

A MODA ATRAVÉS DO RESPEITO: USO DE CONCEITOS SUSTENTÁVEIS NO VESTUÁRIO SLOWFASHION

Silva, Mariana Souza da; Graduanda; Universidade Feevale
marianasouzadasilva2@yahoo.com.br

Troncoso, Samira Moraes Kroeff; Mestranda; Universidade Feevale
samirat@feevale.br

Resumo

O tema sustentabilidade vem sendo abordado cada vez mais no mundo e na indústria da moda não é diferente. Qual o real impacto que as roupas têm no meio ambiente e como fazer para que esses sejam amenizados. É possível criar roupas éticas, sem prejudicar tanto o planeta? Quais são as características do design de moda sustentável? Quais os processos que as roupas passam? Qual o impacto do descarte desenfreado de roupas nos lixões e aterros e o que isso influencia na vida do consumidor? Estas são questões abordadas neste artigo, objetivando desenvolver uma coleção de roupas éticas, reaproveitando material, otimizando processos e projetando estratégias para que o meio ambiente não seja tão agredido.

Palavras-chave: moda; sustentabilidade; *slowfashion*; meio ambiente.

Abstract

The subject sustainability has been talked more and more in all world, and in fashion industry is not different. What is the real impact that clothes has in environment and what to do to these impacts doesn't be so drastic, are questions broach in this job. Is it possible to create ethic clothes, without prejudging a lot the planet? Which are the characteristics of ethical fashion, of sustainability, of design for sustainability? Which are the processes that clothes goes through before goes to stores What is the impact of the big clothes' discard on landfills and embankments and what does it means on consumer's life? These are a few questions studied in this article, objectifying to develop an ethical clothes' collection for the environment, reusing raw material, optimizing processes, projecting strategies for the environment don't be so agressed.

Keywords: fashion; sustainability; *slowfashion*; environment.

Introdução

O presente artigo aborda a moda através dos conceitos de sustentabilidade, com o intuito de fazer da moda uma maneira de respeitar o meio ambiente. Para isso, busca-se a aplicação destas características no vestuário classificado com

slowfashion e nas atitudes das pessoas consumidoras. A utilização de melhores acabamentos, o estímulo ao uso da roupa em variadas estações pode resultar em atitudes sustentáveis para a moda, assim como desenvolver roupas que agridam menos o meio ambiente. A identificação das características do *slowfashion* pode contribuir para uma moda sustentável, pois é o contraponto do *fastfashion*, que determina um consumo exagerado e um ciclo rápido de coleções. Todos esses aspectos analisados da perspectiva sustentável devem ser levados em conta no momento de criar, planejar e confeccionar algum produto.

1 Sustentabilidade

Atualmente, no mundo todo, o tema sustentabilidade vem sendo abordado, objetivando o respeito ao meio ambiente. É necessário refletir na concepção dos produtos e roupas, em todos os processos que eles passam até irem parar nas prateleiras das lojas, ou seja, pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte, conforme explicam Martins e Busso (2010). Processos menos agressivos ao meio ambiente, materiais recicláveis ou já reciclados, reutilização de matéria prima, reaproveitamento de materiais, utilização de energia limpa e natural devem ser levados em conta. É adequado pensar desde a extração de matéria prima até a eliminação – neste caso reaproveitamento – dos refugos e resíduos que sobraram.

Nessa perspectiva, os três R's da sustentabilidade devem ser estudados, assim como precisam fazer parte do dia a dia das empresas e indústrias e também do consumidor. De acordo com Peltier e Saporta (2009), o primeiro R é de Reduzir, e propõe pensar antes de comprar, comprar com consciência. Reduzir também a quantidade de energia utilizada devido à extração de matérias primas ou fabricação dos produtos e a poluição emitida no transporte dos produtos, utilizando meios que não poluam tanto, como elucidam Peltier e Saporta (2009).

O segundo R é de reutilizar. É necessário pensar em uma nova maneira de utilizar o produto, dar nova vida, modificá-lo, enviar para instituições de caridade, ou customizá-lo. O terceiro R é Reciclar. A reciclagem diminui a exploração de recursos naturais e em muitos casos, custa bem mais barato do que produzir um material a partir da matéria prima bruta (PORTALSAOFRANCISCO).

Quando se fala em desenvolvimento sustentável, se quer dizer que é um desenvolvimento econômico, social e ambiental, que não comprometa as futuras

gerações, respondendo a todas as necessidades de toda a população mundial, atual e futuramente, de acordo com Kazazian (2009).

O consumidor de moda busca sempre novidades e tendências atuais. Para que as roupas da moda atual estejam nas prateleiras das lojas com a rapidez que o consumidor quer, é necessário que muita energia e matéria prima sejam gastas e a confecção seja rápida. Conseqüentemente, o meio ambiente sofre danos devido a esse consumo exagerado de roupas. A extração de matéria prima para a confecção de roupas tem valor significativo no meio ambiente, assim como, o descarte após o uso.

Martins e Busso (2010) comentam que, devido ao consumo exacerbado de roupas, objetivando satisfazer os consumidores ávidos por novidades, as indústrias têxteis investem cada vez mais em produtos novos e não lembram, muitas vezes, da enorme geração de resíduos vindos da fabricação acelerada e, conseqüentemente, o descarte de muitos produtos. No processo de descarte, grande parte dos resíduos não vai para o destino correto, ou seja, são descartados no meio ambiente, sem que passem por qualquer triagem ou separação de partes para reciclagem. Isso gera trilhões de quilos de lixo. Em relação ao meio ambiente, alguns impactos são observados, como mudanças climáticas, poluição química, enorme geração de resíduos, prejuízos à saúde humana, desequilíbrio ambiental.

Além disso, as roupas rápidas e de preço final baixo, que no ramo da moda se chama *fastfashion*, somente são possíveis devido à exploração de mão de obra e de recursos naturais. Esse é um aspecto de ética na moda, como comenta Matharu (2011, p. 64)

“graças aos baixos custos de fabricação, a maior parte da produção de moda é feita em países em desenvolvimento, como Bangladesh e Sri Lanka. Os operários da indústria têxtil frequentemente vivem na miséria e, muitas vezes, ganham apenas a metade do necessário para atender suas necessidades básicas”.

Esses recursos naturais são finitos e muitas vezes insubstituíveis. O algodão é um dos grandes vilões da moda, já que para seu cultivo é necessário o uso de pesticidas e fertilizantes. O cultivo do algodão convencional é responsável por 24% de inseticida e 11% de pesticida no mundo. A solução para isso seria o algodão orgânico, pois é cultivado sem nenhum uso de pesticida ou fertilizante químico, e é capaz de se decompor, de acordo com Lee (2009). Além disso, melhora a saúde e

umenta a renda de agricultores, uma vez que sem o uso de pesticidas, a saúde não é prejudicada e o rendimento às vezes é o mesmo do algodão convencional. Em longo prazo, a qualidade da colheita melhora, tendo um desempenho melhor que o algodão não amigo da natureza. O solo fica mais saudável, mais capaz de sustentar vida e mais resistente às mudanças do clima, e essas melhorias, refletem como um todo no meio ambiente.

A utilização de fibras biodegradáveis, isto é, feitas de componentes naturais que podem ser absorvidos por um ecossistema, seria um exemplo de roupa amiga do meio ambiente. Essas fibras iriam se decompor de maneira a não causar danos ao meio ambiente. Exemplos dessas fibras são as derivadas dos animais e das plantas. Outro aspecto a ser considerado na produção de roupas, é a grande quantidade de mercadoria ou matéria prima que fica nos estoques. Como comenta Cietta (2000, p. 134)

“os estoques representam, na moda, um custo significativo. Estima-se que cerca de 20% do preço seja atribuível ao custo dos estoques de final de estação”.

Treptow (2003) comenta que existem dois tipos de perdas. Os excedentes, que são os aviamentos ou matéria prima que só pode ser comprada em quantidade X, e os rejeitos, que são os aviamentos ou mercadorias que não poderão ser vendidas devido a defeitos ou com problemas na qualidade. Muitas empresas acabam não calculando esses percentuais de sobra/desperdício, porém, isso gera custos pra empresa, o que gerará custo no produto final.

Uma boa opção de aproveitar esses aviamentos que não são utilizados em determinada coleção, é criar peças artesanais. Às vezes a quantidade que sobra não é significativa para desenvolver muitas outras peças, então, o artesanato seria uma solução para o não descarte dessas matérias primas. Assim como tecidos, retalhos, sobras de tudo que é utilizado na indústria da moda, pode virar produto artesanal. A magia do artesanato é misturar elementos aparentemente sem significado, sem valor, e criar algo novo, usável, bonito e feito com as mãos, valorizando assim, todo o trabalho que o profissional que desenvolveu teve ao criar a peça.

O consumo em brechós tem atingido um número cada vez maior de consumidores que estão atentos com o consumo sustentável. Comprar uma

roupa em brechó aumenta o ciclo de vida do produto – o que não vai causar novamente os danos de produção e transporte do produto. Ainda é possível encontrar peças *vintage* nos brechós mais antigos ou especializados nesse tipo de roupa. Mackenzie (2010) comenta que

“as roupas de segunda mão sempre foram associadas a caridade com os mais necessitados[...]. No final da década de 1990, porém, elas foram alçadas na condição de um dos principais filões da moda, batizado com um charmoso nome: *vintage*”.

Mackenzie (2011) ainda cita que quem usa roupas *vintage* tem grande conhecimento em moda e essa concepção tem sido afirmada pelas revistas de moda e pela mídia.

O artesanato também pode ser considerado uma atitude eco, pois utiliza matéria prima reaproveitada, como retalhos e excedentes de mercadorias. Gadaleta (2011) refere que peças artesanais podem ser consideradas peças de luxo, devido ao grande projeto e criatividade que as peças têm. Podem ser usadas em peças artesanais, folhas de plantas, flores, conchas, pedras, restos de couro, fibras vegetais das palmeiras, bananeiras, retalhos de tecido, madeira, lã. Bordados, aplicações, utilização de materiais reciclados, como latas, pneus, garrafas pet, plásticos, lonas de caminhão, papéis. Infelizmente, o consumidor de moda ainda tem resistência e até preconceito com produtos artesanais, por achar que esses não têm valor ou não estão na moda.

Gadaleta (2011) complementa que o estilista ou designer também deve valorizar as habilidades locais, como rendeiras, bordadeiras, crocheteiras e tudo que envolve trabalhos manuais e com matérias primas reaproveitáveis. Fibras naturais, sementes, tecidos orgânicos, madeira certificada, técnicas de reciclagem de materiais, a utilização de processos que não envolvam crueldade animal, também ganham cada vez mais espaço no mercado da moda *slowfashion* e amiga do meio ambiente.

O estilista ou designer de moda tem papel fundamental na criação e desenvolvimento de produto. Manzini e Vezzoli (2009, p. 147) apontam que

“o designer tem um papel relevante na escolha e aplicação dos materiais empregados em produtos de produção em série, mesmo sabendo que não vai estar envolvido com a origem ou com o fim desses materiais ao cessar o ciclo de vida dos produtos”.

Manzini e Vezzoli (2002, p. 147), postulam que “... é necessário projetar os produtos de maneira a utilizar recursos (energia e materiais de consumo) reconhecidamente de menor impacto ambiental...” Além de utilizar tecidos ecológicos, é necessário pensar em toda a cadeia de fornecimento, no impacto que tem diante do meio ambiente. Ele deve pensar em todo o ciclo de vida do produto que está criando.

O estilista de moda deve estar a par dos direitos humanos e condições de trabalho dos funcionários, o chamado *fairtrade* - comércio justo. Deve saber como, onde e em que condições a pessoa que está fabricando o produto está. Lee (2009, p. 149) diz que

“o *fairtrade* tenta melhorar as relações de comércio com os agricultores e trabalhadores marginalizados do mundo. Trabalha com comunidades em situação desfavorável para aumentar a renda, que é igualmente distribuída entre os membros dessas comunidades.”

O designer pode contribuir para que essa exploração acabe, se conscientizando que suas escolhas durante o desenvolvimento do produto podem afetar a confecção dele, seja no tempo que ele demore a ser feito, os custos dos fornecedores, gerando ideias para diminuir os custos. Escolher trabalhar com empresas que tenham certificação de comércio justo, observar o andamento da fabricação do produto, assim como o ambiente de trabalho do operário, também são fundamentais para se certificar de que o trabalho é justo e os funcionários não são explorados, de acordo com Fletcher e Grose (2011).

A questão das embalagens tem grande importância, pois, uma vez que a quantidade de lixo que é gerado devido ao não reaproveitamento de embalagens ou descuido na hora de comprar, utilizando muitas sacolas plásticas ou papéis, por exemplo, é enorme. Cada vez mais as florestas são exploradas buscando materiais que são utilizados também nas embalagens, como madeira, papel, papelão. Vidro e metal também tem importância, pois derivam da areia e da bauxita, respectivamente, e esses são extraídos do meio ambiente. Na fabricação das embalagens são utilizados milhares de litros de água, corantes e até tipos diferentes de materiais em uma mesma embalagem, dificultando ou até impossibilitando a reciclagem do mesmo. Sem contar o uso de eletricidade nas máquinas que as produzem e o transporte das mesmas. Peltier e Saporta (2009, p. 97) comentam que “[...], o

designer de embalagem não deve jamais perder de vista uma obviedade fundamental: ao fim da vida, sua criação vai tornar-se inevitavelmente um resíduo”.

Porém, o consumidor também deve estar a par dessa grande geração de resíduos das embalagens, aumentando o ciclo de vida das mesmas, utilizando a embalagem para outro fim, antes dela ir para o lixo. Destinar no lixo correto, após o uso, também é de grande importância. Peltier e Saporta (2009, p. 108) ainda citam que “o ciclo de vida da embalagem deve constituir um circuito cada vez mais respeitoso ao meio ambiente”.

Manzini e Vezzoli (2002) comentam um gênero interessante de ser estudado. O *Design for Sustainability (DFS)*, em português, Design para a Sustentabilidade, trata-se de projetar produtos ou serviços de maneira que esses sejam sustentáveis. O *Design for Sustainability* pode ser considerado design estratégico, de maneira que projeta o produto utilizando a menor quantidade de recursos naturais, prospectando um meio ambiente mais sustentável. Fletcher e Grose (2011) elucidam que o designer pode ser também educador, mostrando para o consumidor os produtos sustentáveis e seus benefícios, ou a não agressão ao meio ambiente.

O designer ou estilista estuda todos os processos que o produto passa até terminar seu ciclo de vida, observando os custos de fabricação, transporte, uso e descarte. Então, foca no processo de maior impacto e custo ambiental. Essas análises contribuem não somente no aspecto ambiental, mas como oportunidade de aprimorar o produto em todos os sentidos.

Baxter (2000) divide a análise de ciclo de vida de produto em três etapas. A primeira consiste em descrever todo o processo que o produto passa. Na fabricação, quais matérias primas e componentes são usados, qual tipo de energia é utilizada na fabricação, quais resíduos sobram no final da fabricação. Descreve-se também, as etapas de armazenagem, distribuição e venda. Posteriormente, explica Baxter (2000, p. 269) “se descrevem os meios usados para se descartar o produto, quando sua vida chegar ao fim”. A segunda etapa do ciclo de vida de um produto consiste em identificar os objetivos, analisar e calcular os custos de cada uma dessas etapas do ciclo de vida do produto. A terceira etapa é identificar oportunidades de melhoria do produto, tanto para o meio ambiente, quanto para o projeto em geral, postula Baxter (2000).

Manzini e Vezzoli (2008) citam as fases do ciclo de vida de um produto, analisando o “nascimento”, a “vida” e a “morte” do produto. Manzini e Vezzoli (2000, p. 91), comentam que

“Em “ciclo de vida”, considera-se o produto desde a extração dos recursos necessários para a produção dos materiais que compõe [“nascimento”] até o “último tratamento” [morte] desses mesmos materiais após o uso do produto”.

A fase da pré-produção consiste na produção dos materiais e matéria prima que serão usadas na fabricação do produto. A fase da produção compreende a transformação dos materiais, a montagem e o acabamento do produto. A distribuição é a próxima fase, compreendendo a embalagem, transporte e armazenagem do produto. A fase seguinte é o uso. Durante essa fase, pode ser necessário reparar possíveis danos ocasionados pelo uso. O descarte é a fase da eliminação do produto. Pode-se optar por reparar alguma parte do produto para que ele tenha um ciclo de vida um pouco mais longo, ou optar por não recuperar nenhuma parte dele. Alguns produtos têm partes que podem ser reutilizadas, ou o produto pode até ser refabricado ou reprocessado. Alguns produtos podem ser reciclados. Manzini e Vezzoli (2000, p. 99), acrescentam que “a embalagem é um ciclo de vida adicional”.

Manzini e Vezzoli (2000) comentam sobre projetar o ciclo de vida do produto, chamado em inglês, de *Life Cycle Design (LCD)*. O projeto de ciclo de vida do produto consiste em analisar o *design* do produto como um processo sistêmico, pensando no ciclo de vida inteiro do produto, melhorando os impactos gerados ao meio ambiente e diminuindo os gastos. Manzini e Vezzoli (2000, p. 100) citam que “o objetivo do *Life Cycle Design* é o de reduzir a carga ambiental associada a todo ciclo de vida de um produto”. Os autores comentam que o *Design for Sustainability* e o *Life Cycle Design* se complementam para que seja possível desenvolver produtos sustentáveis.

Tanto o fornecedor, quanto os fabricantes, distribuidores, usuários até as empresas que fazem a parte do descarte do produto, têm responsabilidade nesse sistema-produto no total, e o designer que projeta seu produto dessa maneira, analisando todo o ciclo de vida consegue, com mais facilidade, encontrar erros e oportunidades de melhoria e menor impacto ambiental do produto, de acordo com Manzini e Vezzoli (2000).

Os autores abordam também a vida útil dos produtos, sendo isso, o tempo que o produto “vive” em condições normais de uso. Quando essa vida útil termina, o produto é eliminado. O aumento da durabilidade de um produto e a intensificação de uso do mesmo são consideradas estratégias em prol do meio ambiente. Porém, o aumento do ciclo de vida de um produto não determina menor impacto ambiental. Ao contrário, pode aumentar o impacto ambiental, devido à necessidade de materiais mais resistentes. Da mesma forma, os novos produtos que o substituirão podem não ter essa eficiência ambiental.

Deseja-se futuramente, que o consumidor reflita sobre esses aspectos e mude alguns comportamentos, objetivando maior qualidade de vida, também para as futuras gerações, consumir de modo mais consciente e valorizar os produtos de qualidade e design para a sustentabilidade. Para que isso se torne real, deve-se desenvolver produtos com qualidade, design sustentável, explorar recursos que não utilizem tanta matéria prima e o uso de materiais menos poluentes ao meio ambiente. É a busca por um consumidor mais consciente (ZAGO, MORO e BARCELOS, 2009).

2 Slowfashion

A origem do *slowfashion* se deu a partir de um movimento iniciado em 1986, na Itália, chamado *slowfood*. Visando preservar as tradições da culinária, a cultura da região, em vez de consumir em restaurantes de *fastfood*. Nessa mesma perspectiva, o *slowfashion* vem como uma maneira de respeitar o tempo que a roupa é feita. Como acrescenta Fletcher e Grose (2011, p. 128),

“[...] *slowfashion* é mais do que simplesmente eliminar da moda as partes ruins. “Lento” não é mero descritor de velocidade. Representa uma visão de mundo diferente, que especifica um conjunto distinto de atividades de moda, para promover o prazer da variedade, a multiplicidade e a importância cultural da moda dentro de limites biofísicos”.

Por conta do consumo desenfreado de moda rápida, o *slowfashion* se trata do oposto. Tem como proposta o consumo consciente e sustentável. Ao falar em *slow*, do inglês, lento, não se trata do tempo em que as roupas são produzidas, mas sim, de qualidade e durabilidade, o que pode agregar tempo na confecção.

Matharu (2011, p. 62), comenta que “nos últimos anos, a conscientização dos consumidores e a exposição da mídia trouxe à luz questões éticas e globais mais

amplas. Hoje o consumidor consciente quer saber mais sobre as origens das roupas que adquire”. Onde a roupa foi produzida, em quais condições o operário trabalhou, de onde vem os aviamentos, tecidos, enfim, de que maneira a peça foi confeccionada.

Uma roupa *slowfashion* se caracteriza por ter melhor acabamento e melhor qualidade. A qualidade estabelece uma relação de confiança entre o usuário e a marca, empresa. Optar por peças sem tantas tendências “aparentes”, peças mais básicas, facilitando o possível reparo da peça, objetivando retardar o envelhecimento, assim, fazendo com que dure mais. A produção das roupas é mais lenta e em pequena escala, utiliza mão de obra local, assim como os materiais utilizados nas peças, como explicam Fletcher e Grose (2011).

Qualidade custa mais, e os produtos *slowfashion* têm maior valor agregado, conseqüentemente, duram mais. É possível afirmar que são produtos de luxo de uma nova sociedade sustentável. Berry (2009) comenta a questão da qualidade, e sugere comprar peças de qualidade superior, que durarão mais estações sem precisarem ser substituídas.

Rech e Souza (2009) elucidam que consumidor está vivendo um novo estilo de vida, como um consumidor ativo, preocupado com a humanidade, meio ambiente. É um consumidor mais consciente, “uma nova postura de consumo” (RECH e SOUZA, 2009, p. 5). O comprador quer saber a história do produto, e quanto mais chamar a atenção, mais atrativo o produto se torna e assim, terá mais aceitação no mercado.

A utilização de peças de brechó¹ e *vintage*, também faz parte do conceito *slowfashion*, já que não foi gasto nenhuma energia ou matéria prima nova para fazer essa peça e também, dá uma nova vida a um produto que já teria terminado seu ciclo de vida (MATHESON, 2008). Não foi produzido nenhum tecido novo, o que não foi gasto pesticida para cultivar as fibras. Nada de embalagens novas, fabricação de papel ou plástico e nada de transporte.

O *slowfashion* pressupõe a sustentabilidade para um mundo melhor, com pouco desperdício de tecido ou matéria prima, fornecedores confiáveis e parceiros, no fornecimento de materiais orgânicos e locais. A questão da localidade de produção é interessante de estudar. Porque utilizar matéria prima de locais

distantes, que necessitam de transporte e tempo até chegar ao local desejado, se existe centenas de artesãos e confeccionistas que fazem artefatos lindos, perto de onde o consumidor de moda mora, questionam Fletcher e Grose (2011). Priorizar a mão de obra local, incentivando a produção artesanal, até mesmo como diferencial de produto, já que nenhum produto ficará igual a outro, se feito à mão. Tricô, patchwork, bordado, peças feitas em tear, são exemplos de técnicas antigas, porém, difíceis de fazer e que agregam valor à peça. Infelizmente, grande parte das pessoas ainda têm resistência quanto à produtos artesanais, já que pensam em coisas feias ou mal acabadas, mas esse é um paradigma que está, aos poucos, sendo quebrado (GADALETA, 2011).

Quando se fala em moda ética, todos os impactos ao meio ambiente devem ser lembrados. Aquela peça de roupa comprada em uma liquidação, que foi usada uma ou duas vezes, tem seu fim de vida no lixo. A moda lenta não propõe parar de comprar coisas, e sim, dar nova cara, novo uso às coisas velhas ou não utilizadas. Desmanchar uma peça de roupa e transforma-la em outra nova é a nova tendência da moda. Martins e Busso (2010) exemplificam de forma clara e criativa vantagens de transformar peças de roupas antigas, em modelos novos. Berry (2008) comenta que comprar itens usados além de aumentar a vida útil do produto, ainda é uma maneira de economizar dinheiro.

Fletcher e Grose (2011), dizem que deve-se priorizar produtos de algodão orgânico, peças feitas de materiais reciclados e recicláveis, compra de itens de segunda mão, trocas ou customização de produtos não usados mais, dizer “não” as sacolas e embalagens extras, priorizar comércios e produtos locais, procurar itens com certificado de trabalho justo. Essas são pequenas atitudes, fáceis de fazer e que terão grande impacto em prol do meio ambiente.

Fletcher e Grose (2011) explicam o metabolismo de um guarda roupa do consumidor atual, considerado “normal” e de um consumidor futuro e preocupado com o meio ambiente. O guarda roupa atual utiliza recursos e matérias primas, ar, água, energia para o produto ser fabricado. Necessita também um empregador e de capital para ser investido no produto. As roupas são feitas e usadas e, ao serem descartadas, vão parar em aterros sanitários, são incineradas ou vão para o exterior.

¹ Brechó: loja de objetos velhos ou usados (FERREIRA, 2011, p. 154).

Já em um guarda roupa de um consumidor preocupado com o meio ambiente, que é o que se deseja para o futuro, as roupas entram da mesma maneira de antes, porém, no período de uso, elas podem ser compartilhadas entre pessoas, reusadas ou recondicionadas, podem ser vendidas em brechós ou anos depois, serem consideradas *vintage*, podem ser alugadas ou recicladas e posteriormente irem para incineração. Isso é, o ciclo de vida do produto aumentou, durando mais tempo e não causando danos precoces ao meio ambiente, conforme Fletcher e Grose (2011).

Considerações finais

O *slowfashion* compreende todos os aspectos sobre sustentabilidade na moda, reduzindo o consumo e valorizando a qualidade e o respeito ao meio ambiente. Trata-se de fazer moda com consciência e responsabilidade ambiental. Isso se torna possível quando o designer projeta o produto pensando em toda sua vida útil e como será seu final de vida e o consumidor faz sua parte, priorizando peças amigas do meio ambiente e cuidando melhor de suas roupas.

Referências

- BARBERO, Silvia; COZZO, Brunella. **Ecodesign**. Königswinter, Germany: H. F. Ullmann, c2009. 349, [2] p.
- BARNARD, Malcon. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2003. 267 p.
- BAXTER, Mike. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos**. 2. ed. rev. São Paulo, SP: Edgard Blücher, 2000. 260 p.
- BERRY, Siân. **50 formas inteligentes de preservar o planeta: Como consumir sem descuidar do meio ambiente**. São Paulo, 2009. Editora Publifolha. 128 p.
- BORGES, Adélia. **Design + artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo, SP: Terceiro Nome, 2011. 239 p.
- CIETTA, Enrico. **A Revolução do Fast-Fashion: estratégias e modelos organizacionais nas indústrias híbridas**. São Paulo, SP. Editora Estação das Letras e Cores. 2010.
- DISITZER, Marcia; VIEIRA, Silvia. **A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização**. Rio de Janeiro, RJ: SENAC Nacional, 2006. 158 p.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Aurélio Junior**. [2. ed.] Curitiba, PR: Editora Positivo, 2011.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade:** design para mudança. São Paulo, SP. Editora Senac, 2011. 192 p.

FUAD-LUKE, Alastair. **Ecodesign:** the sourcebook. 3rd ed. fully revised São Francisco, CA: Chronicle Books, 2010. 352 p.

KAZAZIAN, Thierry. **DESIGN e desenvolvimento sustentável:** haverá a idade das coisas leves. 2. ed. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2009. 194 p.

MACKENZIE, Mairi. **ISMOS...para entender a moda.** São Paulo, SP, Editora Globo, 2010. 159 p.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis:** os requisitos ambientais dos produtos industriais. [1. ed.] São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. 366 p.

MARTINS, Suzana Barreto; BUSSO, Vanessa. **Design de Moda sustentável:** uma proposta de sistema produto-serviço a partir de peças originadas de brechós. Artigo. Nono Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2010.

MATHARU, Gurmit. **O que é design de moda?** Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 256 p.

MATHESON, Christie. **Ecochic:** salvando o planeta com estilo. São Paulo, SP, Editora Matrix, 2008. 211 p.

PELTIER, Fabrice; SAPORTA, Henri. **Design sustentável:** caminhos virtuosos. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2009. 111 p.

PESSOA, Marília. **FIOS e fibras.** Rio de Janeiro, RJ: SENAC Nacional, 2002. 80 p.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009. 288 p.

RECH, Sandra Regina; SOUZA, Renata Karoline Rodrigues de. **Ecoluxo e Sustentabilidade:** um novo comportamento do consumidor. 2009.

SÁ E SILVA, Rosielli de; RECH, Sandra Regina. **Produtos Slowfashion.** Décimo Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2011. Artigo.

SEIVEWRIGHT, Simon. Fundamentos de Design de Moda. **Pesquisa e Design.** Editora Bookman, Porto Alegre, 2009.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. 2Ed. Brusque: Ed. do Autor, 2003. 209 p.

ZAGO, Ceres Inez Zasso; MORO, Círia; BISOGNIN, Edir Lucia; BARCELOS, Jorge. **Design: múltiplos enfoques.** Santa Maria, RS: Centro Universitário Franciscano, 2009. 112 p.

REFERÊNCIAS DIGITAIS

COLETIVO VERDE – NEGRI, Guilherme Augusti. 2012, disponível em <http://www.coletivoverde.com.br/>. Acesso em abril de 2012.

ECODESENVOLVIMENTO – 2008, disponível em <http://www.ecodesenvolvimento.org.br/>. Acesso em abril de 2012.

INSTITUTO AKATU – disponível em <http://www.akatu.org.br/>. Acesso em abril de 2012.

INSTITUTO NIELSEN – disponível em <http://www.nielsen.com/content/corporate/global/en.html>, pesquisa encontrada no site da Revista Época, <http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2012/03/brasileiros-preferem-comprar-produtos-de-empresas-sustentaveis.html>. Acesso em abril de 2012.

O ESTADO DE SÃO PAULO – São Paulo, SP, 2010 - Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/andrea-vialli/upcycling-a-nova-fronteira-da-reciclagem/> - Acesso em março de 2012.

PORTAL SÃO FRANCISCO - disponível em: <http://www.portalsaofrancisco.com.br/>. Acesso em abril de 2012.

PORTAL USE FASHION – disponível em <http://www.usefashion.com/Categorias/Home.aspx>. Acesso em abril de 2012.

SER SUSTENTÁVEL COM ESTILO – GDALETA, Chiara (2011) disponível em <http://sersustentavelcomestilo.com.br/>. Acesso em março de 2012.