion* (FLETCHER; GROSE, 2011; MINNEY, 2016).

Em contraste com o *slow fashion*, o *fast-fashion* não permite o equilíbrio na cadeia de valor – da produção ao descarte pelo consumidor – que é desconectado do contexto atual, por causa de baixos salários, horas extras e mudanças climáticas geradas pelo processo de produção têxtil (FLETCHER, 2014).

O termo *slow fashion* configura-se como uma proposta alternativa ao *fast-fashion* pelo fato de surgir em contrapartida ao consumo desmedido, descartável e não sustentável e, ainda, de defender a produção de peças duráveis e de qualidade em um modelo econômico circular.

Segundo Fletcher (2007), o *slow fashion* não se apresenta meramente como uma tendência ou um processo transitório, mas se propõe a representar um movimento que sugere conscientização no que diz respeito à aquisição de peças de vestuário. Neste sentido, o *slow fashion* consiste em um processo de desaceleração do consumo, com produção de peças perenes e de qualidade para serem usadas de forma permanente e não provisória.

¹⁶ Movimento lento (do inglês *slow movement*) refere-se a uma mudança cultural no sentido de desacelerar o ritmo de vida. Com o tempo, desenvolveu-se em outras áreas, como, por exemplo: em 1986, o italiano Carlo Petrini protestou contra a abertura de um restaurante McDonald's em Roma, dando início à criação do *slow food*. Mais tarde, em 2004, o livro de Carl Honoré, *In Praise of Slow* (em português, Devagar: como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade) abordou como a filosofia Devagar poderia ser aplicada em todos os campos de atividade humana e ressaltou a frase “*slow movement*”.

Fletcher e Grose (2011) acrescentam que no *slow fashion* não se recorre a trabalhadores temporários ou subcontratados, tampouco obriga-se funcionários a fazerem horas extras excessivas para cumprirem a entrega de encomendas imprevisíveis, com prazos impossíveis. Ao contrário, busca-se ofertar aos trabalhadores a garantia de empregos estáveis, com horários regulares e oportunidades de promoção. Contudo, não é isso que se verifica, pois nota-se que o *slow fashion* ainda mantém a preocupação com a lucratividade e a rentabilidade. Assim, a moda pautada por ele acaba apresentando um custo elevado ao consumidor.

Dentro desse contexto, e levando em consideração a mudança e inovação para os sistemas de moda e consumo trazidos pelo *slow fashion*, Edelkoort (2014) elabora o manifesto *Anti-Fashion*¹⁷ a fim de tecer críticas ao cenário têxtil-confecção-moda e de promover uma ruptura com as práticas vigentes e os valores do *fast-fashion*.

Esse manifesto abrange os principais problemas que indicam o ponto de ruptura atingido pela indústria, contrariando e enfrentando as áreas de marketing e publicidade, além de desafiar a educação, os materiais, a fabricação, o varejo, os designers, os desfiles de moda, a imprensa e os consumidores.

Portanto, a previsão de tendências assume a liderança da mudança social e encontra ideias criativas nas novidades em estilo de vida e comportamento do consumidor, uma nova realidade focada em têxteis e confecção de roupas.

Em seu manifesto, Edelkoort (2014) não apenas enfatizava a (i) diversidade e a exclusividade em oposição à produção em massa; (ii) a permanência e a durabilidade em oposição à efemeridade e ao descartável; (iii) o local e nacional em oposição ao global; (iv) o trabalho manual e colaborativo; (v) a busca de conhecimentos sobre tecidos e criação têxtil; (vi) o prolongamento da vida útil das peças de vestuário; (vii) o planejamento da redução e/ou eliminação de resíduos sólidos; (viii) o uso de técnicas tradicionais de confecção; (ix) e a utilização de matéria-prima com princípios ecológicos e de materiais disponíveis na região local.

Edelkoort (2019) observa que, após anos, a situação do sistema de moda é realmente a mesma e, embora se perceba mais consciência do cenário, não significa transformação, e diz que “[...] levará décadas até que possamos discernir quaisquer avanços reais [...] o desejo de mudança tornou-se generalizado”¹⁸. Afirma ainda que a alta-costura será reinserida no âmbito da moda de forma triunfal, pois é nesse ateliê que se encontra o verdadeiro laboratório da moda, aquele que possui a finalidade de satisfazer a necessidade do consumidor de forma exclusiva.

De acordo com Edelkoort (2019), Fletcher e Grose (2011), o *slow fashion* representa uma nova visão para estimular o consumo regional, a diversidade de estilo, o “feito-à-mão” e a exclusividade. Apontam a importância dos criadores de moda para o *slow fashion*, e a relação criada no desenvolvimento do produto até o cliente final, pois neste sistema o criador

¹⁷ Na íntegra em “*Anti-Fashion Manifesto by Lidewij Edelkoort*”. Disponível em: <http://www.edelkoort.com/shopping/sample-product/manifesto-by-lidewij-edelkoort/>. Acesso em: 6 jun. 2020.

¹⁸ Tradução nossa para: “It will take decades before we can discern any real advances [...] the desire for change has thus become widespread”.

se preocupa com quem veste e como a peça será posteriormente descartada na natureza, encerrando o ciclo de vida do produto.

Outro ponto relevante destacado por Fletcher e Grose (2011) é a integridade mantida no preço final do produto, uma vez que o sistema atual, formado por uma cadeia de processos e fornecedores, se dá por precificações diversas no produto em cada etapa da construção do modelo, o custo final do produto é influenciado e alterado durante todo o processo de fabricação e tem, assim, o seu custo real final modificado e acentuado. Dessa forma, acreditam que o *slow fashion* estimula o consumo de modelos considerados peças fundamentais em um guarda-roupa, diminuindo o consumo por impulso e proporcionando compras conscientes.

Considerações finais

A reflexão da obsolescência da indústria da moda sob a ótica dos referidos fenômenos sociais nos leva à necessidade de repensar os sistemas produtivos linear e circular observados no cenário têxtil-confecção-moda que se utilizam, de modo geral, de recursos naturais finitos.

O discurso divulgado pelos adeptos do *slow fashion* enfatiza que, nesta nova abordagem, os atores envolvidos – agricultores, produtores, designers, modistas, costureiras, vendedores, compradores, varejistas e consumidores – se preocupam com ações de sustentabilidade e com o impacto de seus modos de produção na sociedade, priorizando a variedade, a criatividade e a qualidade.

Convém mencionar que as primeiras roupatecas foram idealizadas em cidades europeias, como Amsterdã, Paris e Barcelona, tendo como modelo um novo conceito de consumo materializado nos princípios do desenvolvimento sustentável. As roupatecas referem-se a guarda-roupas compartilhados nos quais os clientes pegam emprestado roupas, acessórios e calçados de marcas da moda (ou não), pagando um valor fixo mensal.

É necessário repensar os ciclos lineares de extração, produção e descarte, com ideia central nos recursos para que sejam geridos em uma lógica circular nos modos de produção. Como a reutilização e reciclagem, compartilhamento, roupas antigas, roupas modulares, ecologia industrial, vínculo afetivo em direção a mudança para o ciclo circular fechado de matéria-prima a matéria-prima, do berço ao berço. Dessa forma, a cadeia linear é substituída por sistemas cíclicos, permitindo que recursos sejam reutilizados indefinidamente e circulem em fluxos seguros e saudáveis – para os seres humanos e para a natureza.

Apesar de o discurso a favor do *slow fashion* reiterar que é possível produzir moda de forma consciente e denunciar as deficiências de um sistema que explora a mão de obra e destrói os recursos naturais, depreende-se, através desta pesquisa, que é preciso questionar os seus reais objetivos. Afinal, para que as pessoas que vivem do trabalho adotem esse novo sistema, faz-se necessário que elas tenham poder de compra e possam consumir o *slow fashion*, que se apresenta restrito e com valor demasiadamente elevado.

Nesta direção, se o *slow fashion* não é acessível a toda a população, o referido sistema é elitista e representa apenas um ícone de *status* e não uma mudança de fato no consumo da

moda e no processo de conscientização. É preciso questionar o valor das roupas e quem é o público para o qual o *slow fashion* está direcionado, uma vez que somente as classes de alto poder aquisitivo podem aderir à nova filosofia e participar das tendências da moda de forma consciente, conforme sinaliza o sistema *slow*.

Cabe, então, questionar não apenas quais valores, interesses e forças estão orientando as construções simbólicas delineadas pelo estado e pelo mercado em torno da expressão *slow fashion*, mas também quais grupos específicos, propósitos e projetos estão em curso na sua elaboração.

Em face da exposição realizada, nota-se que os pressupostos ideológicos contidos no conceito de *slow fashion* revelam que esse termo é determinado pelas diretrizes economicistas, de natureza mercadológica, ostentadas pela economia neoliberal e pela cultura global (HARVEY, 2008).

Se por um lado o *fast-fashion* apresenta-se relacionado à mão de obra análoga a escravidão na sociedade contemporânea, o *slow fashion* evidencia que, enquanto o capital for o fundamento das relações de produção, qualquer manifesto *antifashion* produzirá mudanças ínfimas, pois a prioridade do capitalismo é o lucro e não a correção das distorções de seu próprio sistema.

Assim sendo, as proposições teóricas deste trabalho resvalam na seguinte assertiva: não basta refletir sobre o próprio sistema de produção da moda e aderir ao *slow fashion* como subterfúgio principal de conduta, é necessário problematizar e enfrentar veementemente as imposições de um sistema econômico que se reestrutura de modo incessante para combater os desiguais e desumanos modos de produção da indústria da moda.

Referências

BATTY, Lesley; HALLBERG, Kevin. **Ecology of industrial pollution: concepts and application to industrial ecology**. Nova York: Cambridge University Press, 2010. 350 p.

BAUDRILLARD, Jean. **Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995. 221 p.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013. 112 p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008. 200 p.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015. 159 p.

BOCKEN, Nancy M. P.; PAUW, Ingrid de; BAKKER, Conny; GRINTEN, Bram van Der. Product design and business model strategies for a circular economy. **Journal of Industrial and Production Engineering**, [S.L.], v. 33, n. 5, p. 308-320, 26 abr. 2016. Informa UK Limited.

BRASIL. Ministério da Economia. Competitividade Industrial. Integração Produtiva e Competitividade Internacional. Conceituação (portaria da internet). Diário da União 13 dez. 2017. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/index.php/competitividade-industrial/acoes-e-programas-11/conceituacao>. Acesso em: 29 out. 2020.

BRAUNGART, Michael; MCDONOUGH, William. **Cradle to cradle: criar e reciclar ilimitadamente**. 1. ed. São Paulo: G. Gilli, 2013. 192 p.

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. 267 p.

DEBOM, Paulo. Worth, o precursor da alta-costura. **dObras** – Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S.L.], v. 10, n. 21, p. 80-98. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.26563/dobras.v10i21.555>. Acesso em: 18 maio 2017.

EDELKOORT, Lidewij (2014). **Anti-Fashion Manifesto by Lidewij Edelkoort**. Disponível em: <http://www.edelkoort.com/shopping/sampleproduct/manifesto bylidewij-edelkoort/>. Acesso em: 6 junho 2020.

EDELKOORT, Lidewij (2019). **Lidewij Edelkoort: A frightening but oh so exciting future**. Disponível em: <https://tlmagazine.com/lidewij-edelkoort-a-frightening-but-oh-so-exciting-future/>. Acesso em: 6 jun. 2020.

FASHION REVOLUTION. Semana Fashion Revolution 2019. Disponível em: <https://www.fashionrevolution.org/south-america/brazil/>. Acesso em: 6 jun. 2020.

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

FLETCHER, Kate. **Sustainable fashion and textiles:** design journeys. 2. ed. Abingdon: Routledge, 2014. 288 p.

FOUNDATION, Ellen MaCarthur; FORUM, World Economic; COMPANY, McKinsey &. **Towards the circular economy Vol. 3:** accelerating the scale-up across global supply chains. Accelerating the scale-up across global supply chains. 2014. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/towards-the-circular-economy-vol-3-accelerating-the-scale-up-across-global-supply-chains>. Acesso em: 9 dez. 2020.

FOUNDATION, Ellen MaCarthur. **Towards the circular economy Vol. 1:** an economic and business rationale for an accelerated transition. 2012. Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/towards-the-circular-economy-vol-1-an-economic-and-business-rationale-for-an-accelerated-transition>. Acesso em: 26 jan. 2021.

GEREFFI, Gary; KORZENIEWICZ, Miguel. **Commodity chains and global capitalism.** Londres: Greenwood Press, 1994. 331 p.

GEREFFI, Gary. **Global value chains and development:** redefining the contours of 21st century capitalism. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 474 p. Disponível em: <https://doi.org/10.1017/9781108559423>. Acesso em: 27 nov. 2019.

HAIGH, Martin. Greening the University Curriculum: appraising an international movement. **Journal of Geography in Higher Education**, [S.L.], v. 29, n. 1, p. 31-48, mar. 2005. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/03098260500030355>.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna:** uma pesquisa sobre as origens da mudança social. 17. ed. Tradução de: Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2008. 349 p.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna.** São Paulo: Edições Loyola, 1992. 352 p.

KAZAZIAN, Thierry (Org.). **Haverá a idade das coisas leves:** design e desenvolvimento sustentável. Tradução de: Eric Roland Rene Heneault. São Paulo: Senac São Paulo, 2005. 196 p.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos.** São Paulo: Edições 70, 2011. 136 p.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Tradução de: Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007. 408 p.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1987. 322 p.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Tradução de: Bertha Halpern Gurovitz. Petrópolis: Vozes, 1994. 350 p.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Edusp, 2002. 368 p.

MATTHES, André; BEYER, Katja; CEBULLA, Holger; ARNOLD, Marlen G.; SCHUMANN, Anton (Org.). **Sustainable textile and fashion value chains**: drivers, concepts, theories and solutions. Springer International Publishing, 2021.

MCDOUGH, William; BRAUNGART, Michael. **Cradle to cradle**: criar e reciclar ilimitadamente. Tradução de: Frederico Bonaldo. Barcelona: Gustavo Gilli, 2014. 192 p.

MINNEY, Safia. **Slow Fashion**: aesthetics meets ethics. Inglaterra: New Internationalist Publications Ltd., 2016.

MORAES, Dijon de. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010. 256 p.

PORTER, Michael E. **The competitive advantage of nations**. New York: Free Press, 1998. p. 70-222.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. Tradução de: Denise Fracalossi. Barcelona: Gustavo Gilli, 2014. 127 p.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As espirais da moda**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989. 249 p.

WEBER, Max. Sociologia do direito. *In*: WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Direito oficial e estatuto principesco patrimonial. As codificações. Tradução de: Regis Barbosa e Karen Elsabe Barbosa. Brasília: Universidade de Brasília, 1999. Cap. 6, p. 121.

WORLD ECONOMIC FORUM (Suíça). **The limits of linear consumption**. Disponível em: http://reports.weforum.org/toward-the-circular-economy-accelerating-the-scale-up-across-global-supply-chains/the-limits-of-linear-consumption/?doing_wp_cron=1513832620.8095760345458984375000#view/fn-2. Acesso em: 26 jan. 2021.