



## **A Moda Como Extensão da Comunicação do Ser Humano e a Possível Solução de Uma Problemática a Partir de Iniciativas Públicas Sociais<sup>1</sup>**

Paula Caires dos SANTOS<sup>2</sup>  
Cristian CIPRIANI<sup>3</sup>  
Centro Universitário Univel, Cascavel, PR

### **Resumo:**

Neste trabalho se disserta sobre o fundamento da comunicação e a utilização da moda como extensão da comunicação do ser humano a partir da inteligência coletiva. Trazendo a pauta de como a moda deixou de ser uma forma de se proteger de perigos e diversas temperaturas, e se tornou parte da representação da cultura e de grupos sociais. Trazendo também a problemática do consumismo sob o meio ambiente e apresentando uma potencial aliada para combater o descarte inapropriado de materiais que poluem o meio ambiente, utilizando desse método uma técnica de produção para o ensino profissionalizante ofertado por programas de re-inserção ao mercado de trabalho pessoas com vulnerabilidade social e alimentar.

**PALAVRAS-CHAVE:** moda; comunicação; consumo consciente; serviço social; upcycle.

### **1- Introdução**

O objetivo deste trabalho é abordar as questões sociais da fome como resultado de uma calamidade mundial e do consumo desenfreado por parte da indústria da moda, e apresentar uma possível solução a partir da adoção de iniciativas do poder público em projetos de capacitação de profissionais. Para desempenhar o objetivo proposto, este trabalho utiliza como metodologia o estudo bibliográfico de estudo de caso.

A comunicação é definida pela ação de um emissor encaminhar uma mensagem para o/os receptor/es, podendo ser uma comunicação unilateral ou bilateral, para França (2008) esse processo é além da mera definição, é o momento que há um compartilhamentos de informações e conhecimentos de ambos os envolvidos, onde há a interação e respostas sobre cada fala. França continua sua abordagem do paradigma e complementa que nesse processo a presença e a ação do indivíduo em falar, ouvir e compreender o que o outro está dizendo se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ08 – Estudos Interdisciplinares Da Comunicação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Recém Graduada do Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda da Univel, email:paulacaires2014@gmail.com

<sup>3</sup>Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social Publicidade e Propaganda da Univel, email:cristian.cipriani@univel.br



torna um meio de produção, onde um emissor produz enquanto o receptor consome, mas outrora esse receptor também produzirá e o processo comunicativo se trata de dinamismo e instituidor de sentidos e de relações, o que trás aos participantes o poder de se construírem socialmente. E para ocorrer a comunicação é preciso que haja a linguagem, e através desta que as pessoas expressam seus pensamentos, ideias e sentimentos, estabelecendo relações sociais e culturais com outras pessoas. No entanto, a comunicação não se limita apenas à linguagem verbal, mas também inclui a expressão visual, que pode ser vista no modo como se vestem e se apresentam para o mundo. O que nos primórdios era utilizado como mecanismo de defesa, hoje é utilizado como uma forma de comunicação não verbal, que pode revelar muito sobre nossa identidade cultural, personalidade e valores. Bergamo (1998) aponta que a forma que um indivíduo se veste pode ser uma ferramenta mediadora entre ele, suas ações e a mensagem que gostaria de transmitir para o mundo. A forma de se vestir ou o estilo que esse indivíduo possui será construído de acordo com qual grupo e sociedade ele está incluído, e a formação dessa sociedade é baseada na inteligência coletiva e a globalização. Lévy (2000) aponta que a fala coletiva pode ser considerada um espaço dinâmico para as práticas de ideias a partir de um interesse em comum, a qual cada integrante do grupo contribuirá e alimentará a rede de conexões a partir de seus conhecimentos prévios e adquiridos durante o ato de interação uns com os outros. A partir dessa definição do coletivo é compreensível que esse determinado grupo seja enriquecido e moldado com as informações que estão sendo fornecidas, e que cada indivíduo - agora incluso neste processo de comunicação - adquirirá conteúdos criados dentro deste espaço. Assim a forma de se comportar perante a rede terá um “padrão” e a partir deste, o modo como se comunicam, se vestem e o que consomem mudarão, por exemplo: os grupos de emo, possuem sua própria cultura, tendo destaques para as músicas e as vestimentas. O que leva a percepção de que dependendo da rede coletiva que o indivíduo estiver incluso, mudará a forma que se porta perante a rede, Calanca (2008) aponta que essas ações funcionam como um sistema de regras e “[...] A direção na qual se desdobra tal sistema normativo é dupla: de um lado, em relação às roupas tradicionais; do outro, em relação às roupas da moda. São as regras que permitem à roupa e, de modo mais geral, ao revestimento do corpo assumir um significado social.”



## **2 - Consumismo x Consumo Consciente**

Com os acessos a tecnologias e com o tema de mudanças climática sendo uma pauta importante a ser discutida nas últimas décadas, a sociedade está iniciando seu caminho para se tornar consciente referente aos impactos ambientais causados pelo consumo excessivo e descarte incorreto gerados pela produção em massa de produtos que demandam de uma grande quantidade de recursos naturais como a água e energia, o que torna a adesão do consumo sustentável a alternativa mais plausível para manter um planeta habitável para a próxima geração.

Sobre consumo sustentável é referido a ação que o indivíduo precisa realizar para planejar a forma que consome e como poderá contribuir para diminuir os danos gerados por um consumo exacerbado. Focando na indústria da moda, uma forma que foi encontrada de continuar adquirindo peças de moda mas sem regredir no processo de amadurecimento do consumo sustentável, há várias pessoas que adotam as compras em bazares e brechós, locais esses que eram considerados sujos e sofriam com o tabu da “roupa de morto”, hoje são vistos como descolados.

Os bazares e brechós são locais onde as pessoas podem encontrar uma grande variedade de produtos de segunda mão, como roupas, acessórios, móveis e objetos de decoração. Esses produtos são geralmente doados por outras pessoas e, muitas vezes, passam por um processo de seleção e higienização antes de serem colocados à venda. Comprar em bazares e brechós é uma forma de dar uma nova vida a produtos que, de outra forma, poderiam ser descartados e acabar se tornando lixo.

Barthes (2009) explica que a sociedade está condenada a ter consumidores que não pensam de forma adequada sobre seu consumo. Barthes se refere ao fato de que o consumo desenfreado e a produção em massa são realidades presentes na sociedade contemporânea, e que isso ocorre em grande parte pela falta de consciência dos consumidores sobre a forma como seus hábitos de consumo afetam o meio ambiente e a sociedade. Segundo Barthes, se os consumidores tivessem uma consciência mais aguçada sobre seu consumo, o ritmo de produção do vestuário seria mais lento, já que as pessoas comprariam menos e seriam mais seletivas na escolha das roupas. Isso resultaria em uma redução do impacto ambiental causado pela produção em massa de roupas e na preservação dos recursos naturais. No entanto, há uma limitação moral de cada indivíduo em relação à sua escolha de consumo.



Algumas pessoas não se sentem à vontade ou não gostam de utilizar roupas usadas, o que é compreensível. Por isso, elas podem optar por consumir produtos de pequenos empreendedores que produzem roupas em curta escala, sendo um atendimento personalizado para cada consumidor.

O consumo consciente vai além do âmbito moda, mas por se tratar da segunda indústria mais poluente do mundo, surge um alerta de como está intenso o processo de compra e descarte de peças de roupas e calçados. Esse alerta trás a questão “o que pode ser feito para contribuir com essa causa?”. De modo geral as opções são variadas de acordo com o ideal de cada indivíduo, as mais escolhidas são o planejamento para realizar a compra de forma assertiva, adquirindo só o essencial; mas também outras opções, como a venda de itens que estão em bons estados de uso, o que retoma a opção de brechó e bazar, mas a outra opção é o reaproveitamento de resíduos que são ou irão ser descartados.

### **3- Reaproveitamento de Resíduos**

No processo de reaproveitamento existem 3 formas de aplicar esse conceito: Customização, Reciclagem e Upcycle. Na customização, o item a ser personalizado ainda está no percurso de sua vida útil e serão feitos pequenos reparos ou inseridos elementos e recursos para manter a usabilidade daquele item: como pintar, bordar ou colar pedrarias.

Na reciclagem a alteração será além do físico daquele item, a composição química será alterada, como a utilização de garrafas PET para criar os fios de tecelagem na produção de camisetas.

O Upcycle tem uma perspectiva diferente, trata-se de um processo que transforma roupas usadas, sobras de tecidos e outros materiais que já finalizaram sua vida útil em peças únicas e personalizada, como transformar uma câmara de pneu de bicicleta em cinto ou utilizar calças jeans descartadas para transformá las em mochilas, evitando o desperdício e promovendo a sustentabilidade. Para o upcycle não há passo-a-passo a ser seguido, é uma produção que mesmo com planejamento pode haver algum erro que será descoberto apenas no final do processo, sendo uma “caixinha de surpresa”.

### **4 - Empreendedorismo para (talvez) solucionar uma problemática**



Com o caos da pandemia do coronavírus muitas pessoas foram demitidas ou perderam suas empresas, no Brasil esse período retomou um problema social: a fome. De acordo com uma pesquisa realizada pela Rede PESSAN em 2022, mais da metade da população brasileira convive com a insegurança alimentar, independente do nível, seja ele leve, médio ou grave.

Além da insegurança alimentar, muitas famílias ficaram desabrigadas e precisaram encontrar onde se alojar nas ruas, passando por diversas necessidades.

Em vários municípios do Brasil, existem os Centros de Referência de Assistência Social (CRAS) que é o primeiro órgão para iniciar o processo para que a família tenha acompanhamento com a assistência social de sua cidade. Esses órgãos podem contribuir com a iniciação do mercado a partir de cursos profissionalizantes que são ofertados pela secretaria da economia da cidade a qual o indivíduo pertence.

Em Cascavel, no oeste do Paraná, foi implementado um polo têxtil na região norte da cidade, este que será local do curso profissionalizante de costura industrial, sendo gratuito e com a intenção de qualificar trabalhadores para a indústria de confecção ou guiar estas pessoas para se tornarem microempreendedores locais com o incentivo da Secretaria do Desenvolvimento Econômico, Secretária da Assistência Social e a Agência do Trabalhador.

### **Conclusão**

Podemos concluir que as indústrias que ainda não obtiveram um planejamento de como descartar itens de suas produções corretamente, são penalizadas pelo descarte incorreto de resíduos que poluem o meio ambiente e trazem malefícios para a saúde dos seres vivos por conta da contaminação da água e do solo. Também há uma responsabilidade social do governo em unir ferramentas e projetos de suas secretarias para resolver questões sociais e ambientais, como unir a Secretária do Desenvolvimento Econômico, a Secretaria da Assistência Social, Agência do Trabalhador e a Secretária do Meio Ambiente com a iniciativa de inicializar um polo têxtil com cursos profissionalizantes de costura e modelagem com a intenção de realizar a re-socialização e também a re-inserção de pessoas em estado de vulnerabilidade no mercado de trabalho, e incentivar que estas utilizem o upcycle como método de sua produções. Podendo unir o serviço de coleta e reciclagem das cidades para realizar a separação de resíduos que possam ser reaproveitados e estes serem entregues no polo têxtil para as confecções, ou até disponibilizar pontos de coletas pela cidade para que os



cidadãos possam se conscientizar da forma correta de descartar seus resíduos sem prejudicar o meio ambiente e as futuras gerações. Assim, contribuindo para que o índice de famílias que estão na linha da fome diminua e que essas possam viver com mais dignidade e oportunidades.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2009.

BERGAMO, Alexandre. **O campo da moda**. Revista de Antropologia [online]. 1998, v. 41, n. 2 [Acessado 3 Abril 2023], pp. 137-184. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0034-77011998000200005>>.

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora SECAC SP, 2008.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?** [Acessado em 12 Maio 2023] Disponível em < <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36784/21359> >

LÉVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço**. 3a edição. São Paulo: Edições Loyola, 2000. Dinâmica das cidades inteligentes. Manifesto por uma política molecular - páginas 59-82 [online]. [Acessado 12 Maio 2023] Disponível em: <<https://www.scribd.com/doc/91702416/Pierre-Levy-A-Inteligencia-Coletiva>>

Prefeitura de Cascavel/Paraná. **Polo têxtil é inaugurado e começa formação de mão de obra na quinta-feira (16)**. Portal de Notícias da Prefeitura de Cascavel [online]. [Acessado 8 Abril 2023] Disponível em: <<https://cascavel.atende.net/cidadao/noticia/polo-textil-e-inaugurado-e-comeca-formacao-de-mao-de-obra-na-quintafeira-16/>>.

Rede PESSAN. **Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil “Suplemento I: Insegurança Alimentar nos estados”**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/arquivos/2022/10/14/olheestados-diagramacao-v4-r01-1-14-09-2022.pdf>>.