

# MARCAS DA MODA: LEITURAS (IN)VISÍVEIS SOBRE O TRABALHO ESCRAVO CONTEMPORÂNEO

Sheila Daniela Medeiros dos Santos<sup>1</sup>

## Introdução

O presente trabalho objetiva analisar a significação do conceito de *slow fashion* disseminado nas mídias sociais e desvendar os pressupostos ideológicos contidos no uso deste termo em uma sociedade consubstanciada pelo Imperialismo.

Para concretizar este estudo realizou-se uma pesquisa bibliográfica e documental, a partir do referencial teórico-metodológico de Vigotski (2007) e de Antunes (2011), fundamentado no materialismo histórico-dialético.

Trata-se de uma pesquisa qualitativa em que optou-se pelo recorte analítico de material disponível sobre *fast fashion* e *slow fashion* em mídias sociais como blogs (publicações editoriais independentes) e sites de compartilhamento (*Youtube*).

Convém mencionar que, apesar de ter-se delimitado o processo de investigação em blogs e sites de compartilhamento, compreende-se mídias sociais como um termo amplo que refere-se à aplicações de internet fundamentadas nos conceitos da Web 2.0 (KAPLAN & HAELEIN, 2010), o qual inclui não apenas as duas ferramentas tecnológicas citadas, mas também as redes sociais (como o *Facebook*), os *microblogs* (como o *Twitter*) e as *wikis* (páginas de conteúdos de edição coletiva e livre).

O trabalho está organizado de tal forma que, primeiramente, procura explicitar os contornos conceituais do termo *fast fashion*, enfatizando as relações entre este sistema de produção adotado pela indústria da moda e o trabalho escravo na sociedade contemporânea. Na sequência, dedica-se a circunscrever brevemente a significação do termo *slow fashion*, desvendando os pressupostos ideológicos contidos nesse novo movimento de ‘consumir moda’. E, por último, apresenta algumas considerações finais no sentido de se contrapor a um sistema de produção que esgarça toda e qualquer tentativa de luta na construção de uma sociedade mais justa, igualitária e democrática.

## ***Fast fashion* e trabalho escravo: uma relação inextricável**

O termo *fast fashion* emerge como um conceito enleado pelo discurso da ‘democratização da moda’. Trata-se de um sistema de comercialização de roupas forjado na Europa que disseminou-se em escala mundial, cujo objetivo é prover o mercado com as novas tendências do mundo da moda de forma extremamente rápida.

Cietta (2010) explica que o sistema *fast fashion* consegue lançar uma coleção e colocá-la no mercado em poucas semanas, enquanto que o sistema tradicional de comercialização da moda, ao considerar desde a escolha de tendências e de matéria-prima para a produção e até a disponibilização das roupas nas lojas para a venda, necessita de um prazo de aproximadamente 24 meses.

Outra diferença significativa entre um sistema e outro refere-se ao fato de que no *fast fashion* o consumidor é envolvido desde a definição do design do produto até o processo final de sua fabricação, de tal forma que apenas será produzido aquilo que o consumidor deseja e pretende realmente comprar. Já no sistema tradicional da moda, o consumidor escolhe as peças

---

<sup>1</sup> Universidade Federal de Goiás, Goiânia – GO, Brasil. E-mail: [sheiladmsantos@gmail.com](mailto:sheiladmsantos@gmail.com).

dentro de uma coleção já produzida e apresentada pelas grandes marcas, o que implica em ter disponíveis no mercado produtos que emplacam e/ou produtos que ficam encalhados nas prateleiras das lojas.

De acordo com Cietta (2010), o *fast fashion* não representa um modelo de produção para segmentos de baixo escalão que visa tão somente ‘a cópia’ das distintas coleções de roupas lançadas pelos designers de grandes nomes, mas trata-se de uma estratégia e de um modelo organizativo que explora a natureza híbrida de produtos da moda.

Apesar de Cietta (2010) defender de modo incisivo o *fast fashion*, nota-se que o novo modelo de negócio denominado *fast fashion* prioriza uma única perspectiva: a obtenção dos mais altos faturamentos.

Com o processo de globalização, o *fast fashion* marca a entrada das grandes empresas da moda mundiais em países estrangeiros afetando e/ou até extinguindo a produção local.

Segundo Ianni (1994, 147), na sociedade global “as relações, os processos e as estruturas econômicas, políticas, demográficas, geográficas, históricas, culturais e sociais, que se desenvolvem em escala mundial”, tornam-se preeminentes às configurações e movimentações que se desenvolvem em esfera nacional.

Nesse ínterim, a globalização permite que as empresas transnacionais mudem a produção das peças de roupas de um país para outro em desenvolvimento, geralmente marcado pela pobreza e pela oferta de mão-de-obra barata, uma vez que pretendem se beneficiar da condição de miséria das pessoas.

Nestes países, como há governos que oferecem às transnacionais privilégios econômicos, como a isenção de impostos, manutenção de empresas prestadoras de serviços e baixa fiscalização, instaura-se ou intensifica-se o trabalho forçado na sociedade contemporânea.

De fato, o último relatório publicado pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), em 2014, revelou a existência de cerca de 21 milhões de pessoas vítimas de trabalho forçado em todo o mundo, assim como a estimativa de ganhos de 150 bilhões de dólares, a cada ano, à economia privada oriundos deste tipo de trabalho (OIT, 2014).

De acordo com o Protocolo que ratificou a Convenção n. 29 da OIT de 1930 (OIT, 2014), o trabalho forçado inclui formas análogas à escravidão, as quais se caracterizam pelo trabalho degradante aliado ao cerceamento da liberdade.

No mundo globalizado, as práticas de trabalho ilegais envolvidas na cadeia produtiva da moda aparecem das mais distintas formas e podem estar presentes desde a colheita do algodão, a fiação da fibra em fios, a costura da roupa até chegar ao processo final de produção.

Ocorre que as empresas das grandes grifes da moda não detêm controle total sobre suas cadeias de fornecimento, fazendo com que as práticas de trabalho análogas a da escravidão tornem-se possíveis.

A maior parte do trabalho realizado para fabricar uma coleção de roupas é repassado para diversas terceirizadas (e até quarteirizadas), de tal forma que o rastreamento de toda a trajetória percorrida no processo de fabricação das peças de vestuário, desde a matéria-prima até o produto final, acaba sendo difícil, permitindo que as atividades de exploração ilegais passem despercebidas.

Portanto, a tendência do mercado denominado *fast fashion* gera uma série de polêmicas, pois se por um lado promove o aumento do faturamento para as grandes marcas da moda, por outro estimula o consumo exacerbado e o trabalho escravo em diversos países como Camboja, Bangladesh, Índia, entre outros países da Ásia, África e América Latina.

Além dos aspectos mencionados, convém enfatizar que o impulso pelo consumo desenfreado no sistema *fast fashion* torna as peças do vestuário obsoletas em um prazo ínfimo, uma vez que a lógica que fundamenta o processo de globalização é produzir materiais que

imprimam sua efemeridade. No sistema *fast fashion* as tendências e as novas coleções surgem de modo tão avassalador que é difícil segui-las.

Deste modo, além das peças de roupas ‘saírem de moda’ em um curto período de tempo, para dar lugar a outras peças que se tornam novos objetos de desejo do consumidor, na sociedade do descartável as peças de roupas sazonais são mal fabricadas, rasgam sozinhas e têm vida útil extremamente reduzida.

Segundo Antunes (2011) a configuração que o capitalismo assume na sociedade atual acentua a lógica da destrutividade (MÉSZÁROS, 1989), a qual é a expressão mais impetuosa da crise estrutural que devasta o processo de (des)sociabilização contemporânea. Neste sentido, diz o autor:

[...] destrói-se a força humana que trabalha; destroçam-se os direitos sociais; brutalizam-se enormes contingentes de homens e mulheres que vivem do trabalho; torna-se predatória a relação produção/natureza, criando-se uma monumental “sociedade do descartável”, que joga fora tudo que serviu como “embalagem” para as mercadorias e o seu sistema, mantendo-se, entretanto, o circuito reprodutivo do capital (ANTUNES, 2011, p. 191).

A partir destas considerações, nota-se que a celeridade do atual processo da moda impacta o meio ambiente, assim como a vida de milhões de trabalhadores da indústria têxtil em diversos países.

Por conseguinte, as pessoas incentivam e financiam direta ou indiretamente o *fast fashion* contribuindo, de um lado, para o enriquecimento exacerbado de uma minoria, os grandes empresários das grandes marcas da moda e, de outro, para a manutenção do trabalho em condições sub-humanas em países que desrespeitam ou em que inexistem as leis trabalhistas.

Portanto, falar em democracia da moda quando incita-se a compra de uma quantidade maior de peças de roupas de qualidade questionável, para que sejam propositadamente descartadas com rapidez, mostra ser tão somente um artifício para ocultar a exploração do trabalho e a destruição da natureza de forma a impedir a conscientização e aplacar qualquer tentativa de reivindicação das camadas populares excluídas das mais altas esferas.

### **O *slow fashion* como alternativa**

O termo *slow fashion*, também conhecido como *ecofashion*, configura-se como uma proposta alternativa ao *fast fashion* (BRESSER, 2010) e refere-se a um movimento que surge em oposição ao consume desmedido, descartável e não sustentável, pelo fato de defender a produção de peças duráveis e de qualidade que possam ser usadas e não rapidamente descartadas.

O discurso do *slow fashion*, de acordo com os seus idealizadores (FLETCHER, 2007), não se apresenta meramente como uma tendência ou um processo transitório, mas se propõe a representar um movimento que sugere conscientização no que diz respeito ao consumo das peças de vestuário.

Segundo Fletcher (2007), se no sistema *fast fashion* há um crescimento elevado de pessoas, principalmente de mulheres e crianças, trabalhando nas fábricas de roupas cerca de 16 horas por dia, sem descanso e em condições desumanas, no sistema *slow fashion* há a valorização dos trabalhadores envolvidos em todo o processo de produção, uma vez que a confecção das peças é realizada de forma lenta e em pequena escala.

Neste sentido, o *slow fashion* surge na contramão da produção e do consumo desenfreado. Trata-se, portanto, de uma nova abordagem na qual designers, produtores, compradores,

varejistas e consumidores preocupam-se com ações de sustentabilidade e com o impacto de seus produtos nos trabalhadores e na sociedade, priorizando a variedade, a criatividade e a qualidade das roupas (FLETCHER, 2007).

Entretanto, apesar de o *slow fashion* mostrar que é possível produzir moda de forma consciente e denunciar as deficiências de um sistema que explora o trabalho e destrói os recursos naturais, é preciso que os seus reais objetivos sejam questionados, afinal para que as pessoas que vivem do trabalho adotem esse novo sistema, faz-se necessário que elas tenham poder de compra e possam consumir o *slow fashion*, o qual atualmente apresenta-se restrito e com valor bastante elevado.

Os criadores do *slow fashion*, por sua vez, justificam os preços altos enfatizando a qualidade dos materiais usados, a durabilidade das peças de roupas, a valorização dos trabalhadores e a responsabilidade no processo de produção no sentido de provocar menos impacto ao ambiente (FLETCHER, 2007).

Deste modo, se *slow fashion* não é acessível a toda a população, ele é elitista e pode representar apenas um ícone de *status* e não uma mudança, de fato, no consumo da moda, afinal, quando o *slow fashion* é transplantado para a cultura brasileira, o cenário somente se altera para as classes economicamente favorecidas, pois as pessoas que possuem um alto poder aquisitivo continuam consumindo roupas e participando das tendências da moda de ‘forma consciente’ do sistema *slow*.

Assim, faz-se necessário questionar o valor das peças das roupas e o público para quem o mercado do *slow fashion* está direcionado, uma vez que somente as classes altas podem aderir à esta nova filosofia.

Com efeito, não se pode exigir das pessoas pertencentes às camadas populares um discurso de abdicção do consumo em nome do *slow fashion*, quando a sua preocupação primordial é a obtenção dos bens necessários à manutenção da vida (MARX & ENGELS, 2007).

### Considerações finais

Neste momento, faz-se emergente trazer à tona Vigotski (2007), para quem a formulação dos conceitos envolve atos de complexidade, dinamismo e interfuncionalidade, construídos através da inserção do indivíduo na cultura e mediados pelas relações com outros homens.

De acordo com Vigotski (2007), a formação/apropriação/revisão de conceitos pode potencializar e modificar qualitativamente a consciência do homem na luta contra a alienação, tornando-o mais humanizado.

A partir da exposição realizada, nota-se, portanto, que os pressupostos ideológicos contidos nos conceitos de *fast fashion* e de *slow fashion* revelam que tais termos são determinados pelas diretrizes economicistas, de natureza mercadológica, ostentadas pelo economia neoliberal global.

Se por um lado o *fast fashion* apresenta-se inextricavelmente relacionado ao trabalho escravo contemporâneo, o *slow fashion* evidencia que enquanto o lucro for o fundamento das relações de produção qualquer manifesto anti-fashion produzirá mudanças ínfimas, uma vez que a prioridade do capitalismo é vender e não corrigir distorções de seu próprio sistema.

Deste modo, as proposições teóricas deste trabalho desvelam que não basta refletir sobre a descartabilidade da moda e aderir ao *slow fashion* como principal linha de ação para combater o trabalho escravo nas cadeias produtivas da indústria da moda. A questão que prioritariamente se coloca é questionar e enfrentar veementemente as imposições de um sistema econômico que se reestrutura de modo contínuo, no intuito de reinar soberano, reengendrando novas formas de organização de trabalho extremamente injustas, desiguais e desumanas.

## Referências

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho**: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade no mundo do trabalho. São Paulo: Cortez, 2011.

BRESSER, D. Você sabe o que é fast fashion? **Moda Ig**, 2010. Disponível em: <<http://moda.ig.com.br/modanomundo/voce-sabe-o-que-e-fast-fasion/n123779569297/>>. Acesso em: 26 ago. 2016.

CIETTA, E. **A revolução do fast fashion**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

FLETCHER, K. Slow Fashion. **Ecologist**, 2007. Disponível em: <[http://theecologist.org/green\\_living/clothing/269245/slow\\_fashion](http://theecologist.org/green_living/clothing/269245/slow_fashion)>. Acesso em: 15 ago. 2016.

IANNI, O. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. **Estudos Avançados**, São Paulo, n. 8, v. 21, p. 147-163, 1994.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. **Business Horizons**, Paris, n. 53, p. 59-68, 2010.

MARX, K; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007.

MÉSZÁROS, I. **Produção destrutiva e Estado capitalista**. São Paulo: Ensaio, 1989.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Convenção n. 29**. Disponível em: <<http://www.oit.org.br/node/449>>. Acesso em: 26 jul. 2016.

VIGOTSKI, L. S. **A formação social da mente**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.