



*Le implicazioni sociali della fast fashion.  
Riflessioni e prospettive di sviluppo*

BENEDETTA TURCO\*, MARTINA LIPPOLIS\*\*

**Come citare / How to cite**

Turco, B. & Lippolis, M. (2025). Le implicazioni sociali della fast fashion. Riflessioni e prospettive di sviluppo. *Culture e Studi del Sociale*, 10(1), p-p.44-59

Disponibile / Retrieved <http://www.cussoc.it/index.php/journal/issue/archive>

**1. Affiliazione Autore / Authors' information**

\* Università degli studi di Roma Tre, Roma, Italia

\*\* Università degli studi di Roma Tre, Roma, Italia

**2. Contatti / Authors' contact**

\* benedetta.turco@uniroma3.it

\*\* martina.lippolis@uniroma3.it

**Articolo pubblicato online / Article first published online:** Giugno/June 2025



- Peer Reviewed Journal

INDEXED IN  
DOAJ



# *Le implicazioni sociali della fast fashion. Riflessioni e prospettive di sviluppo.*

*Benedetta Turco e Martina Lippolis*

Università degli studi di Roma Tre, Roma, Italia

benedetta.turco@uniroma3.it  
martina.lippolis@uniroma3.it

*Moda: Io sono la Moda, tua sorella.*

*Morte: Mia sorella?*

*Moda: Sì, non ti ricordi che tutte e due siamo nate dalla Caducità?*

*Morte: Che m'ho a ricordare io che sono nemica capitale della memoria.*

*Moda: Ma io me ne ricordo bene; e so che l'una e l'altra tiriamo parimente a disfare ea rimutare di continuo le cose di quaggiù, benché tu badi a questo effetto per una strada e io per un'altra.*

*Giacomo Leopardi*

*Dialogo della Moda e della Morte*

*Operette morali*

## **Abstract**

La moda ci permette di osservare le relazioni di potere, il consumo vistoso, la spettacolarizzazione di sé, i processi di imitazione e differenziazione, l'eccesso di produzione e, di conseguenza, dei suoi rifiuti, lo sfruttamento delle materie prime e della manodopera. Siamo all'interno di una realtà globale che sta affrontando le ripercussioni ambientali di quella logica del consumismo che dilaga dalla metà del secolo scorso. Oggi ci chiediamo come poter invertire la rotta e come poterlo fare nella nostra quotidianità. Forse il primo passo è prendere consapevolezza di ciò che significa l'acquisto costante di capi a basso costo. Guardiamo l'etichetta dei nostri capi e poniamoci una domanda: da dove provengono i miei vestiti? Questo articolo nasce dalle riflessioni emerse nel corso degli ultimi anni accademici in cui leponenti hanno svolto attività di ricerca e coordinamento di un gruppo di lavoro composto da studenti al 3° anno di laurea triennale in Sociologia (Roma Tre). Numerosi sono gli aspetti legati alle questioni ambientali che sono stati affrontati: la percezione e la consapevolezza delle nuove generazioni, il *greenwashing* delle aziende all'economia circolare e le politiche ambientali. Attraverso la raccolta di dati secondari e le interviste ad esperti è emerso come il sistema produttivo dell'economia lineare dovrebbe essere sostituito da un'ottica circolare, ottenendo nuove funzioni, come ad esempio con la moda ecosostenibile o all'acquisto di capi *second hand*.

Parole chiave: fast fashion, ambiente, diritti umani

Fashion allows us to observe power relations, conspicuous consumption, the spectacle of the self, the processes of imitation and differentiation, the excess of production and, consequently, of its waste, and the exploitation of raw materials and labor. We are within a global reality that is facing the environmental repercussions of the logic of consumerism that has been rampant since the middle of the last century. Today we are asking ourselves how we can reverse course and how we can do so in our daily lives. Perhaps the first step is to become aware of what the constant purchase of cheap garments means. We look at the label of our garments and ask ourselves a question: where do my clothes come from? This article stems from the reflections that emerged during the last academic years in which the

proponents carried out research and coordination of a working group composed of students in their 3rd year of a bachelor's degree in Sociology (Roma Tre). Numerous aspects related to environmental issues have been addressed: the perception and awareness of new generations, corporate *greenwashing*, circular economy and environmental policies. Through the collection of secondary data and interviews with experts, it emerged how the production system of the linear economy should be replaced by a circular perspective, obtaining new functions, such as with eco-sustainable fashion or to the purchase of *second hand* clothes.

Keywords: Fast fashion, Environment, Human rights

## Introduzione

Con il presente articolo si ha l'obiettivo di analizzare la moda come fenomeno sociale, ovvero un sistema di significati culturali e socio-economici, e non come una semplice attività umana connessa all'estetica, al piacevole, alla vanità.

La moda è un fenomeno complesso e trasversale, tuttavia, lo si può iniziare a comprendere a partire dall'origine del suo nome latino *modus*, ossia *modus hodiernus*. È la moda dell'oggi dove tutto è presente ma, al tempo stesso, si dissolve sempre più velocemente tanto che quando si cerca di definirla è già nel passato.

Molti intellettuali e studiosi hanno cercato, nei secoli, di dare un senso alla moda: a partire da Bernard de Mandeville in *La favola delle api* (1732) a Immanuel Kant in *Antropologia pragmatica* (1798) con una prospettiva filosofica ma anche Gabriel Tarde in *Le leggi dell'imitazione* (1890) a George Simmel in *La Moda* (1910) con un approccio sociologico che arriva fino alle analisi e alle osservazioni dei sociologi contemporanei (Barthes, 1967; Blumer, 1969; Lipovetsky, 1989; Daher, 2010; Calefato, 2021 e al.).

In questo lavoro si propone uno studio sulla moda che si interseca con altre due questioni complesse e che da decenni caratterizzano l'ambito di studi della ricerca sociale: diritti umani e ambiente. Sono tre ambiti interconnessi e che si alimentano reciprocamente. Per poter analizzare ciò si è scelto come oggetto di studio la *fast fashion*, un fenomeno socio-culturale che nasce da una realtà sociale sempre più veloce, individualizzata e globalizzata. È una moda "usa e getta" che si rivolge a molti con la sua capacità di individuare il cambiamento delle tendenze culturali ma che resta poco attenta alle ripercussioni su un piano ambientale e dei diritti umani.

Per poterla osservare si è scelto di svolgere un'attività di ricerca-azione che ha coinvolto un gruppo di 16 studenti iscritti al terzo anno del Corso di laurea in Sociologia e Servizio Sociale nel Dipartimento di Scienze della Formazione di Roma Tre a partire dal 2020. I dati raccolti fino ad oggi (interviste ad esperti e dati di seconda mano) sono stati analizzati con il software di *Computer Assisted Qualitative Data Analysis, NVivo*, un programma scelto per il lavoro di esplorazione e codifica dei dati qualitativi.

È un lavoro di ricerca che non presenta una risposta risolutiva alla questione e alle implicazioni della *fast fashion* ma, dando voce alle riflessioni di chi pone la propria attenzione sul tema, cerca di mantenere aperta una realtà sulla quale la sociologia dovrebbe continuare a porre la propria attenzione.

## Prospettive sulla moda come fenomeno sociale

Lo studio sociologico della moda ci permette di contestualizzare un fenomeno, solo apparentemente effimero, all'interno dei cambiamenti sociali, culturali ed economici che segnano la realtà sociale odierna. È un concetto che, già dalle

riflessioni di Bernard de Mandeville in *La favola delle api* (1732), fuoriesce, man mano, dalla dimensione vestimentaria diventando parte integrante di una complessità sociale potenziata dalla mediazione di massa e dalla digitalizzazione (Geczy e Karaminas, 2019).

La moda ha rappresentato, e rappresenta tuttora, lo specchio della società posta sotto la lente di ingrandimento dello studioso sociale che osserva. Gli abiti e gli accessori sono il modo in cui entriamo in relazione con gli altri e la realtà globale, sono “una forma di progettazione, di simulazione del mondo, valida per la società e per l’individuo, che si realizza in segni e oggetti attraverso cui il corpo si situa temporalmente e spazialmente nel suo ambiente circostante” (Calefato, 2021 p.18).

Nei differenti momenti storici e nelle diverse comunità e società, l’essere umano ha sempre avuto un particolare rapporto con il vestiario, un rapporto regolato da una razionalità individuale e sociale che si cristallizza in oggetti e modi di apparire. La moda, difatti, “non è [semplicemente] un intreccio di tessuti, ma di significati” (Barthes, 1967), è una forma di comunicazione (Codeluppi, 2007; Bovone, 2014).

Tra i primi riferimenti al fenomeno, ad esempio, il pensiero di de Mandeville ci conduce ad un concetto di moda, affiancato al lusso, che non può essere definito in modo assoluto e universale ma deve essere relativizzato in base alla situazione in cui ogni singolo individuo vive. È un sistema che permette l’arricchimento delle nazioni poiché genera arte e alimenta le industrie producendo maggiori possibilità di lavoro. Tuttavia, la moda e il lusso non sono solo i promotori del commercio ma, anche i promotori di alcuni vizi che causano una eccessiva produzione (de Mandeville, 1987). Jean Jacques Rousseau riflette proprio su questi vizi, sulle conseguenze della moda, sulla dipendenza sociale che ne scaturisce a seguito del giudizio dell’altro su di sé. Dopo un’analisi personale scritta ne *Le confessioni* (pubblicazione postuma: 1782-1789), Rousseau offre il suo contributo teorico nell’opera *Emilio o dell’educazione* (1762) nella quale afferma che la moda impone una educazione negativa basata sull’eccesso e sull’apparenza, alimentate dalla vanità del rango, dal pregiudizio e non dall’essenza e dalle peculiarità della singola persona. Anche Immanuel Kant, in *Antropologia pragmatica* (1798), giudica severamente la moda basata su un tentativo di imitazione di chi è al di sopra di noi. Tale riproduzione dell’altro è per Kant folle, in quanto si manifesta nella passività e nel lasciarsi condurre, ma è anche una forma di vanità, poiché utile ad incrementare solo la propria esterioresità.

La sociologia dà il suo ampio contributo allo studio della moda a partire dalla fine del XIX Secolo mediante le osservazioni empiriche di George Simmel, Herbert Spencer, Gabriel Tarde, Thorstein Veblen e altri, fino a giungere ai sociologi contemporanei del XXI Secolo.

Attraverso i primi studi sociologici del fenomeno in esame è possibile comprendere come, alla fine dell’Ottocento, la moda non è più un tentativo di imitazione della classe agiata ma, al contrario, perché si affermi necessita, secondo George Simmel, della classe media. Nel suo saggio *La Moda* (1910), la definisce come “una struttura complessa in cui sono rappresentate tutte le fondamentali tendenze opposte dall’anima” (Simmel, 1985, p.48). In essa, infatti, risiedono due elementi che costituiscono il binomio imitazione-distinzione e che accrescono la vita sociale. Tale contrapposizione permette all’individuo da un lato, mediante l’imitazione – un modello dato – di tentare di liberarsi dal tormento della scelta (Sartre 1980) per seguire quelle del gruppo e soddisfare un desiderio di coesione, dall’altro lato, la distinzione, enfatizzando il bisogno di differenziazione, distinguendosi dalla generalità. Pertanto, la moda, unendo in sé molteplicità e individualità, ha la funzione sociale di aiutare il singolo nella ricerca della propria

identità (Daher, 2010). Anche Gabriel Tarde, nel suo saggio *Le leggi dell'imitazione* (1890), ritrova nella moda la possibilità di favorire sia una maggiore uguaglianza che l'affermarsi del proprio individualismo. La società, a suo avviso, è un'imitazione che genera la stabilità (si veda anche *L'opinion et la foule* 1901 e *La psychologie économique* 1902) ma anche il sonnambulismo (si veda anche Tognonato 2018), l'illusione di pensare in un modo passivo attraverso gli altri che, al tempo stesso, può oscillare verso la libertà e la razionalità incrementate dal diffondersi di modelli sempre nuovi. Tale diffusione imitativa si propaga, secondo Tarde, dall'interno verso l'esterno, ovvero quando una classe simula il modo di agire di un'altra appropriandosi dei sentimenti e dei bisogni di quest'ultima. Ma non solo. L'imitazione può procedere anche dall'alto verso il basso (modello *trickle down* simmeliano, oggi forse superato dal diffondersi degli stili sub-culturali) dove le persone “che si è portati ad imitare sono in effetti quelle a cui si obbedisce più facilmente” (Tarde, 1976, p.217).

Su una moda intrinsecamente imitativa riflette anche Herbert Spencer che la ritiene un fenomeno irrazionale e guidato dalla folle vanità del singolo individuo. In *Principi di sociologia* (1877-1896), Spencer riconosce la moda come un fenomeno sociale la quale, verso la fine dell'Ottocento, si presenta come una forma di controllo sociale, un regime analogo “al governo costituzionale, come forma di regime politico; perché l'una e l'altra consistono in un compromesso tra la coalizione governativa e la libertà individuale” (Spencer, 1967, p.1047). Negli stessi anni, Thorstein Veblen (1899) fa un'analisi della società affermando che la moda prende forma dalla classe economicamente agiata dotata di beni di consumo costosi e da un “consumo vistoso”, ostentazione della propria ricchezza mediante l'acquisto costante di nuovi capi, che anche la classe media desidera e adotta per soddisfare la crescita di una mobilità sociale. La moda, così, si diffonde rapidamente tra i più “diventando man mano consumo di massa di prodotti che sono imitazioni poco costose” (Baldini 2008, p.227).

Alcuni autori contemporanei, invece, si allontanano dal filone sociologico che sottolinea come nella moda convergano esigenze di differenziazione individuale e di uguaglianza sociale, sostenendo che tale fenomeno è una risposta al desiderio di essere al passo con il cambiamento e con i nuovi gusti che emergono. Per Herbert Blumer (1969), ad esempio, la moda è guidata proprio da quest'ultimo, dal gusto che ogni singolo individuo possiede in quanto consumatore e dalla capacità dello stilista di interpretarlo e anticiparlo nelle masse. È da qui, dal basso, che ha inizio il processo di costruzione e di diffusione della moda (*trickle-up*). Mediante la teoria dell'interazionismo simbolico, Blumer riscontra la funzione di socializzazione nella moda che avviene sia su un piano individuale che collettivo in quanto può contribuire all'adattamento verso una società post-industriale sempre in rapido mutamento. Quindi, a differenza dei classici, il meccanismo della moda deriva dal desiderio di essere alla moda e di manifestare la propria appartenenza alla modernità attraverso la ricerca estetica (Blumer, 1969).

D'altro canto, Gilles Lipovetsky segna un punto di svolta negli studi sulla moda in quanto mette in evidenza l'aspetto riflessivo dell'essere umano – non più considerato un consumatore passivo – che riconosce ed esprime la pressione sociale subita. Con le sue riflessioni scritte ne *L'impero dell'effimero* (1989), sostiene che la moda ha imposto socialmente i suoi criteri del rinnovamento frenetico e della diversificazione dei modelli portando ad una logica economica che allontana con facilità qualunque ideale di durata, incrementando lo sviluppo dell'effimero (Lipovetsky, 1989). Ciò mette in evidenza come il singolo individuo tenda verso la continua ricerca della novità (Segre Reinach, 2010), condizione a cui siamo

fortemente sottoposti a seguito del progresso tecnologico e dei *social media*, espressione della società contemporanea, che alimenta il desiderio di assomigliare a chi riteniamo superiori per posizione o notorietà.

Ma qual è una delle conseguenze nel cercare di raggiungere un ideale estetico in un sistema globale sempre più veloce e in continuo cambiamento? Quali ripercussioni potrebbero emergere per gli operai costretti a sottostare a ritmi incessanti imposti dalla produzione di una moda immediata? Gli squilibri ambientali potrebbero essere un fattore diretto di una modernità caratterizzata dalla logica persistente della razionalità economica?

### **La fast fashion come oggetto di studio**

A cavallo tra l'Ottocento e il Novecento, Gabriel Tarde anticipa una riflessione fortemente attuale che ci ricorda come, nelle realtà in cui la moda è così mutevole in un arco temporale ravvicinato, "l'industria guarda alla quantità, [e] non alla solidità dei prodotti" (1976 p.353).

Tale fenomeno ci rimanda, a distanza di un secolo, alla crescente espansione della produzione nel settore dell'abbigliamento che ha portato all'abbattimento delle barriere dei mercati nazionali permettendo il diffondersi di pratiche di delocalizzazione delle imprese occidentali in aree vantaggiose. In queste zone, che conosciamo come i Paesi in via di sviluppo, le periferie del sistema-mondo (Wallerstein, 2013), l'industria della moda si è dimostrata un *business* feroce che ha messo in evidenza un mercato del lavoro basato su una manodopera sfruttata e abusata e sul limitato controllo sia della sicurezza sul lavoro sia dell'utilizzo di sostanze chimiche dannose per la persona e l'ambiente<sup>1</sup>. Siamo di fronte ad un perenne sfruttamento delle risorse naturali e dell'essere umano dove l'economia continua ad essere la protagonista delle decisioni mondiali e individuali. Ci si sente costretti ad accettare determinate condizioni di lavoro anche nella consapevolezza che ledono ogni forma dei diritti umani, una dinamica ampiamente accettata che finisce per generare un mercato a basso costo. È il gioco della delocalizzazione che ha interrotto le relazioni tra industria e territorio incrementando vertiginosamente le disuguaglianze.

Il consumatore, inserito in una società dove vige la logica della razionalità economica, cerca la convenienza di una merce dal prezzo conveniente e, spesso, non si ferma a chiedersi il perché sia così a buon mercato, oppure, da dove arriva quel capo di abbigliamento e in che condizioni lavorative è stato prodotto. La schiavitù moderna (Bales, 2002) esiste e la ritroviamo nei principali Paesi in cui molte realtà della moda producono i propri prodotti, come Bangladesh, India, Cina, Vietnam e Turchia.

Un episodio che ha sollevato il velo su questa realtà è quanto accaduto proprio in Bangladesh, esattamente dieci anni fa, il 24 aprile 2013. Dopo 245 incendi, scoppiati dal 2006 al 2013, che hanno coinvolto l'industria tessile, il caso più devastante, ormai simbolo della schiavitù moderna, è il *Rana Plaza*: una fabbrica vicino Dacca, costruita e resa operativa malgrado le condizioni non soddisfacenti, è crollata uccidendo 1138 lavoratori, e ferendone oltre 2000, dai salari più bassi al mondo, senza aver garantite le condizioni di sicurezza o un sindacato che li

---

<sup>1</sup> Per approfondimenti si consiglia di fare riferimento ai Report presenti nei siti di:

- Worker Rights Consortium (<https://www.workersrights.org/our-work/research-reports/>)

- Abiti Puliti (<https://www.abitipuliti.org/>)

rappresentasse e impedisse loro l'accesso anche se minacciati di perdere un mese di stipendio<sup>2</sup>.

Questo è un caso emblematico che rappresenta i possibili rischi di una produzione eccessiva basata sullo sfruttamento dell'umano. Nel mondo del mercato si parla con distacco e indifferenza di *low cost* ma, in verità, la *fast fashion* genera schiavitù, in quanto dietro al nostro piacere di acquistare ad un prezzo conveniente si nasconde lo sfruttamento di altri esseri umani che vivono già in uno stato di povertà.

Non è semplice individuare dove e quando è nata la *fast fashion*, ma sappiamo che la sua genesi ha inizio dall'imitazione del *prêt-à-porter*, più comunemente conosciuta come l'acquisto di capi da bancarella e privi di un marchio riconosciuto per poi trasformarsi in una moda firmata e nelle mani di poche aziende (Segre Reinach 2010). È un fenomeno socio-culturale che nasce dalla società odierna sempre più veloce, individualizzata e globalizzata (Giddens, 1994; Beck, 2000; Bauman 2002; Touraine, 2019). Siamo all'interno di un ambiente iperattivo a seguito delle molteplici scelte e possibilità di cui si dispone portandoci, però, a vivere, allo stesso tempo, una riduzione delle certezze e dei legami sociali. Tutto sembra essere provvisorio, transitorio, vario e ciò alimenta quel desiderio ontologico inappagabile di colmare la penuria, la scarsità, la mancanza (Sartre, 1977; Tognonato, 2018) che sentiamo in una realtà definita dal momento fugace.

Per riempire questo vuoto, che alimenta continuamente la pubblicità, il singolo acquista indistintamente, e anche contemporaneamente, i capi di abbigliamento alla moda sia nei negozi dei *brand* che al mercatino, all'*outlet*, alla bottega vintage e, negli ultimi anni, soprattutto negli *store* online. Quindi la moda è passata dall'essere una questione di marca e lusso ad una questione di *low cost* (Rizzo 2010). È qui che entra in gioco la *fast fashion* come sinonimo di una moda alla portata economica di tutti, dove la produzione è diventata flessibile in quanto si adatta al quantitativo di richieste effettuate dai consumatori e, pertanto, si allontana drasticamente dal quantitativo dell'offerta (Sull e Turconi, 2008). Ciò sta a significare un continuo aumento, o forse dovremmo dire sfruttamento, della richiesta di materie prime e di manodopera dato da un livello sempre insufficiente delle scorte di capi. Nasce l'esigenza di un nuovo abbigliamento a scadenze ravvicinate (Caro e Martínez de Albéniz, 2009), dove la stagionalità è sostituita dalle molteplici uscite mensili e la specificità data dalla firma dello stilista è sostituita dall'anonimato che asseconda la cultura globale.

La *fast fashion*, quindi, è una moda "usa e getta" che si rivolge al più vasto pubblico possibile, senza fare distinzioni di generazioni, di classe e di generi, capace di individuare il perenne mutamento delle tendenze culturali (Cappellari 2011) ma con non poche ripercussioni su un piano ambientale e dei diritti umani.

### La ricerca e l'approccio metodologico

La *fast fashion* è un oggetto di studio specifico ma al tempo stesso trasversale a molteplici tematiche. Ciò che andremo ad analizzare nelle seguenti pagine è frutto di un progetto di ricerca che intende osservare la complessità che troviamo nelle azioni e nelle scelte quotidiane.

Le autrici del presente saggio hanno svolto un'attività di coordinamento di un progetto di ricerca-azione (Lewin, 1946) che ha coinvolto con un approccio qualitativo alla questione ambientale, negli anni accademici 2020-2021 e 2021-2022, un gruppo di 16 studenti iscritti al terzo anno del Corso di laurea in Sociologia e

---

<sup>2</sup> <https://www.abitipuliti.org/azioni-urgenti/rana-plaza-10-anni-dopo/> (ultima consultazione: 21 aprile 2023).

Servizio Sociale nel Dipartimento di Scienze della Formazione di Roma Tre. Dal mese di dicembre 2022 (nell'anno accademico in corso, 2022-2023) è stato avviato un nuovo progetto di tirocinio interno (previsto dal Piano di studi), che attualmente vede 12 studenti-ricercatori lavorare sulla definizione di nuove aree tematiche di ricerca relative alla crisi ambientale. La scelta di indagare tale ambito deriva dalla convinzione, condivisa con tutti i membri del gruppo di ricerca, che l'essere umano sia immerso nel mondo (Heidegger, 1927) e che la sua relazione con l'ambiente sia ormai divenuta sempre più insostenibile. La crisi climatica ha raggiunto un livello che non ha precedenti nella storia. La questione ecologica riveste un'importanza, che forse oggi più che mai, risulta essere socialmente percepita. Tra le sue caratteristiche principali ne citiamo la trasversalità, complessità e universalità del problema.

Da un punto di vista metodologico è stato scelto il paradigma interpretativo (Corbetta, 1999) tipico dell'approccio qualitativo, in quanto l'oggetto di studio della disciplina delle scienze sociali è proprio l'essere umano. Nel contesto di ricerca presentato, infatti, gli studenti-tirocinanti hanno rappresentato i nostri *soggetti-oggetti* dell'indagine in linea con quanto precedentemente espresso rispetto al ruolo del ricercatore, che non è esterno ma fa parte esso stesso dell'indagine, essendo anch'egli un ricercato. Il coinvolgimento della soggettività del ricercatore è, difatti, inevitabile e la scelta metodologica che adotta è una diretta conseguenza della lente attraverso la quale si assume la responsabilità di osservare e studiare il fenomeno indagato.

La chiave di lettura di riferimento, sia per il percorso teorico che metodologico, è la categoria dell'universale-singolare (Sartre, 1964) che, secondo la prospettiva della sociologia esistenziale, ci consente di comprendere i fenomeni sociali nella loro complessità, mettendoci di fronte all'indissolubilità tra concetti. Tale categoria ci permette di presentare l'oggetto di studio, la questione ambientale, per la sua caratteristica intrinseca: è un problema singolare e al tempo stesso universale, sul quale si possono raccogliere le convergenze indispensabili di cui necessitiamo (Tognonato, 2022).

Le riflessioni che hanno portato alla stesura di questo contributo sono frutto dei risultati dell'indagine del biennio 2020-2022, che ha visto come *soggetti-oggetti* della ricerca, 8 studenti il primo anno accademico e 8 il secondo.

Il primo gruppo di ricerca ha focalizzato l'attenzione su questioni relative a:

- la percezione, consapevolezza e risposta delle nuove generazioni di fronte alla crisi climatica;
- il *greenwashing* come ecologismo di facciata da parte delle grandi aziende.

Il secondo gruppo ha invece contrapposto il punto di vista micro al macro, dedicandosi rispettivamente a:

- il riciclo come forma di risposta individuale, che si riflette nella forma economica pensata per potersi autorigenerare e garantire la sua ecosostenibilità: l'economia circolare;
- lo studio delle politiche ambientali (che comprende l'analisi delle azioni ed interventi di controllo, regolamentazione e sussidio da parte delle organizzazioni internazionali e nazionali, e lo studio dei progetti di cooperazione su temi d'interesse collettivo e globale).

Trattandosi di un percorso di ricerca-azione, si intende focalizzare l'attenzione sulla consapevolezza ecologica e sul coinvolgimento che i *soggetti-oggetti* di indagine hanno ottenuto grazie al lavoro svolto che è andato oltre alla formazione di carattere metodologico prevista dal tirocinio universitario.

Per entrambi gli anni accademici, la struttura della ricerca ha previsto incontri settimanali *online*, opportunamente registrati e caricati, per poter essere utilizzati come materiali di ricerca, sulla cartella condivisa *OneDrive*. Tali incontri si sono incentrati sul confronto e discussione sulle letture, sulla definizione delle tematiche oggetto di studio, sulla progettazione, metodologia della ricerca sociale e programmazione della ricerca sul campo.

Tra le attività richieste inizialmente vi è stata la scelta delle tematiche da approfondire, con conseguente analisi della letteratura di riferimento. Durante la fase di ricerca bibliografica, i diversi libri e articoli scientifici sono stati messi in comune attraverso la condivisione di schede di lettura, elaborate dagli studenti, nella cartella condivisa e a disposizione di tutti i membri del gruppo.

Una volta effettuato lo stato dell'arte sulle tematiche indagate, i gruppi hanno lavorato sulla stesura del progetto di ricerca, riportando, con rigore metodologico, tutte le fasi di lavoro:

- analisi della letteratura di riferimento
- stesura del progetto
- programmazione e realizzazione della ricerca sul campo
- analisi delle interviste
- stesura del report finale.

Gli interlocutori coinvolti<sup>33</sup> nelle interviste qualitative, sulla base di un campionamento a scelta ragionata, sono stati 21. Sono state condotte 17 interviste qualitative e un'osservazione partecipante durante un'attività promossa da un'associazione che organizza percorsi formativi alternativi, basati sull'esperienza *outdoor*, che, grazie all'educazione all'aperto, si concentrano sulla socializzazione, consapevolezza e rispetto dell'ambiente.

Le implicazioni sociali della *fast fashion*, oggetto di studio presentato in questo breve saggio, sono emerse a partire dalle diverse tematiche affrontate. Le ritroviamo, infatti, trasversalmente in tutte e quattro le declinazioni che abbiamo dato alla questione ambientale: l'importanza della moda, e ciò che essa rappresenta all'interno del contesto globale, attraverso la consapevolezza del problema ambientale, il tema del *greenwashing*, l'economia circolare e, a livello macro, le politiche ambientali.

## L'analisi dei dati

Per studiare la *fast fashion* come fenomeno sociale, e focalizzare l'attenzione sulle sue implicazioni e ripercussioni a livello ambientale, sono stati presi in considerazione i dati raccolti nel corso dei due anni di ricerca-azione (interviste ad esperti) unitamente a dati secondari consultati. Si aggiunge, a questi materiali, un'intervista condotta dalle autrici ad una testimone privilegiata: la sociologa Anna Maria Curcio, da anni studiosa ed esperta della moda nelle prospettive sociali e presidente dell'Associazione *Osservatorio sui fenomeni di moda*.

I dati raccolti si possono stratificare su quattro livelli:

---

<sup>3</sup> Gli intervistati sono docenti universitari, un ricercatore dell'ISPRA, il Direttore della Fondazione Finanza Etica, un ex Presidente del WWF Lazio, una cofondatrice dell'associazione *Tortuga Lazio*, una portavoce ufficiale di *Fridays for Future*, una consulente manageriale e *digital marketing specialist*, un direttore *global business development & center* esperto di Economia Circolare; una realtà vincitrice del bando Innovazione Culturale di Fondazione *Cariplo* e al lavoro nella intersezione tra *gaming* e cultura; due associazioni di Protezione Ambientale riconosciute dal Ministero dell'Ambiente; un giornalista, *influencer* e *content creator*, vincitore del premio *Top Green Influencer* per la mobilità sostenibile; una lavoratrice nel settore della raccolta differenziata e un'associazione di promozione sociale che si occupa di educazione.

- La ricerca-azione degli studenti tirocinanti, i risultati raggiunti, il materiale raccolto, i dati aggiornati rispetto all'analisi della letteratura e le interviste rivolte agli esperti e associazioni;
- Gli elaborati riassuntivi della loro esperienza, in quanto sintesi di scienza e coscienza, e la loro autoriflessione metodologica (i *memo*<sup>4</sup> dei ricercatori-ricercati);
- La sintesi complessiva del coordinamento di tutto il materiale acquisito insieme all'esperienza dei giovani ricercatori e il loro coinvolgimento;
- La focalizzazione, a seguito dell'analisi di dati secondari e dell'intervista all'esperta sul fenomeno modale, oggetto specifico di questo studio.

L'analisi dei materiali di ricerca è avvenuta mediante l'ausilio del software di *Computer Assisted Qualitative Data Analysis, NVivo*; tale programma è stato scelto per la sua flessibilità ed efficienza nel lavoro di esplorazione e codifica dei dati qualitativi. Il software *NVivo*, acronimo di *Nud\*IstVivo*, (*Non-numerical Unstructured Data\* Indexing Searching and Theorizing Vivo*) è ideato da Tom e Lyn Richards, due studiosi della Trobe University (Melbourne), nel 1981. Si tratta di uno strumento creato come risposta alla richiesta di analizzare e codificare la grande raccolta di materiali profondamente eterogenei, non strutturati e non numerici che caratterizzano la ricerca qualitativa. Con *NVivo* si vuole esplorare, categorizzare e teorizzare a partire dalle interviste e dalle note dei ricercatori ma anche da documentazione multimediale di vario genere.

Possiamo inoltre considerare *NVivo* come un supporto metodologico che può affiancare il ricercatore indipendentemente dalla modalità in cui decide di osservare e studiare un fenomeno sociale. Che si tratti di *Grounded Theory*, di storie di vita, di rendiconti etnografici o di studio di casi ecc., ogni approccio qualitativo può essere integrato dalla codifica e dall'analisi di tale programma.

Il software, in qualità di strumento, si presta a molteplici possibilità e approcci di utilizzo. Tra le sue principali caratteristiche si riporta:

- la gestione e archiviazione dei dati raccolti;
- la selezione di frammenti testuali e multimediali;
- la creazione di annotazioni;
- l'organizzazione e la connessione tra diverse codifiche;
- la visualizzazione grafica e la produzione di report di ricerca.

Seguendo la prospettiva della sociologia esistenziale, possiamo considerare questo software un *pratico-inerte*<sup>5</sup>, che necessita, cioè, dell'agire attivo del ricercatore per raggiungere gli obiettivi della ricerca. Si tratta, infatti, di una creazione umana che esprime la sua finalità e offre degli imperativi predefiniti. Il rischio dei ricercatori che lo utilizzano è quello di assecondare questo strumento perché possiede funzionalità che in un primo impatto possono sembrare predefinite. La competenza analitica del sociologo, in grado di interpretare la complessità della realtà sociale e del fenomeno indagato, risulta insostituibile (Lippolis, 2020; Turco, 2023).

Di tutti i materiali raccolti nel corso della ricerca empirica sulle questioni

---

<sup>4</sup> Il *memo* è uno strumento riflessivo utile ai ricercatori per annotare appunti e osservazioni. Gli studenti ricercatori hanno elaborato *memo* strutturati, a livello individuale, che hanno costituito le loro relazioni finali di progetto.

<sup>5</sup> Il *pratico-inerte*, categoria ripresa dalla dialettica esistenziale di Jean-Paul Sartre, vuole rappresentare la tensione tra l'agire e le diverse forme di resistenza della materia.

ambientali, si riportano quelli che, a seguito di una ricerca testuale (denominata *Text Search Query* nel linguaggio del programma *NVivo*) hanno tra le parole citate, *fast fashion*:

1. Trascrizione intervista *Tortuga*
2. Trascrizione intervista *digital marketing specialist*
3. Trascrizione intervista *Fridays for Future*
4. Trascrizione intervista prof.ssa Curcio
5. Trascrizione intervista *Asilo nel Bosco*
6. Trascrizione esperto *ISPRA*
7. Trascrizione *Wabi-Sabi*, pagina Instagram di *second hand*
8. Relazione di gruppo giovani ricercatori (A.C. e colleghi)
9. Relazione giovane ricercatrice (E.T.P.)
10. Relazione giovane ricercatore (A.S.)
11. Scheda di lettura sulla nuova fast fashion di *Temu*
12. Scheda di lettura sull'articolo di *Greenpeace* sul *modello di business insostenibile di Shein, basato su sostanze chimiche pericolose e devastazione ambientale*

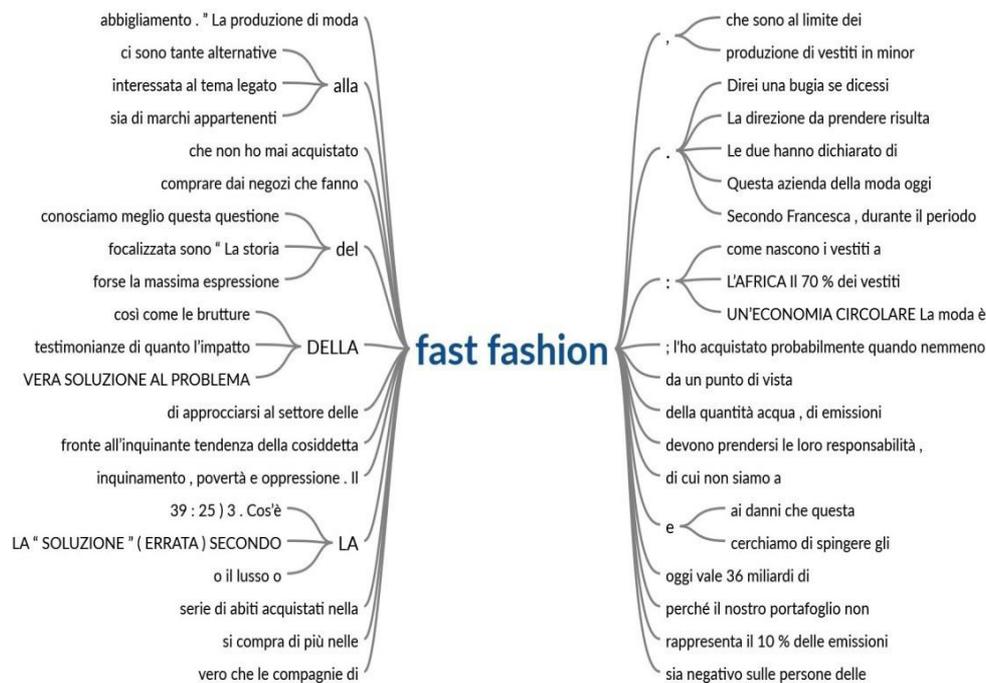


Figura 1. *word tree*, risultato della ricerca testuale sulla *fast fashion*

La figura 1 (denominata *word tree*) rappresenta graficamente il risultato della *Text Search Query* all'interno dei materiali di ricerca. Si parla di *fast fashion* in 87 contesti (*referenze* nel linguaggio di *NVivo*) nei 12 documenti sopracitati, costituiti da trascrizioni di interviste, relazioni e schede di lettura elaborate dagli studenti-ricercatori.

Effettuando una nuova interrogazione sui dati (*Word Frequency Query*), utilizzando come base di analisi il risultato della ricerca testuale, per riportare le parole più frequenti che sono state pronunciate dagli esperti intervistati, coinvolti nell'ambito della ricerca sul campo, si riporta un grafico alquanto eloquente, che ben



Restando sulla scia dell'importanza della consapevolezza, dall'intervista alla *digital marketing specialist* emerge un'attenzione particolare rivolta all'aspetto valoriale che si cela dietro l'acquisto di capi di abbigliamento.

Ovviamente, come tutti, non posso dire che conduco una vita che è all'insegna della sostenibilità e della circolarità perché fondamentalmente è impossibile. Tutti abbiamo anche una serie di abiti acquistati nella *fast fashion*. Direi una bugia se dicessi che non ho mai acquistato *fast fashion*; l'ho acquistato probabilmente quando nemmeno sapevo cosa fosse ma poi, a volte, ho anche continuato ad acquistare. Però adesso forse lo vivo con una consapevolezza diversa e maggior rispetto nei confronti di quello che ho; c'è anche un maggiore rispetto perché riconosco maggiormente il valore di quello che compro o che mi viene donato o magari pongo un'attenzione maggiore rispetto a quello che è il prodotto.

La sociologa, intervistata dalle autrici del presente contributo, esperta del fenomeno moda critica la *fast fashion* considerando centrale le sue ripercussioni sul lavoro, ma anche in vista "dell'impronta di una nuova moda e nuovo costume". La studiosa ritiene rilevante porre l'accento sulla velocità, che "altera e mercifica gli aspetti legati ai diritti umani".

Anche la portavoce del movimento *Fridays for Future* mette in risalto l'aspetto relativo al mancato rispetto dei diritti umani dei dipendenti nel settore della *fast fashion*, insieme all'origine della questione: la delocalizzazione delle industrietessili nei paesi del Sud del mondo.

Gli scienziati hanno sempre detto questo: chi non ha avuto modo di avere lo stile di vita dei Paesi già sviluppati non può avere lo stesso ruolo di chi ha sporcato sulle spalle degli altri. Il Nord del mondo deve fare il passo più grande. Il grosso problema di Cina e India è il calcolo di emissioni prodotte, ma i prodotti sono consumati altrove. La *carbon footprint* del cinese medio, però, non è elevata, perché la maggior parte delle cose prodotte dal cinese o indiano medio "me le pappo io" come europeo, così come le brutture della *fast fashion*, che sono al limite dei diritti umani.

La testimonianza della cofondatrice di *Asilo nel Bosco*, un'associazione di promozione sociale che si occupa di educazione, risulta interessante se si considera l'aspetto della condivisione tra bambini e genitori come forma di contrasto alla *fast fashion*: "la nostra comunità è diventata una specie di bolla in cui ci scambiamo di tutto, dai vestiti dei bambini alle competenze. C'è uno scambio continuo e l'utopia è arrivare ad una specie di auto-sostenibilità assoluta".

Nel corso della ricerca sul campo abbiamo avuto l'opportunità di intervistare anche un ricercatore esperto ed ex componente del Consiglio Scientifico presso l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA), il quale ha espresso l'importanza della formazione sulle questioni ambientali:

ci sono degli studi molto molto importanti, in alcuni casi anche i prodotti dall'UNEP (*UN Environment Programme*) che di recente ha fatto delle campagne molto vigorose per sensibilizzare i cittadini rispetto all'impronta ecologica dei vestiti: questa *fast-fashion*, l'uso dei vestiti. L'accumulo in casa di roba che poi non metteremo mai, oppure la sensibilità rispetto alla provenienza dei materiali, il modo in cui sono stati trattati i prodotti, gli aspetti etici associati. Quindi, insomma, io sono molto convinto che le scelte individuali sono importanti e che queste scelte dipendono molto dall'educazione e dalla formazione.

La giovane ricercatrice che, all'interno dello studio sull'economia circolare, si è interessata in modo particolare alle implicazioni sociali della *fast fashion*, si

concentra, nel corso dell'analisi specifica della questione, sull'impronta ecologica riportando i dati sull'inquinamento prodotto da tale fenomeno.

Il *fast fashion* oggi vale 36 miliardi di dollari e ci si aspetta che nei prossimi decenni non farà altro che crescere. *Shein*, marchio che nasce nel 2008, è forse la massima espressione del *fast fashion*. Questa azienda della moda oggi produce un articolo dopo appena tre giorni l'identificazione di una nuova tendenza. La produzione di moda *fast fashion* rappresenta il 10% delle emissioni di carbonio a livello mondiale, incrementa la quantità di rifiuti in quanto l'85% dei tessuti va in discarica ogni anno e rilascia 500.000 tonnellate annui di microfibre negli oceani durante il lavaggio dei vestiti. Persino il prodotto finito ha un gravissimo impatto ambientale. Infatti, nella fase del lavaggio, le fibre sintetiche rilasciano delle microfibre di materiale plastico che compromettono l'equilibrio dell'ecosistema marino e del nostro ciclo biologico, incidendo sugli alimenti che ingeriamo. Il 35% di tutte le microplastiche trovate negli oceani provengono dal riciclaggio di tessuti sintetici come il poliestere, una plastica presente in circa il 60% degli indumenti e che non si decompone.

Proseguendo con le riflessioni della tirocinante (E.T.P.), si pone un *focus* su quella che viene definita una "soluzione" (errata) secondo la *fast fashion*: l'Africa.

Il 70% dei vestiti che doniamo o buttiamo vengono spediti in Africa per essere rivenduti nei mercatini locali. Donare gli abiti usati è un gesto di per sé positivo, ma spesso crea nel consumatore una sorta di alibi: non lo rende più consapevole, ma lo incentiva a fare ulteriori acquisti. L'usato alimenta il mercato del *second hand*, ma il primo dilemma è capire se gli indumenti possono avere una seconda possibilità con il riuso. Gli articoli buttati che una qualità migliore rimangono in Italia o nei paesi europei, mentre quelli di seconda scelta per il 99% vanno tutti in Africa. L'abbigliamento di seconda mano o di seconda qualità significa che è ancora utilizzabile, che ha una sua dignità, ma presenta piccoli difetti.

L'Africa diventa una discarica di tutti i paesi occidentali e ciò alimenta il mercato del *second hand*. La mancanza di un'industria locale in grado di gestire queste quantità enormi di rifiuti non permette di utilizzare al meglio questi materiali. Ogni anno in Ghana, stato dell'Africa occidentale, arrivano

130.000 tonnellate di abbigliamento che sono circa 780 milioni di capi. Ognisettimana al mercato centrale di Kantamanto, che si trova nella capitale di Accra, arrivano 15 milioni di capi.

Ciò che emerge chiaramente e nel complesso è come il sistema produttivo dell'economia lineare dovrebbe essere sostituito da un'ottica circolare, anche nel settore della moda, e che consideri sin dall'inizio della produzione come il prodotto, al termine del suo utilizzo, si possa trasformare ottenendo nuove funzioni e soluzioni, come ad esempio con la moda ecosostenibile o con l'acquisto di capi *second hand*.

### **Riflessioni conclusive**

Osservare il fenomeno *moda* da un punto di vista sociologico, considerando le sue implicazioni etiche, a livello di diritti umani e ambiente, non è affatto semplice. In primo luogo, occorre ricordare che si tratta di due ambiti trasversali e interconnessi. La questione ambientale, infatti, non può prescindere dalle conseguenze sulle comunità umane e dall'impatto sui diritti umani in termini di disuguaglianze.

I fenomeni modali, poi, sono presenti in tutte le società contemporanee e l'ambiente è un tema che oggi *va di moda*. Obiettivo di questo lavoro è la volontà di porre l'attenzione sulle ripercussioni sociali e ambientali della *fast fashion*, che è la diretta conseguenza della logica dello sfruttamento della razionalità economica, una categoria pervasiva della modernità nonché fattore scatenante degli squilibri

ambientali.

Tra le principali forme e modalità di risposta emerse dai colloqui con gli interlocutori della ricerca sul campo, si riporta la buona pratica del riciclo, dell'acquisto di capi di seconda mano, e della volontà di divulgazione di informazioni relative a questo tema, anche attraverso la diffusione di documentari<sup>7</sup> sulla questione.

La risposta che trova un particolare consenso da parte dei *soggetti-oggetti* della ricerca è, senz'altro, costituita dall'importanza della consapevolezza sul tema in un'ottica micro e macro, comportamento individuale e politiche globali, unita alla proposta di abbandonare un sistema economico lineare in favore di quello circolare, in cui i capi vengano pensati e prodotti rispettando i valori etici e, dunque, in un'ottica ecosostenibile, per poter essere riciclati e riutilizzati.

Il confronto con i giovani ricercatori ha portato a comprendere quanto, in un settore come quello dell'abbigliamento, sia fondamentale pensare alle implicazioni etiche per cercare di immaginare nuove e diverse strategie per fronteggiare lo sfruttamento umano e ambientale.

Nel corso della ricerca sul campo abbiamo avuto l'opportunità di confrontarci con una realtà di vendita *online* di capi di seconda mano; forse ciò può rappresentare una risposta efficace al problema della sovrapproduzione di capi di abbigliamento. Le intervistate hanno dichiarato di aver adottato, man mano che si interessavano alle dinamiche dell'ecosostenibilità, stili di vita sempre più improntati su un consumo minore e consapevole. L'informazione, anche qui, ha giocato un ruolo fondamentale, così come la possibilità di incoraggiarsi vicendevolmente per motivarsi sul fatto che, anche a partire da sé stessi, il cambiamento è possibile.

La proposta di compravendita di capi di abbigliamento usati o vintage, però, possiede, per utilizzare un concetto della sociologia esistenziale, una *contro finalit *. Il *second hand*, infatti, ha molte aspettative. Anche la Commissione europea<sup>8</sup>, ad esempio, vede il *re-use* come una proposta utile a rendere sostenibile il settore tessile. Non possiamo però non considerare l'effetto *rebound*, che non rileva particolari cambiamenti nei dati sui consumi, nonostante l'acquisto di capi di seconda mano stia andando sempre pi  di moda.

Le alternative al *fast fashion*, come abbiamo visto, sono sempre pi  diffuse, anche i negozi di abbigliamento *online* che con i resi hanno un impatto ambientale rilevante, stanno cercando modi per diventare sostenibili, ma forse ci  che la sociologia pu  evidenziare oggi   l'importanza della consapevolezza delle origini e di ci  che si cela dietro questo fenomeno. Una categoria che potrebbe aiutarci a comprendere l'importanza di attuare un cambiamento anche in questo campo   il *d passer* (Sartre 1977):   necessario superare-conservando, tenendo a mente tutte le contraddizioni, tipiche e inevitabili del nostro presente. Attraverso il *d passer* cerchiamo di descrivere la condizione umana che, inevitabilmente, non pu  annullare il passato e che, allo stesso tempo, ne sente la necessit  per riuscire ad andare oltre. Con il supporto di questa categoria riteniamo che ci sia bisogno di una progettualit  che abbia una direzione chiara che superi-conservando e conservi-superando la visione antropocentrica con una ecocentrica. Una progettualit  micro

---

<sup>7</sup> *The true cost*, (<https://truecostmovie.com/>)   un film documentario diretto da Andrew Morgan nel 2015, che, partendo dal crollo del Rana Plaza,   incentrato sui diversi aspetti legati alla *fast fashion*. Un'iniziativa improntata sul riciclo dei tessuti   rappresentata dall'attivit  di Prato. Il documentario "Stracci" (<https://www.straccidoc.it/stracci-un-viaggio-nella-sostenibilita-della-moda/>), realizzato da Tommaso Santi e Silvia Gambi, racconta la sostenibilit  della moda guardandola con gli occhi di chi da sempre ricicla abiti usati e scarti tessili per trasformarli in materia prima (ultima consultazione: 30 aprile 2023).

<sup>8</sup> [https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy\\_it](https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_it) (ultima consultazione: 30 aprile 2023).

e macro, che collochi ogni singolo elemento, ogni piccola azione nel suo universo, per recuperare la globalità e la necessità di un cambiamento radicale.

## **Bibliografia**

- Baldini C. a cura di (2008). *Sociologia della moda*. Roma: Armando.
- Bales K. (2002). *I nuovi schiavi. La merce umana nell'economia globale*. Milano: Feltrinelli.
- Barthes R. (1967). *Sistema della Moda*. Torino: Einaudi.
- Bauman Z. (2002). *La società individualizzata*. Bologna: il Mulino.
- Beck U. (2000). *La società del rischio. Verso una seconda modernità*. Roma: Carocci.
- Blumer H. (1969). *Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection*. In *The Sociological Quarterly*. Vol. 10, n. 3, pp. 275-291.
- Bovone L. (2014). *Rappresentarsi nel mondo. Comunicazione, identità, moda*. Milano: Franco Angeli.
- Calefato P. (2007). *Mass Moda* (nuova ed.). Roma: Meltemi.
- Calefato P. (2021). *La moda come sistema di segni nel mondo iperconnesso*. Cuaderno 127, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación (2021/2022). pp.17- 29. ISSN 1668-0227.
- Cappellari R. (2011). *Marketing della Moda e dei Prodotti Lifestyle*. Roma: Carocci.
- Caro F., Martínez de Albéniz V. (2009). *Fast Fashion: Business Model Overview and Research*. In (a cura di) Agrawal N., Smith S.A. (2009) *Retail Supply Chain Management: Quantitative Models and Empirical Studies*. New York: Springer.
- Codeluppi V. (2007). *Dalla corte alla strada. Natura ed evoluzione sociale della moda*. Roma: Carocci.
- Corbetta P. (1999). *Metodologie e tecniche della ricerca sociale*. Bologna: Il Mulino.
- Curcio A. M. (2015), *Le mode oggi* (a cura di). Milano: Franco Angeli.
- Daher L. M. (2010). *Ambivalenza e differenziazione come chiavi concettuali per l'interpretazione delle mode: l'attualità di Simmel*. In Corradi C., Pacelli D., Santambrogio A. (a cura di), *Simmel e la cultura moderna - Interpretare i fenomenisociali* (II vol.). Perugia: Morlacchi.
- De Mandeville B. (1732). *La favola delle api*. (a cura di) Magri T.(1987). Bari: Laterza.
- Geczy A., Karaminas V. (2019). *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization*. London: Bloomsbury
- Giddens A. (1994). *Le conseguenze della modernità*. Bologna: il Mulino. Heidegger M. (2019). *Essere e tempo*. Milano: Longanesi.
- Kant I. (1798). *Antropologia pragmatica*. (a cura di) Vidari G. (1994). Bari: Laterza.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of social issues*, 2(4), 34-46.
- Lipovetsky G. (1989). *L'impero dell'effimero*. Milano: Garzanti.
- Lippolis M. (2020). *Il supporto di NVivo per l'analisi dei dati*. In (a cura di) Quagliata A. *Il dogma inconsapevole. Analisi del fenomeno religioso in Italia: il contributo qualitativo della Grounded Theory costruttivista*. Milano: Franco Angeli.
- Muzzarelli M.G. (2011). *Breve storia della moda in Italia*. Bologna: Il Mulino. Pelizzari M.R. (2019). *Moda&Mode: tradizioni e innovazioni (secoli XI-XXI)*. Milano: Franco Angeli.
- Rousseau J.J. (1762). *Emilio o dell'educazione*. (a cura di) Cesarano G. (1988). Milano: Garzanti.
- Rousseau J.J. (1782-1789). *Le confessioni*. In (a cura di) Massimo P. (1997). Milano: Mondadori.
- Sartre J. P. (1977). *L'idiota della famiglia. Gustave Flaubert dal 1821 al 1857*. Parz. trad. it. Tomo 1 e 2. Milano: Il Saggiatore.
- Sartre J. P. (1980). *L'essere e il nulla*. Milano: Il Saggiatore.
- Sartre J. P. (2009). *L'universale singolare. Saggi filosofici e politici 1965-1973*. Milano-Udine: Mimesis edizioni.
- Segre Reinach S. (2010). *La moda*. Roma: Laterza.

- Simmel G. (1910). *La moda*. In ID., *La moda e altri saggi di cultura filosofica*. trad. it. di Monaldi M. (1985). Milano: Longanesi.
- Spencer H. (1877) (I vol.). *Principi di sociologia*. In (a cura di) Ferrarotti F. (1967). Torino: Utet.
- Sull D., Turconi S. (2008). *Fast Fashion Lessons*. In London Business School Review. 2: 4-11.
- Tarde G. (1890). *Le leggi dell'imitazione*. In ID *Scritti sociologici* (a cura di) Ferrarotti F. (1976). Torino: Utet.
- Tarde. G. (1901). *L'opinion et la foule*. Paris: Alcan
- Tarde. G. (1902). *La psychologie économique*. Paris: Alcan.
- Tognonato C. (2018). *Teoria sociale dell'agire inerte. L'individuo nella morsa delle costruzioni sociali*. Napoli: Liguori.
- Tognonato C. (2023). *Riuscirà l'essere umano a fermare la devastazione del proprio habitat? Una ricerca sugli studenti del terzo anno di Sociologia*. SocietàMutamentoPolitica 13(26): 169-176.
- Touraine A. (2019). *In difesa della modernità*. Milano: Raffaello Cortina.
- Turco B. (2023). *Appendice. Nota metodologica*. In Esposito M. *Raccontare il COVID-19. Narrazioni di malattia tra paure individuali, percezione sociale e politiche sanitarie*. Roma: Carocci
- Veblen T. (1899). *La teoria della classe agiata. Studio economico delle istituzioni*. Londra: McMillan Company.
- Wilson E. (2008). *Vestirsi di sogni: moda e modernità*. Milano: Franco Angeli.
- Wallerstein I. (2013). *Comprendere il mondo. Introduzione all'analisi dei sistemi-mondo*. Trieste: Asterios.