

REVISÃO BIBLIOMÉTRICA ACERCA DE CONSUMO CONSCIENTE DE MODA NO CONTEXTO MUNDIAL E NACIONAL

Natani Aparecida do Bem¹

Larissa Aparecida Wachholz²

Paula Piva Linke³

Maria de los Angeles Perez Lizama⁴

Luciana Cristina Soto Herek Rezende⁵

Valoração e Economia Ambiental

Resumo

O consumo excessivo de roupas é considerado um fenômeno global, causador de sérios efeitos no meio ambiente e na sociedade. Há décadas tem sido criticado pelos impactos sociais e ecológicos que a indústria do vestuário pode causar. No entanto, diante da atual situação global devido a pandemia, essa temática tem sido abordada em uma outra perspectiva. O presente trabalho teve como objetivo realizar uma revisão bibliométrica a fim de apontar avanços dentro de um contexto global, que já possui conceitos acerca do consumo consciente com relação às práticas mais justas e sustentáveis na moda. Para a realização da análise quantitativa foram utilizados os periódicos *Scopus*, *Dimensions* e *ScienceDirect*, no mês de junho de 2020. Foram levantados os volumes de publicações, referente ao período de 2017 até 2020. Foi possível identificar que consumo sustentável é um conceito atual que vem trazendo uma nova percepção para a moda englobando desde toda sua cadeia produtiva. E por meio das análises quantitativas de publicações acerca do consumo de moda sustentável, foi observado que a maior parte das publicações é referente aos últimos três anos e pertencem aos periódicos *Science Direct*. De certo modo, isso afeta a moda e reflete na adequação da cadeia de suprimentos, com ênfase na ecoeficiência na produção, reciclagem e uso de materiais sustentáveis. Estes, que aparecerão não apenas como opções de nicho, mas sim como soluções inevitáveis para uma grande parcela dos negócios de moda.

Palavras-chave: Consumo; Moda; Sustentabilidade.

¹ Aluno (s) do Curso de Mestrado em Tecnologias Limpas / Unicesumar Maringá, natani_dobem@hotmail.com.

² Aluno (s) do Curso de Mestrado em Tecnologias Limpas / Unicesumar Maringá, larissawachholz@hotmail.com.

³ Prof. Dr. Centro Universitário Metropolitano de Maringá Unifamma – Departamento de Administração, paula.linke@unifamma.edu.br.

⁴ Prof. Dr. Unicesumar - Maringá – Programa de Pós-Graduação em Tecnologias Limpas – ICETI - Instituto Cesumar de Ciência Tecnologia e Inovação, maria.lizama@unicesumar.edu.br.

⁵ Prof. Dr. Unicesumar - Maringá – Programa de Pós-Graduação em Tecnologias Limpas – ICETI - Instituto Cesumar de Ciência Tecnologia e Inovação, luciana.rezende@unicesumar.edu.br.

INTRODUÇÃO

O consumo se intensificou a partir da segunda revolução industrial no século XIX, definido por uma sociedade em massa que o vê como um ato inerente à existência do ser humano e que reproduz e molda os sistemas de relações sociais (LIPOVETSKY, 2007). Assim como a moda, contribui para a história da humanidade, alimentando uma forma de viver, estruturar e desenvolver modos de socialização específicos (BAUMAN, 2008).

Na sociedade contemporânea, destaca-se que o padrão de consumo conduz os indivíduos a uma aquisição excessiva de produtos, e no caso da moda, com um viés ostentatório, o qual pode acarretar impactos ambientais (COSTA; TEODÓSIO, 2011).

Por outro lado, na década de 1970, surgiu o conceito de consumo sustentável, atrelado a concepção de sociedade de consumo. Devido ao aumento nas discussões acerca da sustentabilidade, esse perfil de consumidores tem sido alvo de importantes debates conceituais (COSTA, TEODÓSIO, 2011).

Neste cenário, destaca-se o consumidor consciente, que valoriza as empresas que constroem a sustentabilidade por meio das ações diárias e com relações justas de trabalho, visando sempre o menor impacto social, econômico e ambiental (ROSA; LEONIDO; JESUS, 2015).

Considerando a atual situação de isolamento social em massa, uma parcela da população começou a se questionar sobre diversos aspectos da sociedade, principalmente, com relação às formas de consumo, considerando o estado da cadeia de produção da moda que engloba diferentes setores, e em muitas etapas acaba sendo um grande poluente.

Diante do exposto, objetiva-se com o trabalho realizar uma revisão bibliométrica a fim de apontar avanços dentro de um contexto global, que já possui conceitos acerca do consumo consciente com relação às práticas mais justas e sustentáveis na moda.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste estudo se refere a uma revisão sistemática da literatura com abordagem bibliométrica. Foi desenvolvida por meio da busca em bases de

dados, constituídas por artigos científicos publicados.

A pesquisa foi realizada em três bases de dados bibliográficos: *Scopus*, *Dimensions* e *Science Direct*, no mês de junho de 2020. Foram levantados os volumes de publicações, referentes ao período de janeiro de 2017, até junho de 2020. Para a realização da busca na base de dados *Scielo* utilizou-se o campo pesquisa avançada para digitar os descritores. Já para a base *Dimensions* foram selecionados os campos *Keywords Search*, *Publication Type* e *Fields of Research*. E para a pesquisa na *Science Direct* utilizou-se o campo *Keywords* para digitar o descritor correspondente.

Como critério do processo de indexação nas bases de dados bibliográficos, foram definidos descritores na língua inglesa utilizados com embasamento na relevância no consumo consciente de uma moda mais justa e sustentável, sendo eles: *circular economy*; *conscious consumption*; *sustainable consumption*; *sustainable fashion* e *sustainable production*.

Assim, analisou-se os dados quantitativos, verificando a importância do assunto e desenvolvendo um comparativo entre os descritores e o período pesquisado nas bibliografias mais recentes sobre consumo consciente na moda.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A temática relacionada a moda sustentável e ao consumo consciente está presente em muitas discussões acadêmicas, mas o grande desafio é fazer com que isso se torne realidade e impacte nos modos de produção e consumo da sociedade, provendo uma transformação em prol da sustentabilidade.

Em relação a produção científica, os resultados da busca em bases de dados com os descritores citados anteriormente podem ser visualizados na Tabela 1 abaixo.

Tabela 1 – Busca em bases e dados

| Base de dados e descritores | | Resultados | | | |
|---|--|------------|-------|-------|------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| DIMENSIONS | | 948 | 2.029 | 1.146 | 701 |
| DESCRITORES: CONSUMO CONSCIENTE E MODA SUSTENTÁVEL | | | | | |
| FILTROS UTILIZADOS: ARTIGOS | | | | | |
| TOTAL DE 21.789 PUBLICAÇÕES | | | | | |
| NESSE MESMO FILTRO CITADO ANTERIORMENTE, FOI SELECIONADO POR ÁREAS DE PESQUISA, E | | | | | |

FILTRADOS POR ESTUDOS NA SOCIEDADE, RESULTANDO NUM TOTAL DE 5.777 ARTIGOS

SCIELO – SEM SUCESSO, TOTAL DE 0 ARTIGOS. FILTRADOS COM OS DESCRITORES: CONSCIOUS CONSUMPTION; SUSTAINABLE; FASHION; PRODUCTION; CIRCULAR ECONOMY.

| SCIENCE DIRECT | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|--------------|-------|-------|------|
| DESCRITORES: CONSUMPTION – FASHION – PRODUCTION – SUSTAINABLE | 885 | 1,024 | 1,067 | 815 |
| RESULTADOS (ARTIGOS): | 3.789 | | | |

Elaborado pelas autoras, julho, 2020.

Por meio dos dados expostos na Tabela 1, observou-se que as bases *Dimensions* e *Science Direct* apresentaram resultados referentes a pesquisa realizada com os descritores, enquanto no *Scielo*, não houve resultado.

Ao fazer o levantamento bibliométrico, percebeu-se uma oscilação nas publicações entre os anos de 2017 e 2020. Na *Dimensions*, foi observado um número maior de publicações em 2018, seguida de uma queda em 2019. Já na *Science Direct* verificou-se um aumento constante de 2017 para os anos de 2018 e 2019. No ano de 2020, embora ainda não finalizado, já existem 815 publicações. Assim, espera-se que ocorra um aumento de publicações em relação a 2019.

Esse aumento nas publicações com a temática é uma tendência, conforme afirmam Yamaguchi e Yamaguchi (2017). Para as autoras, isso também se deve às transformações no setor da indústria referentes a necessidade de mudança no sistema produtivo e as exigências legais quanto a implantação de sistemas mais sustentáveis.

Pesquisas voltadas ao setor de moda são extremamente importantes, pois é um dos setores que mais polui o ambiente e traz impactos negativos a sociedade. Berlim (2020), enfatiza que as discussões sobre o consumo e os cuidados com o meio ambiente são essenciais para promover uma transformação em nossa sociedade.

Mas para além da pesquisa, essas discussões precisam se efetivar por meio de ações que de fato promovam mudanças. Uma das formas de se promover o consumo consciente na moda é por meio do uso de corantes naturais. Pois, dessa forma, pode-se atingir uma produção mais limpa (NARIMATSU et al., 2020).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na atualidade vemos diversos movimentos baseados no *Slow*, seja voltado a alimentação, moda ou consumo. Há uma tendência social em questionar o atual sistema vigente, assim como suas bases. Isso tem se mostrado presente em muitos textos de revisão bibliográfica ou estudos de caso.

O que devemos considerar é que essas publicações chamam a atenção para a necessidade de mudança nas atitudes de consumo, processo produtivo e a necessidade de mudança em relação ao consumo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, L. Apresentação. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007. 7-18 p.

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

BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

COSTA, D. V.; TEODÓSIO, A. S. S. Desenvolvimento sustentável, consumo e cidadania: Um estudo sobre a (Des)Articulação da comunicação de organizações da sociedade civil, do Estado e das empresas. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 12, n. 3, p. 114-145, 2011.

LIPOVETSKY, G. **A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

NARIMATSU, B. M. G.; BEM, N. A.; WACHHOLZ, L. A.; LINKE, P. P.; LIZAMA, M. de los A. P.; REZENDE, L. C. S. H. Corantes naturais como alternativa sustentável na indústria têxtil. **Revista Valore**, v. 5, p. e-5030, 2020.

ROSA, F. C., LEONIDIO, U. C., JESUS, C. S. Comportamento ecologicamente consciente: um estudo dos consumidores de Petrópolis-RJ. In: XII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2015. **Anais...** Seget, Rio de Janeiro, 2015.

YAMAGUCHI, B. U.; YAMAGUCHI, N. U.; **Tendência de pesquisa mundial sobre a sustentabilidade no setor de moda**. Enciclopédia Biosfera, Centro Científico Conhecer - Goiânia, v.14 n.26; p. 2017.