

A plataformização da vida cotidiana e os conflitos entre consumo, moda e sustentabilidade¹

Solange R. Mezabarba² - Senai CETIQT

Resumo

Este trabalho busca contribuir com a reflexão acerca da plataformização da sociedade, tal como descrevem Van Dijck, Poell e De Waal (2018). Os autores a definem como a incorporação progressiva das plataformas digitais em diferentes esferas da vida social. Meu objeto de estudo é o aplicativo de *recommerce* das peças descartadas no lixão de Alto Hospício no Deserto do Atacama. A questão que desenvolvo é sobre o potencial de atenuar o impacto ambiental que podemos esperar sobre a plataformização da sociedade – em especial na indústria da moda.

Palavra-chave: plataformização da sociedade; consumo; moda; *recommerce*; Atacama.

Resumo expandido

A ideia de plataformização da sociedade está descrita em Van Dijck, Poell e De Waal (2018) como uma realidade que afeta profundamente toda a nossa vida social. Afinal, as plataformas digitais vêm interferindo paulatinamente na nossa vida cotidiana. Desse modo, elas não poderiam estar alijadas das discussões sobre moda e sustentabilidade. Se o ato de se vestir é um ato cultural presente em todas as sociedades, a roupa e moda revelam-se como integrantes fundamentais da nossa vida social antes e pós plataformas. Na modernidade o consumo de moda se tornou uma prática de construção e/ou expressão da identidade dos indivíduos, especialmente nas sociedades urbanas industriais - ambientes de irreconhecibilidade. O acesso às novidades se tornou um imperativo diante dessas novas formas de vida na modernidade. Nava (1996) já tratava desse tema, em especial no que se referia à presença feminina no espaço público, num ímpeto de absorver aquele novo estilo de vida urbano que surgia junto com a industrialização. Simmel (1973), outro observador daquele período, buscou compreender as mudanças estruturais nas sociedades diante dos processos de industrialização e urbanização. O modo de se vestir e de se apresentar também foram afetados.

¹ Trabalho apresentado no GP 6 – Comunicação e Moda, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Antropologia pela UFF, professora do Curso de Design de Moda da Faculdade de Moda do Senai Cetiqt. E-mail: solange_riva@hotmail.com

A produção industrial possibilitou à moda e às roupas em geral um consumo crescente e, durante o século XX, uma forte expansão. A produção abundante numa sociedade que se revelou insaciável por bens (Campbell, 2001; Douglas, 2004) gerou o problema com o qual a moda vem se deparando na atualidade: o descarte.

O século XXI trouxe a “plataformização” das sociedades. Os usos de aplicativos e outras formas de conexão foram potencializados durante o período da pandemia de COVID-21. Diante dessa realidade é que venho acompanhando o desenrolar da plataforma de *recommerce* desenhada para escoar as peças descartadas no famoso lixão localizado em Alto Hospício, em pleno Deserto do Atacama no Chile. Minha questão, portanto, neste trabalho, é a efetividade das plataformas de *recommerce* como atenuantes da geração de lixo pela indústria da moda. Minha metodologia de trabalho envolve *desk research* reunindo materiais de *clippings* sobre o que vem ocorrendo naquela região. A questão que se desenrola tem como premissa essa sociedade dita “plataformizada” e o anseio das elites mundiais para vendê-la como solução, inclusive para a crise ambiental que vemos tomar corpo desde a segunda metade do século XX.

Além de autores que vêm discutindo a moda numa perspectiva do consumo nas sociedades urbanas (Campbell, 2001; Bourdieu, 2009; Douglas, 2004; Slater, 2002), trago referências que vêm se preocupando com as questões ambientais e seus desdobramentos, como Latour (2020) e Nixon (2011). Por fim, se faz necessário discutir a ideia de plataformização da sociedade e os rumos do capitalismo e do consumo, para que possamos entender e projetar as mudanças na moda e nas práticas de consumo voltadas para a apresentação de si no espaço público. Assim, além dos já citados Van Dijk, Poell e De Waal (2018), busco também as contribuições de Zuboff (2019), Crary (2023) e Fisher (2020).

Como este é um trabalho cujo campo ainda está em desenvolvimento, não há ainda um resultado consolidado, mas as reflexões e o desenho de hipóteses que podem estar baseadas em eventos históricos e suas consequências para o consumo de moda. Para tanto, o trabalho apresentado por mim e pela professora Patrícia Marcondes de Barros no CIMODE (Congresso Internacional de Moda e Design) em 2024 pode trazer pistas que nos ajudam a pensar os rumos do consumo de moda a partir das plataformas e da crescente preocupação com as mudanças climáticas. Naquele trabalho, tomamos por base manifestações contraculturais. Numa perspectiva histórica, observamos ícones desses movimentos, especialmente no modo de vestir, se tornando mercadorias.

Assim, tomando como objeto o aplicativo de *recommerce* do lixão do Deserto do Atacama (*recommerceatacama*), quais podem ser as nossas expectativas à luz dos desdobramentos que acompanhamos pelos *clippings*?

Referências

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CRARY, Jonathan. **Terra Arrasada** – além da era digital, rumo a um mundo pós-capitalista. São Paulo: UBU editora, 2023.

DOUGLAS, Mary ; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Para uma Antropologia do Consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FISHER, Mark. **Realismo capitalista**. São Paulo; Autônoma Literária, 2020.

LATOUR, Bruno. **Onde aterrar?** Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020.

NAVA, M.. Modernity's Disavowel: women, the city and the department store. In.: FALK, P., CAMPBELL, C. (orgs). The shopping experience. London: Sage Pb., 1996.

NIXON, Bob. **Slow violence and the environmentalism of the poor**. Cambridge/Massachussets/London: Harvard University Press, 2011

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In.: VELHO, Gilberto. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

VAN DIJHCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M.. **Platform Society**. Public values in a connective world. Oxford: Oxford University Press, 2018.

ZUBOFF, S.. **A era do capitalismo de vigilância**. A luta por um futuro humano na nova fronteira de poder. New York: Perseus Books, 2019.