

FICHA DE FORMAÇÃO

03. O VESTUÁRIO E OS CIDADÃOS, A SOCIEDADE E A CULTURA

<i>Área</i>	<i>Vestuário</i>										
<i>Nível</i>	AVANÇADO										
<i>Tópico</i>	<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td>3. Preocupações e implicações sociais e culturais</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>						3. Preocupações e implicações sociais e culturais				
	3. Preocupações e implicações sociais e culturais										
<i>Módulo</i>	<table border="1"> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td>Cidadãos como os principais agentes de mudança no Vestuário</td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td></tr> </table>						Cidadãos como os principais agentes de mudança no Vestuário				
	Cidadãos como os principais agentes de mudança no Vestuário										
Palavras-chave	Vestuário; Preocupações Sociais e Culturais; Salários justos; Fast-fashion; Direitos do trabalhador; Reutilização; Apropriação cultural										
Introdução	Com a liberalização dos mercados, as marcas de fast-fashion não têm, em regra, produção própria, embora, nos termos da lei em vigor, devam ser responsáveis pelas condições sociais da sua cadeia laboral. As marcas de moda beneficiaram de outsourcing de serviços nos países que lhes ofereciam a melhor relação qualidade-preço, diminuindo os preços de produção nas economias mais vulneráveis, excluindo-se assim de responsabilidades sobre os efeitos negativos nas										

	<p>comunidades locais. Exemplos de vantagens abusivas foram falta de proteção do trabalhador, assédio moral, físico e sexual, trabalho forçado ou infantil, e condições inseguras de trabalho. A Organização Internacional do Trabalho estima que uma grande percentagem de 170 milhões de crianças são forçadas a trabalhar para satisfazer a procura dos consumidores em todo o mundo. As fracas leis de proteção laboral nestes países é, assim, parte essencial do modelo de negócio fast-fashion, ainda uma prática comum devido ao sub orçamento e prazos exigentes impraticáveis a longo prazo, num mercado já precário e altamente competitivo.</p>
Impactos/ Benefícios	<p>O consumo mais responsável, que envolve invariavelmente a limitação ou suspensão do consumo nas lojas de fast-fashion, não responsabiliza o consumidor pela redução de salário, demissão ou qualquer outra consequência que possa advir dos trabalhadores das fábricas dessas empresas. A forma como estes profissionais são explorados deve-se única e exclusivamente à precariedade com que são empregues pelas fábricas e ao preço desastrosamente baixo que as marcas exigem para pagar as encomendas, como procedimento estratégico generalizado. As grandes marcas de fast-fashion têm o poder político para pagar valores de comércio justo. Empresas como H&M ou Inditex ganham biliões de euros em lucros líquidos anuais que têm vindo a crescer desde o início do século. O poder que o cidadão tem de contribuir para uma maior justiça social neste setor passa pela consciência política e participação cívica do indivíduo que converge na ação coletiva - como votar, fazer consulta pública, aderir a movimentos ou organizações a favor da transparência e sustentabilidade neste setor - e assim questionar diretamente empresas e produtores sobre as suas práticas. A organização e participação em eventos ou ações de formação também promovem a sensibilização para estes</p>

	<p>temas. Comportamentos coletivos têm mais impacto na mudança sistémica da indústria da Moda do que comportamentos isolados de consumo.</p>
Boas práticas	<p>No que diz respeito às boas práticas, os consumidores podem consultar, entre outras fontes, o Índice de Transparência da Moda para se informarem sobre o posicionamento das empresas no que diz respeito à transparência das suas operações.</p> <p>Campanhas como as da Fashion Revolution, nomeadamente “Quem Fez a Minha Roupas?” ou “Roupas Boas, Pagamento Justo” são boas práticas para sensibilizar e educar os cidadãos, encorajando-os a serem ativos e a pressionar marcas a serem mais transparentes nas suas práticas, com eventual objetivo de as alterar.</p> <p>Por parte das empresas, é urgente que estas mudem os seus métodos de produção e se certifiquem que as fábricas onde são produzidas as peças de vestuário cumprem as condições de trabalho exigidas, implementando práticas de proteção e utilização sustentável da água, do solo e das matérias-primas.</p> <p>Um dos maiores exemplos de más práticas foi o desastre no Rana Plaza. Em 2013, esta fábrica de roupas em Bangladesh desabou devido a problemas estruturais. Mais de 1000 pessoas morreram e mais de 2000 ficaram feridas. Este incidente chamou a atenção para as condições de trabalho que estas pessoas tinham de aceitar todos os dias, mas não foram feitas grandes alterações e no dia seguinte os trabalhadores tiveram de regressar ao trabalho.</p> <p>Outra prática ilícita comum é a apropriação cultural realizada pelas grandes empresas de moda sobre elementos étnicos, folclóricos e tradicionais de outras culturas, utilizando como próprios os elementos destas culturas. Empresas como Zara,</p>

	<p>Nike, Louis Vuitton, Carolina Herrera, Mango, Rapsodia e outras foram acusadas de usar designs indígenas do México, Porto Rico, Panamá e outros países.</p>
Desafios atuais e futuros	<p>Diante da insustentabilidade e falta de justiça social e climática para as comunidades ao longo de toda a cadeia de abastecimento da indústria da moda, a União Europeia apresenta algumas medidas para reutilizar resíduos e reduzir as emissões de carbono, mas francamente menos medidas para erradicar a escravidão moderna, da qual este setor atualmente depende.</p> <p>As propostas para as diretivas da Economia Circular visam mesmo aumentar as atividades relacionadas com a revenda e reutilização e dissociar o crescimento da exploração de recursos através da eficiência. A eficiência da produção deveria, no entanto, resultar em melhor qualidade de vida - como preconizam as atuais políticas de decrescimento - e não em aumento de lucros.</p> <p>Os desafios futuros incluem, entre outros: promover a regulamentação dos lucros e a sua distribuição mais equitativa ao longo da cadeia de fornecimento; estabelecer preços mínimos de produção por lei, a fim de garantir um sistema de trabalho justo que inclua salários decentes e permita o desenvolvimento intelectual, criativo e económico das comunidades; implementar uma profunda revolução económica, política e cultural que terá de ser alavancada por uma mudança legislativa.</p> <p>Enquanto o objetivo económico do mundo corporativo for o crescimento, a cultura será absorvida principalmente pelo consumismo, e o produto de moda é tecnicamente dependente do trabalho. A justiça social da população trabalhadora representa um desafio raramente mencionado no âmbito das políticas governamentais.</p>

<i>Língua</i>	<i>Português</i>
<i>Parceiro</i>	UA
Outras referências	https://www.researchgate.net/publication/284227534_Sustainable_clothing_Challenges_barriers_and_interventions_for_encouraging_more_sustainable_consumer_behaviour https://www.fairwear.org/stories/fair-wear-and-tiww-at-made-in-bangladesh-week https://shilpaahuja.com/cultural-appropriation-in-fashion/