

CENTRO UNIVERSITÁRIO BELAS ARTES DE SÃO PAULO

AS TEORIAS DA MODERNIDADE LÍQUIDA DE ZYGMUNT BAUMAN E O *FAST FASHION*

Orientanda: LILIAN JÉSSICA ALVES FERREIRA*

Orientadora: PROF^a FABIANA DANTAS MENDES DE LIMA

Resumo

Desde o século XX, o mundo vem mudando devido à tecnologia e a globalização. Este artigo é uma pesquisa de novos problemas da sociedade vinculados ao *fast fashion*: a insustentabilidade, o consumo desnecessário e a negligência de direitos humanos. A base desses estudos são as teorias da Modernidade Líquida do sociólogo Zygmunt Bauman. De contrapartida surge o *slow fashion* voltado a opções renováveis e também a esperança do jovem, estudado através de suas formas de manifestos, como um potencial veiculador de soluções com liderança e consumo consciente.

Palavras-chave: Zygmunt Bauman. Sustentabilidade. Moda. Jovens. Globalização.

Abstract

Since the twentieth century, the world is changing due to technology and globalization. This article is a research along the new society's problems linked to fast fashion: the unsustainability, the excess of consumption and the neglects of human rights. This study's base is the theories of Liquid Modernity by the Sociologist Zygmunt Bauman. Counterpart comes the slow fashion oriented to renewable options and also the hope of the youth, studied through their various forms of manifest, as a potential disseminator of solutions with leadership and consumer awareness.

Keywords: Zygmunt Bauman. Sustainability. Fashion. Youth. Globalization.

Introdução

Zygmunt Bauman é um sociólogo polonês, graduado em sociologia na URSS, atual professor emérito de sociologia na Universidade de Leeds e Varsóvia. É autor de dezenas de obras que expõem a situação atual da sociedade, como Modernidade Líquida (2001). Bauman chama nossa fase atual da história como “situação de interregno” que, pela definição do livro de Tito Livio da Roma Antiga “Desde a fundação da cidade” apud Bauman, é “uma antiga forma de viver que não funciona mais ainda sendo aplicada, pois novas formas ainda não foram inventadas”.

O sociólogo cita a importância dos jovens para contribuírem com melhores sistemas para o futuro, que, segundo ele, vão ter que considerar a globalização e a realidade de limites e danos já causados no sistema do planeta Terra. Bauman

* Técnica de Modelagem do Vestuário pela ETEC José Rocha Mendes e graduanda de Design de Moda pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. E-mail: lilianjaf@gmail.com

(2011) diz “(...) então, teremos que inventar; eu não, eu estou muito velho, mas você e sua geração (de jovens) terão de inventar um equivalente global das invenções de nossos antepassados.”.

A indústria da moda tem um grande impacto global, afinal é o segundo setor que mais polui e estima-se que seis a cada dez pessoas trabalham na cadeia têxtil no mundo (*The True Cost*, 2015). As lojas de fast fashion, diferente de outras lojas de roupas, não mudam de coleção de acordo com os desfiles de moda que acontecem com a mudança de estação, duas a quatro vezes por ano, e sim criam 52 ou mais coleções por ano, deixando as pessoas constantemente “fora de moda”. As coleções são compostas de peças de baixa qualidade, praticamente descartáveis, incentivando o consumo desnecessário através do *marketing* que cria a demanda de mercado. As peças são feitas em *sweatshops* onde devido à negligência aos direitos humanos os preços dos produtos podem ser muito baixos e a fábrica pode assumir uma quantidade muito grande de peças dentro de um prazo muito curto. O processo, desde a agricultura do algodão até o momento que o consumidor se desfaz da roupa, é danoso ao meio ambiente e a humanidade. Organizações, ações e manifestos inversos a esse tipo de negócio surgiram e entre eles estão o movimento *slow fashion*, *Fashion Revolution Day*, *The Green Carpet Challenge*, Moda Livre e o manifesto anti-fashion. Bauman (2011) diz:

Não ignoremos os pequenos movimentos, os desenvolvimentos minoritários, locais e marginais. A nossa imaginação vai longe, além da nossa habilidade de fazer e arruinar coisas. Na nossa história humana, tivemos um número relevante de mulheres e de homens corajosos, que, como borboletas, mudaram a história de maneira radical e positiva. De verdade. O único conselho que posso dar, então: olhem para as borboletas, são de várias cores, felizmente são muito numerosas. Ajudem-nas a bater as suas asas.

Objetivos

Essa pesquisa tem como objetivo um estudo em torno da sociologia sobre a sociedade atual, da indústria da moda e dos jovens. Identificar os estudos e reflexões de Bauman direcionados para esses problemas, compreender o jovem a qual Bauman direciona potencial de solução, manifestos e consumo consciente e estudar qual tem sido o papel da indústria da moda em meio à sociedade. A moda é considerada importante para Bauman quando ele coloca que ela é uma necessidade nesse mundo de flutuação e desorientação.

Metodologia

São utilizados métodos de pesquisa bibliográfica sobre Zygmunt Bauman, suas teorias, obras, pesquisa das fontes dele relacionadas ao objetivo, reflexões de sociólogos etc. Vídeos e textos de entrevistas e notícias são outras fontes para manter a pesquisa atualizada. O documentário de moda *The True Cost* de Andrew Morgan é rico em referências utilizadas como fonte do tema indústria da moda. As *Websites* de marcas de moda são utilizados como fontes de exemplos atuais. A obra de Rosane Preciosa, “Produção Estética”, para referência de moda.

Problemas da sociedade através das teorias de Zygmunt Bauman

No século XX surgiram grandes mudanças que perduram até hoje. Duas delas, segundo o sociólogo Zygmunt Bauman (2011), são permanentes. Elas são a interdependência mundial e os danos irreversíveis já causados ao meio ambiente.

A primeira mudança em questão, é o mundo funcionando como se fosse um só país, pela primeira vez na história. É possível observar esse efeito na globalização econômica com a queda da bolsa chinesa afetando a economia brasileira (WALKER, 25 de agosto de 2015). A China é o maior parceiro comercial do Brasil, pois o mesmo compra *commodities* como a soja e o minério de ferro, e devido à queda da exportação desse tipo de produto para China, houve uma tendência à desaceleração da economia do Brasil. Segundo o dicionário Michaelis (WEISZFLOG, 2012), a definição de globalização em termos econômicos é um “fenômeno observado na atualidade que consiste na maior integração entre os mercados produtores e consumidores de diversos países”.

Essa mudança decorreu de evoluções tecnológicas de comunicação, que começaram com a popularização do rádio, no Brasil se deu por volta dos anos 20; a sequência de inovações como a invenção da televisão, com a primeira emissora de TV brasileira entrando no ar nos anos 50; e a popularização do *personal computer* (PC)*, da internet e dos telefones móveis, nos anos 90, e afetaram a economia, o *marketing*, a forma de se comunicar, etc. Houve mudanças de hábito e de consumo, se alimentar com *fast-food*, conceito de restaurante de comida rápida, introduzido ao Brasil no fim dos anos 70; cozinhar comida congelada no micro-ondas, popularizado nos anos 90; e consumir em geral, como eletrodomésticos, eletrônicos, peças de vestuário, móveis, entre outros objetos que costumavam ser de uso de longa data.

* Em português: computador pessoal.

A segunda mudança é o abuso da utilização dos recursos da Terra. Um dos fatores que contribuiu para isso é a criação desnecessária de demanda de produtos através do *marketing*, a produção dos mesmos com menor qualidade e o incentivo ao consumo. Bauman (2013) afirma:

Afastar-se da percepção de mundo consumista e desse tipo de atitude individualista contra o mundo e as pessoas (uma postura que, aliás, somos incitados, seduzidos ou forçados a assumir) não é uma questão a ponderar, mas uma obrigação determinada pelos limites de sustentabilidade desse modelo da vida que pressupõe a infinidade de crescimento econômico (em outras palavras, a redução cada vez mais dos recursos do planeta).

Essas mudanças ocorreram em torno do sistema atual de economia, o capitalismo, que funciona com base no capital do proprietário e, se houver, investidor; gira em torno da oferta, demanda e preço, em que o objetivo é o maior lucro para os mesmos. Zygmunt Bauman (2001, p. 65) sugere que esse sistema se divida em duas fases, o capitalismo “pesado” e o “leve”. O maior diferencial entre elas é a liberdade dos empregados. Na fase do capitalismo que Bauman nomeia como “pesado”, o exemplo principal é o fordismo, que foram os sistemas de produção em massa para indústria automobilística da marca Ford no século passado. Os empregados tinham uma função muito restrita, com uma visão inexistente do processo de desenvolvimento total do produto, não havia plano de carreira, nem qualquer aprendizado além de sua função. O emprego era estável e o empregado planejava passar o resto da vida naquela empresa. Não havia muitas opções de trabalho e os direitos trabalhistas eram escassos. Já hoje, Bauman define o capitalismo como “leve”, em que as administrações tentam seduzir as pessoas para que elas as escolham. Os empregados trocam de emprego, de cargo e até de profissão com facilidade, comparado ao outro tipo de capitalismo. As pessoas evitam fixar-se para que as possibilidades estejam sempre abertas. Segundo Zygmunt Bauman (2014):

Antes, se você dava um soco na realidade, a realidade não se movia. Tente fazê-lo agora! Antes se sonhava poder trabalhar durante décadas na mesma fábrica, agora a meta dos jovens é trabalhar no Vale do Silício... E, quando muito, ficam oito meses!

Essa definição só é justificável se observarmos os países do topo da cadeia global econômica, como a Inglaterra. Ainda hoje há inúmeros locais onde Bauman não conseguiria fazer esse tipo de comparação entre passado e presente. Nesses locais o empregado pode ser ainda mais privado de liberdade e com ainda menos

direitos trabalhistas que o do fordismo. Vandana Shiva, Ph.D em filosofia e ativista pelo meio ambiente na Índia (2015), diz:

Duas coisas que a natureza nos ensina e que nenhum livro pode é o valor da diversidade. Como coisas diferentes podem coabitar numa floresta e, através disso, o valor da democracia e liberdade. Que a liberdade vem da coexistência em dar espaço o suficiente para o outro. Agora, a liberdade mecanicista é sobre individualismo atomizado sempre ao custo de alguma coisa, ao custo da natureza, dos outros.

O documentário “*The True Cost*”^{*} (2015) por Andrew Morgan denuncia a produção de peças de vestuário negligenciando a humanização e o meio ambiente. John Hilary, diretor executivo de “*War on Want*”^{**}, explica como funciona a manufatura no mundo globalizado:

(...) a manufatura foi exportada para (países de) baixa economia, particularmente onde os salários são muitos baixos e continuam baixos, que significa que aqueles (países) do topo da cadeia econômica escolhem onde os produtos serão produzidos (...). Por exemplo, se uma fábrica disser que não pode fazer barato o suficiente, a marca irá procurar outro local onde for mais barato. (tradução da autora)

Ainda segundo *The True Cost*, as fábricas que passaram a operar devido ao efeito da produção globalizada são conhecidas como *sweatshops*. Nelas são manufaturadas peças de vestuário até artigos tecnológicos, como *smartphones*. Há trabalho infantil e os trabalhadores são tão mal pagos que alguns recebem 10 dólares por mês, que na cotação de 29 de setembro de 2015 representa menos de 5% do salário mínimo atual de São Paulo (R\$810,00). As condições são desumanas com 14 ou mais horas de trabalho por dia, muitas vezes 7 dias por semana, não há pagamento por hora extra e são grandes os riscos com exposição a produtos químicos, nenhum equipamento de segurança e pouca vistoria da engenharia dos prédios. Os empregados também são obrigados a levar as crianças ainda incapazes de trabalhar para esse local ou entregar a criança para viver em outras cidades com familiares ou amigos, por não haver licença maternidade nem creche para crianças. Os países sede desse tipo de negócio são aqueles com poucos direitos trabalhistas, como China, Índia, Bangladesh, Camboja, etc, porém os nomes mudam de acordo com o menor custo de produção disponível.

Segundo o *website* de notícias BBC, em 24 de abril de 2013, um prédio com estrutura condenada conhecido como Rana Plaza em Dhaka, Bangladesh, que

* Em português: “O Verdadeiro Custo”.

** Organização pela justiça social localizada em Londres, Inglaterra.

ainda operava como sede de vários *sweatshops*, desabou. Com milhares de trabalhadores têxteis dentro, mais de mil foram a óbito e quase 3 mil ficaram feridos.

Depois de passar pelos *sweatshops*, o produto retorna pronto para o país do topo da cadeia econômica onde são vendidos por marcas famosas e consumidos. Os *sweatshops* são a consequência de mudanças de consumo que se iniciaram décadas atrás. Earnest Elmo Calkins (1932), pioneiro do uso da arte na propaganda, criou a teoria da “engenharia do consumidor”, em que mostra que o *marketing* pode criar artificialmente a demanda para um produto transformando-o de um produto de longa data para um produto de conceito consumista.

Produtos podem ser definidos em duas classes: aqueles que usamos, como carros e lâminas de barbear, e aqueles que consumimos, como pasta de dente ou biscoitos. Na engenharia do consumidor deve-se observar que consumimos aquilo que atualmente apenas usamos. (tradução da autora)

Mais demanda indica que é possível vender mais produtos. Pagar muito pouco pela mão de obra impacta diretamente no menor custo dos mesmos. Nessa nova situação o empreendedor tem várias possibilidades, por exemplo: vender o produto que custa menos pelo mesmo preço que antes, adicionar facilidades de crédito para atrair diferentes públicos, reduzir o valor dos produtos e incentivar a compra em grandes quantidades, aumentar as opções de produtos, uma possível mistura entre as opções, mas em todas visar o maior lucro possível com uma estratégia de *marketing* específica. Essa nova forma de economia junto com o avanço das tecnologias de comunicação, mudou a forma de viver das pessoas. Um exemplo para isso é o *fast fashion* que é esse grande leque de opções aplicados ao mercado de vestuário e acessórios. Tansy Hoskins, autora do livro “Stitched Up: The Anti-Capitalist Book of Fashion”^{*} de 2014, comenta em *The True Cost*:

O capitalismo é a razão pela qual a indústria da moda é como é hoje. É a razão de tão pouco ser pago aos trabalhadores em Bangladesh, porque se você está num sistema capitalista o mais importante que você precisa é o lucro e você precisa fazer mais lucro que seus concorrentes. (tradução da autora)

Os produtos são feitos com material de baixa qualidade, são frágeis, assim é necessário sempre comprar de novo. Ainda são poucas as tecnologias de reciclagem de tecido e poucas empresas trabalham com esse tipo de serviço. Simon Collins (2013), reitor do curso de Moda da *Parsons The New School for Design* de Nova Iorque, EUA, critica a experiência de comprar produtos do *fast-fashion*: “você

^{*} Em português: “Alfinetadas: O Livro Anti-capitalismo da Moda”

vê alguns produtos e eles são apenas lixo. (...) você pensa sim, vou usar na festa de sábado à noite e então ele literalmente vai desmoronar.” (tradução da autora)

No dia 12 de setembro de 2015, Bauman esteve no Brasil para uma palestra sobre a “Crise contemporânea da educação” na “Conferência Educação 360”, no Rio de Janeiro. Nesse evento, Bauman cita Roberto Esposito** e fala sobre o “tipo de ser humano” que nasceu nos anos 70, os *immunitas*; caracterizados por serem individualistas, sem ideal coletivo e competitivos. Cada indivíduo busca sua própria identidade e não se pode herdá-la, como antigamente. Há uma tendência a buscar refúgio na internet, onde é possível criar uma *persona*, um personagem de si mesmo, e ter uma rede de amigos onde você escolhe com quem se conecta e se desconecta. Nessa rede não há necessidade de diálogo ou compreensão mútua, pois, deletar um contato é fácil como criá-lo. Não há sentimento de pertencer a algo e prevalece o sentimento de medo, suspeita e desconfiança. Bauman também cita “Sociedade de Risco” (1986), conceito e obra de Ulrich Beck*, que diz que esse ser humano “soluciona de forma individual problemas produzidos coletivamente”. No conceito e obra de Zygmunt Bauman, Modernidade Líquida (2001), Bauman explica que tudo isso começa com a instabilidade, a fluidez da presente fase na história da modernidade. Fixar-se tanto não é importante quanto pode significar perder oportunidades melhores, por isso, as possibilidades são sempre mantidas em aberto. Não se segue mais líderes ou autoridades, mas sim se procura conselho e orientação de exemplos, como celebridades. Serviços e produtos são oferecidos em grandes variedades. As pessoas recebem diariamente mensagens para consumir através do *marketing*, e se utilizam do consumo do que todo mundo compra para construir sua identidade “única”. Em trecho, Bauman (2001, p. 88) afirma: “O consumismo de hoje, porém, não diz mais respeito à satisfação das necessidades (...) mas o desejo – entidade muito mais volátil e efêmera (...) que não precisa de outra justificação ou “causa”.” Apesar disso, consumir nunca satisfaz o consumidor. Através de citação de Albert Camus**, Bauman explica, “As pessoas de nosso tempo (...) sofrem por não serem capazes de possuir o mundo de maneira suficientemente completa”.

** Roberto Esposito é um filósofo italiano autor de “Communitas” (1998) e “Immunitas” (2002)

* Ulrich Beck (1944-2015) era um sociólogo e psicólogo alemão.

** Albert Camus (1913-1960) foi escritor e filósofo francês nascido na Argélia.

Além de definir a sociedade atual na instabilidade e pela constante procura da satisfação através do consumo, Bauman na “Conferência Educação 360” cita o livro “A Grande Transformação” de Karl Polanyi (1944), onde aponta que os problemas de sustentabilidade e de direitos humanos tem origem em uma falha do capitalismo.

A visão das coisas de Robert Owen* revelava-se certa: a economia de mercado, se a deixassem evoluir segundo suas próprias leis, criaria grandes males permanentes.

A produção é uma interação do homem e da natureza, se seu processo se organizar segundo um mecanismo autorregulado de permuta e de troca, então o homem e a natureza serão arrastados pela sua órbita: serão submetidos aos movimentos da oferta e da procura, e tratados, por conseguinte, como mercadorias, como bens produzidos a fim de serem vendidos.

John Hilary, no documentário The True Cost, mostra seu parecer sobre a relação lucro e meio ambiente, confirmando a afirmação de Polanyi:

(...) o problema é que você precisa expandir o lucro infinitamente para sobreviver. Você não pode ter limites para sua expansão. O meio ambiente claramente tem limites (...) limites que pode suportar de produção, negociação, transportação e distribuição e é claro que muito desses limites já foram alcançados. Por isso estamos presenciando essa tensão no mundo natural atualmente. (tradução da autora)

Os jovens devem liderar

Para Castells (2015), Shiva(2015), Bauman(2011) e Magatti & Giaccardo(2014), os jovens são estimados como possíveis criadores de um novo sistema para o futuro, melhor adaptado a realidade vigente. Segundo Bauman, esses jovens vão ter que considerar a globalização e os limites e danos causados no planeta Terra. Shiva explica que os jovens deverão liderar por não haver alternativa “A juventude deve liderar. Mesmo porque é o futuro deles que está em jogo, ou o futuro se fechará para eles ou se abrirá novas possibilidades que a humanidade ainda nem começou a imaginar”.

A sociedade generativa é o conceito de Mauro Magatti e Chiara Giaccardo, marido e esposa sociólogos, autores do manifesto “*Generativi di tutto il mondo, unitevi!*”^{***} (2014). Magatti diz que apesar de não conscientes, mulheres e jovens tem forte impulso generativo. No conceito sociológico, significa mais que gerar filhos biologicamente, significa um acompanhamento de seu crescimento e um cultivo. O mesmo aplica para qualquer tópico, como trabalho e meio ambiente. Segundo Bauman (2014) “A sociedade de consumo é uma montagem que consiste em que

* Robert Owen(1771-1858) era um reformista social galês, considerado um dos fundadores do socialismo e do cooperativismo

** Em português, “Generativos de todo o mundo, uni-vos”.

colhas tudo o que há ao teu redor para te preencher. O manifesto gerador propõe o contrário: tudo o que tu podes dar à sociedade, é a única coisa que pode nos salvar”. Magatti explica esse conceito como “Um modelo de crescimento que faça do consumo não mais o seu centro. O consumo deve ser uma consequência da produção de valor através da inovação e da pesquisa.”

Um exemplo dessa forma de generatividade dos jovens estão em *startups* sustentáveis. Fazendo o que gostam, produzindo, se comunicando por redes sociais, tudo com muita criatividade para ideias novas. É comum a ideia surgir através de pesquisas na instituição do ensino superior, atendendo ao curso que escolheram. A Curupira, uma dessas *startups*, oferece projetos ambientais para empresas se adequarem aos consumidores conscientes com sustentabilidade, conseguindo ao mesmo tempo ajudar o meio ambiente e ter lucro. Exemplifica que o jovem consegue unir o sistema atual com sustentabilidade.

Porém, no Brasil, apenas uma pequena parte dos jovens tem acesso ao ensino superior. Segundo IBGE, em 2012, a média de jovens de 15 a 17 anos no ensino médio no Brasil era de 48,4% do sexo masculino e 59,8% do sexo feminino. No ensino superior, entre jovens de 18 a 24 anos no Brasil, a média ficava de 12,9% do sexo masculino e 17,4% do sexo feminino. Os jovens estão sentindo a exclusão, não somente na educação, e se expressando, virtualmente por redes sociais, por escrita, vídeo, imagem e música através de redes como *Facebook*, *Youtube*, etc e fisicamente como as manifestações de junho de 2013, que repercutiu pelo Brasil e teve grande impacto. Iniciou-se devido à tarifa de transporte público e tomou problemas em geral da sociedade conforme cresceu. Em março e agosto de 2015 houve novas manifestações. Eles não se sentem representados diante da instituição democrática no poder, como diz Castells(2013), sociólogo espanhol “esses movimentos são emocionais e não somente reivindicativos, devido aos fatos que provocam indignação e quando as pessoas notam que há outras que pensam igual a elas, surge a esperança de se fazer algo diferente.” (...) “os cidadãos do mundo em sua grande maioria não se sentem representados pelas instituições democráticas por elas se apropriarem da representação política e não prestar contas, criando um sentimento de desrespeito”.

Uma forma de manifestação contemporânea em que os jovens são geralmente os organizadores e participantes são os *flash mobs*. Combinados através de redes sociais e trazidos para a realidade, multidões se agrupam e se dissipam numa

velocidade muito rápida, se expressando, geralmente, através de arte. Alguns também têm intuito anárquico, como os de sexo em praça pública e até outros fins marginais.

Os famosos “rolezinhos”, uma forma de *flash mob*, em que jovens de classe social baixa se juntam para ir até *shoppings*, expressam sua indignação em relação ao consumo. Por não poderem consumir e desejarem, esses jovens sentem ansiedade, sem existir por parte deles uma reflexão do motivo (emocional), eles se agrupam e vão até centros comerciais, assim eles não se sentem desconfortáveis por estarem naquele ambiente que não foi pensado para eles, e sim para um público com maior poder aquisitivo. Alguns membros aproveitam para fins anárquicos, furtando, destruindo o local, tocando música alta, usando palavras grosseiras, entre outros. Devido a isso, a repercussão foi grande em São Paulo, em que o público do *shopping*, funcionários e proprietários do centro comercial passaram a questionar sua própria segurança. Alguns partidos políticos se uniram a essa causa. Castells (2013) diz que um dos direitos do cidadão é o direito à cidade (onde seja possível se reunir sem pagar e sem pedir permissão) e a transformação de espaços públicos em privados, onde se reunir gira em torno de funções comerciais e de consumo, é algo que as pessoas rejeitam e manifestam-se para retomar o seu direito.

A moda na sustentabilidade e nos direitos humanos

A moda de vestuário é a tendência de consumo pela massa, por época, estação, influência de pessoas e culturas entre outros fatores. Composta de diversos estilos, acompanha acessórios, maquiagem, estilo de penteado e cabelo, silhueta, sapatos, *body art* e padrão de beleza corporal.

Acontecimentos da atualidade influenciam a moda e vice-versa, tanto a tendência de moda quanto a indústria. Ela é de extrema importância para a sociedade, segundo Preciosa (2005, p.30), “(...) Os modelos existem para facilitar a nossa vida. Acredito mesmo que seria torturante se não existisse qualquer padrão de comportamento pelo qual pudéssemos nos pautar no dia-a-dia”. Além da utilidade que a moda tem individualmente, a indústria da moda é um importante assunto relacionado aos problemas da sociedade. Estima-se que seis a cada dez pessoas trabalham na cadeia têxtil no mundo, e que seja o segundo setor que mais polui (*The True Cost*, 2015). Bauman (2014) explica a presença da moda hoje:

Modas vêm e vão e são tão velhas quanto a cultura, tão antigas quanto o *homo sapiens*... O que a fez tão espetacularmente presente em nossa vida diária é o impacto combinado da comunicação digital em tempo real e da produção em massa com a associação entre butiques de alta-costura e grandes redes de lojas. As manifestações culturais e artísticas são arrastadas pelo motor da moda. (...) A moda tem seus usos e uma demanda enorme e crescente. Ela fornece um modelo para a constante troca de identidades de nosso mundo. Funciona também como antídoto contra o horror de falhar num mundo em alta velocidade e contra o resultante abandono e degradação social. Não há nada de inútil na moda. Pelo contrário, é uma necessidade num mundo de flutuação e desorientação.

Nessa citação, Bauman aponta desde as butiques de alta-costura até as grandes redes de loja. Butiques de alta-costura são extremamente tradicionais, costumam produzir símbolos de status, existem poucas marcas de alta-costura no mundo e costumam ser caras, geralmente atingindo a classe social mais alta. Os desfiles acontecem acompanhando a mudança de estação, no máximo quatro coleções sendo lançadas por ano. As peças são produzidas por artesões bem reconhecidos, podendo ter detalhes manufaturados delicados e os materiais são de alta qualidade. Já quando Bauman fala sobre as grandes redes de loja, ele está mencionando mais que o *prêt-à-porter*, que são lançamentos comerciais de peças de vestuário, mas o *fast fashion* que é o inverso de toda essa tradição do mundo da moda. Nascido na Europa no início do século XXI, com marcas como Zara e Forever 21, lança de 52 a 100 pequenas coleções por ano de peças baratas com baixa-qualidade, há uma grande rapidez no giro de estoque, o que não vende é rapidamente removido das prateleiras, incentivando um descarte e substituição de produtos por parte do consumidor. Por ano, 80 bilhões de peças são produzidas pela indústria do fast fashion, segundo Siegle (2014). Marcas brasileiras como C&A, Renner, Riachuelo e Marisa são também adeptas do *fast fashion*. A maioria da produção de marcas do exterior é através de *sweatshops*, onde devido a negligência aos direitos humanos, os preços dos produtos podem ser muito baixos e a fábrica pode assumir a produção de uma quantidade muito grande de peças dentro de um prazo muito curto. Com esse tipo de negócio, Amancio Ortega, proprietário da Zara, se tornou a quarta pessoa mais rica no mundo em 2015, segundo a revista Forbes.

No Brasil, devido ao grande custo de importação de produtos, alguns *sweatshops* são implantados em território nacional e são contra a lei. Normalmente são compostos de imigrantes bolivianos ou haitianos que vieram buscar emprego e qualidade de vida e são presos nos locais de trabalho e eventualmente seus documentos são tomados pelos patrões. Os direitos do trabalhador são garantidos

no Brasil e no código penal há pena para quem “reduz alguém a condição análoga à de escravo, quer submetendo-o a trabalhos forçados ou a jornada exaustiva, quer sujeitando-o a condições degradantes de trabalho, quer restringindo, por qualquer meio, sua locomoção em razão de dívida contraída com o empregador ou preposto”. De tempos em tempos, é comum ver em noticiários a descoberta dessas fábricas no Brasil. Algumas marcas com histórico de contratação de trabalho terceirizado escravo são Zara, Renner e Marisa, mas a lista é muito maior, e ainda é possível encontrar peças com essa origem nos bairros do Brás e do Bom Retiro em São Paulo que são centros atacadistas que vendem para lojistas do país inteiro. As notícias sobre escravidão fizeram alguns consumidores repensarem sua forma de consumir, mas ainda é um assunto pouco difundido. A ONG Repórter Brasil lançou um aplicativo chamado Moda Livre onde é possível verificar a relação de várias marcas com trabalho escravo.

Com relação aos danos ao meio ambiente, Siegle (2014) diz que, depois do fast fashion, 2 milhões de toneladas de tecidos são jogados no lixo por ano. Na agricultura, a demanda de algodão cresceu muito, e uma empresa chamada Monsanto patenteou uma semente de algodão transgênico, o algodão BT. Devido à modificação, esse novo tipo de algodão combateria sozinho as pestes e insetos, significando uma necessidade menor de pesticidas, porém ainda precisaria de uma quantidade mínima para as outras pestes. A cada ano, os agricultores tiveram que adicionar mais um pouco de pesticida, pois as pestes que o algodão ainda era vulnerável aumentaram depois da extinção, naquele solo, da outra. Esse solo passou a ficar extremamente contaminado, adoecendo a população local. Além disso, a semente patenteada e monopolizada era tão cara que os pequenos agricultores não conseguiram pagar pelas sementes e pelos pesticidas, criando uma dívida com a Monsanto o suficiente para perderem suas terras. Foi, então, registrado o maior número de suicídios de agricultores já visto na Índia (*The True Cost*, 2015).

Vivienne Westwood, conceituada estilista britânica, diz: “Compre menos. Escolha bem. Faça durar. Qualidade, não quantidade. Todos estão comprando roupas demais.” (tradução da autora). Livia Firth, indignada com essas situações, criou o *Green Carpet Challenge*, um desafio para as marcas de alta-costura vestirem famosos em eventos importantes com peças de roupa totalmente sustentáveis, alertando as pessoas para esse problema. A lista de marcas que aceitaram esse

desafio passa de 40. Outra forma de manifestação contra o *fast fashion* foi o *Fashion Revolution Day*, que lançou o desafio ao público de tirar uma foto com uma peça de roupa e perguntar as marcas, através de redes sociais, “quem fez a minha roupa?”, com a mesma intenção de propagar o assunto. Segundo a caçadora de tendências Li Edelkoort, que lançou o manifesto anti-*fashion*, o *fast fashion* está obsoleto. Ela acredita que para os próximos anos os focos estarão no *slow fashion* e na alta-costura.

O *slow fashion* nasceu de conceitos como o *slow food* (ambos giram em torno do consumo consciente), inverso do *fast food*, que tem como objetivo maior apreciação da comida, com maior qualidade para o ser humano, assim como o *slow fashion* é o inverso do *fast fashion*. Há uma preocupação com o meio ambiente e as pessoas. As características do *slow fashion* são reaproveitamento de materiais, utilização de produtos sustentáveis, como reciclagem ou de pouca utilização de recursos, modelagem atemporal para que o produto não saia de moda, incentivo do conserto e personalização da peça na mão do consumidor final para o mínimo de descarte e ótimas condições de emprego para os trabalhadores envolvidos. Opções de materiais são algodão orgânico, que é algodão natural sem utilização de pesticidas ou outros produtos químicos, algodão colorido, que remove a necessidade de colorir o tecido com produtos químicos, malha PET, que é uma malha criada a partir da reciclagem de PET e algodão reciclado, que é o algodão desfibrilado para criar um novo tecido. Exemplos de marcas que já utilizam o *slow fashion* na íntegra são a Osklen (nacional), People Tree (internacional) e Patagonia (internacional). Algumas marcas também já estão se preocupando mais com a sustentabilidade e a humanidade, como Stella McCartney (internacional), Vivienne Westwood (internacional) e a Malwee (nacional).

Considerações finais

O assunto escravidão e sustentabilidade podem ser de conhecimento superficial das pessoas, porém não há um estudo profundo de forma a sensibilizar a sociedade para que pratiquem um consumo consciente no Brasil. Se não houver consumo de marcas sem ética, não há lucro, logo eles teriam que se adaptar às mudanças para atender as necessidades dos consumidores. A importância da conscientização do jovem é ainda maior, pois eles serão os próximos a liderar, e eles podem escolher como fazer isso. Parte deles sequer conheceu o mundo em

que os objetos não eram todos descartáveis. O jovem tem a ferramenta necessária, pois tem facilidade em utilizar as redes sociais para se manifestar e espalhar a pauta.

Infelizmente ainda não há marcas de *slow fashion* que sejam acessíveis, tanto em quantidade quanto preço, porém o surgimento desse conceito deve ser incentivado. Algumas pessoas estão aderindo a peças da moda alternativa como garantia de não consumir trabalho escravo, pois ainda há fábricas antigas desse tipo de moda no Brasil.

Não há como estudar esse assunto de forma local, pois esse problema é global e em todo ele há uma necessidade de controlar a compulsão como forma de se distanciar de nossos conflitos. Bauman diz: "tudo numa sociedade de consumo é uma questão de escolha – a compulsão que evolui até se tornar um vício e assim não é mais percebida como compulsão (...)". Que tal pensar se o custo vale a pena?

Referências

#4 AMANCIO Ortega. Forbes. Disponível em: <<http://www.forbes.com/profile/amancio-ortega/>>. Acesso em: 28 de setembro de 2015.

A ARTE de gerar não se esgota em dar à luz aos filhos. Instituto Humanitas Unisinos, 25 mar. 2014. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/529576-a-arte-de-gerar-nao-se-esgota-em-dar-a-luz-aos-filhos>>. Acesso em: 20 de outubro de 2014.

A JUVENTUDE deve liderar. Produção: Telos Cultural. Produção audiovisual: Okna Produções. Documentário: Por um Fio. Direção: Saturnino Rocha. Direção de Produção: Gina O'Donnell. Edição: Marcel Kunzler. Tradução: Marina Waquil e Francesco Settineri. Disponível em: <<http://www.fronteiras.com/videos/a-juventude-deve-liderar>>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

ABNT. **Informações e documentação – referências – elaboração**. Rio de Janeiro: ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. Disponível em: <<http://www.usjt.br/arq.urb/arquivos/abntnabr6023.pdf>>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

_____. **Norma brasileira**. Rio de Janeiro, ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. Disponível em: <<http://www.fee.ufpa.br/arqsecret/ABNT%20NBR%2014724.pdf>>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

ALGODÃO orgânico: diferenças e vantagens. eCycle. Disponível em: <<http://www.ecycle.com.br/component/content/article/73-vestuario/3319-o-que-e-algodao-organico-uso-camiseta-roupa-vestuario-moda-quais-vantagens-beneficios>>.

saude-pele-sensivel-meio-ambiente-diminuir-impacto-ambiental-sem-produtos-substancias-quimica-nociva-sintetica-agrotoxicos-manejo-protecao-recursos-naturais-onde-comprar.html>. Acesso em: 23 de setembro de 2015.

ALMEIDA, Nelson. **Polícia liberta bolivianos em condições de trabalho escravo**. Exame, 16 out. 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/policia-liberta-bolivianos-em-condicoes-de-trabalho-escravo>>. Acesso em: 15 de agosto de 2015.

ARTIGO de Zygmunt Bauman. Instituto Humanitas Unisinos, 15 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/502856-podemos-mudar-o-mundo-imitando-as-borboletas-artigo-de-zygmunt-bauman>>. Acesso em: 12 de novembro de 2014.

BANGLADASH factory collapse toll passes 1.000. BBC, 10 mai. 2013. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/world-asia-22476774>>. Acesso em: 12 de julho de 2015.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Cambridge: Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

_____. Amor Líquido. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BOYES, Megan. **Vivienne Westwood**. Vogue, 11 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.vogue.co.uk/spy/biographies/vivienne-westwood-biography>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

CABRAL, Henrique. **Slow fashion**. Revista Cliche, 23 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.revistacliche.com.br/2013/04/slow-fashion/>>. Acesso em: 02 de fevereiro de 2015.

CAMUS, Albert. Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Albert_Camus>. Acesso em: 09 de setembro de 2015.

CAPITALISMO. Wikipédia. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Capitalismo>>. Acesso em: 09 de setembro de 2015.

CARVALHO, Cláudia Lima. **Morreu Ulrich Beck, o sociólogo alemão da “sociedade de risco”**. Público, 4 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/morreu-o-prestigiado-sociologo-alemao-ulrich-beck-1681159>>. Acesso em: 09 de setembro de 2015.

CASTELLS, Manuel. **Por um Brasil que desconhecemos**. Produção: Fronteiras do Pensamento. Disponível: <<https://www.youtube.com/watch?v=YYAu2MA4yMI>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

_____. **O poder da juventude é a autocomunicação**. Produção: Fronteiras do Pensamento. Disponível: <<https://www.youtube.com/watch?v=0L9c2h0TTLo>>. Acesso em: 27 de setembro de 2015.

COEN, Amanada. **Osklen recycles discarded fish skins into luxurious shoes, bags**. Ecouterre, 11 nov. 2011. Disponível em: <http://www.ecouterre.com/osklen-recycles-discarded-fish-skins-into-luxurious-shoes-bags/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Ecouterre+%28Ecouterre%29>. Acesso em: 30 de março de 2015.

CONFERÊNCIA Educação 360. Realização: Extra; O Globo. Disponível em: <http://original.livestream.com/canalfutura/video?clipId=pla_5a6cb395-dc93-48d6-807e-ef323f6edc73&cachebuster=30507040>. Acesso em: 27 de setembro de 2015.

CUNHA, Renato. **O fast fashion está obsoleto diz pesquisadora de tendências Li Edelkoort**. Stylo Urbano, 2 mai. 2015. Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/o-fast-fashion-esta-obsoleto-diz-pesquisadora-de-tendencias-li-edelkoort/>>. Acesso em: 05 de junho de 2015.

EARNEST Elmo Calkins. Wikipédia. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Earnest_Elmo_Calkins>. Acesso em: 10 de setembro de 2015.

ENTREVISTA com Zygmunt Bauman. Instituto Humanitas Unisinos, 26 mai. 2014. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/531655-e-muito-dificil-encontrar-uma-pessoa-feliz-entre-os-ricos-entrevista-com-zygmunt-bauman>>. Acesso em: 05 de dezembro de 2014.

ESCUR, Núria. Entrevista com Zygmunt Bauman. Espanha: La Vanguardia, 17 mai. 2014. Tradução: André Langer.

ESPOSITO, Roberto. Wikipédia. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/wiki/Roberto_Esposito>. Acesso em: 25 de setembro de 2015.

FASHION Revolution Day promove reflexão sobre real custo da moda. FFW, 24 abr. 2015. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/moda/fashion-revolution-day-promove-reflexao-sobre-real-custo-da-moda/>>. Acesso em: 07 de julho de 2015.

FORDISMO. Wikipédia. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Fordismo>>. Acesso em: 14 de outubro de 2014.

FRONTEIRAS do pensamento. Produção: Telos Cultural. Produção audiovisual Mango Films. Montagem: Tokyo Filmes. Edição: Pedro Zimmermann. Finalização: Marcelo Allgayer. Tradução: Wilney Ferreira Gioza. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=POZcBNo-D4A>>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

G1 São Paulo. **Salário mínimo em SP aumenta para R\$ 905 em 2015, diz governo**. G1, 1 dez. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/12/salario-minimo-em-sp-aumenta-para-r-905-em-2015-diz-governo.html>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

_____. **Confecções terão que pagar quase R\$ 1 milhão a bolivianos em SP.** G1, 3 dez. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2014/12/confeccoes-terao-que-pagar-quase-r-1-milhao-bolivianos-em-sp.html>>. Acesso em: 10 de setembro de 2015.

GIRON, Luís Antônio. **Zygmunt Bauman: “vivemos o fim do futuro”.** Época, 19 fev. 2014. Disponível em: <<http://epoca.globo.com/ideias/noticia/2014/02/bzygmunt-baumanb-vivemos-o-fim-do-futuro.html>>. Acesso em: 02 de novembro de 2014.

HOSKINS, Tansy E. **Stitched Up: The Anti-Capitalist Book of Fashion (Counterfire).** Pluto Press, 30 jan. 2014.

LIVIA Firth. Vogue. Disponível em: <<http://www.vogue.co.uk/person/livia-firth>>. Acesso em: 27 de setembro de 2015.

LOJAS são alívio a curto prazo diz sociólogo Zygmunt Bauman. Mente e Cérebro, out. 2013. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/vivermente/artigos/-lojas_vendem_alivio_a_curto_prazo-.html>. Acesso em: 27 de setembro de 2015.

MANUEL Castells. Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Manuel_Castells>. Acesso em: 14 de julho de 2015.

MOURA, Lisandro Lucas de Lima. **Consumo, imaginário e “rolezinho”.** Café com Sociologia. Disponível em: <<http://www.cafecomsociologia.com/2014/01/consumo-imaginario-e-rolezinho.html>>. Acesso em: 10 de abril de 2015.

“NÓS hipotecamos o futuro”, critica sociólogo polonês Zygmunt Bauman. Produção: Globo News. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OcPD1pLdkoQ>>. Acesso em: 03 de setembro de 2015.

OLIVEIRA, Cida de. **Escravos da moda. Quem se importa com a procedência?** Brasil de Fato, 19 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/node/29539>>. Acesso em: 03 de setembro de 2015.

PATAGONIA. Patagonia. Disponível em: <<http://www.patagonia.com/us/home>>. Acesso em: 15 de março de 2015.

POLANYI, Karl. **A grande transformação.** São Paulo: Leya, 30 jul. 2013.

PRECIOSA, Rosane. **Produção estética: notas sobre roupas, sujeitos e modos de vida.** 1 ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

PROTESTOS no Brasil em 2013. Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Protestos_no_Brasil_em_2013>. Acesso em: 03 de fevereiro de 2015.

REPORTER Brasil. **Moda Livre.** Versão 1.3.1. Reporter Brasil. iOS ou Android 4.0.

REVISTA Eventos. **Evento discute custo e impacto social da moda no mundo.** ABEOC Brasil, 23 abr 2015. Disponível em:

<<http://www.abecoc.org.br/2015/04/evento-discute-custo-e-impacto-social-da-moda-no-mundo/>>. Acesso em: 05 de maio de 2015.

SCHIAVONI, Eduardo. **Confecção que atendia grifes famosas usava trabalho escravo em SP, diz MPF**. UOL, 1 mai. 2014. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/05/01/por-trabalho-escravo-mpf-denuncia-4-pessoas-de-confeccao-da-zara.htm>>. Acesso em: 03 de setembro de 2015.

SHELDON; ROY; ARENS, Egmont. **Consumer Engineering: A New Technique for Prosperity**. Arno Press, 1976.

SIEGLE, Lucy. **To die for: is fashion wearing out the world?**. Produção: Sydney Opera House. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=V0dw8SH0-jY>>. Acesso em: 25 de setembro de 2015.

SIMON, Fernanda. **Consumo consciente: o poder transformador em nossas mãos**. Fashion Revolution, 8 set. 2015. Disponível em: <<http://fashionrevolution.org/consumo-consciente-o-poder-transformador-em-nossas-maos/>>. Acesso em: 25 de setembro de 2015.

SLOW food. Wikipédia. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Slow_Food>. Acesso em: 30 de setembro de 2015.

SUSTENTABILIDADE: entrevista: sociólogo Zygmunt Bauman. Instituto Brasileiro de Altos Estudos de Direito Público, 7 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.altosestudos.com.br/?p=52000>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

THE GREEN carpet challenge (gcc). Eco-age. Disponível em: <<http://eco-age.com/green-carpet-challenge/>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

THE TRUE cost. Produtor: Michael Ross. Diretor: Andrew Morgan. Estados Unidos, 29 mai. 2015.

TRÊS artigos do código penal. Senado. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/trabalho-escravo/leis-e-escravidao/tres-artigos-do-codigo-penal.aspx>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

WALKER, Andrew. **Como a queda da bolsa chinesa afeta o resto do mundo**. BBC Brasil, 25 ago. 2015. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150825_china_explainer_hb>. Acesso em: 01 de setembro de 2015.

WEISZFLOG, Walter. **Dicionário Michaelis**. São Paulo: Editora Melhoramentos Ltda, 2012. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

WFTO. World Fair Trade Organization. Disponível em: <<http://wfto.com/>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

WHO made your clothes? – Fast Fashion, Rana Plaza & Fashion Rev Day. Produção: My Green Closet. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=hTdBcuuyBcU>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.

WHO makes our products?. People Tree. Disponível em: <<http://www.peopletree.co.uk/about-us/who-makes-our-products>>. Acesso em: ZARROLI, Jim. **In trendy world of fast fashion, styles aren't made to last**. NPR, 11 mar. 2013. Disponível em: <<http://www.npr.org/2013/03/11/174013774/in-trendy-world-of-fast-fashion-styles-arent-made-to-last>>. Acesso em: 29 de setembro de 2015.