



**ESCOLA DE ENSINO MÉDIO E TÉCNICO SENAC SANTA CRUZ**

**VESTE E REVESTE: MODA SUSTENTÁVEL E SOCIEDADE**

Giovana Elisa Blank

Projeto de Formação Profissional

Orientadora Professora Nêmora Francine Backes

Santa Cruz do Sul, 2023

**PALAVRAS-CHAVE:** Brechó; sustentabilidade; moda sustentável; indústria têxtil; consumo consciente.

## **INTRODUÇÃO**

Quando conceituamos a moda, dizemos que a moda é mais do que simplesmente vestuário. O Homem, nascido nu, necessitava de roupas para se proteger das intempéries da natureza, mas se se tratasse somente de proteção, algumas peças de longa duração já nos bastariam. Porém, a roupa serviu também para adornar e distinguir; sempre foi um diferenciador social, uma espécie de retrato: a maneira de vestir pode expressar a personalidade do indivíduo que a utiliza; pode-se vestir para influenciar, impressionar ou seduzir alguém. A moda é um reflexo móvel de como somos e dos tempos em que vivemos. É através dela que podemos revelar nossas prioridades, aspirações, ideais ou ainda, satisfazer nossas necessidades emocionais. A maneira como nos vestimos dá forma a nossos sentimentos (SILVA, 2005).

Entretanto, por trás das roupas há uma realidade nada glamurosa: uma indústria que, anualmente, produz mais de 1,2 bilhão de toneladas de gases de efeito estufa e 93 bilhões de metros cúbicos de água – equivalente à 37 milhões de piscinas olímpicas (Ellen MacArthur Foundation, 2017); situações de trabalho análogo ao escravo, opressão e desigualdades.

Apesar disso, resistem indivíduos e movimentos que acreditam no poder de transformação positiva da moda, na sua capacidade de impactar vidas, tanto de quem a faz, como de quem a veste.

O surgimento de novas tecnologias de comunicação e das mídias sociais modificou os padrões e percepções de consumo. O consumidor passa a ter poder e atua ativamente, abandonando a ideia de consumidor passivo (Aquino & Gomes, L, 2011). O consumo tende a tomar uma nova postura, que se destaca pela compreensão de um novo estilo de vida do consumidor engajado com os problemas da humanidade e preocupado com os valores éticos através de seus atos de consumo.

## **TEMA E ÁREA DO CONHECIMENTO**

A comunidade online de consumo colaborativo e formas do indivíduo se identificar na sociedade através da moda e de práticas sustentáveis.

## **PROBLEMA**

Como desenvolver uma ferramenta que atenda às necessidades do consumo consciente e da moda sustentável?

## JUSTIFICATIVA

Durante as décadas de 1920 e 1940, com o surgimento de máquinas elétricas e subsídios do governo com o objetivo de aumentar a produtividade, o mundo da moda sofreu um aumento acelerado na produção de roupas. As confecções tornaram-se aptas a produzirem em grandes quantidades, estabelecendo a produção em série. E a partir dos anos de 1950 ocorre a mais profunda e complexa revolução da história do vestuário (FELDMAN, 2019), originando o modelo de produção prêt-à-porter<sup>1</sup>.

Desde então, os novos hábitos de consumo têm provocado modificações no mundo da moda (SOUZA, 2015). As coleções sazonais já não são mais suficientes para acompanhar o surgimento de novas tendências, que têm sido cada vez mais presentes devido à globalização da moda. A necessidade por novidades é instigada e saciada pelas cadeias de fast fashion<sup>2</sup>, com produtos de baixo custo e que seguem tendências de moda que na mesma velocidade em que surgem, desaparecem, sendo logo descartados e substituídos pela nova tendência do momento.

Lipovetsky considera que, de um lado, há um público com vontade de consumir inovações efêmeras, e, do outro, o mundo da moda suprindo essa necessidade, colocando-se à disposição de seus consumidores inovações, enfatizando sempre o novo e incentivando a deixar de lado o que já passou.

De acordo com o relatório publicado pela Global Fashion Agenda em colaboração com o Boston Consulting Group em 2017, 73% das roupas do mundo acabam em aterros sanitários. Além disso, menos de 15% das roupas são coletadas para a reciclagem e menos de 1% do material usado para confeccionar roupas é reciclado em roupas novas (A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future, 2017).

No ano de 2013, segundo dados apresentados pelo governo no site do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, a produção anual de produtos de vestuário foi de 9,8 bilhões de peças, o que significa 50 peças anuais por consumidor, considerando que o padrão de consumo seja o mesmo.

A necessidade do consumidor de possuir as novas tendências, e a rápida resposta das indústrias de moda a esse desejo acabaram tornando o consumo banal e descontrolado. O planeta está sofrendo com esse estilo de vida onde os produtos de moda são considerados descartáveis, e não sustentará esse consumo desmedido por muito tempo.

Nesse contexto, é válido afirmar que se o consumo de moda continuar crescendo devido à obsolescência acelerada dos produtos, os impactos nos sistemas sociais e ecológicos se tornarão uma ameaça à qualidade de vida das futuras gerações (FARIA et al., 2023). Dessa forma, é necessário que a produção

e o consumo de itens de moda se tornem menos agressivos ambientalmente e socialmente (IRAN, 2018).

Em resposta a esse consumo desenfreado, diversas tendências e movimentos de moda sustentável têm surgido, como, por exemplo, a aquisição de peças de roupas através de canais de segunda mão e o consumo colaborativo, no qual ao invés da compra, acontece o compartilhamento, aluguel ou empréstimo.

Assim, justifica-se este projeto na medida em que, a fim de estimular um consumo mais sustentável através de uma ferramenta digital, é necessário entender a evolução da produção e do consumo da indústria da moda, investigar como os indivíduos se identificam na sociedade através da moda sustentável e a influência dos meios digitais sobre os consumidores.

## **OBJETIVOS**

Este projeto tem como objetivo principal:

### **Objetivo Geral**

Investigar e analisar a relevância e os impactos da moda sustentável nos indivíduos da comunidade.

### **Objetivos específicos**

Pretende-se alcançar este objetivo através dos seguintes objetivos específicos:

- Realizar uma revisão da literatura existente sobre a indústria da moda, sustentabilidade e moda sustentável;
- Investigar a relação da sociedade com a moda e práticas sustentáveis;
- Avaliar o impacto das práticas de moda sustentável na redução do desperdício e na promoção da sustentabilidade;
- Examinar o papel das redes sociais e das ferramentas digitais na promoção da moda sustentável;
- Desenvolver uma ferramenta que atenda às necessidades da moda sustentável e que contribua aos aspectos sustentáveis.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

A palavra “moda” é utilizada em contextos tão amplos que se torna um desafio para aqueles que desejam entender o que é moda encontrar uma definição exata

no meio de tantas explicações da palavra (POLLINI, 2018). Em seu uso generalizado, moda pode fazer referência a algo considerado *legal* no momento presente, e em seu contexto mais específico do uso, está sua aplicação ao universo do vestuário e às mudanças constantes no estilo deste.

Entretanto, na contemporaneidade, não podemos afirmar que a moda é apenas o que vestimos, pois ela envolve comportamento, linguagem, opiniões e escolhas estéticas diversas.

A moda está inserida no desenvolvimento da humanidade, na evolução e na mudança de costumes. Moda é expressão, arte, cultura e necessita estar integrada com a realidade do planeta e da sociedade (ARTUSO, 2021).

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, M. B. M. DE. **Marcas de moda sustentável: a importância das mídias sociais na aproximação com o público**. Instituto Brasileiro de Moda (IBModa): [s.n.].

ARTUSO, E. **Revolução da moda: Jornadas para sustentabilidade**. Reviver, 2021.

DA SILVA SHERMAN, L.; DE MEDEIROS BARBOSA NETO, F. **Consumo Colaborativo no Mercado da Moda nas Plataformas Digitais**. João Pessoa: Faculdade Estácio, 2018.

Desabamento em Bangladesh revela lado obscuro da indústria de roupas. **British Broadcasting Corporation**, 2013.

FARIA, T. M. **Consumo colaborativo na moda: motivações e barreiras**. Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto, 2023.

FELDMAN, V. **A revolução industrial e a produção de roupas**. [s.l.] Universidade de São Paulo, 2019.

FRINGS, G. S. **Fashion From Concept to Consumer**. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited, 2014.

Uma nova economia têxtil: redesenhando o futuro da moda, **Fundação Ellen MacArthur**, 2017.

Moda sustentável: entenda o que é, impactos e importância para o meio ambiente. **Cable News Network Brasil**, 2023.

MÜLLER, M. C. **MODA SUSTENTÁVEL, CONSUMO CONSCIENTE E COMUNICAÇÃO: ESTUDO DE CASOS NO RIO GRANDE DO SUL**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2016.

NADER, G. **Com que roupa? Guia prático de moda sustentável**. Paralela, 2021.

NISHIMURA, M. D. L.; SCHULTE, N. K.; GONTIJO, L. A. Moda sustentável no contexto da hipermodernidade. **Londrina: Projética**, p. 59–76, 2019.

SILVA, G. J. DA. **Design 3D em tecelagem jacquard como ferramenta para a concepção de novos produtos: aplicação em acessórios de moda**. [s.l: s.n.].

SOARES, C. E. B. **DA SEGUNDA MÃO À SEGUNDA CHANCE: LUXO E SUSTENTABILIDADE EM BRECHÓS DE PARIS E SÃO PAUL**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2021.

SOUZA, N. E. DE; EMIDIO, L. DE F. B. Diferenciação e Sustentabilidade a partir do redesign de roupas de roupas de brechó: um modelo de estratégia produtiva. **ModaPalavra**, v. 1, n. 9, p. 24–41, 2016.