



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

PENSAR A MODA NA PERSPECTIVA DA INDÚSTRIA CRIATIVA

Debus, Thaiane; Mestranda; Universidade Federal do Pampa,
thaianedebus@gmail.com¹


RESUMO ESTRUTURADO

Introdução

Este resumo apresenta uma proposta de pesquisa que objetiva apontar reflexões teóricas sobre a relação possível entre moda e indústria criativa na perspectiva do consumo responsável e de uma economia atenta aos princípios do veganismo. A origem deste trabalho surge como um recorte da dissertação em andamento da autora, dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) da Unipampa.

Para a realização deste trabalho será desenvolvida uma pesquisa exploratória na forma de revisão bibliográfica (GIL, 2002, p. 44) justificada a partir da concepção apresentada por Santaella (2001) que pontua haver três tipos de contribuições que uma pesquisa pode carregar: contribuição de ordem científica-teórica, de ordem científica-prática e de ordem social. Assim faremos uma revisão de conceitos de moda, indústria criativa, sustentabilidade e veganismo. Sendo as principais referências para contextualização do trabalho: Lipovetsky (2009); Perez (2020); Berlim (2016); UNCTAD (2012).

¹ Thaiane Debus de Almeida é graduada em Moda e Estilo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) e mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC) na Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA). Atualmente é pesquisadora na linha de pesquisa “comunicação como indústria criativa: arte, produção audiovisual e convergência de mídias”.





16º

COLÓQUIO
DE MODA


EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Abordagem da Pesquisa

Abordamos a moda a partir de um viés que abrange uma produção limpa, transparente, que preze além do valor econômico, os valores sociais e ambientais, buscando assim reduzir impactos causados pela indústria e pelo consumo, livre de exploração animal e humana, uma moda que acreditamos refletir as necessidades e preocupações do nosso tempo. Apresentando ideias que provocam o nosso olhar para a crítica aos modos econômicos de produção de consumo de impacto ambiental, sobretudo na perspectiva a utilização de animais e da decorrente degradação ambiental. Compreendemos que na realidade que vivemos não cabe mais uma produção que não atenda as demandas naturais, já que é de conhecimento há algum tempo que a indústria têxtil e o alto consumo demandam mais recursos do que a natureza é capaz de ofertar. Pressupomos que a Economia Criativa é um lugar conceitual e também contemporâneo de organização social a partir de valores e possibilidades de mercado sustentáveis e economicamente viáveis.

Considerações

Estabelecemos a relação ‘Moda x Indústria Criativa x Veganismo’ como uma alternativa de valor econômico, social e ambiental, que ao serem trabalhados em concordância tem potencial para se tornar uma solução criativa viável para um consumo alinhado com os desígnios sustentáveis emergentes em nossa sociedade. Compreendemos as limitações do acesso ao conhecimento e buscamos através da apresentação no evento e da publicação do resumo e do artigo científico, vir a compartilhar conhecimento com a comunidade. Contribuindo para a produção teórica e científica sobre moda, veganismo e suas interações com a indústria criativa, esperamos instigar para que existam cada vez mais produções para esta área de estudo. Presumimos que os conceitos que baseiam o veganismo caminham ao encontro a uma produção que





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

além de atender a ética animal é indissociável de uma produção eticamente correta em relação ao meio ambiente e aos direitos humanos. Se esta perspectiva for adotada como um princípio guia para as mais diversas formas de produção, pode implicar diretamente no âmbito social, proporcionando melhores práticas de trabalho, cumprimento da ética e manutenção de direitos, e também a valorização e protagonismo da classe trabalhadora.

Palavras-chave: Moda; Indústria Criativa; Veganismo.

Referências


BERLIM, L. **Moda e sustentabilidade:** Uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras, 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero:** A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PEREZ, C. **Há limites para o consumo?** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2020.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa:** projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001.





16º COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

UNCTAD. **Relatório de Economia Criativa 2010**: economia criativa uma opção de desenvolvimento viável. Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

