



V MOSTRA INSTITUCIONAL DE **EXTENSÃO** UNIVERSITÁRIA

28 A 30 DE JUNHO DE 2021

I CURSO: DESIGN DE MODA

TÍTULO: MODA E CONSUMO

ANO: 2021/1



V MOSTRA INSTITUCIONAL DE **EXTENSÃO** UNIVERSITÁRIA

28 A 30 DE JUNHO DE 2021

AUTORES

SCHAEFFER, Ana Carolina

MARJORIE, Julia

MARTINEZ, Lizzeth Arami

WATANABE, Fernando Tadao

FOSTER, Renata Gottardello

COSTA, Ivolnei



MENSAGEM DO COORDENADOR

“A extensão acadêmica proporciona ao estudante uma visão cidadã de sua formação, atuando em direção à comunidade em que esse estudante está inserido. A participação do aluno em ações e projetos de extensão possibilita o compartilhamento do conhecimento por ele adquirido durante sua jornada acadêmica, cumprindo a importante missão de retribuir o conhecimento adquirido à comunidade. Particularmente na área de Design de Moda, a extensão universitária também democratiza o acesso à arte/moda de qualidade para todos.”

Ivolnei da Costa



SUMÁRIO

- I. O consumo contemporâneo
- II. Fast Fashion
- III. Slow Fashion
- IV. Consumo na pandemia

O CONSUMO CONTEMPORÂNEO

Na sociedade contemporânea, o consumo é altamente estimulado não somente pelos meios de comunicação em massa, como também pelo governo, que busca estimular o crescimento econômico, e a consequente geração de empregos e tributos.

Para Baudrillard, o consumo transformou-se na moral do mundo contemporâneo. Nele, percebe-se um esvaziamento das relações humanas, em que esse vazio é preenchido pela aparente busca da satisfação de necessidades, na maioria das vezes criadas pelo mercado, que na realidade é a busca do bem-estar, do conforto, do prestígio, e da identificação com determinadas imagens e símbolos.

Hedonista, transitória e efêmera é como se caracteriza o sistema da moda. Moldado pela divisão entre estar ou não na "moda", um estado de pertencer ou não nesse sistema, as atividades de consumo se transformam junto às pessoas desde a pré-história até a contemporaneidade. No mundo contemporâneo nada é para uma vida toda, o que importa é o aqui e agora, onde cada vez mais as pessoas buscam por novidades, colaborando com o crescimento do consumo e do frequente descarte dos produtos de moda.

Atualmente, o ato de consumir gera uma satisfação instantânea, tendo em vista que a sociedade hoje é imediatista, tornando-se uma válvula de escape para o estresse e conflitos do cotidiano. Assim sendo, essa forma de consumo torna o ciclo de vida dos produtos cada vez menor, onde as empresas visam apenas lucratividade.

O caráter efêmero da moda está cada vez mais acentuado devido a transitoriedade do significado das coisas e aos indivíduos que cada vez mais buscam uma comunicação com a sociedade através de suas roupas, que se tornam sua expressão. Dessa maneira, é importante que as pessoas, enquanto indivíduos consumidores desse sistema, reflitam sobre a efemeridade e transitoriedade causada pela forma como se e visto, consumido e descartados os produtos de moda e as consequências geradas em função desse consumismo desenfreado.

O Fast Fashion é apontado como o resultado de um sistema que se torna prejudicial nos padrões atuais. Para suprir as necessidades da produção, a moda rápida terceiriza o trabalho em países em desenvolvimento, onde os salários são extremamente baixos e as condições para um serviço digno são negadas. Quanto mais terceirizado, menor é o preço do produto final.

Na primeira imagem abaixo, podemos ver como o consumo desenfreado está gerando impactos ambientais relevantes.

Na segunda, podemos perceber que desde a década de 1990 temos por um lado consumidores preocupados com a sustentabilidade e o consumo consciente e por outro lado, uma indústria interessada em oferecer produtos de qualidade inferior, com pouca durabilidade, numa velocidade extremamente rápida.

500.000

TONELADAS DE MICROFIBRAS
SINTÉTICAS SÃO LIBERADAS NOS
OCEANOS TODOS OS ANOS POR
CAUSA DA PRODUÇÃO DE ROUPAS

70 milhões

DE BARRIS DE PETRÓLEO
SÃO USADOS ANUALMENTE
PARA A CONFEÇÃO DE
PEÇAS DE POLIÉSTER

2.700

LITROS DE ÁGUA SÃO NECESSÁRIOS
PARA A FABRICAÇÃO DE APENAS
UMA CAMISETA DE ALGODÃO

85%

DO VESTUÁRIO QUE OS
AMERICANOS CONSOMEM
É ENVIADO PARA ATERROS
SANITÁRIOS COMO
RESÍDUOS SÓLIDOS

500 bilhões

DE DÓLARES SÃO PERDIDOS
ANUALMENTE COM O DESCARTE DE
ROUPAS QUE NÃO SÃO RECICLADAS



**DÉCADA
DE 1970**

SÃO CONSIDERADOS OS
ANOS LOUCOS DA MODA,
UMA ÉPOCA DE FORMAS E
ESTAMPAS CHAMATIVAS.
AS GRANDES DISCUS-
SÕES MUNDIAIS CHEGAM
ÀS METRÓPOLES, E A
MODA ABRAÇA O ESTILO
REBELDE DOS PUNKS.



**DÉCADA
DE 1980**

O **STREETWEAR** GANHA
ESPAÇO. A MODA É VISTA
COMO UM SUPERMER-
CADO DE ESTILOS — OU
COMO ESTAÇÕES DE
METRÔ, EM QUE CADA
VIAJANTE PARA, DESCE,
INCORPORA E RENOVA SUA
MANEIRA DE SE VESTIR.



DÉCADA DE 1990

AS ROUPAS SÃO DESMONTADAS
E TRANSFORMADAS, E TEN-
DÊNCIAS COMO O **UPCYCLING**
(OU REUTILIZAÇÃO CRIATIVA)
DÃO O PONTAPÉ PARA INI-
CIATIVAS SUSTENTÁVEIS. AO
MESMO TEMPO, OS YUPPIES
ESCANCARAM O CONSUMISMO.
MARCAS COMO LOUIS VUIT-
TON, GIORGIO ARMANI, GIANNI
VERSACE, PRADA E GUCCI SÃO
ÍCONES E OBJETOS DE DESEJO.



**INÍCIO DOS
ANOS 2000**

AS MAIORES PREOCUPAÇÕES
SÃO O INDIVÍDUO, O BEM-ES-
TAR E O CONFORTO. DE UM
LADO, VIVienne WESTWOOD
LIDERA A CORRENTE SUSTEN-
TÁVEL E ECOLÓGICAMENTE
CORRETA DAS GRANDES SE-
MANAS DE MODA. DO OUTRO,
REDES DE VAREJO COMO FO-
REVER 21, GAP E ZARA POPU-
LARIZAM O CONCEITO DE **FAST
FASHION**.

Fonte: VC/SA

Disponível em www.vocesa.abril.com.br

Fonte: VC/SA

Disponível em www.vocesa.abril.com.br

FAST FASHION

O comportamento consumista no âmbito da moda foi planejado pelo mercado, mais especificamente, pela indústria em meados dos anos 70, com a chamada crise do petróleo. Com a proibição do comércio de petróleo para os EUA e alguns países europeus, as empresas têxteis inventaram uma nova estratégia para saírem da crise e conseguirem escoar a produção: a moda rápida.

Mas, somente na década de 1990, acompanhando a aceleração de consumo das pessoas, que se popularizou o conceito de fast fashion, esse modelo de criação, distribuição e vendas, em que os produtos são consumidos e descartados em alta velocidade. Isso ocorreu através de grandes varejistas, como a H&M, GAP, Forever 21, Zara e Benetton, e rapidamente foi importado para outros países.

Com o fast fashion o modo de consumir se modificou drasticamente. Além do ritmo de produção acelerado, os preços das mercadorias diminuíram consideravelmente. O baixo preço das peças de roupas, fizeram com que as classes menos favorecidas também tivessem acesso a tendências e novas coleções, porém ao mesmo tempo não atingia todos os públicos, por exemplo em relação às pessoas que fogem dos tamanhos padrões (P, M e G).

Outra consequência é na qualidade dos produtos que foram comprometidas, sendo mais relevante a quantidade ao invés da durabilidade, com isso o descarte é muito mais rápido e frequente.

A produção para roupas dessa moda acelerada, foi destinada para países de terceiro mundo, como Índia, China e Bangladesh, devido a mão de obra extremamente barata, e também por não haver leis trabalhistas eficientes. Desastres e prejuízos ao meio ambiente são as consequências do que chamamos de “fábricas de suor”, uma cadeia de fabricação que pensa apenas no lucro. Com isso, as pessoas que trabalham nesses países fabricando roupas em grande quantidade sofrem com uma qualidade de vida deplorável, ganhando de dois à três dólares por dia, mesmo com uma enorme carga horária, afetando a saúde e colocando suas vidas em risco todos os dias em nome da moda, algo que nunca deveria acontecer.

As consequências desse sistema para o meio ambiente também são horripilantes. Segundo a Revista Forbes, a indústria de vestimentas é a segunda maior poluente do mundo. Peças de fast fashion, com pouca qualidade são usadas menos de cinco vezes e produzem 400% mais emissões de carbono do que peças comuns e duradouras, que são utilizadas 50 vezes. Assim podemos perceber claramente as consequências negativas quando falamos sobre Fast fashion para com a natureza, e também os impactos sociais que ela causa na vida das pessoas que arriscam suas vidas para que milhares de pessoas possam consumir peças mais baratas e na tendência.



Fonte: Insecta Shoes
Disponível em www.insectashoes.com



Fonte: Fonte: Pretty Brand
Disponível em prettythingsbrand.com.br/post/o-que-e-slow-fashion

SLOW FASHION

O slow fashion ou moda lenta, numa tradução literal, não é uma tendência exatamente nova. Alguns autores divergem quanto a sua criação.

Alguns acreditam que surgiu na década de 90, na Itália, derivado do movimento slow food, que propõe uma forma mais saudável de se alimentar. Outros autores defendem que em 1986, Kate Fletcher, consultora e responsável pelo curso de moda e sustentabilidade em uma universidade em Londres, quem criou esse movimento.

O que não gera dúvida é que ele vem na contramão da moda globalizada do sistema fast fashion, em que as roupas basicamente são encaradas como descartáveis. O seu conceito é ligado intimamente com a sustentabilidade, promovendo uma integridade ecológica através de seu consumo.

Suas principais características são:

- Transparência acerca da real origem dos produtos. O consumidor sabe exatamente de onde a roupa ou acessório vieram e como foram produzidos. Nas grandes marcas *fashion*, muitas vezes esse fato é ocultado;
- Proximidade entre produtores e consumidores;
- Valorização da produção local, incluindo pequenas marcas e recursos naturais da região, combatendo os efeitos nocivos da fabricação de massa;
- Produtos com uma vida útil mais longa, que rompem com o modelo “descartável” da moda;
- Moda como escolha e não imposição globalizada;
- Produção socialmente responsável e com melhor distribuição econômica;
- Valorização de itens *fashion* “usados”, que podem ser reciclados e reutilizados;
- Moda além da aparência;
- Comercialização mais justa e cooperativa de roupas e acessórios.

É notável que o mundo atualmente, está acelerado, e a preocupação futura e com o próximo já é quase inexistente, é preciso insistir na mudança, tanto o designer, como o empreendedor, mas principalmente, o consumidor, que tem mais envolvimento com este processo e tem o “poder” de diminuir ou aumentar os danos causados no setor econômico, social e ambiental. A desaceleração do consumo é o aspecto principal do Slow Fashion, que agrega a seus consumidores, qualidades e atitudes que tendem a diminuir o impacto tanto social, quanto ambiental.

Slow Fashion

- Produção lenta em menor quantidade
- Maior qualidade
- Preços mais elevados
- Peças exclusivas
- Preocupação com a sustentabilidade
- Maior proximidade entre o consumidor e o produtor
- Mão de obra artesanal

Fast Fashion

- Produção rápida e em massa
- Menor qualidade
- Preços mais acessíveis
- Imitações de Designers exclusivos
- Na maioria, a sustentabilidade não é uma prioridade
- Desvalorização da mão de obra



Fonte: Produzido pelo autor



HANDMADE **FAIR TRADE** **RECYCLED**

ARTISAN **ECO-FRIENDLY** **ORGANIC**

Fonte: Pretty Brand

Disponível em prettythingsbrand.com.br/post/o-que-e-slow-fashion

CONSUMO NA PANDEMIA

Com a chegada da pandemia do Covid-19 no início de 2020, vírus que atinge o sistema imunológico e que pode levar a óbito, fomos obrigados ao isolamento em nossas casas, mudando hábitos e estilos de vida, para a preservação da nossa saúde como também a de outras pessoas. O mundo todo aderiu a novos costumes, tendo que se reinventar, vivenciando novas experiências.

A correria diária para o trabalho, foi substituída por computadores e trabalho remoto. As roupas formais foram deixadas de lado, e as confortáveis e aconchegantes como moletoms, malhas e também a famosa pantufa e as meias quentes começaram a estar presentes diariamente nas rotinas das pessoas. Muitas marcas, antes possuíam produtos que não se encaixavam nessa nova realidade e precisaram reformular suas ideias e conceitos para desenvolver mercadorias desejadas para esse novo consumidor, como também recorrer ao e-commerce (comércio eletrônico) para suas vendas em sua totalidade, já que o distanciamento social era obrigatório mundialmente.

Um exemplo é a marca Havaianas, que lançou “espadrille” com forro e meias de dedo, como podemos ver nas imagens abaixo. E também mudou seu estilo de vendas para a internet, visando em primeiro lugar o conforto do cliente neste momento de reclusão social.

Durante todo caos que a pandemia trouxe, famosos também decidiram lançar suas próprias marcas em busca de conforto, como foi o caso de Marina Ruy Barbosa que lançou sua primeira loja online chamada Ginger. Em sua coleção de lançamento, constavam shorts, casacos com capuz e calças com composição 100% algodão, que se esgotaram no primeiro dia, trazendo a ideia de leveza e praticidade.

Nesse novo momento repleto de adaptações e transtornos, além do colapso nos sistemas de saúde, a crise financeira também se agravou. Muitas pessoas começaram a repensar seu estilo de consumo e a aprender sobre os bastidores que permeiam a moda, assim promovendo uma reflexão sobre a importância da sustentabilidade em nossas vidas.

Técnicas de customizar peças ganharam espaço, como o tie Dye, crochê, personalização de calças com produtos domésticos e também amarrações de blusas das mais variadas formas apenas com um único tecido. A inovação e a criatividade invadiram as vidas dos cidadãos, fazendo assim a moda se reinventar, minimizando os impactos do consumo no meio ambiente.

Além disso, o slow fashion ganhou notoriedade nesta pandemia. Os indivíduos já cientes das questões referentes à sustentabilidade, começaram a procurar roupas que ofereçam valor, diversidade e conforto, valorizando os pequenos comércios locais, buscando a qualidade dos produtos ao invés da quantidade.



Fonte: Havaianas
Disponível em www.havaianas.com.br/



Fonte: Havaianas
Disponível em www.havaianas.com.br/

REFERÊNCIAS

1. BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2008.
2. KOMBIS, Dimitri. **Varejo de moda**; tradução Márcia Longarço. 1 ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.
3. DEMESTRESCO, Sylvia. **Vitrinas em diálogos urbanos**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.
4. MALHOTRA, Naresh. **Design de Loja e Merchandising Visual - Criando Um Ambiente Que Convida A Comprar**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.
5. OLIVEIRA, Ana Claudia. **Vitrinas: acidentes estéticos na cotidianidade**. São Paulo: Educ, 1997.
6. coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20%202012/GT07/COMUNICACAOORAL/103284_A_cultura_contemporanea_da_moda_pelo_vies_da_globalizacao_na_sociedade_de_consumo.pdf
7. advogadosdosul.adv.br/site/index.php/artigos-jornais/entre-o-ter-e-o-ser.html
8. ecycle.com.br/fast-fashion/
9. www.ecycle.com.br/slow-fashion/
10. vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/slow-fashion-uma-tendencia-de-moda-sustentavel-e-de-empreendedorismo/
11. prettythingsbrand.com.br/post/o-que-é-slow-fashion
12. toxicologiapardini.com.br/padrao-consumo-durante-pandemia
13. www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2021/04/09/artigo-de-luxo-no-exterior-e-conforto-os-records-da-havaianas-na-pandemia.htm



UDC
CENTRO
UNIVERSITÁRIO
CENTRO E VILA A
E FACULDADES **UDC MEDIANEIRA-UDC MONJOLO**