



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

HISTORIA DA MODA





designed by  freepik.com

A moda, assim como a política e a tecnologia, evolui ao longo dos séculos, acompanhando as mudanças culturais e sociais de cada período da história humana.

A percepção do que é belo também se ajusta a cada época, sempre conectada à expressão individual, já que as roupas manifestam o senso estético de cada um.

Elas também mudam de acordo com o momento e o ambiente onde nos encontramos: casa, trabalho ou lazer. Não surpreende, portanto, que até mesmo as máscaras faciais – acessórios que se tornaram essenciais nos dias de hoje – passaram a ser uma forma de demonstrar personalidade e estilo.

A história da moda está ligada ao desenvolvimento de propósito e intenção por trás de vestimentas, sapatos e acessórios, seja por meio de seu design ou confecção. As tendências fashion têm se transformado de acordo com padrões sociais, revoluções industriais, conflitos políticos e demandas econômicas ao redor do mundo.

Além disso, cada povo, de acordo com sua bagagem cultural, possui diferentes formas de se manifestar por meio da moda.

HISTORIA DA MODA

- *Moda*
- *Passado da Moda*
- *Evolução da Moda*
- *Moda Atualmente*
- *Mercado da Moda*
- *Impactos - Mão de Obra Barata*
- *Impactos - Economia*
- *Moda Sustentável*
- *Conclusão*

MODA

A moda surgiu em meados do século XV no início do renascimento europeu. A palavra moda significa costume e provém do latim *modus*. A variação da característica das vestimentas surgiu para diferenciar o que antes era igual, usava-se um estilo de roupa desde a infância até a morte. Podemos resumir moda como o comportamento de uma época. A moda costuma se referir mais especificamente aos diversos estilos que prevalecem em determinada sociedade em uma época histórica.



A moda também é um sistema que acompanha o vestuário ao longo do tempo, integrando o uso de um estilo de roupa a um contexto maior – político, social, sociológico.

Podemos ver a moda no que escolhemos de manhã para nos vestir, no *look* de um *punk*, de um *idol* ou de um *pop star* e nas passarelas.

MODA

A partir da Idade Média, as roupas eram diferentes seguindo um padrão que aumentava segundo a classe social, houve até leis que restringiam tecidos e cores somente aos nobres. Na moda, existe uma diferenciação etária e até de padrão físico. Ela não é só influência, mas é influenciada pelas tendências entre os jovens, como os estilos musicais que estão em alta e o visual das pessoas que estão em destaque.

A burguesia que não era nobre, mas era rica, passou a imitar o estilo nobre das roupas iniciando um processo de grande trabalho aos costureiros que a partir de então, eram obrigados a produzirem diferentes estilos para diferenciar os nobres dos burgueses. Com a revolução industrial no século XVIII, o custo dos tecidos diminuiu bastante, em 1850 com a invenção das máquinas de costura o custo dos tecidos caiu ainda mais.

Vemos atualmente a influência coreana na moda e no comportamento, seguindo a explosão do K-POP e do *SkinCare* coreano.

A moda visa um público juvenil/infantil que ainda está em processo de formação identitária para que encontrem na estética oferecida o que buscam, e para adultos existe um foco maior em roupas que tenham sentido em um ambiente de trabalho.



A indústria da moda tem como base as *fashion houses* de estilistas, que se originaram em 1858 com Charles Frederick Worth, o primeiro designer a costurar sua etiqueta nas roupas que criava. No entanto, a moda como expressão individual teve como pontapé inicial as primeiras vestimentas usadas pelos seres humanos pré-históricos, entre 100 e 500 mil anos atrás. Essas roupas primitivas eram feitas com plantas e peles de animais, mas já manifestavam os gostos e necessidades daquele período.

Com o passar do tempo, as roupas passaram a estabelecer status social e demonstrar personalidade. Na antiguidade, os romanos e egípcios se importavam muito com a aparência e se esforçavam para seguir as tendências de moda e estilo de sua época. Vestir um determinado tipo de roupa comunicava qual era a posição social, o poder econômico e até mesmo a profissão de uma pessoa – a toga romana, por exemplo, identificava quais eram os cidadãos de Roma.

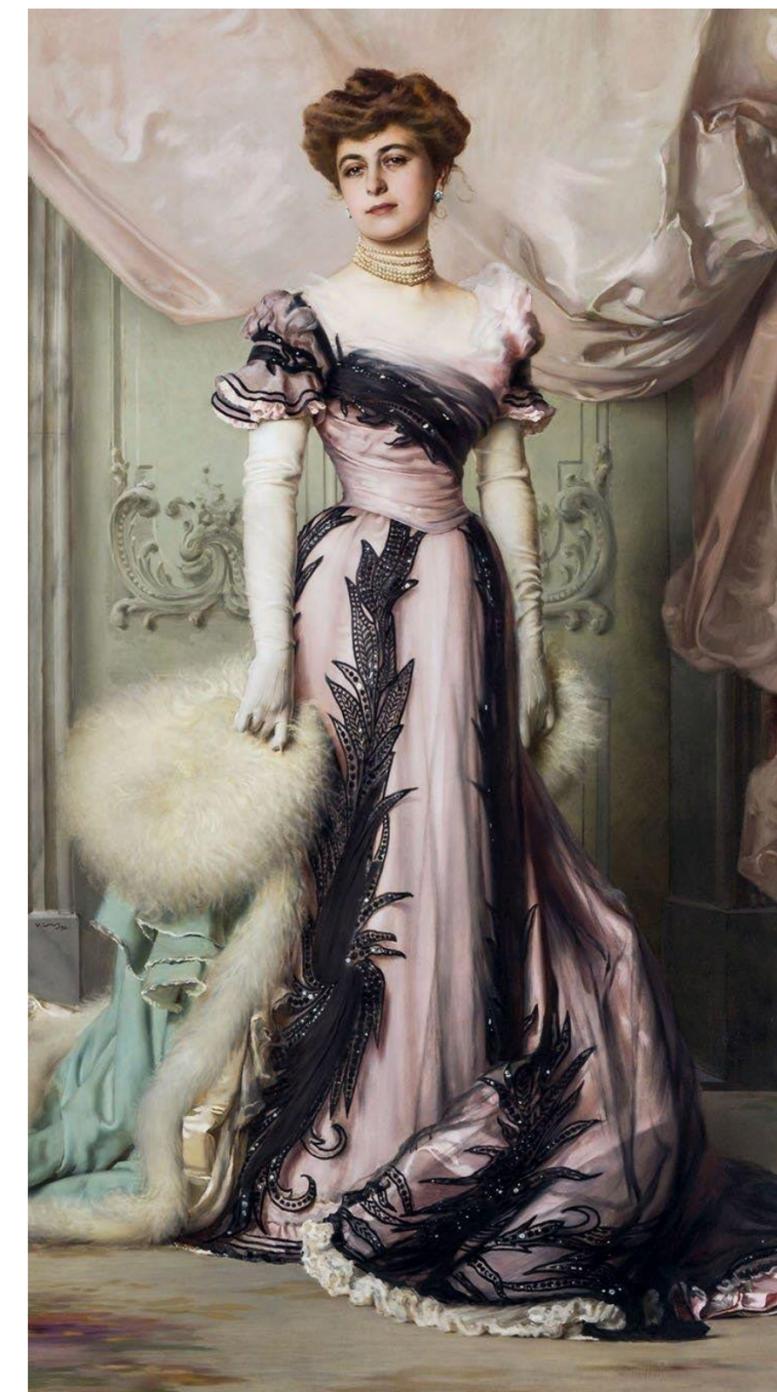
Na Idade Média, a Inglaterra era considerada o polo fashion da Europa, sendo os vestidos em várias camadas um sinal de riqueza para as mulheres, enquanto os homens vestiam túnicas presas por cintos. Já no século XV, a corte do rei Filipe, duque de Borgonha, tornou-se o centro das atenções da moda europeia. Posteriormente, no Renascimento, o foco mudou para a Itália, retornando depois para a França.



Antes do século XIX, não havia realmente uma divisão entre os trajes para usar no cotidiano e a alta costura. A maior parte das peças vestidas pelas pessoas eram feitas sob medida por costureiros, ou então costuradas dentro das próprias casas. Foi somente quando os estilistas e as lojas de vestuário surgiram que a tarefa de criar roupas saiu do contexto doméstico. Além disso, a Revolução Industrial na Inglaterra trouxe a invenção da máquina de costura (1790). Fábricas têxteis se multiplicaram no país durante esse período, com as máquinas realizando todo o processo de produção das peças.

O período que precedeu a Primeira Guerra Mundial é conhecido como La Belle Époque. As roupas de noite eram muito extravagantes e os vestidos para usar durante o dia eram moldados por corseletes. Eram trajes elaborados e muito caros – as pessoas sequer conseguiam se vestir sozinhas, devido às diversas camadas de roupas e à necessidade de apertar os corseletes que ficavam por baixo. Chapéus e sombrinhas também faziam parte do estilo dessa época.

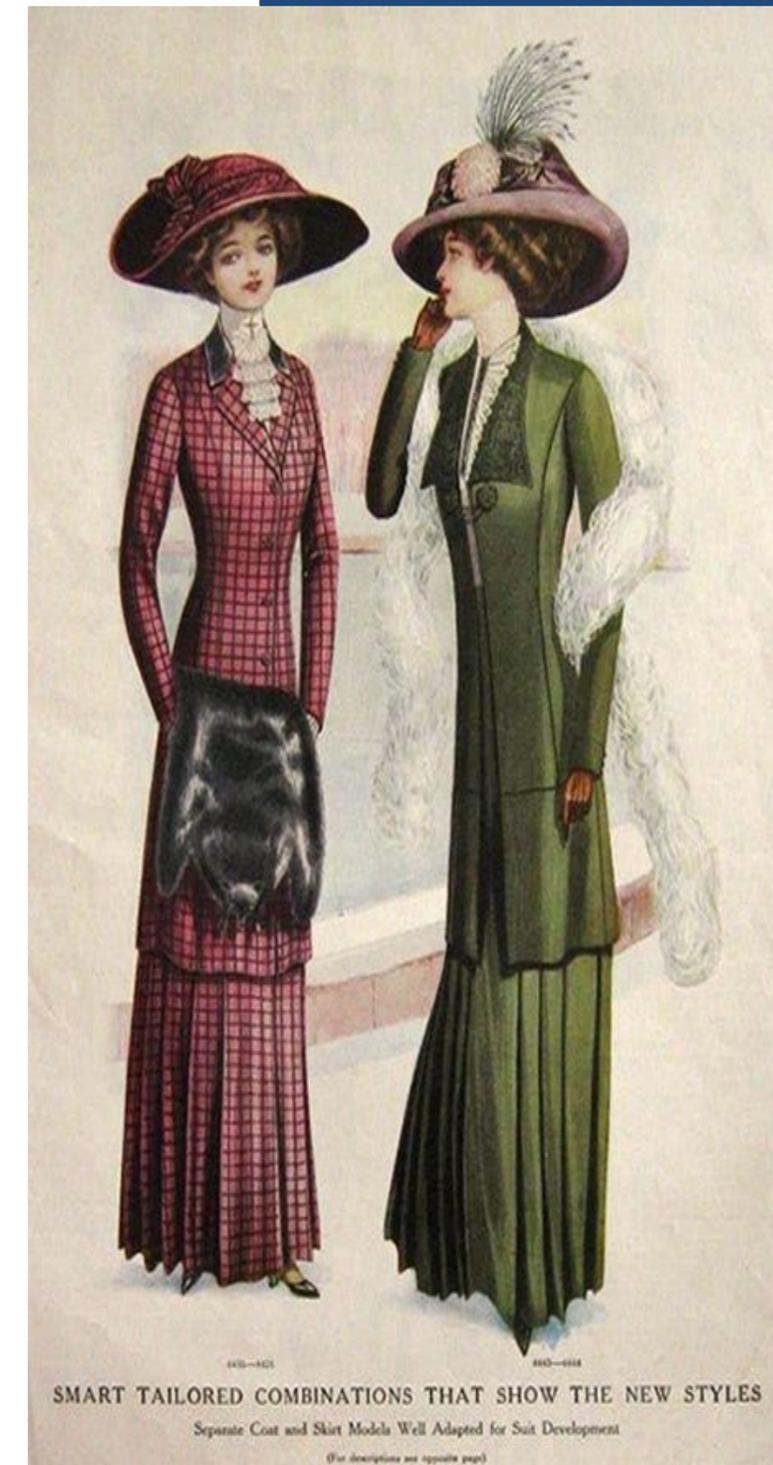
O design das roupas, naquela época, baseava-se essencialmente em moldes impressos, criados principalmente em Paris, que circulavam pela Europa e eram ansiosamente aguardados nas cidades do interior. A partir desse material, os costureiros locais executavam os moldes da melhor maneira possível. Nesse sentido, as revistas de moda, como a Cabinet des Modes (fundada ao final do século XVIII), ajudaram a estabelecer tendências e ditar o que era considerado glamoroso. No início do século XX, as revistas de moda começaram também a incluir fotos, o que as tornou ainda mais influentes, impactando gostos e padrões de beleza.



A moda geralmente diz respeito a estilos que são populares em diferentes momentos históricos. Por isso, ela está em constante transformação, podendo trazer de volta tendências antigas ou criar peças totalmente novas de acordo com as demandas da época. No passado, essas tendências eram geralmente ditadas pelas classes aristocráticas, já que a maioria das pessoas não tinha condições de comprar roupas de acordo com cada novo estilo fashion. Por isso, as roupas da população em geral eram feitas com fibras naturais e tinham tons neutros. Apenas os mais abastados usavam diferentes cores e acessórios, como forma de ostentar sua riqueza e diferenciar os grupos sociais.

A partir do século XX, a moda passou por sua fase de maior evolução no mundo todo, tornando-se item de consumo que podia ser reproduzido em grande escala. Ela acompanhou também a evolução da indústria do entretenimento, já que artistas do cinema e da música passaram a ditar tendências globais. A introdução de fibras sintéticas permitiu a criação de roupas mais baratas e práticas, mudando totalmente a forma como o estilo se manifestava.

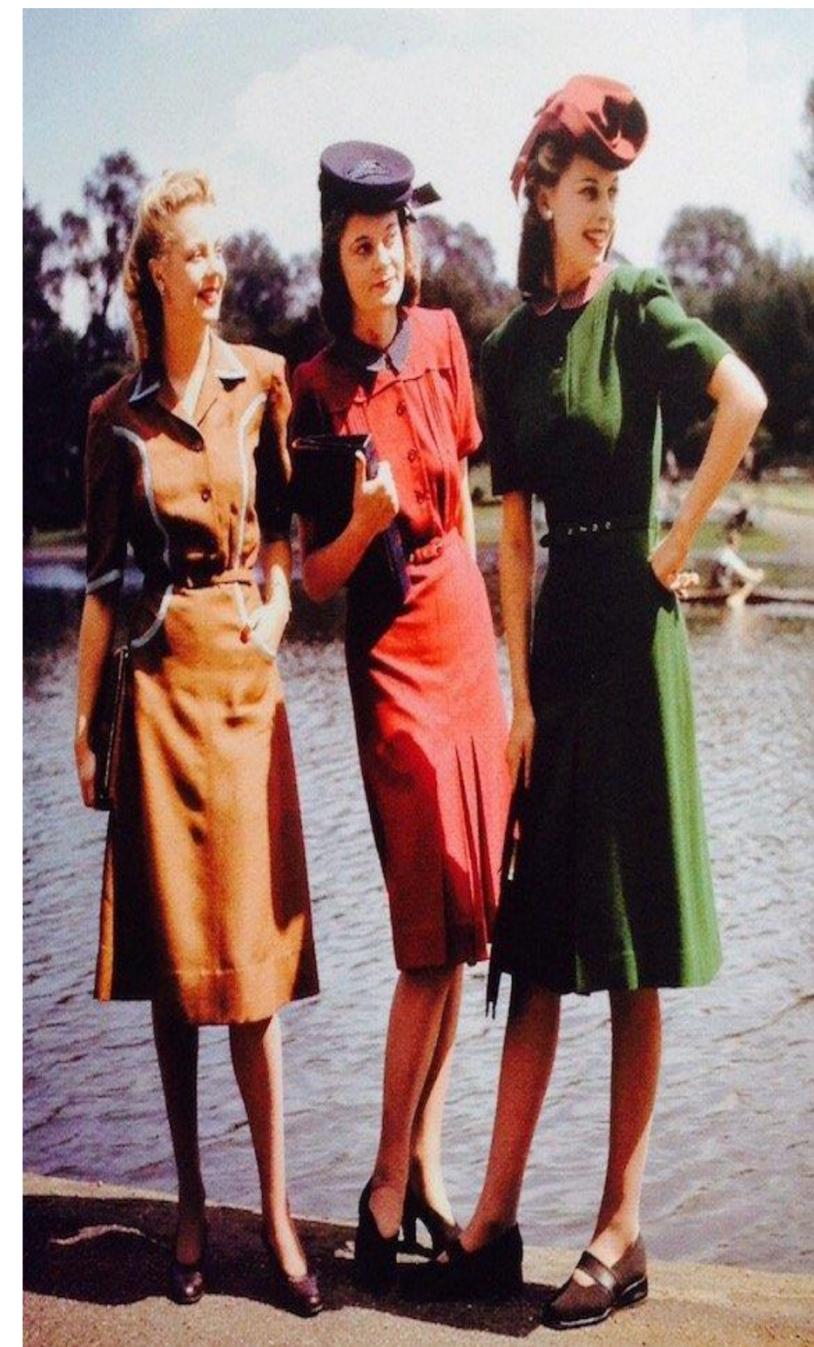
Nos anos 1910s, os corseletes foram trocados por modelos com cortes retos, graças a estilistas como Paul Poiret (que desenhou o primeiro traje feminino que podia ser vestido sem precisar da ajuda de criados) e Jeanne Paquin (a primeira estilista mulher a fazer história). A Primeira Guerra Mundial também impactou muito a moda global, já que muitas pessoas foram forçadas a adotar estilos mais simples, para cortar custos. A tendência era apostar nos tecidos monocromáticos e em tons mais escuros.



O período entre guerras (anos 1920) é conhecido como a era de ouro da moda francesa. Os Estados Unidos também se tornaram um país muito próspero e a nobreza que estava atrelada às monarquias deu lugar a uma classe emergente de clientes para as *fashion houses*: esposas de magnatas industriais e estrelas de cinema. Foi também nesse período que muitas mulheres passaram a se tornar independentes financeiramente e a trabalhar fora de casa, o que exigiu mudanças no estilo de se vestirem. As roupas, portanto, tornaram-se mais casuais e os *bob cuts* (cortes de cabelo curtos) eram muito populares. Os trajes masculinos também se tornaram um pouco menos formais, buscando maior praticidade. Alguns estilistas mais famosos dessa época foram Coco Chanel, Jean Patou e Jeanne Lavie.

Na década de 1930s, com a quebra da bolsa de valores (1929) e as enormes perdas econômicas, as vestimentas extravagantes deram lugar a um estilo de se vestir mais conservador – porém, mantendo a sofisticação. Foi nesse período também que as calças se tornaram mais comuns entre o público feminino, assim como as roupas esportivas. Entre os mais reconhecidos designers dessa época estão Elsa Schiaparelli, Madeleine Vionnet e Main Rousseau Bocher

Já nos anos 1940, pós-Segunda Guerra Mundial, uma crescente força de consumo surgiu, tendo como foco os cidadãos comuns. As manufaturas em massa ganharam popularidade e fizeram com que muitas *fashion houses* parisienses acabassem fechando, já que a maioria das pessoas passou a vestir roupas feitas em fábricas. Como consequência disso, a cena da moda migrou de Paris para Londres e Nova York. As palavras-chave dessa década eram elegância e modernidade. Além disso, materiais considerados revolucionários para a indústria têxtil, como poliéster e nylon, haviam acabado de ser descobertos, possibilitando a produção de roupas mais baratas. Entre os estilistas famosos desse período podem ser citados Pierre Balmain, Christian Dior e Jacques Fath, além de Nina Ricci, Jeanne Lafaurie, Cristobal Balenciaga e Hubert de Givenchy.

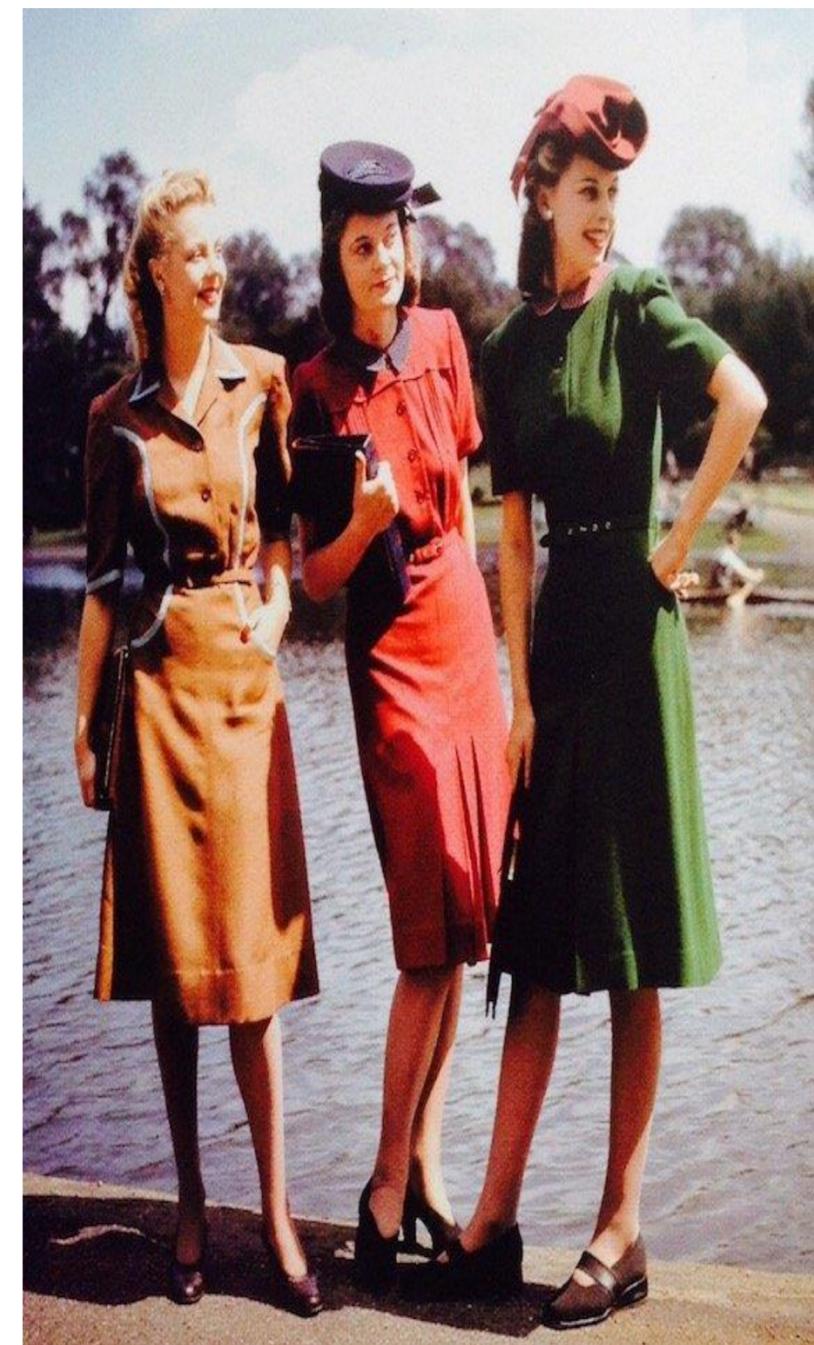


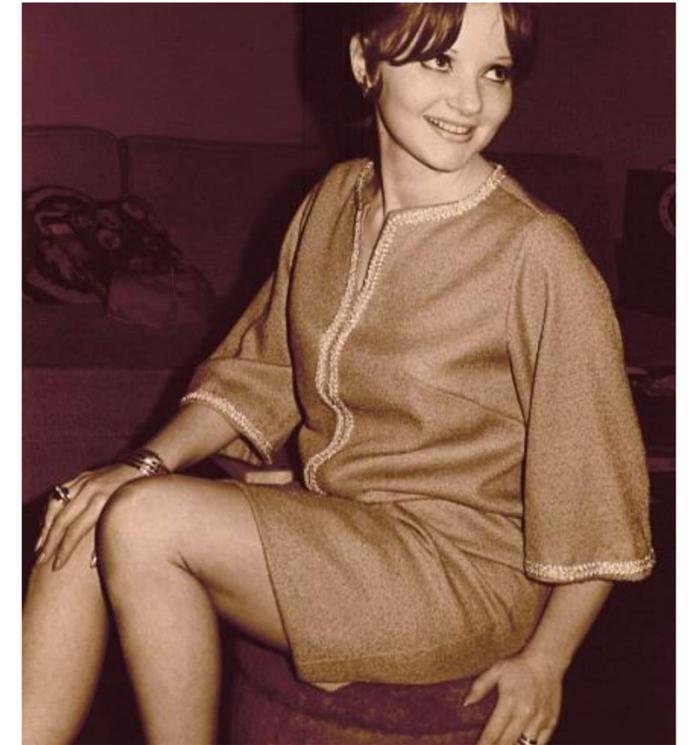
A moda deve ser compreendida como elemento da cultura, um código que expressa valores de grupos específicos, em determinada época. Por exemplo, na década de 1950, a classe média, que consumia roupas personalizadas, feitas à mão, viu no período seguinte a expansão da produção têxtil e o surgimento de várias empresas voltadas ao vestuário.

Do ponto de vista estético, as roupas passam a ser divulgadas por meio de corpos magros e jovens, tendo como ícone a modelo britânica Twig, a fim de criar parâmetros de moda naquele momento histórico. Da mesma forma, Elvis Presley e Marlon Brando encarnavam o estereótipo do homem de olhar sedutor, usando roupas de couro justas.

A moda da época viu, também, o crescimento do movimento alternativo a todo tipo de massificação, fazendo com que a roupa dos *hippies* expressasse um estilo de vida voltado à contestação e ao desprendimento.

A partir de 1960, as roupas unissex, sem muita definição do corpo, estavam entre as maiores tendências. As minissaias surgiram em 1965, principalmente entre jovens de classe média que adquiriam independência financeira. Para os homens, calças mais apertadas e jaquetas com cores brilhantes estavam em voga. Voltados a esse público mais jovem e moderno, surgiram estilistas ousados, como Yves Sait Laurent e Andres Courreges, trazendo temas futuristas e espaciais. O jeans passou a ser aceito como roupa para se usar no dia a dia. Outros designers importantes dessa década foram Mary Quant, Barbara Hulanicki, Pierre Cardin, Emanuel Ungaro, James Galanos, Emilio Pucci e Paco Rabanne.



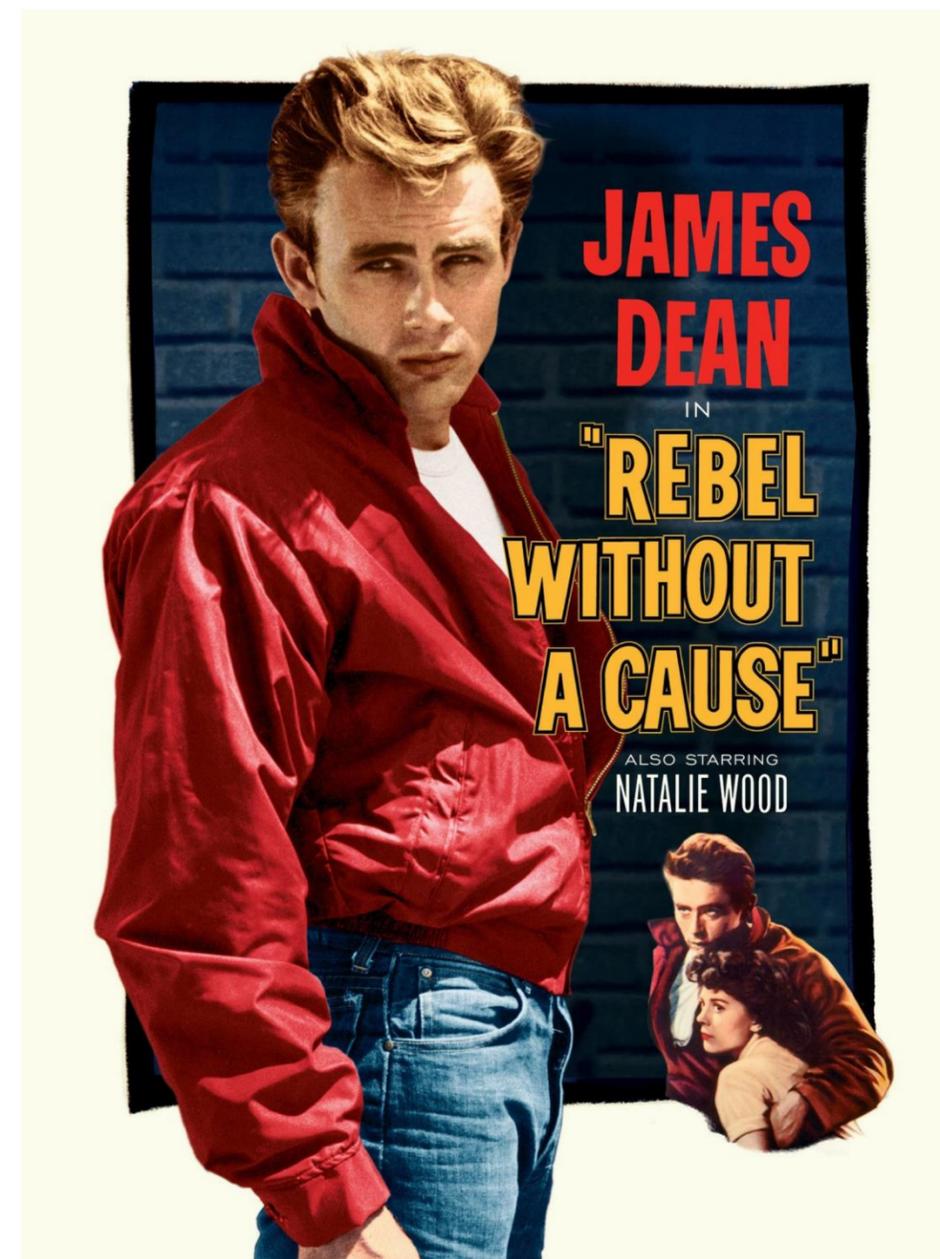


Nos anos 1970, Vivienne Westwood abriu sua boutique, focada no público que gostava do estilo punk: camisetas rasgadas, correntes e estilos de cabelo diferentes. Essa também foi a época das calças *flare* e vestimentas no estilo *hippie*, com sapatos plataforma. Entre os estilistas mais famosos, estão Kenzo Takada, Calvin Klein, Ralph Lauren, Pierre Cardin, Valentino Capucci, Giorgio Armani e Nino Cerruti.

Já nos anos 1980, o jeans se tornou peça-chave no guarda-roupa de homens e mulheres. Na moda feminina, ternos de alfaiataria com enchimento nos ombros também se tornaram populares, para as profissionais que ganhavam o mercado de trabalho. Nesse período, marcas esportivas despontaram, incluindo Nike, Reebok e Adidas. Astros da música como Madonna, Boy George e Michael Jackson também viraram ícones fashion. Designers que fizeram história nessa década foram Mary Quant, Ossie Clark, Jean Muir, Bill Gibb e Zandra Rhodes.

Na década de 1980, ocorre o barateamento da produção têxtil, tornando o consumo da moda mais acessível. A produção e seu comércio passam a vincular-se às quatro estações do ano, promovendo assim alterações na oferta dos produtos, por meio do lançamento de coleções.

Nesse mesmo período, ocorre a popularização de ideais de corpos **malhados**, por meio da divulgação de vídeos de exercícios para serem realizados no âmbito doméstico. A precursora desses ideais é a atriz Jane Fonda, e homens e mulheres passam a perseguir corpos idealmente atléticos e bronzeados.





Imagens: ©GettyImages

Adaptado de: Olavtenbroek/CC BY-SA 3.0. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Madonna,_Rotterdam,_26-8-1987.jpg

Os anos 1990 trouxeram muitas mudanças na indústria fashion, sendo a principal delas a substituição do estilo glamouroso por roupas mais minimalistas. Desfiles de moda ganharam destaque e trouxeram a era das super modelos. As tendências se espalharam pelo mundo de maneira mais rápida, por meio da televisão e da internet. Os estilos *rocker* e *grunge* adquiriram popularidade, bem como materiais sintéticos (lycra e viscose). Marcas de luxo como Prada e Gucci se tornaram renomadas, assim como os estilistas Michael Kors, Marc Jacobs, Calvin Klein, Gianni Versace, Vivienne Westwood, Thierry Mugler, Claude Montana e Angelo Tarlazzi.

Nos anos 1990, a mudança pode ser visualizada por meio da ocupação dos mercados locais, por marcas estrangeiras, que tornam o consumo mais acessível. Pensando nos corpos que passam a difundir a moda, temos como referência a modelo Kate Moss, magra e de olhos destacados.

Por sua vez, a moda masculina segue a linha grunge, imprimindo certa despreensão com o estilo.

Podemos observar esses visuais nas séries da época, como *Friends*, que hoje tem voltado à moda. O estilo da época também representa um crescimento do estilo grunge, com camisas flaneladas e roupas despojadas. Em contrapartida, o crescimento das *boy bands* e das cantoras jovens, como Backstreet Boys e Britney Spears, influenciou o estilo de muitos jovens.



A moda dos anos 2000 foi ditada pela economia e pelo conforto. O estilo *streetwear* se tornou popular e as marcas passaram a ser mais importantes do que os próprios estilistas. Atualmente, os países mais reconhecidos por lançarem tendências no universo fashion são os Estados Unidos, Inglaterra, França, Japão e Itália. Os consumidores tendem a buscar uma moda rápida e prática, preocupada com questões como ética e sustentabilidade, com roupas que possam ser compradas em plataformas online. Alguns dos mais aclamados designers contemporâneos são Alexander MacQueen, Stella McCartney, Phoebe Philo, Alexander Wang, Marc Jacobs, Tom Ford e Christian Louboutin.

Um aspecto importante sobre a moda é o fato de que ela se transforma periodicamente, como resultado de mudanças sociais. A busca constante de estilistas é desenvolver algo diferente das gerações anteriores, quase como uma forma de manifestar uma oposição à cultura vigente. Além de expressar rebeldia, a moda também se alinha às demandas de cada tempo.

Hoje, é essencial ter um estilo único e a moda evoluiu para refletir a individualidade de cada um. Essa não-conformidade aos padrões é visível inclusive nas máscaras faciais, um item que se tornou parte do nosso vestuário pós-coronavírus. Cada vez mais, as pessoas querem expressar o que pensam e o que sentem por meio de peças de roupa, sapatos, joias e acessórios.





Imagens: ©GettyImages

Atualmente existe um forte movimento de aceitação do próprio corpo na sua diversidade, imprimindo realismo à moda e rompendo com a referência absoluta de corpos magros. Movimentos como *body positive* e *body neutrality* passam a ganhar espaço, influenciando o consumo da moda. A propaganda expressa essa mudança, por meio da vinculação de produtos a diferentes tipos de corpos.

A influência da moda nos dias de hoje, podem mudar facilmente porque tem que levar em conta as tendências do momento. Sabemos que mudamos de roupa, penteados e até estilos o tempo todo. E para criar um estilo, os figurinistas usam cinco elementos básicos: cor, silhueta, caimento, estrutura e harmonia.

A moda afeta a economia tanto no Brasil quanto de outros países. Para segui-la, você terá que comprar roupas e acessórios novos sempre.

O Plus size por ex. é a originalidade tanto na criação quanto em novas formas diferentes das antigas.

Moda e beleza andam de mãos dadas, muitas vezes com benefícios econômicos e sociais significativos.



No mundo aonde as redes sociais dominam diferentes assuntos, o mundo da moda provavelmente, é quem mais se beneficia das preferências e tendências. Basta uma postagem que viralize ou uma publicidade criativa que tudo pode mudar do dia para noite e aquilo que nem se imaginava se transforma em uma tendência a ser seguida.

Mesmo que figurinistas e estilistas utilizem conceitos como cores, harmonia e design para criar novas peças, muito do que vemos no mundo da moda hoje, vem do comportamento de artistas e influenciadoras digitais que se expressam e expressam seu estilo nas redes sociais.

À medida que as estações mudam, as tendências da moda também mudam. A tecnologia vem sendo uma grande aliada do mercado da moda atualmente. Isso porque, com ela, os clientes têm mais acesso a informações, meios de consumo e até mesmo novos produtos e serviços.



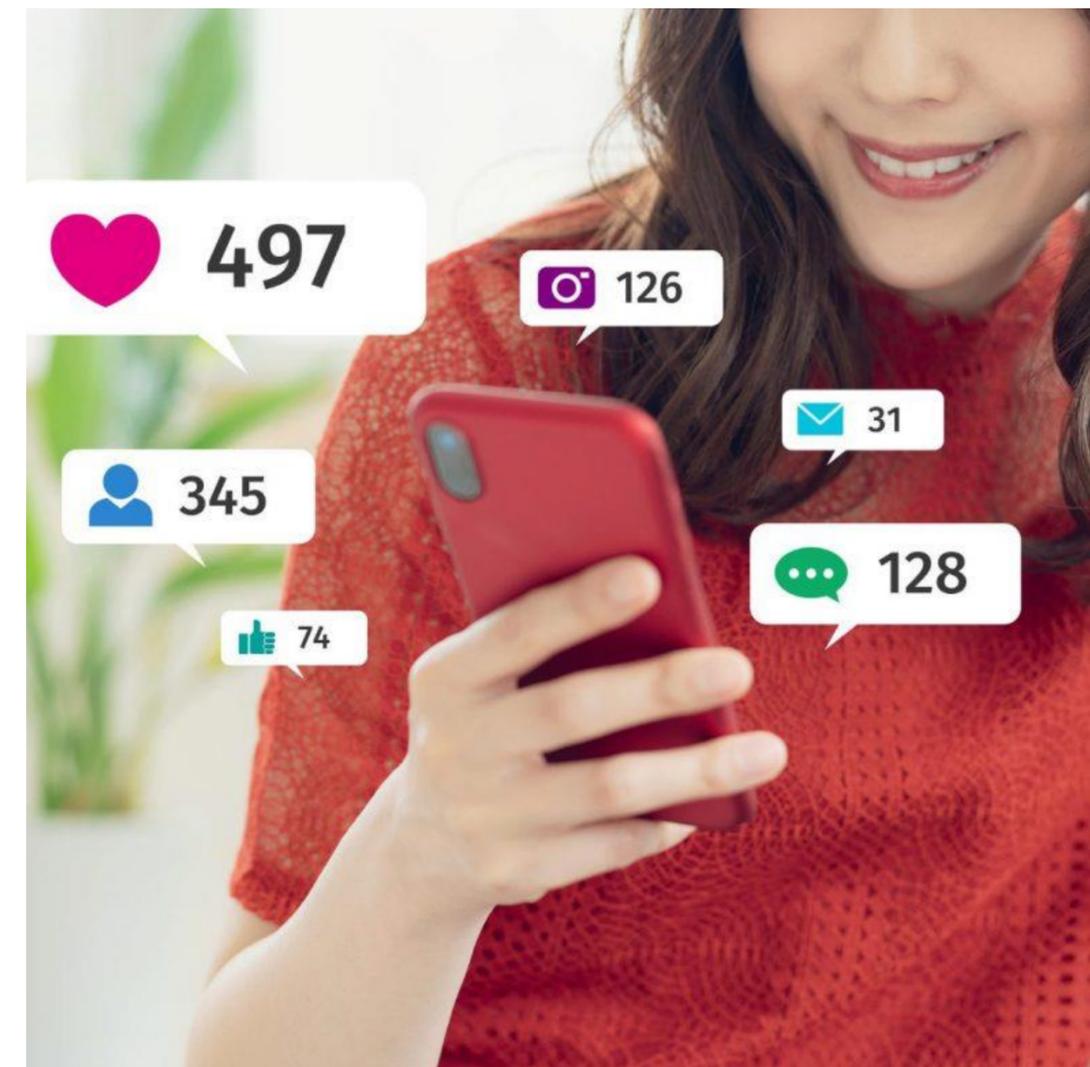
O mundo da moda sempre foi um grande criador de tendências influenciando não somente no vestuário das pessoas mas também nos decorados de residências, nos locais que frequentamos e outros comportamentos..

Surgiram no futuro tendências de moda e geralmente estão associadas a transições (verão para inverno ou inverno para verão). O clima e a cultura do país também são dois aspectos que influenciam as tendências, pois é a época em que os ânimos são mais voláteis.

Países quentes têm cores claras, países frios têm cores escuras, e o mesmo acontece com as estações, então a cor tem um grande impacto.

A tendência de escolher estilos e até cores de roupas em função do que está em uso na época na sociedade em que se encontram é um fator negativo, pois muitas vezes as pessoas deixam de lado seus gostos pessoais e tentam se vestir, levando a um aumento na formação em massa da cultura, com o que a sociedade se torna menos diversa e bastante monótona.

No entanto, a moda de pode ser facilmente alterada mudando de roupa e penteados. Desta forma, a moda também afeta a economia.

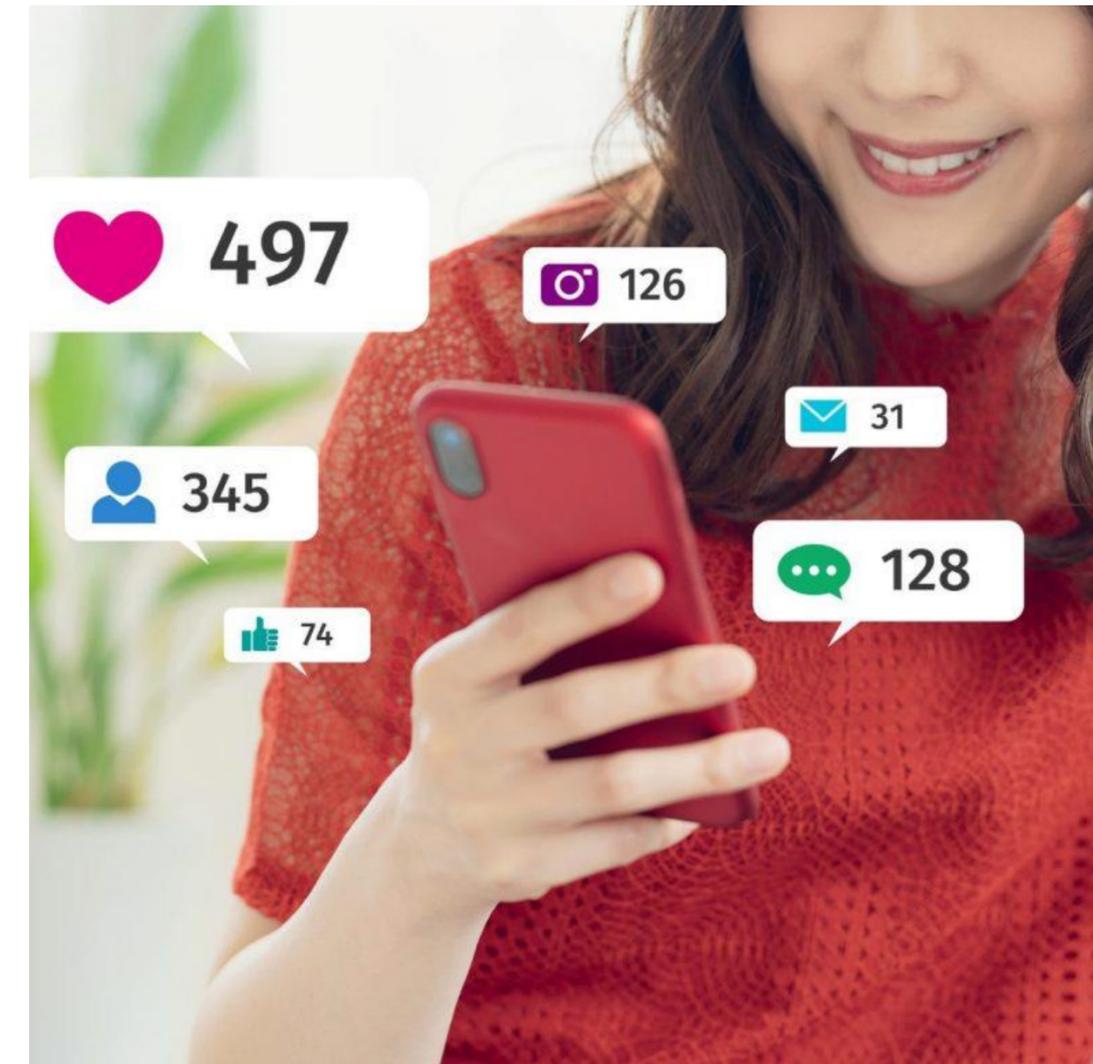


Cada estação apresenta novas tendências de uso e consumo de peças, acessórios, cores, estampas e até tecidos por um período de tempo específico, adaptadas aos gostos e tipos de público, consumo, macrotendências culturais ou econômicas. Isso permite que tais movimentos de macrotendências sejam analisados, previstos e traduzidos para apresentar coleções em diferentes segmentos da moda.

No entanto, para ser traduzido e por isso, normalmente, as grandes marcas e grifes, trabalham com seu foco e pensamento com 04 estações ou 01 ano a frente de suas tendências e ideias.

Cada região interpreta e adapta as macrotendências ao seu próprio mercado e segmento, o que significa o nascimento das tendências da moda.

Porém, em momentos inesperados, como uma pandemia, o mercado se adapta com bastante rapidez e assume novos olhares para a sociedade naquele momento, alterando as tendências previstas para aquele período.



Essas mudanças já viriam com o tempo de qualquer forma; porém, com a pandemia e a necessidade de isolamento social, as empresas de moda e seus consumidores precisaram se adaptar muito mais rápido.

O consumidor consciente é outro ponto-chave desta nova fase no mercado da moda. Os clientes vêm se importando cada vez mais com o meio ambiente, a cadeia produção e a distribuição sustentável.

Mas a mudança não para por aí! A frequência com que as pessoas estão fazendo compras também está mudando. Agora, elas são feitas com um maior espaço de tempo, como a cada seis meses, porém em maior quantidade.

A pesquisa feita pela **Opinion_Box** mostra que, em janeiro de 2021, 43% das pessoas compraram menos roupas, comparado ao mesmo período no ano anterior.

Sendo assim, as pessoas estão fazendo suas compras com cada vez mais consciência, adquirindo apenas o que sabem que precisam ou que lhes façam sentir melhor.

Em 2022, com as pessoas voltando a circular normalmente, a busca por peças diferenciadas aumentou. Isso mostra como, além da frequência de compras, as motivações para que elas aconteçam também vêm se transformando com o passar do tempo.

Muitas pessoas acreditavam que a pandemia seria o fim para o comércio de moda. Mas, o setor soube se reinventar, colocando o varejo online em alta.

Segundo o relatório do E-commerce Brasil, em abril de 2022, o faturamento das vendas online no país subiu para 63,18%. O setor também vem trazendo muito mais inclusão e diversidade no pós-pandemia, além de questões como sustentabilidade e ética.

Um dos reflexos desse período é que as tendências mais vistas ao redor do mundo têm a ver com sociedade, política, meio ambiente e a própria tecnologia.

MERCADO DA MODA

No Brasil, a grande crescente no mercado da moda é a compra de artigos de luxo. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Luxo (ABRAEL), a venda de artigos de luxo teve um aumento 51,74% em setembro de 2021.

Isso porque, devido à pandemia, muitas pessoas deixaram de consumir experiências caras, como viagens internacionais, e passaram a investir em itens de vestuário e acessórios de luxo.

Os usuários já não têm mais uma única opção como canal de venda. De acordo com o Think with Google, 70% dos brasileiros já declararam que compram tanto online ou quanto offline, conforme for mais econômico e/ou rápido para terem acesso ao produto.

Porém, segundo o Google Surveys, em 2022, 40% dos consumidores de moda acreditam que as compras online são mais vantajosas, porque oferecem um maior mix de produtos com preços mais atrativos.

O Brasil se destacou muito nos últimos anos quando o assunto é e-commerce. Cerca de 7,3 milhões de brasileiros fizeram sua primeira compra online apenas durante o primeiro semestre de 2020, o que significa um crescimento de 40%.

É verdade que essa crescente se deve à pandemia, mas os números continuaram bons mesmo após a volta à normalidade.

Em 2021, os números também foram animadores. No segundo ano de pandemia, o e-commerce cresceu cerca de 26,9%, com faturamento chegando a R\$160 bilhões.

Segundo um levantamento feito pela SmartHint, em 2022, o faturamento das empresas que investiram em e-commerce foi 785% maior nos cinco primeiros meses do ano em relação ao mesmo período antes da chegada da Covid-19.

MERCADO DA MODA

Alguns dos pontos críticos dessa exploração ocorrem na China, Bangladesh, Camboja e em alguns países da América. Documentários, como “Inside Shein Machine: UNTOLD”, expõem as práticas desumanas nas fábricas da famosa empresa chinesa Shein, conhecida por vender roupas baratas e modernas.

Esse documentário revela como os trabalhadores são explorados, desrespeitando as leis trabalhistas do país. Com direito a apenas uma folga por mês e recebendo, em média, apenas 20 centavos por peça produzida. Esses funcionários são obrigados a produzir aproximadamente 500 peças por dia.

No geral, **essas empresas escolhem como alvo, países em situação de subdesenvolvimento**, nos quais as leis trabalhistas são mais frágeis e flexíveis, possibilitando a exploração por parte das grandes marcas. China e Bangladesh são exemplos de países-alvo para essas empresas, devido aos direitos trabalhistas frágeis e à mão de obra barata, o que se torna um grande atrativo para essas indústrias.

Grandes empresas ao redor do mundo se beneficiam da mão de obra barata e escrava, e entre os principais nomes estão: Animale, Brooksfield Donna, Collins, Renner, Shein, H&M, Zara e 775.

Para algumas dessas marcas, o uso de mão de obra escrava não é algo novo. Em 2011, durante a CPI do Trabalho Escravo na Assembleia Legislativa de São Paulo (Alesp), a Zara admitiu em depoimento que uma de suas empresas terceirizadas de confecção utilizava trabalho escravo, e não havia monitoramento dessas atividades.

Outra grande empresa da moda que já foi alvo de investigações é a Renner. No ano de 2014, durante uma investigação do Ministério do Trabalho, trabalhadores que produziam roupas foram resgatados após serem mantidos em condições análogas a escravidão, em São Paulo e no Rio Grande do Sul.

Após ser questionada, a empresa alegou em sua defesa que esses trabalhadores eram funcionários de uma prestadora de serviços terceirizada e que a empresa não tinha conhecimento do ocorrido.

A produção de roupas e acessórios, muitas vezes, envolve a contratação de trabalhadores em países em desenvolvimento, onde os salários são baixos e os direitos trabalhistas são limitados.

Esses trabalhadores frequentemente trabalham em condições precárias, incluindo longas horas de trabalho, baixos salários, falta de segurança no trabalho e exposição a produtos químicos perigosos.

Em alguns casos, esses trabalhadores também são submetidos a formas de trabalho forçado, como trabalho infantil e trabalho análogo a escravidão.

Segundo o Global Slavery Index, de 2018, disponibilizado pela fundação Walk Free, a moda é o segundo setor que mais explora pessoas.

Como efeito, esse processo contribui para a perpetuação do ciclo de pobreza e desigualdade em muitos países em desenvolvimento.

A mesma Fundação Walk Free aponta que, aproximadamente **49,5 milhões de pessoas vivem em situação de escravidão moderna**, sendo que 54% desse número são de mulheres.

As empresas de fast fashion mantêm um número reduzido de funcionários e contratados, o que perpetua a exploração do trabalho e resulta em condições análogas à escravidão.



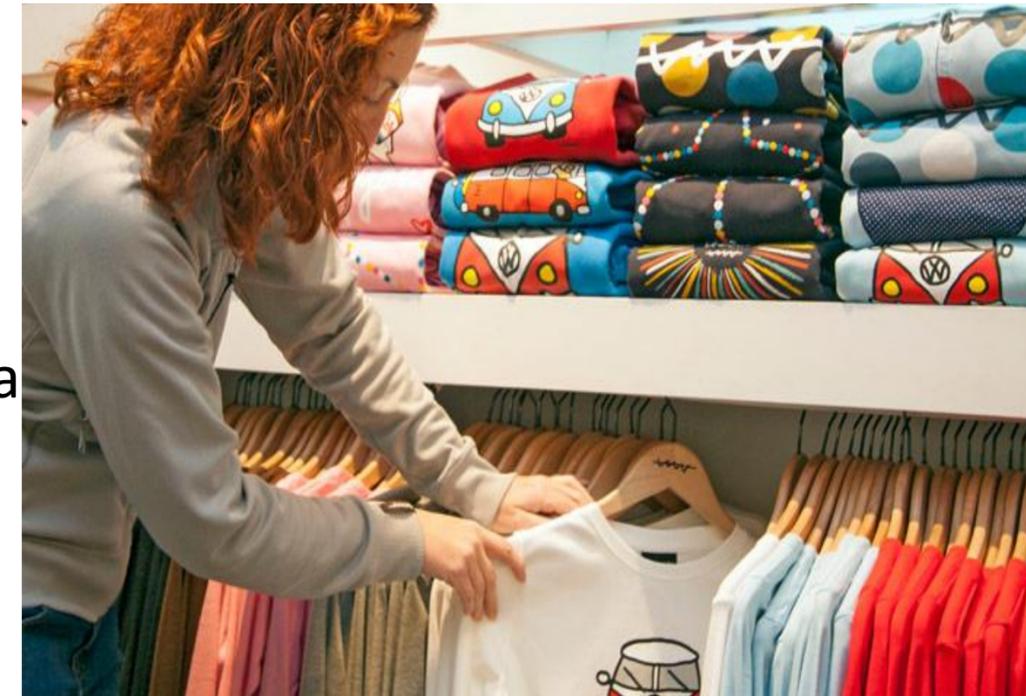
A moda reflete os desejos e comportamento de uma sociedade, gera emprego e renda contribuindo de forma direta e indireta para impulsionar toda uma cadeia econômica.

O mercado da moda apesar de ser economicamente relevante é um dos maiores poluidores, ficando atrás apenas do setor petroquímico.

Para se ter uma ideia, o setor é responsável por 20% de toda a produção de esgoto do mundo, por 10% da emissão de carbono, desperdiça o equivalente a um caminhão de lixo têxtil por segundo.

A atividade impacta sobre a água e seus ciclos, gera poluição química e contribui para a perda da biodiversidade uma vez que conduz ao uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis e por fim, já no final da cadeia, gera resíduos.

O movimento fast fashion ocorrido na década de 1990, contribuiu para elevar o impacto da atividade sobre a economia, a sociedade e sobre o meio ambiente pois introduziu um modelo de produção, consumo e descarte mais acelerado e com reposições de coleções não mais sazonalmente ou mensalmente, mas sim semanalmente.

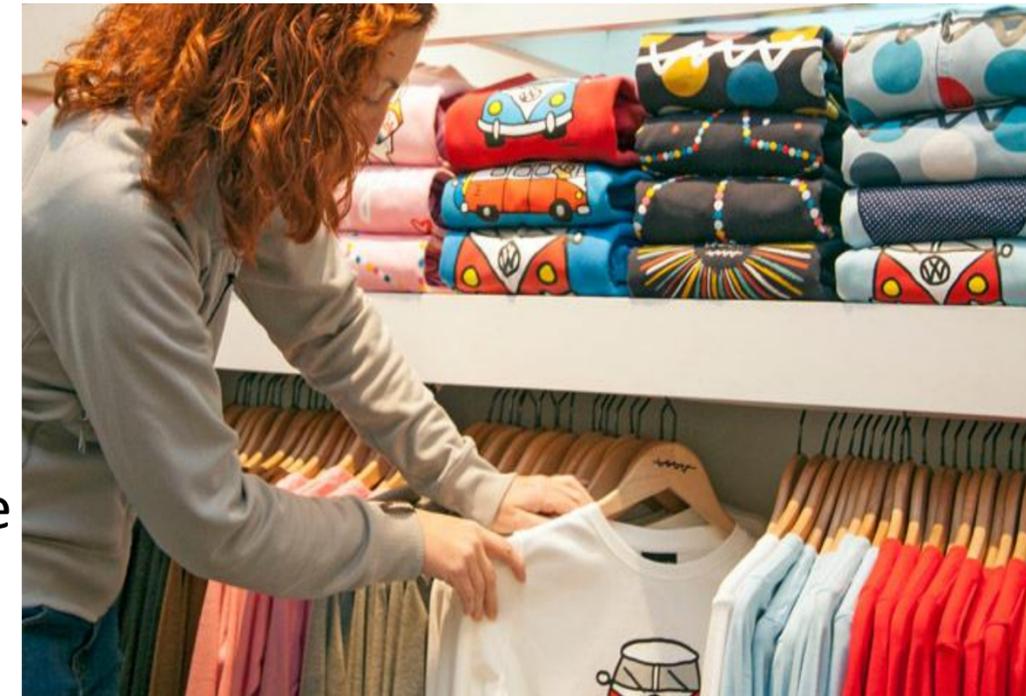


No Brasil, o mercado da moda é o segundo maior gerador de empregos, com salário médio inicial de R\$ 1,3 mil, mas que pode passar dos R\$ 10 mil para os mais experientes. A expectativa é de mais de 300 mil novos empregos até 2025, segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

Além dos pontos abordados anteriormente, cabe a reflexão acerca dos impactos negativos da economia da moda na esfera social pois milhares de pessoas são expostas a condições subumanas de trabalho.

De acordo com a Ong Remake, 75 milhões de pessoas trabalham na produção de roupas no mundo, 80% são mulheres entre 18 e 24 anos. Em Bangladesh, a mão de obra recebe em torno US\$ 96 por mês.

Neste mesmo cenário, existe um movimento ligado à moda sustentável que vem ganhando força entre as grandes fabricantes. Tal movimento, não atende somente ao consumidor consciente que busca consumir produtos que causem um menor impacto socioambiental também fomenta a necessidade de um reposicionamento estratégico das empresas na cadeia produtiva global.



A moda sustentável é um termo usado para descrever uma abordagem que leva em consideração o impacto ambiental, social e econômico da produção de roupas, acessórios e calçados.

Seu objetivo é minimizar o desperdício e a poluição, bem como promover práticas éticas na indústria.

Ao mesmo tempo, a sustentabilidade na moda também defende que ela seja mais durável e atemporal, sem encorajar o consumo excessivo de roupas descartáveis.

A proposta aqui é incentivar uma moda mais consciente e responsável, que valorize a qualidade, a durabilidade e a beleza intemporal das roupas. Como prática, então, ela costuma incluir diversas práticas, por exemplo:

- preferência por materiais reciclados ou orgânicos;
- escolha de processos de fabricação mais eficientes em termos de energia e água;
- adoção de práticas justas de comércio justo para trabalhadores da indústria da moda.

Pessoas que defendem essa ideia costumam procurar consumir empresas e organizações que tenham esses valores dentro do modelo de produção. Embora não seja um evento de um ano específico, essa ideia não é tão nova: práticas sustentáveis nesse setor remontam desde os anos 60.

Um dos grandes fatores para isso foi o movimento hippie, que defendia o meio ambiente e a comunidade e, como efeito disso, uma moda mais limpa e preocupada com os aspectos ambientais e sociais.

MODA SUSTENTÁVEL

Esse debate ganhou mais força a partir dos anos 2010, quando se tornou cada vez mais evidente o impacto negativo da moda rápida e do consumo excessivo de roupas.

Um grande exemplo disso foi o episódio do desabamento da Rana Plaza, em Bangladesh, em 2013. cerca de 1.135 pessoas morreram. O prédio operava em condições ilegais e os trabalhadores recebiam baixos salários e não contavam com direitos trabalhistas.

Desde então, tem havido um crescente interesse e conscientização sobre a importância da moda sustentável e do consumo consciente — tanto pelo aspecto do planeta como das pessoas que produzem as roupas.

Na moda sustentável, a escolha das matérias-primas é fundamental para garantir que o impacto ambiental e social da produção de roupas seja minimizado.

A escolha das matérias-primas se baseia em vários critérios, incluindo a sustentabilidade do material em si, a forma como é produzido e a disponibilidade do material.

Por exemplo, as empresas devem optar por fibras biodegradáveis e sem o uso de pesticidas ou outros produtos tóxicos.

Além disso, materiais orgânicos como o algodão, o linho, o cânhamo e a seda, que são cultivados sem o uso de pesticidas e herbicidas prejudiciais ao meio ambiente são opções mais adequadas

**MODA
SUSTENTÁVEL**

O uso de tecidos sintéticos — como poliéster e viscose — necessitam de uma grande quantidade de produtos químicos na confecção. Outras escolhas, em relação à matéria-prima, que também podem fazer sentido nesse tipo de moda são:

- **materiais reciclados:** o poliéster reciclado, que é feito a partir de garrafas PET recicladas, e o nylon reciclado, que é feito a partir de redes de pesca recicladas, podem ser mais interessantes;
- **materiais de baixo impacto:** o Tencel, feito a partir de madeira de reflorestamento e é altamente biodegradável, e o modal, que é produzido a partir de polpa de madeira certificada e é altamente durável também são alternativas com menos efeitos abrasivos ao meio ambiente.

Há muitos vilões da indústria da moda. Entre alguns dos principais, se destaca: desperdício de resíduos têxteis, uso exagerado de recursos hídricos e exploração da mão de obra barata. Entenda melhor a seguir. As toneladas de resíduos têxteis são um dos principais vilões da indústria da moda. A produção excessiva de roupas e a rápida obsolescência da moda levaram a um aumento significativo na quantidade de resíduos têxteis gerados em todo o mundo.

Roupas velhas, retalhos e peças de couro compõem as mais de 4 milhões de toneladas de resíduos têxteis descartados por ano no Brasil, segundo levantamento da Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais (Abrelpe).

Esses resíduos têxteis podem levar décadas ou até séculos para se decompor, ou ainda podem ser incinerados, gerando emissões prejudiciais ao meio ambiente. Quando se avalia a indústria têxtil — para além da moda —, o relatório da Ella Macarthur Foundation, “Uma nova economia têxtil: redesenhando o futuro da moda”, revela que são produzidos 93 bilhões de metros cúbicos de água anualmente.

Isso equivale a 37 milhões de piscinas olímpicas. É por isso que o uso irresponsável de recursos hídricos é também tido como um dos vilões da indústria da moda.

**MODA
SUSTENTÁVEL**

Conclusão

A moda é uma expressão cultural dinâmica que reflete as tendências, valores e identidades de uma sociedade em um determinado momento. Ela desempenha um papel significativo na forma como nos apresentamos ao mundo e como nos relacionamos com os outros. No entanto, é importante reconhecer que a moda também pode ser efêmera e superficial em alguns aspectos, muitas vezes seguindo padrões ditados pela indústria e pela mídia.

Por outro lado, a moda pode ser uma forma poderosa de expressão pessoal e criatividade, permitindo que as pessoas experimentem diferentes estilos e construam suas próprias identidades visuais. Além disso, a moda pode ser uma força positiva quando se trata de promover a diversidade e a inclusão, desafiando estereótipos e celebrando a individualidade.

No entanto, é fundamental abordar as questões éticas e sustentáveis que permeiam a indústria da moda, como as condições de trabalho nas fábricas, o impacto ambiental da produção em massa e o ciclo incessante de consumo. Encontrar um equilíbrio entre a expressão pessoal e a responsabilidade social é essencial para garantir que a moda possa ser apreciada de forma consciente e sustentável.

Referências

- <https://noticias.esquemaimoveis.com.br/evolucao-moda>
- <https://noticias.esquemaimoveis.com.br/>
- <https://audaces.com/>
- www.politize.com.br/fast-fashion/
- <https://portalunico.com/>
- <https://depositomultimarcas.com.br/a-moda-e-seus-dias-atuais/>
- <https://www.cnnbrasil.com.br>

www.nurap.org.br



*DIVERSIDADE E
INCLUSÃO*

