

A INFLUÊNCIA DA MODA SUSTENTÁVEL NO CONSUMO DE ACESSÓRIOS FEMININOS DE ORIGEM NÃO ANIMAL

Marianne Freitas de ALMEIDA¹
Jeane Alves de ALMEIDA²
Severina Alves de ALMEIDA³
Tatiana Ramirez CUNHA⁴
Cássio Cipriano NOGUEIRA⁵

Resumo

A moda sustentável define processos de produção que não sejam prejudiciais ao meio ambiente. Consumidores veganos e vegetarianos discutem a falta de opção de vestuário e acessórios no mercado que se adequem aos seus estilos de vida e que, ainda assim, tenham valor de moda, trazendo à tona reflexões acerca de um movimento que tem por base uma nova proposta ética: a defesa dos direitos dos animais. Tendo isto em vista, este artigo analisa as principais influências da moda sustentável em relação ao consumo de acessórios femininos de origem não animal, em função de um debate sobre moda e sustentabilidade, mostrando um levantamento de quais os acessórios de moda feminina são mais consumidos por veganos, seguido dos principais fatores decisivos de compra dos mesmos.

Palavras chave: Moda. Sustentabilidade. Acessórios. Consumo. Vegano.

THE INFLUENCE OF SUSTAINABLE FASHION ON THE CONSUMPTION OF FEMALE ACCESSORIES OF NON-ANIMAL ORIGIN

Abstract

Sustainable fashion defines production processes that are not harmful to the environment. Vegan and vegetarian consumers discuss the lack of choices about clothing and accessories on the market that fit their lifestyles and yet have fashion value, bringing to light reflections on a movement that is based on a new ethical proposal: the defense of animal rights. With this in view, this paper analyzes the main influences of sustainable fashion in relation to the consumption of feminine accessories of non-animal origin, as a result of a debate about fashion and sustainability, showing a survey of which women's fashion accessories are most consumed by vegans, followed by the main decisive factors of their purchase.

Keywords: Fashion. Sustainability. Accessories. Consumption. Vegan.

1Graduanda em Design pela Universidade Federal de Pernambuco, campus Acadêmico do Agreste. E-Mail. E-mail: marianne-freitas@hotmail.com.

2Mestre em Ciências Biológicas (Zoologia) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1999); Doutora em Ciências Biológicas (Zoologia) pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2003); Pós doutora pela Universidade de São Carlos (2005). Atualmente é professora Associada da Universidade Federal do Sul da Bahia. E-mail: jeaalmeida87@gmail.com.

3Mestre em Ensino de Língua e Literatura; Doutora em Linguística; Professora Titular da Faculdade de Ciências Tocantins FACIT; Pesquisadora CNPQ grupo de pesquisa da Universidade de Brasília SOLEDUC; Pesquisadora vinculada ao Laboratório de Línguas Indígenas LALI Universidade Federal do Tocantins UFT. E-mail: sissi@faculadefacit.edu.br.

4Professora Titular e Coordenadora do Curso de Odontologia Faculdade de Ciências do Tocantins – FACIT. E-mail: coord-odonto@faculadefacit.edu.br.

5Professor do curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas (ADS) da FACIT – Faculdade de Ciências do Tocantins; Graduado em Sistemas de Informação e especializado em MBA em Gestão de Tecnologias da Informação pela FAHESA/ITPAC – Instituto Tocantinense Presidente Antônio Carlos. Email: profassiocipriano@outlook.com.

Introdução

A moda sustentável, também chamada de *eco fashion*, está ligada a processos de produção que não sejam prejudiciais ao meio ambiente. Em outras palavras, a criação de roupas e acessórios sem prejudicar o ecossistema que existe ao redor dessa cadeia de produção.

Consumidores veganos e vegetarianos discutem a falta de opção de vestuário e acessórios no mercado que se adequem ao seus estilos de vida e que, ainda assim, tenham valor de moda, trazendo à tona reflexões acerca de um movimento que tem por base uma nova proposta ética: a defesa dos direitos dos animais.

Os veganos (ou *vegans*) são reconhecidamente aqueles indivíduos que se posicionam contra qualquer modo de exploração animal, incluindo-se aí as formas de trabalho forçado, o seu consumo como fonte alimentícia e, também, como componentes de processos ou produtos manufaturados (cosméticos, roupas, material de limpeza, etc.). (TRIGUEIRO, 2013).

Visto isso, a questão central desse artigo é analisar as principais influências da moda sustentável em relação ao consumo de acessórios femininos de origem não animal. Para alcançar esse debate, num primeiro momento serão tratados os conceitos de moda e sustentabilidade. Em seguida, será mostrado

um levantamento de quais os acessórios de moda feminina mais consumidos por veganos, seguido dos principais fatores decisivos de compra dos mesmos.

É um grande desafio para a humanidade aliar desenvolvimento com sustentabilidade ambiental, visando manter o bem estar atual sem comprometer o bem-estar das futuras gerações de humanos e não-humanos. Para tanto, é preciso uma conscientização sobre a necessidade de uma exploração equilibrada dos recursos naturais, a recuperação do que foi destruído e principalmente, mudanças culturais, econômicas e políticas que reorientem as atividades de produção e consumo (MANZINI, VEZZOLI, 2005).

Diante desse contexto, a relevância deste artigo reside em seus resultados, que poderão contribuir para orientar a produção e o consumo de produtos para o vestuário de forma que sejam mais pertinentes à sustentabilidade.

1. Conceito de Moda

Moda pode ser entendida como um sistema de produção e de comunicação que introduz mudanças de comportamento e de aparência, de acordo com a cultura e os ideais de uma época.

A moda é um fenômeno que abrange: a linguagem e as maneiras, os gostos e as

ideias, os artistas e as obras culturais. Rech (2002) o complementa afirmando que os avanços da ciência também abrangem o fenômeno da moda e estão presentes nas mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas que ocorrem na sociedade (LIPOVETSKY, 2003, p. 24).

Segundo Avellar (2009, p. 19) “a moda e a dinâmica socioeconômica e cultural são múltiplas, complexas, estratificadas, imersas num mundo que vê a diluição das fronteiras geográficas e econômicas”. O que, segundo a autora, causa uma confusão terminológica, mesmo entre comunicadores e outros profissionais de alguma forma ligados à produção e divulgação da moda.

Moda é comportamento, segundo vários autores. Pode servir como um dicionário para compreender o comportamento de algum grupo em determinado período. E ainda, através do novo, a moda introduz mudanças nos padrões do comportamento tradicional instituído há certo tempo e que aos poucos vai se tornando um hábito (id, 2009).

A moda tratada aqui é, portanto, a indústria da moda.

[...] Ela envolve toda a cadeia têxtil, os grandes criadores assim como os pequenos, os consumidores, as mais variadas mídias, a comunicação instantânea, as histórias da vida dos criadores e inspiradores, os trabalhadores, os grandes centros urbanos, as pequenas localidades, além de um sem-fim de outras áreas tais como a cultura, a

economia, a psicologia e, sem dúvida, a parte mais íntima desse universo, a natureza da contradição humana (AVELLAR, 2009, p. 154).

De acordo com este argumento, para se compreender como o consumidor está se comportando em relação à questão da sustentabilidade, a ética, pode-se observar o seu modo de vestir e de lidar com a sua roupa. Ao mesmo tempo, com a disseminação do conceito de sustentabilidade, que é novo na moda, aos poucos os consumidores poderão se habituar a procurar por um vestuário sustentável.

A roupa é extensão do corpo em relação a nossos desejos, gostos e hábitos (AVELLAR, 2009). A cultura corporal fica impregnada na roupa (SCHULTE apud SHSTALLYBRASS, 2000). Constituindo uma comunicação da cultura pessoal, a moda envolve fatores de integração ou de exclusão social e de hierarquia de valores, obtidos principalmente pela dinâmica da sociedade de consumo.

2. Sustentabilidade

Durante as últimas décadas, o conceito de desenvolvimento sustentável vem sido tratado referente a “condições sistêmicas de desenvolvimento produtivo e social,” (VEZZOLI, 2010, p. 19), bem como a nível global e local⁶. Decorrente do intenso

⁶VEZZOLI, C. Lo sviluppo sostenibile. In: ROSSI, Filippo; SALVI, Franco. Manuale di ingegneria civile e

crescimento tecnológico e da larga escala produtiva industrial, na segunda metade dos anos 1960, o entendimento sobre a questão ambiental com relação ao impacto da produção e do aceleramento contínuo do consumo, deu início à discussão do conceito de sustentabilidade, que consiste basicamente na capacidade de suprir as necessidades atuais, sem provocar consequências para as próximas gerações através da manutenção do equilíbrio ecológico.

Logo nos anos 1970, surgiram os primeiros textos de pesquisas científicas que abordavam o tema. Nos debates internacionais já consideravam o desenvolvimento industrial como grave exaustor dos recursos naturais, assim como o forte crescimento da população mundial (VEZOLLI, 2010).

Por conseguinte, foi elaborado, em 1987, pela **Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas** um relatório chamado *Nosso Futuro Comum*, (*Our Common Future*), nele apresentava a definição sobre desenvolvimento sustentável: “um desenvolvimento que visa atender as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras em atender as suas próprias necessidades”. Desde então, se tornou a palavra-chave sobre o tema na Conferência das Nações Unidas sobre Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD),

ambientale. Bolonha: Zanichelli, 2006.

ocorreu no Rio de Janeiro em 1992.⁷A Conferência de 1992 resultou em cinco documentos básicos⁸:1. A declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento;

2. A declaração de princípios para a gestão sustentável das florestas;
3. O Convênio sobre a Diversidade Biológica;
4. O Convênio sobre as Mudanças Climáticas, e;
5. O Programa das Nações Unidas para o século XXI, mais conhecido como Agenda 21.

Com o avanço das discussões sobre o significado e as consequências dessa ideia-força nas diferentes esferas sociais, também começam a surgir iniciativas para concebê-la e materializá-la no contexto das organizações empresariais. Entre elas, está a iniciativa do sociólogo inglês John Elkington, pregando um modelo de mudança social fundamentado no *Tripple Bottom Line*, no qual a discussão se daria em torno dos seguintes pilares: econômico, social e ambiental.⁹

2.1. Sustentabilidade Ambiental

O termo Sustentabilidade Ambiental se refere às condições sistêmicas como consequência das ações geradas pelo o homem, seja em escala mundial ou local, de

⁷VEZZOLI (2010).

⁸DIAS (2009).

⁹Disponível em (<http://www.scielo.br>).

forma que não desequilibrem os ciclos naturais ultrapassando os limites de *resiliência* dos ecossistemas e, ao mesmo tempo, não empobrecam o capital natural que será herdado pelas gerações futuras, ou seja, as gerações futuras dependem das qualidades biofísicas da natureza, assim como de sua capacidade produtiva para produzir alimento, insumos e energia (MANZINI, 2008).

Nesse âmbito, as pesquisas direcionadas à sustentabilidade ambiental devem se atentar aos dois fundamentais conceitos¹⁰:

Resiliência – consiste na capacidade de tolerar algo que o perturba sem perder o equilíbrio. Esse conceito insere a ideia de que o sistema natural possui limites de capacidade e recuperação, diante dos efeitos das atividades humanas, porém pode se tornar um fenômeno irreversível de deterioração.

Capital Natural – são os recursos não renováveis, bem como a capacidade sistêmica que o ambiente tem em reproduzir recursos renováveis, tudo isso deve tratado como um todo. Refere-se também às variedades de espécies que habitam o nosso planeta (MANZINI, 2008, p. 22,23).

2.2. Sustentabilidade Social

O termo Sustentabilidade Social se refere às condições sistêmicas, seja em escala mundial ou regional, aos princípios da justiça e da responsabilidade em relação ao futuro não se contradizendo pelas atividades humanas, levando em consideração a atual

distribuição e a futura disponibilidade do “espaço ambiental” (MANZINI, 2008).

O conceito de espaço ambiental e os princípios de justiça e responsabilidade em relação ao futuro requer uma breve definição. Segundo Manzini (2008, p. 23), espaço ambiental “[...] é a extensão territorial necessária para manter um sistema sociotécnico neste mesmo espaço de uma forma sustentável”, isto é, indica enquanto “ambiente” uma pessoa, cidade ou nação deve dispor para viver, produzir e consumir sem desencadear fenômenos irreversíveis de deterioração.

Apresentada a definição, acima o princípio de justiça afirma que o espaço ambiental é um direito de todos, e para o princípio de responsabilidade propõe todos devem garantir o mesmo espaço às gerações futuras garantindo a mesma qualidade e quantidade dos recursos, que hoje temos a disposição.

2.3. Sustentabilidade no contexto econômico

Para que um sistema de produção, uso e consumo seja considerado sustentável é preciso ir ao encontro das demandas da sociedade por produtos e serviços sem perturbar os ciclos naturais e sem impactar o capital natural. Significa dizer que em primeiro lugar deve-se reduzir o uso dos recursos naturais, minimizando a utilização

10

daqueles não renováveis, e evitando acumulação de lixo e resíduos.

O atual metabolismo de uma sociedade industrial adulta, as condições para sua sustentabilidade podem ser alcançadas através do aumento de sua ecoeficiência em pelo menos 10 vezes, ou seja, apenas aqueles sistemas de produção e consumo que utilizam menos de 90% de recursos ambientais por unidade de serviço fornecido pode ser considerado sustentável (MANZINI, 2008).

A fim de minimizar riscos é necessário incrementar oportunidades intrínsecas à transição para a sustentabilidade.

3. Moda Sustentável

A moda dentro da estética contemporânea, com um ciclo de vida mais longo das roupas, a redução de consumo, o uso de matéria prima renovável e de fibras orgânicas, entre outras ações, poderá ser mais adequada a alguns princípios de uma estética ambiental. Portanto, o design não é somente uma preocupação estética, mas tem também como princípio tornar possível usufruir atualmente os recursos naturais sem comprometer as gerações futuras.

Essa abordagem é interessante, pois engloba as esferas ambientais e sociais, além disso, o valor do produto com essas características se desloca apenas da inovação ao acesso de determinado bem ou benefício,

melhorando a qualidade de vida com inevitável aumento de consumo de recursos mais condizentes (BADUY, 2008).

De acordo com a ABIT (Associação Brasileira de Indústrias Têxteis), sabe-se que a indústria têxtil está entre as quatro que mais consomem recursos naturais, e que a moda tem um papel importante na mudança de comportamento e na sensibilização dos consumidores e dos formadores de opinião. Inúmeras iniciativas na fabricação de roupas tem sido feitas para a criação e produção de produtos de moda que agridam menos o meio-ambiente, fazendo esforços para diminuir o desperdício e o lixo vindo da indústria têxtil.

3.1. Ecodesign: Acessórios femininos de origem não animal

[...] O conceito de *Ecodesign* originou-se no início dos anos 90, com os esforços das indústrias eletrônicas dos EUA para criarem produtos que fossem menos agressivos ao Meio Ambiente. Desenvolveram uma base de conhecimentos em projetos voltados para a proteção do Meio Ambiente, que primeiramente beneficiou estas indústrias. A partir disso, tem crescido rapidamente o interesse pelo tema, principalmente em empresas que já desenvolviam programas de gestão ambiental e de prevenção da poluição (REICHERT, 2006, p. 4)

O conceito de Ecodesign segundo Fiksel (1999, p. 513) é um conjunto específico de práticas de projeto, orientadas à criação de produtos e processos ecoeficientes, tendo respeito aos objetivos ambientais, de saúde e segurança durante todo o ciclo de vida destes produtos e processos.

[...] O *Ecodesign* tem como objetivo principal reduzir o impacto ambiental do produto em todas as

principais fases do ciclo de vida de um produto que são: a obtenção das matérias-primas, a produção, a distribuição, a utilização e o destino final. O resultado deste ato serão produtos que devem ser acessíveis economicamente ao maior número de pessoas possível cumprindo sua função fundamental e básica que é trazer o bem-estar e a satisfação a quem os utiliza (REICHERT, 2006, p. 4).

Os produtos de moda são os mais caracterizados pela mudança de aparência constante que condiciona o fim de vida útil enquanto as suas funções permanecem válidas. Esta é uma característica antiecológica que invalida os esforços feitos para tornar a fabricação de roupas menos poluente.

Nesse contexto, os produtos com valor de moda, bem como os acessórios de moda, tendem a receber alternativas de materiais no âmbito da sustentabilidade para despertar um sistema de consumo mais consciente.

Dentre todas as tendências que emergem nenhuma tem ou teve o crescimento tão vigoroso quanto a do uso de algodão orgânico, provenientes de cooperativas e associações para confecção de roupas; o couro vegetal, elaborado a partir do Látex extraído por comunidades de seringueiros na Amazônia, e a fibra de poliéster obtida da reciclagem de garrafas PETs, geralmente fornecidas por catadores de materiais recicláveis (BERLIM, 2009).

3.1.1. *Case: Insecta Shoes*

Atualmente, é pouco comum encontramos no mercado empresas/marcas que dispõe soluções de produtos com diversificação de materiais de caráter sustentável. No entanto, foi verificado de que há uma crescente demanda desse setor, e pensando em atender a essas necessidades, que a marca de sapatos *Insecta Shoes* é a 1ª marca do Brasil de sapatos veganos e artesanais, feitos com a reutilização de roupas vintage, e 100% exclusivos. A produção acontece através do reaproveitamento, onde o objetivo é aumentar a vida útil do que já existe, sempre de modo criativo para atender o perfil do seu público alvo. “Garimpamos peças de roupa usadas e, através de um processo artesanal, as transformamos em sapatos”¹¹.

¹¹Disponível em
(<http://www.insectashoes.com/p/sobre-a-insecta>).



Figura 1. Composição de materiais da *Insecta Shoes*.

4. Veganos

O veganismo é uma prática de vida motivada por convicções éticas com base nos direitos animais. Procura evitar a exploração ou o abuso dos mesmos, através do boicote às atividades e aos produtos considerados especistas¹².

Para os veganos, os animais não existem “como propriedades dos humanos”, pois têm valor intrínseco, assim como o negro não existe “para o branco”, nem a mulher “para o homem”. Segundo esta noção, cada animal é dono de sua própria vida, tendo assim o direito de não ser tratado como propriedade (enfeite, entretenimento, comida, cobaia, mercadoria, etc). Dessa forma, os veganos propõem uma analogia entre especismo,

¹²Especismo: quando os interesses de sua própria espécie (humanos) dominam os interesses maiores dos membros das outras espécies (SINGER, 2004).

racismo, sexismo e outras formas de preconceito e discriminação (TRIGUEIRO *apud* THOMAS, 1988).

5. Metodologia

A abordagem desta pesquisa caracteriza-se como qualitativa de caráter exploratório e descritivo. A pesquisa qualitativa pode cobrir uma ampla gama de assuntos e pode estudar mais a fundo as percepções dos consumidores sobre os produtos existentes no mercado (BAXTER, 2011).

A pesquisa entrevistou consumidores, que adotam o estilo de vida vegano, sobre o seu modo de consumo, que, pelo seu discurso, já praticam um consumo sustentável. Assim, analisou-se, a partir de suas respostas, seu modo de consumo em relação aos acessórios de moda de caráter sustentável.

A entrevista foi realizada com (10) consumidores veganos, público feminino, formadoras de opinião, participantes do 26º Cultura Veg: Lançamento do Desafio Vegano da SVB Recife - Cine-debate Vegucated, no dia 03 de dezembro de 2014, na cidade do Recife-Pe. O encontro, de forma descontraída, foi organizado pela comunidade SVB Recife, para exibição do documentário Vegucated, em seguida foi realizado um debate sobre a culinária vegana.

5.1. Etapas e Procedimentos

1. Elaboração, a partir dos objetivos da pesquisa, do questionário que orientará as entrevistas.
2. Levantar o estado da arte sobre os principais conceitos de moda e sustentabilidade.
3. Pesquisa exploratória, aplicando questionário a cinco pessoas que compõem o universo vegano. Esse procedimento permitiu

identificar e reelaborar questões dúbias ou mal formuladas.

4. Realização das entrevistas durante o 26º Cultura Veg: Lançamento do Desafio Vegano da SVB Recife - Cine-debate Vegucated, no dia 03 de dezembro de 2014, na cidade do Recife-Pe.

5. Análise de conteúdo, incluindo tabulação dos dados, formatação dos resultados e apreciação do conteúdo das comunicações.

6. Redação das conclusões.

6. Resultados e Discussões

A pesquisa foi orientada por um questionário que deu suporte às entrevistas semiestruturadas, de acordo com os objetivos do projeto.

Buscando favorecer a compreensão dos resultados e sua discussão, apresenta-se, para cada item do roteiro de entrevista, a tabulação das respostas e, logo a seguir, a discussão desses dados.

Quadro 1: Dados pessoais das entrevistadas

Nº	Idade	Estado civil	Formação
1	34	Solteira	Graduação em medicina
2	22	Solteira	Graduanda em design
3	26	Solteira	Graduação em letras
4	31	Casada	Mestre em Políticas Sociais
5	28	Solteira	Graduação em Jornalismo
6	42	Casada	Pós-graduada em Enfermagem

As entrevistadas têm idade entre 22 e 42 anos, com formação de nível superior, sendo que (01) esta em graduação, e (02) entrevistadas têm pós-graduação.

Pergunta 01: Você considera importante, e se preocupa com as roupas e acessórios que compra e veste? Por quê?

Quadro 2: Importância e preocupação com a roupa que compra e veste

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3	X	
4		X

5	X	
6	X	
TOTAL	5	1

Quadro 3: Razões da importância das roupas e acessórios que veste

Ideia das respostas	Nº	Respostas
Porque é preciso conforto no vestir	2	Me preocupo com o conforto físico e visual a qual as peças que compro irão me proporcionar. (E6) Confesso que não me preocupo o quanto deveria com a origem das roupas, apenas quero me sentir confortável. (E4)
Razões éticas e de forma consciente	2	Porque o consumo está ligado a aspectos éticos. (E1) Acho importante consumir produtos de forma consciente, sejam eles produtos de moda ou não. Comprar apenas o que for necessário, transformar peças antigas em novas, comprar roupas em brechós para assim diminuir o desperdício dos nossos recursos naturais. (E5)
Bem estar	1	Sempre bom está vestida de forma que se sinta bem e bonita (E3)
Revela identidade	1	Acredito em moda como expressão pessoal e me sinto bem construindo um estilo através de roupas e acessórios. (E2)

Apenas uma entrevistada (E4) disse que não dá importância para o que veste, mas se atentarmos para a resposta, ela equivale a um “sim”, na medida em que ele fala da importância que dá ao conforto no vestir. Os demais disseram que tanto as roupas quanto os acessórios têm importância sim, principalmente porque é através do vestuário que a pessoa se apresenta para as outras, ela

traz várias informações sobre a pessoa que a veste.

Para (03) entrevistadas as razões éticas e de forma consciente também são citadas como importantes na escolha das roupas ao se vestir. Apenas (01) entrevistada afirmou que o bem estar prevalece na hora de vestir.

O ato de vestir também revela sua identidade, de acordo com a afirmação da

entrevistada (E2), pois a moda constrói um estilo através do vestuário.

QUESTÃO 02: Quais desses acessórios você mais usa no dia a dia?

Quadro 4: Acessórios mais usados no dia a dia

Tipos de acessórios	Nº
Sapato	6
Bolsa	4
Carteira	5
Cinto	3
Pulseira	1
TOTAL	19

Dentre as opções de acessórios os mais usados pelas entrevistadas são (6) Sapatos, (5) Carteiras e (4) Bolsas, e apenas (1) entrevistada usa pulseira.

QUESTÃO 03: Ao comprar um acessório, você considera a origem (onde é fabricado) e o material utilizado, por quê?

Quadro 5: Consideração do material que o acessório é produzido

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	
5	X	
6	X	
TOTAL	6	0

Quadro 6: Razões para consideração do material que o acessório é produzido

Ideia das respostas	Nº	Respostas
Para evitar os produtos de origem animal	3	<p>Uso acessório que não seja fruto de exploração animal ou humana. (E5)</p> <p>Considero a origem um fato muito relevante na minha escolha, dando preferência por materiais que não sejam de origem animal. (E6)</p> <p>Não uso de origem animal. (E1)</p>
		<p>Procuro saber a origem e o material para comprar o produto consciente do dano que causa ao meio ambiente. (E3)</p>

Materiais de menor impacto ambiental	2	Busco adquirir os produtos que tenham o menor impacto ambiental possível (E4)
Interessante saber a origem	1	Gosto de coisas diferentes e étnicas e para esse tipo de acessório acho interessante saber a origem. (E2)

O material com o qual é feito o produto é considerado por todas as entrevistadas ao comprar um acessório. A principal razão é para evitar a compra de produtos feitos com utilização materiais de

origem animal. Ou seja, este quesito é determinante no momento da compra. Outros dois quesitos são citados quanto ao material: Interessante saber a origem e materiais de menor impacto ambiental.

QUESTÃO 04: Você sente dificuldade em comprar algum acessório de origem não animal, como sapatos e bolsas, por exemplo?

Quadro 7: Sente dificuldades em comprar acessório de origem não animal?

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2		X
3	X	
4		X
5		X
6	X	
TOTAL	3	3

Quadro 8: Comentários sobre a compra de acessórios de origem não animal

	Ideia das respostas	Nº	Respostas
SIM	Poucas opções	3	São poucas opções disponíveis no mercado. (E3) (E6) Tenho problemas com os calçados, pois não quero usar couro e tenho dificuldade de encontrar bons sapatos sociais que não sejam de couro. (E1)
NÃ	Diversificação de materiais	3	Hoje em dia a maioria dos materiais são sintéticos. (E4) Diante dos novos conceitos que ganham a cada minuto maior proporção no mundo, há muitas empresas que disponibilizam produtos de origem não animal. (E5) A maioria dos meus acessórios é de origem de petróleo, metal

O			e couro sintético. (E2)
---	--	--	-------------------------

50% das entrevistadas (03) sentem dificuldades em comprar acessórios de origem não animal. Porém as demais, dizem que há

uma diversificação de acessórios no mercado enquanto ao seu material, e que é possível encontrar produtos de origem não animal.

QUESTÃO 05: Você conhece alguma marca ou loja que faz uso da moda de forma sustentável?

Quadro 9: Você conhece alguma marca ou loja que faz uso da moda de forma sustentável?

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3		X
4	X	
5	X	
6		X
TOTAL	4	2

Para a maioria das entrevistadas (04) disseram que conhecem alguma marca ou loja que vende ou produz moda de forma sustentável. Apenas (02) disseram que infelizmente desconhece a comercialização de

produtos de moda sustentável. Apesar de dizer **sim**, para a entrevistada (E5) “são raras as lojas/empresas que nos deixam ter acesso às informações sobre a sustentabilidade a ser aplicada no meio de produção”.

QUESTÃO 06: Você já comprou algum item de moda com valor sustentável?

Quadro 10: Você já comprou algum item de moda por ter valor sustentável?

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3		X
4	X	
5	X	
6		X
TOTAL	3	3

Quadro 11: Acessórios de moda com valor sustentável

Tipos de acessórios		Nº
Colar, anel e brincos (bijuterias de		2; (E4) (E5)

Sim	material reciclado)	
	Carteiras e bolsas (material reciclado)	2; (E1) (E2)
Não	Não comprou	2; (E3) (E6)

Metade das entrevistadas disse que já comprou acessórios com valor sustentável, (02) compraram bijuterias (brincos, anéis e

brincos) com valor sustentável. E outras (02) compraram carteiras e bolsas de material reciclado.

QUESTÃO 07: Você conhece os princípios básicos para a sustentabilidade?

Quadro 12: Você conhece os princípios básicos para a sustentabilidade

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	
5	X	
6	X	
TOTAL	6	0

QUESTÃO 08: Você aplica, no seu cotidiano, princípios para a sustentabilidade?

Quadro 13: Aplicação da sustentabilidade no dia a dia

Entrevistado	Sim	Não
1	X	
2	X	
3	X	
4	X	
5	X	
6	X	
TOTAL	6	0

Quadro 14: Práticas sustentáveis no dia a dia

Ideias de resposta	Nº	Respostas
Economia de água e/ou de energia	2	Economizar água, e energia. (E5) (E6)
Coleta seletiva	2	Na medida do possível, separo meu lixo para reciclagem. (E1), (E4)
Reaproveitamento e		Reutilizo latas e outros objetos transformando-os em novos utensílios. (E3)

reaproveitamento de materiais	2	Sempre que posso realizo trabalhos com reutilização de garrafas PET. (E2)
-------------------------------	---	---

Todas as entrevistadas afirmam conhecer e aplicar alguns dos princípios básicos para a sustentabilidade, bem como dizem aplicá-los no seu cotidiano. Houve empate nos exemplos de práticas sustentáveis, (02) entrevistadas afirmaram economizar o uso de água e/ou de energia, com banhos mais curtos, reutilização da água, o não uso de alguns aparelhos domésticos que gastam

muita energia (microondas, ar condicionado, ferro de passar roupa), o uso de lâmpadas frias e o desligamento de aparelhos das tomadas. A coleta seletiva, também foi presente nas respostas das entrevistadas (02). E o reaproveitamento e a reutilização de alguns materiais como garrafas Pet, e embalagens de alumínio também se torna prática para as entrevistadas (E2) e (E3).

QUESTÃO 09: O que você pensa sobre o atual sistema de moda?

Quadro 15: O que você pensa sobre o atual sistema de moda?

Ideias de resposta	Nº	Respostas
É um sistema capitalista que procura criar a necessidade de consumo	1	Penso que a moda está relacionada ao consumo, e o consumo representa um valor simbólico. (E3)
Causa impacto para o meio ambiente	3	Acho que o consumo e a produção de design em geral tem que ser regulada para evitar gastos e desperdícios que só geram lixo. (E2) Uso de materiais com grande impacto ambiental como o couro, por exemplo. (E1) O que acho mais importante hoje para a moda é o comércio justo, reciclar, ética, tecidos mais naturais, sustentáveis. (E5)
É um sistema que está mudando	1	Acredito que aos poucos, está se adaptando aos novos conceitos de desenvolvimento e as necessidades de produção presentes no mundo pós-moderno. Não em sua totalidade, mas está no caminho. (E4)

Status	1	Penso que as pessoas consomem moda como forma de status. (E6)
<p>A causa de impacto para o meio ambiente foi a resposta mais recorrente entre as entrevistadas. Para a entrevistada (E1) o “Uso de materiais com grande impacto ambiental como o couro, por exemplo,” é uma situação muito presente na indústria de calçados. As demais entrevistadas afirmaram que o sistema atual de moda está ligado ao consumo capitalista, e que procura criar necessidades de consumo, também é usado como status pela a maioria das pessoas. Porém, a entrevistada (E4) afirmou que o sistema de moda “está mudando aos poucos,</p>		<p>está se adaptando aos novos conceitos de desenvolvimento e as necessidades de produção presentes no mundo pós-moderno. Não em sua totalidade, mas está no caminho.”.</p> <p>QUESTÃO 10: O que você acha de propostas para o vestuário como: um sistema estruturado para aluguel de roupas para o dia-a-dia, a venda e troca de roupas usadas, reciclagem das roupas após uso, roupas com tecidos orgânicos e tingimentos naturais, entre outros?</p>

Quadro 16: Opinião sobre propostas diferenciadas para o vestuário

Ideias de resposta	Nº	Respostas
É importante	4	<p>Um design para a moda mais sustentável é muito importante. É uma indústria que usa muitos recursos naturais e polui muito. (E5)</p> <p>Acho bem interessante. (E3) (E4)</p> <p>Acho interessante o uso de tecidos orgânicos e de tingimento natural. (E1)</p>
		<p>Sou totalmente a favor, principalmente da utilização de tingimentos naturais e tecidos</p>

Totalmente a favor	1	orgânicos, com base de celulose e não animal. Isso gera economia de matéria prima e evita emissão de gases e tóxicos poluentes. Existe tecidos altamente resistentes e duradouros a base vegetal, que gastam pouca agua na plantação e dão colheita várias vezes ao ano. (E2)
Acho estranho	1	Acho estranha a proposta de aluguel de roupas, ou de compra e venda de roupas usadas. (E6)

Nesta questão que aborda as novas propostas para o vestuário verificou-se que praticamente todas as entrevistadas acham importante e/ou interessante um design para a moda mais sustentável, pois consideram uma indústria que usa muitos recursos naturais e gera muita poluição. Ainda, a entrevistada (E2) afirmou que é totalmente a favor “principalmente da utilização de tingimentos naturais e tecidos orgânicos, com base de celulose e não animal. Isso gera economia de matéria prima e evita emissão de gases e tóxicos poluentes.”.

Embora uma entrevistada (E6) afirmou achar estranha a proposta de aluguel de roupas, ou compra e venda de roupas.

Considerações Finais

As (06) entrevistadas, todas veganas, disseram que a roupas têm importância, sim, para elas, principalmente porque é com a roupa que a pessoa se apresenta para as outras, transmitindo várias informações sobre sua identidade, bem como da importância de se sentir bem e confortável.

A pesquisa também mostrou a opinião das entrevistadas em relação ao sistema de moda, onde a maioria afirmou que a indústria da moda gera grandes impactos ao meio ambiente, isso mostra que podemos perceber através dessa informação sobre a importância de se trabalhar com recursos que além de serem adaptáveis à produção em série e resistentes, podem ser diferenciais no momento de se criar identidade e valorização

desses produtos, tendo em vista os valores ambientais que os mesmos carregam.

Em relação ao design de moda, ainda precisa se explorar às novas propostas de consumo para o vestuário, de forma mais sustentável, verificou-se que a grande maioria é a favor e acha extremamente importante a reciclagem das roupas após uso, roupas com tecidos orgânicos e tingimentos naturais, pois evita a produção exagerada de novos produtos e a geração de resíduos que poluam ainda mais o meio ambiente.

Nessa amostra pode se observar que as entrevistadas, consumidoras veganas, segundo suas práticas e seu discurso, têm um consumo mais ético e sustentável, comportamento que contribui para na busca por um modo de vida mais sustentável.

As consumidoras veganas foram de fundamental importância para esse trabalho, pois através de suas contribuições durante as entrevistas, fornecendo informações sobre seu modo de consumo, possibilitaram a realização desta pesquisa que verificou que existe realmente coerência entre o consumo do vestuário de moda com valor sustentável, com a prática de princípios da sustentabilidade e ao estilo de vida das veganas entrevistadas.

Referências

ABIT. **Associação Brasileira de Indústrias Têxteis.** Disponível em:

<<http://www.abit.org.br/site>>. Acesso em: 20 de nov de 2014.

AVELLAR, Suzana. **Moda globalizada.** São Paulo: Estação das letras e Cores, 2009.

BAXTER, M. **Projeto de Produto:** guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Edgar Blücher, 2000.

BADUY, Dorotéia. **Design de Moda:** olhares diversos. Barueri: Escrituras Editora, 2008.

BERLIM, L. G. **Moda, a Possibilidade da Leveza Sustentável:** tendências, surgimento de mercados justos e criadores responsáveis. Dissertação defendida no programa de mestrado em Ciência Ambiental da Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2009.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental:** responsabilidade social e sustentabilidade. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FIKSEL, Joseph. **Design for Environment:** creating eco-efficient products and processes. EUA: Ed. McGraw-Hill, 1999.

Insecta Schoes. Disponível em: <<https://www.insectashoes.com/p/sobre>>. Acesso em: 22 de nov. 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das letras, 2003.

MAGALHÃES, Carolina. **Abrindo o leque.** Elle, São Paulo, ed. 293, p. 158-160, out. 2012.

MANZINI, E. **Design para a Inovação Social e Sustentabilidade:** comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetivas. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MANZINI, E; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

RECH, S. R. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: Editora da UDESC, 2002.

REICHERT, Iara Krause. **Dossiê Técnico Aplicação do conceito de Ecodesign em calçados.** Colaboração: Mauri Rubem Schmidt, 2006.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx: roupas, memória, dor.** Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

SINGER, Peter. **Libertação Animal.** Porto Alegre: Lugano, 2004.

THOMAS, Keith. **O homem e o mundo natural: mudanças nas atitudes em relação às plantas e aos animais (1500-1800).** Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 1988.

TRIGUEIRO, Aline. **Consumo, Ética e Natureza: o veganismo e as interfaces de uma política de vida.** R. Inter. Interdisc. INTERthesis, Florianópolis, v.10, n.1, p. 237-260, Jan/Jun. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/25643>>. Acesso em: 25 nov. 2014.

VEZZOLI, C. Lo svilippo sostenibile. In: ROSSI, Filippo; SALVI, Franco. **Manuale di ingegneria civile e ambientale.** Bolonha: Zanichelli, 2006.

VEZZOLI, Carlo. **Design de Sistemas para a Sustentabilidade: teorias, métodos e ferramentas para o design sustentável de “sistemas de satisfação”.** Salvador: EDUFBA, 2010.

_____. **Moda e globalização.** p.153-158 In: WAJNMAN, ALMEIDA. (2ª Ed.). *Moda,*

Comunicação e Cultura: um olhar acadêmico. São Paulo, 2005.