

CONSUMISMO NA INDÚSTRIA DA MODA: UM ESTUDO APROFUNDADO SOBRE OS IMPACTOS SOCIAIS, AMBIENTAIS E ECONÔMICOS E ALTERNATIVAS DE CONSUMO SUSTENTÁVEL

1 INTRODUÇÃO

Com o avanço da globalização — intensificado a partir das últimas décadas do século XX, sobretudo com a expansão das telecomunicações e da internet nos anos 1990 — o acesso a produtos de qualquer parte do mundo se torna mais fácil para pessoas de diferentes gostos e situações financeiras. Isso, por sua vez, fomenta a competitividade entre empresas globais, que buscam utilizar marcas e métodos de produção mais econômicos para se destacarem no mercado, abrindo margem para a existência de dois tipos de empresas no mundo contemporâneo: Slow fashion e fast fashion. Bhutia (2020)

O "fast fashion" é caracterizado pela produção em massa de roupas a baixo custo, com ciclos de produção curtos e frequentes lançamentos de novas coleções para acompanhar as últimas tendências da moda. Isso leva a uma pressão sobre os recursos naturais, como água e energia, além de contribuir para a geração de grandes quantidades de resíduos têxteis devido à rápida obsolescência das peças, pois as marcas que aderem a essa forma de produção buscam fabricar rapidamente e a baixo custo para manter a competitividade e maximizar o lucro. Nassimbem et al., 2023; Santos; Santos; Klein, (2023).

O slow fashion é um termo cunhado por volta de 2004, em Londres, por Angela Murrills, escritora de moda da revista on-line Georgia Straight. Em tradução literal, significa “moda lenta”. Essa abordagem propõe um consumo mais consciente e sustentável, enfatizando a qualidade, a durabilidade e a produção ética das roupas. As marcas de slow fashion priorizam materiais orgânicos, processos de fabricação mais responsáveis e condições de trabalho justas para os trabalhadores. Segundo Stella Legnaioli, essa prática também preza pela diversidade, valoriza a produção local em detrimento da global, promove a consciência socioambiental, contribui para a confiança entre produtores e consumidores, prática preços reais que incorporam custos sociais e ecológicos e mantém seus processos produtivos em pequena ou média escala. Embora isso possa resultar em preços mais altos, as peças tendem a durar mais tempo, reduzindo assim o desperdício e o impacto ambiental.

Além das alternativas propostas pelo slow fashion, o consumo em brechós tem ganhado destaque como prática alinhada à sustentabilidade e à economia circular. A compra de roupas de segunda mão contribui para prolongar o ciclo de vida das peças, reduzir a demanda por novos recursos naturais e minimizar a geração de resíduos têxteis (Fletcher; Tham, 2019). De acordo com estudo da ThredUp (2023), o mercado global de roupas usadas tem crescido de forma acelerada e projeta-se que dobre de tamanho até 2027, impulsionado pelo aumento da conscientização ambiental e pela busca por consumo mais responsável. No Brasil, o interesse por brechós também está relacionado a fatores econômicos e culturais, oferecendo preços mais acessíveis e peças exclusivas, muitas vezes com maior qualidade do que as produzidas em massa (Silva; Oliveira, 2021). Assim, o consumo em brechós se apresenta como uma estratégia concreta para repensar hábitos de compra, combinando benefícios ambientais, sociais e financeiros.

2 OBJETIVOS

O objetivo desta pesquisa é analisar o fenômeno do consumismo na indústria da moda contemporânea, considerando as transformações econômicas e sociais que influenciam esse

processo, bem como as respostas e alternativas apresentadas pelo movimento slow fashion e pelo consumo em brechós. A pesquisa visa, ainda, compreender como essas práticas influenciam os hábitos de consumo. Como objetivo específico, pretende-se identificar padrões de uso e aproveitamento das roupas pelos consumidores.

3 METODOLOGIA

Pesquisa bibliográfica aprofundada: Leitura e análise de artigos, entrevistas e reportagens sobre o consumismo na moda, impactos ambientais gerados pela indústria têxtil, consumo em brechós e indústria fast fashion.

Entrevistas em profundidade: feitas pessoalmente ou on-line com alunos da PUC-SP

Questionários on-line: foi respondido por meio de página on-line, anonimamente a fim de buscar entender relações de consumo entre os estudantes.

- Considero a compra de roupas de segunda mão.
- Prefiro pegar roupas emprestadas em vez de comprar novas para ocasiões especiais.
- Antes de comprar uma roupa, sempre avalio se realmente preciso dela, evitando compras por impulso.
- Incentivo outras pessoas a refletirem sobre suas necessidades antes de realizar uma compra.
- Eu mesma produzo algumas peças de roupa, como em costura ou tricô.
- Tento reutilizar roupas e itens de vestuário indesejados, transformando-os em panos ou em projetos de reciclagem.
- Evito jogar roupas fora, busco alternativas mais sustentáveis.
- Dou ou troco roupas que não uso mais, evitando o desperdício.
- Vendo roupas em bom estado que não uso mais, promovendo a reutilização.
- Dou preferência a roupas mais duráveis, mesmo que sejam mais caras, para evitar a compra de peças descartáveis.
- Prezo pela qualidade da roupa, independentemente da marca.
- Evito comprar roupas de países com condições de trabalho precárias.
- Escolho peças fabricadas de forma justa e ética, priorizando o comércio justo.
- Opto por roupas feitas com materiais orgânicos, como o algodão orgânico.
- Dou preferência a roupas certificadas que garantem a ausência de poluentes químicos.
- Deixo minhas roupas arejando antes de decidir se precisam ser lavadas, economizando recursos.
- Não me preocupo em seguir "trends" de moda, opto por um estilo mais próprio.
- Quantas peças de roupa (excluindo roupa interior e calçado) você comprou nos últimos 3 meses?
- Normalmente, uso minhas roupas (excluindo roupa interior e calçado) pelo tempo de:

Além dessas, há cinco questões sobre dados demográficos: curso, sexo, idade, renda média mensal, se é bolsista ou pagante, e se exerce ou não atividade remunerada. A pesquisa realizada com estudantes da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), a partir da aplicação de questionário com 98 respondentes, teve como objetivo investigar os hábitos de consumo relacionados à moda e o nível de conscientização em torno da sustentabilidade nesse setor.

A pesquisa teve início em outubro de 2024 com a aplicação de um questionário online, estruturado com base na escala New Environmental Paradigm (NEP), desenvolvida por Dunlap e Van Liere (1978). Essa escala é amplamente utilizada em estudos que visam mensurar o grau

de consciência ambiental e social em diferentes contextos, e foi selecionada nesta investigação por sua robustez teórica e pela possibilidade de comparação com pesquisas similares em âmbito nacional e internacional. A NEP permite avaliar as atitudes dos indivíduos frente às questões ambientais por meio de afirmações que envolvem crenças ecológicas, valores antropocêntricos e percepções sobre os limites do crescimento econômico. A aplicação da escala no contexto da indústria da moda tem sido validada em estudos como os de Silva e Assis (2024), que analisaram o consumo sustentável entre universitários em Portugal, e Crispim et al. (2022), que enfocaram consumidores de moda de segunda mão.

O público-alvo da pesquisa foi composto por estudantes da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), instituição reconhecida por seu histórico de engajamento com pautas humanistas e socioambientais. A escolha por este grupo se deu tanto pela facilidade de acesso quanto pela pertinência dos estudantes universitários no debate sobre consumo consciente e sustentabilidade na moda, considerando seu papel como agentes de transformação social e seu crescente envolvimento com práticas como o consumo de brechós e a valorização da moda circular.

No mês de outubro de 2024, iniciou-se o processo de mapeamento das formas de divulgação do questionário, com a identificação de canais estratégicos de comunicação dentro do ambiente universitário. Entre os principais meios utilizados destacaram-se grupos de mensagens de estudantes, redes sociais acadêmicas e, especialmente, o apoio de entidades estudantis como o Centro Acadêmico Leão XIII. Essas iniciativas visaram garantir a ampla circulação do questionário entre os discentes, aumentando a representatividade da amostra e o alcance dos dados coletados.

A construção do questionário foi finalizada em novembro de 2024, sendo adaptada ao formato digital por meio da plataforma Google Forms, com o objetivo de facilitar a aplicação e aumentar a taxa de respostas.

Paralelamente à coleta de dados, foram realizadas atividades de campo e observação participante, visando complementar a análise teórica com vivências práticas relacionadas à moda sustentável. Em fevereiro de 2025, foi realizada uma viagem de campo à Itália, com passagem por cidades como Milão, Nápoles, Roma, Bolonha e Florença, além de pequenas localidades. A observação direta de práticas de consumo e de iniciativas voltadas à sustentabilidade permitiu um aprofundamento na compreensão de diferentes realidades socioculturais e modos de relação com a moda, oferecendo subsídios comparativos para o contexto brasileiro e enriquecendo a análise crítica da pesquisa. Ademais, a imersão também possibilitou a identificação de boas práticas aplicáveis ao contexto universitário e urbano brasileiro.

Em julho de 2025, a pesquisa foi enriquecida pela participação no Festival Colabora Moda Sustentável, realizado no Espaço Unimed, em São Paulo. O evento, de grande porte, reuniu cerca de 20 mil pessoas, incluindo consumidores, especialistas, marcas independentes e grandes empresas do setor da moda. A programação incluiu palestras, oficinas, desfiles e rodas de conversa, abordando temas como práticas conscientes, diversidade, inclusão e inovação na indústria da moda. A presença no festival permitiu a observação das discussões e das iniciativas em andamento, proporcionando uma visão ampliada sobre as tendências e práticas sustentáveis no mercado brasileiro, além de uma compreensão mais profunda dos desafios e avanços no setor.

Destaca-se a observação e registro do Brechó do Estagiário, evento realizado em maio de 2025 na Faculdade de Direito da PUC-SP, promovido pelo Centro Acadêmico 22 de Agosto. A iniciativa teve como objetivo principal democratizar o acesso a vestimentas sociais, especialmente para estudantes bolsistas que necessitam desses itens para entrevistas e estágios, ao mesmo tempo em que promoveu os princípios da moda circular. O brechó constituiu uma ação concreta de inclusão e sustentabilidade no ambiente acadêmico, integrando-se aos

objetivos centrais da pesquisa ao exemplificar como iniciativas locais podem articular consumo responsável, apoio social e práticas sustentáveis no cotidiano universitário.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados obtidos revelam um cenário complexo, marcado por fatores sociais, econômicos e culturais, que influenciam diretamente as escolhas de consumo e as percepções em relação ao impacto da indústria da moda. No que se refere à faixa etária dos participantes, a maioria (59,2%) encontra-se entre 21 e 25 anos, seguida por 35,7% na faixa de 17 a 20 anos. Apenas 5,1% declararam ter entre 26 e 30 anos, não havendo representatividade de grupos acima dessa idade.

A variável renda familiar apresentou distribuição relativamente equilibrada, com concentração nas faixas médias. A maioria dos respondentes (29,6%) declarou renda entre 3 e 5 salários-mínimos, seguida por 25,5% entre 6 e 10 salários-mínimos. Os grupos de maior renda (11 a 20 e acima de 21 salários) representaram 14,3% cada, enquanto 16,3% encontram-se entre 1 e 2 salários-mínimos. Isso indica predominância da classe média, com acesso a recursos e informações, favorecendo engajamento em consumo consciente. Contudo, tanto os grupos de renda mais baixa quanto os de renda mais alta apresentaram menor adesão a práticas sustentáveis, pelos diferentes motivos: os primeiros por limitação de acesso, e os segundos por priorizarem status e renovação frequente do guarda-roupa.

Em relação à compra de roupas de segunda mão, prática central para a sustentabilidade, mais de 70% dos estudantes declararam concordar, sendo 46,9% totalmente e 26,5% parcialmente. Apenas 6,1% rejeitaram a possibilidade, enquanto 20,4% se mostraram neutros. O dado evidencia abertura para práticas alternativas, como brechós, justificando o sucesso de iniciativas universitárias. Entre os que rejeitam, 60% pertencem à faixa de 1 a 2 salários-mínimos, o que reflete fatores sociais e culturais: para parte dessa população, roupas novas simbolizam respeito, dignidade e pertencimento social, funcionando como marcador de identidade. Assim, o vestuário assume papel simbólico que ultrapassa a funcionalidade, em consonância com Engel, Blackwell e Miniard (1995).

Apesar da boa aceitação do consumo em brechós, outras práticas de consumo consciente ainda não estão plenamente consolidadas. O empréstimo de roupas, por exemplo, foi rejeitado ou considerado irrelevante pela maior parte dos respondentes: quase metade (49%) declarou-se indiferente, e 25,5% discordaram totalmente dessa prática. A reutilização criativa das peças, como a transformação em panos ou em materiais para reciclagem, também não aparece como prática comum. Mais de um terço dos participantes (37,8%) declarou neutralidade, e 23% afirmaram discordar, ainda que 37,7% tenham se mostrado favoráveis.

Em contraste, a doação de roupas aparece como prática amplamente consolidada. Quase 98% dos respondentes afirmaram concordar, em maior ou menor grau, com a doação de peças em bom estado, o que revela engajamento significativo com uma estratégia sustentável simples e acessível. A revenda de roupas, entretanto, apresenta um cenário dividido: aproximadamente metade dos estudantes concorda com a prática, enquanto a outra metade se mostra indiferente ou contrária. Esse resultado sugere que, embora exista abertura, a revenda ainda não é amplamente disseminada como alternativa no contexto estudantil.

Outro ponto importante refere-se à valorização da durabilidade. Quase 80% dos respondentes afirmaram dar preferência a roupas mais duráveis, mesmo que com custo mais elevado, demonstrando preocupação em evitar o consumo de peças descartáveis. Além disso, mais de 90% dos estudantes declararam priorizar a qualidade das roupas em detrimento da marca, evidenciando que o status associado ao consumo não é, em sua maioria, o fator central nas escolhas. Entretanto, essa valorização da durabilidade esbarra em barreiras econômicas. O depoimento de um estudante ilustra bem essa contradição: ele afirma reconhecer a importância

da sustentabilidade, mas admite que não pagaria mais caro por uma peça apenas por ser sustentável, optando por roupas mais baratas, ainda que de materiais menos ecológicos. Para ele, a redução dos preços é condição fundamental para ampliar a adesão ao consumo sustentável.

No que se refere à frequência de consumo, a maioria dos respondentes afirmou ter comprado entre zero e cinco peças de roupa nos últimos três meses, indicando um ritmo relativamente moderado. Apenas uma pequena parcela declarou ter adquirido mais de 20 peças no mesmo período. Além disso, o tempo médio de uso das roupas também reforça a tendência de prolongamento do ciclo de vida das peças: 44,8% disseram utilizar suas roupas por quatro anos ou mais, e 37,9% por dois a três anos. Apenas 17,2% afirmaram usar as peças por um ano ou menos. Nesse ponto, destaca-se novamente a influência da renda: estudantes de maior poder aquisitivo (acima de 21 salários-mínimos) foram os que mais declararam renovar o guarda-roupa em prazos curtos, comportamento explicado pelo desejo de exclusividade e pela maior facilidade de acesso. Já estudantes de baixa renda, ainda que prolonguem o uso das roupas por razões econômicas, têm acesso mais restrito a peças de qualidade, o que os obriga a repor itens com maior frequência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O consumismo na moda, conforme evidenciado por esta pesquisa, revela-se como um fenômeno complexo, atravessado por aspectos culturais, sociais e econômicos. Desde o período Paleolítico, quando o ato de se vestir começou como uma forma de proteção com o uso de peles, até o desenvolvimento da agricultura e das técnicas têxteis, e posteriormente a Revolução Industrial, que possibilitou a produção em larga escala, a moda vem evoluindo constantemente. A globalização e o avanço das telecomunicações intensificaram o acesso a produtos e a competitividade entre empresas, o que levou à consolidação do fast fashion — um modelo de produção rápida, barata e com ciclos curtos, porém marcado por impactos ambientais e sociais significativos. Em contraposição, o slow fashion, defende o consumo consciente, a produção ética, o uso de materiais sustentáveis e a valorização da produção local, mesmo que com preços mais elevados. Paralelamente, o consumo em brechós vem ganhando destaque como prática sustentável, prolongando o ciclo de vida das roupas e reduzindo resíduos. Entre os estudantes da PUC-SP, observou-se uma crescente adesão a práticas de consumo mais conscientes — como a doação, o uso prolongado das roupas e a abertura ao brechó —, embora ainda existam desafios ligados à reutilização criativa, à revenda e à priorização de peças éticas e orgânicas.

Um dos principais achados refere-se à influência da renda familiar no comportamento de consumo. A análise dos dados revelou que os estudantes da classe média, com rendimentos entre 3 e 20 salários-mínimos, são os que mais demonstram preocupação com a durabilidade das peças. Isso se deve ao acesso simultâneo a informação e recursos, que os capacita a investir em produtos de maior qualidade e vida útil prolongada. Em contraste, tanto os que recebem entre 1 e 2 salários-mínimos quanto os que possuem renda superior a 21 salários-mínimos demonstram menor engajamento com o consumo sustentável — os primeiros por limitações de acesso e os últimos por não priorizarem a durabilidade, optando por constante renovação do guarda-roupa.

Com estas análises de padrão, ficou evidente que a sustentabilidade na moda não pode ser analisada apenas por discursos generalistas. Ela está diretamente conectada à realidade material dos consumidores e às suas construções culturais. As observações realizadas em diferentes cidades italianas durante o processo da pesquisa ajudaram a reforçar a compreensão de que o consumo de moda sustentável está profundamente enraizado em contextos culturais específicos. Embora o foco do estudo esteja centrado na realidade brasileira, essas experiências internacionais permitiram ampliar a perspectiva crítica, ao revelar que sustentabilidade não é

um conceito único e universal, mas uma prática moldada por tradição e inserção em feiras cotidianas locais. Essas observações apontam para a necessidade de compreender o consumo consciente não como um modelo único, mas como um fenômeno múltiplo, enraizado em culturas locais e práticas cotidianas. No Brasil, iniciativas que abrangem alternativas como o Brechó, podem obter resultados positivos, já que se evidenciou que roupas de segunda mão tem tido forte aderência. O Brechó do Estagiário — realizado dentro do ambiente universitário — demonstra que o caminho para uma moda mais ética e circular pode estar justamente na criação de espaços acessíveis, democráticos e conectados com a realidade cotidiana.

REFERÊNCIAS

BHUTIA, Tenzin Noryang. Globalisation and the impacts of fast fashion. CESP, 2020.

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. Consumer behavior. Singapore: Cengage Learning, 2001.

CALÍOPE, T. S.; CONCEIÇÃO, I. E. P. Velho para um, novo para outro: quem compra em brechó? Anais do Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 38, 2014.

CRISPIM, S. F.; PAMPLONA, J. B.; MARCELINO, E. P. S.; MARCELINO, C. P. S. Measuring the environmental awareness of the Secondhand fashion consumer in light of the NEP Scale. Research, Society and Development, v. 11, n. 3, p. e17211326350, 2022.

DUNLAP, R.; VAN LIERE, K. The New Environmental Paradigm Scale. Journal of Environmental Education, 1978.

FLETCHER, K.; THAM, M. Earth Logic: Fashion Action Research Plan. The J J Charitable Trust, 2019.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. Consumer behavior. 7th ed. New York: Dryden Press, 1995.

LEGNAIOLI, S. Fast fashion: o que é, impactos e alternativas, 2025. Acesso em: 29 ago. 2025.

NASSIMBEM, R. R.; LINKE, P. P.; DO BEM, N. A. Consumo de vestuário: análise das motivações do consumidor fast fashion e slow fashion. Revista de Ensino em Artes, Moda e Design, 2023, 7.3: 1-21.

SANTOS, M. da C. C. Descarte correto de roupas: preocupação ambiental ou preocupação pró-social. 2022. Bachelor's Thesis. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

SILVA, A. L.; ASSIS, R. Primeiro passo repensar: um olhar sobre o consumo de moda sustentável dos jovens universitários em Portugal. Lisboa: FEC | Fundação Fé e Cooperação e CEsA/ISEG-UL, 2024.

SILVA, A. P.; OLIVEIRA, M. O papel dos brechós na sustentabilidade da moda: uma análise sobre consumo consciente. Revista de Moda e Sustentabilidade, v. 3, n. 2, p. 45–58, 2021.

THREDUP. 2023 Resale Report. 2023. Acesso em: 29 ago. 2025.