

# MODA E SUSTENTABILIDADE, UM OLHAR SOBRE O FAST FASHION SLOW DESIGN E SLOW FASHION

*Fashion and sustainability, a look at fast fashion, slow design and slow fashion*

ONYSZKO, Maiara Paula Woievoda; Acadêmica; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, maiaraonyszko@gmail.com  
MESACASA, Andréia; Doutora; Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, andreia.mesacasa@erechim.ifrs.edu.br

**Resumo:** A indústria do vestuário está dentre as mais poluentes no mundo, apresentando ao longo de seu ciclo impactos químicos e sociais. Tendo em vista esses impactos, o presente artigo objetiva expor alguns sistemas de produção de moda presentes na atualidade, tais como o *fast fashion* (moda rápida), *slow design* e *slow fashion* (moda lenta), situando-os conceitualmente e marcando suas principais diferenças. Além disso enfatiza o movimento *slow fashion* trazendo exemplos de designers de moda que aplicam esse conceito em suas coleções. Esta pesquisa utilizou uma abordagem qualitativa e descritiva operacionalizada por meio de pesquisa bibliográfica. Como resultado, infere-se que é importante destacar a necessidade de pensar na otimização dos impactos que a ação do homem traz para a natureza, fazendo uma reflexão a respeito do futuro que as próximas gerações terão, pois as ações de hoje serão refletidas no amanhã.

**Palavras chave:** Sustentabilidade. Impactos. Soluções.

**Abstract:** The garment industry is one of the most polluting in the world, presenting chemical and social impacts throughout its cycle. In view of these impacts, the present article aims to expose some current fashion production systems, such as *fast fashion*, *slow design* and *slow fashion*, situating them conceptually and marking their main differences. In addition it emphasizes the *slow fashion* movement bringing examples of fashion designers who apply this concept in their collections. This research used a qualitative and descriptive approach operationalized through bibliographic research. As a result, it is inferred that it is important to highlight the need to think about optimizing the impacts that man's action brings to nature, making a reflection about the future that the next generations will have, because today's actions will be reflected in tomorrow.

**Keywords:** Sustainability. Impacts. Solutions.

## 1 INTRODUÇÃO

O desafio da humanidade no século XXI é a sustentabilidade ambiental, mantendo o bem-estar atual, sem comprometer o bem-estar das futuras gerações. Para tal, faz-se necessário o equilíbrio das explorações dos recursos naturais, a recuperação do que foi destruído, mas principalmente, mudanças culturais, econômicas e políticas que reorientem as atividades de produção e consumo (SCHULTE E ROSA, 2010).

Atualmente, a força motivadora para tal transformação está no fato de que os limites do planeta se tornaram evidentes, e a partir dessas percepções, o homem deve olhar não apenas para o que é denominado como “problemas ambientais” (MANZINI; VEZZOLI, 2008).

A indústria do vestuário está dentre as mais poluentes no mundo, apresentando ao longo de seu ciclo impactos químicos e sociais (SALCEDO, 2014). Logo, tendo em vista esses impactos, se faz necessário o entendimento a respeito dos sistemas de produção de moda presentes na atualidade, bem como seu enfrentamento a fim de prolongar a vida do planeta para as próximas gerações.

Neste cenário, se fazem presentes os sistemas *fast fashion* (moda rápida), *slow design* e *slow fashion* (moda lenta), atrelados à moda e aos impactos químicos e sociais.

Dessa forma, objetiva-se com este artigo, a exposição dos conceitos de *fast fashion*, *slow design* e *slow fashion*, situando-os conceitualmente e marcando suas principais diferenças. Além disso pretende-se enfatizar o movimento *slow fashion* trazendo exemplos de designers de moda que aplicam esse conceito em suas coleções.

Para tanto, foi utilizada uma abordagem qualitativa e descritiva operacionalizada por meio de pesquisa bibliográfica. Assim, inicialmente será exposta a revisão da literatura contendo os seguintes assuntos: conceito e contexto da indústria do vestuário, *fast* e *slow fashion*, *slow design* e exemplos de designers de moda que aplicam estes conceitos na prática. Em seguida será descrita a metodologia, resultados alcançados e considerações finais, encerrando com as referências bibliográficas.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 A indústria do vestuário: conceito e contexto**

A indústria do vestuário é formada por uma longa cadeia, que se inicia na obtenção da matéria-prima, passando pelos insumos e processos, fiação, tecelagem, tinturaria, confecção e beneficiamento, até chegar à venda final para o consumidor (AZEVEDO, P. GIULIANO, C.; 2014 *apud* BERLIM, 2012). Estes processos utilizam mão de obra intensiva, fazendo a movimentação econômica e

social do setor. Também é dentro desse processo produtivo que ocorrem impactos no meio ambiente.

Conforme Salcedo (2014), os principais impactos causados pela indústria têxtil são químicos e sociais. Assim, os impactos químicos se relacionam à utilização e poluição da água, emissão de gases do efeito estufa, produção de resíduos sólidos e utilização de recursos como terra e energia. Já os impactos sociais se referem à perda da biodiversidade, más condições de trabalho e danos relacionados à identidade cultural.

Dentro deste contexto, o *fast fashion* se revela como um fator preponderante presente na atualidade, responsável por promover impactos químicos e sociais. Fundamentado em estratégias de resposta rápida, este movimento representa a aceleração do consumo de moda, diminuindo o tempo de todo o ciclo desde a produção até o consumo (CIETTA, 2012).

Por outro lado, também estão presentes o *slow design* e o *slow fashion*, alternativas para desacelerar o consumo de produtos de moda, trazendo um conceito mais sustentável, produtos de qualidade, exclusividade, maior tempo de fabricação e durabilidade (SALCEDO, 2014).

## **2.2 Fast fashion**

O *fast fashion* teve início no final da década de 1990. Para Guillaume Erner, o *fast fashion* é o chamado circuito curto ou *Quick Response System* que nasce no *Sentier*, um bairro de Paris, com pequenos comerciantes do setor têxtil que começam sua produção tardiamente após a certeza de algumas tendências para não errar e perder vendas (ERNER, 2005).

Como o próprio termo já diz, “moda rápida” condiz ao ciclo acelerado de desenvolvimento, produção e consumo de produtos têxteis. A gestão do risco no sistema *fast fashion* torna-se complexa devido à reduzida vida comercial dos produtos de moda, o que é agravado pela variação da assertividade do desenvolvimento dos produtos conforme o nível de informação obtido nas diversas fases produtivas (CIETTA, 2012). Empresas como H&M e Zara foram pioneiras na adoção deste sistema,

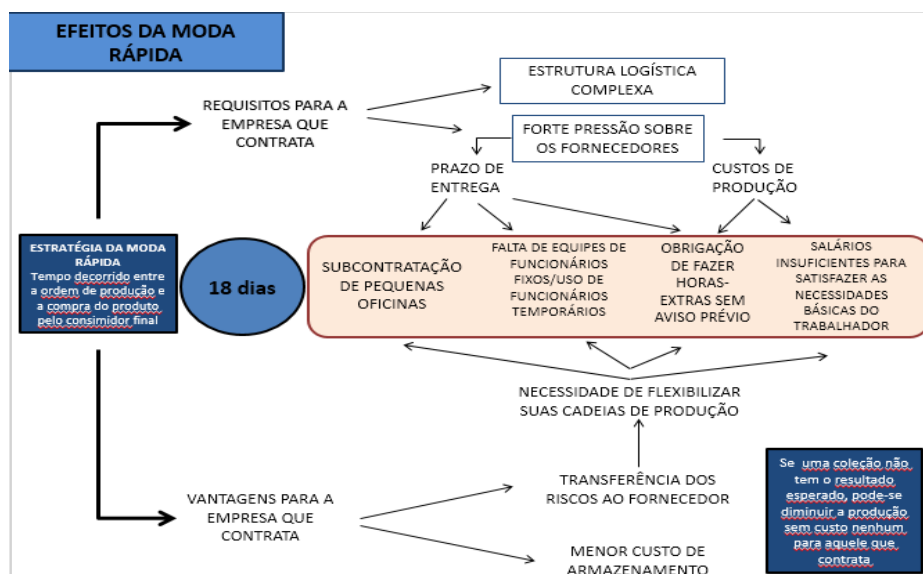
A Zara ou a H&M aprimoraram esse sistema, vendendo em suas próprias lojas roupas produzidas segundo o sistema do circuito curto (...). O recurso a uma rede de terceirizados, que fabricam no Sul da Europa ou em países

ainda mais distantes, permite propor roupas com preços muito competitivos. Essas tarifas são ainda mais baixas pelo fato de nenhum royalty ser pago aos criadores dos modelos originais ou ao Sentier ao ter inventado esse método (ERNER, 2005, p.147-148).

Segundo Rogar (2012), a Zara não trabalha com estoque nem com coleção pré-definida. É o feedback constante das vendas nas lojas que define o que continuará sendo produzido nas fábricas. Dessa forma, as tendências que têm grande retorno em vendas continuam nas araras. O *fast fashion* é a ilusão de produtos semi-exclusivos, onde a vida útil destes produtos é reduzida. Apesar dos produtos de moda produzidos no âmbito do *fast fashion* se destacarem pelo design atualizado a preços acessíveis, são também associadas à baixa qualidade dos materiais e dos acabamentos, recebendo o rótulo de 'moda descartável'. Críticas no que diz respeito à cadeia de produção também são frequentes, principalmente devido a denúncias sobre exploração da mão de obra por fornecedores terceirizados que participam da cadeia de suprimentos destas empresas (SHIMAMURA e SANCHES, 2012). O sistema *fast fashion* também alterou a temporalidade presente nos ciclos de produção de moda, onde, tradicionalmente eram desenvolvidas duas coleções por ano: primavera/verão e outono/inverno, passando para a quantidade de 10 à 20 coleções ou até mais nesse mesmo período (CIETTA, 2012).

A figura 01 representa o sistema de funcionamento *fast fashion* no qual o ciclo completo entre produção e consumo pode durar o período mínimo de 18 dias.

Figura 1 - Ciclo do sistema *fast fashion* em 18 dias



Fonte: Adaptado de SALCEDO, 2014.

Com o consumo acelerado, as empresas buscam mão de obra barata para suprir a demanda tendo lucro exacerbado. Ou seja, a qualidade está ausente, não apenas nas peças, por meio das matérias primas e acabamentos, como também em relação aos direitos dos trabalhadores.

### **2.3 *Slow design e Slow fashion***

Paralelamente ao conceito de *fast fashion* existem movimentos contrários denominados como *slow design e slow fashion*.

Para Oenning (2012), o conceito de *slow design* faz referência a um método de projeto que se fundamenta em três aspectos: o individual, o sociocultural e o do bem-estar ambiental. Esse tipo de processo estimula a diminuição do metabolismo do projeto, dando, assim, uma visão a longo prazo, pois prevê taxas de produção e consumo mais lentas e menores, ou seja, oferece novos cenários para que os projetos sejam mais duráveis e dêem espaço para aspectos emocionais, mentais e espirituais, de modo a celebrar a diversidade cultural. Como consequência, os resultados do *Slow design* incentivam a redução da produção econômica e industrial, diminuem o consumo, atendem as necessidades humanas e equilibram o local-global e o social- meio ambiente (FUAD-LUKE, 2004). Trata-se de um “estilo de vida” que busca manter o constante equilíbrio no dia a dia das pessoas, amenizando os impactos ambientais já causados por todas as áreas de produção pelo mundo.

Strauss e Fuad-Luke (2008) desenvolveram os princípios do *Slow design* trazendo uma abordagem norteadora para muitos profissionais da área do design. Os princípios do *Slow design* são:

- Revelar: o *Slow design* revela experiências esquecidas do dia-a-dia por meio de materiais e processos facilmente negligenciados na produção de um produto;
- Expandir: o *Slow design* trabalha com todo o potencial expressivo dos objetos e lugares, alargando as funcionalidades previamente atribuídas;
- Refletir: além dos valores ecológicos do produto, são questionados valores da percepção e de experiências emocionais que somente a materialidade dos objetos pode oferecer, ou seja, o “consumo reflexivo”;

- Engajar: a colaboração é um aspecto crítico do *Slow design*, pois todos os processos são fontes abertas e colaborativas, dependentes de compartilhamento, cooperação e transparência das informações;
- Participar: o *Slow design* encoraja os usuários a se tornarem ativos no processo de design, abraçando ideias de convívio e intercâmbio para a promoção da responsabilidade social e de melhorias na qualidade de vida das comunidades;
- Envolver: o *Slow design* é um agente de mudanças comportamentais, pois reconhece que as experiências mais ricas podem surgir de uma maturidade dinâmica entre os meios e os sistemas através do tempo (STRAUSS, FUAD-LUKE 2008).

A partir destes princípios, o *Slow design* foca em ideias de bem-estar, assim, seus projetos buscam satisfazer as necessidades reais do consumidor, não produzir uma moda passageira impulsionada pelo mercado de necessidades, reduzir fluxos de recursos e a poluição ambiental, aproveitar materiais renováveis, incentivar a reutilização, a reciclagem e a remanufatura, descartar o uso de substâncias nocivas e tóxicas à saúde humana e ao meio ambiente em todo o ciclo de vida do produto, promover mudanças de comportamento por parte do consumidor, oferecer produtos duráveis espiritualmente e com capacidades modulares que melhoram sua funcionalidade, e promover a sustentabilidade no design (FUAD-LUKE, 2004).

O conceito *slow* é caracterizado por ser mais lento, porém, não representa apenas velocidade, como também a mudança de pensamento e comportamento perante diversas situações em diferentes áreas. Desse modo, o termo “*slow*” surge não em contraposição ao “*fast*”, mas sendo apenas uma nova abordagem do design e da moda. É um processo que “implica que designers, comerciantes, varejistas e consumidores considerem a velocidade da natureza para produzir os recursos usados na produção têxtil e comparem com a velocidade com que são consumidos e descartados” (BERLIM, 2012, p. 54).

Clark (2008), afirma que no âmbito da moda o termo *slow* apareceu pela primeira vez no ano de 2004, em um artigo escrito por Angela Murrills, colunista de moda da Georgia Straight, uma revista de moda online de Vancouver, Canadá. Neste artigo ela emprega o termo “*slow clothes*” para descrever a produção e consumo de roupas baseada nos princípios orientadores do *slow food*, e como isso

teria efeito positivo no guarda-roupa das pessoas, cujas escolhas de aquisição de roupas seria como comer as frutas das estações, cada qual produzida a seu tempo, e ainda com a certeza de onde e como são produzidas (MURRILLS, 2004). Neste sentido,

O *slow fashion* tem inspiração no movimento *slow food* fundado por Carlo Petrini em 1986 na Itália, o qual liga prazer e alimentação com consciência e responsabilidade que, além de enfatizar métodos tradicionais de preparo dos alimentos e o desenvolvimento de produtos com materiais e recursos locais, incentiva a construção de relacionamentos entre produtores como de forma a apoiar o desenvolvimento das empresas locais e o comércio justo (FLETCHER, 2012).

No ano de 2007, Kate Fletcher, professora do Centro de Moda Sustentável da Universidade de Artes de Londres, publicou um artigo no site *Ecologist* com o título “*Slow fashion*”, no qual enfatiza que os consumidores reduzam suas compras, considerando o custo real de escolher quantidade sobre a qualidade (FLETCHER, 2007). Grande parte da população que adota o *fast fashion*, o faz pela sua acessibilidade (peças com preços baixos). Em contrapartida, o *slow fashion*, traz à tona a consciência em relação ao impacto dos produtos sobre os trabalhadores, a comunidade e o ecossistema.

O conceito de *slow fashion*, é apresentado como um modelo de produção e consumo que busca a transparência em todas as etapas do produto ao longo da cadeia de abastecimento e produção, priorizando a redução da poluição, o uso de fibras ecológicas e melhores condições de trabalho para os operários, além de incentivar os consumidores a considerar sua compra de forma holística, compreendendo o impacto ambiental e social (FLETCHER, 2012).

Além disso, o conceito de *slow fashion* traz consigo a ideia de aproximação entre empresa e consumidor final, objetivando apresentar produtos exclusivos com qualidade única, criando assim uma relação afetiva a fim de conquistar o cliente e sua fidelidade. Desse modo, as empresas deixam de criar simples roupas para consumo diário e passam a desenvolver produtos com ações ambientalmente corretas em toda a cadeia de produção, com maior durabilidade e versatilidade, pensando em todos aspectos sociais, econômicos e ambientais (CIETTA, 2012)

Para Fletcher e Grose (2012), o *slow fashion* representa uma flagrante ruptura em relação às práticas atuais do setor e aos valores e objetivos da moda rápida.

Neste sentido, é notória a necessidade de mudança, mas o que estimula o desenvolvimento e busca de aperfeiçoamento de métodos sustentáveis que diminuam o impacto que o ser humano causa no meio ambiente é saber que de alguma forma, outras pessoas já tomaram iniciativas e mostraram que é possível aumentar a vida útil de um produto como também, tornar o futuro mais sustentável.

Toda história tem um início, e, aqui busca-se evidenciar quem mudou suas perspectivas e ousou trazer a sustentabilidade aliada à indústria da moda.

#### **2.4 Designers pioneiros no cenário *slow fashion***

Um estilista eco deve lidar com uma série de desafios e dificuldades não encaradas por outros designers: pesquisar tecidos, inventar novos processos e fazer seu trabalho de modo consciente, com questões ambientais e sociais em mente (LEE, 2008).

Para Salcedo (2014), a partir do momento em que o estilista incentiva a utilização de processos de produção mais sustentáveis e a mudança de comportamento por parte do consumidor no que se refere ao uso e ao consumo das peças, inicia-se o conceito de design para a sustentabilidade.

Tendo em vista tudo que foi abordado até aqui, busca-se trazer os principais personagens da moda mais sustentável segundo Lee (2008), começando por Yvon Chouinard o criador da Patagonia.

Inicialmente, Yvon Chouinard tinha como objetivo produzir equipamentos e roupas para escaladas, porém, o crescimento e repercussão foram tão grandes que ele teve de repensar sua estratégia de negócios. Com isso, em 1996, toda peça de algodão da Patagonia foi mudada para 100% orgânica. Em 1993 a empresa havia sido a primeira a fazer jaquetas de “Synchilla”, usando fibra de poliéster reciclado a partir de garrafas de refrigerantes. Yvon em seu livro *Let My People Go Surfing* (2006) declara: “Nós medimos nosso sucesso pelo número de ameaças evitadas: florestas antigas que não foram desmatadas, minas que nunca foram exploradas em pristinas, pesticidas tóxicos que não foram usados (*apud* LEE, 2008, p. 169)

Conforme Lee (2008), em 2001 ele foi um dos fundadores da “*One Percent for the Planet*” (Um por cento para o planeta), uma aliança de negócios que contribui com pelo menos 1% do seu lucro anual para grupos de uma lista de organizações ambientais pesquisadas e aprovadas.

Segundo o site da empresa, (2018) atualmente a Patagonia trabalha com roupas femininas, masculinas, para crianças e bebês além de livros, embalagens e alguns acessórios para viagens como mochilas, garrafas, saco de dormir, etc... A marca recebe de volta de seus consumidores as roupas que já estão no final da vida útil para reciclá-las ou reaproveitá-las, evitando assim, que estas roupas acabem em aterros ou sejam incineradas.

Nesse mesmo site estão dispostos materiais com dicas relacionadas à reparos, conservação e prolongamento da vida útil das roupas, além disso dispõe de um guia para que o próprio cliente faça seus reparos, se assim preferir.

A empresa mostra desde sua missão: “Construa o melhor produto, não cause danos desnecessários, use os negócios para inspirar e implementar soluções para a crise ambiental” o quão importante é conscientizar as pessoas sobre o consumo e o futuro do meio ambiente, sendo assim também publica vídeos e textos buscando influenciar a mudança de pensamento e comportamento de tal consumidor (PATAGONIA, 2018).

O negócio de Yvon que começou por amor a vida ao ar livre, o alpinismo e camping ganhou uma magnitude não esperada, que alcança cada vez mais pessoas pelo mundo todo.

Outra designer que se destaca no cenário *slow fashion* é a inglesa Katherine Hamnett. Segundo Lee, (2008) a carreira da designer é marcada pela capacidade de impactar as pessoas a partir das suas ações em campanhas sociais e ambientais. Sua maior polêmica foi quando concentrou suas energias na reforma da mesma indústria que a deixou famosa.

Um dos maiores passos de Katherine deu-se quando ela descobriu o verdadeiro custo da produção do algodão e o quanto este prejudicava e tirava a vida de agricultores em lavouras pelo mundo inteiro. A partir disso ela decidiu que deveria fazer alguma coisa que mudasse a realidade dessas pessoas, mesmo que a levasse a ruína financeira. A designer afirmou que preferia se aposentar numa fazenda a conduzir seus negócios à custa da exploração das pessoas que cultivavam e produziam seus tecidos. Segundo Lee, Hamnet:

Tem sido parte integrante da evolução das roupas ecológicas, interagindo com agricultores de cânhamo na Inglaterra, pessoas que fazem estampas orgânicas e ONGs – a lista é longa, e ela está sempre à frente do que é desenvolvido. Katherine tem uma das coleções mais eco/éticas que existem. Algodão orgânico, zíperes orgânicos, estampas a base de água, sem PVC ou

ftalato, couro curtido com vegetais. Todas as fábricas que ela usa têm tratamento de água e/ou condições para fazer a reciclagem de água (LEE, 2008, p, 165).

É notória sua importância dentro da indústria, nos processos que englobam o setor, bem como em relação à preocupação que ela tem para com o meio ambiente e a qualidade de vida das pessoas envolvidas em toda cadeia. Katherine desenvolve produtos que seguem o *slow design* e *slow fashion*, dentre eles encontram-se moletons, vestidos, camisetas, calças masculinas, camisas, anoraks e etc.

A figura 02 mostra algumas peças que fazem parte da última coleção da estilista, nomeada: “Katharine Hamnett London” a qual traz materiais e processos sustentáveis, de origem ética é tão ecológica quanto possível: “Compre agora e use para sempre”.

Figura 2 - Peças da última coleção de Katherine Hamnett



Fonte: Katherine Hamnet, 2018. Acesso em: <https://katharinehamnett.com/>

Outro designer que trilhou sua carreira junto ao *slow fashion* foi Rogan Gregory, que em 2004 co-fundou a marca Loomstate e em 2005 junto a Bono Vox (vocalista do U2) e sua esposa Ali Hewson criaram a Edun, projeto esse que visava aliviar a pobreza na África, dando apoio e treinamento para o cultivo e uso do algodão orgânico, materiais locais, mão de obra local e com preço justo (LEE, 2008). Aliando esse conjunto de fatores as peças das figuras 03 e 04 mostram um pouco da coleção EDUN outono 2018.

Figura 3 - Peças EDUN outono 2018



Fonte: Edun, 2018. Acesso em: <https://edun.com/pages/fall-2018>

Figura 4 - Peças EDUN outono 2018



Fonte: Edun, 2018. Acesso em: <https://edun.com/pages/fall-2018>

As bolsas e acessórios a seguir, dispostos nas figuras 05 e 06 também fazem parte do projeto, estas, que segundo o site da EDUN também foram confeccionadas no Quênia, com alumínio reciclado; inclusive, com tamanha repercussão pelo mundo, alguns produtos estão esgotados.

Figura 5 - Bolsas EDUN



Fonte: Edun, 2018. Acesso em: <https://edun.com/>

Figura 6 - Acessórios EDUN



Fonte: Edun, 2018. Acesso em: <https://edun.com/>

A Édun se tornou uma referência no consumo consciente de roupas, e acabou colocando a *eco fashion* no mapa da cultura pop, enquanto fez a diferença para as comunidades africanas (LEE, 2008).

Mais um exemplo a ser citado é o de Stella McCartney, ativista dos direitos animais. Lee (2008), afirma que desde o início de sua carreira, Stella se negou a usar couro ou pele. A designer é vegetariana e está em constante defesa dos direitos animais, inclusive já se recusou a utilizar couro ou pele quando recebeu uma oferta de trabalho da Gucci e Tom Ford, mas, em contrapartida a Gucci ajudou-a a criar sua própria marca, que consistia em bolsas, sapatos e casacos de pele e couro falso. Além de ser uma protagonista muito importante no mundo da moda, ela agregou luxo ao mercado de cosméticos orgânicos com a sua linha *Care*, de cuidados para a pele que foi desenvolvida com a Yves Saint Laurent. *Care* utiliza somente matéria prima orgânica ativa, nenhum material geneticamente modificado e nada é testado em animais. Além disso, McCartney é conhecida pelo mundo todo

pela sua proeminência em defender os animais e seus direitos, bem como por dar sermões em amigos e pessoas que usam pele destes (LEE, 2008).

O conjunto de designers citados acima mostra alguns dos segmentos presentes na moda que agregam a sustentabilidade e conscientização das pessoas. Os dados e informações deixa claro que muito pode ser feito de diversas formas. Inovar é preciso, evoluir necessário e buscar otimizar os impactos para com o meio ambiente essencial, tanto na moda como em outras áreas.

### **3 METODOLOGIA**

Esta pesquisa possui caráter qualitativo, e, conforme Gil (2009) pode ser classificada como descritiva.

Para Flick, (2009) os aspectos essenciais da pesquisa qualitativa consistem na escolha adequada de métodos e teorias convenientes, no reconhecimento e na análise de diferentes perspectivas, nas reflexões dos pesquisadores a respeito de suas pesquisas como parte do processo de produção do conhecimento e na variedade de abordagens e métodos. Já as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial “a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2009 p.42).

A presente pesquisa seguiu os princípios da metodologia RBI (Revisão Bibliográfica Integrativa). A revisão integrativa determina o conhecimento atual sobre uma temática específica, já que é conduzida de modo a identificar, analisar e sintetizar resultados de estudos independentes sobre o mesmo assunto, contribuindo, pois, para uma possível repercussão benéfica na construção de novos conhecimentos. (TAVARES; DIAS; CARVALHO, 2010).

A revisão integrativa possui um protocolo com algumas etapas para seu desenvolvimento: denominação de questões norteadoras, busca de literatura e material para embasamento teórico, coleta de dados e separação das obras a serem utilizadas, análise dos dados selecionados, discussão de resultados e apresentação dos mesmos (TAVARES; DIAS; CARVALHO, 2010).

Assim, a primeira etapa buscou a definição de questões norteadoras para a pesquisa, tais como: Quais são os principais conceitos relacionados à moda sustentável? O que os diferencia? Como podem ser exemplificados?

Em seguida, tendo como base as questões expostas foram selecionados e coletados materiais para a leitura. Os dados foram coletados por meio da pesquisa em livros, periódicos, e artigos relacionados ao tema de pesquisa.

Neste sentido, buscaram-se autores com estudos reconhecidos no que tange à sustentabilidade e à moda. Desse modo, foram estudadas as obras dos seguintes autores: Salcedo (2014), Lee (2008), Cietta (2012), Erner (2005), Rogar (2012), Fletcher (2007), Schulte e Rosa (2010), dentre outros.

Após a coleta e leitura dos materiais, foi realizada a análise destes, evidenciando seus conceitos, principais diferenças, além de citar alguns exemplos pertinentes ao universo da moda.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Analisando o contexto de informações e abordagens feitas no presente artigo, afirma-se que as questões norteadoras foram respondidas conforme o esperado, através das citações, contextualizações e exemplificações presentes no mesmo.

Conclui-se que o objetivo traçado inicialmente foi concluído, deixando claro os conceitos de *fast fashion*, *slow design* e *slow fashion*, situando-os conceitualmente e marcando suas principais diferenças. Além disso, o estudo evidenciou a trajetória dos designers: Yvon Chouinar, Katherine Hamnett, Rogan Gregory e Stella McCartney que aliaram a sustentabilidade às suas criações.

Dentro deste contexto, é importante destacar a necessidade de pensar na otimização dos impactos que a ação do homem traz para a natureza, fazendo uma reflexão a respeito do futuro que as próximas gerações terão, pois as ações de hoje serão refletidas no amanhã.

Dentro deste contexto, é importante destacar a necessidade de pensar na otimização dos impactos que a ação do homem traz para a natureza, fazendo uma reflexão a respeito do futuro que as próximas gerações terão, pois as ações de hoje serão refletidas no amanhã.

Tendo em vista todo conteúdo já transcrito e exemplificado até aqui, salienta-se a importância de disseminar o conhecimento e informação sobre a moda aliada a sustentabilidade, assunto esse que ganha cada dia mais espaço e abertura pelo mundo todo, assim sendo um macro objetivo, a longo prazo transformar cada vez

mais pessoas comuns em consumidores conscientes, não apenas de produtos têxteis, como também defensores do meio ambiente, para assim tornar um futuro, um país e um planeta mais sustentável e duradouro.

## 5 REFERÊNCIAS

- BERLIM, L. Moda e Sustentabilidade uma reflexão necessária. São Paulo, Brasil: Estação das letras e cores, 2012.
- CIETTA, E. A Revolução do Fast-Fashion. São Paulo. Estação das Letras e Cores, 2012.
- CLARK, H. Fashion and cultural practices – a model for creating sustainable design? Icoagrada Education Network Conference 2007. La Habana, Cuba, 2012.
- EDUN, Disponível em <<https://edun.com/>>. Acesso em 28/10/2018.
- ERNER, G. Vítimas da moda? Como a criamos, por que a seguimos. São Paulo: Senac, 2005.
- FUAD-LUKE, A. *Slow design: A paradigm for living sustainably?* (2004). Disponível em: <[http://www.slowlab.net/resource\\_list.html](http://www.slowlab.net/resource_list.html)>. Acesso em 16/10/2018.
- FLETCHER, K. *Slow fashion*. The Ecologist. June 2007. Disponível em <<https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion>>. Acesso em 15/10/2018.
- FLETCHER, K.; GROSE, L. Moda & sustentabilidade: design para mudança. São Paulo: Senac São Paulo, 2012.
- FLICK, U. Métodos de Pesquisa: Introdução a pesquisa qualitativa. 3ª edição, 2009.
- GIL, A. Como elaborar projetos de pesquisa. Editora: Atlas. São Paulo, 2009.
- KATHARINE HAMNETT LONDON, Disponível em <<https://katharinehamnett.com/>>. Acesso em 03/11/2018.
- LEE, M. Eco Chic Guia de moda ética para a consumidor consciente. 1ª edição. São Paulo. Larousse do Brasil, 2008.
- MANZINI, E. VEZZOLI, C. O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis. São Paulo, EDUSP, 2009.
- MURRILLS, A. Straight. Just how slow can you go? Disponível em <<https://www.straight.com/article/just-how-slow-can-you-go>>. Acesso em: 15/10/2018.
- OENNING, J. *Slow fashion: um caminho possível para o Design de Moda Sustentável*. Universidade do Minho. Escola de Engenharia. Novembro de 2012.
- PATAGONIA – RECYCLING, Disponível em <<https://www.patagonia.com/recycling.html>>. Acesso em 03/11/2018.
- PATAGONIA – WORN WEAR, Disponível em <<https://www.patagonia.com/worn-wear.html>>. Acesso em 03/11/2018.
- ROGAN GREGORY | R & COMPANY, Disponível em: <<http://www.r-and-company.com/designers/rogan-gregory/>>. Acesso em 01/11/2018.
- ROGAR, S. Zara city: por dentro da gigante do *fast fashion*. Disponível em: <<http://vogue.globo.com/moda/news/por-dentro-da-zara>>. Acesso em: 08/11/2018.

- SALCEDO, E. Moda ética para um futuro mais sustentável. São Paulo: Gustavo Gil, 2002.
- SCHULTE, N. K.; ROSA, L. da. Moda Sustentável. In: SANT'ANNA, Mara Rúbia (Org.). Moda e Produto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- SHIMAMURA, E.; SANCHES, M.C.F. O *fast fashion* e a identidade de marca. Projética Revista Científica de Design, 3 (2), 66-76, 2012.
- STRAUSS, C. FUAD-LUKE, A. The *Slow Design* Principles: a new interrogative and reflexive tool for design research and practice. In: Changing the Change, Turin, Italy, 2008.
- TAVARES., DIAS M., CARVALHO R. Revisão integrativa: o que é e como fazer. Einstein, 2010;