O conceito e o consumo de revista, de moda sustentável e seus resíduos.

**Resumo**

Com um faturamento de 51,58 bilhões de dólares no ano de 2017, a Cadeia Têxtil e de Confecção Brasileira é a mais completa do Ocidente, segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit). Esses dados mostram a importância e a relevância desse setor no Brasil. Consequentemente a isso, há uma grande formação de resíduos da Indústria Têxtil: os retalhos. Cerca de 170 mil toneladas são produzidas anualmente no Brasil e o descarte incorreto gera muitos danos ao meio ambiente. Diante disso, existem alternativas para o reaproveitamento e reutilização dos resíduos. São ações e medidas que podem ser adotadas pelas indústrias, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e, inclusive, obtendo lucro.

**Palavras-chave:** moda; moda sustentável; consumo.

**ABSTRACT**

With a turnover of US $ 51.58 billion in 2017, the Brazilian Textile and Clothing Chain is the most complete in the West, according to the Brazilian Association of the Textile and Clothing Industry (Abit). These data show the importance and relevance of this sector in Brazil. Consequently, there is a great formation of residues from the Textile Industry: the patchwork. About 170 thousand tons are produced annually in Brazil and the incorrect disposal generates a lot of damage to the environment. Therefore, there are alternatives for the reuse and reuse of waste. These are actions and measures that can be adopted by industries, contributing to sustainable development and even making a profit.

**Keywords**: fashion; sustainable fashion; consumption.

1. **INTRODUÇÃO**

O conceito de uma revista é sobre publicações impressas que é editada periodicamente, semanal ou mensalmente. A semelhança que as revistas têm dos jornais diários são os gráficos e o modo da escrita dos assuntos definidos. A origem das revistas surge no ano 1663, onde começou a editar a “Erbauliche Monaths-Unterredungen” na Alemanha. Nos anos seguintes, outros países também começaram a criar e editar revistas.

Hoje em dia, existem revistas sobre derivados temas e direcionado a todo o tipo de público. Além das matérias de temas da atualidade, costumam fazer críticas e sátiras políticas. Por fim, convém mencionar que a revista significa inspecionar ou examinar detalhadamente cada um dos elementos sobre assuntos de um editorial ou matéria.

A revista impressa continua tendo sua relevância no cenário da comunicação, com os principais diferenciais, gerando informação, publicidade e marketing empresarial. Mesmo com a internet, as revistas ainda são vistas como um veículo rentável, forte e duradouro entre seus respectivos públicos. Por estas características, é valido frisar que a revista precisa de um bom planejamento de edição, com conhecimento de programas na área de design.

Um dos grandes setores de editorias de revista, temos o da moda, que consiste na produção de conteúdo fashion. Engana-se quem acredita que para produzir um editorial de moda é fácil, exige muito trabalho em equipe e agilidade. Tudo começa com um briefing em que a equipe pensa em qual será o tema, quais os conceitos que a revista quer passar, tendências, maquiagens e a partir daí vão à caça das roupas, sapatos, acessórios e demais adereços e locação para compor o editorial.

Nos últimos anos, as editorias de moda têm mudado sua visão de como a moda é entrega a sociedade e buscando estar junto em grandes causas sócias, culturais e ambientais, tais como a moda sustentável, que hoje é um dos assuntos mais falados e procurado a ser adaptável em meio a sociedade.

No meio de tantas marcas que ainda usam pele de animais e tecidos que degrada o meio ambiente encontramos marcas nacionais e internacionais que já adotam a moda sustentável como sua principal atividade. Entre as marcas nacionais que são totalmente em pró sustentabilidade estão a marca Eva-Reserva, que em parceria com Rhodia desenvolveu um tecido experimental que se decompõe em 3 anos e além disso está levando mão de obra a uma comunidade carente do Rio de janeiro e criando empregos e dando aulas para que eles possam estar capacitados.

Outra marca carioca a Osklen, foi a pioneira em moda sustentável no Brasil quando começou a usar couro pirarucu, seda orgânica, também usar o algodão orgânico além de PET reciclável e eco juta. Nas marcas internacionais também existe algumas que já adotam esse mesmo estilo de sustentabilidade como a Reformation que além de usar matérias sustentáveis conta com peças vintages, usa energia eólica em suas fabricas e 75% do seu lixo gerado é reciclado.

Em anos atuais a moda sustentável, passou de ser apenas vista como a compra feita em brechós ou reutilização/customizações de roupas antigas. A discussão sobre o assunto abrange diversas colunas, que vão além de compra excessiva da população. Mudanças no modelo de consumo, principalmente de jovens, que estariam mais atentos aos impactos socioambientais de empresas de fast fashion, uma vez que essas indústrias possuem uma cadeia produtiva que inclui emissão de gases de efeito estufa, poluição ambiental, utilização excessiva de recursos naturais, como o petróleo e a celulose, e, em muitos casos, condições de trabalho análogo à escravidão.

Existe no mercado cinco pontos principais que levam a essa discussão e os princípios básicos para entender como é trabalhada a moda sustentável e como ela pode ser iniciada com pequenos gestos. O primeiro ponto é recusar o consumo exagerado dentro do modelo de fast fashion. Dessa maneira, além de comprar menos de grandes marcas que atuam dessa maneira, é preciso investir em empresas que são slow fashion, produzindo peças que duram mais de uma estação.

Além de recusar, é preciso diminuir a quantidade de roupas, dessa maneira, ao invés de comprar 5 camisetas, compra-se uma. O modelo de guarda-roupa cápsula, no qual com apenas algumas peças se criam vários modelos para utilizar em um mês por exemplo, é uma das soluções para reduzir a necessidade de tantas peças. Além disso, é preciso pensar em várias formas de usar uma mesma peça através da criatividade. Este é o conceito no qual é preciso doar o que não se usa para que outras pessoas possam passar a utilizar. Hoje em dia há uma grande quantidade de brechós e também organizações que vendem peças usadas. Há até mesmo empresas que oferecem aluguel de peças de roupas, sapatos e acessórios.

Há algumas marcas que já fazem toda a sua coleção apenas reciclando roupas já utilizadas de forma a evitar a compra de novos tecidos. Por fim, a escolha de tecidos biodegradáveis, os quais podem ser compostos e não poluem o meio ambiente quando descartados. O algodão orgânico, os tecidos originários de garrafas pets e até mesmo a juta da Amazônia, são opções mais sustentáveis.

1. **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**
	1. **REVISTA**

Com a invenção da imprensa por Johannes Gutenberg, por volta do ano de 1450, a Alemanha teve uma grande vantagem em relação aos outros países europeus para reproduzi livros, jornais e inclusive em grande escala. Na época, para se transmitir notícias relevantes era utilizado panfletos e aos poucos começaram a serem publicado com frequência. A princípio o estilo a ser publicado era um misto de revista com jornal e as matérias publicadas podia ser importante, mas não eram diárias e estes folhetos fizeram de base para o início das revistas.

A primeira revista surgiu em 1663, na cidade de Hamburgo na Alemanha e seu primeiro nome era Erbauliche Monaths-Unterredungen, em tradução livre “Edificantes Discussões Mensais”. Ainda no século XVII, houveram mais dois lançamentos sendo, em 1672, na França foi lançada a revista Le Mercure e em 1690 na Inglaterra a Athenian Gazette. Nesta época, as revistas abordavam assuntos específicos e pareciam coletâneas de textos com caráter didático. Dois séculos depois (XIX) títulos sobre interesse gerais que tratavam de questões da vida família começaram a ganhar espaço.

No Brasil a primeira revista a ser publicada foi a “As variedades ou ensaios de literatura”, criada em 1812, em Salvador - BA. De início as revistas suas publicações traziam novelas de gosto comum, fragmentos de história antiga e moderna e artigos de estudos científicos. A segunda revista a ser publicada foi em 1839 a “Revista do Instituto Histórico e Geographico Brazileiro”, que abordava temas culturais e científicos. No século XX, com o aprimoramento das técnicas de impressão, o preço do papel foi ficando mais acessível e a publicidade foi aumentada com o intuito de reduzir as despesas. A soma desses fatores fez com que as revistas explodissem pelo mundo todo e com títulos cada vez mais segmentados, destinados a púbicos com interesses superespecíficos.

* 1. **REVISTA MODA**

O surgimento dos editoriais femininos, contaram com diversas datas marcas a respeito da moda. A cada revista criada trazia a mudança de personificação da mulher. Com forme os tempos passaram as publicações não era apenas sobre tendências em vestuários e comportamento, mas grandes questões que mulheres estariam começando a enxergar como seu próprio espaço.

Após três anos da primeira revista publicada na Inglaterra, surgiu a primeira publicação voltada aos segmentos femininos – Lady’s Mercury (1693), trazia em suas matérias poesias, moldes e dicas de como se vestir. Outras publicações surgiram em 1770, a “Lady’s Maganize”, que foi pioneira em falar sobre figurinos. “Godey’s Lady’s Books” (1820) começou com a reprodução de artigos franceses e posteriormente, tornou-se a maior revista feminina do século XIX. No ano de 1867, foi lançada nos Estados Unidos a “Harper’s Bazaar” que abordava temas como vida doméstica, literatura, decoração e moda. Com o passar do tempo, passou a ditar tendências para outras publicações. Criada em 1892 a “Vogue”, iniciou como uma revista semanal, sendo público alvo a alta sociedade de Nova York. Mas, seu foco mudou em 1909, quando a companhia Condé Nast a adquiriu, transformando em uma revista mensal e com objetivo de falar e vender moda. Apesar de pioneira na área de moda, a França só lançou a sua primeira revista de moda em 1945, a famosa “Elle”. Também surgiu como publicação semanal e atendia o público feminino do pós-guerra, mulheres de classe média que viram a necessidade de ingressar no mercado de trabalho. Os modelos de alta costura eram publicados com dicas de como adaptá-los em peças para o dia a dia e baixo custo.

No Brasil, o primeiro periódico feminino veio em 1827. “Espelho de Diamantino”, continha assuntos variados como política, arte, ciências e moda, lançada por Pierre Plancher. Com o desenvolvimento industrial e social propiciou o surgimento de revistas segmentas, voltada para públicos específicos.

De acordo com Buitioni (1991, p.24), a imprensa feminina se tornou um termômetro social, visto que “cada novidade é imediatamente incorporada, desenvolvida e disseminada” (p.24). Segundo o ator, sempre que as mulheres precisavam se expressar de forma literária ou reclamar seus direitos, esses periódicos serviam como canal. A partir da secunda metade do século XVII, as publicações de moda passaram a ganhar mais importância, o jornalismo de moda evoluiu, e as revistas e periódicos passam a retratar um novo comportamento feminino.

” A imprensa também tem destaque como lócus em que se produziram discursos próprios sobre a moda. Na história europeia, o jornalismo do século XIX se dispusera a relatar os costumes da época nos folhetins, descrevendo didaticamente para a sociedade o destaque que a indumentária assumia nos círculos sociais aristocráticos. No século XX, o jornalismo de moda começava a abrir espaço nas páginas impressas para interpretações a respeito de estilos múltiplos, também exportando as matrizes essenciais da alta costura em moldes e manequins. Isto é, a moda impressa estava intimamente relacionada à réplica da veste fina dos ateliês. Após esse início folhetinesco, o jornalismo de moda ultrapassou as dimensões do estatuto das vestes unicamente artístico e passou a abordá-las por seu valor mercantilizado. Assim, o século XXI presencia o jornalismo de entretenimento se debruçar sobre as notícias e a crítica de moda. (SAYURI, 2008). ”

* 1. **CONSUMO**

O mercado da moda dita quase diariamente, produzindo novas coleções que alimentam o consumo desenfreado. A cada dia é maior e desmedido o consumo do fast fashion. Segundo dados da Associação Brasileira da Industria Têxtil e de Confecção (ABIT), a produção de roupas, meias e acessórios (cama, mesa e banho) no Brasil alcançou 8,9 bilhões de peças, resultados dos anos de 2017 e 2018.

Os impactos decorrentes da produção percorrem toda a cadeia produtiva têxtil: desde o plantio do algodão até a confecção da peça, além dos impactos derivados da comercialização. O cultivo do algodão, em virtude da grande quantidade de pesticidas, inseticidas e fertilizantes empegados para obter a fibra, causa contaminação da água, do solo e da fauna local. Além de consumir um volume gigantesco da água nos processos de beneficiamento e acabamento alvejar e tingir produtos têxteis).

Ao longo da cadeia produtiva têxtil, os impactos ambientais envolvem contaminação do solo, consumo de água, de energia, emissões atmosféricas de poluentes e resíduos sólidos. No aspecto social que muitas vezes envolve o grave problema da mão de obra explorada de maneira análoga ao trabalho escravo, infelizmente uma prática muito presente inclusive na produção de grandes cadeias de lojas e marcas que terceirizam a produção e a responsabilidade sobre a questão.

O mercado têxtil é um caso raro de sucesso econômico na última década, tendo crescido em torno de 5,5% a cada ano. São 2,4 trilhões de dólares anuais movimentados no mundo todo, o que colocaria a indústria da moda como a 7ª maior economia do planeta se ela fosse um país. O relatório “A new textiles economy: Redesigning fashion’s future”, lançado em novembro de 2017, pela Ellen MacArthur Foundation, traz dados contando que a cada segundo, o equivalente a um caminhão de lixo cheio de sobras de tecido é queimado ou descartado em aterros sanitários. Por ano, 500 bilhões de dólares são jogados fora com roupas que foram pouquíssimos usadas e que quase nunca são recicladas.

A indústria têxtil brasileira é a terceira maior do mundo e produziu 170 mil toneladas de resíduos de tecidos, em 2014, por falta de reciclagem seletiva. A coleta dos retalhos é realizada de forma desorganizada, sem preocupação com a destinação adequada. No entanto, este volume de retalhos poderia ser reciclado, gerar renda e diminuir gastos de US$5,8 milhões na importação de resíduos equivalentes.

De acordo com o artigo público por Mariana Correa do Amaral, da Universidade de São Paulo (USP), e coautores para a revista “Gestão & Produção”, a sustentabilidade na competitiva indústria têxtil que precisa lidar com redução de uso de água e energia, além de formas de reduzir as perdas e reciclar resíduos. O Brasil oficialmente importa mais de 223 mil toneladas de resíduos desde janeiro de 2008, a um custo de US$257.9 milhões. No entanto, no mesmo período, o país deixou de ganhar cerca de US$12 bilhões por deixar de reciclar 78% de resíduos sólidos gerados internamente, graças a falta de coleta seletiva.

A produção em escala global, com roupas sendo desenhadas em um país, produzidas em outro e comercializada no mundo inteiro, também faz com que a indústria da moda seja responsável por 1,2 bilhão de toneladas de gases de efeito estufa por ano. Existe estudos, que traz algumas propostas para que o setor se repense, tais como: desenvolver roupas que durem mais tempo e possam ser recicladas, alugadas ou revendidas; eliminar o uso de substâncias tóxicas e fibras plásticas nos tecidos; fazer da durabilidade um conceito mais atraente; melhorar radicalmente a reciclagem através da transformação do design, coleta e reprocessamento do vestuário; fazer uso efetivo dos recursos e insumos renováveis.

* 1. **MODA**

Segundo antropólogos, o surgimento da roupa está relacionado à necessidade manifestada pelo ser humano de esconder a nudez e de se proteger do frio, da chuva e do calor. A utilização de roupas pelo ser humano remonta 600 mil anos a.C. Fato comprovado pelas diversas escavações em que agulhas feitas de ossos foram encontradas.

Na Idade Média as roupas passaram a ganhar mais estilo. Neste momento estavam começando a surgir alguns tipos de tecidos com fibras de algodão e seda e as peças representavam a posição social de cada indivíduo. As roupas usadas pelos trabalhadores do campo possuíam cor marrom e ocre e isso os distinguia dos nobres. Com o desenvolvimento e a chega das inovações as roupas passaram a ser mais trabalhadas com detalhes em fios de ouro e prata e relevo. Os camponeses passaram a usar roupas azuis, que anteriormente era apenas na cor natural do tecido. Assim permaneceu até o início do comércio, no qual cada vez mais as pessoas buscavam se assemelhar aos nobres.

O comércio expandiu suas fronteiras com a descoberta do Novo Mundo. Os nobres renovaram o visual com o uso da renda e do cetim e os tecidos do momento eram o linho, a lã e o algodão. Surge então a separação entre as roupas femininas e masculinas e a moda para mulheres se sobressai com o aparecimento dos decotes e cortes que valorizem mais o corpo. Na França, o rei Luís XV aderiu ao uso dos saltos altos.

No mesmo contexto da Idade Moderna, a praga de piolhos era algo que atacava impetuosamente a sociedade. Assim, aconteceu o aparecimento das longas perucas que os nobres vestiam. Maria Antonieta, arquiduquesa da Áustria e última rainha da França, era muito vaidosa, usava bastantes penteados, chapéus, babados, joias e vestidos. Entretanto novos desenhos, cortes e costuras foram incorporados pelos artesãos, uma mistura da arte rococó e a moda.

No século XIX, a moda incluiu mais itens no vestuário, como também perdeu outros. Dessa forma o público feminino adquiriu novas peças de roupas. Em compensação, deixaram de fazer parte os espartilhos, as grades dos vestidos e incorporam as mangas bufantes. As roupas se tornaram românticas e práticas, para a época, obviamente. A moda, que iniciou em 1857, com a crina de cavalo e, em 1864, se transformou em tendência nas várias partes do mundo, principalmente nas colônias europeias. Eram feitas a partir de armações de ferro, que contornavam a cintura feminina, proporcionando as saias redondas.

Em meados do século XIX, surgiu a máquina de costura, o que representou o alicerce das novas tendências. Portanto, elas se manifestaram fortemente nas cidades: Paris, Milão, Roma, Nova Iorque e Hollywood. No século XX, houve a influência da moda nos anos 20, 30, 60 e 80.

A tecnologia muda as relações e as formas de consumo, as mudanças acontecem a todo o momento. Neste século as compras pela internet ganham espaço e as roupas passam a definir o estilo das pessoas de acordo com as tendências de grupos como “cool”, “emos” e “indies”. Hoje em dia a moda representa muito mais a estética. Possibilita os consumidores se encontrarem no estilo que mais gostam, assim estando confiantes diante o mundo e consigo mesmos. A roupa é uma forma de influência, podendo estar mais sensual e confortável dentro mesmo look.

* 1. **MODA SUSTENTÁVEL**

Moda sustentável, também conhecida como eco fashion, é um conceito definido por metodologias e processos de produção que não são prejudiciais ao meio ambiente. Isto é, a criação de roupas e acessórios sem prejudicar o ecossistema que existe ao redor da cadeia de produção deste item.

Falar do impacto dos resíduos no Meio Ambiente é automaticamente falar da nossa relação com o consumo. Longe de nós querer responsabilizar os consumidores por todo ou maior parte do impacto no planeta. Mas quem consome, sabendo dos problemas que o consumo desenfreado gera no mundo, tem o poder de mudar essa cadeia de poluição.

A indústria da moda é a segunda maior poluidora do mundo. Por isso falar do impacto da indústria têxtil é muito importante. Entendemos que falar de consumo sustentável também é falar de produção sustentável. A conta não é apenas do consumidor, mas enquanto consumidores precisamos entender o que está acontecendo para mudarmos nossos hábitos e usar nossa força mobilizadora para que as marcas também repensem e ajam de modo diferente.

A moda tem um ciclo de vida programado, já que a cada estação surgem novas tendências. Assim, é necessário ter criatividade para manter este tipo de indústria funcionando. Mas ao inserir a moda no nicho sustentável, a inovação surge na forma de como produzir peças de roupas que não prejudiquem o meio ambiente diante de um cenário fast fashion, no qual grandes marcas produzem roupas de forma desenfreada e causam grande impactos ambientais.

Existem dois tipos de moda que ajuda ao meio ambiente. A primeira tem como nome: Moda Consciente, que está mais relacionada ao comportamento dos consumidores. A ideia é mesmo consumir com mais consciência, preocupando-se não apenas ao comprar novas peças, mas também com o uso e a posterior destinação delas.

Enquanto, na Moda Consciente, o consumidor é o protagonista, na Moda Sustentável destacam-se os produtores. Isso porque, a Moda Sustentável (também chamada de Eco Fashion) preocupa-se com a adoção de métodos de produção que minimizem o impacto ambiental, como, por exemplo: a reutilização de água durante a fabricação têxtil; o reaproveitamento de retalhos e outros resíduos; o uso de fibras ecológicas e/ou biodegradáveis, etc.

Alguns empreendedores, inclusive, já perceberam as oportunidades de inovar nesse mercado, com a criação de biojoias, por exemplo, com o desenvolvimento de peças de tricô 3D (aproveitando um fio único sem desperdícios) ou ainda com a produção de fibras a partir de resíduos de madeira, algodão e celulose, em outro caso.

1. **METODOLOGIA**

Neste artigo, será usado como metodologia, slides que irão comparar dados sobre resíduos da indústria têxtil e como o consumo de moda sustentável diminui a poluição e gera renda e conscientização. Com esse trabalho vamos ampliar o tema central da moda sustentável, de como é feita a revista, o editorial, a fabricação desses tecidos e roupas da linha ecológica da indústria têxtil e do consumo. Com isso a forma que iremos abordar os assuntos será através de pesquisas, artigos, livros, vídeos documentários, sites e relatórios sobre os assuntos estudados

1. **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Com este artigo espera se desenvolver pensamento crítico e conscientizado sobre o que a moda representa e como a moda sustentável pode mudar o meio ambiente. Devido a isso esperamos que a apresentação consiga atingir o conceito proposto e de atuar e compreender o conceito de sustentabilidade para a sociedade. Por fim toda a pesquisa, volta a ideia de que a moda pretende ligar suas teorias a sustentabilidade, tornando fácil o entendimento sobre o assunto proposto. Serão utilizados para isso recursos digitais e falas de autores que comprovam nossa tese.

1. **REFERNCIAS**

CORREA DO AMARAL, Marina e col. Reciclagem e reutilização de têxteis industriais no Brasil: estudo de caso e considerações sobre a economia circular. Gestão e Prod. vol.25 no.3, 2018. Disponível em: < https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\_arttext&pid=S0104-530X2018000300431&lng=en&tlng=en>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

SALLES, Carolina. Os impactos por trás das rupas que compramos. Jusbrasil, 2015. Disponível em: <https://carollinasalle.jusbrasil.com.br/noticias/120463135/os-impactos-por-tras-das-roupa-que-compramos>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

OLIVEIRA, Marlene. A moda que incomoda. Colabora, 2018. Disponível em: <https://projetocolabora.com.br/ods12/a-moda-que-incomoda/>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

Indústrias da moda desperdiça um caminhão de lixo têxtil por segundo. ECycle, 2017. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/component/content/article/9-no-mundo/6169-industria-da-moda-desperdicio-emissoes-co2-lixo.html>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

Um giro pela fascina história da moda. Etiqueta única, 2018. Disponível em: < https://www.etiquetaunica.com.br/blog/um-giro-pela-historia-da-moda/>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

Por que criar hábitos de consumo consciente e seguir princípios de moda sustentável? Asta, 2018. Disponível em: <https://www.redeasta.com.br/post/por-que-criar-habitos-de-consumo-consciente-e-seguir-principios-de-moda-sustentavel?gclid=CjwKCAjwnIr1BRAWEiwA6GpwNRAkSnXLminM9KWK3F95ty1GmziqAaGsdqpFNKIzq0635hPnHc0TERoCJ5MQAvD\_BwE>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

PEREIRA, Vitoria. Moda sustentável aliada ao consumo consciente. Observatório de indústrias criativas, 2018. Disponível em: <https://www2.faac.unesp.br/lecotec/projetos/oicriativas/index.php/2018/09/17/moda-sustentavel-aliada-ao-consumo-consciente/>. Acesso em: 24 de abril de 2020.

Moda sustentável e moda consciente. Guia do bolso, 2019. Disponível em: <https://www.oseudinheirovalemais.com.br/moda-sustentavel-e-moda-consciente-como-entrar-nessa/>. Acesso em: 24 de abril de 2020.