

## **SLOW FASHION - SUSTENTABILIDADE E MODA**

Luana Otoni de Paula André

Advogada Sócia de Homero Costa Advogados

A indústria e a tecnologia evoluíram conjuntamente.

O investimento, contudo, é alto, afinal a indústria da moda é a segunda maior do mundo, só perde para a indústria petrolífera. Nesse contexto, o investimento em produção, uso de recursos naturais e novas tecnologias também é elevado<sup>1</sup>.

A indústria *mainstream* da moda depende de produção em massa, em que são oferecidos preços muito baixos e inúmeros lançamentos e coleções. Tudo em um tempo curto – do processo de *design* (e das réplicas das tendências apresentadas nas passarelas) para as lojas.

O poder de uma nova coleção em tornar a anterior obsoleta, contribui para o descarte precoce. Como resultado, as pessoas consomem coletivamente em torno de 80 bilhões de roupas por ano e esses itens são cada mais considerados descartáveis<sup>2</sup>. O consumo excessivo traz um preço oculto para o meio ambiente e para os trabalhadores da cadeia de produção.

A indústria têxtil possui um dos processos de maior geração de poluentes, contribuindo quantitativa e qualitativamente com carga poluidora rejeitada no meio ambiente, os quais, quando não corretamente tratados, são indutores de sérios problemas de contaminação ambiental.

Há aspectos ambientais negativos associados ao processo produtivo considerados desde a fase de cultivo das matérias-primas utilizadas (*emprego de resíduos tóxicos de pesticidas e agentes para preservação do algodão e da lã; o uso de fertilizantes artificiais e de pesticidas nas culturas de algodão*), passando pelas fases de produção industrial (*poluição*

---

<sup>1</sup> <http://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>, acesso realizado em 24.07.2019.

<sup>2</sup> **CONFINO**, JO. We buy a staggering amount of clothing, and most of it ends up in landfills. The Hupost Post ([www.hufpostbrasil.com](http://www.hufpostbrasil.com)), acesso realizado em 26.07.2019.

através dos efluentes dos processos de tingimento e acabamento incluindo corantes, fosfatos, metais pesados e agentes de complexação) e finalmente os resíduos resultantes do mesmo processo de fabricação (a título de exemplo os lodos e lamas).

Somado a isso, o grande consumo de água durante as etapas do processo de fabricação dos tecidos gera água residual com efeito poluidor bastante significativo devido às elevadas vazões e toxicidade, além do volume e composição variáveis.

E é em razão deste cenário (desfavorável) que emergiu o movimento *Slow Fashion*, criado pela inglesa Kate Fletcher<sup>3</sup>. Esse movimento tem como princípio a busca por novos produtos por meio de novas tecnologias, cujos valores se manifestam incentivando a consciência ética e sustentável.

A moda *slow* representa todas as coisas “eco”, “ética” e “verdes” em um movimento unificado. A abordagem lenta (*slow*) intervém como um processo revolucionário no mundo contemporâneo, pois incentiva a tomada de tempo para garantir uma produção de qualidade, para dar valor ao produto e contemplar a conexão com o meio ambiente.

É interessante que empresários do setor têxtil, *designers*, varejistas e consumidores possam perceber e reconhecer que os impactos em suas escolhas afetam diretamente o meio ambiente, sobretudo porque suas decisões estão intimamente interligadas ao sistema ambiental e social.

Produtores da moda *slow* se esforçam para manter a diversidade ecológica, social e cultural.

Modelos de negócios diversificados e inovadores são incentivados: dos *designers* independentes, às lojas de segunda mão e bazares, por exemplo (todos reconhecidos no movimento do *slow fashion*). Manter vivos os métodos “tradicionais” de fabricação, como o feito à mão e as técnicas de tingimento naturais, além da história por trás de cada peça de roupa, também fornecem a vitalidade e o significado para o que vestimos.

---

<sup>3</sup> Consultora e professora de design sustentável do britânico *Centre for Sustainable Fashion*.

Sustentabilidade, meio ambiente e a visão (macro) voltada para o planeta não podem deixar de serem observados pelos *players* desse mercado, sendo certo que adaptar-se, reorganizar-se e compreender as novas necessidades da indústria de vestuário é imprescindível para a própria sobrevivência da empresa.