

AS OPORTUNIDADES E AS AÇÕES OPERACIONAIS AO SLOW FASHION: UMA ABORDAGEM DIANTE DA VISÃO DOS CONSUMIDORES

MARIA CECÍLIA MENEZES CLETO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

LEYDIANA DE SOUSA PEREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

JOSÉ LEÃO E SILVA FILHO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO (UFPE)

Agradecimento à orgão de fomento:

Os autores expressam agradecimentos a Fundação de Apoio da UFMG (FUNDEP) sob o projeto número 30201 (UFMG/REITORIA/PRPQ/FUNDO FUNDEP 2022).

AS OPORTUNIDADES E AS AÇÕES OPERACIONAIS AO *SLOW FASHION*: UMA ABORDAGEM DIANTE DA VISÃO DOS CONSUMIDORES

1. INTRODUÇÃO

O desenvolvimento da indústria da moda esteve completamente pautado nos avanços tecnológicos, na qual preconizava o aumento da produção diante de uma aceleração no ímpeto do consumo. Uma constatação deste fenômeno verte-se sobre o quantitativo de coleções de moda. Inicialmente, duas coleções eram estabelecidas ao ano (primavera/verão e outono/inverno), mas na atualidade, diante dos ciclos de tendências, as marcas focam na produção de 50 a 100 microcoleções por ano (MENDONÇA; MOUTINHO, 2019). E, essa pujante produtividade anual enquadra a cadeia produtiva têxtil com a utilização de 10% da energia global, atrás apenas da indústria alimentícia (PARAS, CURTEZA, VARSHNEYA, 2019), e em necessidade de 79 bilhões de metros de água (SAJN, 2019).

A indústria têxtil, por sua vez, apresenta destacada importância para os indicadores econômicos de diversas nações, incluindo o Brasil. A cadeia têxtil e de confecção brasileira - vestuário, meias e acessórios, produtos do lar e artigos técnicos - vêm continuamente caracterizando um cenário de progressão, tendo um volume de produção de 7,9 bilhões de peças (2020) e 8,1 bilhões de peças (2021). E, em termos de faturamento, constatou-se no ano de 2021 um montante de R\$190 bilhões (IEMI, 2022).

Essa intensidade fabril caracteriza o cenário do *fast fashion*, na qual tem sua tradução como uma “moda rápida”. O *fast fashion*, tal como o fenômeno da industrialização teve seu prenúncio nos anos de 1970, com forte impulsividade na década de 1990, e está plenamente consolidado nos anos atuais. Este estilo de produção e consumo está pautado em produção contínua e compactada, sendo explorado o imediatismo e a fugacidade das peças (COUTINHO; KAULING, 2020; SILVA, 2020). No *fast fashion* os custos e, conseqüentemente, o preço para venda das peças é um fator importante, inclusive em detrimento a própria qualidade. Além disso, a sustentabilidade não é um quesito obrigatoriamente existente aos processos fabris, bem como o planejamento da cadeia produtiva em meio as práticas colaborativas, seja a montante e/ou a jusante da ala de transformação (REIKE, HEKKERT, NEGRO, 2023).

No entanto, nas duas últimas décadas, especialmente dilemas sociais e ambientais, começaram a questionar a dominante cadeia têxtil e de confecções (CENTOBELLI *et al.*, 2022). E, neste âmbito surgiu o *slow fashion*, traduzida como “moda lenta”. Outros sinônimos a este modo de produção consistem em “moda consciente”, “eco moda” e “moda sustentável”. O modo *slow fashion* preconiza uma cadeia de produção limpa, pautando-se em ações mais circulares, sustentáveis e resilientes (CENTOBELLI *et al.*, 2022; SILVA, 2020). Desta forma, almeja-se a produção de peças com mais qualidade e que proporcionem melhor durabilidade (OLIVEIRA, MIRANDA, DIAS, 2022).

Dentre as dimensões abarcadas pelo *slow fashion* tem-se uma forte adesão aos princípios da sustentabilidade e da localidade. Especificamente, em relação a sustentabilidade, tem-se um viés pela produção com uso de insumos sustentáveis, seja algodão orgânico ou mesmo itens reciclados, por exemplo; a durabilidade – vida útil das peças, a atenção com a utilização e descarte da água, bem como a geração de resíduos sólidos (LEGENRE; KANG, 2020). Neste aspecto cabe destacar a realidade de países como Gana, na qual, tornou-se uma espécie de lixão da moda. Estima-se que desembarque neste país africano cerca de 15 milhões de peças semanalmente. Essas peças são caracterizadas como itens de confecção com danos ou de

qualidade inferior aceita pelos clientes da Europa Ocidental e Estados Unidos da América (BBC, 2021).

Em relação a dimensão da localidade tem-se que o *slow fashion* busca enaltecer as práticas, metodologias, conhecimentos e culturas locais, em termos da cadeia produtiva e de consumo têxtil e de confecções (SHAI, LASSLEBEN, 2021). Arraigado na dimensão sustentável, essa atenção à localidade é plausível neste estilo produtivo justamente por seu foco ser direcionado a lotes pequenos, diferentemente do modo operantes contínuo e de larga escala do *fast fashion*. Nesta abordagem além dessa conservação cultural prioriza-se também uma atenção com relação a minimização das movimentações logísticas.

No entanto, o conceito do *slow fashion* ainda enfrenta dificuldades que impactam na consolidação dos seus fundamentos quanto às práticas da cadeia produtiva como um todo. Isto, mesmo com todos os avanços em termos tecnológicos. Em vista a reconhecer potencialidades, foi proposta uma investigação junto aos consumidores em prol de traçar um panorama sobre seu ponto de vista / adesão do *slow fashion*, especificamente em relação às dimensões de sustentabilidade e de localidade em termos das atividades de produção das vestimentas.

A presente pesquisa classifica-se por uma abordagem quali-quantitativa, visto que ao mesmo tempo que busca analisar as variáveis já conhecidas na literatura e estruturadas no questionário, também almeja-se impulsionar o conhecimento sobre o *show fashion*. Isto é possível diante da exploração das interrelações dos elementos nas perspectivas consideradas realizadas por uma análise semântica das dimensões. Um questionário estruturado foi construído para a coleta de dados. Diante da sua disponibilização em formato digital foi obtida uma amostra de 52 respondentes. Especialmente em termos das investigações numéricas análises estatísticas como os índices de correlação foram estabelecidas. Como resultado, tem-se a possibilidade de traçar estratégias em prol da expansão da conscientização sobre o *slow fashion* em termos dos consumidores.

O estudo estrutura-se em cinco seções, incluindo a presente introdução. A Seção 2 aborda os principais conceitos relativos à temática da pesquisa. A Seção 3 explicita os procedimentos metodológicos adotados, proporcionando a caracterização da pesquisa, bem como o delineamento utilizado para a construção e coleta de dados via questionário. A Seção 4 abarca os resultados e uma discussão, de modo a estabelecer um fomento às práticas na cadeia de produção têxtil e de confecção pautando-se no *slow fashion*. A Seção 5 apresenta as considerações finais, incluindo as limitações e propensões para os estudos futuros.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão apresentados os conceitos de aporte do estudo. Assim, é detalhado os fundamentos e preceitos do *slow fashion*, e traçado uma explanação sobre ações operacionais que podem ser cunhadas no estabelecimento da tendência do *slow fashion*.

2.1 O modo de produção e o consumo do *slow fashion*

A nível mundial, China, Índia e Estados Unidos são os expoentes na produção têxtil, e neste ranqueamento, a 10ª colocação é atribuída ao Brasil (UNIDO, 2021). Em se tratando do mercado de moda, de modo geral, dois modelos de produção e consumo devem ser pautados: o *fast fashion* e o *slow fashion*. O *fast fashion* é o modelo mais proeminente dentro da cadeia produtiva do vestuário, trata-se de uma produção caracterizada por ciclos curtos de confecção, larga escala de modelos e tamanhos, mão de obra barata, além da baixa qualidade de tecidos e insumos, na maioria dos casos. A sua propagação, entre outros fatores, se dá sobretudo em virtude do baixo custo exigido para a organização, uma vez que não necessita dispor de elevados recursos financeiros para a sua produção. Este fato é pautado em práticas, na maioria dos casos, antiéticas como o não respeito às leis trabalhistas, a compra de insumos em larga escala, e a

otimização da produção, inclusive em detrimento da qualidade (ATIK; ERTEKIN, 2023; CENTOBELLI *et al.*, 2022; REIKE, HEKKERT, NEGRO, 2023; SILVA, 2020).

Contudo, pode-se dizer que tal modelo, o *fast-fashion*, configura-se também como uma resposta ao desenvolvimento industrial ascendente ao longo do século XX e o consequente ritmo de crescimento acelerado nas produções de diferentes setores imposto pela conjuntura capitalista. Logo, conforme pontua Souza *et al.* (2014), é notável que características como flexibilidade e rapidez de resposta às mudanças formaram os pilares do modelo *fast-fashion*, na qual consistem em aspectos vistos como primordiais para otimizar o funcionamento das organizações. E, ao *fast fashion* a característica da descartabilidade é um fator predominante (ATIK; ERTEKIN, 2023).

Face ao exposto, um modelo como o descrito promove, de um lado, a facilidade na produção fundamentada no baixo custo, ao passo que, por outro lado, contribui para a desvalorização da mão de obra (em alguns casos, mão de obra escrava), aumento do número de descarte de roupas e, conseqüentemente, aumento nos níveis de poluição ambiental (SOUZA *et al.*, 2014). Apesar do elevado grau das conseqüências mencionadas, uma maior eloquência apenas foi exposta diante do desabamento do edifício Rana Plaza, em Bangladesh, no ano de 2011. Este é um marco histórico nos capítulos quanto aos modelos de produção e consumo da moda.

Em termos deste edifício Rana Plaza, tratava-se de um local composto por aproximadamente quatro fábricas de vestuários independentes que produziam itens para marcas como H&M, DressBarn, Grupo Benetton, e Primark. Aproximadamente 5 mil trabalhadores trabalhavam no local diariamente em um rígido regime de trabalho, negligenciando na maioria dos casos as normas e benefícios trabalhistas. Este prédio apresentou problemas estruturais, sendo recomendado sua interdição, mas ordens superiores recomendaram a continuidade das ações por parte dos trabalhadores operacionais. Assim, o prédio continuou em pleno funcionamento, tendo um trágico fim diante do seu desabamento em 24 de abril de 2013. Estima-se que 1.127 pessoas morreram e quase 2.500 trabalhadores ficaram feridos, vítimas de um dos maiores acidentes de trabalho da história. Além do alerta para o regime de produção das vestimentas, ganhou ênfase também a discussão sobre a responsabilidade social corporativa, sobretudo nas cadeias de produção têxteis (VIJEYARASA, LIU, 2021).

Em virtude deste acontecimento, inúmeras discussões sobre o sistema da moda ganharam força ao redor do mundo, contribuindo para o surgimento do movimento chamado *Fashion Revolution*. Trata-se de um movimento global, presente em mais de 100 países, que possui como objetivo atuar no mercado da moda, de modo que esse contribua positivamente na conservação e preservação do meio ambiente, além de valorizar as pessoas acima do crescimento e do lucro (BERLIM, 2021).

Nota-se que a busca por uma cadeia de produção mais limpa e sustentável, e que ao mesmo tempo valoriza a mão de obra do trabalhador, sem exploração e exposição ao risco, começam a ser analisadas por mais empresas, sobretudo locais, após os acontecimentos descritos. Nesse contexto, o *slow fashion*, oposto ao *fast fashion*, ganha maior exposição e discussão no mercado da moda. Contudo, apesar de se apresentar como uma alternativa positiva aos problemas ocasionados pelo seu sistema contrário de produção, o *slow fashion* possui vários desafios que dificultam a sua implementação em larga escala por parte das empresas e soma-se a isso o fato de que o sistema carece de maiores aprofundamentos e estudos para a sua aplicação de forma efetiva (ATIK; ERTEKIN, 2023).

Inicialmente abordado pela escritora Angela Murrills no ano de 2004, o termo *slow fashion* consiste em uma extensão ao movimento *slow food* aplicado ao setor alimentício (SLOW FOOD, 2016). Em uma tradução literal a expressão *slow fashion* significa ‘Moda lenta’, e trata-se de um modelo de produção que se fundamenta em princípios como abordagem local, valorizando recursos materiais e trabalhadores locais; sistemas de produção transparentes,

havendo menos intermediação entre produtores e consumidores, uma vez que os últimos são considerados “co-produtores” dentro da cadeia de suprimentos (i.e. agentes responsáveis pelos impactos de suas decisões de consumo) (SOBREIRA; SILVA; ROMERO, p 106, 2020).

O modelo de produção de roupas pautado no *slow fashion* é visto como um desafio contemporâneo para o mercado de moda em geral. Essa tendência notavelmente está pautada no avanço da sustentabilidade no meio industrial, em novos modelos e reformulações de negócios, além dos prenúncios alinhados a mudanças apontadas no comportamento do consumidor (CENTOBELLI *et al.*, 2022; CHHABRA *et al.*, 2022; SILVA, 2020). Uma pesquisa realizada pela empresa McKinsey no ano de 2021 apontou que o consumidor brasileiro está cada vez mais exigente no que diz respeito ao ato de compra de novos produtos. Nesta pesquisa comercial, o relatório apontou que 85% dos respondentes se mostraram mais preocupados com o valor das marcas, o que revela uma maior propensão ao quesito fidelidade (MCKINSEY, 2021).

O *slow fashion* valoriza os processos de fabricação tradicionais e artesanais, além dos elementos envolvidos para a produção sustentáveis. Isso impulsiona o uso de insumos materiais orgânicos e reciclados, tinturas naturais com aplicações manuais, mecanismos de tecelagem, entre outros métodos que minimizam o impacto ambiental (SHAI, LASSLEBEN, 2021). Em visão macro, o *slow fashion* tem como prenúncio a transparência e a justiça na cadeia de suprimentos (ALAGOZ; TESTIK; DINLER, 2022). Isso envolve garantir condições de trabalho justas aos colaboradores, bem como apoiar marcas e *designers* locais e independentes. Ademais, o *slow fashion* também tem como fundamento a resignificação do consumo da moda, impulsionando os consumidores a comprarem vestimentas de forma mais consciente, e consequentemente valorizando a qualidade (CHHABRA *et al.*, 2022).

Tendo em vista as características principais do *slow fashion*, é fato que a sua implementação não ocorre de modo simplório por parte das empresas que se interessam pelo modelo de produção, pelo contrário, nota-se que a maioria das marcas de moda não conseguem realizá-lo de modo efetivo, como todas as suas peculiaridades. E a razão disso pode ser explicada pela dificuldade no gerenciamento da sua cadeia produtiva, uma vez que será necessário a remodelação, criação e substituição de etapas que propiciem uma cadeia limpa de produção, sem contar com os fatores que também caracterizam o sistema, tais como os fatores social e local.

A produção de uma única vestimenta necessita passar por várias etapas diferentes até que seja comercializada. Quando se trata de coleções, nome dado ao conjunto de roupas que é periodicamente planejado pelas marcas, é possível compreender de forma mais clara a complexidade do processo produtivo na indústria da moda. Tal processo, de maneira padrão, inicia-se na pesquisa temática do tema da coleção. Tal tema pode ser diverso, a depender do gosto do estilista e da equipe de criação da marca. Após a definição do tema inicia-se o processo de pesquisa de insumos, materiais e tecidos, além dos primeiros esboços da coleção a ser lançada (CHHABRA *et al.*, 2022; SHAI, LASSLEBEN, 2021).

São nas etapas de pesquisa dos materiais que serão utilizados para a confecção das vestimentas que uma marca aderente ao *slow fashion* direciona seus primeiros passos para diferenciar-se do modelo de produção *fast fashion*. É durante no decorrer deste período de pesquisa que deve-se buscar por recursos sustentáveis, sejam aviamentos ou tecidos para compor as vestimentas que serão fabricadas. É comum que tal pesquisa seja simplificada quando uma marca já possui o costume de trabalhar com tecidos e fornecedores específicos, o que por sua vez faz com que a mesma se limite na busca por novos recursos que possam vir a ser mais adequados a uma produção mais sustentável.

Passada a etapa de pesquisa e esboços, inicia-se a etapa do desenho técnico e fichas técnicas de cada peça. Após a finalização da parte técnica, dá-se início à parte prática: modelagem, estamparia (quando necessário), costura e acabamentos. Em cada uma das etapas

citadas é possível operar de forma sustentável, buscando ao mesmo tempo a otimização da produção. Contudo, para que tal intervenção se dê modo efetivo, é importante que o planejamento de toda coleção se dê de modo coeso e estratégico.

2.2 Operacionalização alinhada ao *slow fashion*

Com base nas informações abordadas no tópico 2.1, é assertivo que para uma marca fazer uso do modelo de produção pautado no *slow fashion* é necessário que ocorra uma análise em cada uma das etapas da produção e para cada proposta de nova coleção. Isto, é imprescindível para que busque o elo entre a otimização e a aplicação dos recursos sustentáveis e demais princípios que fundamentam a tendência deste modelo de produção. Nesse contexto, reside o desafio de criar e manter uma marca com tais princípios, uma vez que a ideia é clara, mas a sua aplicação e retorno exigem a utilização de ações de operacionalização bem delineadas e que podem facilmente modificar de acordo com cada negócio (MUNOZ-VALERA, 2020).

Contudo, considerando que as etapas de produção de peças do vestuário propõem-se a explanação de ações que ensejem a competitividade operacional diante dos ideais descritos do *slow fashion*. Conforme anteriormente explanado, o modelo não se restringe somente ao foco no desenvolvimento de uma produção sustentável, mas se ocupa também do lado social que abarca as condições dos trabalhadores da indústria da moda. Entretanto, este elemento voltado às questões éticas não compreendem o objetivo da presente pesquisa.

São inúmeras as possibilidades de métodos que podem ser aplicados em cada etapa de confecção de uma roupa e que podem atuar diretamente na produção sustentável. Iniciando ainda na etapa de criação e primeiros esboços, é possível fazer uso de modelos que notavelmente terão gastos menores de tecido, além da possibilidade de serem modelos versáteis, que poderão ser utilizados em diferentes composições do vestuário. Deve ser levado em consideração, ainda nesta etapa, que alguns modelos possuem uma restrita margem de variedade de tecidos que podem ser utilizados. Logo, a fase de criação dos primeiros esboços deve ser realizada com o conhecimento das limitações impostas a cada modelo pensado (LEGENRE; KANG, 2020).

Na etapa seguinte, de pesquisa de insumos e tecidos, busca-se por fornecedores que produzam produtos com qualidade e recursos sustentáveis. Existem no Brasil empresas especializadas somente na produção de aviamentos ecológicos, bem como tecidos sustentáveis, também chamados de *eco-friendly*, que possuem como característica o fato de serem biodegradáveis (SHAI, LASSLEBEN, 2021). O preço de tais tecidos é consideravelmente maior quando comparados com os tecidos comumente utilizados na produção massificada, nesse segundo caso, por exemplo, é possível comprar o metro de malha por menos de R\$5,00, ao passo que no caso de tecidos ecológicos dificilmente custará menos de R\$15,00.

Assim, faz-se necessário, portanto, o investimento constante na pesquisa de fornecedores e novos materiais. Quando se trata dos insumos ecológicos, que são os aviamentos utilizados na confecção das peças, tais como botões, zíperes, linhas, entretela, ilhós, fechos e entre outros, ainda consiste em uma produção muito incipiente no Brasil. São poucas as empresas que possuem a opção de tais produtos confeccionados de modo ecológico.

Devido ao aumento da procura por opções mais ecológicas, nota-se um incremento na oferta de algumas fábricas que passaram a investir em algumas linhas e famílias de tecidos ecológicos no país. Quando se trata de tais tecidos, deve considerar duas classificações: os tecidos que são produzidos por meio da reciclagem de substâncias tais como a garrafa pet, por exemplo, e aqueles tecidos que são confeccionados com fibras naturais, sem a utilização de recursos químicos e que por sua vez não produzem nenhum impacto no meio ambiente.

Em relação ao processo de modelagem, quando se trata de uma produção *slow fashion*, espera-se que suas atividades objetivam menor gasto e maior aproveitamento dos tecidos. Tal etapa é pensada juntamente com o processo de corte. Atualmente, diante dos avanços tecnológicos, existem inúmeras modelagens e modelos de corte e *softwares* que auxiliam em tal finalidade. Uma modelagem muito conhecida é a chamada modelagem *Zero Waste* (Lixo zero), conforme alusão ao seu nome tem como objetivo não gerar lixo algum em seu produto (CARRICO et al., 2022).

Por fim, o processo de produção é um dos fatores mais diferenciadores dos modelos de produção em questão. No *fast fashion* é produzida uma produção de forma massiva, são inúmeras as variações e quantidade de modelos e tamanhos de uma mesma peça e a mesma é replicada em diversas temporadas, apenas com algumas diferenciações. E, na produção *Slow*, são pouquíssimas as peças que são produzidas de um único modelo: pouca variação de tamanho e cores e um tempo maior de processamento da coleção, uma vez que, na maioria dos casos, são poucos funcionários que normalmente trabalham no setor de produção, sobretudo em marcas menores, de produção local. É importante, portanto, que apesar das peças serem produzidas em ciclos maiores, que elas sejam confeccionadas com a quantidade ideal para atender o público interessado, de modo a evitar os descartes recorrentes que ocorrem no *fast-fashion*, sendo necessário, portanto um estudo mais apurado acerca das preferências de compra e ritmo de consumo dos clientes.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A presente pesquisa, diante dos seus objetivos, classifica-se com uma natureza quali-quantitativa (MARCONI; LAKATOS, 2017). Em relação ao meio qualitativo, ainda existe um desconhecimento quanto as abrangências do *slow fashion*, especialmente com relação a influência e adesão por parte dos consumidores. Diante de uma abordagem exploratória as dimensões da localidade e da sustentabilidade precisam ser melhor compreendidos em termos dos elementos interferentes, bem como suas interrelações.

Corroborando, diante da natureza qualitativa, os elementos elencados em cada uma das duas dimensões foram analisados segundo métricas estatísticas (MARCONI; LAKATOS, 2017). Isto, em prol de conhecer sua importância e relações numéricas. Assim, foram desenvolvidos cálculos tais como, alfa de Crombach, e análises de correlações.

Como instrumento de coleta de dados foi elaborado um questionário estruturado e pautado em questões de múltipla escolha. A estrutura do questionário foi dividida em duas seções, sendo a primeira relativa ao perfil do respondente. Nesta seção foi indagado aspectos relativos ao sexo, idade, nível de instrução educacional, faixa de renda e contabilização da frequência e finalidade pela compra de vestimentas. A segunda seção foi condizente aos elementos pertinentes as análises das duas dimensões, localidade e sustentabilidade. Para cada uma das dimensões uma coletânea de cinco questões foi evidenciada e, como itens de respostas, a escala de *Likert* foi utilizada. Assim, para cada questão, as opções de respostas variavam entre ‘concordo totalmente’ até ‘discordo totalmente’.

O questionário foi construído na plataforma do *Google Forms*, em vista ao seu reconhecimento e facilidade de uso e disseminação. O questionário foi distribuído por meio de forma eletrônica. A participação na pesquisa por parte dos respondentes configurou-se como voluntária e anônima, portanto, não proporciona nenhum vínculo direto com a pesquisa. O tempo de preenchimento do questionário permeia, aproximadamente, 8 a 10 minutos.

A coleta de dados ocorreu durante 7 dias ininterruptos, com início no dia 19 de junho de 2023 e término no dia 26 de junho de 2023. Ao final deste período obteve-se uma amostra válida e pertinente a 52 respondentes. Ou seja, nenhuma resposta precisou ser excluída. E, diante desses dados foi proporcionado seguimento nas análises e interpretações dos resultados.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Esta seção detalha os resultados obtidos diante da coleta de dados com o questionário e suas respectivas interpretações e aderências ao segmento do *slow fashion*. Esta seção está subdividida em dois tópicos, o primeiro relativo a uma análise descritiva e comparativa da amostra; e o segundo relativo às análises e investigações estatísticas, visando a compreensão das interrelações numéricas entre os elementos de cada dimensão investigada do *slow fashion*.

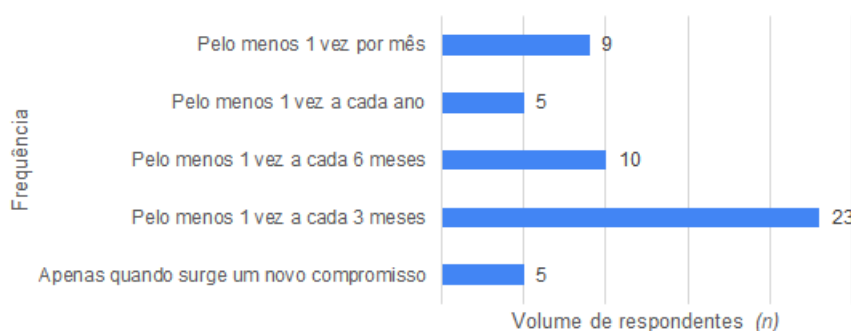
4.1 Análises comparativas e semânticas

Inicialmente, diante da amostra ($n = 52$), foi desenvolvida a análise pertinente ao gênero e classificação etária dos respondentes. Em sua maioria, tem-se o pertencimento ao gênero feminino (69,2%), e quase a metade (43%) enquadra-se na faixa de 20 e 29 anos. De modo complementar foi estruturado a análise da amostra com relação ao nível de escolaridade dos respondentes. Os resultados demonstram que a amostra apresenta uma alta qualificação, visto que 35,5% possuem graduação completa e 41,1% possuem pós-graduação completa.

Outro quesito pertinente a qualificação do perfil do respondente faz jus a análise financeira, no que tange ao seu nível individual de renda mensal. Neste quesito, 6,0% dos respondentes preferiram não opinar. Em relação às demais valias da escala Likert, a descrição encontra-se com a configuração: menos de R\$ 1.500 (6,0%); entre R\$ 1.500 a R\$ 2.999 (27%); entre R\$ 3.000 a R\$ 4.500 (23%); entre R\$ 3.000 a R\$ 4.500 (15%); e mais de R\$ 6.000 (23%). Assim, a amostra contempla os respondentes, em percentual superior a 60% tendo como renda individual mensal um montante superior a dois salários mínimos estabelecidos no patamar brasileiro.

Complementarmente a estruturação do perfil social-econômico também conteve no questionário questões relativas à feição de compras de vestimentas. Em relação a esses resultados, considere a Figura 1.

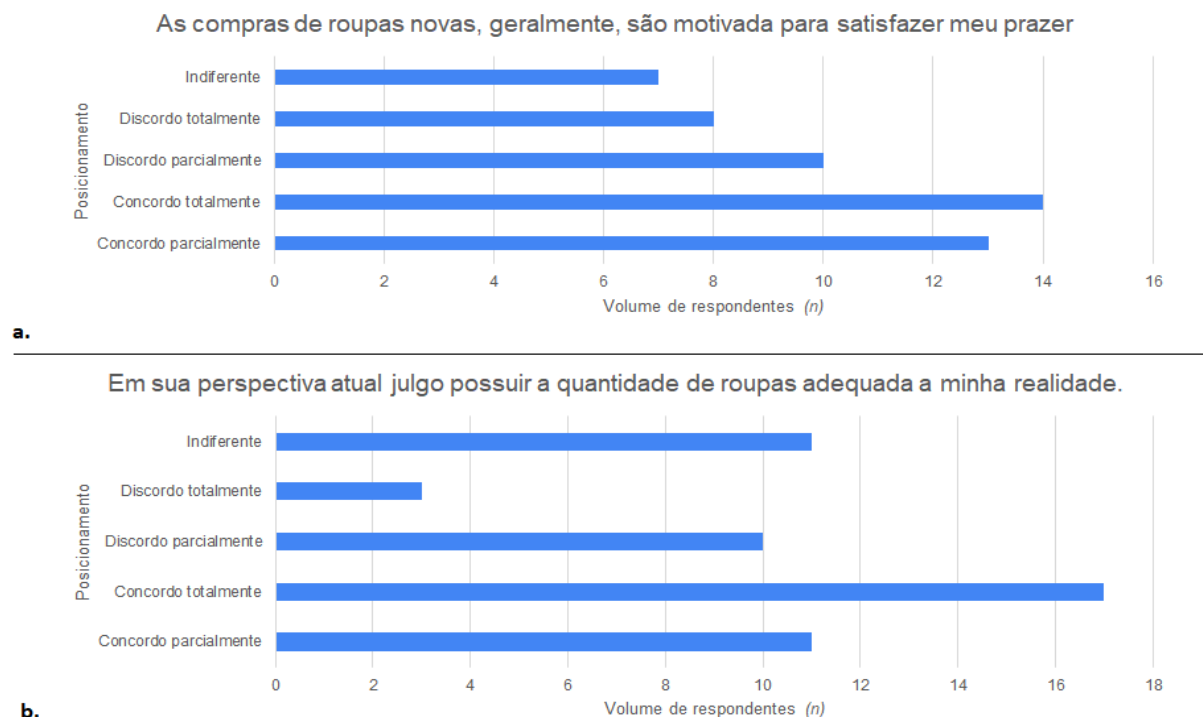
Figura 1. Avaliação da frequência de compras



Fonte: os Autores (2023)

De acordo com a Figura 1, percebe-se que há uma frequência por parte dos respondentes em relação à aquisição de roupas. Isto, pois 44,2% dos respondentes afirmam comprar roupas pelo menos 1 vez a cada 3 meses. Neste ponto, levanta-se o questionamento, será que essa compra ocorre por necessidade (visto que as vestimentas disponíveis atingiram seu tempo de vida útil), ou será uma compra derivada do consumismo frente a cultura do *fast fashion* atualmente preponderante no sistema de consumo? Diante desta possibilidade de investigação, o questionário também comportou duas questões: uma delas pertinente a conhecer se a compra de novas roupas era fundamentada na satisfação de um prazer; e a outra pertinente a que o respondente julgasse se, em sua visão atual, possuía a quantidade de roupas necessária a sua realidade. Em termos de dados coletados, considere a Figura 2.

Figura 2. Perfil de compras (a. sensação de prazer; b. roupas suficientes à realidade)

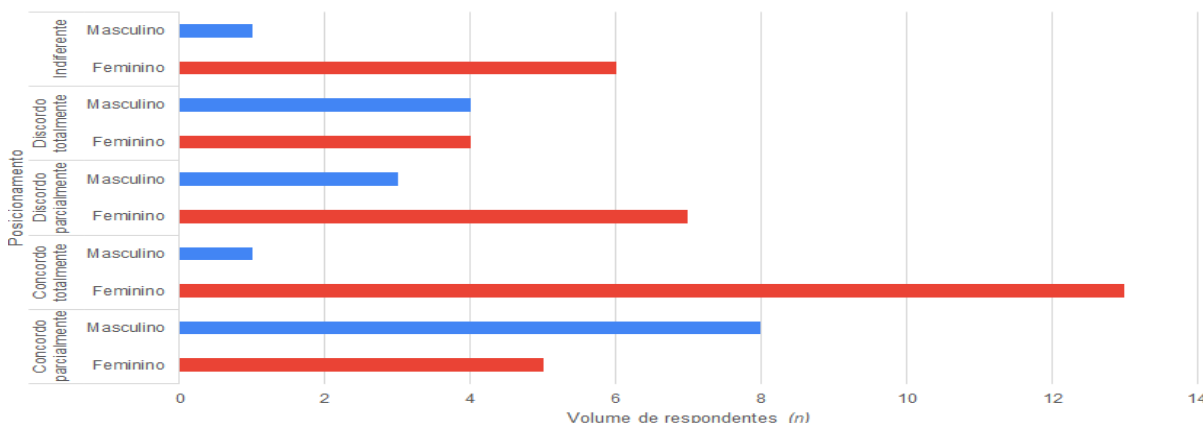


Fonte: os Autores.

A Figura 2(a) apresenta um posicionamento corroborativo à Figura 1, visto que 51,9% dos respondentes apontam que a compra de vestimentas novas está de algum modo relacionado a satisfação de uma sensação de prazer. Esta é uma característica totalmente aderente a cultura do *fast fashion*, na qual busca proporcionar o consumismo como mecanismo de bem estar. De modo corroborativo, tem-se a Figura 2(b), isto pois segundo os posicionamentos, 46,2% dos respondentes apontaram que discordam ou são indiferentes quanto a sua perspectiva de possuir a quantidade adequada de roupa à sua realidade. Isto nos torna um indicativo de que esses indivíduos acabam tendo uma propensão a compras de novas vestimentas, ou seja, tem-se a indicação de que se faz necessário uma atualização das compras mediante ao lançamento das microcoleções, segundo o modo operantes do *fast fashion*.

Culturalmente, a sociedade do *fast fashion* teve uma presunção de que o gênero feminino está mais susceptível a efemeridade da moda. Em prol desta investigação, foi proposta a análise combinada dos dados anteriormente explorados, conforme a Figura 3.

Figura 3. Compras motivada pela sensação de prazer vs. gênero



Fonte: os Autores.

A Figura 3 enaltece a presunção quanto a influência do gênero feminino as compras mediante a satisfação da sensação de prazer. Isto, pois diante dos dados observa-se da proporção que assertivamente (concordo totalmente) apontam para a compra mediante a sensação de satisfação 92,9% corresponde ao gênero feminino.

Após as questões que auxiliam na descrição do perfil e do comportamento básico do consumo de moda, o questionário apresenta as perguntas dos atributos localidade e sustentabilidade. Sobre a localidade foram analisados cinco fatores que dizem respeito à preferência de compra variada de acordo com a localidade. Com base na análise realizada, pode-se dizer que a metade do público se diz indiferente no que diz respeito à compra de novas roupas em lojas renomadas de departamento ou centros comerciais. Ao mesmo tempo, se mostram também indiferentes sobre a preferência pela compra em lojas locais, e que possuem produtos e insumos também derivados de processos locais. A metade do público também se diz indiferente sobre a compra de roupas produzidas no próprio país.

Por fim, no que diz respeito ao atributo sustentabilidade, metade dos respondentes se diz indiferente à preferência por compra em marcas que atuam com a produção de peças sustentáveis, ao mesmo tempo em que também são indiferentes à compra de vestimentas produzidas com materiais sustentáveis. Por outro lado, a maioria dos respondentes acredita que buscam utilizar ao máximo as suas roupas antes de descartá-las, mais da metade se diz preocupar com as condições trabalhistas das pessoas que atuam por de trás da produção de suas peças, mas, apesar disso, sobre a preocupação com conceitos como *fair trade* (comércio justo), mais pessoas se mostram indiferentes, do que concordam com a preocupação. Sobre esses elementos de análise, maiores explicações estão dispostas no tópico 4.2.

4.2 Análises estatísticas

Em termos das análises estatísticas desenvolvidas em prol da investigação dos resultados, inicialmente foi conduzida uma Análise Fatorial Confirmatória (AFC) para as duas dimensões consideradas para análise do *slow fashion*: localidade e sustentabilidade. Conforme apontado, cada uma dessas dimensões foi analisada diante de cinco itens, ou seja, as variáveis observadas do estudo. Assim, um total de 10 itens foram analisados. Observe a Tabela 1.

Tabela 1. Análise Fatorial Confirmatória

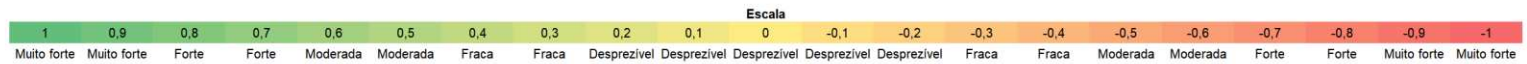
	Est. Pad
Localidade ($\alpha = 0,742$; CR = 0,753; AVE = 0,617)	
Prefiro comprar em renomadas lojas de departamentos ou em centros comerciais.	1,3288
Prefiro comprar de marcas que possuem a sua cadeia de produção local.	0,8964
Prefiro comprar vestimentas que utilizem insumos produzidos/derivados de processos locais.	0,9983
Prefiro comprar roupas produzidas no Brasil do que de origem estrangeira.	1,1797
Valorizo vestimentas que utilizam técnicas/métodos/culturas locais de produção.	1,0414
Sustentabilidade ($\alpha = 0,821$; CR = 0,842; AVE = 0,563)	
Prefiro comprar das marcas que atuam com produções de peças sustentáveis.	1,0426
Prefiro comprar vestimentas que são produzidas com materiais sustentáveis.	1,0172
Costumo utilizar ao máximo a vestimenta antes de descartá-la.	0,7775
Eu me preocupo com as condições trabalhistas das pessoas envolvidas na produção da vestimenta.	1,0636
Eu me preocupo com conceitos como fair trade (comércio justo) ao adquirir vestimentas.	1,0613

Fonte: os Autores.

Uma análise de correlação entre as variáveis foi estabelecida conforme a Tabela 2. Nesta análise todas as variáveis, incluindo as duas dimensões, foram relacionadas.

Tabela 2. Análise de correlação

		Localidade					Sustentabilidade				
		Prefiro comprar em renomadas lojas de departamentos ou em centros comerciais.	Prefiro comprar de marcas que possuem a sua cadeia de produção local.	Prefiro comprar vestimentas que utilizem insumos produzidos/derivados de processos locais.	Prefiro comprar roupas produzidas no Brasil do que de origem estrangeira.	Valorizo vestimentas que utilizam técnicas/métodos/culturas locais de produção.	Prefiro comprar das marcas que atuam com produções de peças sustentáveis.	Prefiro comprar vestimentas que são produzidas com materiais sustentáveis.	Costumo utilizar ao máximo a vestimenta antes de descartá-la.	Eu me preocupo com as condições trabalhistas das pessoas envolvidas na produção da vestimenta.	Eu me preocupo com conceitos como <i>fair trade</i> (comércio justo) ao adquirir vestimentas.
Localidade	Prefiro comprar em renomadas lojas de departamentos ou em centros comerciais.		-0,018676617	-0,005969097	-0,114250868	0,011444393	0,04544981	0,030127953	-0,115699218	-0,076836891	0,009892864
	Prefiro comprar de marcas que possuem a sua cadeia de produção local.			0,875177593	0,759835714	0,737589299	0,444194598	0,540908699	0,071960331	0,450871204	0,529141628
	Prefiro comprar vestimentas que utilizem insumos produzidos/derivados de processos locais.				0,798181531	0,647796254	0,480728666	0,646113199	0,042267242	0,549745581	0,40751096
	Prefiro comprar roupas produzidas no Brasil do que de origem estrangeira.					0,592366985	0,496922511	0,574396937	0,182945288	0,561363565	0,417721498
	Valorizo vestimentas que utilizam técnicas/métodos/culturas locais de produção.						0,541066557	0,482695439	0,161144281	0,468450132	0,638013039
Sustentabilidade	Prefiro comprar das marcas que atuam com produções de peças sustentáveis.							0,880311278	0,289800389	0,578050755	0,51285733
	Prefiro comprar vestimentas que são produzidas com materiais sustentáveis.								0,186907725	0,609240474	0,410768996
	Costumo utilizar ao máximo a vestimenta antes de descartá-la.									0,290021188	0,344120546
	Eu me preocupo com as condições trabalhistas das pessoas envolvidas na produção da vestimenta.										0,550527438
	Eu me preocupo com conceitos como <i>fair trade</i> (comércio justo) ao adquirir vestimentas.										



Fonte: os Autores.

Na Tabela 1 percebe-se a Análise AFC mediante a contabilização das métricas: *Alfa de Cronbach* (α), Coeficiente de Confiabilidade Composta (CR) e Validade Discriminante (AVE) para cada uma das dimensões sob estudo. De acordo com os dados descritos, os resultados do *Alfa de Cronbach* apresenta valor acima de 0,5 em ambas as dimensões. Consequentemente, tem-se a indicação de confiabilidade interna em termos das variáveis consideradas (GEORGE; MALLERY, 2005).

Em relação a este rol de análises estatísticas foi investigada diante do *p-value* as seguintes hipóteses:

- H₁: A dimensão localidade influencia a intenção de compra;
- H₂: A dimensão sustentabilidade influencia a intenção de compra.

Em ambas as análises foi obtido um valor de $p < 0,00001$. Consequentemente, tem-se que as hipóteses foram aceitas, de modo que é plausível de comprovar que as dimensões de localidade e sustentabilidade são influentes para o *slow fashion*.

Em relação a Tabela 2 que propunha a análise da correção positiva e negativa das variáveis observadas, tem-se que duas variáveis foram as que apresentaram um comportamento mais divergente quando comparado as demais. Uma delas está atrelada a dimensão da localidade, sendo “*Prefiro comprar em renomadas lojas de departamentos ou em centros comerciais*”. Este é um resultado interessante, visto que o *slow fashion* tem maior dificuldade de preencher os espaços dos grandes centros, e mesmo dos renomados *marketplace*. A outra dimensão da sustentabilidade e a variável “*Costumo utilizar ao máximo a vestimenta antes de descartá-la*”. Esta variável é importante para a tendência do *slow fashion*, visto que o consumismo deve ser combatido diante do oferecimento de vestimentas com melhor qualidade, a um preço justo, e sem a aderência as microcoleções. Portanto, presa-se pelo bem estar em utilizar uma vestimenta, de modo racional e consciente.

Diante dos resultados e análises apresentadas pode-se propor que as indústrias têxteis e de confecções que almejem aderência aos princípios do *slow fashion* devem consolidar aos consumidores a valorização das práticas de sustentabilidade. Isto, denotando a consciência que ser sustentável não é apenas reutilizar água, ou mesmo tratar resíduos industriais. Mas, ser sustentável é utilizar um produto por todo o período de sua vida útil, é ter adesão as práticas comerciais justas, e é estar atento a todos os envolvidos na cadeia de suprimentos de determinada marca.

Ademais, com relação à dimensão localidade, de certo modo, percebe-se a necessidade de valorização das técnicas, metodologias de produção locais. Isso inclusive, pode ser um elemento a constituir fontes de renda por meio de turismo. Além disso, faz-se necessário também proporcionar incentivos aos insumos de produção local. Diante do estudo, tem-se a noção que os *marketplaces* ainda possuem exponencia quando o assunto é moda.

5. CONCLUSÕES

A presente pesquisa, diante da sua abordagem quali-quantitativa, almejou gerar conhecimentos sobre a ponderação dos princípios do *slow fashion* frente a uma decisão de compra de vestimenta, isto na perspectiva dos consumidores. Para enquadramento da pesquisa, duas dimensões foram estabelecidas, localidade e sustentabilidade. E, para cada dimensão, cinco variáveis observadas foram construídas. A pesquisa se desenvolveu diante da coleta de dados via questionário, com distribuição online, alcançando 52 respondentes.

Nota-se, com base nos conceitos abordados e no resultado do questionário, que apesar do *slow fashion* e a da moda sustentável de modo geral, constituírem um tema que passou a ser abordado de modo mais recorrente entre as marcas e no mercado da moda, muitas pessoas ainda

carecem de maior conhecimento sobre o tema. Em virtude dos problemas ambientais cada vez mais presentes, pode-se dizer que assim como ocorre com demais áreas de produção industrial, haverá também o apelo, ainda que em um futuro mais distante, para que a produção do vestuário seja cada vez menos impactante ao meio ambiente.

Apesar disso, embora pesquisas apontem que os consumidores se apresentam com um perfil mais questionador e mais exigente, no que diz respeito ao consumo de moda, tal comportamento não é equalizado. Muitas pessoas dizem compreender a importância do consumo de peças na qual sabem da sua cadeia produtiva, peças caracterizadas como ecológicas e produzidas de modo sustentável, contudo, na prática, o preço das roupas ainda é um forte diferencial no que diz respeito ao processo de compra: apesar de compreenderem os dados e a importância de se atentar a produção massificada, o baixo custo ainda é um atrativo forte do *fast-fashion*, e, pode se dizer que esse é um dos fatores que fazem com que ainda seja um modelo predominante no mercado da moda.

Em termos de limitações, aponta-se a restrita amostra coletada no período para a realização da presente pesquisa, bem como a limitação por parte das dimensões estabelecidas. Assim, em perspectiva de estudos futuros, propõe-se a estruturação de outras dimensões que concatenem em maior nível os princípios do *slow fashion*. Ademais, sugere-se impulsionar a coleta de dados, a fim de alcançar um maior número de respondentes.

REFERÊNCIAS

ALAGOZ, B.A., TESTIK, M.C., DINLER, D. Supplier management by distributing orders among new and existing suppliers: the methodology and its application to a fast fashion company. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 26, n. 5, p. 813-831, 2022.

ATIK, D., ERTEKIN, Z.O. The restless desire for the new versus sustainability: the pressing need for social marketing in fashion industry. **Journal of Social Marketing**, v. 13, n. 1, p. 1-19, 2023.

BBC. **O país que virou 'lixão' de roupas de má qualidade dos países ricos**. BBC NEWS. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/media-58911546>>. Acesso: 15 fev 2023.

BERLIM, L.G. Contributions to the construction of the Slow Fashion concept: a new look at the possibility of sustainable lightness. **Dobras**, v. 32, p. 130-151, 2021.

CARRICO, M. *et al.* An inquiry into gradable zero-waste apparel design. **Sustainability**, v. 14, n. 1: 452, 2022.

CENTOBELLI, P., ABBATE, S., NADEEM, S.P., GARZA-REYES, J.A. Slowing the fast fashion industry: An all-round perspective. **Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry**, v. 38: 100684, 2022.

CHHABRA, S. *et al.* Factors affecting the adoption of slow fashion – an exploratory study of multiple stakeholders. **Journal of Macromarketing**, v. 42, n. 4, p. 492-509, 2022.

COUTINHO, M., KAULING, G.B. Fast fashion e slow fashion: o paradoxo e a transição. **Memorare**, v. 7, n. 3, 2020.

DE OLHO NO MERCADO. **Pesquisa da McKinsey aponta que consumidor brasileiro está mais exigente | De Olho no Mercado**. Disponível em

:<https://www.deolhonomercado.com.br/deolhonomercado/comportamento/pesquisa-da-mckinsey-aponta-que-consumidor-brasileiro-esta-mais-exigente>

GEORGE, D.; MALLERY, P. **SSPS for Windows step by step: a simple guide reference**. 6. ed. Boston: Allyn & Bacon, 2005.

IEMI. **Brasil Têxtil 2022 - Relatório Setorial da Indústria Têxtil Brasileira**. IEMI, 2022.

LEGENRE, A., KANG, J. The role of self-concept in shaping sustainable consumption: A model of slow fashion. **Journal of Cleaner Production**, v. 258: 120699, 2020.

OLIVEIRA, L.G., MIRANDA, F.G., DIAS, M.A.P. Sustainable practices in slow and fast fashion stores: What does the customer perceive? **Cleaner Engineering and Technology**, v. 6, 100413, 2022.

MARCONI, M.A., LAKATOS, E.V. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MENDONÇA, C., MOUTINHO, V. **A pegada da nossa roupa**. Disponível em: <<https://www.publico.pt/2019/11/29/infografia/pegada-roupa-391>>. Acesso em junho 2023.

MUNOZ-VALERA, S. Greening of the clothing industry: actors and processes. **Anduli**, v. 19, p. 199-223, 2020.

PARAS, M.K., CURTEZA, A., VARSHNEYA, G. Identification of best reverse value chain alternatives A study of Romanian used clothing industry. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 23, n. 3, p. 396-412, 2019.

REIKE, D., HEKKERT, M.P., NEGRO, S.O. Understanding circular economy transitions: The case of circular textiles. **Business Strategy and the Environment**, v. 32, n. 3, p. 1032-1058, 2023.

SAJN, N. **Environmental impact of the textile and clothing industry: What consumers need to know**. European Union. European Parliamentary Research Service (EPRS), 2019. Disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI%282019%29633143>. Acesso em junho 2023.

SILVA, M. **Práticas de sustentabilidade no mundo da moda e do vestuário**. In: E. Araújo, M. Silva, R. Ribeiro (Eds.), *Sustentabilidade e descarbonização: desafios práticos* (pp. 117-126). Braga: CECS, 2020.

SHAI, P., LASSLEBEN, H. Determinants of consumers' willingness to participate in fast fashion brands' used clothes recycling plans in an omnichannel retail environment. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 16, n. 7, p. 3340-3355, 2021.

SLOW FOOD. **Movimento Slow Food**. Disponível em: <<https://slowfoodbrasil.org.br/>>. Acesso em julho de 2023.

SOBREIRA, E.M.C., SILVA, C.R.M., ROMERO, C.B.A. Vista do Slow Profile: estudo das orientações ao consumo de slow fashion. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais (Internext)**, v.15, n. 3, p. 103-127, 2020.

SOUZA, L et al. Uma revisão bibliográfica sistemática e proposta de temas de pesquisa. ENEGEP, Curitiba, PR, Brasil, outubro de 2014.

VIJAYARASA, R.; IJU, M. Fast Fashion for 2030: Using the pattern of the sustainable development goals (SDGs) to cut a more gender-just fashion sector. **Business and Human Rights Journal**, v. 7, n. 1, p.45-66, 2021.

UNIDO. **World Manufacturing Production - Statistics for Quarter I 2021**. UNIDO, 2021.