A importância do consumo consciente no mercado de Moda

AGUIAR, Cristina N.; MARTINS, Emanuelle P.; MATOS, Rodrigo N.

Introdução

Este artigo é uma visão do rumo que a moda está tomando frente ao consumo consciente com o objetivo de elencar possíveis caminhos que ajudem nesta nova transição.

Metodologia

Este artigo foi escrito com base em leituras bibliográficas e observação de mercado.

Palavras chave: consumo, moda consciente, personalização

Desde que o homem começou a se vestir na pré-história, um ciclo de mudanças sociais passaram a acompanhar a evolução da moda e seus significados dentro da sociedade. O que começou como mero artifício para defesa contra intempéries, logo ganhava propriedades de comunicações não verbais e uma forma de refletir a cultura da sociedade em que estava inserido, mudando de estilos em um ciclo de busca contínua de diferenciação.

Com o aparecimento de novas tecnologias e a aceleração das informações, o século XX tem uma moda democrática e preocupada em agregar significados, não só simbólica socialmente, mas distinta na beleza, num discurso que incorpora valores e sentidos perante o mundo.

A moda então, se transforma em um conjunto de gostos, atitudes e condutas aceitos e difundidos, aprovados por um determinado grupo em um dado momento histórico, onde se cria um desejo e tenta se oferecer diferenciais a quem logo os procura.

Por essa busca ávida de se encontrar e se mostrar ao mundo com o uso do novo, se cria a Era do Consumo, onde a relação com os objetos ficam em segundo plano. Um consumo que visa individualizar-se e estar à frente, alimentando a aquisição impensada, funcionando mais como um antídoto para curar a sede de emoções.

"A moda ao promover a construção de estilos pela composição da indumentária, torna o sonho da identidade e da totalidade acessíveis através do consumo." (BRANDINI 2007)

O ciclo de vida dos produtos está cada vez menor e a durabilidade destes trocada pela obsolescência. Procura-se o novo a todo o momento, independente do custo ou valores éticos, alimentando uma sociedade consumista que busca incansavelmente individualizar-se gerando uma sociedade de representação que fomenta a cultura do descarte.

A pluralização de estilos se alia aos conceitos hedonistas da vida moderna e incentivam o individuo a buscar o prazer de formas diversas em reduzidos espaços de tempo. Esse comportamento contribui para a falta de culpa do consumidor, o que justifica sua compulsividade e individualidade na maneira de comprar para se confortar.

Descobrir como fazer uma moda ética, adequada a tendência do consumo consciente, é o grande desafio para os produtores de moda, principalmente para o design de moda.

Desde que a moda entrou na lógica dos ciclos, roupas e acessórios de única estação entraram para o hall dos descartáveis, mas o que se vê hoje é uma tendência à mudança. A moda está se tornando autoral, em vez do consumidor depender exclusivamente do ciclo da moda, eles estão pensando e adaptando a moda ao seu estilo pessoal.

Segundo pesquisas, o preço ainda é um empecilho no crescimento desse comportamento de consumo, embora problemas como mudanças climáticas, escassez de recurso, acúmulos de lixo e desordens sociais alertem a população para uma ação mais eficaz de desenvolvimento sustentável.

O consumo exagerado de coisas desnecessárias estará fora de sintonia com o comportamento social. Novas propostas de design, com ciclos de vida mais longos para os produtos e movimentos educacionais para um consumo mais racional serão fundamentais para a reformulação do sistema de moda.

E diante disso estão sendo propostas ações simples que acompanhem esse novo momento da sociedade de consumo como, por exemplo, a customização, a troca de roupa entre amigos, a contratação de *personal stylists*, criações de

designers que se transformam em vários *looks*. A própria sociedade começa a cobrar essa atitude consciente das empresas e nas lojas em que consomem.

Conclusão

Conclui-se que entre tantas catástrofes que tem atingido o homem contemporâneo, ele é obrigado a refletir sobre o tipo de consumo praticado e sua consequência para o meio ambiente. A moda consciente, ainda está no início e essa atitude nos mostra, de maneira clara, que uma nova forma de consumo está surgindo e transformando a sociedade, principalmente no que diz respeito ao consumo de moda.

REFERÊNCIAS

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O Código do Vestir**: Os significados ocultos da roupa feminina. Cidade: Rocco, 1995.

MATHESON, Christie**. Eco Chic**: Salvando o planeta com estilo. 1ª ed. Cidade: Matrix, 2008.

FRANCINI, Christiana. **Segredos de Estilo**: Um manual para você ficar sempre bem. 1ª ed. Cidade: Alegro, 2002.

BRANDINI, Valéria. **Vestindo a rua: moda, comunicação & metrópole.** Revista Fronteiras – estudos midiáticos Vol. IX nº.01. Jan/abr 2007.