



Slow Fashion ou Moda Lenta? uma revisão bibliográfica dos conceitos formadores de sua definição

Slow Fashion or Slow Fashion? a bibliographical review of the concepts that form its definition

Lia Moreira Astudillo Poblete, designer, PUC-Rio

liapuc2020@gmail.com

Maria Eloisa de Jesus Conceição, doutora, PUC-Rio

mariaeloisa.jcq@puc-rio.br

Carlo Franzato, doutor, PUC-Rio

carlofranzato@puc-rio.br

Resumo

Este artigo tem como objetivo fazer uma revisão do termo moda lenta (*slow fashion*). A metodologia utilizada foi uma revisão bibliográfica que se baseou em artigos que investigaram as questões que deram origem ao movimento Moda Lenta, como este é empregado na prática e as diversas definições que foram atribuídas durante os anos que a expressão foi se estabelecendo ao redor do mundo. Com isto podemos concluir que as publicações revisadas são insuficientes para compreender em profundidade a aplicação e a prática do movimento. Fazendo necessário, desta forma, a realização de novos estudos que busquem avaliar desdobramentos diferentes, a fim de tornar mais efetivo a viabilização do movimento Moda Lenta.

Palavras-chave: moda lenta; movimento slow; design de moda; sustentabilidade; cenário futuros

Abstract

This article aims to review the term slow fashion. The methodology used was a bibliographical review that was based on articles that investigated the issues that gave rise to the Moda Lenta movement, how it is used in practice and the different definitions that were attributed during the years that the expression was established around the world. . With this we can conclude that the reviewed publications are insufficient to understand in depth the application and practice of the movement. Therefore, it is necessary to carry out new studies that seek to evaluate different developments, in order to make the Moda Lenta movement more effective.

Keywords: *slow fashion; slow movement; fashion design; sustainability; future scenarios*

1. Introdução

‘Lento’ é um adjetivo que vem do latim ‘*lentus*’. Na língua portuguesa a definição de lento está associada a noção de tempo e movimento, “aquele que se move devagar”. Neste contexto, podemos refletir sobre a relação da utilização dos termos ‘lento’, ‘tempo’ e ‘velocidade’ na perspectiva da produção e do consumo de produtos, mais especificamente da peça de vestuário.

“Nas grandes metrópoles ao redor do mundo, a percepção do esgotamento das formas de exploração do humano e do ambiente abrem caminho para reflexões a respeito dos sentidos perdidos” (Batista; Grisci; Figueiredo, 2013, p. 31). É neste contexto que o movimento *Slow* (lento) surge. Segundo Honoré (2005), o movimento *Slow* é uma revolução cultural que se compromete a lutar contra a noção de que a rapidez é o melhor caminho a ser seguido. Portanto, a filosofia *Slow* sugere que não se deve fazer tudo em baixa velocidade, e sim na velocidade correta, correspondente a realizar atividades e/ou processos de forma satisfatória e com qualidade.

O mundo certamente vive no regime da rapidez, porém o movimento *Slow* vem ganhando cada vez mais espaço, já que busca a mudança da experiência do tempo, no sentido da desaceleração e da valorização entre as pessoas e entre as pessoas e o meio. Desta forma o objetivo é que os indivíduos consigam tornar-se seres com pensamento crítico, conscientes e engajados com todos os elementos que constituem suas vidas a favor da recuperação do sentido da existência. O movimento engloba diversas atividades econômicas, como por exemplo, a indústria da moda, dando origem a expressão moda lenta (*slow fashion*). O movimento Moda Lenta é encarregada não só por contestar uma indústria responsável por gerarem níveis de poluição extremo, estando na lista das cinco indústrias mais poluentes do mundo, como também, desenvolver uma nova forma de relacionamento com a natureza, sustentável e regenerativa.

A compreensão acadêmica em relação ao movimento Moda Lenta é insuficiente. Não há uma definição formal de Moda Lenta atualizada e poucos estudos investigam o conceito e o âmbito do em eu o movimento se encontra. Essa falta de uma definição conceitual é problemática, considerando o interesse crescente pela prática deste movimento. (Jung e Jin, 2016)

Este artigo tem como objetivo propor uma definição do movimento Moda Lenta, baseada numa revisão bibliográfica. Foram selecionados os termos design, moda, relação design e moda, *Slow Fashion*, Moda Lenta e *Slow Food* para busca na plataforma de pesquisa google acadêmico. Formam separados artigos e livros nos quais constavam informações e definições elaboradas sobre a origem do problema que incentivou o movimento a surgir, através da análise elaborada por Christo (2016), a origem do movimento Moda Lenta, por meio da análise de Fletcher (2008), como pode se dá o movimento na prática, de acordo com as observações de Salcedo (2014) e definições que foram atribuídas a Moda Lenta durante os anos que o movimento foi se estabelecendo ao redor do mundo.

2. A relação entre moda e design

Segundo o movimento *Slow*, a proposição de uma Moda Lenta implica combater o vigente modelo industrial da moda, Moda Rápida ou *Fast Fashion*, desenvolvendo atividades e processos que sejam praticados com qualidade, respeito e condizentes com o tempo necessário de realização. Assim, com este cenário de embate, é necessário se perguntar qual a origem do problema (Moda Rápida) que como consequência origina um movimento como reposta (Moda Lenta). Para tal, é necessário voltarmos na historia da moda, onde nos deparamos com o encontro da moda com o design e as possíveis consequências que este encontro pode ter gerado no cenário atual.

Para Christo (2016):

O design está associado à noção de capacidade projetual e de identificação das demandas dos usuários, vinculando a habilidade para configurar um objeto com a competência para planejar, pesquisar, analisar, gerenciar e ter uma visão global do processo produtivo, para atender o usuário no final da linha.

Ainda dentro desta perspectiva, vale ressaltar a crítica de Freitas (2010), a respeito do lugar ocupado pelo design na atualidade.

Na sua ascensão cultural, enquanto agente organizador e transformador da realidade, foi-se alargando nos seus campos de atuação, mas também nos seus equívocos, ao ponto que é hoje difícil definir o que é design, quais os seus limites científicos onde acaba e onde começa a sua presença no nosso quotidiano. Estamos rodeados de objetos desenhados, projetados, pensados, e cumprindo o sonho racionalista e bauhausiano, invisíveis, banais, inteiramente ubíquos. E na sua perfeição cínica é invisível. Até falhar. O imprevisto, o acidente, o desastre, revelam a sua presença. Na presença da sua ausência, no postulado Virilliano, é no vazio e na memória que emerge novamente, desperto para uma nova realidade, livre de antigos constrangimentos e atento para o novo contexto material. O “design de emergência” ou a emergência do design.

Observamos a moda de ângulos distintos. Podemos adotar um olhar macro onde a moda é um retrato da cultura e da sociedade. Em contra partida, um olhar micro onde observamos pessoas, seus hábitos, vínculos, particularidades e as relações que nós seres humanos temos com nossos pares e com as nossas roupas. “Ele estava nos vincos do cotovelo – vincos que no jargão técnico da costura são chamados de “memórias”; estava até nas manchas da barra da jaqueta; estava no cheiro das axilas. Acima de tudo, ele estava no cheiro”. (STALLYBRASS, 2016, p.13)

A moda nos ajuda na construção do eu, na construção da subjetividade, da identidade de cada indivíduo. As roupas estão diretamente ligadas às nossas memórias, ao nosso entendimento de tempo, passado, presente e futuro. Porém com o passar do tempo esta relação se tornou invisível, devido a forma que acessamos e consumimos a moda, fato que proporcionaram mudanças drásticas neste relacionamento.

No final da década de 1990 e início do século XXI a atividade de criação, desenvolvimento e produção de uma peça de vestuário no Brasil passou a ser pensada e considerada como atividade pertencente ao campo do design. Neste momento o ‘estilista’ adota outro nome, ‘designer de moda’. Esta mudança é significativa já que a noção de criar, desenvolver e produzir moda, passa a ser moldada diretamente de acordo com os preceitos industriais que o design carrega não só em sua história, como também em sua prática. (Christo, 2016)

No Brasil, o modelo industrial de Moda Rápida (*Fast Fashion*) também se difunde a partir da década de 90 . Sendo assim, até que ponto a associação entre moda e design pode ter sido um dos fatores de maior relevância para o alcance do atual cenário ocupado pela indústria da moda perante todo o impacto socioambiental gerado?

3. O movimento Moda Lenta como desdobramento do movimento *Slow*

Para compreendermos o movimento Moda Lenta é necessário que entendamos que sua origem decorre do movimento Comida Lenta, que tem como uma das suas premissas a sustentabilidade, não só como um ponto de partida, mas também como uma base de sustentação para o movimento. Desta forma, torna-se importante recorrer à definição de sustentabilidade.

Sustentabilidade é toda ação destinada a manter as condições energéticas, informacionais e físico-químicas que sustentam todos os seres, especialmente a Terra viva, a comunidade de vida e a vida humana, visando a sua continuidade e ainda a atender as necessidades da geração presente e das futuras de tal forma que o capital natural seja mantido e enriquecido em sua capacidade de regeneração, reprodução, e coevolução (Boff, 2018, p.116).

Portanto as ideias de design, produção e consumo lento foram estabelecidas e praticadas pela primeira vez no movimento Comida Lenta (Slow Food), fundado por Carlo Petrini, na Itália, em 1986. O movimento une prazer e comida com consciência e responsabilidade (Fletcher, 2008). Busca defender a biodiversidade na alimentação dos indivíduos, opondo-se a padronização do sabor, defendendo a necessidade de informação do consumidor e protegendo as identidades culturais ligadas à alimentação.

Quase duas décadas após o surgimento do movimento Comida Lenta surge o Movimento Moda Lenta. Este foi citado pela primeira vez no ano de 2004, pela escritora de moda britânica, Angela Murrills, na revista *Georgia Straight*. Logo o termo foi amplamente difundido na internet, sendo recorrentemente utilizado por indivíduos da área da moda. Porém foi a acadêmica, Kate Fletcher, também britânica, no ano de 2008, que cunhou o termo nas bases científicas, em seu livro *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journey*.

Segundo Fletcher (2008):

Ao combinar as ideias do movimento slow com o setor global de vestuário, nós construímos uma nova visão para a moda na era da sustentabilidade: onde o prazer e a moda estão ligados à consciência e à responsabilidade. Isso afirma a importância da moda para a nossa cultura e reconhece a urgência da agenda da sustentabilidade. O Slow Fashion tem a ver com projetar, produzir, consumir e viver melhor. Trata-se de combinar ideias sobre um senso de tempo da natureza (dos ciclos de regeneração e evolução), do tempo da cultura (do valor das tradições e da sabedoria), bem como os prazos mais comuns da moda e do comércio. Sua ênfase está na qualidade (do meio ambiente, da sociedade, das condições de trabalho, negócios, produtos, etc.). Portanto, nesse contexto, slow não é o oposto de fast - não há dualismo - é simplesmente uma abordagem diferente na qual os designers, compradores, varejistas e consumidores estão mais conscientes dos impactos dos produtos sobre trabalhadores, comunidades e ecossistemas (Fletcher, 2008, p. 173).

4. Os processos e etapas presentes na confecção de uma peça de vestuário de acordo com o movimento Moda Lenta

Para construir uma proposta de definição do movimento Moda Lenta, é importante que tenhamos contato com um modelo que chamamos de base, já que existem diversos outros modelos / formas do movimento Moda Lenta se expressar. Neste é possível observar todos os processos e etapas do ciclo de vida de uma peça de vestuário (Figura 1).

A cadeia produtiva abaixo é dividida em processos (representados nos círculos), acompanhados por quadros que representam, resumidamente, cada etapa a ser trabalhada segundo os princípios da Moda Lenta. É importante ressaltar que em cada etapa da produção estejam presentes os direitos de todos os trabalhadores e condições adequadas para a realização de seus trabalhos.

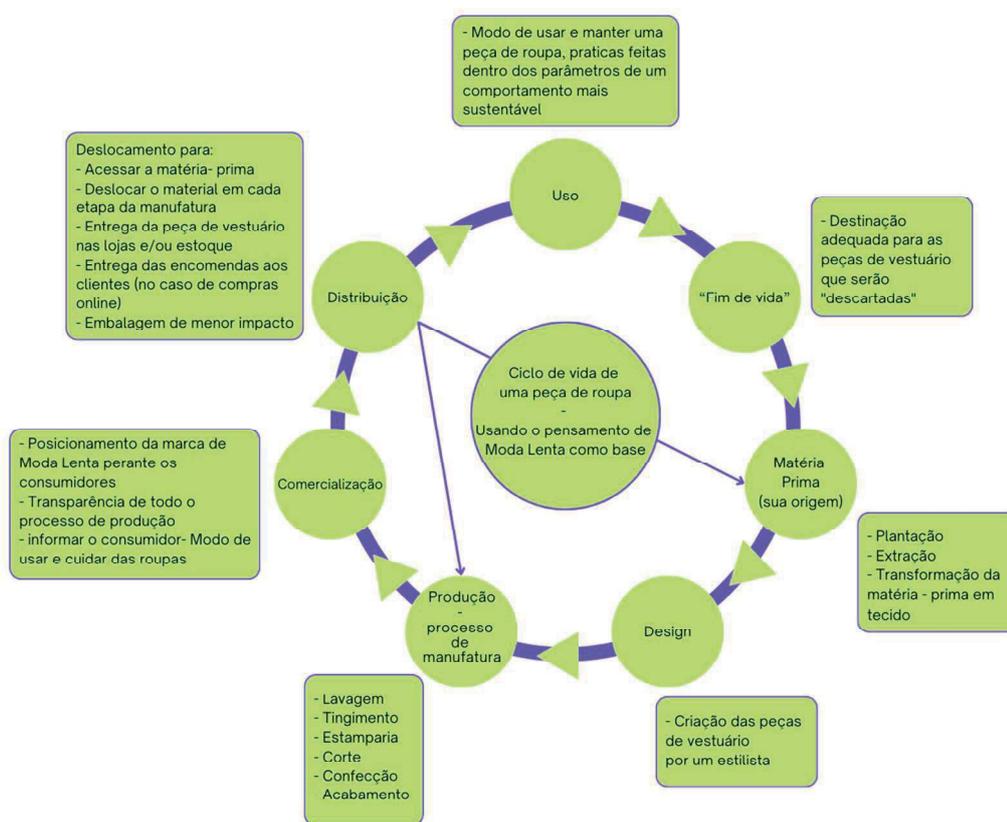


Figura 1: Ciclo de vida de uma peça de vestuário usando o pensamento de Moda Lenta como base.

Começamos pelo primeiro processo, a escolha da matéria-prima. As fontes de fibras que têm menor impacto, recebem este nome por não serem 100% sustentáveis, são provenientes de processos que utilizam reciclagem, biopolímeros, fibras naturais ou fibras ecológicas. Os pontos que devem ser levados em consideração para escolher um tecido são: como se deu o plantio, a colheita e o beneficiamento da matéria-prima e como os profissionais envolvidos neste processo são tratados.

O segundo processo é o design da peça de vestuário. Segundo Gwilt (2011) apud Salcedo (2014). O estilista deve ver a estratégia de sustentabilidade como uma oportunidade

de inovação, ou seja, a sustentabilidade é parte do processo de design. A figura abaixo, segundo Salcedo (2014), representa o estágio de design para a sustentabilidade. Esta ilustração é inspirada pelo método de linhas paralelas de pensamento de B. Lawson.



Figura 2: Estratégias de design para a sustentabilidade. Fonte: Salcedo (2014, p. 40)

O terceiro processo é o de produção (processo de manufatura). Ao longo deste diversas etapas são realizadas, como mostra a Figura 1. Salcedo (2014) apresenta o *Cleaner Production Program* (CPP), que é uma estratégia de processos de manufaturas mais sustentáveis, que tem como objetivo promover técnicas ambientais preventivas nos processos produtivos, a fim de obter uma produção mais limpa. Para o CPP é relevante fazer um uso eficiente dos recursos naturais, incluindo matérias-primas, água e energia; minimizar os resíduos e as emissões, inclusive os despejadas em águas, no ar e/ou em terra e reduzir os riscos derivados do uso de produtos químicos para os seres humanos e o meio ambiente e eliminar os produtos químicos utilizados na indústria.

O quarto processo, é a comercialização desta peça de vestuário. Nos meios online, através do posicionamento adotado, é possível conscientizar e criar vínculo com o cliente utilizando estratégias como: transparência na produção, mostrando todas as etapas e trabalhadores envolvidos no processo de produção através de vídeos, destrinchando o motivo da peça custar determinado valor, disponibilizar grade de medidas e ensinar o consumidor a tirar suas próprias medida, promovendo diálogos com os consumidores a fim de guiar o que será produzido, evitando acúmulo de excedente de produção, dentre outras possibilidades de se chegar ao objetivo de criar uma relação estável, saudável e produtiva com seu cliente.

Já na venda física, as marcas necessitam se preocupar com o conteúdo veiculado nas suas áreas de venda. Além disso, Salcedo (2014, p. 97-98) apresenta três possibilidades bem interessantes de serem adotadas como modelos de lojas: lojas-Produtor, lojas - produtor pop up e lojas ecoeficientes.

Quinto processo é a distribuição. A distribuição esta presente em todo o ciclo de vida de uma peça de vestuário, sendo responsável pelo ir e vir de insumos e serviços necessário para viabilizar a confecção, compra e descarte das peças de vestuário. Você já se perguntou a quilometragem percorrida entre os processos e etapas necessárias para confeccionar uma peça de vestuário, até esta chegar ao conforto do seu lar, ou melhor, até a peça chegar no local de descarte? Na maioria das vezes cada processo é efetuado em locais totalmente

distintos e distantes geograficamente. Portanto uma marca que adota o movimento Moda Lenta, busca diminuir ao máximo o deslocamento entre os processos realizados ao longo da produção das suas peças de vestuário, priorizando os insumos locais.

Sexta processo, uso. A usabilidade e manutenção de uma peça de vestuário, tem como ator o usuário da peça. Este indivíduo é responsável por uma parte significativa do impacto ambiental gerado no ciclo de vida de uma peça de roupa, devido a falta de informação em relação a como trata-la de forma adequada. As marcas e os designers de moda podem promover ações de incentivo e ensino aos consumidores a utilizarem e manterem suas peças de roupa dentro de parâmetros de um comportamento mais sustentável, através, de informações transmitidas, por exemplo, em etiquetas como: lavar a roupa só quando estiver suja e tiver uma boa quantidade para otimizar o uso da máquina de lavar, usar detergente biodegradável, tentar não utilizar amaciante e só passar roupas quando tiver uma boa quantidade.

Sétima e último processo, fim de vida. Atualmente as peças de roupa se tornaram objetos descartáveis devido seu baixo custo e a velocidade das tendências, que fazem os consumidores se desfazerem com facilidade em busca de outras peças mais atuais. Diante desta realidade, diversas estratégias vêm surgindo, a fim de projetar, peças que não produzam impacto em nível residual, outro viés de estratégia é a intervenção no final do ciclo de vida útil, visando minimizar o impacto socioambiental causado pelos resíduos, como: o sistema de devolução de peças, os sistemas de reciclagem, o sistema de coleta e o *upcycling*.

5. Construção de uma proposta de definição do movimento Moda Lenta

Como resultado da pesquisa bibliográfica, apresentamos a seguir um quadro que buscou selecionar artigos de diferentes nacionalidades, para entender as perspectivas locais sobre o movimento. Todas as informações reunidas, juntam-se aos pontos e questões elaboradas anteriormente, que contribuíram no desenvolvimento da definição do que é o movimento Moda Lenta aqui proposta. É importante ressaltar que não tem como haver somente uma única definição ampla o suficiente para abraçar as diferenças e complexidades que vemos ao redor do mundo, o que pode ser feito é um estudo coletivo constante para a atualização, criando assim uma rede que se comunique, evitando discursos generalistas que não mostram avanços reais em nossos cotidianos.

Autor	País e ano da publicação	Definição de Moda Lenta
Dayana Nikole Herrera Manay	Peru 2021	Moda Lenta, com produção de longo prazo, feita de forma mais sustentáveis, caracterizadas pela boa qualidade e durabilidade dos produtos e que são reutilizável, onde compradores, consumidores, designers e distribuidores têm consciência do impacto que os produtos de vestuário geram no ecossistema e nas pessoas (Escobar e Amoroso, 2019).

<p>Coutinho e Kauling</p>	<p>Brasil 2020</p>	<p>Na moda, o slow fashion surge no intuito de conscientizar sob uma “nova forma de consumir moda que unifica princípios éticos, conscientes e de sustentabilidade no enfrentamento ao trabalho escravo” (SANTOS, 2017, p.2 apud FLETCHER, 2007).</p> <p>Trazendo o conceito de desaceleração, essa derivação na moda, sugeria peças que persistem por mais de uma coleção, com durabilidade e qualidade, a fim de adotar um novo estilo de vida e uma nova forma de consumo de roupas. Para Kauling (2017, p.69), os aspectos do slow fashion são relativamente recentes e trazem essa efervescência que está apontando sobre a moda como expressão social e cultural, propondo ações positivas de mudança nas comunidades e desconstruindo os padrões da moda vigente, bem como desenvolvendo novas perspectivas sociais. Busca também reconhecer talentos locais, provocar a criatividade, manifestar a identidade cultural e impulsionar a visão de desaceleração, sustentabilidade e inovação social. É a diretriz de uma moda mais humanizada, com preocupações até então não pensadas. É uma moda que valoriza o resgate da sabedoria (consciência sustentável), da sensibilidade, da cultura e dos trabalhos artísticos.</p>
<p>Vázquez, Cortés e Pazos</p>	<p>Espanha 2019</p>	<p>A “abordagem lenta” defende o consumo de produtos de qualidade, valorizando tanto o produto como o processo produtivo e a sua relação com o meio ambiente, bem como a participação do próprio consumidor no processo de fabricação ou na cadeia de fornecimento do produto (Cataldi et al. , 2010). Esta abordagem baseia-se no raciocínio de que não é possível produzir e valorizar a qualidade dos produtos se não nos permitirmos dedicar o tempo necessário para o fazer. Desta forma, procura-se sensibilizar os que as pessoas levem uma vida mais responsável e consciente, “desacelerando” os seus padrões de consumo e estabelecendo uma “cultura lenta”. Isto seria aplicável a inúmeras áreas, como “slow food”, “slow fashion” ou “slow cities” (Novo, 2006).</p> <p>Através do ML trata-se de produzir e consumir moda em menor velocidade, passando do paradigma da quantidade para o da qualidade. Ou seja, é um movimento que defende o consumo de produtos de qualidade, tanto pelo seu design como pela durabilidade, com menor frequência do que no atual modelo de MR (Fletcher, 2018; Jung e Jin, 2014).</p>
<p>Ferronato e Franzato</p>	<p>Brasil 2015</p>	<p>Muitos acreditam que o slow fashion é um movimento em reação ao fast fashion. Todavia, o mesmo é uma reação ao ritmo em que ocorrem as mudanças, de forma a fortalecer as conexões dos indivíduos com suas roupas e com os produtores enquanto incluem-se valores de comunidade, sustentabilidade e diversidade. Segundo Holt (2009) o slow fashion pode ser visto como um patchwork entre o antigo e o novo, uma abordagem para o consumo que envolve aspectos ambientais, sociais, e éticos, o que significa descobrir como as roupas são produzidas e fazer escolhas ecologicamente e sociologicamente conscientes.</p>

<p>Kate Fletcher</p>	<p>Inglaterra 2010</p>	<p>A moda lenta representa uma descontinuidade flagrante com as práticas do setor atual; uma ruptura com os valores e objetivos da moda rápida (baseada no crescimento). É uma visão do setor da moda construída a partir de um ponto de partida diferente. No entanto, não é assim que o slow fashion é comumente entendido. Muito pelo contrário, o slow fashion tem sido superficialmente mediado e adoptado particularmente pelos meios de comunicação de moda como um descritor de produtos que são de alguma forma menos rápidos. Aqui “lento” é entendido literalmente e equiparado a, digamos, produtos duráveis, técnicas de produção tradicionais ou conceitos de design que não dependem de estação. O termo “slow fashion” é usado para segmentar e diferenciar de uma forma nova as peças produzidas no modelo de moda em crescimento; para oferecer um novo ângulo de marketing para produtos e marcas que possuem uma longa herança, peças duráveis ou design clássico. A moda lenta – em grande parte porque é o oponente lexicográfico da moda rápida – é introduzida para oferecer aparente legitimidade aos produtos e modelos de negócios existentes, conferindo-lhes um sentido de ética e desenvoltura porque o ciclo normal de mudança e consumo induzido por tendências é evitado. Mas a moda lenta não é assim. Embora rápido seja o oposto de lento na linguagem; no contexto da cultura lenta; rápido e lento não estão em oposição. São visões de mundo diferentes, com lógicas econômicas e modelos de negócios, valores e processos diferentes.</p>
----------------------	----------------------------	---

Figura 3: tabela de definições do movimento Moda Lenta.

O movimento Moda Lenta representa uma descontinuidade com as práticas do setor atual, uma ruptura com os valores e objetivos da Moda Rápida. Embora rápido seja o oposto de lento na linguagem; no contexto da cultura lenta; rápido e lento não estão em oposição. São visões de mundo diferentes, com lógicas econômicas e modelos de negócios diversos, que se preocupam com os valores e os processos gerados ao longo do ciclo de vida de uma peça de vestuário, que tem como objetivo ser fechada e ter menor impacto socioambiental. Esta forma de produzir moda visa criar conexões profundas, de memória afetiva, entre os indivíduos com suas roupas, incluindo valores de comunidade, sustentabilidade e diversidade.

Baseado no movimento Moda Lenta o ciclo de vida de uma peça de vestuário, (Figura 1) deve seguir o tempo necessário e saudável para as roupas serem produzidas, além de promover a conscientização do impacto gerado pelo trabalho dos atores envolvidos nesta cadeia. É necessário ressaltar o papel do designer / estilista, responsável por projetar peças não só de qualidade como de longa herança, peças duráveis. Bem como é importante que este profissional projete pensando em toda a cadeia produtiva, refletindo que tipos de resíduos serão gerados por esta peça ao longo deste ciclo, afim de minimizar ao máximo o impacto gerado pelo seu projeto assumindo uma postura de total responsabilidade e consciência perante seu trabalho.

A participação do próprio consumidor no processo de criação e desenvolvimento do vestuário ou na cadeia de fornecimento do produto, é uma ferramenta interessante da

“abordagem lenta”. Os consumidores nesta posição tem acesso a peça de roupa que refletem suas identidades e permitem que os conceitos de desaceleração e sustentabilidade tonem-se mais próximos de suas vidas, possibilitando a adoção de um novo estilo de vida e uma nova forma de consumo roupas, mudando o paradigma da quantidade para o da qualidade. Esta abordagem permite um maior vínculo na relação entre os consumidores e as marcas que adotam as premissas do movimento Moda Lenta, tendo como consequência o fortalecimento do mercado local.

O movimento Moda Lenta se manifesta de diferentes maneiras de acordo com a localização geográfica. Existem mudanças informacionais, culturais, sociais e ambientais que variam entre regiões distintas, este fator pode viabilizar a acessibilidade a estas formas de produzir e consumir, por diversas classes, gêneros, corpos e etnias. Este busca também reconhecer talentos locais, provocar a criatividade e manifestar a identidade cultural. Tem como diretriz uma moda mais humanizada e social, que valoriza o resgate da sabedoria (consciência sustentável), da sensibilidade, da cultura e dos trabalhos artísticos e artesanais. O movimento Moda Lenta é um manifesto, mas, acima de tudo, uma prática diária e incansável na vida de cada indivíduo que o adere.

Considerações finais

A partir da revisão bibliográfica realizada observamos que as informações descritas pela literatura atual são insuficientes para compreender a fundo a aplicação e a prática do movimento Moda Lenta, faltando questionamentos e críticas mais robustas sobre o emprego deste no cotidiano.

Como os problemas relacionados a indústria da moda vem aumentando e se tornando cada vez mais públicos, o movimento Moda Lenta, como consequência, também vem ganhando espaço no mercado, na academia e no cotidiano de todos. Desta forma tona-se arriscada a não continua atualização e conexão entre os estudos sobre o movimento, abrindo espaço, por exemplo, para casos de greenwashing (quando uma marca utiliza o termo apenas para fins de marketing) praticados na indústria da moda.

Além disso a questão do acesso a informação atualizada sobre o movimento Moda Lenta pela sociedade contribui para a disseminação da sua prática, tanto no cenário nacional quanto no cenário internacional. É importante que a definição do movimento esteja adaptada ao contexto local, proporcionando assim soluções coerentes e possíveis de serem praticadas.

Sendo assim é necessário a realização de novos estudos que busquem avaliar outras perspectivas. Tal como a associação entre moda e design como fator relevante para o alcance do atual cenário ocupado pela indústria da moda e o impacto socioambiental gerado. Uma outra questão estaria relacionada à acessibilidade ao movimento Moda Lenta, sobre a importância de torná-lo mais acessível a diferentes classes. Por último, avaliar como acontece o movimento Moda Lenta nas marcas que o aderem, a fim de tornar mais efetivo e viável aumento desta prática.



Referências

- BATISTA, M. K.; GRISCI, C. L. I.; GALLON, S.; FIGUEIREDO, M. D. Slow movement: trabalho e experimentação do tempo na vida líquido-moderna. *Psicologia & Sociedade*, v. 25, n. 1, p. 30-39, 2013. FapUNIFESP. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-71822013000100005>. Acesso em: 16 set. 2023.
- CHRISTO, Deborah Chagas. *Estruturas e Funcionamento do Campo de Produção*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- BOFF, L. *Sustentabilidade: o que é: o que não é*. 5ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.
- CLARK, H. SLOW + FASHION—an Oxymoron—or a Promise for the Future ...? *Fashion Theory*, [S.L.], v. 12, n. 4, p. 427-446, dez. 2008. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.2752/175174108x346922>.
- COUTINHO, M.; KAULING, G. Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição. *Revista Memorare*, [S.L.], v. 7, n. 3, p. 83, 21 dez. 2020. *Anima Educação*. <http://dx.doi.org/10.19177/memorare.v7e3202083-99>.
- FERREIRA, M. B. (ed.). *Mini Aurélio: o dicionário da língua portuguesa*. 8. ed. Curitiba: Positivo, 2010.
- FERRONATO, P.; FRANZATO, C. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. *ModaPalavra e - Periódicos*, Santa Catarina, p. 103-115, out. 2015.
- FLETCHER, K. *Sustainable Fashion and Textiles: design journeys*. Londres: Earthscan, 2008.
- FLETCHER, K. Slow Fashion: an invitation for systems change. *Fashion Practice*, [S.L.], v. 2, n. 2, p. 259-265, nov. 2010. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.2752/175693810x12774625387594>.
- FREITAS, P. (DES)Memória de desastre. Uma abordagem multidisciplinar. In: 1.4. PENSAR O DESIGN QUE TEMOS DESIGN E EMERGÊNCIA, A EMERGÊNCIA DO DESIGN?. Madeira: 2010. Disponível em: https://cierl.uma.pt/wp-content/uploads/2020/02/cap.1.4_freitas.pdf. Acesso em: 13 set. 2023.
- GWILT, A. *Moda sustentável: Um guia prático*. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2015.
- HONORÉ, C. *In Praise of Slow: how a worldwide movement is challenging the cult of speed*. Belo Horizonte: Orion, 2005.
- JUNG, Sojin; JIN, Byoungcho. A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry. *International Journal Of Consumer Studies*, USA, v. 14, p. 510-519, 2014.
- MANAY, D. *Orientación del consumidor hacia la moda lenta en la ciudad de Lima*. 2021. 33 f. Tese (Doutorado) - Curso de Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Lima, 2021.
- MARTINS, A. F. P. *Concepções de estudantes acerca do conceito de tempo: uma análise à luz da epistemologia de Gaston Bachelard*. 2004. 218 f. Tese (Doutorado) - Curso de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Cap. 2. Disponível em:



<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48134/tde-30112004-183841/en.php>. Acesso em: 29 ago. 2023.

PEREIRA, D. R.; NOGUEIRA, M. F. MODA SOB MEDIDA UMA PERSPECTIVA DO SLOW FASHION. 9º Colóquio de Moda, Fortaleza(Ce), p. 123-134, 2013

SALCEDO, E. Moda ética para um futuro sustentável. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 2014.

SILVA, K. M.; MORI, F. M. O REGISTRO DE UMA IDEIA: ASSERÇÕES SOBRE MODA CONCEITUAL. Travessias, [s. l], v. 4, n. 3, p. 183-205, 2010. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/4610/3519>. Acesso em: 15 set. 2013.

SÁNCHEZ-VÁZQUEZ, P. et al. MODA SOSTENIBLE Y PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR. 3C Empresa. Investigación y Pensamiento Crítico, [s. l], v. 9, n. 3, p. 39-57, 24 ago. 2020.

SCHNEIDER, M. EL CONSUMIDOR MILLENNIAL Y LA MODA LENTA – UN ESTUDIO EXPLORATORIO. 2020. 101 f. TCC (Doutorado) - Curso de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Comillas Universidad Pontificia, Madrid, 2020.

STALLYBRASS, P. O casaco de Marx: Roupas, memória, dor. 5. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2016.