

## VESTUÁRIO: CONSUMO SUSTENTÁVEL E CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

*Clothing: sustainable consumption; environmental*

Alves, Daniela Caetana; Graduanda; Universidade Federal de Viçosa  
daniela.caetana@ufv.br<sup>1</sup>

Batista, Julia Ramos Vieira; Graduanda; Universidade Federal de Viçosa<sup>2</sup>  
julia.batista@ufv.br

Souza, Ivis de Aguiar; Graduando; Universidade Federal de Viçosa,  
ivis.souza@ufv.br<sup>3</sup>

Silva, Thaís Mendes da; Graduanda; Universidade Federal de Viçosa<sup>4</sup>  
thais.m.silva@ufv.br

Bartolomeu, Tereza Angélica; Doutora, Universidade Federal de Viçosa,  
angelica@ufv.br<sup>5</sup>

Grupo de Pesquisa: Vestuário no Contexto  
Sócio Econômico e Social

**Resumo:** O Artigo refere-se à investigação realizada quanto ao consumo sustentável de vestuário e a consciência ambiental na cidade de Viçosa-MG. Assim foi realizada uma pesquisa exploratória com coleta de dados via Survey. O presente artigo aborda as questões relacionadas ao consumo sustentável dos acadêmicos da Universidade Federal de Viçosa em diferentes níveis da vida universitária.

**Palavras chave:** Sustentabilidade; Descarte; Uso consciente.

**Abstract:** The article proposes to investigate the sustainable consumption of clothing and environmental awareness in the city of Viçosa-MG, so an exploratory survey was conducted with data collection via Survey. This article addresses the issues related to the sustainable consumption of the academics of the Federal University of Viçosa at different levels of university life.

**Keywords:** Sustainability; Discard; Conscious Use.

<sup>1</sup>Graduanda do curso de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa.

<sup>2</sup>Graduanda do curso de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa.

<sup>3</sup>Graduando do curso de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa.

<sup>4</sup>Graduanda do curso de Agronomia da Universidade Federal de Viçosa.

<sup>5</sup>Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora Associada IV do Departamento de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa e Coordenadora do Projeto Fazendo Arte.

## Introdução

Os anos de 1990 marcaram transformações profundas na economia brasileira, devido a um conjunto de decisões políticas, buscando a abertura econômica através da liberação das importações facilitando assim a entrada de produtos do exterior, levando ao acirramento da concorrência e desencadeando um movimento generalizado das empresas em busca de eficiência e competitividade.

A indústria têxtil, sempre foi uma importante geradora de emprego e renda. Esta vem passando por mudanças tecnológicas e organizacionais associadas a estratégias diferenciadas de mercado e de produtos.

Tais mudanças favoreceram as empresas têxteis a adotarem estratégias diferenciadas de ajuste competitivo, ocasionando inovações tecnológicas, aumentando a participação do capital por meio do aumento na aquisição de novas máquinas e equipamentos, o setor passou a ser beneficiado com tecidos de menor preço garantindo assim a produção em larga escala e padronizadas.

A inserção internacional, por intermédio da abertura comercial, e os efeitos da globalização influenciaram sobremaneira a indústria têxtil do Brasil, impondo mudanças radicais no processo produtivo, que resultaram na busca da inovação tecnológica representada pela inovação de produto e de processo. A inovação do processo produtivo foi muito acentuada no caso da indústria têxtil, porque requereu uma modernização do parque industrial têxtil, com informatização da produção. (KON E COAN, 2005)

Em meio à modernização dos maquinários, a detenção do capital pelos burgueses e com o avanço célere, maciço e inegável do capitalismo, cresce o surgimento de demandas por consumo do vestuário no mercado, assim a inovação surge como incentivo claro ao consumo. Nesse contexto, quando se analisa a sociedade, pela ótica do consumo, vemos claramente que ele impacta de forma efetiva no mercado que demanda o uso de: tecnologia, informação e viabilização do poder de compra, ocorrendo também destruição ambiental e degradação social. Visto isso, a sociedade de consumo, quase sempre, apresenta um risco.

Para além da degradação ambiental entra em evidência a questão do consumo, a partir da frequente influência da indústria têxtil, sobre a moda e à mídia ditando estilos e as modelagens, ou seja, criando tendências, fazendo com que o consumo aumente significativamente para obedecer a um padrão que muda a cada nova coleção. Assim, a aquisição de peças desnecessárias transforma-se em consumismo.

À questão ambiental passa a ser uma variável importante no processo de tomada de decisões empresariais, estando sujeitas a aspectos e pressões legais, sociais e mercadológicas (ANDRADE; TACHIZAWA; CARVALHO, 2002). Sem sombra de dúvidas este fato deixa clara a necessidade de se preocupar com as condições do planeta para as gerações futuras.

Assim, na expectativa da aliança entre crescimento econômico com preservação ambiental, governos, empresas e sociedade sentem compelidos a se adaptarem a essa nova realidade (VI ECOECO, 2005). Portanto, surgem novas formas de descarte consciente no âmbito empresarial e social como os bazares, brechós que estimulam uma reutilização de roupas como geração de renda para comerciantes e ONGs. Juntamente a essa ação, a customização emprega a personalização dos vestuários destinando um novo uso para este, atendendo as necessidades do usuário, além de dar um toque autoral na peça.

Isto posto, justifica-se este trabalho como forma de investigar os principais destinos no descartar de vestuário dos alunos da Universidade Federal de Viçosa, uma vez que entende-se que estes possuem um maior nível de informação e conhecimento acerca do descarte consciente.

## Metodologia

Este trabalho foi realizado na cidade de Viçosa- MG, junto aos estudantes da Universidade Federal de Viçosa de diferentes cursos de graduação, mestrado e doutorado. Trata-se de uma pesquisa quantitativa e descritiva que buscou compreender o processo de consumo e de descarte pelos universitários.

No que concerne ao método de coleta de dados utilizou-se o Survey, um instrumento com perguntas ordenadas, que tem por objetivo abranger o maior número de colaboradores possíveis, além do levantamento de opiniões. Segundo Marconi e Lakatos (2008), este método possui vantagens na uniformidade de suas respostas, presando a originalidade dos indivíduos, além de ser um recurso que demanda menos tempo quando comparado a outros que são comumente associados à subjetividade humana de forma qualitativa.

## Resultados e discussão

Esta pesquisa foi realizada de modo que, nos grupos analisados possuía a mesma quantidade de indivíduos, sendo a maioria do sexo feminino.

Tabela 1 – categorias dos indivíduos participantes da pesquisa

SEXO	DADOS
Feminino	60%
Masculino	40%
ESTUDANTES	DADOS
Graduação	34%
Mestrado	33%
Doutorado	33%

Fonte: Dados da pesquisa

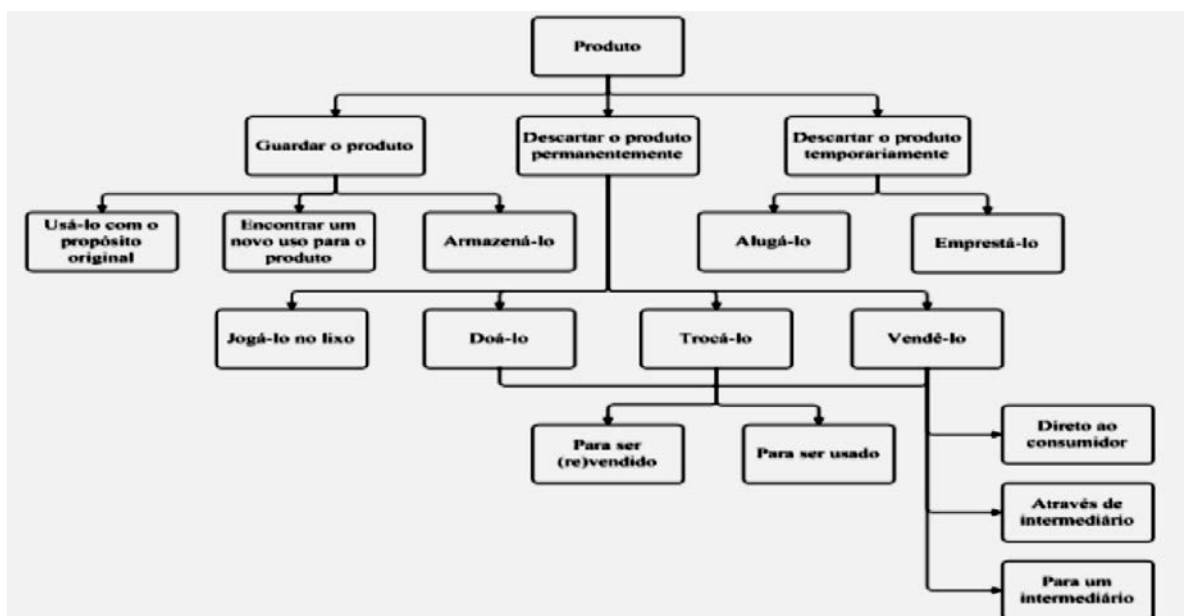
O resultado do estudo indicou que as peças mais consumidas pelos estudantes eram as camisas/blusa (63%), devido ao material, clima e tarefa desempenhada pelos indivíduos, seguida de peças íntimas (13%) e sapatos (7%) (Tabela 1).

A peça indicada como preferida foi a calça jeans, devido a sua durabilidade e a possibilidade de repetição no uso. Todavia, o processo de compra envolve várias etapas, sendo o descarte a última delas.

Jacoby, Berning e Dietvorst (1977) desenvolveram uma taxonomia com os principais comportamentos de descarte dos consumidores. Segundo eles,

há três opções de descarte: guardar o produto, descartar o produto permanentemente e descartar o produto temporariamente, conforme (Figura 1).

Figura 1 - Taxonomia dos principais comportamentos de descarte.



Fonte: Jacoby, Berning e Dietvorst (1977).

Vários fatores influenciam no processo de compra, a exemplo de: moda, preço e marca do produto.

Após análise dos dados verificou-se que, os doutorandos e mestrandos são influenciados pelos locais de convivência (salas de aula; locais com presença de profissionais etc.) tendo como necessidade de se adequar ao local optando por não repetir as peças. Já os graduandos, por um interesse em aceitação a um grupo social, buscavam se vestir de acordo com a moda vigente.

Verificou-se que ambos os grupos sofriam grande influência dos meios de comunicação, principalmente das redes sociais. A aquisição das peças se davam em sites que oferecem promoções, cupons de desconto, sendo assim os grupos visam economizar o máximo possível nas compras realizadas.

O processo de compra de vestuário é muito mais complexo e cheio de significações do que se pode imaginar. As roupas representam opções ideológicas, divisão de classes, opção social e de grupo (SEBRAE/PR, 2011).

Os pesquisados preferiam comprar em lojas de sua preferência e reforçam hábito de consumo, por conhecer as marcas, a forma de atendimento e as possibilidades de pagamento. Uma pequena parcela afirmou comprar em lojas com preços mais acessíveis, de acordo com a renda dos mesmos e apenas 3% eram clientes de bazares (Figura 2).

Figura 2: Local de aquisição do vestuário.

Onde você costuma adquirir suas roupas/calçados:	%
Em uma loja que vende as marcas que costumo consumir	47
No local mais barato que eu encontrar (feiras, camelôs ou lojas populares)	30
Outros:	20
Em bazares	3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa

A renda dos indivíduos influencia os mesmos no ato de consumir. A grande maioria destina um pequeno percentual médio da sua renda para a compra de vestuário 2-5% mês (Figura 3). As compras se direcionam a três ou mais peças mensalmente. A maioria dos pesquisados recebem bolsas de estudo 80%, de modo que eles podem dispor de uma quantidade maior para a compra de peças de vestuário.

Figura 3: Alocação de renda para consumo de vestuário.

Percentual médio da renda mensal destinado a aquisição do vestuário	%
2- 5% da renda	46
5-10% da renda	27
10-15% da renda	20
Mais de 15%	7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Fonte: Dados da pesquisa

Com relação ao descarte das roupas, constatou-se que, o principal motivo para os estudantes descartarem suas roupas é quando não estão mais em condições de uso. Quando chegam a este ponto, a maioria opta por doar para pessoas conhecidas e uma pequena porcentagem de 14% descarta diretamente no lixo.

### Considerações Finais

O presente trabalho se propôs a identificar como se efetuava a aquisição/consumo e descarte do vestuário e os fatores que influenciam os estudantes da Universidade Federal de Viçosa nessas práticas.

Esta temática pode ser considerada um problema, tanto para a sociedade quanto para a academia, visto que, é de se esperar que os universitários possuíssem um conhecimento prévio sobre o consumo e descarte de roupas de maneira sustentável, entretanto observou-se que os mesmos agem de maneira inconsciente, na maioria das vezes, quando se trata deste assunto.

Desta forma, torna-se um agravante para a sustentabilidade do planeta, pois além dos danos causados ao meio ambiente, quando descartado de forma incorreta, outro agravante é a degradação a partir da produção de novas peças que demandam grandes quantidades de recursos ambientais dentro da cadeia produtiva.

Com os dados obtidos pôde-se confirmar o pressuposto de que, as peças mais consumidas são camisas/blusas, uma vez que são mais usadas no dia a dia, provocando um maior desgaste com o uso e higienização frequente. O desgaste das mesmas gera a necessidade de descarte e reposição.

Outro aspecto de destaque foi o alto consumo de peças do vestuário por parte dos universitários em pós-graduação (mestrado e doutorado), devido a renda proveniente das bolsas de estudos, aliado ao desejo de estar mais bem apresentados nos locais que frequentam e junto às pessoas com quem se relacionam na Universidade. Já os graduandos, por dependerem da ajuda financeira dos pais, descartam menos as suas roupas por não terem a possibilidade de adquirir novas.

Com este estudo, pôde-se concluir que, mesmo estando no meio acadêmico, em uma grande Universidade, os estudantes ainda não desenvolveram totalmente a consciência socioambiental quando se trata do descarte e aquisição de peças novas do vestuário.

O presente estudo gerou reflexões sobre a necessidade de ações voltadas para a reciclagem de peças do vestuário, destacamos a importância de novos estudos sobre esta temática de modo que contribua, de maneira significativa, para o desenvolvimento sócio- ambiental, bem como a promoção do desenvolvimento sustentável.

#### Referências bibliográficas:

VI Encontro Nacional da ECOECO - Brasília (DF) - 2005. **A gestão ambiental na indústria têxtil de confecções em Teresina.** Disponível em: < [http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vi\\_en/artigos/mesa3/agemao\\_ambiental\\_industria\\_textilconf\\_teresina.pdf](http://www.ecoeco.org.br/conteudo/publicacoes/encontros/vi_en/artigos/mesa3/agemao_ambiental_industria_textilconf_teresina.pdf) >. Acesso em: 02 de jun. 2017.

BITTENCOURT, Valentina L. **O consumo de roupas de Brechó: um olhar antropológico.** Instituto de Filosofia e Ciências Humanas UFRGS. Porto Alegre, 2013.

CALÍOPE, Thalita S. CONCEIÇÃO, ENEIDA P. da; LEOCÁDIO, Áudio L. **Comportamento de consumo de moda: motivações e atributos no descarte de roupas usadas.** VI encontro de marketing da Anpad. Gramado/RS 2014.

MARCONI, M. DE A., LAKATOS, E. M., **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados.** Ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JACOBY, J.; BERNING, C. K.; DIETVORST, T. F. What about disposition? **The Journal of Marketing**, v.41, n.2, p.22-28, abril 1977.