

Ministério da Saúde

FIOCRUZ

Fundação Oswaldo Cruz



ESCOLA POLITÉCNICA DE SAÚDE  
JOAQUIM VENÂNCIO

Alice Quirino de Almeida

MODA: IDENTIDADE, EXPRESSÃO E POLÍTICA

Rio de Janeiro

2023

Alice Quirino de Almeida

MODA: IDENTIDADE, EXPRESSÃO E POLÍTICA

Projeto de Monografia apresentado à Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio – Fundação Oswaldo Cruz (EPSJV-Fiocruz) como requisito parcial para aprovação no Curso Técnico em Gerência em Saúde.

Orientador(a): Profa. Dra. Helena de Castro Amaral Vieira

Rio de Janeiro

2023

Aprovado em 28/11/2023.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>a</sup>. Verônica de Almeida Soares - FIOCRUZ - EPSJV – LABFORM

---

Prof<sup>a</sup>. Ingrid D´avilla Freire Pereira - FIOCRUZ - EPSJV

Rio de Janeiro

2023

*Dedico este trabalho à minha mãe, Aline Quirino,  
por se dedicar tanto a mim. Para sempre comigo.*

## AGRADECIMENTOS

Dedico meus agradecimentos, em primeiro lugar, à Jesus, por Sua presença e paz ao longo destes anos de escrita e orientação, conciliando vestibular com monografia e estágio, experiências que me fizeram aprender e amadurecer muito.

À minha mãe, que sempre acreditou e cuidou de mim, mesmo de longe, com seu amor acolhedor que me envolve.

Ao meu pai, por oferecer base e suporte para meus estudos, por sempre me incentivar e impulsionar. Meu eterno amor.

Agradeço também, à minha família, amigos, professores e todos que tiraram um tempo para conversar sobre meu tema comigo.

À Poli, onde não apenas desenvolvi laços, mas construí uma família, agradeço por proporcionar uma estabilidade durante esses anos de curso, sendo uma instituição que nós ensina a cultivar pensamentos críticos e ter voz, sendo cada experiência única.

E, de maneira especial, à minha orientadora, por ter acreditado nesse trabalho desde o início, entendendo sua importância, pela paciência demonstrada e por estar sempre presente e disponível. Sem a sua orientação, esse trabalho seria apenas um rascunho de um sonho.

*“Moda é liberdade, é aquilo que fica bonito de usar, é quebrar  
uma regra sem a antipatia de ficar obrigada a fazer  
o que os outros dizem que é bom.” – Zuzu Angel*

## **RESUMO**

Este projeto tem como objetivo analisar o modo pelo qual as pessoas exercem a sua expressão através da indumentária e, desta forma, atuam politicamente na sociedade. A metodologia proposta é análise bibliográfica e narrativa. Refletiremos à luz de alguns teóricos dos estudos contemporâneos. Pretendemos demonstrar que todos, mesmo que de maneira inconsciente, atuam através da moda. Ao final do trabalho, trazemos uma reflexão sobre a transformação e a democratização da moda nas últimas décadas, motivo pelo qual ensejou essa pesquisa, que nos fez pensar na relação da moda e a atitude política dos que criam e a consomem.

Palavras-chave: Identidade – Indumentária - Moda - Política

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 – Zuzu Angel (MEMÓRIAS DA DITADURA, 2021) .....                        | 15 |
| Figura 2 – Moda Permitida (2015) .....  | 19 |
| Figura 3 - Compro logo existo. Barbara Kruger 1987 (Design Culture, 2017) ..... | 21 |
| Figura 4 - CNN Brasil (2023) .....  | 22 |
| Figura 5 - G1 (2021) .....  | 24 |

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| <b>1 INTRODUÇÃO</b> .....                                 | 10 |
| 1.1 OBJETIVOS .....                                       | 12 |
| 1.2 JUSTIFICATIVA .....                                   | 13 |
| <b>2 PROPOSTA METODOLÓGICA DO ESTUDO</b> .....            | 14 |
| <b>CAPÍTULO I - O EXPRESSIVO PESSOAL E POLÍTICO</b> ..... | 15 |
| <b>CAPÍTULO II - IDENTIDADES E CAPITALISMO</b> .....      | 20 |
| II.I - <i>SLOW FASHION</i> .....                          | 25 |
| <b>3 CONCLUSÃO</b> .....                                  | 26 |
| <b>REFERÊNCIAS</b> .....                                  | 27 |

## 1 INTRODUÇÃO

Quando pensamos em moda e abrimos o dicionário, encontramos algumas definições. Segundo Oxford Languages, entre os significados da palavra moda, está: *conjunto de opiniões, gostos, assim como modos de agir, viver e sentir coletivos* (1998).

A moda é conjunta, porque para algo se tornar moda, precisa circular entre meios sociais, mas, ao mesmo tempo, é exercida de forma individual, pois ela carrega essências de cada indivíduo.

Entendemos a moda como um meio de expressão. Ou seja, ao se vestir o indivíduo expressa, muitas vezes, de maneira mínima ou de forma inconsciente, os seus gostos, cultura, religião, ideologia, classe social, entre outras características. A moda reflete como o

indivíduo se enxerga, aspectos da nossa identidade são expressos através do vestuário. Por isso a moda carrega consigo representatividade, na qual está plantada nos meios midiáticos, artísticos, e, principalmente políticos.

O objetivo do nosso estudo é identificar como a indumentária tornou-se uma poderosa ferramenta de expressão individual, e, nesse sentido uma expressão também política. A nossa motivação nasce do desejo de compreender o universo e o poder da vestimenta, analisando não apenas só os benefícios, mas, também, as consequências negativas de sua potencialização.

Segundo Crane, em *A moda e seu papel social*:

Com a globalização, na virada dos anos 1970 para os 1980, o mundo da moda foi se tornando cada vez mais complexo e sua importância social aumentou consideravelmente. O que no século XIX era privilégio das elites converteu-se num universo altamente segmentado, esfera de construção de identidades e estilos de vida, por onde passaram a transitar indivíduos de diferentes camadas sociais. (CRANE, 2006, p. 11)

Na nossa sociedade, existem múltiplas variedades de expressão e a moda tem cada vez mais ocupado um lugar de destaque, não se limitando apenas a ser um marcador de posição social, como nos séculos anteriores. O que antes poderia ser considerado um dos bens de maior valor de um indivíduo, hoje tornam-se mais acessível.

Entendemos a indumentária como um dos primeiros contatos visuais e de percepção de um indivíduo, enxergamos a moda cada vez mais como uma representação desejada de si.

No capítulo 1, iremos traçar uma breve linha do tempo apresentando uma reflexão sobre a atualidade. Traremos exemplos de democratização da moda nomeadamente os encontrados nas redes sociais, canais de internet, movimentos de anticonsumo, moda circular, moda cápsula<sup>1</sup>, brechós etc. Também falaremos sobre democratização e acessibilidade como forma de resistência ao padronizado e como as mídias sociais influenciam nisso.

---

<sup>1</sup> Esse conceito surgiu nos anos 1970, quando a estilista Susie Faux criou a ideia de um armário composto por poucos itens que fossem essenciais, atemporais e que combinassem entre si. Mais recentemente, a moda cápsula se tornou tendência quando blogueiras começaram a adotá-lo como estilo de vida ou mesmo como um desafio. (VIVA DECORA, 2021)

No capítulo 2, iremos abordar à luz dos pensamentos de alguns autores o impasse entre o sujeito e sua autonomia para se expressar e a submissão aos ditames da indústria da moda. Já que a identidade diversificada do indivíduo contemporâneo é o resultado de uma série de mudanças estruturais nas sociedades. Importante destacarmos e, entendermos, o fenômeno de globalização, que caracteriza, basicamente, uma sociedade de mudanças rápidas e constantes, pautada na novidade. (HALL, 2006).

Na conclusão, esperamos ter apontado nossa hipótese, ou seja: em como a moda pode ser tratada como um texto a ser lido, pois ela fala por si só, antes mesmo que o indivíduo diga algo de forma verbal. Também esperamos ter tornado clara a nossa discussão ao longo dos capítulos de como a moda, a despeito dos pontos que levantaremos sobre capitalismo e exploração do trabalho no capítulo II, foi se tornando mais acessível nos últimos tempos, e como ao fazermos nossas escolhas conscientes ao nos vestirmos, podemos exercer um ato político coletivo e/ou uma afirmação de uma expressão individual.

## **1.1 OBJETIVOS**

### 1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo desse trabalho é analisar a maneira como as pessoas exercem a sua expressão através da indumentária, partindo do ponto de vista de que todos, mesmo que de maneira inconsciente, exercem a moda. Demonstraremos como isso pode se tornar uma atitude política.

### 1.1.2 Objetivos Específicos

- 1) Identificar a moda como uma forma de expressão individual.
- 2) Analisar a engrenagem que há por trás da indústria da moda.
- 3) Compreender a potência da moda como uma expressão e posicionamento.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

O tema deste trabalho foi escolhido, porque acreditamos que moda pode ter um lugar de relevância política e expressiva na sociedade contemporânea. Foi motivado pelo interesse em compreender a relação entre moda e expressão do sujeito, partindo do ponto de vista de tal relação como um meio de expressão e comunicação, assim, acreditamos ser necessário refletir sobre o modo pelo qual o indivíduo pode se expressar e conquistar espaços através do vestuário.

Como objeto de pesquisa, de fato, a indumentária é um fenômeno completo porque, além propiciar um discurso histórico, econômico, etnológico, e tecnológico, também tem valência de linguagem, na acepção de sistema de comunicação, isto é, um sistema de signos por meio do qual os seres humanos delineiam a sua posição no mundo e a sua relação com ele. (CALANCA, 2008, pg.16)

A partir da reflexão de Daniela Calanca, autora do livro: *História social da moda* (2008), entendemos que o estudo da indumentária proporciona leituras do indivíduo e suas expressões. O vestuário acompanha todas as transformações e interações sociais, e, conseqüentemente, a essência dele reflete a história e cultura do sujeito. No nosso mundo contemporâneo, onde as identidades não são mais fixas, são fluidas e globalizadas (HALL,2006), levamos em consideração que a moda pertence a todos, e não mais a apenas um grupo seletivo, ou classe social, acreditamos, portanto, que se faz necessário trazer mais luz à reflexão acerca da acessibilidade e democratização da moda, com vistas a exercer com consciência o poder da vestimenta. E nosso trabalho pretende desdobrar esse estudo.

## 2 PROPOSTA METODOLÓGICA DO ESTUDO

O projeto estará baseado na abordagem qualitativa e usará como estratégias de pesquisa a busca de fontes iconográficas e revisão da literatura por meio da busca na base de dados Scielo, tendo como referência os termos descritores “moda”, “indumentária”, “identidade” e “política”.

Também fará uso da revisão de documentos, referentes aos estudos contemporâneos sobre cultura e sociedade, referências de autores no mundo da moda e identidade expressiva, como o livro: A moda e seu papel social: classes, gênero e identidade das roupas. (CRANE, Diana, 2006).

A análise do material empírico buscará responder a seguinte questão-norteadora: **a moda é um meio de expressão e ato político?** Este estudo tem como objetivo compreender a moda como forma de expressão de maneira geral, e não pretende aprofundar em um tipo específico de expressão, e sim, falar como meio de expressão cultural e de identidade.

O estudo está estruturado em três capítulos: a primeira busca entender a relação entre a moda e a contemporaneidade; o segundo discorre sobre a democratização da moda e o terceiro responde à pergunta inicial se através da moda podemos reconhecer um ato político.

## CAPÍTULO I – O expressivo pessoal e político

Entendemos a moda como uma expressão, de identidade, cultura, crenças etc. Pois estamos nos comunicando através da nossa indumentária, mas, também, como um ato político, porque ela traz consigo representatividade e posicionamento.

Podemos exemplificar nosso argumento através de uma estilista brasileira, cujo o repertório na moda foi expressivo e político; Zuleika Angel Jones, conhecida como Zuzu Angel, atuou politicamente através das suas roupas, conseguiu externar seu amor pela família e também conflitos vivenciados por ela na época da ditadura no Brasil, tornando sólida as experiências que a rodeavam, mostrando que o pessoal é político.<sup>2</sup> Em 1970, com o desaparecimento do seu filho primogênito, que era militante e protestava contra o governo, Zuzu Angel apresentou um desfile-protesto em Nova York, distante, portanto, da censura militar vivida no Brasil. Nos modelos, seus tradicionais vestidos soltos, mini compridos e com estampas falavam e expressavam o momento que ela estava vivendo. Pássaros em gaiolas, aviões, tanques militares, soldados e canhões eram alguns dos bordados nas roupas que cruzaram a passarela, e, no fim do desfile, Zuzu entra com um vestido longo preto, com um cinto com vários crucifixos e, no pescoço, um pingente de anjo exibindo seu luto e indignação. O que era uma dor pessoal, torna-se uma luta comum, pública. (FOLHA DE S. PAULO, 2021).



---

<sup>2</sup> O termo “o pessoal é político” surgiu na segunda onda do feminismo, no final dos anos 1960. Ressaltando as conexões entre a experiência pessoal e as estruturas sociais e políticas. (BARBOSA, 2016)

Giorgio Agamben define contemporaneidade como uma relação singular com o próprio tempo, manter o olhar fixo no seu tempo para nele perceber não o claro, mas o escuro do seu tempo, na tentativa de neutralizar as altas luzes que cegam, como um olhar de cima de quem não se aliena. Ele traz a moda como um bom exemplo de contemporaneidade, pois dialoga com a atualidade e inatualidade, o estar ou não na moda, entendendo que a resposta do que é estar na moda é mais complexa do que “ser do momento”. Zuzu foi uma figura contemporânea que entendeu como a moda é um meio de expressão e ato político, sendo isso que este trabalho busca compreender.

Antes de tudo, o "agora" da moda, o instante em que esta vem a ser, não é identificável através de nenhum cronômetro. Esse "agora" é talvez o momento em que o estilista concebe o traço, a nuance que definirá a nova maneira da veste? Ou aquele em que a confia ao desenhista e em seguida à alfaiataria que confecciona o protótipo? Ou, ainda, o momento do desfile, em que a veste é usada pelas únicas pessoas que estão sempre e apenas na moda, as manequins, que, no entanto, exatamente por isso, nela jamais estão verdadeiramente? Já que, em última instância, o estar na moda da "maneira" ou do "jeito" dependerá do fato de que pessoas de carne e osso, diferentes das manequins - essas vítimas sacrificiais de um deus sem rosto,- o reconheçam como tal e dela façam a própria veste. (AGAMBEN, 2009, p. 66)

Refletindo acerca da fala de Agamben, entendemos que temos o poder da decisão do que está na moda, a subjetividade do dia a dia, a realidade e a essência de cada indivíduo é o que torna sólida a moda. E, é impossível falar de moda sem antes mencionar o corpo. Para o nosso estudo, o corpo contemporâneo é um constante ambiente de devir político, implicado em seu próprio tempo, inquieto, questionador, e a luz que ele apresenta, a sua criação, é o seu devir (VIEIRA, 2012, p.33). Trata-se de um conceito cunhado por Deleuze e Guattari que diz respeito ao agenciamento do desejo. Desejar é passar por devires. “Devir é nunca imitar, nem fazer como, nem se conformar a um modelo, seja de justiça ou de verdade. Não há um termo do qual se parta, nem um ao qual se chegue ou ao qual se deva chegar”. (ZOURABICHVILI,2004, p.48)

Entendemos que o estar na moda, de maneira superficial, é volátil, o que é considerado como atual hoje, daqui a uma semana já pode ser considerado ultrapassado,

apenas os manequins conseguem estar sempre no atual, somos corpos contemporâneos. A moda verdadeira é conseguir aproveitar esse espaço de expressão e comunicação para atuar nos nossos meios sociais, falar da nossa identidade, arte e política, de tudo que nos compõem, tornar sólido os fluxos de experiências que nos rodeiam.

Portanto, sabemos que há um meio de expressão e que a moda tem em sua essência a contemporaneidade. Porém nos perguntamos, será que é de conhecimento e acesso público esse entendimento? Para exercer esse meio de expressão, antes de tudo precisa-se ter acesso a ele. E esse acesso, ocorre de fato em sociedades marcadamente desiguais? Vejamos.

Nos séculos anteriores, como já mencionado anteriormente, a indumentária era considerada um dos bens de maior valor de um indivíduo, principalmente para classes dominantes. Já nas camadas das classes populares, a preocupação ainda estava voltada a assegurar as necessidades básicas, portanto, a moda não tinha um lugar de destaque. Acompanhar desfiles, grifes e lançamentos das estações nem sempre foi acessível. Pode-se considerar que com a Revolução Industrial e as roupas a serem confeccionadas por máquinas, possibilitou um passeio na moda por camadas sociais mais baixas (CRANE, 2008), já que conseqüentemente o valor das roupas abaixaram.

Atualmente, através da mídia, tal assunto tem sido abordado mais, possibilitando que pessoas de diferentes camadas sociais entre em discussões sobre ser e estar na moda. Os desfiles de Alta-costura, ainda são frequentados por clientes seletos, jornalistas e críticos da moda especializada. No entanto, as criações apresentadas nas semanas de moda em Paris, Milão, Nova York e Londres estão disponíveis para todo o mundo, não apenas em revistas de moda, como anteriormente, mas principalmente na internet em primeira mão com uma alta velocidade. Contudo, sabemos que não é a semana de moda que realmente define o que o grande público irá consumir, pois a moda gira, quebra padrões e pode ser considerada “antropofagiada”<sup>3</sup>.

O movimento da antropofagia [...] pregava a ideia simbólica de que se deveriam "deglutir" todas as influências estrangeiras que fossem interessantes e "digeri-las" junto com os valores das raízes brasileiras. A ideia era formar uma linguagem inovadora capaz de retratar a identidade nacional e afinar-se com os projetos modernos da vanguarda contemporânea. (CANTON, 2002, p.91 apud RIBEIRO e MESQUITA, 2015, p. 7)

---

<sup>3</sup> Termo referente ao Manifesto Antropofágico, de Oswald de Andrade, na semana de artes moderna de 1922.

Portanto, entendemos que a moda expressa aspectos da nossa identidade. No Brasil a moda, desde a colonização, sofre consideráveis influências trazidas por culturas de fora, os “empreendimentos civilizatórios” trazidos pela coroa portuguesa afetaram a trajetória da moda brasileira. Historicamente, o vestuário desempenhou um papel essencial na manifestação e afirmação das distintas estratificações sociais. Apresentava-se pautado por uma idealização de status e papéis sociais, pois as vestimentas, predominantemente idealizada pelos modelos europeus, serviam como elementos de constituição das identificações políticas, econômicas e sociais – as quais, não apenas reforçam as barreiras de classe, como transpassam para a separação étnica – gerando uma representatividade branca elitista. É relevante destacar que, mesmo nos dias atuais, ainda experimentamos os reflexos dessa cultura de idealização, demonstrando a persistência de padrões estabelecidos anteriormente.

Por mais metafórica que a descrição antropofágica possa ser, ela também era compreendida como uma crítica aos valores simbólicos condicionados historicamente no passado colonial do Brasil, que carregava consigo um comportamento mimético em relação aos modelos europeus. Ou seja, propunha romper com o padrão de imitação e/ou reprodução dos comportamentos e diretrizes de modo idêntico. A prática da antropofagia cultural resultaria na absorção seletiva daquilo que estava imposto. Em outras palavras, ficaria a critério do povo brasileiro assimilar e formatar o que lhe fosse pertinente, constituindo assim a sua própria identidade, a partir desta mistura. (RIBEIRO e MESQUITA, 2015, p. 7)

A Semana de Arte Moderna foi um marco no repertório artístico brasileiro, pois gerou uma ruptura do conservadorismo europeu, trazendo uma ideia de “descolonizar” o Brasil, foi em busca de ingredientes brasileiros, quebrando os padrões de imitação e enaltecendo os tesouros culturais do país. (RIBEIRO, 2015) Esse movimento não atingiu diretamente a moda na época, pois seus atuantes vestiam a tendências francesas, porém foi um início de mudança de pensamento, que posteriormente, atingiu a moda.

Zuzu Angel, além de ser uma figura contemporânea expressiva, destacou-se como uma grande identidade atuante no cenário da moda, carregando sua singularidade genuinamente brasileira. Sua contribuição foi marcada por ela conseguir traduzir aspectos culturais do Brasil para a moda.

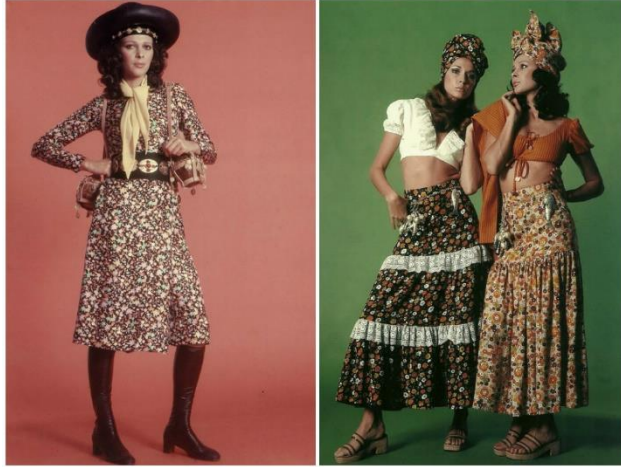


Figura 2 Fonte: *Moda Permitida*, 2015

Hoje em dia, observamos novos atuantes na influência da moda, por meio das plataformas de redes sociais, onde novas vozes, como influenciadoras e blogueiros, ganham destaque. O Instagram, em particular, tornou-se um espaço significativo, onde esses criadores compartilham não apenas seus estilos de vida, mas também influenciam e criam tendências através de seus perfis, desempenhando assim um papel fundamental na criação e movimentação da moda. Este fenômeno pode ser considerado uma democratização, pois uma vez que fragmenta e dispõe o acesso à informação que, anteriormente, demandava a compra de revistas para se manter atualizado.

Outro exemplo de democratização é a moda circular, a reciclagem, a reinvenção do uso das roupas, movimentos de bazar e brechós, cada mais crescente, as quais trazem o poder de ressignificação temporal ao vestuário, sendo essencial para fator de contemporaneidade da moda. Entretanto, tornando a moda mais acessível, transcendendo diferentes estratos sociais.

Mas a temporalidade da moda tem um outro caráter que a aparenta à contemporaneidade. No gesto mesmo no qual o seu presente divide o tempo segundo um "não mais" e um "ainda não", ela institui com esses "outros tempos" - certamente com o passado e, talvez, também com o futuro - uma relação particular. Isto é, ela pode "citar" e, desse modo, reatualizar qualquer momento do passado (os anos 20, os anos 70, mas também a moda imperial ou neoclássica). Ou seja, ela pode colocar em relação aquilo que inexoravelmente dividiu, rechamar, re-evocar e revitalizar aquilo que tinha até mesmo declarado morto. (AGAMBEN, 2009, p. 67)

## CAPÍTULO II. Identidades e Capitalismo

A moda é viva, sua natureza muda, assim como as maneiras pelas quais as pessoas respondem a ela. A moda do século XIX consistia num padrão bem definido e largamente adotado. A moda contemporânea é mais ambígua e multifacetada, em concordância com a natureza altamente fragmentada das sociedades pós-industriais, por isso precisa ser constantemente reanalisada (CRANE, 2006). E quando refletimos acerca do poder da vestimenta nos deparamos com alguns impasses, entre eles, os ditames estabelecidos pela indústria da moda. Isto é, consideramos que há um limite na liberdade em se expressar e acompanhar e seguir a moda.

A indústria da moda, com influência do seu meio capitalista está por trás das tendências. No mundo da moda veloz, as coleções e suas tendências possuem grande lugar de destaque, podendo ser consideradas o meio de movimentação da moda. As *trends*<sup>4</sup>, como é muito dialogado hoje em dia, sobrevive através das novidades, e o caminho até o novo é trilhado pela realização, muitas vezes inalcançável, do desejo ao estilo e identidade imaginada pelo indivíduo.

Em um mundo globalizado, nossa identidade é considerada mais fluída, o que de acordo com Bauman, pode ser uma metáfora para captar a presente fase moderna que é volúvel. De tempos em tempos, muitas vezes acompanhando da gama de movimentos que cercam o desenvolvimento da nossa identidade, as pessoas refazem escolhas que exigem reavaliações dos seus gostos em prol de potenciais contribuições para sua autoimagem e identidade, nesse contexto a compra inicia seu papel de atuação. Como uma corrida de consumo, engrenadas pelos nossos desejos, constantemente tentamos alcançar as possíveis linhas de chegadas, a satisfação, porém as mesmas linhas correm mais rápido que os nós consumidores (BAUMAN, 2001). Constantemente transformam nossa identidade em produto, o indivíduo é moldado pelo que ele pode alcançar ou não. Ao tentar acompanhar a massa de inovações *fashions, trends* etc., o indivíduo perde sua subjetividade, sua criatividade é roubada e colocada em seu lugar o manequim pronto.

---

<sup>4</sup> Termo "tendência" em português, o qual faz referência aos conteúdos que atingem um auge de movimentação nas redes sociais por determinado tempo.

Em vista da volatilidade e instabilidade intrínsecas de todas ou quase todas as identidades, e a capacidade de "ir as compras" no supermercado das identidades, o grau de liberdade genuína ou supostamente genuína de selecionar a própria identidade e de mantê-la enquanto desejado, que se torna o verdadeiro caminho para a realização das fantasias de identidade. Com essa capacidade, somos livres para fazer e desfazer identidades à vontade. Ou assim parece. (BAUMAN, 2000, pg.98).

O sistema-capitalista no qual estamos inseridos já percebeu que nossas identidades não são mais sólidas, e se aproveita disso, entende que constantemente estamos buscando contribuições para desenvolvimento de nossa identidade. A artista conceitual Barbara Kruger expressa essa crítica através de sua obra *I shop therefore I am*, traduzido do inglês: eu compro logo existo (GROSENICK, 2005).



Figura 3 Fonte: *Compro logo existo*. Barbara Kruger 1987. Design Culture, 2017

No cotidiano, não é comum as pessoas questionarem seus consumos, o motivo pelo qual compram determinados produtos, de onde vem e muito menos quem os produziu. Porém, a indústria têxtil é a segunda mais poluente do mundo (G1, 2019). Problemas como degradação ambiental e mão de obra escrava, principalmente advinda de monopólios indústrias, estão extremamente relacionadas com a alta produção.

O *fast fashion* - termo que emerge a partir de 1990 - faz referência a uma criação de moda veloz e compacta em um curto período, é um modelo de produção baseado no rápido

consumo, sendo uma demanda do sistema capitalista, pois seu alto consumo é essencial para a movimentação econômica.

Na atual fase do modo de produção capitalista, a diversificação dos produtos se apresenta como uma forma de aumentar a velocidade do consumo. A troca acelerada de tendências e a circulação das coleções nas prateleiras pelo *fast fashion* na tentativa de suprir, de maneira superficial, as necessidades e desejos do seu público-alvo, por não repetir modelos ou por quinzenalmente estar colocando novidades no mercado, terem as coleções cápsulas, diferentes das coleções primavera/verão e outono/inverno, gera uma grande quantidade de roupas e consumo não consciente (CONTINO, 2016). A produção acelerada acarreta a diminuição de tempo no desenvolvimento de uma peça, assim gerando escoamentos ainda mais rápidos através do consumo impulsivo, para que a partir de então, o ciclo se reinicie.

Nesse ciclo há uma redução nas pesquisas por nicho de identidades e comportamentos, focando mais na pesquisa de consumo, ou seja, observa-se o que as pessoas realmente estão consumindo para, em seguida, começar o processo artístico e de criação das roupas. Entretanto, não é um sistema bem-visto pelo meio criador da moda, pois muitas vezes grandes varejistas confeccionam roupas similares, e até mesmo copiadas por inteiro, à peças que foram pensadas, criadas e desenvolvidas por estilistas. Contudo, a maioria dos consumidores não chega a tomar conhecimento destas concorrências, levando em maior consideração o estilo e o custo das peças que irão usar do que aos bastidores do mundo da moda. (DELGADO, 2008)



Figura 4 Fonte: CNN Brasil, 2023

Ademais, , tomando forma as características desse meio de produção na moda, como já mencionado, outro viés importante, é a mão de obra desvalorizada, pois, na medida em que esse tipo de produção aumenta, mais mão de obra é necessária, e com isso as marcas que adotam o *fast fashion* como modelo de produção contratam empresas que por sua vez terceirizam a mão de obra, onde transportam suas fábricas, muitas vezes, para países onde as leis trabalhistas são flexíveis, aderindo ao trabalho análogo à escravidão sem ligação direta, se desresponsabilizando.

Sobre as relações de contratação, pode-se afirmar que há um círculo vicioso nas relações estabelecidas entre os principais elos da cadeia de produção: as marcas contratam as confecções pagando um preço reduzido por peça; essas contratam as fábricas – para o fechamento – que subcontratam as costureiras externas. Nesse processo, o preço da peça se dilui, pois cada elo abaixo na cadeia precisa reduzir sua margem de lucro. Esse processo também pode ser considerado um dos principais fatores para a informalidade nas relações de contratação, pois, na medida em que precisam reduzir os custos e margens de lucros, busca-se, sobretudo, escapar dos impostos cobrados (DOS SANTOS, 2011 apud CONTINO, 2016, p. 8).

Por fim, a indústria têxtil, carrega uma prejudicial consequência direcionada ao nosso meio ambiente, sendo a segunda mais poluente do mundo. Entretanto, mesmo tendo um valor socioeconômico importante, não existem medidas rígidas de combate ao tratamento no descarte irresponsável de resíduos usados na produção de tecidos, e futuramente, no direcionamento das peças produzidas e não mais utilizadas.

Este setor industrial é um dos maiores consumidores de recursos hídricos, especialmente nas etapas de tinturaria, lavagem e acabamento. Em média, entre 50 a 100 litros de efluentes – resíduos produzidos por ações humanas e descartados no meio ambiente de forma líquida ou gasosa, nesse âmbito, por exemplo, com presença significativa de corantes artificiais - são gerados e despojados no meio ambiente por quilo de tecido produzido (DE ALMEIDA, 2016). Além disso, a produção de uma única calça jeans, requer cerca de 11 mil litros de água, desde o início até o término de sua fabricação (G1, 2015). O descarte inadequado dos efluentes têxteis, sem tratamento, nos ambientes aquáticos podem levar ao esgotamento do oxigênio dissolvido, tendo como consequência o desequilíbrio do ecossistema local. (DE ALMEIDA, 2016).

Diante desse cenário, um questionamento pertinente: com toda essa quantidade de roupa produzida, para onde vai depois que o consumidor decide que uma peça não é mais

útil para o seu estilo? As roupas perpassam por muitos lugares até seu direcionamento final, o qual na maioria das muitas vezes, são aterros de lixo. Como por exemplo, o deserto do Atacama no Chile – locais que abrigam um gigantesco lixão clandestino de roupas que se compram, vestem e descartam nos Estados Unidos, na Europa e na Ásia. (G1, 2021)



Figura 5 Fonte: G1 (2021)

## II.1 *Slow Fashion*

O *Slow Fashion*, criado pela inglesa Kate Fletcher, é um movimento de desaceleração de consumo. Inspirado pelo conceito de *slow food*, que promove uma produção e consumo consciente de alimentos, o movimento compartilha as mesmas questões, como ter um olhar crítico e criativo em relação ao que consumimos, reconhecer o repertório histórico de cada indivíduo e comunidade, propiciando-lhes fortalecer a produção e renda locais, como também a inserção em uma realidade idealizada pela qualidade de vida e sustentabilidade. (FLETCHER & GROSE, 2011 apud SANTOS, 2017)

Para estudiosos da moda, o esse sistema, do uso simples de materiais recicláveis na produção das roupas, mas consumir de maneira consciente, buscando entendimento de todo meio de produção, revendo a estrutura da engrenagem da indústria da moda. Isso implica em alterações nos padrões de elaboração de coleções, produções e comercializações, com ênfase na valorização dos produtos. Entretanto, *o slow fashion* propõe uma abordagem distintiva, em que valoriza o trabalho dos designers, produtores e consumidores. (SANTOS, 2017)

Fletcher e Grose (2011) defendem que esse movimento não recorre a trabalhadores temporários ou a uma terceirização tendenciosa, muito menos busca obrigar trabalhadores a fazerem horas extras excessivas. Contudo, busca assegurar aos trabalhadores a possibilidade de garantia de empregos estáveis e com horários regulares.

Atualmente, as marcas inseridas no sistema do *slow fashion*, presentes principalmente nas redes sociais, precisam procurar e simultaneamente alcançar rentabilidade, competitividade e visibilidade para estarem inseridas mercado. Essas lojas justificam os preços elevados mediante a incorporação de práticas sustentáveis e a garantia de salários justos, fatores que se refletem no custo real de cada peça.

No contexto brasileiro, as poucas marcas e projetos alinhados aos princípios do movimento desse sistema de produção, que levantam o slogan de consumo consciente, sustentabilidade e relacionamentos éticos, comercializam suas vestimentas a preços que se revelam exorbitantes e inalcançáveis frente aos padrões de realidade econômica predominantes na maioria da população do país. (SANTOS, 2017) Portanto, limitando o poder de compra dos consumidores, o qual recorrem a varejistas

### III. Conclusão

O desenvolvimento deste estudo proporcionou uma análise sobre como a moda pode funcionar como um meio de expressão e um ato político, revelando como aspectos da nossa identidade são espelhados através das escolhas das nossas vestimentas. Por meio de uma figura expressiva e contemporânea - aquela capaz de ter uma perspectiva de cima do seu tempo, não alienada - como exemplificado por Zuzu Angel, que solidificou as experiências que a cercavam, podemos afirmar que a moda é intrinsecamente expressiva e política.

Ao problematizar o fenômeno do *fast fashion* - caracterizado pela moda rápida e efêmera - e ao investigar os mecanismos subjacentes à indústria da moda, compreendemos as consequências que esses processos acarretam para nossa identidade. Esta, frequentemente transformada em mero produto pelo capitalismo, sofre uma constante interferência, resultando na imposição de padrões predefinidos.

Ao abordar o conceito de *slow fashion*, entendido como um sistema de produção com princípios distintos do *fast fashion*, que defende uma abordagem mais sustentável da moda, concluímos que a escolha do que vestir tem implicações significativas, é posicionamento, nadar contra a maré e fazer política.

Dada a relevância deste tema, torna-se imperativo buscar um entendimento mais aprofundado sobre o que consumimos, compreender o trajeto do produto até nós e, assim, exercer o ato de compra de maneira consciente e informada.

## REFERÊNCIAS

### Artigos:

BARBOSA, Camila P & MAIA, Tatiane V, **O pessoal é político: a crítica feminista de Nancy Fraser e Catherine Mackinnon a Jürgen Habermas**. Revista Eletrônica de Ciência Política, vol. 7, n. 1, 2016. Dis

CONTINO, Joana Martins. **O fast fashion e as transformações da indústria da moda no capitalismo tardio**. 12º Colóquio de Moda - 9ª Edição Internacional 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, Rio de Janeiro. P.4 2016.

DE ALMEIDA, Érica Janaina Rodrigues; DILARRI, Guilherme; CORSO, Carlos Renato. A indústria têxtil no Brasil: Uma revisão dos seus impactos ambientais e possíveis tratamentos para os seus efluentes. **BOLETIM DAS ÁGUAS**. Departamento de Bioquímica e Microbiologia, Universidade Estadual Paulista (UNESP), p. 1-18, 2016.

DELGADO, Daniela. **FAST FASHION: ESTRATÉGIA PARA CONQUISTA DO MERCADO GLOBALIZADO**. ModaPalavra e-periódico, núm. 2, ago-dez, 2008, P. 3-10. Universidade do Estado de Santa Catarina  
Florianópolis, Brasil

RIBEIRO, Mariana Tagé Verissimo. MESQUITA, Cristiane. **Design de moda e brasilidade: da indumentária colonizada à expressividade de Zuzu Angel**. Iniciação Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística Edição Temática em Cultura e Comportamento Vol. 5 nº 2 – novembro de 2015, São Paulo.

SANTOS, Sheila Daniela Medeiros. **Entre Fios e Desafios: Indústria da Moda, Linguagem e Trabalho Escravo na Sociedade Imperialista**. RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade. V. 03, ed. especial, dez., 2017, artigo nº 468

VIEIRA, Helena de Castro Amaral. **O corpo *revoltado*: considerações acerca da dimensão política em algumas obras de Vera Mantero**. UNIRIO, 2012.

ZOURABICHVILI, François. **O Vocabulário de Deleuze**. Tradução André Telles. Rio de Janeiro. 2004.

### **Figuras:**

MEMÓRIAS DA DITADURA. **Zuzu Angel**. Disponível em: <<https://memoriasdaditadura.org.br/biografias-da-resistencia/zuzu-angel/>>. Acesso em: 25 mai. 2023,

NEWS, BBC “**Lixo do mundo**”: o gigantesco cemitério de roupa usada no deserto do **Atacama**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/moda-e-beleza/noticia/2022/01/28/lixo-do-mundo-o-gigantesco-cemiterio-de-roupa-usada-no-deserto-do-atacama.ghtml>>. Acesso em: 25 mai. 2023.

ONODERA, Jennifer **Zuzu Angel**. Disponível em: <<https://modapermitida.wordpress.com/2014/12/12/zuzu-angel/>>. Acesso em: 15 nov. 2023.

PROCOPIAK, Ana. “Compro logo existo. ” Design e consumo. Disponível em: <<https://designculture.com.br/compro-logo-existo-design-e-consumo/>>. Acesso em: 25 mai. 2023.

STEVENS, Ellie. **Shein é processada por violação de direitos autorais nos EUA**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/shein-e-processada-por-violacao-de-direitos-autorais-nos-eua/>>. Acesso em: 15 nov. 2023.

## **Livros:**

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Tradução Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó: Argos, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001. 98

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. Tradução Renato Ambrosio. São Paulo: SENAC, 2008.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução Cristiana Coimbra. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2006.

GROSENICK, UTA. **Mulheres Artistas nos Séculos XX e XXI**. Tradução Carlos Sousa de Almeida. Taschen: Rio de Janeiro. 2005

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomas Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2006

## **Sites:**

DO VIVA DECORA, ANA. **Armário Cápsula: O Que É, Vantagens e Como Montar o Seu**. Publicado em 04 mar. 2021. Disponível em: <<https://www.vivadecora.com.br/revista/armario-capsula/>>. Acesso em: 1 jun. 2023.

FOLHA DE S. PAULO. **Como Zuzu Angel se tornou a maior estilista do país e, por isso, foi morta pela ditadura**. Publicado em 04 jun. 2021 - Ilustrada - Folha. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2021/06/como-zuzu-angel-se-tornou-a-maior-estilista-do-pais-e-por-isso-foi-morta-pela-ditadura.shtml>>. Acesso em: 25 mai. 2023.

**G1. Os desafios da indústria da moda para diminuir o impacto ambiental.** Publicado em 07 jan. 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/falando-de-sustentabilidade/noticia/2019/01/07/os-desafios-da-industria-da-moda-para-diminuir-o-impacto-ambiental.ghtml>>. Acesso em: 20 mar. 2023.

**G1. Fabricação de uma calça jeans consome 11 mil litros de água.** . Publicado em 08 FEV. 2015. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/02/fabricacao-de-uma-calca-jeans-consome-11-mil-litros-de-agua.html>>. Acesso em: 15 nov. 2023.

**STEVENS, Ellie. Shein é processada por violação de direitos autorais nos EUA.** Publicado em 17 de jul. 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/shein-e-processada-por-violacao-de-direitos-autorais-nos-eua/>>. Acesso em: 15 nov. 2023.