

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Especialização em Pesquisa de Mercado Aplicada em
Comunicações”

NATHALIA MARQUES CORDEIRO

A moda sustentável e a motivação dos consumidores na
compra de vestuário

São Paulo
2019

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola de Comunicações e Artes
Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo
“Especialização em Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”

NATHALIA MARQUES CORDEIRO

**A moda sustentável e a motivação dos consumidores na
compra de vestuário**

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Pós-Graduação-Especialização, para obtenção do título de especialista em “Pesquisa de Mercado Aplicada em Comunicações”, sob orientação da profa. Raquel Siqueira.

São Paulo
2019

FOLHA DE APROVAÇÃO

Nome: CORDEIRO, Nathalia Marques

Título: A moda sustentável e a motivação dos consumidores na compra de vestuário

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, em cumprimento parcial às exigências do Curso de Pós-Graduação-Especialização.

Aprovado (a) em:

Banca Examinadora

Nome: _____
Instituição: _____ Assinatura: _____

Nome: _____
Instituição: _____ Assinatura: _____

Nome: _____
Instituição: _____ Assinatura: _____

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço e dedico este trabalho aos meus pais e irmã, que me apoiaram como sempre em meus estudos, meus amigos, as pessoas que se dedicaram na realização das entrevistas pelo seu tempo e meu namorado.

Aos amigos que formei na sala pelos ótimos papos no campus e as caronas solidárias.

Agradeço à Raquel Siqueira e Graziela Rodrigues pelas orientações e toda a ajuda oferecida no desenvolvimento deste trabalho.

Muito obrigada a todos.

“Não existe beleza na roupa mais fina se gera morte e tristeza”.

Gandhi

RESUMO

Esse estudo monográfico tem o intuito de demonstrar como o pensamento sustentável está modificando o comportamento de compra dos consumidores de moda. Serão descritos, inicialmente, o processo que mostra que a moda e sustentabilidade estão cada vez mais conectados e presentes nas vidas das pessoas. Neste ponto inicial, como pesquisa secundária aparecem motivações existentes dos consumidores, influenciadores, indústria da moda e o impacto que este processo provoca nos aspectos sociais, ambientais e econômicos, para assim apresentar ações e práticas sustentáveis desenvolvidas no setor. Em seguida, como segundo passo, foram escolhidas metodologias qualitativas para coleta de dados primários. Foram realizadas entrevistas em profundidade, com objetivos de aprofundar comportamentos de compra, relação com a moda e sustentabilidade.

Palavras-chave: moda, sustentabilidade, motivações, consumo

ABSTRACT

This monographic study aims to demonstrate how sustainable thinking is changing the buying behavior of fashion consumers. Initially, the process that fashion and sustainability are increasingly connected and present in people's lives will be described. At this initial point, as secondary research appears existing motivations of consumers, influencers, fashion industry and the impact that this process has on social, environmental and economic aspects, thus presenting sustainable actions and practices developed in the sector. Then, as a second step, qualitative methodologies for primary data collection were chosen. In-depth interviews were conducted with the objective of deepening buying behaviors, relationship with fashion and sustainability.

Keyword: fashion, sustainability, motivations, consumption

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Fotos da Chiara Canaleta	26
Figura 2 – Fotos da Mari Villaça	26
Figura 3 – Fotos do blog “Uma vida sem lixo”.....	27
Figura 4 – Fotos da dupla Maria Fernanda e Nicola.....	28
Figura 5 – Cadeia de valor da Companhia Renner e o compromisso com a sustentabilidade	28

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
2. METODOLOGIA	14
2.1 Método	14
2.2 Coleta de dados	15
3. SUSTENTABILIDADE E MODA	17
3.1. Sustentabilidade: conceito e contexto histórico	17
3.2. Moda: conceito e consciência	18
3.3. Sustentabilidade e moda: contradição ou uma nova inovação?	19
4. OS VALORES E MOTIVAÇÕES POR TRÁS DO CONSUMO DE MODA SUSTENTÁVEL	21
4.1 Quais foram essas motivações?	22
5. CONSUMO RESPONSÁVEL NAS REDES SOCIAIS	24
5.1 Ativistas ambientalistas – moda sustentável	24
5.2 Moda sustentável nas redes sociais e blogs	25
a. Chiara Gadaleta:	25
b. Mari Villaca:	26
c. Cristal Muniz - Uma Vida Sem Lixo	27
d. Desavesso.....	27
6. ADEQUAÇÃO CORPORATIVA	29
6.1 Slow Fashion: um caminho alternativo	29
a. Flavia Aranha	29
b. Re-roupa	30
6.2 Fast Fashion: é possível ser sustentável?.....	31
a. C&A.....	32
b. Renner.....	32
6.3 Companhias de moda se conscientizando com o consumidor sustentável	34
7. MODA, O CONSUMO CONSCIENTE E MOTIVAÇÕES	36
8. ESTUDO DE CASOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS	38
8.1 Motivações e hábitos dos compradores pensadores de uma moda sustentável	40
8.2 Motivações e hábitos dos não compradores de moda sustentável	44
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
ANEXO A	50

ANEXO B	53
ANEXO C	56
ANEXO D1	59
ANEXO D2	63
ANEXO D3	67
ANEXO D4	72
ANEXO D5	76
ANEXO D6	80

1. INTRODUÇÃO

Diante dos crescentes problemas ambientais que vêm afetando o planeta, é desperta uma mudança de mentalidade da sociedade, que começa a pautar determinadas decisões de acordo com seus princípios sustentáveis. Moda sustentável resume-se em uma forma consciente de produzir moda, aliando design, tecnologia e ecologia de maneira criativa e inovadora. A moda sustentável abrange novas técnicas e maneiras de produção que vão desde o reaproveitamento de materiais até tecidos diferenciados das roupas.

A indústria têxtil é um dos maiores poluentes do planeta. Sendo a responsável pelo descarte de 92 milhões de toneladas de resíduos sólidos por ano em todo o mundo, representando 4% dos 2,12 bilhões de toneladas de resíduos que são descartados no mundo a cada ano.¹

Além disso, à proporção que os consumidores se tornam mais conscientes quanto à origem dos produtos que adquire, mais as empresas se veem obrigadas a investirem em produtos sustentáveis, seja pelo uso de matérias-primas recicláveis, novos materiais com origem sustentável, ou pela forma como elas destinam seus rejeitos.

Nos últimos anos, o tema da sustentabilidade ganhou força em todas as categorias de consumo. As empresas começaram a investir em transformar um consumidor mais consciente e preocupado com um futuro do mundo. A indústria de moda precisa entrar nestes assuntos para acompanhar as mudanças e as exigências da população, principalmente na parcela de consumidores engajados pela causa. É importante que a indústria não deixe de atender esse comprador, uma vez que nos dias atuais, é uma parcela muito significativa.

Para a Lilyan Berlim, no livro “Moda e Sustentabilidade: Uma reflexão necessária” unir o termo moda ao termo sustentabilidade pode dar um aspecto de incoerência, pois esses dois temas têm aspectos de oposição. O livro apresenta uma consciência consolidada na contemporaneidade, discutindo com os participantes os novos e futuros cenários para o desenvolvimento de conhecimentos profissionais que visam a produção de bens e serviços sustentáveis.

¹ Disponível em: <<https://vivagreen.com.br/darkgreen/moda-5o-industria-mais-poluente-do-mundo-igual-pecuaria/>> Acesso em: 28 de março de 2019

No mundo da indústria têxtil, o consumo exagerado de roupas, a função das lojas *fast-fashion*, é fazer moda com data de validade. Isto é, a validade dos produtos é curta, no entanto, é fundamental que seja uma produção de ciclo de roupas mais sustentável e consciente com o planeta.

No que concerne ao consumo verde ou consumo consciente, a moda, por seu poder de expressão e disseminação, tem um papel realmente relevante. Percebe-se que muitas empresas fazem uso de tendências de moda na disseminação de comportamentos relativos à preservação do meio ambiente e usam o conceito de responsabilidade socioambiental como um valor agregado a seu produto. Se por um lado os termos *ecochique*, *green-glamour*, *ecofriend* e outros adjetivos usados ajudaram a disseminar o conceito, por outro funcionaram e têm funcionando apenas mais um mecanismo de marketing e promoção de consumo. (BERLIM, 2012, p. 22.)

Os consumidores estão cada vez mais exigentes por produtos e serviços decorrentes de práticas economicamente viáveis, socialmente justas e ambientalmente corretas. Exigentes e mais conscientes dos riscos gerados pelas atividades humanas, os consumidores não querem se relacionar às marcas que ameaçam as condições futuras de vida no nosso planeta, dão preferência a marcas que sejam conscientes e ativistas. Com isso, a indústria de vestuário precisa acompanhar essas mudanças para não perder seu fiel cliente.

No presente trabalho, serão apresentados os questionamentos das motivações que os consumidores têm para comprar mais vestuários sustentáveis: quais são? Como praticam essa moda? Para respondê-los, este trabalho propõe, de forma exploratória, uma pesquisa de dados secundários a fim de obter maior conhecimento sobre o movimento. Além de reunir referências bibliográficas a respeito de temas sobre moda e sustentabilidade, como elas estão andando juntas nos últimos anos. Como segundo passo foram escolhidas metodologias qualitativas para coleta de dados primários. Foram realizadas entrevistas em profundidade, com objetivos de aprofundar comportamentos de compra, relação com a moda e sustentabilidade, expectativas e motivações de consumir ou não pensando em uma moda mais sustentável.

Por fim, os últimos capítulos consistem em analisar os dados obtidos através das metodologias e trazer ao leitor os aprendizados deste estudo de caso explorando os pontos de convergência com as informações levantadas nos

capítulos anteriores.

As metodologias serão explicadas com mais detalhes no capítulo de metodologia a seguir.

2. METODOLOGIA

O tema central deste trabalho é analisar quais são as motivações do consumidor em relação a produtos voltados para a moda sustentável. Como objetivo, entender melhor a influência da sustentabilidade na decisão de compra dos consumidores.

Para a realização desse trabalho de pesquisa / dessa monografia será utilizada metodologia qualitativa que contará com: *desk research* e entrevistas em profundidade, que serão detalhadas no tópico a seguir.

Existem algumas perguntas: será que o consumidor brasileiro está preparado a comprar e gastar com produtos voltados para esse meio? O brasileiro tem uma consciência em deixar um futuro melhor e ter essas preocupações na hora da sua decisão de compra? Na hora da compra, a opção de uma peça mais sustentável, será uma diferença na hora de escolha da compra? São algumas perguntas que serão respondidas durante o estudo.

Essa metodologia permite uma ampla fundamentação para deixar o projeto mais completo possível. Todas as partes da metodologia, precisa responder à pergunta principal: **quais são as motivações dos consumidores em adquirir produtos de moda mais sustentável?**

2.1 Método

O intuito desse trabalho é compreender melhor sobre a moda sustentável. A metodologia central será uma qualitativa. A eleição da metodologia qualitativa se deu porque, de acordo com Richardson: "O objetivo fundamental da pesquisa qualitativa não reside na produção de opiniões representativas e objetivamente mensuráveis de um grupo; está no aprofundamento da compreensão de um fenômeno social por meio de entrevistas em profundidade e análises qualitativas da consciência articulada dos atores envolvidos no fenômeno" (RICHARDSON, 1999, p. 102)

A primeira etapa será realizada uma *desk research*, para interpretar todas as informações referentes sobre o tema central. Seguem todas as fontes coletadas na *desk research*: métodos bibliográficos, ou seja, referências literárias. As principais fontes de pesquisas foram os livros: Lilyan Berlim: Moda e Sustentabilidade: Uma

reflexão necessária, Elena Salcedo: *Moda Ética Para Um Futuro Sustentável* (2014). Foram abordados esses dois livros, pois são os mais reconhecidos e indicados quando falamos de moda sustentável.

Além dos livros, a pesquisa conteve um paper relacionado ao assunto: Louise Lundblad e Iain A. Davies: **“Os valores e as motivações por trás do consumo de moda sustentável”**.

E em fontes de pesquisa, como internet, conteúdos de blogs todos voltados a moda sustentável como: **Modefica** - Blog de Marina Colerato, que é referência nacional sobre sustentabilidade, empreendedorismo feminino e melhores práticas não só de produzir e consumir moda, como de viver, criar e se relacionar. **Moda que Rima** - site de moda sustentável, consciente e ética com conteúdo sobre faça você mesmo (DIY), moda de rua, tendências, beleza e achados.

Na segunda parte qualitativa, serão feitas seis entrevistas em profundidade com consumidores que sejam relativamente envolvidos com o tema da sustentabilidade. Três dos entrevistados serão consumidores que gostam de moda sustentável, porém não têm uma prática frequente no seu estilo de vida e três entrevistados gostam de moda sustentável e têm uma prática super fiel à causa.

2.2 Coleta de dados

Como primeira etapa para as seleções das entrevistas em profundidade, foi realizado um questionário filtro. Para filtrar os respondentes nos dois perfis centrais da pesquisa (consumidores que gostam de moda sustentável, porém não têm uma prática frequente e entrevistados que gostam de moda sustentável e têm uma prática super fiel à causa). No total foram quinze respondentes e seis se encaixaram para continuar nas entrevistas em profundidade que ficou disponível até o dia 31 de outubro de 2019. Foram entrevistadas seis entrevistas em profundidade, com os perfis: feminino ou masculino, entre 18 a 35 anos, das classes B e C.

A coleta de dados iniciou-se em 14 de outubro de 2019 e foi finalizada em 7 de novembro de 2019.

As opções para realização das entrevistas foram escolhidas pelo entrevistado, foram feitas presencial e semipresencial – WhatsApp e Skype. Os

bate-papos foram conduzidos por um roteiro para guiar a conversa ao tema central: moda sustentável e teve duração de 40 min.

Os dias e horários das entrevistas. Vide tabela abaixo:

Dias e horários	Pessoas
21/10	Mulher, 30 anos – Não compra roupa sustentável
24/10	Homem, 24 anos – Não compra roupa sustentável
30/10	Mulher, 22 anos – Compra roupa sustentável
05/11	Mulher, 32 anos – Compra roupa sustentável
06/11	Mulher, 30 anos – Não compra roupa sustentável
12/11	Mulher, 33 anos – Compra roupa sustentável

Tabela 1 – Descrição das entrevistas

Este material foi de grande importância para a análise dos dados e contribuiu para melhor entendimento sobre o assunto abordado e comportamento do mercado. Tais entrevistas serão mencionadas ao longo da análise de dados.

3. SUSTENTABILIDADE E MODA

O termo sustentabilidade, que é algo recorrente há bastante tempo no Brasil, está cada vez mais visível em diversas áreas do consumo. O mundo da moda, não é diferente. Nos últimos anos, pode-se perceber que houve um aumento no número de marcas que promovem ações relacionadas a sustentabilidade. Com isso, será explicado o sentido de cada termo em detalhamento, nos tópicos a seguir.

3.1. Sustentabilidade: conceito e contexto histórico

Sustentabilidade vem do termo "sustentável", deriva do latim *sustentare*, que significa sustentar, defender, favorecer, apoiar, conservar e/ou cuidar. O conceito de sustentabilidade teve origem em Estocolmo, na Suécia, na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano.²

A Conferência de Estocolmo, a primeira conferência sobre meio ambiente realizada pela ONU, chamou atenção internacional principalmente para as questões relacionadas à degradação ambiental e à poluição. No Brasil, o termo apareceu pela primeira vez na Conferência sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Eco-92 ou Rio-92), que aconteceu no Rio de Janeiro, no ano de 1992, na reunião foi consolidado o conceito de desenvolvimento sustentável.

A preocupação com a sustentabilidade do meio ambiente é assunto atual, debatido por autores de diversas áreas. O motivo do crescente sobre o tema se deve, principalmente, à destruição ambiental e dos recursos naturais provocados pelo acelerado crescimento econômico e populacional, mas também da produção de lixo em quantidades tão preocupantes dos consumidores.

² Disponível em: < www.ecycle.com.br/3093-sustentabilidade-o-que-e-conceito-de > Acesso em: 16 de julho de 2019

3.2. Moda: conceito e consciência

Moda vem do latim *modus* e significa "modo", "maneira" e "comportamento". Em francês: "*mode*" uso, hábito ou estilo.

A palavra "moda" começou a ser usada com o nascimento da burguesia na Europa. A moda é percebida como forma de comunicação semiológica que dá sentido e gera valores simbólicos ao seu principal produto: a roupa. Portanto, o vestir transmite uma infinidade de signos, permitindo vários significados e expressões de cada personalidade. Por exemplo, propaga conteúdos atrelados à beleza, juventude, feminilidade, masculinidade, alegria, riqueza ou pobreza, postura política e outros.

Conforme sugere Mesquita (2006), nossas roupas são nossas fantasias, nossos conteúdos aceitáveis, nossos signos. No rol de peças de vestuários e acessórios encontramos uma oferta interminável de signos e de combinações destes, em que pode fazer uma seleção que componha um determinado discurso da aparência. De acordo com Sant'Anna (2007), há regras constituídas socialmente de combinações entre esses signos (peças) e o grau de aceitação que cada combinação desfruta dentro de um contexto social, o que exige do sujeito a competência de compreender e saber lidar com essas regras. (BERLIM, 2012, p. 45.)

Pode-se dizer que a moda está associada à identidade e à significação do parecer de cada indivíduo. Começam a surgir ideias de um consumo consciente através das pessoas que defendem a sustentabilidade. Segundo o blog Modifica, Marina Colerato a indústria têxtil brasileira tem uma consumação muito alta: "A indústria da moda brasileira é bem particular. Tendemos a pensar que a roupa que compramos aqui é produzida em outros países, principalmente países asiáticos. Porém, a verdade é que a indústria da moda brasileira é um pouco mais complexa do que isso. Os últimos dados divulgados pela Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção), de 2017, totalizaram 8,9 bilhões de peças produzidas e 6,71 bilhões de peças consumidas em solo nacional, com uma porcentagem tímida de cerca de 15% de itens importados. Além de sermos autossuficientes na produção de vestuário, o Brasil é hoje o 5º maior produtor têxtil

e 4º maior confeccionista do mundo.”³

Surgiu, então, a necessidade de buscar alternativas para que esse setor continue produzindo, mas sem agredir a natureza. Com isso, as indústrias precisam procurar uma alternativa na sua cadeia da moda para diminuir a poluição no meio ambiente.

As expressões “consumo verde” ou “consumo consciente” que tratam de sustentabilidade ambiental, acontecem nos meios de produção e nas trocas de mercados. Ambas estão cada vez mais fortes no mundo da indústria têxtil, e a base do crescimento econômico vem passando por uma reflexão que foca em seus clientes atuais e futuros, dentro do cenário de sustentabilidade.

3.3. Sustentabilidade e moda: contradição ou uma nova inovação?

*O conhecimento pode inspirar a ação. Eu acredito que, hoje, podemos vestir roupas que reflitam as mudanças que queremos ver.*⁴

A moda, enquanto criar uma cultura entre as pessoas de consumo, reflete as transformações nas relações no comportamento de compra, podendo criar produtos com valores sociais e ambientais, indo além da aparência e da funcionalidade, fazendo com que obtenham produtos mais sustentáveis e com ligação entre indústria e ecologia.

Em oposição ao senso comum, que enxerga uma relação contraditória entre sustentabilidade e moda, existe uma correlação possível (Berlim, 2012). Esses universos bipartidos, precisam de valores complexos, que obrigam a tomada de decisões diárias. A sustentabilidade não está apenas relacionada a ações de generosidade, gestão de produtos ou plantio de árvores, como muitas empresas imaginam quando “fazem a sua parte”, mas sim a uma reorganização da visão de mundo de cada cidadão (Berlim, 2012).

O mercado da indústria têxtil está entrando no ciclo de inovação para utilização de materiais biodegradáveis e recicláveis, seja reutilizando aquilo que já existe ou produzindo algo novo que possa ser introduzido de volta na natureza.

³ Disponível em: < <https://www.modifica.com.br/panorama-industria-moda-sustentavel-brasileira>> Acesso em: 18 de julho de 2019

⁴ Lee, 2009, p.14

Nesse sentido, o mercado brasileiro caminha em direção a soluções mais sustentáveis enquanto é impulsionado, sobretudo, por designers e fabricantes que já entenderam a importância de seguir esse rumo. Já existem muitas empresas que estão produzindo produtos sustentáveis para acompanhar esse mercado ecológico. “No Brasil, grandes empresas passaram a investir em materiais mais sustentáveis para a indústria do vestuário. Como resultado, diversas alternativas interessantes começaram a surgir. Um exemplo é a poliamida biodegradável desenvolvida pela Rhodia em parceria com a Amnibrasil.

A Amni Soul Eco® é a primeira poliamida biodegradável do mundo. O material se decompõe em três anos se descartado corretamente. O Amni Soul Eco® já é utilizado por marcas de biquínis e bolsas, e foi escolhida para compor o tênis sustentável da marca feminina de skate Mary Jane. O tênis After Skate Prototype foi projetado com o propósito de oferecer uma escolha mais sustentável para o mundo das mulheres skatistas. Do mesmo modo, seguindo a linha de inovação com inteligentes e sustentáveis, a Rhodia e a ITM também lançaram no mercado o Tanguá Eco Fio, um tecido de alta performance, resistente e biodegradável. O lançamento do tecido contou com a participação da Skinquini. A marca utilizou o material para desenvolver uma coleção de bolsas.”⁵

Portanto, além de ajudar a preservar o meio ambiente, os novos materiais sustentáveis também trazem uma série de benefícios adicionais. Sem dúvida o futuro da moda e da indústria têxtil no Brasil continuará avançando ao encontro de práticas mais sustentáveis e alinhadas aos anseios de um consumidor cada vez mais consciente e engajado.

⁵ Disponível em: < www.assintecal.org.br/noticias/1332/como-novos-materiais-sustentaveis-estao-surgindo-no-mercado-brasileiro-de-moda/> Acesso em: 18 de julho de 2019

4. OS VALORES E MOTIVAÇÕES POR TRÁS DO CONSUMO DE MODA SUSTENTÁVEL

No ano de 2016, Louise Lundblad e Iain A. Davies escreveram um paper com o objetivo de entender a infinidade das motivações para o consumo sustentável de moda e destacar o provável espaço para o desenvolvimento do mercado como uma forma habituada de consumo. No paper, eles conseguem desdobrar quais são as principais motivações para o consumidor optar por um produto mais sustentável na sua jornada de compra. E quais são os principais objetivos de cada motivação.

O crescimento do comportamento de consumo ético e o maior interesse pela moda sustentável do lado da produção constituem a base para a emergência de um novo mercado de consumo de moda sustentável. Até hoje, no entanto, a maioria dos estudos neste field foca no fim da produção do mercado emergente, com pouca exploração dos consumidores. Do trabalho, há sobre o consumo sustentável de moda; a maioria discute percepções de moda sustentável pela população em geral, com pouco trabalho amostrando consumidores reais de moda sustentável. Portanto, o objetivo deste estudo é explorar os valores e motivações que sustentam o consumo de moda sustentável real. (LUNDBLAD, L., & DAVIES, I. A. (2016). THE VALUES AND MOTIVATIONS BEHIND SUSTAINABLE FASHION CONSUMPTION. JOURNAL OF CONSUMER BEHAVIOUR, 15(2), 149-162.)

No estudo deles, realizaram trinta e nove entrevistas em profundidade com uma amostra de frequentes consumidores de roupa sustentável. No paper eles relatam que o mercado da moda sustentável continuou a crescer mesmo em tempos de recessão econômica. Na literatura, no entanto, há poucas pesquisas que investiguem as motivações que impulsionam os consumidores de moda sustentável. Os valores são, portanto, explorados no artigo, relacionando-os com as motivações de compra e as consequências da compra de moda realmente sustentável para consumidores frequentes. Louise Lundblad e Iain A. Davies, conseguem captar as principais razões tanto pessoais e ambientais para a escolha final de um produto mais sustentável.

Este paper consegue orientar a pergunta central da pesquisa, pois abre um leque de opções que o consumidor tem para se motivar a consumir mais roupas com o tema de sustentabilidade.

4.1 Quais foram essas motivações?

Nas entrevistas abordadas no paper, ocorreram muitas qualidades que os respondentes fizeram. Os atributos incluem atributos genéricos do produto, como preço e qualidade, bem como aspectos ambientais, como materiais naturais, técnicas de produção amigas do ambiente e reciclagem. Eles incluem uma mistura de funcional, emocional e psicológica percebida pelo consumidor obtido a partir da busca de roupas sustentáveis, incluindo o valor pelo dinheiro, individualidade, reduzir o desperdício e consciência livre de culpa. Além disso, o consumo sustentável dos compradores de roupas é impulsionado por seis valores abrangentes: auto expressão, autoestima, responsabilidade, proteção do planeta, senso de realização e justiça social.

As motivações encontradas no estudo foram: comprar menos, as pessoas estão motivadas a comprar moda sustentável por causa do valor em uso benéficas, ideia de qualidade e durabilidade. A questão da autoestima, consumidores dão importância à auto expressão, o que os motiva a comprar moda sustentável com atributos como estilos e materiais únicos para obter fins como a sensação de individualidade. O tema da saúde, eles colocam ênfase no bem-estar de sua pele por causa do uso de menos pesticidas e produtos químicos em toda a produção das roupas compradas. Relação com o meio ambiente, os valores que impulsionam essa cadeia são a responsabilidade e a proteção do planeta. O sentido de realização, que tem relações que o conduzem. Os participantes revelam ter gostado da sensação de fazer a 'coisa certa' e expressam a necessidade de confirmação de ter feito as decisões corretas e o valor do final que impulsiona o consumo sustentável da moda é o da justiça social. Isto refere-se à importância da igualdade e dos direitos humanos dos trabalhadores nas fábricas utilizadas pelas empresas de vestuário.

Os consumidores de moda sustentável percebem valor em termos não

econômicos. Custos como uma escolha restrita de materiais naturais, preços premium, falta de disponibilidade, tempo de pesquisa sobre tópicos ambientais ou de justiça social e muitos produtos ilimitados tornam-se produtos percebidos mais saudáveis, duradouros e únicos. Por exemplo, a falta de disponibilidade, de materiais naturais e a "falta de moda" da noção de moda sustentável conduzem a designs únicos e à individualidade. Existe uma correspondência clara entre os custos associados à moda sustentável e o aumento da percepção de valor.

Com esse paper, conseguimos abordar quais são algumas das motivações do consumidor para começar a preferir escolhas sustentáveis como decisor de compra de roupas sustentáveis. Louise Lundblad e Iain A. Davies consegue trazer fortemente alinhados motivos mais racionais e emocionais na determinação final na jornada de compra. As entrevistas realizadas com os perfis, serão para confirmar essas motivações ou se existem outras.

5. CONSUMO RESPONSÁVEL NAS REDES SOCIAIS

Nos últimos anos, o mundo se viu transformado por uma sociedade em que o consumidor tem papel fundamental no crescimento da economia e no desenvolvimento das nações. Entretanto, a produção em massa ao nível global dos bens de consumo contribui para o esgotamento dos recursos naturais, para a poluição do ambiente e pelo acúmulo de lixo. É preciso repensar os modelos mentais de padrão de consumo para encontrar o ponto ótimo de equilíbrio entre desenvolvimento e sustentabilidade. Como umas das principais fontes sobre temas sustentáveis estão as redes sociais: nelas estão presentes muitos ativistas/influenciadores apresentando seus pontos de vistas e opiniões. Consumir este tipo de conteúdo é um ponto inicial para que os compradores se tornem mais conscientes, uma vez que a influência digital tem sido uma das mais recorrentes nos últimos tempos. Isso acontece principalmente sobre moda, muitos influenciadores orientam como ter uma moda mais sustentável, direcionando para lojas e marcas que trabalham com o tema. Por isso, é importante considerar a orientação de digital influencers como algo útil e efetivo para atrair mais consumidores sustentáveis.

5.1 Ativistas ambientalistas – moda sustentável

Ativistas ambientais são grupos de pessoas que lutam em nome do meio ambiente, seja por conta dos direitos de animais ou de elementos botânicos. Sustentabilidade nunca foi tão discutida quanto tem sido no século XXI. Cresce uma geração que nasceu em meio as discussões sobre sustentabilidade. Hoje adolescentes vivem uma relação muito diferente com as marcas. Tanto que, talvez, os dois aspectos mais fundamentais dessa relação estejam em querer mais transparência das corporações e exigir, cada vez mais, produtos, processos e serviços sustentáveis.

A indústria da moda, é tida historicamente como uma vilã, tanto pelo incentivo voraz a descartabilidade gratuita, quanto por deter processos poluentes. Por isso, uma dessas iniciativas de destaque é o **Fashion Revolution Day**, um movimento criado por um conselho global de líderes da indústria da moda sustentável, ativistas, imprensa e acadêmicos que surgiu com os objetivos de

aumentar a conscientização sobre o verdadeiro custo da moda e seu impacto em todas as fases do processo de produção e consumo e mostrar ao mercado consumidor.

Através do Fashion Revolution, que são ações e debates para incentivar a mudança mental do comportamento de compra, começaram a surgir vários nomes digitais referentes ao meio ambiente e com relação ao mundo da indústria têxtil. Na qual, essa orientação vem através de uma plataforma em que as pessoas estão conectadas o tempo inteiro, facilitando como a informação é capturada de forma espontânea e ajuda as pessoas a se orientarem melhor sobre o assunto.

Atualmente, existem muitas plataformas que orientam sobre o tema de moda mais sustentável e pode-se mencionar, as citadas no item a seguir.

5.2 Moda sustentável nas redes sociais e blogs

Na era que o assunto sustentável está cada vez mais forte, influencers que estão compartilhando conteúdos relevantes de moda consciente e sustentável, pessoas preocupadas com os impactos que a indústria da moda vem causando e o futuro do nosso planeta, estão sendo consideradas digital influencers do bem. Quatro perfis de blogueiras que fazem muito sucesso nas redes sociais foram selecionados, pois, têm um número alto de seguidores e são conhecidas por abordar muito bem sobre o tema de moda mais consciente. Seguem alguns exemplos que são famosas neste mundo.

a. Chiara Gadaleta:

Stylist e consultora de moda, transformou-se sinônimo de sustentabilidade e consumo consciente no Brasil. Chiara Gadaleta foi das primeiras mulheres a popularizar o visual vintage, conquistado à base de tecidos antigos que se transformavam em caftãs e/ou peças garimpadas em brechós mundo afora. Além de ser ativista na área de sustentabilidade e apresentadora, Chiara é fundadora do Portal Ecoera, site que discute e fomenta o consumo mais sustentável e também do prêmio ECOERA, primeiro a premiar empresas e pessoas que estão trazendo soluções positivas para o planeta. Ela tem mais de **60 mil seguidores no Instagram**, tornando uma **grande digital influencer**.



Figura 1 – Fotos da Chiara Gadaleta Fonte: Blog Delphine⁶

b. Mari Villaca:

Mariana Villaça é a mulher por trás do **Muda Moda**, ativista, eco feminista e fundadora da agência de inovação e sustentabilidade **UN Moda Sustentável**, em seu Instagram ela compartilha o seu dia-a-dia dando dicas de marcas com propósito e eventos de moda sustentável, mostrando que é possível consumir moda de forma mais consciente e com menor impacto ambiental. Ela tem mais de **30 mil seguidores no Instagram**.

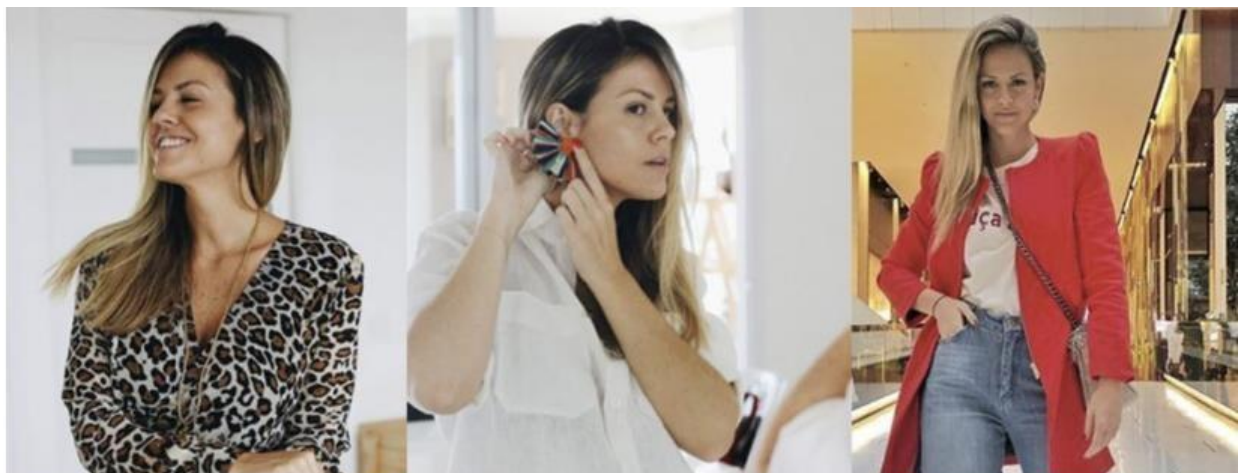


Figura 2 – Fotos da Mari Villaca Fonte: Blog⁷

⁶ Disponível em: < <https://www.delphine.com.br/digitais-influencers-de-moda-sustentavel>> Acesso em: 25 de julho de 2019

⁷ Disponível em: < <https://www.delphine.com.br/digitais-influencers-de-moda-sustentavel>> Acesso em: 25 de julho de 2019

c. Cristal Muniz - Uma Vida Sem Lixo

Blog criado por Cristal Muniz com o objetivo de compartilhar suas práticas mais sustentáveis em relação ao lixo, tanto em seu blog como Instagram, ela compartilha de forma criativa e nada óbvia como diminuir o seu lixo no dia-a-dia. Desde a criação do seu blog, foram mais de **3 milhões de acessos no blog**, um livro e dois ebooks independentes, Cristal virou inspiração para muita gente criar seus projetos e reduzir seus resíduos, ganhando prêmios e impactando muitas pessoas. Hoje ela fala para mais de 250 mil pessoas todos os dias no Instagram, Facebook, Youtube e Twitter.

Ganhou dois prêmios importantes:

- Em 2018, ganhei o Prêmio Micro influenciadores Digitais na categoria Meio Ambiente por meu trabalho com o blog.
- Em 2018 o blog ganhou o 1º prêmio Lixo Zero, organizado pelo Instituto Lixo Zero Brasil, na categoria de estilo de vida.



Figura 3 – Fotos do blog “Uma vida sem lixo” Fonte: Blog Delphine⁸

d. Desavesso

A dupla Maria Fernanda e Nicolay, são as responsáveis pelo Desavesso, canal no Youtube que disponibiliza conteúdo dos mais diversos, desde compras em brechós, como ser mais sustentável no dia-a-dia e dicas bacanas de como usar a mesma peça de diversas maneiras. O Instagram do blog tem mais de **12 mil**

⁸ Disponível em: <<https://umavidasemlixo.com/sobre-a-cristal/>> Acesso em: 25 de julho de 2019

seguidores.

O Desavesso é uma empresa focada na produção de conteúdo para YouTube e redes sociais e promoção de eventos para disseminar a moda consciente e sustentável. Abordam temas como estilo próprio, *slow fashion*, autoconhecimento, autoestima, empoderamento, consumo consciente e sustentável.⁹



Figura 4 – Fotos da dupla Maria Fernanda e Nicolý Fonte: Blog Delphine¹⁰

9 Disponível em: <<https://desavesso.com.br/sobre/>> Acesso em: 25 de julho de 2019

10 Disponível em: <<https://www.delphine.com.br/digitais-influencers-de-moda-sustentavel>> Acesso em: 25 de julho de 2019

6. ADEQUAÇÃO CORPORATIVA

Depois do termo sustentabilidade ganhar um potencial, existem algumas corporações que estão inserindo sustentabilidade ao seu modelo de negócio, isto é, que estão trabalhando com moda sustentável e aplicando os conceitos do desenvolvimento sustentável na esfera de seus produtos e ações. Essas empresas estão em processos de construções, mas ações por elas promovidas são importantes dentro da moda sustentável.

6.1 Slow Fashion: um caminho alternativo

Apesar de ser usado como sinônimo de moda sustentável, o *slow fashion* não é uma tendência de moda sazonal, mas um movimento que está ganhando força mundial. *Slow fashion* tem seu objetivo, que é desacelerar o consumo de produtos da moda. Por um lado, as mercadorias possuem maior qualidade e durabilidade. A ideia do termo *slow fashion* junto com a Sustentabilidade veio como um novo conceito, que busca conciliar moda e sustentabilidade e frear o consumismo, desperdício e poluição mundial. Nos últimos anos, as marcas menores, com a ideia de *slow fashion* foram que se destacaram no mercado pela atitude diferenciada e conquistaram esses novos consumidores defensores do meio ambiente. A principal função das *slow fashion* é trazer ao mundo do consumidor a verdadeira origem de cada peça produzida neste mundo têxtil, para incentivar e motivar o comprar de suas peças, que têm como função dar para o cliente a ideia de peças com um ciclo de vida longa, uma maior qualidade e não prejudica o meio ambiente.

Seguem alguns exemplos de marcas:

a. Flavia Aranha

Dona de um estilo atemporal e cheio de referências artesanais, a estilista Flavia Aranha tem um ateliê para ensinar a técnica na qual é pioneira: o tingimento natural. Ela realiza uma moda convencional para um sistema justo de produção e da alquimia que faz com cascas de frutas, verduras e outros pigmentos vegetais.

Alguns impactos positivos realizados pela marca que são divulgadas:

- I. As matérias-primas provenientes de fontes não renováveis, como os tecidos sintéticos e aviamentos plásticos, eles desde a pré-fabricação (extração e beneficiamento do petróleo, por exemplo) aos pós consumo (descarte da peça no ambiente), uma vez que esses resíduos são extremamente poluentes e mantêm-se no meio por milhares de anos até uma possível decomposição.

“Uma das bases da nossa atuação é a atenção com o meio ambiente, como sendo dos pilares fundamentais da sustentabilidade, ao lado do social e econômico. Com a escolha por fibras e tingimento naturais e a atenção a todos os elos da cadeia produtiva, nos posicionamos na prática em relação aos impactos gerados.”¹¹

- II. Desde o surgimento da marca, os produtos acompanham embalagens feitas de algodão orgânico, atualmente produzidas pela Justa Trama de ponta a ponta - do algodão à costura. No tingimento natural utilizam corantes de origem vegetal, em sua maioria proveniente de plantas da flora brasileira.

“Ao optarmos por fibras naturais como algodão, linho e seda, escolhemos construir uma cadeia mais justa e conectada com a terra do início ao fim do ciclo. Priorizamos fornecedores nacionais, certificados ou com meios de produção sustentáveis e atentamos ao fato que quando descartadas essas fibras têm um processo de decomposição de seis meses a um ano.”¹²

b. Re-roupa

A Re-roupa, cujo lema é “roupa feita de roupa”, a ideia é criar roupas novas a partir de matérias-primas que eram consideradas resíduo ou lixo, como fins de rolo de tecido, retalhos, e peças com pequenos defeitos. E, além de impedir que o material vá para algum aterro sanitário, ela ainda qualifica mão-de-obra.

“Partindo do princípio de que moda e roupa são muito mais do que a camada de superfície que recobre um corpo – são produções de

¹¹ Disponível em: < <https://www.flaviaaranha.com/m/tumblr/179660885933/impactos-positivos>>
Acesso em: 26 de agosto de 2019

¹² Disponível em: < <https://www.flaviaaranha.com/m/tumblr/179660885933/impactos-positivos>>
Acesso em: 26 de agosto de 2019

subjetividade e indicativo do contemporâneo – o Re-Roupa promove a investigação e disseminação de novos modos de existir. Fortalecer alguns mundos enquanto se questiona outros é o que faz o Re-Roupa seguir vivo e ativo. Acreditamos em coletivizar experiências e materializá-las – lixo pode se transformar em matéria-prima e matéria-prima pode se transformar em geração de renda, principalmente para a população em vulnerabilidade social e econômica.”¹³

Os sites dessas marcas são bastante didáticos e com layouts bem atraentes para contar o conceito e fazer o consumidor adotar o estilo *slow fashion*. Nos próprios sites ou blogs das marcas, contam como um *storytelling* para mostrar ganhos ambientais, econômicos e sociais do descarte adequado de roupas e do fornecimento de informações aos consumidores; a valorização do artesanato e da moda local como estratégias para promover a sustentabilidade.

6.2 Fast Fashion: é possível ser sustentável?

O conceito de *Fast Fashion* são produtos feitos para serem rapidamente descartados para que o público possa comprar novas peças. Os tecidos usados na fabricação dessas peças, como o poliéster, algodão, poli algodão e fibras sintéticas, produzem metano em seu processo de decomposição. Além disso, alguns deles possuem microfibras de plásticos que podem contaminar mares e oceanos.

Um dos grandes desafios para as marcas, principalmente para lojas *fast-fashions* é trazer para seus consumidores, coleções com produtos mais sustentáveis, melhorando sua imagem como empresa e não perder seu público alvo com aumento em relações ao preço dessas novas peças. Portanto, para entender como as lojas *fast-fashions* conseguem implantar no seu ciclo de produções itens de sustentabilidade e compreender algumas ações desenvolvidas pelas marcas para ser um destaque de sustentabilidade para seu cliente e motivar seu consumidor a adquirir seus produtos. Essas empresas precisam ser adequar também ao mercado sustentável, pois o tema está cada vez mais forte e são as indústrias que mais têm

¹³ Disponível em: < <http://www.reroupa.com.br/conceito> > Acesso em: 26 de agosto de 2019

relatos ruins com o tema sustentável.

Seguem alguns exemplos de marcas *fast-fashions* que mostram algumas ações para motivar seu consumidor a comprar peças que são mais sustentáveis dentro das suas lojas:

a. C&A

O comprometimento da marca C&A com o tema sustentabilidade dentro da sua companhia é alcançar uma moda com um impacto positivo, o assunto sustentabilidade está focado nas áreas mais relevantes, que são os produtos, a rede de fornecimento e a vida das pessoas.

Para incentivar os consumidores de lojas de departamentos, a C&A realiza movimentos para mostrar a esses clientes produtos voltados à Sustentabilidade e a abordar esse tema dentro das suas lojas. Com isso, ela mostra ao seu comprador algumas motivações para um mundo da moda melhor e conscientizar o seu público.

No ambiente da C&A, existe um movimento chamado #VistaAMudança, que promove iniciativas de sustentabilidade. A empresa quer criar uma moda com impacto positivo, e junto do cliente, sabem que podem fazer toda a diferença. Eles atuam em dois pilares: produtos sustentáveis e rede de fornecimento sustentável.

Os produtos sustentáveis são focados nas matérias-primas, feitos com matérias-primas mais sustentáveis. Até 2020, 100% dos produtos de algodão serão feitos com algodão mais sustentável e 67% de todas as matérias-primas que são utilizadas em todos os produtos, tornando-se mercadoria de origem mais sustentável.¹⁴

b. Renner

O engajamento sobre o tema com a marca Renner, é trazer uma cultura sustentável, uma moda responsável à sociedade, por meio do equilíbrio entre as questões econômicas, sociais, ambientais e de governança corporativa em suas operações.

¹⁴ Disponível em: < <https://sustentabilidade.cea.com.br> > Acesso em: 01 de setembro de 2019



Figura 5 – Cadeia de valor da Companhia Renner e o compromisso com a sustentabilidade Fonte: Lojas Renner ¹⁵

Os principais pontos sobre o tema são: identificar, mensurar e reduzir: água, energia, químicos, resíduos, emissões de GEEs (Emissões de Gases de Efeito Estufa).

Inovar o desenvolvimento de matérias-primas e processos menos impactantes. Realizar entregas de uma linha de produtos e serviços mais sustentáveis com qualidade e comunicar o valor ao cliente.

Existe um movimento na marca, Ecoestilo, que traz a ideia que todo produto pode ter um final consciente. Buscando alternativas de redução de impacto também após o descarte dos produtos.

“O projeto prevê o recebimento de roupas em desuso, compradas na Renner ou não, que podem ter dois destinos de acordo com a condição da peça: **novo uso**: roupas que serão doadas a organizações sociais. Para cada peça entregue, a Renner doa outra em contrapartida. E **novo produto**: roupas que serão transformadas em novas peças ou produtos, no conceito de *upcycling*, por grupos compostos de mulheres capacitadas com o apoio do Instituto Lojas Renner.”

A marca tem o compromisso de alcançar o percentual de 80% dos produtos feitos com matérias-primas e processos menos impactantes até 2021. Confira alguns destes atributos: alchemia bio, algodão bci, algodão certificado, algodão

¹⁵ Disponível em: < https://www.lojasrennersa.com.br/pt_br/sustentabilidade/moda-responsavel> Acesso em: 01 de setembro de 2019

orgânico, algodão reciclado e entre outros.

Trazendo essas ações da companhia, os clientes que defendem o tema, sempre têm motivações de continuar consumindo a marca.

Essas duas marcas relatadas são as maiores redes de *fast fashions* que têm o tema de sustentabilidade forte dentro da companhia. Elas conseguem colocar dentro das suas lojas, produtos considerados mais sustentáveis, porém a comunicação de divulgação não são os seus fortes, com isso, muitas pessoas nem associam as marcas com produtos sustentáveis.

6.3 Companhias de moda se conscientizando com o consumidor sustentável

Sustentável pode se referir a muitas coisas, especialmente no campo da indústria têxtil. Uma peça de vestuário é sustentável quando seu processo de produção foi planejado para não afetar o meio ambiente. Um produto é sustentável quando não são utilizados produtos químicos poluentes (nocivos para o planeta e os trabalhadores), quando o desperdício de água é reduzido ao mínimo e quando as emissões de carbono são tão baixas quanto possíveis. Tanto as marcas Slow Fashion e Fast Fashion estão pensando no seu cliente final e motivando a ter um consumo de roupas mais sustentável.

As marcas *slow fashions*, em contraposição ao *fast fashion*, surgiram como uma alternativa socioambiental mais sustentável no mundo da moda. A ideia traz uma valorização de consumidores, produtores e recursos naturais locais, em contraposição à produção globalizada, é uma alternativa à padronização, à centralização. O *slow fashion* incentiva a ética também na hora de adquirir uma peça, nos fazendo pensar em toda a cadeia produtiva de moda.

Já as marcas de *fast fashions*, apesar de ter uma ideia consumista, às duas maiores lojas de departamentos trazem algumas alternativas para sua moda para motivar seu comprador a participar de compras mais conscientes. A sustentabilidade parece se contrapor ao atual sistema de moda vigente nos dias de

hoje, principalmente quando se considera o *fast fashion*. Neste contexto, em que muito se discutem os impactos ambientais produzidos pelas indústrias e pelo consumo, as marcas de *fast fashion* estão realizando mais as ética e responsabilidade de produtos melhores. Como foram os dois grandes exemplos das lojas C&A e Renner.

7. MODA, O CONSUMO CONSCIENTE E MOTIVAÇÕES

Para desfecho de uma análise de *desk research*, o ponto principal é um consumo consciente de ambas as partes, do mundo consumo e as empresas transmitirem isso na sua comunicação.

Salcedo (2014) aconselha a regulação e a moderação, o reforçar das motivações menos dependentes dos bens de consumo, tratando as mudanças de forma a assegurar, não só um desenvolvimento econômico duradouro, mas também existências menos atingidas e atraídas pelos prazeres consumistas, em que exista uma conscientização progressiva de que habitar um planeta com recursos finitos implica ditar novos comportamentos de compra, para além das necessidades artificiais de consumo.

Ter uma forma de consumir sustentável pode vir de algumas ações que o cliente precisa realizar na ajuda na sua jornada de compra consciente. Como alguns exemplos: olhar para além das peças das araras, revela um olhar para o trabalhador, o artesão. Sabendo quais são as peças mais sustentáveis e que já existem em determinadas lojas, procurar por elas.

Busca-se um direcionamento rumo a um consumo de moda mais sustentável. A moda mais sustentável deverá ser impulsionada tanto por estilistas e empresas, ao comunicarem uma filosofia por trás das roupas, de forma clara, quanto pelos consumidores, que saberão comprar, usar e descartar com equilíbrio e sem excessos. Entretanto, a publicidade ainda é um desafio para os consumidores.

Para as indústrias que fornecem roupas com o tema voltado a sustentabilidade, é necessário que se tenha uma divulgação voltada ao assunto, para que seus clientes consigam encontrar produtos nas suas lojas e consigam se motivar para apoiar mais a causa.

A comunicação e a publicidade devem estar atentas aos temas que se relacionam com a moda, visando enfrentar as questões do bem-estar social e da sustentabilidade dentro de uma reflexão que estimule investimentos econômicos não apenas materialistas.

É fundamental consultar os verdadeiros consumidores de moda sustentável

e perguntarmos quais são as motivações para consumir de forma mais sustentável. Como os consumidores sustentáveis, são confrontados com uma vasta gama de motivos para a tomada de decisões e ideias motivacionais para consumir de forma mais consciente. O objetivo é entender os motivos para o consumo sustentável de moda e destacar o provável espaço para o desenvolvimento do mercado como uma forma habituada de consumo. Assim, a finalidade deste projeto é explorar outros valores e motivações por trás da compra de moda sustentável real, que serão os mesmos do paper de Louise Lundblad e Iain A. Davies.

8. ESTUDO DE CASOS, ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Neste capítulo, apresenta-se a descrição da metodologia utilizada na pesquisa, as entrevistas em profundidade, a análise e a discussão dos dados colhidos junto às consumidoras. Foram realizadas seis entrevistas em profundidade, com perfis consumidores que gostam de moda sustentável, porém não têm uma prática frequente e entrevistados que gostam de moda sustentável e têm uma prática super fiel à causa. O principal objetivo dessas entrevistas foi entender o perfil que compra roupas sustentáveis, quais são suas principais motivações do fator decisivo na compra por vestuários por um consumo mais verde. E o perfil que não tem uma prática de consumo de roupa para a sustentabilidade, porém tem engajamento em outras áreas. A ideia é entender qual a explicação para esse comportamento e entender o que motivaria esse consumidor a decidir a comprar roupas também sustentáveis.

Para as entrevistas foram realizados dois tipos de roteiros para direcionar melhor a conversa com o consumidor. Neste roteiro, tiveram blocos de perguntas orientados para moda e comportamento de compra, o engajamento com termo sustentabilidade, relação com uma moda sustentável e as motivações para consumir esse tipo de moda. As conversas foram tanto presenciais, quando via internet (WhatsApp e Skype).

Todos os participantes das entrevistas têm uma forte relação sobre os termos de moda e sustentabilidade. A maioria tem como hábito o consumo de roupa de maneira frequente; gostam de acompanhar tendências e encaixam corretamente sustentabilidade no seu cotidiano, sendo no vestuário ou outras ocasiões.

Às seis entrevistas tiveram seus pontos diferentes e comuns sobre o jeito de olhar a moda e sustentabilidade, dois conceitos superdifíceis, levando em conta o mundo capitalista que vivemos atualmente, no qual os hábitos de consumismo são muito fortes. Os dois perfis entrevistados conseguem justificar seus pontos de vistas e defender suas principais razões de consumir ou não uma moda mais sustentável.

Quando o assunto é moda, todos falam que a moda está sempre presente no cotidiano. Preocupação como o estilo vão se vestir, a busca por tendências, acompanhar estilos parecidos em redes sociais, sempre se atualizar com as novidades, etc. Metade faz compras mais planejadas e objetivas para comprar, não

gosta de ficar passeando no shopping, tem sempre um objetivo de compra. As lojas mais consumidas são lojas de departamento e muita lojinha perto de casa, lojinha de Instagram, que ganha o potencial do *slow fashion*. Isso ganha importância pelos atributos de durabilidade e qualidade das peças.

Quando apenas a palavra sustentabilidade, todos relatam ações para um mundo melhor, é o jeito que agimos com o consumo em relação à natureza. Reutilização e aproveitamento ao máximo de todos os produtos comprados. Relação com a preocupação com a economia, meio ambiente e o desenvolvimento, tudo ao mesmo tempo, para educar e incentivar o consumidor com melhores ações.

Sobre sustentabilidade todos têm alguma prática por um meio mais sustentável, todos relatam que têm consumo menor em água, energia, produção menor de lixos, menos uso de descartáveis. São ações da maioria quando a pergunta o que é sustentabilidade no seu dia a dia. Todas falam de espontâneas ações do seu cotidiano nas quais acham que estão sendo sustentáveis. Admitem que a relação com roupa sustentável precisa ser estimulada, pois, não são suas primeiras ações, e a consciência com outras ações são mais fortes que o consumo de roupas.

As características das motivações de consumir roupas pensando na sustentabilidade incluem atributos comuns como custo benefício, qualidade da construção dos produtos, por uma fonte de materiais mais naturais, produção de confiança. Tem uma mistura de emocional/psicológico, por exemplo, a culpa de consciência do meio ambiente para um futuro.

“Meu principal motivo é culpa, como estudei várias questões sobre esse tema, tem uma consciência razoável em relação ao tema sobre sustentabilidade. Quando deslizo, fico muito mal comigo mesma.” –
CONSUMIDORA SUSTENTÁVEL

Para o perfil que não compra roupas sustentáveis, mas têm hábitos de praticar outros atos sustentáveis. Aparece como grande causador, os preços elevados dos produtos têxteis para roupas com mais sustentabilidade. A diferença de valor e custo benefício, acabam sendo decisores no momento da escolha, e optam por roupas mais baratas.

“Mas se as lojas começassem a oferecer uma roupa mais sustentável com um preço acessível, compraria com certeza a opção mais sustentável.” – CONSUMIDORA NÃO SUSTENTÁVEL PARA ROUPA

Os relatos mais detalhados serão identificados a seguir.

8.1 Motivações e hábitos dos compradores pensadores de uma moda sustentável

Os consumidores de roupa sustentável não são exatamente compradores de roupas com tecidos mais sustentáveis, mas são mais conscientes no ato de comprar roupa, tornando-se consumidores com pensamentos sustentáveis. Eles têm um hábito de pensar diferente de consumir. Em relação ao comportamento de compra, a frequência de consumo até que é alta para esse perfil, mas elas são muito conscientes e planejadas nas peças novas que irão comprar. Sempre pensando em doação de roupas antigas, não havendo descartes de roupas de modo incorreto, nesta pesquisa apareceram as idas aos brechós para reaproveitamento de roupas que estão em boas condições e sem preconceitos.

“Quando preciso comprar coisas mais básicas vou em lojas de departamento, sem nenhuma marca específica. Tirando isso, todo mês eu costumo dar uma passada em um brechó próximo ao meu trabalho, o que acaba facilitando porque lá posso comprar tanto peças básicas quanto as mais específicas.” (Envolvida com compra sustentável, 22 anos, mulher)

O decisor de compras para elas, no entanto, não é tecido diferenciados ou mais sustentáveis, o fator mais relevante é sempre o preço mais barato. Isso acaba prejudicando lojas que têm valores mais elevados para esses tipos de tecidos. Elas preferem direcionar dinheiro para tecidos de boas qualidades, que a durabilidade da peça seja maior e com isso não precisa ser descartada facilmente e possa ser reaproveitada por outros usos.

“Depende do que vou comprar, por exemplo, se é alguma coisa mais modal, se quero um vestido, vou comprar por algo mais caro, por ter mais tendência. Se for uma roupa mais funcional, vou por preço e modelagem.” (Envolvida com compra sustentável, 33 anos, mulher)

Costumam comprar em lojas de departamentos e lojinhas menores, nestas lojinhas defendem que preferem, pois, sabem o ciclo de produção e para que fim seus investimentos estão sendo direcionados. Percebe-se, portanto, que a *slow fashion* começa a ganhar esse público sustentável, pois são coleções que ficam por mais tempo no mercado, porém são de mais qualidades e as pessoas começam a conhecer melhor o mercado de produção, depositando mais confiança no trabalho realizado pela marca. Nas entrevistas, os consumidores gostam de seguir muitos influenciadores e marcas, que falam sobre assuntos além de roupas, mas do modo de viver sem lixo em excesso, cosméticos, entre outros.

“Acredito que estou ajudando as pessoas, por exemplo, quando escolho uma loja de duas mulheres ao invés de comprar na Zara, sei que a grana está indo para aquelas duas pessoas, para o trabalho delas, que tem um trabalho interessante, faz uma diferença na vida delas.” (Envolvida com compra sustentável, 32 anos, mulher)

“Marca eu sigo a Insecta, que é de calçados. Oriba, é uma loja de roupas masculina, bem básica e bem sustentável. Pessoas, eu sigo a Cristal Muniz, o Instagram dele é Uma vida sem lixo, sigo também a Marina Colerato, Juana Moura, que fala bastante de consumo consciente.” (Envolvida com compra sustentável, 33 anos, mulher)

Quando o assunto é sustentabilidade, tema que todas gostam de falar e relatar, termos como *preocupação com um mundo, culpa, consumo menor*, são alguns assuntos que defendem, por isso praticam e defendem muito suas ações. Falam que tinham hábitos de consumir muitas coisas, mas agora, estão mudando ao ver como o mundo está cada vez mais difícil e o meio ambiente

cada vez mais degradado. Aqui já aparece a motivação de culpa, por um consumo exagerado que se formou com o mundo capitalista. Com isso, concluímos que é necessário que as pessoas passem a ter novas preocupações com o mundo em termos de meio ambiente.

“Pra mim, sustentabilidade é o jeito que agimos com o consumo em relação à natureza. Penso em reutilizar e aproveitar ao máximo todos os produtos comprados. Não levo em consideração o fator “não comprar” porque sei que numa sociedade capitalista não existe essa opção. Eu já fui mais consumista, mas acredito que tenho diminuído esses hábitos porque relaciono o consumismo em excesso ao descarte em excesso. Quando a gente consome de maneira descontrolada, acaba descartando de maneira descontrolada também. Pensei recentemente sobre isso e sobre como isso nos afeta. O descarte de lixo é uma coisa que me deixa extremamente incomodada porque temos uma noção muito crua de “não uso mais, vou jogar fora” e quando parei para refletir sobre o “jogar fora aonde?” me veio essa inquietação sabe? Porque independentemente do local em que jogamos, nunca vai ser “fora” de verdade, o lixo vai estar sempre aqui com a gente, no planeta, nos mares, nas praias. Não tem muito aonde “jogar fora”. Isso me deixou muito reflexiva. Penso então, que a sustentabilidade é consumir de maneira consciente e pensar em como aquilo vai retornar para a natureza, tentando reaproveitar, reutilizar e reciclar o que for possível.” (Envolvida com compra sustentável, 22 anos, mulher)

Termos como *reutilização*, *pensar antes de consumir* e *reaproveitar* são as palavras chaves. Elas defendem que têm uma moda sustentável, pois pensam sempre em como deixar o ciclo de roupas de moda mais saudável no mundo. Elas não procuram por itens de tecidos de algodão sustentáveis, produtos de tecidos que são diferenciados. Acreditam que pensando em uma forma de reutilização das roupas, já ajudam a melhorar o mundo.

Além disso, os compradores de roupas sustentáveis o comportamento de consumo é impulsionado por fatores tanto pessoais e globais: consciência, preocupação ambiental e social.

a) Consciência: relação de culpa, por já ter feito um consumo desenfreado em questão a tudo. Agora pensa em todas as suas ações que a levam a uma qualidade de uma vida melhor, com menos lixos. Que a moda acaba entrando nestas questões de consumo e o ciclo final das roupas. Esse sentimento aparece nas três entrevistas, que agora estão tentando melhorar e ajudar por uma causa.

b) Preocupação com meio ambiente: uma motivação de melhorar o mundo em que vivemos. Temos a responsabilidade de proteger o planeta! Através deste valor, tomam sensatez de mudar as formas de consumo, para hábitos melhores e sem exageros. Com isso, o consumo de roupas está cada vez menor. Defendem o planejamento de compra ou doação, que dão um ciclo melhor para roupas já existentes hoje. Na atual pesquisa, aparece a necessidade de marcas que praticam ações mais sustentáveis, nas questões de entrega, menos uso de plástico, nas marcas que mostram como são descartadas suas roupas. Todos os fatores citados são pontos importantes como decisores de compra.

c) Preocupação social: A importância da igualdade e dos direitos humanos dos trabalhadores. Em um mundo no qual existe tanta desigualdade na área de produção, esse é um termo muito citado, pois marcas que são mais abertas e têm suas produções conhecidas, são importantes na hora de decidir comprar roupas nestas lojas. Aqui aparecem preferências por lojas menores, pois conhecem a fabricação, o trabalho feito.

As motivações citadas são as principais quando se trata da inserção de um consumidor sustentável ao mercado. Vimos que o ponto fundamental da compra não é necessariamente o tecido ou peças diferenciadas, a ideia

desses consumidores é poder consumir e fazer com que o ciclo de vida de suas peças tenha uma durabilidade viável e saudável, e que não haja descarte em excesso, mas que também não haja privação no sentido de liberdade de compra. Poder escolher por peças e marcas que gostam ou não, tendo plena consciência de suas atitudes e autocontrole suficiente para fazer com que o ciclo de compras seja saudável é o suficiente para que esses consumidores se sintam pertencentes a um movimento de moda sustentável. É interessante ressaltar que comprar e descartar conscientemente já ajuda para que os consumidores amenizem a culpa que sentiriam praticando um consumo exagerado.

8.2 Motivações e hábitos dos não compradores de moda sustentável

As consumidoras de roupa não sustentável, são compradoras que gostam muito de moda e costumam acompanhar as tendências de perto. Em relação ao comportamento de compra são bem diferentes dos que compram roupas com pensamentos sustentáveis, costumam comprar bastante roupa, às vezes, mais de uma vez por mês. O decisor para finalizar uma compra é sempre voltado ao preço e qualidade do produto, o que também é um impacto na escolha por peças que não sejam de tecidos sustentáveis, pois relatam que normalmente são valores maiores que os preços de tecidos comuns. Como esse é um perfil que segue muito o que está na moda, acaba sendo um decisor também de compra.

“Primeiro olha que me dá mais tendências de moda e depois o preço das peças.” (Não envolvida com compra sustentável, 30 anos, mulher)

As lojas que mais compram são as de departamentos, por conta de variedade e preços das peças, já que, todas acreditam que nessas lojas sempre encontram roupas que irão gostar e facilidade. Quando o assunto é sustentabilidade, tema que todas gostam e falam com uma maior propriedade, tentam praticar ações que acreditam que estão ajudando a melhorar o planeta que estamos vivendo. Nas entrevistas, não têm hábitos de seguir muito influenciadores abordando sobre esses temas, diferente do perfil que pensa em compra de roupas sustentável.

“A principal ação é ser vegetariana, pois não consumo carne. E no meu dia a dia, sempre tento optar por coisas mais sustentáveis. Por exemplo, consumo de água em casa, economizar na energia, uso menos descartáveis, como o plástico.” (Não envolvida com compra sustentável, 30 anos, mulher)

A ideia de *economia* foi a palavra destaque, economia de luz e água, foram itens importantes nas ações que praticam no dia a dia. Mas quando questionados sobre o porquê não praticam com roupas essas ações sustentáveis, o prazer da compra de roupas, a dificuldade de encontrar produtos com atributos de sustentabilidade e falta de comunicações das lojas são os fatores principais para não praticarem no ato da comprar com um decisor fundamental.

“Acho que tem pouco opção ainda de roupas sustentáveis. Motivaria ter mais opções de mercado mesmo e quanto tem no mercado, a comunicação é bem ruim, que o cliente acaba nem sabendo que existem essas opções de algodão, entre outros tecidos. Hoje, nas Havaianas, temos uma coleção de moda sustentável, mas temos apenas uma tag que comunica, apenas. Isso, muito pouco, as marcas que têm, precisam aumentar sua comunicação” (Não envolvida com compra sustentável, 30 anos, mulher)

Com isso, a falta de comunicação e preços são as grandes barreiras para esses consumidores e que as marcas precisam aperfeiçoarem essas ações para conquistarem esses clientes, pois o tema sobre sustentabilidade está crescendo cada vez mais e o mercado de roupa ainda tem muito o que realizar para melhorar seus atos sociais e conscientes com roupas. Como um grande desafio é comunicar sobre esses tipos de roupas, as marcas precisam de inovações de comunicações, pois esses consumidores não costumam seguir influenciadores ou marcas no Instagram, precisando pensar em outros tipos de comunicações.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O intuito inicial deste trabalho foi exemplificar as motivações dos consumidores em relação às práticas de moda sustentável. Ficou evidenciado através da pesquisa apresentada que as pessoas pensam mais no ato de consumo não exagerado, um gasto mais consciente e planejado do que a compra de roupas com tecidos diferentes/sustentáveis. Acreditam que ao comprar roupas com durabilidade e qualidade, elas podem ser mais aproveitadas por uso. Têm uma preocupação maior com a moda em relação à produção de roupas de qualidade, mas também, consideram a qualidade de trabalho e a preocupação com o meio ambiente, fatores motivacionais no decisor de compra. Além disso, a falta de comunicação e preços são as grandes barreiras para um consumidor sustentável.

Por meio do estudo bibliográfico apresentado, para Salcedo (2014) aconselha a regulação e a moderação, o reforçar das motivações menos dependentes dos bens de consumo, tratando as mudanças de forma a assegurar, não só um desenvolvimento econômico duradouro, mas também existências menos atingidas e atraídas pelos prazeres consumistas, onde exista uma conscientização progressiva de que habitar um planeta com recursos finitos implica ditar novos comportamentos de compra, para além das necessidades artificiais de consumo. Exatamente isso foi apresentado no perfil de pensadores consciente do consumo de roupas. Pensar em uma moda menos capitalista, na moda de reutilização de roupas e ideias de doações como um ciclo final para roupas.

Existe o lado das marcas que estão cada vez mais se adaptando ao termo sustentável. A mudança ocorrerá a partir da remodelação, buscando novos métodos, como o Re-Roupa, que representa a ideia de *slow fashion*, que está ganhando cada vez mais espaço como escolha para os perfis que gostam de uma moda mais sustentável. Além disso, é evidente que as marcas ainda precisam compreender sua importância na busca por uma moda mais justa e sustentável, buscando reformular sua cadeia. O caso da *fast fashion* C&A, um exemplo real de ressignificação de marca a partir da pauta sustentável.

Este estudo enfrentou algumas limitações metodológicas em função do tempo e recursos disponíveis, pois foi difícil o recrutamento dos perfis desejados

para realização das entrevistas, prologando o tempo de campo e análises finais.

Portanto, este trabalho busca deixar um legado sobre a conscientização dos impactos ambientais causados pela moda, com informações muito importantes sobre um tema que está sendo estudado cada vez mais pelas pessoas. A moda exerce forte influência sobre as pessoas, dessa forma propor produtos desenvolvidos de forma sustentável é um meio de estimular e consolidar o desenvolvimento e o consumo consciente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SALCEDO, Elena: **Moda Ética Para Um Futuro Sustentável**. São Paulo: GG Moda, 2014

BERLIM, Lilyan: **Moda e Sustentabilidade**: Uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

LUNDBLAD, L., & DAVIES, I. A.: The Values and Motivations Behind Sustainable Fashion Consumption. *Journal Of Consumer Behaviour*, 15(2), 149-162. 2016

Viva Green. Moda 5ª indústria mais poluente do mundo igual pecuária. Disponível em: < vivagreen.com.br > Acesso em: 28 de março de 2019

Ecycle. Sustentabilidade o que é conceito. Disponível em: < www.ecycle.com.br > Acesso em: 16 de julho de 2019.

Moda histórica. O que é moda. Disponível em: < modahistorica.blogspot.com > Acesso em: 17 de julho de 2019

Assintecal. Como novos materiais sustentáveis estão surgindo no mercado brasileiro da moda. Disponível em: < www.assintecal.org.br> Acesso em: 18 de julho de 2019

Estadão. Era da sustentabilidade promove a maior revolução da indústria da moda. Disponível em: < www.estadao.com.br> Acesso em: 18 de julho de 2019

Delphine. Digitais influencem de moda sustentável. Disponível em: < www.estadao.com.br> Acesso em: 25 de julho de 2019

Uma vida sem lixo. Sobre a Cristal. Disponível em: < www.umavidasemlixo.com > Acesso em: 25 de julho de 2019

Desavesso. Sobre. Disponível em: < www.desavesso.com.br> Acesso em: 25 de julho de 2019

Modifica. Panorama indústria moda sustentável brasileira. Disponível em: < www.modifica.com.br > Acesso em: 18 de julho de 2019

Exame Abril. O impacto social do slow fashion na moda sustentável. Disponível em: < www.exame.abril.com.br > Acesso em: 28 de agosto de 2019

Flavia Aranha. Visão. Disponível em: < www.flaviaaranha.com> Acesso em: 26 de agosto de 2019

Re roupa. Conceito. Disponível em: < www.reroupa.com.br> Acesso em: 26 de agosto de 2019

Sustentabilidade C&A. Disponível em: < sustentabilidade.cea.com.br > Acesso em: 01 de setembro de 2019

Lojas Renner. Sustentabilidade. Disponível em: < www.lojasrennersa.com.br/> Acesso em: 01 de setembro de 2019

ANEXO A

Questionário filtro para recrutamento das entrevistas

PARTE 1 - PERFIL E DEMOGRÁFICOS

1. Nome:

2. Sua idade:

- Menos de 18 anos [ENCERRAR]
- 18 a 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 45 anos [ENCERRAR]
- 46 anos ou mais [ENCERRAR]

3. Você mora em

- Capital
- Região metropolitana
- Interior

4. Qual seu estado civil atual?

- Solteira
- Namorando/em um relacionamento sério
- Casada/morando junto
- Outro

PARTE 2 – MODA E SUSTENTABILIDADE

5. Você se considera uma pessoa atendida na moda?

- Muito envolvido
- Envolvido
- Mais ou menos
- Um pouco
- Muito pouco / Nada envolvido.

6. Você se considerada uma pessoa envolvida em alguma causa sobre sustentabilidade?

- Sim
- Não [ENCERRAR]

7. Você tem prática de comprar roupas que tenham algum tipo de prática menos poluente, reaproveitamento de tecidos, reciclagem, etc...?

- Sim
- Não

8. Pensando nas suas principais motivações para comprar roupas com prática menos poluente, reaproveitamento de tecidos, reciclagem, etc., o quanto você concorda ou discorda das frases a seguir?

Use 1 se você discorda totalmente da frase e use 7 se você concorda totalmente com a frase. Você pode usar qualquer número entre 1 e 7 para expressar melhor a sua opinião.

A. Quando eu quero muito uma peça acabo não pensando muito nessa questão da sustentabilidade.

B. Eu não sei exatamente o que é moda sustentável ou onde encontrar.

C. Não faz muita diferença para mim se a roupa seja sustentável ou não.

D. Para mim, faz mais diferença uma marca de roupa que respeite os trabalhadores do que ela ser sustentável.

E. Tenho desejo de comprar roupas sustentáveis, por isso sempre quando consigo é minha primeira opção

F. Eu me preocupo com o tema sustentabilidade, por isso sempre fico ligada em todas as opções mais sustentáveis, roupas é uma delas.

9. Gostaria de marcar um horário para uma conversa mais detalhada. Vai ser um bate-papo para e entender melhor seu ponto de vista sobre moda sustentável, para mim o mais importante é a sua opinião. Vai levar mais ou menos uma hora, podemos

realizar a conversa via Skype/ pessoalmente ou WhatsApp. Você poderia realizar esse bate papo?

- Sim
- Não

10. Qual a melhor plataforma para realizar a conversa?

- Pessoalmente
- Skype
- WhatsApp
- Outro:_____

11. Qual a melhor data e horário? (ABERTA)

ANEXO B

Roteiro da Entrevista em profundidade – Não praticantes de moda sustentável

MODA SUSTENTÁVEL

Roteiro Entrevista em Profundidade - Perfil que compra não roupas sustentáveis

ENTREVISTA INDIVIDUAL

INTRODUÇÃO

Objetivos. Gravação. Sigilo.

Warm up: Relação com a moda sustentável

Qual o seu nome?

Qual sua idade?

Qual sua profissão?

RELAÇÃO COM A MODA E COMPORTAMENTO DE COMPRA

Relação da moda com estilo de vida. O quanto a moda representa na sua vida?
(explorar o consumo de moda (como ocorre, como enxerga a compra de roupas)).

Pensando nas compras de roupas de vocês. Com que frequência vocês compram roupas?

Vocês costumam planejar a compra de uma roupa? Quando? Para todas as compras têm um planejamento?

Imagine que vocês vão comprar uma peça de roupa, quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

[EXPLORAR LOJAS SLOW E DEPARTAMENTO]

Como enxerga estas lojas no hábito de consumo de moda?

O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na

compra? O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra? Pensando da hora que você decide por uma nova peça de roupa até ir para o caixa, o que a loja não pode deixar de oferecer para você realmente querer comprar nela?

ENGAJAMENTO COM O MEIO AMBIENTE

Quando a gente fala em sustentabilidade, o que vocês pensam?

O que significa esse termo na vida de vocês?

Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

RELAÇÃO COM A MODA SUSTENTÁVEL

Você possui hábitos de consumo sustentável? [Se dizer **não**] por quê?

Quando faz compras leva isso em considerações?

O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Na sua opinião, existe moda sustentável?

O que você leva em consideração na hora de comprar roupas? Por quê?

Qual é a coisa mais importante na hora de comprar uma roupa? E a segunda?

E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem?

Porque gostam deles? – **[SEPARAR EM CELEBRIDADES E INFLUENCERS]**

Quais são as pessoas mais antenadas em moda sustentável?

MOTIVAÇÕES PARA CONSUMIR A MODA SUSTENTÁVEL

Por que você é engajado com o tema de sustentabilidade e não tem prática de comprar roupas que tenham algum tipo de prática menos poluente, reaproveitamento

de tecidos, reciclagem, etc...?

Qual motivação você poderia ter para começar a consumir mais roupas com esse tema?

[EXPLORAR ESSE TEMA COM O ENTREVISTADO]

ENCERRAMENTO

Agradecer a participação!

ANEXO C

Roteiro da Entrevista em profundidade – Praticantes de moda sustentável

MODA SUSTENTÁVEL

Roteiro Entrevista em Profundidade – Perfil que compra roupas sustentáveis

ENTREVISTA INDIVIDUAL

INTRODUÇÃO

Objetivos. Gravação. Sigilo.

Warm up: Relação com a moda sustentável

Qual o seu nome?

Qual sua idade?

Qual sua profissão?

RELAÇÃO COM A MODA E COMPORTAMENTO DE COMPRA

Relação da moda com estilo de vida. O quanto a moda representa na sua vida?
(explorar o consumo de moda (como ocorre, como enxerga a compra de roupas)).

Pensando nas compras de roupas de vocês. Com que frequência vocês compram roupas?

Vocês costumam planejar a compra de uma roupa? Quando? Para todas as compras têm um planejamento?

Imagine que vocês vão comprar uma peça de roupa, quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

[EXPLORAR LOJAS SLOW E DEPARTAMENTO]

Como enxerga estas lojas no hábito de consumo de moda?

O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na

compra? O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra? Pensando da hora que você decide por uma nova peça de roupa até ir para o caixa, o que a loja não pode deixar de oferecer para você realmente querer comprar nela?

ENGAJAMENTO COM O MEIO AMBIENTE

Quando a gente fala em sustentabilidade, o que vocês pensam?

O que significa esse termo na vida de vocês?

Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

RELAÇÃO COM A MODA SUSTENTÁVEL

Você possui hábitos de consumo sustentável? Quando faz compras leva isso em considerações?

O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Na sua opinião, existe moda sustentável?

O que você leva em consideração na hora de comprar roupas? Por quê?

Qual é a coisa mais importante na hora de comprar uma roupa? E a segunda?

Cite algumas marcas ou lojas que são/parecem ser sustentáveis para você.

É importante que a loja ofereça bastante opção de uma moda sustentável?

E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem?

Porque gostam deles? – **[SEPARAR EM CELEBRIDADES E INFLUENCERS]**

Quais são as pessoas mais antenadas em moda sustentável?

MOTIVAÇÕES COM A MODA SUSTENTÁVEL

Por que você compra/consome moda sustentável?

Quais são suas principais motivações para comprar uma peça de roupa mais

sustentável?

ENCERRAMENTO

Agradecer a participação!

ANEXO D1

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM ROSANA – 21/10

Perfil que não compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Rosana

2) Qual sua idade?

Resposta: 30 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Supervisora em logística

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: A moda está no meu dia a dia, gosto de acompanhar tendência pelo Instagram, sempre tento seguir o que está na moda, olhar que o pessoal famoso está usando, gosta sempre de programar com antecedência meu look para sair e até mesmo para ir ao trabalho.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Costumo comprar duas vezes por mês, compro sempre uma peça nova, algo que acho diferente.

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Não tenho muito um planejamento de compra, como estou sempre olhando nas redes sociais novas tendências, compro sempre que gosta de uma peça.

7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Costumo comprar em lojas de departamentos roupas mais básicas, que uso no dia a dia para ir trabalhar. Mas gosto muito de comprar em lojinhas

de bairro e lojas do Instagram, no último ano ficou mais fácil comprar pelos sites, pelo conforto de não sair de casa também. Prefiro realizar comprar online, que ir nas lojas e ficar procurando.

8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Gosto pela variedade que essas lojas têm de produtos, preço e qualidade das peças.

9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Antes de comprar qualquer peça, olho sempre antes a qualidade das peças, preços e modelagem. Esses são meus decisores para ver se compro a peça ou não.

10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Sustentabilidade penso logo em natureza, meio ambiente. Ações para transformar um mundo melhor e salvar o planeta para um futuro.

11) O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Ser sustentável está cada vez mais presente na minha vida, antes eu não ligava muito, mas de alguns anos para cá, percebi que tinha que fazer algo se queremos ter uma vida melhor agora e no futuro.

12) Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: Realizo coisas simples do meu dia a dia, que com essas ações, sei que já podemos melhorar o que já destruimos. Eu controlo gasto de energia e água em casa, tento gerar o menos de lixo possível em casa durante a semana, não uso mais itens de plástico, como canudos, copos. Tento sempre levar comigo na bolsa para uso externo.

13) Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

Resposta: Roupas eu acredito se tivermos uma consciência de como vamos descartar essas roupas e quanto de qualidade para uma durabilidade maior, acredito em um grande avanço para o final destas roupas, realizo muitas doações de roupas, principalmente duas vezes ao ano para dar uma renovada no guarda-roupa.

14) Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: Não é meu primeiro fator importante para comprar roupas mais sustentáveis, eu gosto muito de comprar roupas, algo que gosto de fazer e olhar principalmente o que está na moda. Em relação à roupa, confesso que poderia ser mais sustentável, mas não tenho muito hábito, apesar de realizar algumas doações durante o ano.

15) Quando faz compras leva isso em considerações?

Resposta: Não costuma pensar em comprar roupas com tecidos diferentes que sejam mais sustentáveis, acredito se comprar peças com uma qualidade boa, a durabilidade da minha peça será maior e irei demorar para dar um fim na roupa. Mas nunca descarto roupas em lixos normais, sempre faço doações em peças em bom estado.

16) O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Resposta: Sempre busco roupas com uma qualidade boa, para ser durável.

17) Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Acredito que as marcas estão cada vez mais buscando uma moda mais sustentável, acredito que no futuro todas sejam mais conscientes.

18) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem?

Porque gostam deles?

Resposta: Não costumo seguir muitas pessoas no Instagram.

19) Por que você é engajado com o tema de sustentabilidade e não tem prática de comprar roupas que tenham algum tipo de prática menos poluente, reaproveitamento de tecidos, reciclagem, etc...?

Resposta: Gosto muito de comprar roupas, acho que nenhuma marca ainda me impactou sobre esse assunto que começaria a olhar roupas diferenciadas. Acho muita falta de comunicação de muitas lojas na divulgação sobre esse assunto, com isso, costumo realizar apenas práticas sustentáveis que realizo no meu dia a dia, mas sei que preciso começar a pensar mais em consumo de roupas também.

20) Qual motivação você poderia ter para começar a consumir mais roupas com esse tema?

Resposta: Ter uma divulgação das marcas para um consumo melhor dessas marcas que oferecem esse tipo de roupas e que os preços sejam compatíveis com roupas de tecidos normais no mercado.

ANEXO D2

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM LEONARDO – 24/10

Perfil que não compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Leonardo

2) Qual sua idade?

Resposta: 23 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Estagiário em *supplier development* na Alpargatas

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: Meu contato com a moda se dá de uma forma mais profissional devido a trabalhar no segmento de vestuário e acessórios das marcas Havaianas e Mizuno, buscando a cada dia aprender mais sobre tecidos, aviamento e modelagem. Em compras para uso pessoal, me considero uma pessoa básica.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Uma vez por mês, ou em datas comemorativas. Geralmente compro apenas quando há necessidade.

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Sim, de acordo com a data do ano e o momento financeiro, planejo qual a data que irei comprar e quanto eu quero gastar.

7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Para roupas mais simples busco bastante a Riachuelo e Renner, por ter produtos mais básicos a um preço aceitável, porém as marcas que mais gosto de comprar são Adidas, Vans e Billabong. Ultimamente tenho iniciado a buscar mais nos canais digitais do que na loja física, mas ainda é um começo, a maioria das compras ainda realizo na loja física, mas com as lojas online com cada vez mais informações sobre os produtos, medidas, *How to measure* e facilidades de frete, acredito que nos próximos anos as minhas compras serão a maioria online.

8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Acredito que por se tratar de lojas de departamento, não vejo nada que elas tenham que as outras como a C&A não tem, é algo de gosto.

9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Modelagem, funcionalidade e preço.

10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Ser sustentável é viver o hoje pensando que também vamos viver o amanhã, é algo imprescindível para a vida humana na terra.

11) O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Algo de extrema importância que todos deveriam colaborar com melhores práticas. Não importa a nacionalidade, a sustentabilidade de hoje impacta no mundo como um todo.

12) Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: Consumo consciente de bens como água, e energia elétrica, evitando desperdícios não somente em casa, mas em todos os lugares e separação do lixo para reciclagem. No trabalho, ações de melhoria nos fornecedores para o descarte correto de resíduos e reciclagem de materiais.

13) Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

Resposta: No assunto consumo de roupa ainda tenho muito a melhorar, tenho interesse muito grande nesses produtos, porém hoje no mercado ainda é difícil de se encontrar e os preços são mais caros. As marcas deveriam divulgar melhor esse tipo de produto e quais são os seus benefícios.

14) Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: o valor de sustentabilidade com roupa não tenho muita prática.

15) Quando faz compras leva isso em considerações?

Resposta: Falando em vestuário o fato de sua composição e processo de fabricação ser sustentável hoje não é o fator predominante para minha compra, acredito que ainda está atrás de preço, qualidade e modelagem.

16) O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Resposta: Depois que entrei no setor têxtil busco saber qual a composição, de onde veio e se há algum benefício sustentável. É importante saber, pois nós como consumidores também somos parte da cadeia produtiva.

17) Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Para que a moda realmente seja sustentável é necessário esforço em vários aspectos como material, processo e logística, não adianta muito um produto ser reciclado e depois entrar em um caminhão com alta emissão de CO₂, é um processo complicado e contínuo.

18) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem? Porque gostam deles?

Resposta: Não sigo ninguém que fala sobre o assunto, somente vejo publicações de marcas como a Osklen.

19) Por que você é engajado com o tema de sustentabilidade e não tem prática de comprar roupas que tenham algum tipo de prática menos poluente, reaproveitamento de tecidos, reciclagem, etc...?

Resposta: Estou no início desse processo de mudança da prática de comprar roupas, um dos motivos é a falta desses produtos no mercado e a falta de preços atrativos comparados com as roupas comuns.

20) Qual motivação você poderia ter para começar a consumir mais roupas com esse tema?

Resposta: Preços mais flexíveis e uma maior divulgação desses produtos, como faz marcas como Osklen.

ANEXO D3

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM BRUNA – 30/10

Perfil que compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Bruna

2) Qual sua idade?

Resposta: 22 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Atualmente sou estagiária no setor Editorial, mas sigo também à docência em Língua Portuguesa.

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: Eu costumo me preocupar muito com o que vou vestir, em todos os aspectos possíveis, além de acompanhar muito pessoas que tenham o estilo parecido com o meu, tento sempre incrementar coisas novas nas minhas roupas e acessórios. Por isso, acho que posso dizer que a moda representa muito no meu dia a dia.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Todo mês eu costumo comprar roupas novas, uma peça ou outra pelo menos. Acho que é uma frequência relativamente alta, mas tem diminuído com o decorrer do tempo.

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Não costumo planejar. Normalmente eu compro sem planejamento, vejo algo que gosto muito e compro.

7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Depende. Eu costumo não planejar as compras que faço, mas quando planejo algo muito específico, pesquiso lojas próximas a mim. Quando preciso comprar coisas mais básicas vou em lojas de departamento. Sem nenhuma marca específica. Tirando isso, todo mês eu costumo dar uma passada em um brechó próximo ao meu trabalho, o que acaba facilitando porque lá posso comprar tanto peças básicas quanto as mais específicas.

8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Eu uso roupas muito básicas, então eu gosto de opções das mesmas. Por exemplo, quero uma blusa preta: gosto de ter várias opções de blusas pretas. Além da praticidade. Mas como eu disse, isso normalmente é quando eu tenho algo específico em mente. Se eu não tenho, as compras no brechó já são o suficiente.

9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Valor, qualidade e procedência da peça. Quando compro peças de marcas conhecidas, sempre busco saber as condições de trabalho, procedência e qualidade da marca. Normalmente, o que é decisor de fato é o valor depois que todas as outras coisas já foram verificadas.

10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Pra mim, sustentabilidade é o jeito que agimos com o consumo em relação à natureza. Penso em reutilizar e aproveitar ao máximo todos os produtos comprados. Não levo em consideração o fator “não comprar” porque sei que numa sociedade capitalista não existe essa opção. Eu já fui mais consumista, mas acredito que tenho diminuído esses hábitos porque relaciono o consumismo em excesso ao descarte em excesso. Quando a gente consome de maneira descontrolada, acaba descartando de maneira descontrolada também. Pensei recentemente sobre isso e sobre como isso nos afeta. O descarte de lixo é uma coisa que me deixa extremamente incomodada porque

temos uma noção muito crua de “não uso mais, vou jogar fora” e quando parei para refletir sobre o “jogar fora aonde?” me veio essa inquietação sabe? Porque independentemente do local em que jogamos, nunca vai ser “fora” de verdade, o lixo vai estar sempre aqui com a gente, no planeta, nos mares, nas praias. Não tem muito aonde “jogar fora”. Isso me deixou muito reflexiva. Penso então, que a sustentabilidade é consumir e maneira consciente e pensar em como aquilo vai retornar para a natureza, tentando reaproveitar, reutilizar e reciclar o que for possível.

11)O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Como já falei antes, é realmente um estilo de vida, né? A partir do momento que você começa a ter essas preocupações, não dá mais para frear. Então o termo sustentabilidade pra mim, significa um novo estilo de vida.

12)Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: Eu definitivamente consumo muito menos. Consumo menos em todos os sentidos, mas ainda assim, consumo. Então excluo ou pelo menos tento, quando possível, excluir o uso de plástico no meu dia a dia. Já não uso mais canudos, embalagens plásticas, sacolas bem raramente também. Tento comprar de marcas que colaboram com o meio ambiente, marcas que posso reaproveitar as embalagens, por exemplo. Cosméticos eu tento sempre reaproveitar embalagens e quando a marca faz isso, melhor ainda né?

13)Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

Resposta: Com as roupas eu tento fazer o mesmo, pesquiso marcas, tento comprar de quem faz peças a mão, mesmo sendo um pouco mais caro, e claro, dependendo do valor também né? Mesmo assim, eu ainda compro muito em brechós e costumo ser bastante cuidadosa com as minhas roupas, podendo sempre doar para pessoas próximas ou reaproveitar para fazer outras coisas mesmo. Roupa é uma coisa que nunca joga fora, ou doou para alguém, ou reformo, ou troco. Claro que em brechós ainda vendem muitas

roupas de lojas de departamentos que produzem em grande escala, mas mesmo assim, consigo reaproveitar peças que claramente são bem antigas.

14) Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: Possuo. Assim como respondi antes, menor consumo, evito sempre o consumo de plástico, pesquiso bem as marcas que vou utilizar, reaproveito muito do que compro para outras coisas e descarto a menor quantidade de lixo possível. Algumas coisas sobre consumo desenfreado estão tão intrínsecas no nosso dia a dia que a gente nem percebe que faz. Aos poucos vou me pegando nessas situações e tento melhorar.

15) Quando faz compras leva isso em considerações?

Resposta: Levo. Como eu não consumo tanto quanto antes, agora eu pesquiso bem as marcas que compro. Se vejo que é uma marca que não tem responsabilidade ambiental não costumo comprar mesmo.

16) O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Resposta: Condições de trabalho dos funcionários e de quem prepara as peças da loja em que compro é sempre a primeira coisa. Se a loja possui trabalho escravo já passo longe. Se tem trabalho escravo, já não quero pelos motivos óbvios, né? Nas ainda assim, se tem mão de obra barata, se a mão de obra é barata a probabilidade de o material não ser bom é grande, porque a produção em larga escala é para vender muito e descartar rápido, para poder comprar mais. Isso então eu já não consumo mais.

17) Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Acredito que sim. Acho difícil viver num mundo capitalista e sustentável ao mesmo tempo, mas acredito sim em moda sustentável.

18) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem? Porque gostam deles?

Resposta: Eu sigo poucos influencers no Instagram, mas tento sempre me manter atualizada das coisas. Sigo algumas pessoas que dão dicas de comida e cosméticos que são sustentáveis ou *eco-friendly* de alguma forma. Como vejo muita coisa sobre o meio ambiente, acabo seguindo pessoas que apoiam essas causas também, mas não costumam ser pessoas que “bombam”, são apenas pessoas com as quais os ideais eu me identifico.

19) Por que você consome moda sustentável?

Resposta: Como eu já disse, porque fiquei muito assustada com o descarte desenfreado de lixo. Isso pra mim, foi realmente assustador. O consumo de plástico, papel, desperdício de comida está muito presente no meu dia a dia e acho que também é minha responsabilidade me preocupar com isso. Vi um documentário, recentemente, chamado A Ilha das Flores, que me deixou tão chocada que até hoje não paro de pensar. Eu acho que é meu papel, assim como o de todos ao meu redor, se preocupar com a sustentabilidade.

20) Qual são suas principais motivações para comprar uma peça de roupa mais sustentável?

Resposta: O engajamento maior em redes sociais, além de preços mais acessíveis. Sei que é difícil baratear a mão de obra de peças feitas à mão em pequena escala, mas acho importante alcançar outros públicos. Além disso, o engajamento de brechós e trocas de roupas é pouco, embora eu já seja um público que faça isso, sei que a maioria das pessoas não é.

ANEXO D4

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM NATHALIA – 05/11

Perfil que compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Nathalia

2) Qual sua idade?

Resposta: 32 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Semiótica e celebrante de casamento, minha formação/bacharel é em Gestão Ambiental

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: Em relação à moda, sou bem controlada. Às vezes, controlada demais. Eventualmente, quando tenho um pouquinho de grana, vou comprar roupas. Eu não sou consumista não, pelo contrário, gosto de comprar roupas, mais sou muito controlada e sempre penso muito quando vou comprar.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Compro umas três vezes por ano ou quatro. Também tenho privilégio de ter uma mãe costureira, ela quebra meus galhos com roupas. Sempre faz uma roupa nova, minha mãe me ajuda bastante.

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Compro quando estou precisando de roupas novas, ou quando estou cansada de roupas antigas. Mas sempre quando eu compro roupas, dou uma limpa no armário, libero outras coisas. Nunca vou acumulando muita roupa.

7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Eu olho muito no Instagram, comprei recentemente em uma marca pequena que se chama Atelier Jezebel. Às vezes, compro na Zara. Compro também em uma loja, Atelier Jorge Aralau. Tenho uma marca de Recife, que gosto muito de comprar, que se chama Duas. Basicamente, compro roupas em Pinheiros, como moro perto.

8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Eu sei que irei encontrar roupas que gosto com certeza. Não sou aquela pessoa que vai para loja passear, sei o quanto eu posso gastar. Então, vou nestas lojas já sabendo o quero e quanto eu irie gastar. Assim, experimento levo. Priorizo loja que já fui alguma vez ou as lojas que acompanho muito o trabalho.

9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Priorizo loja que já fui alguma vez ou as lojas que eu acompanho muito o trabalho.

10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Sustentabilidade para mim, é a preocupação com a economia, meio ambiente e o desenvolvimento tudo ao mesmo tempo. Equilibra essas coisas três coisas, para fazer um produto ou serviço, ainda dentro do capitalismo, mas que pense nestas facetas todas, considerando tanto a sociedade, quanto a natureza e não deixando de lado econômico.

11) O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Já tive fases mais engajadas na minha vida, principalmente durante a faculdade, quando acabei de me formar. Mas eu penso que meio ambiente, está sempre na minha cabeça, nas minhas decisões cotidianas.

12)Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: Pratico nas economias da casa, economia de luz e água. Nas coisas que consumo, costumo comprar orgânico, de pequenos produtores, procuro saber quem fez as minhas roupas, priorizo sempre lojas menores, mercados menores, supermercados menores. Penso sempre, no consumo exacerbado, penso sempre no produto que estou consumindo, pensar como eu me alimento, o que isso impacta, o quanto de carne que eu como. Acho que poderia fazer mais, porém, estou sempre atenta.

13)Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: Acredito que pratico uma moda sustentável, eu não compro roupa sem necessidade, procuro usar as máquinas de lavar só quando o suficiente. Quando tenho mais dinheiro, compro produtos ecologicamente mais responsáveis, gosto muito de marcas que propõe consumo responsável ou se responsabilize pelo descarte dos produtos, por exemplo, uma marca que esqueci de mencionar eu gosto muito é a Insecta, que faz sapatos. Podemos dar uma devolução dos sapatos deles e depois terem um desconto, na próxima compra. Acho uma proposta bem legal, essas coisas me chamam atenção para a marca. Eu falei da Zara, mas eu sei a questão social, que está por trás da Zara, esse é um fator negativo, que me faz comprar muito menos lá. Gosto da ideia de comprar em pequenas marcas, dá dinheiro para marcas menores.

14)Quando faz compras leva isso em considerações? O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Resposta: Vejo sim, não digo que a primeira coisa que olho, estaria mentindo, mas sempre estou atenta. Sempre olho o material que é feito, como ele é feito, quem fez aquele produto. Tudo isso com certeza entra na minha consideração de compra.

15)Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Algumas marcas estão começando a fazer isso, mas muito hipocrisia e ainda muito discurso vazio, esse *eco washing* está começando a ficar cada vez mais forte, aproveitarem de discursos mais sustentáveis para vender mais, porque saibam que é uma preocupação que está ganhando força, mas tem mais marcas pequenas que estão tentando fazer um trabalho bonito, acho que muito difícil não cair na tentação do consumismo, de consumir marcas sustentáveis sem incentivar um consumo. Acho que esse é o equilíbrio desafiante para as marcas, mas acredito que seja um movimento me parece muito de nicho.

16) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem? Porque gostam deles?

Resposta: Não sigo influenciador, não tenho muita paciência.

17) Qual são suas principais motivações para comprar uma peça de roupa mais sustentável?

Resposta: Meu principal motivo é culpa, como estudei várias questões sobre esse tema, tem uma consciência razoável em relação ao tema sustentabilidade. Quando deslizo, fico muito mal comigo mesma. A minha culpa me impulsiona como um grande motivador para fazer as coisas mais justas, não acho que estou salvando o mundo. Não tenho também o sentimento de esperança, mas também acho muita responsabilidade colocar apenas nas mãos das pessoas obrigações ambientais, acredito que é um discurso muito forte da indústria para responsabilizar os indivíduos. Então neste sentido, isso me afeta menos, mas essa questão é eu comigo mesma.

Acredito que estou ajudando as pessoas, por exemplo, quando escolho uma loja de duas mulheres ao invés de comprar na Zara, sei que a grana está indo para aquelas duas pessoas, para o trabalho delas, que tem um trabalho interessante, faz uma diferença na vida delas.

ANEXO D5

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM VIVIANE – 06/11

Perfil que não compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Viviane

2) Qual sua idade?

Resposta: 30 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Sou compradora de vestuário da marca Havaianas

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: Minha relação com a moda, eu sempre gostei desde muito novinha, eu sempre gostei de acompanhar tendência, desfile, revistas de moda. Então sempre gostei bastante, acompanhar o que é realmente tendência. Sempre gostei de comprar, tendo de ver o que tem de mais novo, querendo usar a novidade. Gosto também de saber da história, de onde veio.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Toda a semana (risos), agora estou tentando me controlar um pouquinho, gastar um pouquinho a menos, agora eu vou casar, as prioridades são outras. Mas eu continuo comprando muito.

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Não tenho um planejamento, eu sou aquela que gostei, comprei!

7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Vou bastante em magazines, ultimamente compro bastante coisa das Havaianas, pois é onde eu trabalho. Mas costumo comprar bastante em *fast fashion*, tipo Zara. Não costumo comprar muito por internet, eu daquela que acha incrível e-commerce, acho que funciona superbem, mas gosto de ir à loja para tocar no tecido, ver a peça e experimentar.

8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Acredito que essas marcas conseguem me trazer tendências, trazem peças mais atuais. Toda semana traz uma novidade, olho também preço das peças nestas lojas.

9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Primeiro olha que me dá mais tendências de moda e depois o preço das peças.

10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Significa o futuro, sustentabilidade é o futuro da humanidade, futuro do mundo. O que vai a gente vai ser durante alguns anos.

11) O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Por eu ser vegetariana, essa é uma das maiores causas para ser sustentável, um dos principais por não consumir carne. O vegetarianismo foi uma causa que eu abracei para mim.

12) Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: A principal ação é ser vegetariana, pois não consumo carne. E no meu dia a dia, sempre tento optar por coisas mais sustentáveis. Por exemplo, consumo de água em casa, economizar na energia, uso menos descartáveis, como o plástico.

13) Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

Resposta: Não uso o critério de sustentáveis com roupas, pois gosto de moda e comprar. Mas o apelo de sustentabilidade funciona bastante, se conseguimos colocar mais no mercado, opções sustentáveis com preços mais competitivos, que consiga se aproximar mais dos preços das roupas normais, ele sempre seria uma primeira opção para mim.

14) Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: De roupas não tenho hábitos. Não vou comprar roupas com um pensamento de moda mais sustentável. Mas se as lojas comesçassem a oferecer uma roupa mais sustentável com um preço acessível, compraria com certeza a opção mais sustentável.

15) Quando faz compras leva isso em considerações?

Resposta: Não é minha prioridade na hora de comprar.

16) O que busca saber dos produtos quando vai às compras? Por que acha essas coisas importantes?

Resposta: Produtos que estão nas últimas tendências, preço e qualidade dos tecidos.

17) Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Acho que existe, tem marcas menores, que tem tecidos que são de plantas, de ervas medicinais. Mas isso é o *slow fashion*, que costumam ser mais caros.

18) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem? Porque gostam deles?

Resposta: Eu sigo algumas marcas veganas. Pessoas/influencers não

costumo seguir. Marca eu sigo a Osklen, é uma marca que gosto do conceito e fala bastante sobre sustentabilidade.

19) Por que você é engajado com o tema de sustentabilidade e não tem prática de comprar roupas que tenham algum tipo de prática menos poluente, reaproveitamento de tecidos, reciclagem, etc...?

Resposta: Acredito que já realizando minhas ações, eu consiga melhorar um pouco o mundo. Como sou uma pessoa que gosta de moda, é o que gosta de comprar sem culpa.

20) Qual motivação você poderia ter para começar a consumir mais roupas com esse tema?

Resposta: Acho que tem pouca opção ainda de roupas sustentáveis. Motivaria ter mais opções de mercado mesmo e quanto tem no mercado, a comunicação é bem ruim, que o cliente acaba nem sabendo que existem essas opções de algodão, entre outros tecidos. Hoje, nas Havaianas, temos uma coleção de moda sustentável, mas temos apenas uma tag que comunica, apenas. Isso, muito pouco, as marcas que têm, precisam aumentar sua comunicação.

ANEXO D6

Transcrição das entrevistas

ENTREVISTA COM ANA – 12/11

Perfil que compra roupas sustentáveis

1) Qual o seu nome?

Resposta: Ana

2) Qual sua idade?

Resposta: 33 anos

3) Qual sua profissão?

Resposta: Trabalha no Marketing da C&A

4) O quanto a moda representa na sua vida?

Resposta: Bastante, tento às vezes me distanciar, mas sempre penso em moda. Em muitas situações eu já penso em que roupa vou usar, por exemplo, agora vou viajar e já estou pensando em que roupa vou levar, se quero um estilo mais esportivo ou um pouco mais chique. Então, a moda faz muito parte do meu dia a dia.

5) Com que frequência vocês compram roupas?

Resposta: Costumo comprar duas vezes por mês

6) Vocês costumam planejar a compra de uma roupa?

Resposta: Sim, costumo me planejar, planejo a minha ida a loja, raramente eu vou à loja apenas para passear, se eu não estou precisando de nada. Às vezes, tenho mais planejado o que eu comprar e outras menos planejado o que vou comprar. Mas sempre estou em busca de alguma coisa quando vou para loja. Mas mesmo planejado, acabo trocando. Hoje, por exemplo, eu queria comprar uma calça jeans, que ficasse bacana, mas acabei levando uma saia.

Mas ainda vou comprar uma calça jeans.

- 7) Quais são as marcas/lojas que vocês consideram inicialmente para essa compra? Qual o canal para essa compra?

Resposta: Gosto de comprar na C&A, porque tem um preço bom. Se quero produtos mais funcionais, tipo uma calça jeans, eu opto pela C&A e vou direto da loja, por conta de desconto e vale a pena comprar lá. Mas se quero algo mais diferente, tipo um vestido, costumo olhar marcas com mais informação de moda, Amaro e Renner.

- 8) O que essas lojas têm que as outras não possuem para elas serem consideradas na compra?

Resposta: Compro na C&A por preço, um custo benefício legal e um valor bacana. Na Amaro, também penso que tem muito custo benefício também, pois na Amaro para mim, tem muita moda, eles têm roupas muito bonitas, tenho vontade de comprar muita coisa, a marca tem mais uma questão de estilo, uma leitura da tendência de moda.

- 9) O que é mais importante para vocês? O que é o decisor para a compra?

Resposta: Depende do que vou comprar, por exemplo, se é alguma coisa mais modal, se quero um vestido, vou comprar por algo mais caro, por ter mais tendência. Se for uma roupa mais funcional, vou por preço e modelagem.

- 10) Quando a gente fala em sustentabilidade, o que você pensa?

Resposta: Ações para promover um mundo que vai durar mais, coisas que vão fazer um mundo ter um percebimento melhor.

- 11) O que significa esse termo na vida de vocês?

Resposta: Na minha vida está cada vez mais importante, tenho me preocupado cada vez mais, ser mais consciente em promover um mundo melhor, tenho adotado cada vez mais ações mais conscientes.

12)Quais são as ações que vocês fazem no dia a dia para contribuir com a sustentabilidade?

Resposta: Nossa muita coisa, a parte ambiental é a mais presente na minha vida, desde repensar a minha produção de lixo, comecei a muitos anos reciclando, economizando água, tento consumir produtos que consomem menos lixos, cada vez menos industrializados, não só pensando no descarte, mas o não gerar mais lixos. Faço muito minha própria comida, não pedindo delivery. Gosto de reusar e reciclar coisas que já estão velhas, repensado mais em comprar coisas novas. Tenho pensado cada vez mais foco em consumo mesmo, tenho consumido cada vez menos, não apenas só roupas e mudar mais minhas energias, e redirecionar até mesmo o financeiro, para investir em ações que tenham impactos sociais melhores, por exemplos, em causa sociais e projetos.

13)Quando o assunto é roupa, qual a relação em ser sustentável e os critérios de compra para vocês? Por quê?

Resposta: Eu tenho cada vez mais me preocupado com as marcas que tenham sido menos sustentáveis. Procuo lojas que tem mais hábitos sustentáveis, por exemplo, lojas que entregam no e-commerce, prefiro que venha roupas em caixa de papelão, não cheio de plásticos. Tenho cada vez mais valorizado isso.

14)Você possui hábitos de consumo sustentável?

Resposta: Eu procuro ser mais sustentável em roupas, consumindo menos, tento descartar menos roupas, dando um novo uso para roupa, seja doação e venda das roupas para recardar valores para instituições que apoio. Tento cada vez mais buscado comprar roupas com valor em sustentabilidade, eu compro muito na C&A, sei que não é a marca mais sustentável que eu poderia ter, mesmo ela tem muitas ações de sustentabilidade.

15)Quando faz compras leva isso em considerações?

Resposta: Levo, não só da roupa em si, mas o todo da loja. Como já tinha

falado, embalagem, forma de entrega, se a loja coleta de produtos antigos.

16) Na sua opinião, existe moda sustentável?

Resposta: Acho que existe mesmo essa moda sustentável, que as marcas estão cada vez mais focadas neste assunto

17) E pensando em Instagram, quem são as pessoas que vocês gostam/seguem? Porque gostam deles?

Resposta: Marca eu sigo a Insecta, que é de calçados. Oriba, é uma loja de roupas masculina, bem básica e bem sustentável. Pessoas, eu sigo a Cristal Muniz, o Instagram dele é Uma vida sem lixo, sigo também a Marina Colerato, Juana Moura, que fala bastante de consumo consciente.

18) Por que você consome moda sustentável?

Resposta: Roupa é umas que mais têm impactos ambientais, se uma marcar consegui ter uma economia circular 100% funcionando, um ciclo de roupa mais que seja descartada corretamente, certeza que os termos sustentáveis seriam muito aceitos, com minha primeira opção de compra.

19) Qual são suas principais motivações para comprar uma peça de roupa mais sustentável?

Resposta: Minha maior preocupação é a gente ter planeta daqui a alguns anos, uma parte ambiental e social também, pela forma de pensar das pessoas. Imagino, se a gente continuar fazendo o que a gente já fez até hoje, não vai ter mundo para gente viver. A minha preocupação é que exista um mundo e social, pois sei que existe muito desigualdade econômica, que fazem todos esses acontecimentos com um mundo, de usar e descartar. Uma relação cultural, que fomos ensinados a usar o planeta deste jeito, que precisamos reeducar.