

GEÍSA GAIGER DE OLIVEIRA
GUSTAVO JAVIER ZANI NÚÑEZ
ORGANIZADORES

Des
ign
em
pes.
qui
sa. vol 4

GEÍSA GAIGER DE OLIVEIRA
GUSTAVO JAVIER ZANI NÚÑEZ
ORGANIZADORES

Des
ign
em
pes.
qui
sa. vol 4

Este livro é uma das publicações do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (www.ufrgs.br/iicd).

© dos autores – 2021

Projeto gráfico: Melissa Pozatti

D457 Design em pesquisa: volume 4 [recurso eletrônico] / organizadores Geísa Gaiger de Oliveira [e] Gustavo Javier Zani Núñez. – Porto Alegre: Marcavisual, 2021.
720 p. ; digital

ISBN 978-65-89263-33-3

Este livro é uma publicação do Instituto de Inovação, Competitividade e Design (IICD) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (www.ufrgs.br/iicd)

1. Design. 2. Gestão do Design. 3. Gestão de Projetos. 4. Educação. 5. Sustentabilidade. 6. Desenvolvimento humano. 7. Saúde. 8. Bem-estar. 9. Tecnologia .10. Emoção. I. Oliveira, Geísa Gaiger de.. II. Núñez, Gustavo Javier Zani.

CDU 658.512.2

CIP-Brasil. Dados Internacionais de Catalogação na Publicação.
(Jaqueline Trombin – Bibliotecária responsável CRB10/979)



Marcavisaual Editora - Conselho Editorial

www.marcavisaual.com.br

Airton Cattani – Presidente

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Adriane Borda Almeida da Silva

UFPEL – Universidade Federal de Pelotas

Celso Carnos Scaletsky

UNISINOS – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Denise Barcellos Pinheiro Machado

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro

Marco Antônio Rotta Teixeira

UEM – Universidade Estadual de Maringá

Maria de Lourdes Zuquim

USP – Universidade de São Paulo

Capítulo 9

Reflexão sobre a evolução do consumo rápido no design de moda e o modelo *hybrid fashion* como alternativa sustentável

Luciene Machado e Jocelise Jacques de Jacques

RESUMO

Considerando a moda e o consumo como conjuntos de processos socioculturais, tem-se como objetivo propor uma reflexão e discussão teórica sobre a evolução do consumo rápido na moda e o modelo *Hybrid Fashion* como alternativa sustentável. Aborda uma breve evolução do consumo de moda a partir do século xv até a atualidade, apresentando o consumo desenfreado advindo do sistema de produção do *design* de moda, denominado de *Fast Fashion* (Moda Rápida). Apresenta o sistema *Slow Fashion* (Moda Lenta) como a primeira proposta que visa a sustentabilidade na produção e consumo de moda. Entretanto, nota-se que tais sistemas são radicais em seus antagonismos, fazendo com que o sistema *Slow* seja inexequível na prática em sua totalidade. Assim, como uma segunda proposta mais plausível e aplicável, um novo modelo vem emergindo, o *Hybrid Fashion* (Moda Híbrida), o qual equilibra conceitos, requisitos e modos de produção dos sistemas *Fast* e *Slow Fashion*, mostrando-se como uma alternativa sustentável e inovadora na indústria da moda e do *design*.

Palavras-chave: consumo rápido, *design* de moda, *hybrid fashion*, sustentabilidade, *design* sustentável.

1 INTRODUÇÃO

A expressão consumo de massa designa um tipo de comportamento proveniente da moderna sociedade de consumo com início no século xix, perpetuando até a contemporaneidade. A principal característica é o fato de os padrões de consumo estarem massificados e a maioria dos produtos e serviços estarem acessíveis à população em geral. O consumo de massa desenfreado de novos bens na área da moda (representado pelo sistema *Fast Fashion*) conduzido por um contínuo desejo de posse

do maior número de bens possível, caracteriza-se pelo acúmulo de peças de vestuário e seu posterior descarte rápido. Isto leva o consumidor a adquirir novos bens incessantemente, apenas por estarem na moda, pois as peças assumem significados simbólicos e comunicam *status*, integração e diferenciação social.

Segundo Douglas e Isherwood (2009), a posse de novos bens - “a coisa nova” - de algum modo torna-se uma necessidade, exercendo um poder imperativo de ser adquirido. Os bens são necessários à subsistência e à exibição competitiva para dar visibilidade e estabilidade às categorias da cultura e da moda. Assim, a aquisição “de algo novo”, induzido pelo sistema da moda, não serve apenas para suprir necessidades práticas, mas carrega uma significação social para estabelecer e manter as relações sociais. Neste contexto, pode-se afirmar que o conceito de consumo e a transferência de significados dos bens evoluiu durante a história, especialmente a partir do século xv, através de mudanças na forma de produzir e consumir, onde os bens assumem múltiplos significados associados às diversas formas de consumo de uma sociedade em constante movimento, resultando no consumo de massa contemporâneo e desenfreado, denominado de *Fast Fashion*.

Nesta perspectiva, pode-se apontar o surgimento de uma primeira proposta, que visa a sustentabilidade na produção e consumo de moda na sociedade vigente, em oposição ao *Fast Fashion*, denominada de *Slow Fashion*. Nesta abordagem, novos significados são atribuídos à produção e consumo dos bens, conectados com os conceitos de sustentabilidade e conscientização sobre o descarte rápido de produtos e impactos nocivos ao meio ambiente.

Entretanto, no contexto de mercado atual, o sistema *Slow* é inviável de ser aplicado na prática em sua totalidade (funcionando 100% teoricamente), pois não pode arcar com toda a estrutura produtiva já existente. Isto poderia causar o desemprego e desincentivo na inserção de novos profissionais nesta área. Por outro lado, a permanência e o domínio do sistema *Fast* pode provocar um aumento considerável dos impactos negativos ao meio ambiente e à sociedade, extinguindo os recursos naturais, gerando um volume de resíduo cada vez maior.

Diante deste cenário e decorrente mudanças no padrão de comportamento da sociedade, a qual busca um caminho em direção ao consumo consciente, vem emergindo uma segunda proposta mais plausível e aplicável em prática de mercado, o modelo *Hybrid Fashion* (Moda Híbrida). Este surge da reflexão sobre os sistemas extremos *Fast Fashion* (Moda Rápida) e *Slow Fashion* (Moda Lenta), buscando o equilíbrio de conceitos, requisitos e modos de produção e consumo do *Fast* e *Slow*, mostrando-se como uma possibilidade de alternativa sustentável e inovadora na indústria da moda e do *design*. Cabe salientar que até o momento não há muitos estudos acadêmicos sobre o conceito de *Hybrid Fashion*, termo usado por Cietta (2012) e Cunha (2016), e comentado em vários *blogs* e mídias sociais especializados em moda.

Frente ao exposto, o objetivo deste estudo é fazer uma reflexão e discussão teórica sobre a evolução do consumo rápido na moda e o modelo *Hybrid Fashion* como alternativa sustentável e inovadora na indústria da moda e do *design*. A motivação do estudo partiu do documentário *The true cost* (2015), um ícone na área da moda, que relata o *Fast Fashion* como um sistema de produção e consumo de massa desenfreado e seus impactos ambientais e sociais nocivos, a moda sustentável e o sistema *Slow Fashion* como solução.

2 METODOLOGIA

Como o objetivo é uma discussão teórica, o método constitui-se de uma revisão narrativa de literatura, sendo a técnica de coleta de dados composta por pesquisa bibliográfica e documental. A revisão narrativa de literatura (também denominada de referencial teórico) não é uma revisão sistemática, e sim uma construção narrativa, na qual os dados da pesquisa evidenciam o domínio do pesquisador sobre o tema, tendo em mente os objetivos da pesquisa e assim feitas as escolhas bibliográficas (AZEVEDO, 2016). Representa a base teórica a partir da qual foi realizada a exposição, associação, análise e discussão dos conceitos e conteúdo, simultaneamente ao longo do texto. Para a pesquisa bibliográfica, foram selecionados livros sobre os sistemas de moda entre 2005 à 2021, internacionais e nacionais, de autores relevantes na área e de domínio dos pesquisadores e uso na docência, com-

plementados por artigos selecionados por palavras-chave (*fast, slow, hybrid fashion*), e livros de autores clássicos sobre consumo. Assim, partiu das perspectivas de autores sobre os sistemas de moda, como: *Slow Fashion* e sustentabilidade (BERLIN, 2012; FLETCHER e GROSE, 2011; GWILT, 2012); *Fast Fashion* (CIETTA, 2012; SIEGLE, 2011; THOMAS, 2019); *Hybrid Fashion* (CIETTA, 2012; CUNHA, 2016); consumo (BARBOSA 2008; MCCRACKEN, 2003; SLATER, 2002; VEBLEN, 1983). A pesquisa documental partiu do documentário ícone na área da moda *The True Cost* (2015), que relata sobre os impactos negativos do sistema *Fast Fashion*.

3 REFERENCIAL TEÓRICO: CONSUMO, FAST FASHION E SLOW FASHION

3.1 Evolução do consumo rápido a partir do século xv até a atualidade

O conceito de moda (referente a sistema de imitação, e não restrito ao vestuário) começa a ser estabelecido nos meados do século xv, com o surgimento de uma nova classe social, formada por comerciantes que estavam enriquecendo com os produtos trazidos do Oriente, a burguesia. Na Idade Média o número de trajes encomendados era regulado por lei de acordo com o *status* social e com a renda de cada um. Por exemplo, na Inglaterra até 1363 um mercador com renda de 1.000 libras tinha direito à mesma roupa e comida que um cavaleiro de renda de 500 libras (TUCHMAN, 2014).

A burguesia desde muito tempo almejava aparentar sua riqueza através da imitação da nobreza, passando a copiar seus valores, comportamentos, estilo de vida, vestuário e forma de consumo, através da aquisição de bens. Diante disso, a nobreza desejava manter-se única e exclusiva em sua aparência e não ser copiada, e começa, então, a lançar novas modas para distinguir-se da burguesia. Este fato acaba gerando um ciclo vicioso da produção da novidade, que ao longo dos séculos seguintes, passa a acontecer cada vez mais rápido.

Assim, os conceitos de moda, novidade, desejo de posse de novos bens, diferenciação e imitação de classes, e novos modos

de consumo instalados a partir do século xv, seguem desenvolvendo-se nos séculos seguintes para um “consumo de pátina” (xvi e xvii); evoluindo para um “consumo de moda” (xviii e início da Revolução Industrial); e na sequência para um “consumo de massa” (xix) impulsionado pela industrialização; estendendo-se pelo século xx até a atualidade com um consumo de massa exagerado, denominado “consumo rápido” (sistema *Fast Fashion*).

A aquisição e acumulação de bens presentes no consumo de massa surgiu com o conceito de propriedade instituído pela classe ociosa nas comunidades predatórias, onde os bens assumem significado de troféu (VEBLEN, 1983). Nas sociedades tribais, a posse e o consumo de bens e riquezas que o indivíduo possuía encontravam-se associados à busca de diferenciação social e tornavam-se prova de realização heroica e notável, mas não eram associados à acumulação de riquezas como nas sociedades das cortes reais e modernas (VEBLEN, 1983). O sistema de propriedade sobre os bens instala-se gradualmente, evolui e gera um tipo de consumo, com o objetivo de aquisição e acumulação de bens como base de riqueza, respeito, estima e reputação, reforço de *status*, estabelecendo-se, assim, um consumo familiar e de pátina dentro de uma sociedade de corte tradicional. Este consumo supria tanto as necessidades físicas de conforto material, quanto as espirituais, estéticas e intelectuais.

McCracken (2003) identifica o “consumo de pátina” na Inglaterra, nos séculos xvi e xvii, quando ocorreu um aumento de consumo e surto de gastos em grande escala pelos nobres, decorrentes de Elizabeth I e seu reinado (pois utilizou a despesa como um instrumento de governo), bem como, da competição social entre a nobreza elizabetana (nobres eram cada vez mais dependentes do favor real para sua sobrevivência). Elizabeth I tinha como objetivo fazer da corte uma espécie de espetáculo teatral, em que a posse dos bens pela monarquia tomou um significado político de comunicar a legitimidade da monarca para governar, o poder e um *status* divino. Assim, a família enquanto unidade de consumo estava comprometida com o estabelecimento e a manutenção do culto do *status* familiar, o qual se originava e era experimentado como resultado dos esforços de cada geração

para aumentar a posição e a honra da linhagem, através do acúmulo e transferência de bens, tendo-se um consumo coletivo e de pátina (MCCRACKEN, 2003).

A pátina constitui a marca do tempo deixada nos objetos indicando que pertenciam e eram usados pela mesma família há gerações, e está ligada a um ciclo de vida mais longo e à durabilidade do objeto, conferindo tradição, nobreza e *status* aos seus proprietários. O sistema de pátina foi utilizado como estratégia de ascensão social por famílias que aspiravam a nobreza, funcionando como um dos elementos de autenticação dessa nobreza, que se dava pela regra social das “cinco gerações” – o número de gerações exigido para que uma família acumulasse honra e posição suficiente para ser reconhecida socialmente – podia ser fisicamente comprovada pela pátina existente nos objetos de propriedade da família (MCCRACKEN, 2003). Neste sistema, estão inseridos o conceito de compartilhamento dos objetos e bens pelos membros da família das gerações precedentes, e seu posterior repasse às gerações seguintes (transferência de bens).

McCracken (2003) propõe que a ideia da pátina: (i) criou uma categoria simbólica de *status* reconhecível por todos (“serve como uma espécie de prova visual do *status*”), facilitando o processo de ascensão social; (ii) teve a qualidade de ser como uma “tinta invisível” reconhecida por aqueles que já possuísem tal *status* em função de conhecimentos compartilhados exclusivamente por um dado grupo social como forma de verificar o pertencimento a determinado grupo; (iii) a pátina faria sentido quando verificada em objetos de valor financeiro, e a posse de tais objetos refletiria com precisão o *status* do possuidor.

A estratégia da pátina teria sido deslocada para o sistema de moda (referente a sistema de imitação, e não restrito ao vestuário) no século XVIII, mas ainda permanecendo reduzida a uma parcela da sociedade constituída pelas classes superiores. Este contexto ajudou a dar início a uma transformação nas propriedades simbólicas dos bens de consumo, levando a uma mudança de “consumo de pátina” dos séculos XVI e XVII para um “consumo de moda” do século XVIII (MCCRACKEN, 2003; BARBOSA, 2008).

O consumo se fortalece no início do século XVIII, surgindo estratégias de mercado criadas por mercadores para comercializar seus produtos, devido ao início da Revolução Industrial, a qual abriu portas para um novo sistema de produção mais rápido e padronizado. Assim, foram surgindo novos lugares e diferentes ofertas de itens para compras regulares. A competição por bens não era mais restrita aos nobres, mas sim começou a atingir outras classes sociais abaixo da nobreza. Os nobres tornaram-se a porta de entrada de produtos de vestuários da moda que rapidamente eram deslocados em direção às classes médias e baixas, especialmente na Inglaterra obcecada pela hierarquia social (SLATER, 2002).

Deste modo, pode-se notar um duplo mecanismo que começava a movimentar um novo sistema de moda (o denominado “consumo de moda”): o de imitação dos subordinados (classes média e baixa); e o de diferenciação dos superiores (nobres e classe alta). No “consumo de moda” os bens não precisavam mais assumir a pátina decorrente da propriedade de longa data para satisfazer as necessidades simbólicas de seus donos, sendo que tal necessidade passaria agora a ser satisfeita pela “aquisição do novo” dentro de um “sistema de moda” do século XVIII (BARBOSA, 2008). Produtos além do vestuário também seguiram este mesmo fluxo, o que iria evoluir para o “consumo de massa” no século XIX.

A Revolução Industrial, iniciada no século XVIII e mais consolidada no século XIX, foi responsável pela transformação da capacidade de produzir bens em grande escala, devido à padronização, serialização, trabalho dividido em etapas com a finalidade de aumentar a produtividade, gerando assim, o “consumo de massa” do século XIX. Este se instala como um fato social importante na história cultural do consumo moderno, tendo como marco a criação das lojas de departamento, surgidas na França e posteriormente expandindo-se para demais países, abastecidas pelo sistema de produção industrial.

Através das lojas de departamento, o desejo de aquisição de bens “copiados da nobreza” tornava-se possível, sendo vendidos por valores acessíveis. Tais lojas foram aliadas da burguesia francesa (classe média) do século XIX, para sua apropriação do padrão de

consumo da nobreza, a fim de adquirir um mesmo *status* social elevado, e trouxeram alterações significativas no local das compras e difusão de um novo modo de consumir e adquirir bens ligados à obsolescência da moda e à expressão simbólica conferida aos consumidores (MCCRACKEN, 2003; BARBOSA 2008). As lojas de departamento foram responsáveis por mudanças no entendimento do consumo moderno, surgimento de novos estilos de vida e consumo e de seus respectivos novos padrões de interação entre produtos, pois contribuíram para a formação de um novo contexto de compra, informação e influência sobre o consumidor. Este cenário acabou impactando a forma de consumir, havendo uma intensificação do “consumo de massa” iniciado do século XIX, o qual passa a dar lugar para o “consumo rápido” no século XX, estendendo-se ao XXI, devido à emergência dos mercados, a popularização de opções diversificadas de produtos, e a potencialização das vendas através de estratégias de *marketing* e de publicidade. Este “consumo rápido” acaba gerando um sistema rápido de produção, que abrange vários setores da indústria, iniciado pela alimentícia, com o sistema *Fast Food* na década de 1950. Na sequência, estende-se para o *design* e a moda (*Fast Fashion* - sistema de produção rápido, consumo e descarte exagerado de bens, sem levar em conta questões sustentáveis). Em oposição ao *Fast Fashion* (Moda Rápida) surge uma primeira proposta de produção e consumo sustentável e consciente, denominada *Slow Fashion* (Moda Lenta), que teve origem no movimento *Slow* de desaceleração do estilo de vida, descritos e discutidos a seguir.

3.2 Modelo *Fast Fashion*

A indústria da moda está entre as maiores do mundo, chegando a movimentar trilhões de dólares em seus segmentos. Até o século XVIII, a confecção de roupas era mais lenta, pois para confeccionar uma peça necessitava-se ter acesso a tecidos e materiais, saber manipulá-los, o que demandava muito tempo e dinheiro. Por isso, o comum era que as peças fossem confeccionadas para ter maior durabilidade. A partir da Revolução Industrial, em 1790, os processos foram sendo facilitados progressivamente e a invenção das máquinas de costura foi um fator determinante que

possibilitou a produção das roupas em maior quantidade e velocidade. E assim evoluiu progressivamente, até chegar na década de 1990, quando tal forma veloz de produção recebeu a denominação de *Fast Fashion* (Moda Rápida) divulgado pela imprensa para designar a renovação constante e a atualização rápida dos produtos de moda comercializados pelas redes varejistas. Este modelo de produção rápida e contínua de peças tem o objetivo de entregar as últimas tendências da moda em tempo recorde e com preços acessíveis, proporcionando lançamentos semanais de novas coleções no varejo (PETERS *et al.*, 2021).

O *Fast Fashion* é de um modelo de negócio em que os produtos são fabricados, consumidos e descartados constantemente e muito rápido. Produz peças que lembravam a alta costura, com custo final baixo e acessível para o consumidor e produtos com um tempo de vida útil curta, o que as torna mais competitivas, devido ao barateamento da matéria-prima e da mão-de-obra na indústria têxtil, bem como, investimentos de grandes redes varejistas (CIETTA, 2012; SIEGLE, 2011; THOMAS, 2019). Tem menos estoque, não se perde tempo fabricando o que não está sendo vendido, abre demanda de produção para as novas coleções conforme as tendências vigentes, proporcionando incremento no lucro do negócio. Há um novo visual de cores e estilos ditado pelas temporadas sazonais do varejo a cada quatro meses (primavera, verão, outono, inverno), além de coleções-cápsula, lançadas ao longo do ano, que refletem as demandas do consumidor *fast*. Assim, roupas hipermodernas saem das passarelas para as vitrines em alta velocidade, e setores de criação das redes de *fast fashion* acompanham as tendências lançadas nos grandes centros da moda: Paris, Milão, Nova Iorque e Londres. A informação chega rapidamente pela mídia digital especializada em moda e em poucos dias, é materializada em produtos de vestuário pelas indústrias e chegam aos pontos de vendas do varejo e lojas de departamento (CIETTA, 2012; SIEGLE, 2011; THOMAS, 2019).

Para poder se sustentar, o modelo *Fast Fashion* faz uso de tecnologia e processos de produção capitalistas, visando: (i) produção em alta escala; (ii) máxima produtividade em relação à mão-de-obra; (iii) maior utilização de insumos sintéticos por terem

menor custo; (iv) maximizar os lucros do proprietário do empreendimento; (v) estimular o consumo desenfreado de produtos com baixo ciclo de vida útil. Porém, a questão da sustentabilidade geralmente não é levada em consideração, para poder atingir os objetivos listados.

Deste modo, o modelo *Fast Fashion* apresenta como vantagens e benefícios para o mercado de varejo de moda: (i) estoque baixo, devido à alta rotatividade das peças; (ii) ciclo de vida curto do produto, o que facilita as vendas; (iii) antecipação de tendências, que pode ser um diferencial competitivo do empreendimento; (iv) renovação constante da vitrine, fator que pode atrair uma clientela mais diversificada; (v) diminuição dos riscos, pois devido às etapas serem mais rápidas, só se produz o que está sendo vendido, e isso reduz o encalhe de peças; (vi) maior rentabilidade; (vii) maior geração de empregos; (viii) produtos a preços acessíveis, devido ao baixo custo de produção; (ix) baixo custo de produção devido a: utilização de mão-de-obra barata e terceirizada (facções), materiais de baixa qualidade (tecidos e aviamentos), maquinários específicos para cada operação (o que diminui o tempo de confecção).

Além disto, não se pode esquecer a importância do *Fast Fashion* na geração de empregos pela indústria a milhões de trabalhadores em vários países. Por outro lado, estudos como os de Peters *et al.* (2021) mostram que o impacto no clima e no uso de água excedem os benefícios trazidos pela remuneração dos trabalhadores da indústria de vestuário. Outro argumento que pode ser encarado como positivo do *Fast Fashion* é que democratizou a moda, possibilitou e proporcionou a compra de roupas com aparência de *design* de luxo, porém com baixo custo. Porém, estes produtos não são duráveis e muitas vezes não possibilitam reparos (PETERS *et al.*, 2021). Por isto, acabam por onerar pessoas que possuem poucos recursos financeiros e são levadas a gastar mais em roupas que acabam sendo descartáveis.

Apesar dos benefícios para o varejo, segundo Cietta (2012), bem como, os estudos de Siegle (2011) e de Thomas (2019), o sistema *Fast Fashion* pode causar impactos danosos no meio ambiente, nos hábitos de consumo, sociedade, e ao longo da cadeia de su-

primentos de roupa (materiais, manufatura de tecidos e roupas, distribuição e varejo, uso e descarte) tais como: (i) a indústria da moda tornou-se a segunda mais poluente do mundo, devido à rápida expansão e por utilizar tinturas e corantes artificiais de baixa qualidade, insolúveis e produtos à base de metais pesados; (ii) a confecção de tecidos sintéticos derivados de combustíveis fósseis contribui negativamente para o ambiente, devido a emissões de carbono e gases tóxicos na atmosfera, aumentando a quantidade de plástico nos oceanos; (iii) são realizadas cópias do *design* de produtos de luxo, mas com baixa qualidade de material e confecção para reduzir os custos e aumentar os lucros, e assim atingir uma massificação de mercado; (iv) usa a tecnologia *JIT* (*just in time*), a qual permite que uma peça seja confeccionada de 30% a 40% mais rápida do que em processos tradicionais, sem haver a necessidade de se fazer estoque; (v) produção e consumo desenfreado de produtos com baixo ciclo de vida útil, acarretando maior possibilidade de negligência em relação a questões éticas, laborais e ambientais; (vi) criação de produtos efêmeros com obsolescência programada e qualidade inferior, para serem usados por pouco tempo em uma temporada e descartados na outra, promovendo a cultura do descarte rápido; (vii) descarte exacerbado de roupas, pois no anseio de acompanhar as tendências da moda, as peças produzidas acabam se tornando descartáveis e sendo jogadas no lixo e em aterros; ao invés de serem descartadas de forma correta para poderem ser recicladas; (viii) produção de toneladas de resíduos têxteis anualmente, que acabam se tornando inutilizáveis pela falta de manejo adequado e poluindo o meio ambiente; (ix) o emprego de mão-de-obra precária ou escrava, onde grandes fabricantes utilizam contratações ilegais, jornadas de trabalho superiores a 16 horas, condições de trabalho e pagamentos degradantes.

Tais impactos danosos ocorrem devido às marcas terem como objetivo entregar a seus clientes a rapidez prometida, sem a necessidade de fazer grandes investimentos, o que acaba afetando a mentalidade do consumidor; pois as roupas que antigamente eram tratadas como bens duráveis (consumo de pátina) sendo simbólicas e proporcionando posição de *status* social a seu dono, atualmente são vistas como algo descartável, sem significado e

efêmeras, utilizadas por um curto período. Diante deste cenário de impactos negativos, surgiu o movimento *Slow Fashion* em oposição, o qual preza pela utilização de materiais recicláveis e orgânicos em sua confecção, busca transparência em suas relações de trabalho, pensa no destino das peças depois que cumprirem sua vida útil, como uma alternativa para que a moda não permaneça efêmera e descartável.

3.3 Modelo *Slow Fashion*

O *Fast Fashion* é o modelo de negócio utilizado pela maior parte do mundo globalizado para a produção de vestuário, tendo como foco a fabricação em massa, o uso de mão-de-obra barata, desenvolvimento de dependência dos consumidores, atrelado às tendências da moda, e geralmente com pouca ou nenhuma preocupação com impactos ambientais e sociais.

Tendo em vista este contexto, o documentário “*The true cost*” (2015), assim como outras obras, há um tempo vem sinalizando sobre os malefícios do “consumo rápido e desenfreado” da atualidade para os humanos e o planeta, tanto na indústria da moda como nas demais, alertando e despertando para um modo de consumo mais consciente, sob a denominação de “consumo *slow*” ou “consumo verde”. O conceito de *Slow Fashion* (Moda Lenta) surgiu no começo dos anos 2000, a partir de ideias geradas pelo *Slow Design*, uma nova visão para apresentar produtos que respeitam as condições humanas, a biodiversidade e a limitação dos recursos naturais, agregando valores para o projeto e contribuindo para a mudança rumo à sustentabilidade (STRAUSS e FUAD-LUKE, 2008).

Na área da moda, uma das primeiras pessoas a definir o *Slow Fashion* foi Kate Fletcher (consultora e professora de *design* sustentável do *Centre for Sustainable Fashion*, Inglaterra) em sua obra “*Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*” em meados de 2008. Outra é Angela Murrills, escritora na revista londrina *Georgia Straight*, que trabalhava com a ideia de *Slow Fashion* desde 2004. Também outro autor, Carl Honoré, do livro de 2005 “*In Praise of Slow: how a worldwide movement is challenging the cult of speed*”, diz que a “abordagem lenta” in-

tervém como um processo revolucionário no mundo contemporâneo, pois incentiva a tomada de tempo para garantir uma produção de qualidade, para dar valor ao produto e contemplar a conexão com o meio ambiente (HONORE, 2005). O movimento *slow* vem passando por constante evolução, e intervém diretamente na compreensão do descartável e das novidades, trazendo para a sociedade a oportunidade de desenvolver um pensamento crítico e reflexivo sobre as novas possibilidades de consumir moda.

Neste contexto, o *Slow Fashion* refere-se a um movimento de moda sustentável, uma primeira alternativa à produção em massa, que incentiva a retomada de consciência ética e socioambiental em relação à conexão com os produtos consumidos, ao processo de produção e matéria-prima escolhida, às pessoas que produzem, ao incentivo aos pequenos produtores, à valorização da diversidade e da riqueza das tradições da produção artesanal, e abre portas para um debate sobre sustentabilidade. Na prática da moda, preza pelos conceitos de “menos é mais” e “qualidade em vez de quantidade”, tendo como proposta resgatar e ressignificar o valor das roupas, que devem ser utilizadas várias vezes, podendo ser restauradas e recicladas (por técnicas de tingimento, customização, remodelagem) para prolongar sua vida útil, e assim, evitar o descarte rápido e o consumo contínuo e desenfreado por novas peças.

O modelo de negócio *Slow Fashion* engloba todas as fases do ciclo de vida do produto sustentável, desde a pré-produção, com a escolha de matéria-prima, até o seu uso e destino ao fim da vida útil (restauração e modo de descarte). Marcas que adotam este modelo utilizam mais tempo de produção (nos moldes artesanais) para garantir maior qualidade e reduzir os impactos ambientais, resultando ao consumidor a oferta de produtos únicos com maior exclusividade. Porém, nem sempre a um preço justo repassado para o consumidor final, visto que todo o processo tem um custo elevado de produção, devido a maior tempo e despesas de produção, qualidade da matéria-prima e mão-de-obra especializada, valorizando o trabalho manual e artesanal. Pode-se apontar como vantagens: redução do desperdício; incentivo

aos negócios locais (insumos e produtos); promover maior conscientização sobre sustentabilidade ambiental e social nos modelos de empreendimentos; produtos diferenciados e exclusivos de impacto ecológico e social benéficos.

Assim, segundo Berlin (2012), Fletcher e Grose (2011) e Gwilt (2012), ao projetar uma coleção de moda sustentável, deve-se considerar os seguintes critérios estabelecidos pelo modelo *Slow Fashion*: (i) no máximo duas coleções anuais (verão e inverno), com peças assazonais, atemporais, transazonais, duradouras; (ii) geralmente de cores neutras e estampas clássicas; (iii) *design* minimalista; (iv) peças versáteis com *design* modular, multifuncional e conversível, concebidas para facilitar reparos e reutilização; (v) modelagem simplificada e uso de técnicas de corte de desperdício mínimo de tecidos (técnica *zero waste*); (vi) pensar nos cuidados para conservação da peça com instruções na etiqueta, aumentando a vida útil; (vii) valorizar e utilizar técnicas artesanais e de reciclagem, como o *upcycling* (processo de recuperação que converte materiais desperdiçados e resíduos em nova matéria-prima ou produto); (viii) qualidade de matéria-prima, modelagem, confecção, caimento e acabamento; (ix) utilizar matéria-prima orgânica ou reciclada, com maior valor agregado e qualidade ambiental, estimulando a reutilização e reciclagem de tecidos e aviamentos; (x) projetar produtos que otimizem o emprego dos recursos não renováveis e não acumulem lixo que o ecossistema não seja capaz de reutilizar; (xi) produtos que resultem em alta qualidade social, com nenhum ou o mínimo de impacto nocivo à natureza e sociedade.

O sistema *Slow Fashion* (produção e consumo) requer uma infraestrutura modificada, e isso não significa fazer negócio como de costume. Assim, surgem novos tipos de negócios, como: serviços de compartilhamento, aluguel de roupas, brechós, bazares de desapego físicos e virtuais, serviços de reparo, restauração e customização de peças, serviços de costura sob medida. Apesar das vantagens do modelo *Slow Fashion*, uma desvantagem diz respeito ao alto custo final para o cliente, pois os métodos de produção (incluindo matéria-prima, processo lento, mão-de-obra, baixa escala de produção) ainda são mais caros que os chamados

convencionais capitalistas, utilizados pelo modelo *Fast Fashion*. Este custo de produção acaba sendo repassado no custo final do produto, encarecendo-o. Isto promove uma incompreensão do consumidor, o qual não entende os motivos e pode não ter interesse real em conhecer o assunto, fazendo com que o desenvolvimento e crescimento de iniciativas e ações que prezem pelo consumo sustentável aconteçam em ritmo mais lento.

Pensando nesta desvantagem de custo e conseqüente disseminação lenta do *Slow Fashion* como prática de negócio em substituição o *Fast Fashion*, vem emergindo um novo modelo de negócio como segunda alternativa sustentável na indústria da moda, denominado de *Hybrid Fashion* (Moda Híbrida). O *Hybrid Fashion* propõe um equilíbrio entre o *Slow* e o *Fast Fashion*, podendo-se apontar maiores vantagens ao ser aplicado na prática. A seguir, faz-se uma análise e discussão do modelo *Hybrid Fashion* apresentando-o como uma alternativa mais plausível de ser implantada e disseminada na prática de produção, e conseqüentemente modificar alguns critérios em consumir.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO: MODELO *HYBRID FASHION* COMO ALTERNATIVA SUSTENTÁVEL

A ideia do *Hybrid Fashion* parte do conceito de produtos híbridos e vem sendo abordada por especialistas e portais midiáticos conceituados como uma iniciativa de inovação no setor da moda. As origens do termo necessitam de um estudo aprofundado, não sendo ainda muito difundido e de pleno conhecimento, pois o foco maior entre as mídias ainda tem sido o *Fast Fashion* (apontado como “vilão”) e o *Slow Fashion* (“solução”). Cietta (2012) aborda o tema como um produto que transita sobre o campo industrial de forma híbrida, analisando as características dos produtos culturais e a sua relação com o consumo e os processos produtivos e criativos empregados, finalizando sua cadeia de produção. Também fala sobre a relação entre os atributos de produtos híbridos, denominados produtos que não possuem característica estritamente industrial, levando em consideração as características locais da produção destes itens de consumo. Afirma que “as empresas capazes de explorar a natureza híbrida dos produtos de moda, mudando o modelo de

negócio e a organização criativa, produtiva e distributiva, tem alcançado o sucesso” (CIETTA, 2012, p. 35).

A aplicação do modelo de negócio *Hybrid Fashion* como um sistema híbrido e realmente sustentável, engloba um novo modo de pensar e agir em relação à produção e ao consumo consciente, e compreende realizar mudanças significativas dentro da indústria da moda. Assim, faz-se necessário analisar os pontos divergentes entre os sistemas *Fast Fashion* e *Slow Fashion*, para poder realizar uma transição plausível e equilibrada para o modelo *Hybrid Fashion*, adequando-o ao contexto econômico, ambiental, cultural e social, apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Pontos de divergência entre *Fast Fashion* e *Slow Fashion*

Pontos de análise	Modelo Fast Fashion	Modelo Slow Fashion
Características dos bens produzidos	Temporais e sazonais; sem exclusividade; menor qualidade; ciclo de vida curto; descarte rápido; sem valor afetivo; valorização do trabalho industrial e seriado	Atemporais e assazonais; exclusivos; maior qualidade; ciclo de vida longo; reciclagem ao invés de descarte; valor afetivo; valorização do trabalho artesanal
Quantidade de coleções anuais lançadas	Entre quatro e dez: <i>transition</i> outono-inverno; outono; inverno; <i>holiday</i> ; <i>resort</i> ; <i>transition</i> primavera-verão; primavera; verão; alto-verão; cápsulas	Duas: verão e inverno
Sistema de produção	Predomínio do industrial seriado, empresas de médio e grande porte, marcas nacionais e globais, alta escala de quantidade de bens produzidos	Predomínio do artesanal, empresas de pequeno porte ou familiares, marcas autorais e locais, baixa escala de quantidade de bens produzidos
Custo de produção repassado ao consumidor	Baixo custo, devido a: maior escala de produção; menor tempo de produção; mão-de-obra barata; alta velocidade de produção; baixo custo da matéria-prima (sintética ou artificial)	Alto custo, devido a: menor escala de produção; maior tempo de produção; mão-de-obra cara; velocidade lenta de produção; alto custo da matéria-prima (orgânica ou sintética reciclada)

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2021).

Analisando o Quadro 1, caso instalando rapidamente um modelo 100% ligado à sustentabilidade, cria-se uma economia de baixo consumo, com bens de vida útil mais longa. Conseqüentemente, em um curto espaço de tempo e sem adaptações, a produção também acabaria diminuindo, as empresas reduziriam ou até parariam de contratar e poderia ocorrer uma redução de investimentos em novas tecnologias e inovação. Deste modo, o que seria uma utopia, acabaria tornando-se uma distopia, pois

poderia acontecer um declínio de todo o setor industrial de um país, por estar baseado em um modelo de crescimento no consumo, e isto acarretaria desemprego.

Ao passo que, a opção por continuar com um modelo 100% *Fast Fashion* com tecnologias capitalistas e incentivo ao consumo desenfreado, acaba causando impactos sociais e ambientais maléficos. O sistema *Fast Fashion* incentiva o consumismo desenfreado, enquanto o *Slow Fashion* incentiva a redução do consumo, tornando-o consciente. Nota-se que ambos têm premissas extremas e causam consequências distintas para a sociedade e ambiente, induzindo as pessoas a optarem por um ou outro. É o que se vê na divulgação das mídias, obras literárias, artigos acadêmicos, dando a sensação de sempre ter que se optar por um dos extremos como verdade absoluta.

Neste impasse, uma alternativa seria pensar em um modelo intermediário que equilibrasse os conceitos do *Fast* e *Slow Fashion*, ou seja, no caso da área da moda, pensar em um modelo de negócio híbrido. Neste sentido, pode-se optar por uma direção mais sustentável e plausível de ser aplicada na prática, através da escolha de alguns critérios vantajosos do *Slow Fashion*, e gradual e progressivamente ir adequando e incorporando alguns pontos vantajosos do sistema *Fast Fashion*, e vice-versa, buscando um equilíbrio, ao unir o que há de melhor dos dois modelos.

Para tal transição não ser abrupta, há que se fazer uma “adequação sociotécnica”. Para Dagnino (2014), o conceito de “adequação sociotécnica” compreende um processo que busca promover uma adequação ou reprojeto do conhecimento tecno-científico, incorporado em equipamentos e insumos (*hardware*), formas de organização da produção (*orgware*), ou sob a forma intangível e mesmo tácita de modelos mentais usados para conduzir as atividades concernentes às duas formas ou conjuntos ou sociotécnicos anteriores (*software*), implicando processos de desconstrução e reconstrução (reprojeto) da tecnociência.

Assim, pode-se estabelecer este mesmo critério de adequação ao incorporar critérios do modelo *Slow* para o *Fast*, e vice-versa, sendo que a “adequação sociotécnica” na indústria da moda seria a adoção de um modelo híbrido que busca o equilíbrio para

introduzir um sistema de produção e consumo sustentável do futuro (o *Hybrid Fashion*). Isto não significa que os antagônicos *Fast* e *Slow Fashion* seriam substituídos de imediato, mas sim a longo prazo e progressivamente, por meio de tal adequação. Neste sentido podem surgir novas formas de negócios, modificação da mentalidade das pessoas em relação ao consumo, com o objetivo de tornar a moda mais equilibrada economicamente, sem precisar diminuir drasticamente o consumo, como prega o *Slow Fashion* e sem acabar com os recursos ambientais como faz o *Fast Fashion*.

Segundo Cunha (2016), o modelo de consumo híbrido aproxima-se do *Fast* ao abranger uma escala maior e mais diversificada de produtos, e do *Slow* ao propor uma alternativa de produção mais sustentável e ética, oferecendo um equilíbrio entre os dois sistemas de produção, com as seguintes características: (i) oferecer ao mercado de 3 a 4 coleções por ano; (ii) criação de roupas atemporais e multiuso; (iii) grades completas com variedade de cores, estampas e numeração; (iv) peças confeccionadas com matéria-prima de maior qualidade e duração; (v) tecidos e materiais sustentáveis que podem ser facilmente reutilizados, seguindo o conceito da economia circular; (vi) utilização de tecnologias sustentáveis para evitar o desperdício de água, energia e produtos químicos; (vii) produção em média ou grande escala com preços acessíveis; (viii) transparência dos custos de produção; (ix) fabricação local respeitando as leis trabalhistas.

O Quadro 2 mostra uma análise comparativa entre os modelos *Fast* e *Slow Fashion* em relação a proposta do *Hybrid Fashion*, baseado na pesquisa de Cunha (2016). Para tanto, as categorias foram reorganizadas (acrescidas, substituídas, atualizadas e modificadas em suas descrições), bem como, três segmentos foram introduzidos para agrupar as categorias: (i) mercado; (ii) produto; (iii) produção. Tais segmentos são identificados por sua respectiva numeração ao final do nome de cada categoria no Quadro 2.

Analisando o Quadro 2, pode-se notar entre o *Hybrid* e o *Slow Fashion* alguns pontos iguais em relação às características do mercado de moda, cliente consumidor, *marketing*, tendências, coleções, força de trabalho, métodos, ética, toxinas, sustentabi-

lidade e transparência. Bem como, alguns pontos semelhantes, os quais seriam a adequação sociotécnica que o *Hybrid* adaptaria do *Slow*, como: durabilidade, materiais, qualidade e custo, e volume. Observa-se também um ponto igual entre o *Hybrid* e o *Fast* referente a características do mercado de moda; e alguns pontos semelhantes, os quais seriam a adequação sociotécnica que o *Hybrid* adapta do *Fast*, como: cliente consumidor, tendências, coleções, durabilidade, diversidade, materiais, qualidade e custo, volume e métodos.

Quadro 2 - Análise comparativa dos modelos *Fast*, *Slow* e *Hybrid Fashion*

Segmentos (i), (ii), (iii) e categorias	<i>Fast Fashion</i>	<i>Slow Fashion</i>	<i>Hybrid Fashion</i>
Características do mercado de moda (i)	Empresas de médio e grande porte, nacionais e internacionais: domínio do mercado	Empresas de pequeno porte, locais e familiares	Empresas de pequeno, médio e grande porte, podendo ser locais, nacionais e internacionais
Cliente consumidor (i)	Atende todas as classes sociais: A, B, C e D	Atende classes A e B	Atende classes A, B e C
Marketing (i)	Estimula o consumo efêmero e descartável, de bens necessários e supérfluos	Estimula o "consumo, consciente", restrito ao extremamente necessário	Estimula o consumo consciente de bens necessários e supérfluos
Tendências de mercado (i)	Segue micro tendências estéticas vigentes, além das comportamentais	Não segue nenhuma tendência	Segue macrotendências comportamentais
Coleções (ii)	Coleções temporais não duráveis	Coleções atemporais e duráveis	Coleções temporais e atemporais duráveis
Durabilidade das peças de vestuário (ii)	Com obsolescência programada e pouca durabilidade	Sem obsolescência programada e muita durabilidade	Com obsolescência programada lenta e durabilidade mediana
Grade e variedade de cores e estampas (ii)	Grade completa de numeração das peças, e variedade exagerada	Grade incompleta e pouca variedade	Grade completa e média variedade
Matéria-prima: composição das fibras dos tecidos e corantes para tingimento (ii)	Dentre as fibras naturais, maior uso de algodão convencional (com agrotóxico) e também fibras sintéticas, tingidas com corantes sintéticos	Uso de fibras naturais orgânicas (algodão, linho e outras, sem agrotóxico) e sintéticas recicladas, tingidas com corantes naturais	Uso de fibras naturais orgânicas e convencionais, sintéticas recicladas, tingidas com corantes naturais e sintéticos, dependendo da demanda e custos
CONTINUA			

Segmentos (i), (ii), (iii) e categorias	<i>Fast Fashion</i>	<i>Slow Fashion</i>	<i>Hybrid Fashion</i>
Qualidade e custo de produção das peças de vestuário (ii)	Peças baratas, com baixo custo, feitas com tecidos de baixa qualidade	Peças caras, devido ao elevado custo de produção, feitas com tecidos de alta qualidade	Peças com custo mediano e justo (acima do <i>Fast</i> e abaixo do <i>Slow Fashion</i>), feitas com tecidos de qualidade mediana
Volume da produção de peças e coleções lançadas (iii)	Alto volume, com lançamento de novas coleções nas lojas a cada duas semanas	Baixo volume, com lançamento de novas coleções nas lojas duas vezes ao ano	Médio ou alto volume, com lançamento de novas coleções nas lojas de três a quatro vezes ao ano.
Métodos e técnicas de produção (iii)	Métodos e técnicas industriais rápidas de tingimento, confecção de tecidos e vestuário, causando problemas socioambientais	Métodos e técnicas tradicionais e artesanais éticas e sustentáveis de tingimento, confecção de tecidos e vestuário, sem causar problemas socioambientais	Métodos e técnicas tradicionais e artesanais, e industriais éticas e sustentáveis de tingimento, confecção de tecidos e vestuário, sem causar problemas socioambientais
Mão-de-obra (iii)	Grande parte é terceirizada e internacional, de países asiáticos e/ou subdesenvolvidos	Grande parte dos trabalhadores é local, empregando a comunidade local	Pode empregar trabalhadores locais, nacionais ou internacionais, sendo terceirizados ou não
Ética (iii)	Salários precários, desvalorização do humano, quase sem leis trabalhistas condições precárias de trabalho	Salários justos e investimento na sustentabilidade, valorização do humano, respeita leis trabalhistas, boas condições de trabalho	Salários justos e investimento na sustentabilidade, valorização do humano, respeita leis trabalhistas, boas condições de trabalho
Sustentabilidade (iii)	Resíduos gerados na produção não são tratados e nem reciclados, havendo alto descarte no meio-ambiente	Resíduos gerados na produção são tratados e reciclados adequadamente, não sendo descartados no meio-ambiente	Resíduos gerados na produção são tratados e reciclados adequadamente, não sendo descartados no meio-ambiente
Toxinas geradas ao produzir fios, tecidos e roupas (iii)	Produz muitas toxinas, pelo uso de produtos químicos tóxicos	Não produz toxinas, ou muito pouco sendo tratadas	Não produz toxinas, ou muito pouco sendo tratadas
Transparência (iii)	Poucos dados de como seus produtos são realmente fabricados	Revela transparência dos métodos de produção	Revela transparência dos métodos de produção

Fonte: Elaborado pelos autores com base na pesquisa realizada (2021).

Seguindo no Quadro 2, o *Slow Fashion* tem uma filosofia de moda mais ética e sustentável, mas como é produzido em baixa escala e de forma lenta não focado em tendências de moda, este sistema não tem como empregar tanta gente como a indústria do *Fast Fashion*. Isto pode ser um aspecto não vantajoso do sistema *Slow*, pois pregando o consumo consciente e reduzi-

do, pode resultar a redução de um grande contingente de vagas de empregos. Neste ponto de vista, para muitas pessoas que trabalham na manufatura do vestuário, a melhor alternativa seria indústria do *Fast Fashion*. Outro fator é que os custos de produção elevados do *Slow* acabam por restringir grande parte dos consumidores a consumir produtos ambientalmente amigáveis.

O sistema da indústria da moda é complexo e envolve diversas cadeias de abastecimento, matéria-prima, produção, fabricação têxtil, fabricação de vestuário, transporte, varejo, uso e eliminação da peça. Assim, passar de um modelo *Fast* para um *Slow* totalmente sustentável é complexo e desafiador, pois envolve um padrão já estabelecido de estilo de vida, produção e consumo. Portanto, a transição para o *Hybrid* seria viabilizada por meio de uma adequação técnica-econômica-social, que proporcionaria o desenvolvimento de tecnologias alternativas à tecnologia convencional existente, propondo um reprojeto, redimensionando e incorporando os conhecimentos, métodos, práticas industriais e de mercado, insumos, que há de melhor dentro dos dois sistemas (*Slow* e *Fast*), em processo gradual e progressivo a longo prazo, de desconstrução, construção e reconstrução, a fim de se chegar no modelo híbrido.

A substituição pelo modelo híbrido se justifica, podendo ser uma nova alternativa de consumo de moda sustentável e com ritmo intermediário (nem rápido e nem lento demais), sem diminuir o sistema de produção ou reduzir o desejo de consumo, transformando o descarte em reciclagem. Deste modo, o *Hybrid Fashion* pode ser posto em prática no mercado e na indústria da moda inicialmente, neste processo de reprojeto dos conhecimentos científicos e tecnológicos dos sistemas *Slow* e *Fast* aos requisitos de caráter técnico, ambiental, social e econômico que o *Hybrid Fashion* exigiria para ser adotado como um modelo de negócio e um sistema de moda consciente-ética-sustentável-consumível.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria da moda, no cenário atual, exerce ações que prejudicam o meio ambiente, fugindo do conceito de sustentabilidade e responsabilidade social, através do sistema *Fast Fashion*, onde

grandes marcas/empresas incentivam um consumo desenfreado, produzindo diversas coleções além das sazonais e seguindo a constante e rápida mudança de tendências. Para transformar este contexto, é necessário mudar o comportamento da sociedade em relação às marcas de moda, cliente consumidor, fabricantes de matéria-prima, valorização de técnicas, mão-de-obra utilizada; sendo o movimento *Slow Fashion*, uma primeira alternativa surgida no mercado, porém, frente ao exposto, não se mostra plausível de ser aplicado em sua totalidade na prática como um substituto ao *Fast Fashion*, devido às razões já mencionadas.

Entretanto, observou-se que tais modelos de negócio são extremos em seus pilares principais - o *Fast* incentiva o consumismo desenfreado, enquanto o *Slow* o consumo reduzido “consciente”. Ambos acabam causando impactos distintos para a sociedade, sendo que principalmente a indústria teria uma certa dificuldade de abandono do *Fast* para adotar 100% o *Slow*, por ser uma inovação radical e disruptiva, com uma mudança considerável de domínio, que demandaria modificação drástica de comportamento, produção e modo de consumir.

Diante disso, a alternativa plausível para um primeiro passo de transformação na indústria da moda, podendo estender-se às demais indústrias a longo prazo, poderia ser a adoção do *Hybrid Fashion*, uma inovação incremental com adaptações de domínio, unindo conceitos benéficos dos modelos antagônicos *Fast* e o *Slow*, incentivando as marcas de moda a refletirem e repensarem seus métodos e processos de produção em busca da sustentabilidade.

A adoção de um modelo híbrido torna-se válido, como um elemento viabilizador de um novo pensamento, baseado no equilíbrio entre os opostos, ajudando a criar uma indústria de moda mais consciente-sustentável-ética-consumível, promovendo a longo prazo e progressivamente uma mudança de pensamento, estilo de vida, produção, consumo, e estabelecendo uma ressignificação de inovação e bem-estar social. É uma alternativa inicial, porém não finita, pois a partir deste modelo, podem ser geradas outras versões com melhorias e adaptações que acompanhem o ritmo de desenvolvimento da sociedade.

REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, D. **Revisão de literatura, referencial teórico, fundamentação teórica e framework conceitual em pesquisa: diferenças e propósitos**. [S. l: s. n.], 2016. Disponível em: <<https://unisinus.academia.edu/DeboraAzevedo/Papers>>. Acesso em: 03 nov. 2020.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BERLIN, L. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das letras, 2012.
- CIETTA, E. **A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras, 2012.
- CUNHA, R. **Hybrid fashion e slow fashion unidas por uma moda sustentável**. [S. l: s. n.], 2016. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/hybrid-fashion-e-slow-fashionunidas-por-uma-moda-sustentavel/>>. Acesso em: 10 set. 2020.
- DAGNINO, R. **Tecnologia social: contribuições conceituais e metodológicas**. Campina Grande: EDUEPB, 2014.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.
- FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- GWILT, A. **Moda sustentável: um guia prático**. São Paulo: Editorial Gustavo Gilli, 2012.
- HONORE, C. **In Praise of Slow: how a worldwide movement is challenging the cult of speed**. London: Orion Publishing Co, 2005.
- MACHADO, L.; COSTA, F. Resignificando o consumo de pátina através do consumo colaborativo. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EM CONSUMO - SIEP, 3, 2013. **Anais...** São Paulo: PUC-SP, 2013.
- MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- PETERS, G.; LI, M.; LENZEN, M. The need to decelerate fast fashion in a hot climate: a global sustainability perspective on the garment industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 295, p. 1-10, 2021.
- SALCEDO, E. **Moda ética para um futuro sustentável**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 2014.
- SIEGLE L. **To die for: is fashion wearing out the world?** New York: Harper Collins Publisher, 2011.
- SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- STRAUSS, C. F.; FUAD-LUKE, A. The slow design principles: a new interrogative and reflexive tool for design research and practice. In: CHANGING THE CHANGE: DESIGN VISIONS, PROPOSALS AND TOOLS - INTERNATIONAL CONFERENCE OF DESIGN AND SUSTAINABILITY, 2008, Turin. **Proceedings...** Turin, 2008.
- THE true cost. Direção: Andrew Morgan. Produção: Michael Ross. 2015. 92min. Disponível em: <<https://www.facebook.com/watch/?v=439571466721446/>>. Acesso em: 8 jun. 2020.
- THOMAS, D. **Fashionopolis: the price of fast fashion and the future of clothes**. Canada: Penguin, 2019.

TUCHMAN, B. W. **A Distant Mirror: The Calamitous 14th Century**. New York: Random House Trade, 2014.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril, 1983.

Como citar este capítulo (ABNT):

MACHADO, L.; JACQUES, J. J. Reflexão sobre a evolução do consumo rápido no design de moda e o modelo *hybrid fashion* como alternativa sustentável. In: OLIVEIRA, G. G. de; NÚÑEZ, G. J. Z. **Design em Pesquisa – Volume 4**. Porto Alegre: Marcavisual, 2021. cap. 9, p. 171-194. E-book. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/iicd/publicacoes/livros>. Acesso em: 5 ago. 2021 (exemplo).

Como citar este capítulo (Chicago):

Machado, Luciene and Jocelise Jacques de Jacques. 2021. "Reflexão sobre a evolução do consumo rápido no design de moda e o modelo *hybrid fashion* como alternativa sustentável". In *Design em Pesquisa - Volume 4*, edited by Geísa Gaiger de Oliveira and Gustavo Javier Zani Núñez, 171-194. Porto Alegre: Marcavisual. <https://www.ufrgs.br/iicd/publicacoes/livros>.