

ISSN: 2319-0124

A ERA DO FAST FASHION: um despertar necessário e urgente

Gabrielle Karoline PEREIRA¹; Lúcia Helena da SILVA²

RESUMO

O avanço do capitalismo na sociedade trouxe sérias consequências, não somente para a natureza, mas também para as pessoas que tiveram que seguir seu ritmo exponencial de produção que exige constante geração de valor, escala e forte incentivo ao consumismo, motor do sistema. Dentro desta lógica, a indústria têxtil gera altos lucros para as megacorporações de moda através de um modelo de negócios que surgiu nos anos 90: o *fast fashion*, que consiste em priorizar a produção e distribuição de forma extremamente rápida de peças de roupa, se baseando nas tendências do momento. O custo ambiental, social e econômico torna-se claro quando analisamos sua capacidade altamente destrutiva na vida dos trabalhadores envolvidos, no uso dos recursos naturais e no vício que promove ao consumir cada vez mais peças. Por esse motivo, este trabalho busca expor os impactos negativos dessa prática, relacionando suas características com os conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social empresarial. Para isso, a pesquisa será de natureza básica e de abordagem qualitativa, quanto aos objetivos, será descritiva e exploratória, e quanto aos procedimentos, será bibliográfica.

Palavras-chave:

Consumismo; *Fast fashion*; Globalização; Responsabilidade Social Empresarial.

1. INTRODUÇÃO;

A crescente industrialização global capitalista intensificou o ritmo de consumo de itens que, segundo as propagandas que nos bombardeiam, são absolutamente necessários para nossa realização pessoal. Essa dinâmica provocou um grande aumento de lucratividade para as organizações, mas fortaleceu uma cultura na qual há a desvalorização dos itens adquiridos, de forma que os descartamos quando a satisfação momentânea passa, e adquirimos novamente em seguida. Neste ciclo, as empresas não se preocupam com a real consequência de seu marketing agressivo e na forma adequada de tomar responsabilidade pelo descarte gerado pelos clientes.

A indústria da moda é uma das que mais perpetuam a influência do consumismo global, e hoje ocupa a segunda posição no ranking de indústrias mais poluentes do planeta. Por esse motivo, este trabalho irá expor os danos realizados pela modalidade de negócios inserida nessa indústria que mais contribuiu para esse ranking: o *fast fashion*, que busca disponibilizar as tendências de moda da forma mais rápida possível, que irão ser substituídas por outras na coleção seguinte, em cerca de 3 a 4 semanas, e assim sucessivamente. Apesar de seu surgimento nos anos 90, seu alcance agravou-se drasticamente com a expansão das redes sociais e e-commerce.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para prosseguir com este trabalho, segundo López (2020), é importante ressaltar que os

países europeus e suas colônias de povoamento ainda têm uma vantagem sobre outros territórios que serviram como colônias de exploração na Era do Descobrimento entre os séculos XV e XVII. As extrações de riquezas naturais de outros países também serviram como matéria-prima e possibilitaram que a Europa se tornasse muito rica dentro da lógica mercantilista, e mais tarde, capitalista. Devido a essas bases, a indústria da moda começou dentro de uma lógica colonialista e monopolista, muito parecida com a que temos hoje.

Entretanto, de acordo com Ferreira (2017), com a ascensão e desenvolvimento do capitalismo, a sociedade passa a basear-se totalmente ao redor do consumo. Pela influência estrutural, as pessoas começaram a comprar objetos em excesso, o que vai além de satisfazer seu próprio bem-estar, provocando uma grande geração de resíduos sólidos e aumento do desperdício.

De acordo com Andrade (2009), a influência do consumo de roupas prontas para as grandes massas foi catapultada no período pós-guerra, em 1949, quando o estilista J.C. Weil cunhou a expressão "*prêt-à-porter*", que significa "pronto-para-vestir". Foi a partir deste ano que o vestuário que não era feito sob medida tornou-se popular.

Entretanto, conforme exposto por Coutinho e Kauling (2020), com o surgimento do *fast fashion* por volta dos anos 90, o consumismo na moda se tornou mais evidente do que nunca na história, visto que consiste em um modelo de negócios que foca em atender às novas tendências de moda o mais rápido possível, com o menor custo possível. As peças são baratas devido ao trabalho mal remunerado, muitas vezes análogo à escravidão, e à baixa qualidade das peças, que não são muito duráveis e, portanto, mais propensas a serem descartadas.

Antes do advento da moda rápida, conforme Coutinho e Kauling (2020) expõem, o fornecimento de roupas trabalhava em uma base sazonal, como primavera-verão ou outono-inverno. No ritmo tradicional da produção sazonal, cada coleção leva cerca de dois anos para ser construída, enquanto a moda rápida produz 52 coleções por ano. Segundo o documentário *The True Cost* (2016), a sociedade contemporânea consome 80 bilhões de artigos de vestuário por ano, um aumento de 400% em comparação com a década de 1990.

Entendendo o modelo simplificado de produção explicitado por Baugh (2018), é possível perceber que a indústria têxtil envolve agricultura, produtos químicos, transporte, tecnologia da informação para a integração de sistemas de inventário e pedidos, e máquinas e equipamentos que fornecem a infra-estrutura para as peças de vestuário a serem produzidas. É uma cadeia de fornecimento cada vez mais complexa no contexto da globalização, envolvendo diversas empresas em todo o mundo em sua operação.

Ainda segundo Baugh (2018), a produção de roupas com fibras sintéticas e artificiais, como por exemplo o poliéster, possui menor custo em comparação com as fibras naturais. Dessa forma, o *fast-fashion* usa o poliéster como principal componente de suas peças, que consiste em um material

que libera microplásticos no processo de lavagem e não se dissolve na natureza. Também é muito utilizado para fabricar roupas que mesclam fibras naturais com sintéticas para barateá-las, o que dificulta a reciclagem da peça devido à mescla de materiais.

Segundo a definição de Boff (2002), a sustentabilidade consiste em um conjunto de processos e ações para proteger a integridade do planeta, seus ecossistemas, sua diversidade e características que permitem a reprodução da vida e as condições para que os seres humanos continuem a existir como civilização. Apesar deste foco no meio ambiente, a sustentabilidade inclui atualmente três pilares principais para que algo seja considerado verdadeiramente sustentável: ambiental, social e econômico. Tal nível de produção e consumo é totalmente contrário à sustentabilidade.

3. MATERIAL E MÉTODOS

A abordagem será qualitativa, visto que irá analisar conceitos sobre sustentabilidade e *fast fashion*, estando relacionada, segundo Prodanov e Freitas (2013), com a descrição e compreensão de um fenômeno não mensurável em números. Ainda segundo os autores, sua natureza será básica, pois irá gerar conhecimentos que poderão ser utilizados em pesquisas no tema da sustentabilidade e promoção de práticas gerenciais mais coerentes com a Responsabilidade Social Empresarial.

Quanto aos objetivos será descritiva e exploratória, visto que, segundo Gil (2002), possui a finalidade de relatar as características de determinada população, fenômeno, ou estabelecer relações entre variáveis ao mesmo tempo em que procura tornar o problema mais explícito. Quanto aos procedimentos, de acordo com Gil (2002), a pesquisa será bibliográfica, pois se baseará em material já elaborado, principalmente se tratando de livros e artigos científicos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Preliminarmente, em resposta a estes problemas, segundo Štefko e Steffek (2018), a moda ecológica procura preservar os ciclos das fibras naturais orgânicas, a fim de propor peças de maior qualidade e durabilidade, exigindo que toda a cadeia de produção seja sustentável e que os trabalhadores envolvidos sejam bem compensados. Desta forma, o conflito entre moda rápida e moda ecológica é explicitado, devido à natureza exploratória dos recursos do *fast-fashion* em oposição à tentativa de reparação ambiental e social da proposta da moda ecológica.

Por outro lado, as empresas perceberam que, para sobreviver, precisam se adaptar às exigências dos consumidores que buscam uma ética empresarial, pois a mentalidade está mudando com o tempo. De acordo com Štefko e Steffek (2018), a informação está mais democratizada e disponível atualmente, acompanhado ao acesso da população a um nível superior de educação. Portanto, o número de pessoas repensando o consumo continua a crescer rapidamente.

Segundo Tenório (2015), a responsabilidade social empresarial compreende que as empresas

estão em um ambiente complexo, em que suas ações podem acarretar em mudanças nos agentes econômicos, na comunidade e na qualidade de vida das pessoas. Por esse motivo, é insuficiente que o esforço da organização se baseie em agradar os acionistas, se fazendo necessário atender os objetivos sociais no plano de negócios para integrar a empresa à sociedade, atendendo à melhoria da qualidade de vida da população.

5. CONCLUSÕES

A indústria da moda propôs esse novo modelo para seguir o ritmo de consumo e informações cada vez mais rápidas na sociedade, sem se atentar aos danos causados às pessoas e à natureza. Conforme os consumidores passam a ser mais exigentes com as práticas éticas feitas pelas organizações, uma mudança de paradigma é necessária para a sobrevivência no futuro, tanto mercadológica quanto da espécie humana.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. Z. 2009. **A moda invade as ruas: consumo jovem nos anos 1960.** dObra[s] - revista da Associação Brasileira de Estudos de Estudos de Pesquisas em Moda.

<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/267>

BAUGH, Gail. **The Fashion Designer's Textile Directory: A Guide to Fabrics' Properties, Characteristics, and Garment-Design Potential: The Creative Use of Fabrics in Design.** B.E.S. Publishing; 2ª edição, 2018.

BOFF, L. **Sustentabilidade: o que é - o que não é.** Petrópolis: Editora Vozes Limitada, 2017.

COUTINHO, M; KAULING, G. B. **Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição.** Santa Catarina: Revista Memorare, 2020.

FERREIRA, H. **Um estudo sobre o consumo e sobre a Economia Circular na moda.** Rio de Janeiro: Dignidade Re-Vista, 2017.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

LÓPEZ, F. G. 2020. **La moda sostenible como antagonista al fast-fashion y su oportunidad de negocio.**

<https://buleria.unileon.es/handle/10612/12392>

PRODANOV, C. C; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** Nova Hamburgo: Editora Feevale, 2013.

ŠTEFKO, R; STEFFEK, V. **Key Issues in Slow Fashion: Current Challenges and Future Perspectives.** Slovakia: MDPI Journal, 2018.

TENÓRIO, F, G. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2015.

THE TRUE COST. Direção: Andrew Morgan. Produção de Untold Creative e Life is My Movie Entertainment. Estados Unidos: Life is My Movie Entertainment, 2015.

TIOSSI, F; SIMON, A. **Economia circular: suas contribuições para o desenvolvimento da Sustentabilidade.** Curitiba: Brazilian Journal of Development, 2021.