

2 TÍTULO: O NOVO CONSUMIDOR DE MODA E A SUSTENTABILIDADE

2.1. Autores:

Ereany Refosco; Karla Mazzoti; Márcia Sotoriva; Ana Cristina Broega / Universidade do Minho.

2.2. Resumo:

Como inserir a moda, atualmente de caráter movido pelo consumismo, em um novo perfil consciente e sustentável.

2.3. Palavras-chave:

Comportamento do consumidor; Moda; Sustentabilidade.

2.4. Contexto/Motivação:

O mercado atual trata a moda como facilmente descartável e o consumidor busca sempre estar ligado às novas tendências, atribuindo maior valor à novidade do que a função principal da roupa (proteção);

2.5. Objetivo:

Conscientizar sobre a importância do consumo consciente no nicho da moda e apresentar soluções sustentáveis para tal problema.

2.6. Contribuições:

O artigo apresenta as relações entre os três níveis da moda: consumidor, designer e indústria; O consumidor vem apresentando uma "postura de repúdio ao consumismo exagerado e inconsequente" e nos últimos tempos é possível observar uma responsabilidade maior respondendo positivamente àquilo que se mostra sustentável; O designer da moda tem responsabilidade quanto a utilização de fibras biodegradáveis ou sustentavelmente produzidas; A indústria deve utilizar tecnologias que diminuam os resíduos sólidos principalmente.

2.7. Metodologia:

É proposto a atribuição dos produtos da moda aos aspectos emocionais, ou seja, propor produtos desenvolvidos com um apelo ecológico, como meio de estimular o consumo consciente e produção sustentável.

2.8. Resultados:

Conscientização do leitor, além de ideias que podem ser aplicadas ao processo de produção têxtil.

2.9. Observações: Nenhuma.