

## **SLOW FASHION: CARACTERÍSTICAS, IMPORTÂNCIA E A RELAÇÃO COM O DESIGN**

BÁRBARA BEDENDO MACENA<sup>1</sup>, NUNO MARQUES<sup>2</sup>, ANA CRISTINA BROEGA<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universidade do Minho, bedendobarbara@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade do Minho, nuno.oliveira.marques@sapo.pt

<sup>3</sup>Universidade do Minho, cbroega@det.uminho.pt

**Resumo:** *O presente artigo versa sobre uma análise exploratória do conceito Slow Fashion, as suas características, a sua importância no contexto atual da moda e as suas relações com o design. Inicialmente fora realizado levantamento bibliográfico, como embasamento para o trabalho e, como sequência ao estudo buscar-se analisar e clarificar os fatores de design que influenciam na percepção do conceito Slow Fashion, através de pesquisa qualitativa com o propósito de criar um modelo dos fatores e determinantes de design que influenciam o conceito.*

**Palavras chave:** *Slow Fashion; Sustentabilidade; Design*

### **1. Introdução**

A preocupação com a sustentabilidade e o meio ambiente está cada vez mais relacionada com a moda e os seus aspectos de produção, venda e utilização. Progressivamente torna-se necessário estreitar o olhar e ter atenção aos aspectos que podem ser melhorados, modificados ou transformados no que se relaciona aos produtos de moda. O *Slow Fashion* (tradução à letra: moda lenta), é um movimento que pretende desacelerar os ritmos da moda, tornando-a mais lenta, preocupando-se com a sustentabilidade, nomeadamente com questões ambientais e com a conscientização dos consumidores no que diz respeito à aquisição e utilização de produtos. É sem dúvida uma contracorrente relativa ao consumo excessivo e inconsciente na moda.

Nesse contexto, torna-se cada vez mais importante a participação do designer e a sua contribuição no desenvolvimento de produtos que buscam reduzir os efeitos negativos que a moda provoca ao meio ambiente. De acordo com Carvalho (2015), num momento em que os produtos são cada vez mais “serializados” e rapidamente obsoletos é fundamental pensar em atingir um significado maior, diferenciar os produtos e as marcas aprofundando os relacionamentos entre todas as partes envolvidas. Também se torna necessário entender qual é a percepção que o consumidor tem desses produtos mais amigos do ambiente e se estão estes de facto cumprindo o seu objetivo e conseguir transmitir, através do seus atributos, a mensagem e o conceito que estão carregando. Segundo o autor é preciso fazer mais, transformar o intangível em visível, materializar os desejos, emoções e sensações (Carvalho, 2015).

A necessidade de mudança faz parte do processo de design e compete ao designer estabelecer novas formas de pensar e criar produtos levando em consideração os aspectos e sistemas econômicos, sociais e ambientais como um todo. O processo da moda *slow* e o desenvolvimento de seus produtos possuem grandes possibilidades que podem gerar diferentes consequências e entendimentos ao usuário, devido à estes aspectos é relevante estudar os fatores de design dos produtos que podem influenciar a percepção do *Slow Fashion* sobre o consumidor.

O presente artigo baseou-se numa revisão da literatura em bases impressas e virtuais, entre artigos científicos, periódicos, e banco de dissertações e teses, em diferentes plataformas, com o objectivo de analisar o conhecimento produzido e publicado sobre o assunto em estudo: qual a importância das características do design (de vestuário) que contribuem para o *slow fashion*?

## 2. *Slow Fashion*?

O conceito *Slow Fashion* é inspirado no movimento *Slow Food* - iniciado na Itália em 1986, com o objetivo de vincular o prazer da comida à consciência e à natureza responsáveis na sua produção, tem como intuito promover a cultura e os movimentos lentos (Ferronato e Franzato, 2015).

De acordo com Kate Fletcher (2010) o conceito *Slow Fashion* representa uma visão de sustentabilidade no setor da moda com base em diferentes valores e metas, para tanto é necessário modificar a estrutura e reduzir a produção de bens. Diferente do conceito atual de moda rápida, com mudanças e lançamentos constantes, a moda *slow* envolve os clássicos, é diferente também na sua produção, metas e valores. É uma visão do setor da moda formada a partir de um panorama diferente. O *Slow Fashion*, exige um pensamento relativo à mudança na moda e nos seus sistemas e métodos de produção, desenvolvimento e valorização, além de evidenciar e promover o diálogo acerca de questões relativas à princípios ambientais e sociais. O movimento *slow na moda* envolve todos os participantes do processo que formam o sistema da moda, desde os fornecedores de matérias prima, designers e consumidores (Ferronato e Franzato, 2015).

O conceito *slow* também está associado com a construção de peças duráveis e intemporais, que utilizam matérias primas e acabamentos de alta qualidade, além de ser responsável por oferecer ao consumidor a possibilidade de obter produtos de maior qualidade e exclusividade. O *Slow Fashion* é um movimento contrário ao *fast fashion*, pretende desacelerar a moda, criar produtos que tenham a sua durabilidade prolongada para mais que apenas uma estação, opõe-se aos produtos impessoais e datados das grandes marcas de *fast fashion*, é clássico e durável (Refosco et al. 2011).

O *Slow Fashion* é uma corrente que fortalece a conexão do consumidor com os próprios designers, trata-se de um movimento que valoriza o cuidado, a qualidade e o pensamento em longo prazo (Silva e Busarello, 2016 *apud*. Johansson, 2010). De acordo com Silva e Busarello (2016) o conceito tem como fatores favoráveis a liberdade de ação, que resulta em diversidade no produto final, o incentivo à novas ideias e a disponibilidade de recursos materiais, prezando pelo planeamento sustentável do uso da matéria prima.

## 3. A importância do conceito

A transformação de todo um sistema de moda numa indústria sustentável gera novas visões e percepções, que são capazes de alterar a concepção de quantidade para a de qualidade, o que implica mudanças em todos os processos do projeto de design e produção do produto. A valorização do processo, a participação e a integração social, as relações entre o meio ambiente e a sociedade na sua totalidade pode gerar mudanças que impactarão de alguma forma todo um contexto social, de produção e consumo (Ferronato & Franzato 2015). Relativamente a todas estas questões é possível estabelecer a importância da mudança na moda e nos hábitos de consumo de seus usuários. Novas maneiras de produzir e consumir são primordiais para integrar e estabelecer o bem estar entre quem produz, quem consome, o meio ambiente e a economia. O *Slow Fashion* juntamente com a abertura de todo o processo de produção do projeto para o desenvolvimento dos produtos implica em ações positivas à níveis ambientais, sociais e de percepção do produto como um todo. O significado agregado ao produto é evidenciado e suas particularidades passam a ser fator predominante e fundamental no seu reconhecimento.

O conceito e movimento *Slow Fashion* tem como característica a oposição ao que tem duração limitada, surge como uma fonte de mudança na qual a moda passa a ser mais durável, com produtos de alta qualidade e preocupação além da estética. Sem a pressão de produzir cada vez mais a qualidade é atingida com mais facilidade e tende a ser evidenciada em relação à quantidade. Este processo gera influências tanto no planeamento, desenvolvimento e distribuição do produto e de seus valores, além de criar uma melhor interação entre o designer, o fabricante e o consumidor (Pessoa et al., 2012).

#### 4. O papel do design

O *Slow Fashion* é responsável por atribuir características mais do que emocionais, carrega um apelo ecológico e busca conscientizar o consumo de forma sustentável. Incorporar valores éticos nos produtos é uma necessidade crescente e primordial para o controle do setor têxtil e dos danos que a sua indústria gera ao ambiente. O papel do movimento na conscientização do consumidor, seus valores, conceitos e impactos são claros. Porém é significativo entender quais são os “fatores de design do produto de moda” que influenciam o entendimento e assimilação deste conceito, “que características ligadas ao design” são fundamentais para diferenciar estes produtos em relação aos pertencentes à indústria *fast fashion* e “como estes fatores contribuem para a percepção do conceito *Slow Fashion*” mediante à isto torna-se importante desenvolver e testar um “modelo dos fatores e determinantes” do design que influenciam o *Slow Fashion*. Diante destes questionamentos foram apreciados diferentes autores que buscam elucidar o conceito *Slow Fashion* em seus diferentes aspectos.

O estudo realizado por Pessoa *et al.* (2012) aponta que, a interação entre os participantes do processo de desenvolvimento até a compra unificam o método de produção e podem estreitar as relações e definir de maneira mais clara e compreensiva a forma como o produto é feito e percebido como parte do conceito *slow*. A conceituação faz parte do significado do produto, que mais tarde irá ser percebido pelo consumidor, por este motivo tudo deve estar alinhado e integrado de maneira clara.

Em relação à guias e procedimentos significativos no aperfeiçoamento do pensamento da moda lenta, com base na pesquisa realizada por Cataldi *et al.* (2010), que tem como objetivo explorar alternativas para alcançar a sustentabilidade na moda a partir do *Slow Fashion*, foi possível estabelecer recomendações que priorizam o movimento e o fortalecem, e estão relacionadas, entre outros, à colaboração e comunicação da indústria, à busca de matérias primas, a regulamentação e códigos de conduta necessários e ao design dos produtos, fundamental no reconhecimento do conceito *slow*. Todas estas características e recomendações abordadas no estudo são relevantes no que se refere ao conhecimento, ao desenvolvimento e a aplicação do movimento *Slow Fashion*. Sem diretrizes, guias e procedimentos básicos o desenvolvimento e a aplicação correta de todo o pensamento *slow* fica comprometido, tanto no que diz respeito aos seus conceitos e visões quanto no desenvolvimento de seus produtos.

Outro ponto importante relacionado ao conceito *Slow Fashion*, abordado por Jung e Jin (2016), é a relação das características do *Slow Fashion* e sua rentabilidade, para as autoras entender como o *Slow Fashion* pode criar valores econômicos para as empresas e quais atributos do *Slow Fashion* devem ser enfatizados para sustentar a sua rentabilidade é fundamental. Como forma de responder à estes questionamentos foi estabelecida uma estrutura de criação de valor para o cliente, a qual tenta encontrar atributos que levam o cliente a perceber um valor superior no *Slow Fashion* e aumentar sua intenção de compra. Para tanto o estudo de Jung e Jin (2016) emprega uma escala de orientação do consumidor para o *Slow Fashion*, em que estão incluídos cinco aspectos: Equidade, autenticidade, funcionalidade, localismo e exclusividade. A partir da escala foi possível estabelecer possíveis relações de fatores de design que estão ligados a estes aspectos e podem influenciar na percepção do conceito *Slow Fashion* nos produtos. Fatores estes que serão analisados e testados posteriormente.

É necessário que os produtos de moda categorizados dentro da definição *Slow Fashion* possam ser reconhecidos e diferenciados de outros produtos que não foram desenvolvidos conforme parâmetros ligados à sustentabilidade e preocupação com a sua durabilidade, impacto ambiental e social em todo o processo. Para tal reconhecimento o design tem papel fundamental, e cabe ao designer exaltar de maneira coerente o fator de diferenciação destes produtos, desde o momento de sua conceituação ao desenvolvimento de todas as fases do produto. O processo de criação dos produtos *Slow Fashion* é caracterizado pela perspectiva do pensar globalmente e atuar localmente, resultando em uma abordagem local do início ao fim da cadeia produtiva, desta maneira o início do processo criativo já está inserido em uma reflexão sobre a ação do designer (Silva e Busarello, 2016 *apud*. Clark, 2008). Dentro do conceito *Slow Fashion* o processo criativo, no qual o designer está capacitado a desenvolver algo de maneira original, sem reproduzir o que é esperado para a grande massa de consumo, é valorizado e visto como diferencial (Silva e Busarello, 2016 *apud*. Johansson, 2010).

## 5. Considerações

Até o presente momento, foi possível observar que o *Slow Fashion* tem muito potencial porém precisa ser disseminado e explorado de forma mais ampla para ser reconhecido como um conceito eficiente e benéfico para a sociedade. O conceito *slow* pretende desafiar as empresas de vestuário a incluir no seu processo de desenvolvimento e produção práticas mais éticas, maior cuidado com o ambiente e foco na qualidade de seus produtos, além de transmitir ao consumidor que ele tem um papel importante e ativo nas escolhas que faz (Pookunlangara & Shepard 2013). Quanto mais o consumidor entender o conceito e reconhecer o que está por trás do *Slow Fashion* e de todo o seu processo, mais confiança, respeito e interesse ele terá em seus produtos e no papel que este modelo de consumo tem na sociedade atual. É preciso conhecer e ser informado sobre a procedência de seus produtos e bens de consumo, sobre as transformações que acontecem na moda para assim fazer parte delas, transparência é fundamental para este entendimento e para a eficácia de conceitos como o *Slow Fashion*.

Através do *Slow Fashion* todo o processo da moda é re-significado, um produto desenvolvido de forma consciente gera atitudes mais conscientes também em seus consumidores. Cabe ao designer preocupar-se com o todo, e não só com a estética e funcionalidade do produto, é preciso valorizar a qualidade e durabilidade, integrar e aplicar também as relações com o meio ambiente, a responsabilidade social e ao comércio e consumo consciente e ético. Esclarecer e identificar, através de um modelo que visa explicar conceitualmente os possíveis fatores de design que influenciam a percepção dos produtos *Slow fashion*, analisando elementos e princípios de design como: repetição, ritmo, harmonia, equilíbrio e proporção (Jones, 2005) e realizando uma exploração acerca da escala de orientação do consumidor para o *Slow Fashion* desenvolvida por Jung e Jin (2016), é uma forma de evidenciar todo o processo *Slow Fashion* e valorizar ainda mais os seus produtos, desde sua produção e desenvolvimento, juntamente com os designers, até sua chegada ao consumidor final.

## Referências

- Cataldi, C., Dickson, M., Grover, C., 2010. Slow Fashion. Tailoring a strategic industry approach towards sustainability, Dissertação. Slow fashion forward 37. [Online]. Disponível em: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:832785/FULLTEXT01.pdf> [Acesso em 23 Setembro 2017].
- Carvalho, A. 2015, A moda imita a vida: Como construir uma marca de moda, Editora Senac, Rio de Janeiro.
- Ferronato, PB., Franzato, C., 2015. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. Modapalavra E-periódico ano 9, 104–115. [Online]. Disponível em: <http://www.redalyc.org/pdf/5140/514051509007.pdf> [Acesso em 25 Setembro 2017].
- Fletcher, K., 2010. Slow Fashion: An Invitation for Systems Change, Fashion Practice The Journal of Design Creative Process & the Fashion Industr 2, 259–266. [Online]. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.2752/175693810X12774625387594> [Acesso em 23 Setembro 2017].
- Jones, SJ. 2005, Fashion Design - O Manual do Estilista, Cosac Naify.
- Jung, S., Jin, B., 2016. Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. Sustainability Switzerland. [Online]. Disponível em: <http://www.mdpi.com/2071-1050/8/6/540> [Acesso em 30 Setembro 2017].
- Pessoa, J., Matos, C., Sotoriva, M., Souto, PA., 2012. The Consumer's Perception on Sustainability. [Online]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/36937> [Acesso em 25 Setembro 2017].
- Pookunlangara, S., Shephard, A., 2013. Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions - An exploratory study, Published by Journal of Retailing and Consumer Services. [Online]. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698912001506> [Acesso em 30 Setembro 2017].
- Refosco, E., Oenning, J. & Carneiro, N. 2011. From fast fashion to slow fashion: A challenge to design, in, pp. 2–5. [Online]. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/25274>. [Acesso em 25 Setembro 2017].
- Silva, SP., Busarello, RI., 2016. *Fast fashion e slow fashion: o processo criativo na contemporaneidade, Estética: Novas vertentes das classificações estéticas*, Universidade de São Paulo, [Online]. Disponível em: <http://www.usp.br/estetica/index.php/estetica/article/view/48/38>. [Acesso em 24 Janeiro 2018]