



Os novos produtores de moda carioca e as novas formas de produzir e vender

Sanches, Sandra; sandrasanches@outlook.com

Resumo

A moda vive um período de transformação. Depois da escalada global da produção acelerada e consumo fácil de peças de vestuário, reproduzida em escala planetária, e baseada na redução constante dos custos - movimento já definido pelo mercado e em textos acadêmicos como *fast fashion* -, a moda se movimenta na direção de uma maior conscientização de seu papel social e, quase como uma antítese ao modelo industrial predominante, os novos produtores de moda, objetos deste estudo, desenham novas tendências, ancorados no intenso uso das plataformas digitais e consciência social. Questões culturais, éticas e de sustentabilidade se tornaram parte das novas linhas de produção e questionam o avanço irresistível de uma atividade que hoje movimenta bilhões em todo o mundo e que incorporou, nas últimas décadas, o lado mais selvagem da atividade comercial, o lucro a qualquer custo. O presente trabalho trata das transformações que acontecem na atividade, a partir da incorporação, nos anos 2000, de novas tecnologias e de novos modelos de promoção e venda nas plataformas digitais, baseados em novos valores e propósitos: colaboração, compartilhamento, ressignificação, sustentabilidade, customização, entre outros. Eles se tornam mais e mais acessíveis, à medida em que avança a organização da sociedade em rede, e garantem a base das mudanças em curso, impulsionadas, acima de tudo, pela desintermediação vigente no universo digital. Este estudo também aborda a relevância dos conceitos da Economia Criativa para a reinvenção do setor. As pesquisas de campo permitiram identificar no Rio um novo tipo de produtor de moda - surgido, principalmente, entre os jovens nativos digitais -, que está mudando a forma de criar, produzir, promover e distribuir seus produtos. Ao longo do trabalho, é possível perceber como os novos produtores de moda do Rio estão desenhando caminhos alternativos para a indústria. O novo modelo exhibe valores como sustentabilidade, preços justos, valorização da cultura, promoção e venda desintermediadas e quer promover, além da geração de valor, a transformação do mundo.