

CULTURA E SUSTENTABILIDADE: AFETO, CONSCIÊNCIA E ROUPAS

Culture and Sustainability: Affection, Conscience and Clothes

Rêgo, Bárbara Cavalcante; Graduanda; Universidade Federal do Ceará,
arabrab100@gmail.com¹

Lima, Hércules Gomes de; Graduando; Universidade Federal do Ceará,
limaa.hercules@gmail.com²

Carlos, Rebeca de Oliveira Bento; Graduanda; Universidade Federal do Ceará,
rebecaabento@gmail.com³

Orientadora: Mendes, Francisca Raimunda Nogueira; Doutora; Universidade
Federal do Ceará,
franciscarnmendes@gmail.com⁴

Programa de Educação Tutorial do Curso de Design-Moda da Universidade
Federal do Ceará

Resumo: O artigo discute a cultura consumista contemporânea pelo viés da sustentabilidade. Nele, objetivamos analisar a relação afetiva de três pessoas com peças de roupa, através de entrevistas semiestruturadas, e sua influência em formas de consumo mais conscientes. Constatamos que o afeto pelas roupas pode ressignificar seus usos e modificar suas formas de consumo.

Palavras chave: Roupa; afeto; consumo.

Abstract: The article discusses the contemporary consumer culture for the sustainability bias. In it, we aimed to analyze the affective relationship of three people with clothes, through semi-structured interviews, and their influence on more conscious forms of consumption. We found that the affection for clothing can re-signify its uses and modify its forms of consumption.

Keywords: Clothe; affection; consumption.

Introdução

Este trabalho foi realizado pelo Programa de Educação Tutorial do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (PET Moda UFC) e possui

¹ Bárbara Cavalcante Rêgo. Graduanda do sexto semestre do Curso de Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará/UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

² Hércules Gomes de Lima. Graduando do sexto semestre do Curso de Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará/UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

³ Rebeca de Oliveira Bento Carlos. Graduanda do oitavo semestre do Curso de Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará/UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

⁴ Francisca Raimunda Nogueira Mendes. Graduada em História pela Faculdade de Filosofia – UECE (2000). Mestre em Sociologia pela Universidade Federal do Ceará/UFC (2004), onde também concluiu o Doutorado em 2009. Tutora do Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

como tema o contato entre moda e sustentabilidade. Através de dados obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas, analisamos a relação afetiva e simbólica de algumas pessoas com peças de roupas para mostrar o afeto como ferramenta para um consumo mais consciente.

Comumente, quando se pensa em sustentabilidade e moda nos vem à cabeça a imagem de roupas tecnológicas e marcas sustentáveis⁵. O universo que compreende essas duas áreas é vasto, então estabelecemos um recorte que não caísse sobre essas questões já tão debatidas. Procuramos abordar a cultura consumista que regula nossa forma de interagir com os objetos de moda, dando a ver possibilidades de consumo de roupas mais conscientes.

Objetivamos analisar as relações afetivas dos entrevistados com suas roupas, e apontar possibilidades mais conscientes de se relacionar com os objetos de moda. O afeto, as memórias e as histórias ligadas à roupa podem instigar outra forma de consumo. Pretendemos, portanto, analisar como o afeto pelas roupas, em especial à memória que carregam, pode funcionar como ferramenta de valorização e aflorar sentimentos por esses produtos, para além do seu valor material.

No início, apresentamos uma introdução sobre sustentabilidade e moda, onde seguimos com a caracterização da moda e do afeto com as roupas, junto à análise dos entrevistados. Para concluir, é feito um apanhado da discussão sobre a roupa enquanto veículo de afetos que pode abrir novas possibilidades de consumo.

Sustentabilidade e moda

Sustentabilidade significa um conjunto de práticas que envolvem o respeito ao meio ambiente e as formas de produção consciente (BERLIM, 2012, p. 58-65), além de estar relacionada com a forma como nos relacionamos com a natureza, respeitando-a e utilizando os recursos naturais de forma sensível, atentos a seu ritmo.

Antes da Revolução Industrial no século XVIII, os hábitos de consumo eram bem diferentes de hoje, a produção de bens era feita de forma artesanal

⁵ Marcas sustentáveis envolvem práticas e responsabilidades socioambientais, as quais preocupam-se tanto com produção com mão-de-obra justa como com a geração de resíduos. (BERLIM, 2012, p. 58-65)

e em pequena quantidade. Houve uma transformação nos hábitos de consumo, com o surgimento das manufaturas e da máquina à vapor, proporcionando um maior volume e maior rapidez na produção, trazendo grandes avanços tecnológicos (DENIS, 2000, p. 30). O ritmo acelerado desse processo contribuiu para que a sociedade aumentasse o consumo, pois as novidades tecnológicas geram desejo nos indivíduos.

Até 1929, esse modelo não apresentou grandes problemas. Entretanto, é possível constatar que a superprodução e o consumo exagerado provocaram a quebra da bolsa de valores americana, que contribuiu para crise de 1929 (GAZIER, 2013, p. 17). Esse fato condicionou, entre outros fatores, para que se começasse a repensar, ainda no século passado, os problemas da superprodução.

A sociedade capitalista depende diretamente do lucro. Para que ele circule como prioridade máxima, as empresas estão sempre desenvolvendo novos produtos, gerando o desejo de consumo nas pessoas. Um dos maiores problemas desse modelo é o consumismo, ou seja, a compra por impulso (BAUMAN, 2008, p. 41) onde o indivíduo compra sem questionar a real necessidade, a origem, composição.

Nesse mesmo contexto, surgem movimentos contrários a essa prática, que buscam a inversão do modelo de consumo vigente. Movimentos estes que visam a prática do consumo consciente, como o *slow fashion*, a compra à granel e locais que vendem produtos reutilizados, como os brechós. Os brechós têm um papel fundamental, pois valorizam a origem da roupa e sua história, contribuindo para a valorização da memória afetiva e utilizando-a como critério para consumo. As pessoas adeptas a essas práticas buscam consumir apenas o que é realmente necessário, procurando saber a procedência do que está sendo levado para casa, além de tentarem causar o menor impacto possível ao meio ambiente. O consumismo é resultado dos desejos, diferente do consumo, em que é comprado apenas o que é necessário para a sobrevivência (BAUMAN, 2008, p. 7-35).

Os problemas do consumismo são inúmeros, sendo sociais e ambientais. O desejo de sempre consumir aumenta o volume de bens produzidos, aumentando o descarte irresponsável e gerando lixo (LEE, 2009, p. 83). Parte

da população, para conseguir acompanhar o ritmo acelerado das indústrias, exagera em suas compras e termina por contrair dívidas, além do acúmulo de roupas. Muitas pessoas acumulam inúmeros objetos, entre eles roupas, que não têm nenhum significado e são apenas fruto de compras por impulso, implicando em uma vida mais desorganizada (KONDO, 2015, p. 24).

Desse modo, diante de uma realidade que não nos leva a um próspero futuro ambiental, existem pessoas que se contrapõem ao modelo de consumo adotado pela maioria. Adquirindo novos hábitos que vão na contramão do consumismo, prática de consumo exacerbado e irresponsável, essas pessoas estão ampliando suas consciências e buscando meios para reduzir os danos e impactar menos o meio ambiente e a sociedade.

Roupa, memória e consumo

De tal maneira, é possível observar que há uma parcela da população que vem questionando o modelo de consumo vigente na sociedade capitalista contemporânea e vem buscando consumir de maneira mais consciente. Tal forma de pensamento é proposta por Lee, que afirma que da consciência vem a responsabilidade. Ainda segundo a autora, o único contentamento em saber os males que geram a forma de consumo da sociedade e a maneira como vivemos, é reconhecer que o melhor momento para a mudança é agora (LEE, 2009, p. 34).

De uma maneira ou de outra, no caso, através da presença da consciência ou através da ausência do dinheiro, a forma como (e porquê) consumimos está mudando (CARVALHAL, 2016, p. 25). Partindo de tal pressuposto, é possível afirmar que o pensamento de pessoalidade e conexão com artigos de consumo, como as roupas, gera uma incitação ao apego de uma forma positiva.

Seguindo tal premissa, Kondo defende a teoria de que só devemos guardar aquilo que nos traz alegria (KONDO, 2015, p. 24). Dessa maneira, surge uma reflexão sobre os artigos que possuímos. Passamos a estender a relação de uso-possuir para uma esfera de uso-ser, onde entendemos os objetos como extensões de nós mesmos.

Para analisar sua aproximação com a moda, procuramos compreender de forma aberta a teoria dos afetos do filósofo Spinoza, quando esta nos diz que tudo aquilo que atravessa o corpo e pode diminuir ou aumentar, estimular ou contrair sua potência de agir, é chamado de afeto (SPINOZA, 2009, p. 95). Ou seja, sempre estamos sendo afetados, pois a todo momento nosso corpo é impelido ou repelido a fazer algo.

A afeição com as coisas e com o mundo é o que nos move. Essas coisas que nos atravessam criam marcas em nós, e isso é o que nos induz a olhar de outro modo para o mundo. No caso da roupa, uma das mais nítidas manifestações de afeto está na memória que carrega, onde nos transporta para realidades passadas, sonhos, desejos não realizados, assim como momentos felizes, entes queridos, entre muitos outros. A roupa, como um corpo, é afetada pelo mundo e nos afeta. Desse modo, Stallybrass (2008, p.14) afirma que ‘a roupa tende pois a estar poderosamente associada com a memória ou, para dizer de forma mais forte, a roupa é um tipo de memória’.

O discurso das roupas: histórias, narrativas e memórias

Para o momento das histórias de vida, obtidas através dos depoimentos por meio das entrevistas semiestruturadas, escolhemos pessoas já presentes em nossas vidas. O critério para tal escolha foi que estas pessoas possuíssem uma peça de roupa com a qual houvesse algum tipo de relação de afetividade. Através destes depoimentos, é possível constatar a afirmação anterior do autor Stallybrass (2008, p.14) sobre a roupa e memória.

Juliana Gomes, estudante de 20 anos, relatou sua relação com a peça favorita do seu guarda-roupa, dada pela avó, e revela na sua fala esferas que vão muito além da roupa pelo consumo como um simples artigo têxtil.

Pra mim não é uma peça que me representa, tipo como quem olha pra essa peça entende meu estilo, não. Mas quando eu visto ela, eu sinto como se estivesse protegida de alguma forma porque é como se a minha vó me acompanhasse. E tem minhas cores preferidas. Minha avó nem sabe que são minhas cores preferidas. Ela brinca de me vestir às vezes e eu aceito porque eu sinto que quando ela faz isso ela tenta colocar um pouco do que ela quis ser em mim e aí nesse momento eu levo um pouco dela. Aí por isso que essa peça é tão importante pra mim. (Juliana Gomes, 30 de maio de 2017)

Também sobre uma peça que foi presente da avó, Luana Santos, de 32 anos, contou sobre uma roupa capaz de trazer lembranças de uma pessoa especial, que também foi aquela que a costurou. É possível identificar através do depoimento de Luana um nível de afeto que envolve outros alcances no despertar dos sentimentos (CARVALHAL, 2016, p. 24), pois o fato de que a peça foi confeccionada pela própria avó faz remeter ainda mais à sensação de conexão por meio da roupa.

Toda vez que eu olho para o vestido eu lembro dela, então eu não dou, não vendo, não faço negócio nenhum nele. Eu pouco uso [o vestido] porque ele é tão bonito e especial para mim que eu fico com medo de sujar, estragar ele de alguma forma. Tanto pelo modelo, quanto pela lembrança dela. (Luana Santos, 20 de maio de 2017)

Através do afeto com as roupas, percebemos a emergência de iniciativas que buscam o contato com as peças de forma mais pessoal e dentro de um consumo mais consciente. Exemplos de tais iniciativas são dados por brechós, guarda-roupas compartilhados, aluguel de roupas, troca de peças, ou até mesmo aquelas roupas fora de moda guardadas no fundo do armário, que ninguém mais gosta pela sua cor do ano passado ou seu corte “cafona”. De tal maneira, tais práticas servem para avivar a memória e nos lembrar que a roupa pode ser vivida de outras formas.

Indo além, podemos perceber que a memória não deve ser compreendida apenas no sentido de lembrança. Sua potência é capaz de se expandir e carregar histórias de lutas e resistência, momentos de desconforto que se atualizam no cotidiano (STALYBRASS, 2008, p.17). Assim é o caso de Júnior Uchoa, de 22 anos, um dos entrevistados que fala sobre seu *short* curto verde que significa uma resistência e disputa em espaços de poder no sentido foucaultiano, dado o contexto no qual foi utilizado. O *short* fala sobre o desafio diário que enfrenta no contexto familiar e em outros lugares pela sua sexualidade (FOUCAULT, 1988, p. 9) e performance de gênero não correspondente total a heteronorma (BUTLER, 2003, p. 63).

Eu tinha muita vergonha porque achava minhas pernas muito finas e eu sempre tive muita vergonha de sair com short muito curto. Ao mesmo tempo, foi muito desafiador pra mim nesse sentido eu com meu corpo mesmo como meu corpo diante da minha mãe. (Júnior Uchoa, 23 de maio de 2013)

O significado, a história imbuída à peça em questão, coloca as estruturas em cheque e fala sobre a potência dos objetos em irromper lógicas de dominação e incomodar normas e padrões, sejam eles de consumo, de gênero, de classe social entre outros.

Considerações Finais

Podemos perceber que carregamos as roupas conosco, e assim estamos rodeados constantemente por elas. A partir do contato entre sustentabilidade e moda é possível concluir que as roupas podem vistas por outras óticas que não sejam as da sociedade do consumo massificado, proveniente do ritmo de consumo que foi estabelecido após a Revolução Industrial.

Em um movimento contrário a este ritmo, tem-se a parcela da população que começa a se atentar e a adequar seus hábitos de consumo para formas mais conscientes. A partir da relação entre roupa, memória e consumo tem-se o afeto como uma ferramenta que possibilita tal mudança. O afeto pelas roupas é capaz de despertar o pensamento das pessoas para que passem a não concebê-las como simples produtos em prateleiras, mas atentem para sua sensibilidade, deixem-se envolver e serem envolvidas.

A partir dos discursos compartilhados pelos entrevistados, percebe-se que as roupas contam histórias, acumulam memórias e podem modificar nossa maneira de consumir. De tal forma, o descarte é repensado por meio do afeto e a peça de roupa pode ter um maior tempo de vida, diminuindo a produção de lixo. Por meio destas entrevistas semiestruturadas, compreendemos a contribuição da relação afetiva dessas pessoas com suas peças, para o surgimento de outras práticas sustentáveis como bazar e brechó, onde a peça de roupa é valorizada por critérios como sua história e tempo de vida.

Por fim, encontramos através dessa pesquisa duas formas de memória expressa através da roupa: como lembrança de entes queridos, pessoas próximas que nos acompanham em pedaços de tecidos, e como símbolo de luta e resistência, como um lembrete da potência de agir no mundo. Portanto, é

possível constatar que quando despertamos afeto pelas roupas, essas deixam de ser meros produtos dentro de uma cadeia de consumismo e passam a carregar parte de nós. De tal forma, tem-se o afeto com as roupas como ferramenta para consciência e fortalecimento de uma prática de consumo mais sustentável.

Referências

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária.** São Paulo, SP: Estação das Letras e Cores Editora Ltda, 2012.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero: feminismos e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito: Manifesto pela Grande Virada.** Rio de Janeiro, RJ: Paralela, 2016.

DENIS, Rafael Cardoso. **Introdução à História do Design.** São Paulo: Edgard Boucher, 2000.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A vontade de saber.** Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

GAZIER, Bernard. **A crise de 1929.** Tradução de Julia da Rosa Simões. Porto Alegre: L&PM, 2013.

KONDO, Marie. **A Mágica da Arrumação.** Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

LEE, Matilda. **Eco Chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente.** São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

SPINOZA, Baruch. **Ética**. Tradução de Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

STALYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Tradução de Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.



APOIO



REALIZAÇÃO

