

## ***Fast fashion* ou *digital fashion*: qual o futuro da indústria da moda?**

Ana C. Cravo – 29 de julho de 2021

Ao passo que a *fast fashion* é cada vez mais questionada, a *digital fashion* poderá ser um caminho para a indústria da moda, já que pode ser facilmente implementada no digital e defende a sustentabilidade no setor.

O tipo de material utilizado, a mão de obra que produz as peças e o [impacte que tem no meio ambiente](#) são alguns dos fatores que começam já a definir a tomada de decisão de muitos consumidores na hora de comprar uma peça de roupa. Isto tem vindo a pressionar a alteração de comportamento de grandes cadeias de moda ligadas à *fast fashion*, levando ao aparecimento de novas tendências, desde o lançamento de peças “*conscious*” e coleções orgânicas até à moda *on demand*, feita consoante as necessidades de cada consumidor.

Começamos por analisar a evolução da *fast fashion*. Nos últimos anos, **a moda como a conhecemos e compramos diariamente tem sido altamente criticada**, devido aos seus malefícios, desde o recurso à [mão de obra infantil](#) e a [exploração de trabalhadores](#) até ao [impacte na poluição do ambiente](#).

Como tal, à medida que o consumidor se torna mais informado e consciente, também o futuro da moda começa a mudar. Este movimento não é novo, mas começam agora a surgir novas estratégias (dignas de um episódio de *Black Mirror*), que poderão levar o sector a um novo nível, cada vez mais sustentável e tecnológico.

Falamos da *digital fashion* – termo ainda pouco conhecido ou debatido em Portugal, mas que começa a dar os seus primeiros passos além-fronteiras. **A ideia é simples: substituir o tecido por píxeis.**

Por mais estranho que possa parecer, o conceito surge com base nos avatares que vemos nos jogos, onde selecionamos roupas para os vestir e fazemo-los semelhantes a nós e aos nossos gostos. Ou seja, a *digital fashion* consiste na representação visual de roupas construídas através da tecnologia assente no *software* 3D.

Segundo a [Doha News](#), em 2019, o fenómeno já estava a surgir na Índia, com **um vestido feito de píxeis a ser vendido por 9500 dólares** (oito mil euros). A mesma notícia refere que uma em cada três mulheres considera uma peça de roupa “velha” após a usar entre uma e duas vezes, e um sexto dos jovens afirma não ter interesse em usar uma peça de roupa que já tenha sido partilhada nas redes sociais, pelo que a *digital fashion* permite a cada indivíduo ter peças de roupa únicas, sem contribuir para uma cadeia de fabrico que vá contra os seus princípios.

Segundo a [revista britânica Keisei Magazine](#), **a *digital fashion* poderá ser assim um caminho para a indústria da moda**, já que pode ser facilmente implementada no digital e defende a sustentabilidade no setor, pelo que na próxima década está prevista a implementação e crescimento desta tendência a nível mundial. Exemplo disso são marcas de luxo como a Gucci ou a Taylor Stitch que já estão a adotar algumas componentes da *digital fashion* ao processo de venda e produção das suas peças – compra e utilização de peças através de realidade aumentada e encomenda de roupas digitais antes de serem produzidas.