

4. CONCLUSÃO

Neste estudo, investigamos a respeito das recentes transformações ocorridas na indústria do vestuário no contexto do capitalismo tardio e o fenômeno que se convencionou chamar de *fast fashion*. Através do levantamento das principais características da “moda rápida”, cuja finalidade é acelerar o giro do capital através do aumento do consumo, pudemos relacioná-la com traços marcantes do atual momento do modo de produção capitalista – como as tendências: à aceleração do tempo de giro do capital e decorrente necessidade de manipulação do consumo aumentando-o e diversificando-o; ao aumento da composição orgânica relacionado à concentração, à centralização e, a partir de certo ponto, à formação de monopólios; à “flexibilização” de direitos dos trabalhadores como modo de rebaixar o valor da força de trabalho, entre outras –, explicitando certas relações de causalidade que passam despercebidas se nos atemos à superfície do fenômeno.

No segundo capítulo, relatamos de que modo as empresas que adotam o sistema do *fast fashion* articulam estratégias para a plena implementação do mesmo. Demonstramos também que a indústria da moda é intensiva em trabalho e tende a continuar assim e como a aplicação do sistema estimula a precarização do trabalho. Além de observarmos como a desterritorialização da produção e os fluxos migratórios têm relação direta com a produção dos artigos vendidos pelas empresas de *fast fashion* e, conseqüentemente, com a precarização das condições de trabalho.

Ao longo do desenvolvimento da pesquisa, pudemos observar também que algumas ações no sentido de coibir as más práticas trabalhistas e “conscientizar” os consumidores vêm ocorrendo. Devido ao escopo do trabalho, não foi possível realizar a análise de tais ações. Contudo, achamos pertinente fazer algumas observações a esse respeito.

Diversas entidades e organizações não governamentais ao redor do mundo atuam em prol da melhoria das condições de trabalho nos setores têxtil e de confecção. Entre elas tem destaque a atuação da Organização Internacional do Trabalho (OIT), agência da ONU cujos relatórios foram utilizados largamente na

elaboração desta pesquisa. Algumas outras também têm desempenho importante em diversos países, como a *Labour Behind The Label*¹ e a *Clean Clothes Campaign*². No Brasil, a Repórter Brasil se destaca no combate à escravidão em diversos setores, inclusive o têxtil e de confecção. Além de divulgar no seu *website* a “lista suja do trabalho escravo” e os casos que estão sendo investigados pelo Ministério Público do Trabalho, a ONG desenvolveu o aplicativo para celulares “Moda Livre”, que desde 2013 fornece gratuitamente aos consumidores informações a respeito de importantes marcas varejistas de vestuário no tocante às condições de trabalho de seus funcionários e das suas cadeias de fornecedores³.

Algumas grandes empresas citadas neste trabalho e que já estiveram envolvidas em denúncias de práticas ilegais relacionadas à produção de suas mercadorias têm tomado medidas de fiscalização da sua cadeia produtiva. A C&A foi a primeira do setor a assinar o “Pacto Pela Erradicação do Trabalho Escravo”⁴ e desde 2006 – ano em que o Ministério Público do Trabalho alertou a rede sobre a possibilidade de confecções terceirizadas contratadas por ela estarem utilizando força de trabalho imigrante ilegal em *sweatshops* – vem intensificando o monitoramento da sua cadeia de fornecedores. A C&A mantém a Socam, empresa responsável por averiguar se os contratados respeitam a legislação trabalhista⁵. Já a Zara, apesar de contestar judicialmente as acusações feitas no Brasil, com a intenção de dar mais “transparência” ao processo produtivo, implementou em 2014 etiquetas codificadas através das quais os consumidores podem obter informações sobre os fornecedores que produziram a peça comprada⁶.

O *slow fashion* também aparece como uma resposta à aceleração na moda e, como o nome já indica, é oposto ao sistema que foi objeto de nossa pesquisa. A tendência propõe a redução do ritmo da produção e do consumo. Além de estimular a criação de peças atemporais e duráveis, feitas à mão com tecidos naturais de alta

¹Cf. <<http://www.labourbehindthelabel.org/>>. Acesso em 02 jan. 2015.

²Cf. <<http://www.cleanclothes.org/>>. Acesso em 02 jan. 2015.

³Cf. <<http://reporterbrasil.org.br/>>, <<http://reporterbrasil.org.br/listasuja/resultado.php>> e <<http://reporterbrasil.org.br/2014/08/com-nova-atualizacao-app-moda-livre-monitora-45-marcas-e-varejistas-de-roupa/>>. Acesso em 02 jan. 2015.

⁴Cf. <<http://www.pactonacional.com.br/>>. Acesso em 02 jan. 2015.

⁵Cf. _____ por _____ exemplo <<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Visao/noticia/2014/05/desvendamos-cultura-c.html>>. Acesso em 02 jan. 2015.

⁶Cf. <<http://info.abril.com.br/noticias/ti/2014/05/etiqueta-da-zara-disponibiliza-informacoes-de-fornecedores-por-qr-code.shtml>>. Acesso em 02 jan. 2015.

durabilidade e com práticas sustentáveis tanto do ponto de vista ambiental quanto social⁷.

Alguns estudos e publicações relatam o aumento do consumo de itens de “moda ética” ou de *slow fashion* e preveem a desaceleração da moda⁸. Por outro lado, uma pesquisa realizada há alguns anos no Reino Unido e na Alemanha demonstra que, apesar do crescimento recente do “consumo ético”, a decisão de compra de artigos de moda para a maioria dos consumidores entrevistados é baseada mais nas suas próprias necessidades que nas questões éticas que envolvem a produção das mercadorias. Em suma, o estudo mostra que fatores como estética, preço e marca são mais relevantes que o modo como como são feitas e por quem foram produzidas as roupas (JOERGENS, 2006).

Estima-se que o comércio de têxteis e vestuário no mundo tenha alcançado em 2014 a cifra de US\$856 bilhões, tendo aumentado quase três vezes de 2000 pra cá (ABIT, 2011). Ou seja, a produção, a distribuição e o consumo de artigos provenientes da indústria da moda vêm crescendo nos últimos anos. No segundo capítulo, especificamente na seção que trata de centralização e concentração de capitais, pudemos observar, através dos exemplos fornecidos, como as grandes redes de varejo de vestuário que implementaram o *fast fashion* vêm aumentando seus lucros. De onde concluímos que do ponto de vista dessas empresas o sistema é eficaz. Ainda que o consumo de “moda ética” esteja aumentando, podemos constatar através dos números das grandes redes que, ao contrário do que pregam alguns analistas, o *fast fashion* não está chegando ao fim.

Como já observamos no segundo capítulo, a própria dinâmica do modo de produção capitalista estimula a concorrência entre as empresas e o aumento de produtividade e, portanto, da quantidade de produtos fabricados. Partindo desse pressuposto e aplicando-o à indústria da moda, concluímos que o *fast fashion* é a expressão mais recente dessa tendência nesse setor produtivo. Portanto, os movimentos contrários às tendências materializadas na “moda rápida”, como o *slow fashion* e a “moda ética”, não podem se generalizar no contexto do capitalismo, já que não são condizentes com a dinâmica da acumulação e da reprodução do próprio

⁷Cf. <<http://slowfashionforward.org/>>. Acesso em 02 jan. 2015.

⁸Cf. por exemplo LEE, 2009: 99-101 e <<http://arquivo.pontoeletronico.me/2013/04/04/a-desaceleracao-do-fast-fashion-e-o-comeco-de-um-novo-momento/>> e <<http://ela.oglobo.globo.com/moda/stella-mccartney-que-fez-segunda-colecao-para-ca-quer-desacelerar-fast-fashion-14499415>>. Acesso em 02 jan. 2015.

modo de produção e, portanto, tendem a se restringir a certos nichos de mercado. Do mesmo modo, consideramos que as ações de combate à precarização do trabalho realizadas sob esse modo de produção não tocam no cerne da questão, pois o próprio sistema está fundamentado na exploração do trabalho e as tendências que examinamos têm aí sua raiz.

Ainda no segundo capítulo, comentamos a respeito da atribuição do surgimento do *fast fashion* a um suposto desejo dos consumidores por mudanças mais rápidas na moda. Julgamos que esse modo de ver as coisas, responsabilizando o indivíduo consumidor pela velocidade de produção e pelos problemas gerados pela aceleração intensa, leva ao obscurecimento do âmago da questão, que reside no próprio modo de funcionamento do sistema capitalista e nas contradições inerentes a ele.

Como vimos no terceiro capítulo, a ação individual se relaciona obrigatoriamente com as estruturas sociais, e mesmo as escolhas pessoais tidas como “livres” são determinadas socialmente. São, portanto, situadas historicamente e só ocorrem em resposta às condições objetivas em que os indivíduos – sejam eles “criadores” ou consumidores – estão inseridos. Nesse capítulo analisamos uma estratégia muito comum às grandes redes de *fast fashion*, as coleções “assinadas”, que buscam estimular o desejo de consumo conferindo maior “valor simbólico” às peças. Através dessa análise, pudemos perceber como a “assinatura” é um importante fator na velocidade de venda das mercadorias, bem como na ampliação do mercado consumidor através da associação de redes populares, portanto, com produtos a preços baixos, às grifes de luxo que têm artigos não só com maior valor monetário, mas também “simbólico”.

Observamos como a relação entre luxo e massas não é recente, pelo contrário, e que ela se transforma de acordo com o momento histórico. Ainda que certos autores afirmem que o desejo de distinção social não explica o consumo de moda, já que ele estaria relacionado à expressão das individualidades (LIPOVETSKY, 2004; SVENDSEN, 2010), julgamos que o desejo de distinção é um fator determinante no consumo de produtos culturais, entre eles os de moda, já que a própria individualidade – e o gosto – é formada de acordo com as condições materiais nas quais vive o indivíduo e as relações sociais que experimenta e constrói a partir delas. Aliás, numa sociedade em que todos os setores foram industrializados, a expressão da individualidade vem se amparando cada vez mais fortemente no consumo de bens culturais com maior ou menor “valor simbólico”,

ou seja, na qualidade de apropriação dos mesmos. Mais um motivo pelo qual renegar seu valor distintivo nos parece errôneo.

É necessário, hoje, refletir sobre os modos através dos quais se atualiza o desejo de distinção associado aos bens culturais e de moda – e com ele as práticas comerciais em todas as camadas do mercado, desde o luxo até as massas –, com a preservação de certos aspectos combinada à negação e à superação histórica de outros. A investigação do *fast fashion*, fenômeno que envolve consumo de massa e “novos” conceitos de luxo, parece ser um bom caminho para a busca da compreensão de como se dá a expressão de tal desejo no cenário atual.

Julgamos que a pesquisa não se esgota aqui. A discussão a respeito das transformações recentes na indústria da moda é um assunto vasto e que pode ser executada de diferentes perspectivas e através de diferentes objetos contidos num amplo universo. Neste trabalho, buscamos realizar a compreensão do fenômeno *fast fashion* como um todo, utilizando uma abordagem panorâmica, mas que, por outro lado, não se ativesse à superfície. Para tal, utilizamos um referencial teórico ainda pouco empregado nas análises realizadas sobre moda no campo do design, mas que nos parece adequado para a compreensão em profundidade do fenômeno. Por fim, pretendemos, ao longo da realização do doutorado, dar continuidade e aprofundamento à pesquisa mantendo a mesma perspectiva de que uma análise apurada deve ser realizada buscando compreender os fatos em relação com os movimentos e contradições do modo de produção capitalista.