

COMPONENTES CONCEITUAIS PARA UMA PROPOSTA DE CONSUMO SUSTENTÁVEL DA MODA EM BRECHÓS

ALESSANDRO MATEUS FELIPPE | UDESC

GABRIEL SAUSEN FEIL, Dr. | UNIPAMPA

1. INTRODUÇÃO, DESENVOLVIMENTO E RESULTADOS

Intenciona-se, com o presente resumo, apresentar os resultados alcançados no trabalho de conclusão de curso do autor principal por meio de uma reflexão sobre o atual consumo de moda. Partindo de um diagnóstico preocupante em relação a essa indústria – considerada a segunda que mais polui o meio ambiente –, observa-se o reuso de peças de vestuário, encontradas no espaço brechó, como uma possibilidade de prática sustentável de consumo. Dessa forma, o objetivo geral de pesquisa busca-se entender de que forma a elaboração teórica de cinco componentes conceituais podem elucidar uma proposta, uma possibilidade de consumo sustentável da moda. Em termos metodológicos, instiga-se, a partir da revisão bibliográfica de conceitos básicos acerca de uma possibilidade de consumir moda. Para isso, entende-se, numa esfera interdisciplinar da moda e do consumo, que os componentes necessários para tal elucidação são: o espaço brechó (NERI, 2017; SEBRAE, 2015), a possibilidade de livre criação individual de consumo através do dandismo (GODART, 2010), a conquista de picos de pormenores sustentáveis entendidos no conceito de estilo & charme (DELEUZE; PARNET, 1998; FEIL, 2006), a importância do consumidor entender o que está em voga através do acesso à informação (MARTINO, 2001; CANCLINI, 2008) e um olhar diferenciado para a moda, entendendo-a como um subsetor ou um segmento da indústria criativa (FIRJAN, 2016; UNCTAD, 2010).

À guisa de resultados da pesquisa, tem-se o (1) brechó e sua função de ser o espaço onde pode-se encontrar peças a serem reutilizadas, inserindo o consumidor numa atmosfera diferenciada, estimulando-o a ver o potencial criativo de cada peça ao escolhê-la; na sequência, há o (2) dandismo que estimula o consumidor a criar sua própria forma de vestir, ao passo que o dândi transgride a lógica de imitar, criando um movimento de livre criação individual ao consumidor; o próximo componente conceitual

é (3) estilo & charme, e diz respeito aos picos de práticas sustentáveis que o consumidor adquire ao consumir em brechós numa ótica singular a partir de pormenores, de detalhes na rotina em prol de práticas sustentáveis de consumo; o quarto componente dialoga com a importância do (4) acesso à informação aos consumidores de moda, uma vez que fornece informações importantes sobre aquilo que está em voga no setor de consumo da moda aos sujeitos, bem como indicar locais onde podem encontrar bens a serem reutilizados, instando o prolongamento da vida útil da peça, juntamente a relevância do consumo na construção simbólica de uma identidade local; finalmente, o quinto componente é a (5) indústria criativa, uma vez que é possível observar a moda com um outro olhar, entendendo-a como uma atividade que valoriza o talento individual dos sujeitos que produzem os artefatos, através da fusão entre criatividade na produção e venda massiva de bens, sublinhando benefícios sociais e culturais – além dos econômicos.

REFERÊNCIAS

- CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**; tradução Maurício Santana Dias. 7. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- DELEUZE, G; PARNET, C. **Diálogos**. São Paulo: Escuta, 1998.
- GODART, F. **Sociologia da moda**. Editora Senac São Paulo, 2010.
- FEIL, G. S. **Comunicação e Fuga: por uma educação-fluxo**. 2006. 189 f. Dissertação (Mestrado em Educação nas Ciências) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, UNIJUI, Brasil. 2006.
- FIRJAN – **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: Sistema Firjan, 2016.
- MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando? In: HOHFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). **Teorias da comunicação:**

conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.
NERI, N. **Dicas de brechó** – Tipos de brechó. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QzenEfHjp-PA&t=4s> - Acesso: 15 ago. 2017.
SEBRAE. **Nichos de Moda**. Brasília, 2015. UNCTAD – **Relatório de economia criativa 2010**: economia criativa uma opção de desenvolvimento. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/ Minc ; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.