

## O PROCESSO HISTÓRICO DA MODA COMO REFLEXO DAS TRANSFORMAÇÕES SOCIAIS

Juliana Oneto, Valentina Dutra de Almeida<sup>1</sup>, Felipe Vitório Lucero<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Colégio Novaescola – Campo Grande - MS

juliana.oss001@gmail.com, vvalleddu@gmail.com, fe.lucero@hotmail.com

Área/Subárea: Ciências Humanas - Sociologia

Tipo de Pesquisa: Científica

**Palavras-chave:** sociedade, tendência, resíduos têxteis, impacto ambiental.

### Introdução

A moda transcende meramente o universo das roupas para se entrelaçar com todos os aspectos da sociedade: ela é expressão, identidade – tanto individual quanto coletiva – comunicação, cultura, arte e até mesmo política. Enquanto as escolhas em moda naturalmente dizem respeito ao que as pessoas se sentem confortáveis usando, um elemento que assume uma relevância crescente nos tempos atuais é o ato de consumir. A indústria da moda frequentemente focaliza sua atenção nos lucros que cada criação pode gerar, ainda que não deixe de considerar a influência cultural e artística. No entanto, é inegável que o capital se tornou o motor central de muitos eventos globais.

O enraizamento histórico da moda está intrinsecamente ligado às mudanças sociais que ao longo dos séculos têm dado forma à nossa civilização. A moda opera como um reflexo cultural que projeta as crenças, os valores, os estilos de vida e os anseios de uma determinada sociedade em um ponto específico no tempo. As transformações observadas ao longo das eras nas tendências de moda estão intimamente interligadas a profundas transformações sociais.

A moda, por sua vez, é um sistema maleável e permeável, influenciado por variáveis históricas, políticas e econômicas, o que confere ao seu papel uma natureza distinta em cada período. Ela se desenvolve como um processo contínuo e cíclico, moldado pelas preferências dos membros de uma sociedade em um dado momento.

Conforme observado por Erika Palomino (2003), nos anos 1990, a moda emergiu como um campo de estudo e conceituação que ultrapassou as simples passarelas. Sua interpretação foi enriquecida por elementos e valores que transcendem a mera aparência ou o que é exibido nos desfiles. A moda não se resume a uma criação egocêntrica de estilistas; ela se manifesta como uma representação amplificada ou incomum de ideias que espelham o contexto de uma época e outros fatores, como a imagem, autoimagem, autoestima, política, padrões de beleza, inovações tecnológicas, moda de rua, identidades culturais e, sobretudo, a história que a moldou.

### Metodologia

A abordagem metodológica adotada para alcançar os objetivos propostos neste projeto é multifacetada e abrangente. Consiste em três principais componentes: pesquisa bibliográfica e documental, análise de conteúdo visual e coleta de dados estatísticos. A pesquisa bibliográfica permitirá a obtenção de uma compreensão profunda do conceito de moda, sua evolução histórica e suas ramificações em diversos aspectos sociais, econômicos e culturais. Além disso, serão conduzidas análises de conteúdo visual, explorando imagens e representações visuais da moda ao longo das décadas para destacar como a moda espelha mudanças culturais e sociais ao longo do tempo. No âmbito local, será realizada uma pesquisa específica dentro do Shopping Campo Grande, identificando lojas engajadas em práticas responsáveis e outras que carecem de compromisso social. Paralelamente, a coleta e análise de dados estatísticos relacionados ao consumo de moda, resíduos têxteis e impacto ambiental permitirão quantificar os desafios enfrentados pela indústria. A conjugação dessas abordagens visa a uma compreensão integral da moda, conscientizando sobre seu valor intrínseco e delineando um caminho rumo a uma indústria mais ética e sustentável.



Figura 1. Histórico da moda, uma evolução ao longo do tempo.

### Resultados e Análise

APOIO



REALIZAÇÃO



A Revolução Industrial, que irrompeu no final do século XVIII, provocou uma reviravolta radical na produção de vestuário. A ascensão de máquinas têxteis viabilizou a produção em larga escala de tecidos, gerando redução de custos e ampliando o acesso a roupas mais acessíveis para amplas faixas populacionais. Como resultado, houve um florescer de estilos de moda diversificados, enquanto a aquisição de roupas prontas passou a coexistir com a confecção sob medida.

Como resultado dessa pesquisa, destacamos lojas locais que adotam práticas conscientes e sustentáveis, como Melissa e Puket, que foram apresentadas no vídeo. Além disso, exploramos uma alternativa interessante, o brechó "Brecharia", que também se alinha com abordagens mais responsáveis em relação à moda.

Ser mais responsável em relação à moda envolve uma mudança de mentalidade para um consumo mais consciente e sustentável. Isso inclui escolher marcas que adotam práticas éticas e sustentáveis, comprar peças de qualidade que durem mais tempo, explorar lojas de segunda mão, consertar e cuidar das roupas, minimizar o desperdício através de doações e reciclagem, educar-se sobre os impactos da indústria da moda, preferir materiais naturais, evitar o excesso de fast fashion, apoiar marcas locais e participar de iniciativas que promovam uma indústria da moda mais ética e responsável.

### Considerações Finais

Inegavelmente, a indústria da moda exerce um papel preponderante na vida contemporânea, estabelecendo uma presença inescapável no cotidiano das pessoas. No entanto, à luz da pesquisa realizada, as várias questões que permeiam esse setor emergem de forma inequívoca. A exploração, presente em cada estágio da produção, se traduz no uso irresponsável de matérias-primas, resultando em danos ambientais irreparáveis. Contudo, a esperança reside na possibilidade de transição para uma indústria mais ética e consciente, uma vez que diversas marcas já iniciaram essa transformação. No entanto, a mudança não se materializa apenas com essas iniciativas. É imperativo que uma mobilização mais ampla seja orquestrada, convocando empresas, indivíduos e instituições de influência, e, especialmente, convocando os consumidores. Afinal, muitos desses consumidores desconhecem os intrincados processos que convergem para que uma peça de vestuário chegue até suas mãos.

A indústria da moda, há muito tempo, subsiste à custa de um sofrimento que não pode mais ser ignorado. É chegado o momento de questionarmos nossas ações e abraçarmos novas formas de fazer moda, marcadas por uma responsabilidade mais acentuada e uma consciência

profunda. As mudanças, nesse contexto, não são meros caprichos, mas uma necessidade premente. As marcas que já trilharam esse caminho nos mostram que a viabilidade existe. Contudo, a revolução não se limita a uma minoria, mas exige a participação coletiva. No crepúsculo desta era de exploração desenfreada, a aurora de uma indústria da moda verdadeiramente ética e sustentável se ergue como um imperativo incontestável. É hora de modelarmos um novo futuro, onde a moda não só reflete nossa estética, mas também nossos valores mais profundos de respeito pelo planeta e pela humanidade.

### Referências

BEAUVOIR, Simone de. O Segundo sexo: fatos e mitos. 4 ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970. Vol. I. Disponível em <http://portugues.Free-eBooks.net>. Acesso em 27/02/2014.

BRAGA, João. Reflexões sobre moda. 2 ed. rev. São Paulo: Editora Anhembi

Morumbi, 2007. Vol. I.

PALOMINO, Erika. A Moda. 2 ed. São Paulo: Publifolha, 2003.