

A NOVA ONDA DO BEACHWEAR: MODA E SUSTENTABILIDADE

The new beachwear wave: fashion and sustainability

Ramos, Marina Giovana; Graduada; Universidade de Fortaleza,
marinagiovanaramos15@outlook.com¹

Camelo, Priscila Medeiros; Doutoranda; Universidade de Fortaleza,
priscilamedeiros@gmail.com²

Cavalcante, Izabelle Rodrigues; Graduada; Universidade de Fortaleza,
iza._cavalcante@outlook.com³

Resumo: O presente estudo tem como objetivo geral analisar de que forma a sustentabilidade está sendo aplicada e trabalhada no segmento *beachwear* no Ceará. Trata-se de um estudo exploratório e descritivo, com base na pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, tendo como instrumento de coleta de dados uma entrevista estruturada, aplicada junto a três marcas cearenses, que mostram-se engajadas com a questão sustentável: Serena Soul, Marilisa e Beau Sable.

Palavras chave: Beachwear. Moda. Sustentabilidade. Ceará.

Abstract: The present study has the general objective of analyzing how sustainability is being applied and worked on in the beachwear segment in Ceará. It is an exploratory and descriptive study, based on bibliographic research and field research, having a structured interview, which was applied to three brands from Ceará, which are committed to the sustainable issue, namely: Serena Soul, Marilisa and Beau Sable. Finally, the study adopts a qualitative approach.

Keywords: Beachwear. Fashion. Sustainability. Ceará.

Introdução

A sustentabilidade tornou-se uma temática relevante para diversos setores, incluindo a moda. Deste modo, faz-se necessário coletar informações sobre matéria-prima, processo de produção, reciclagem, reutilização e decomposição de materiais, a fim de diminuir os impactos ambientais e sociais da moda, advindos do movimento *fast fashion*.

¹ Graduada em design de moda pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

² Doutoranda em Ciências da Cultura pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (UTAD/PORTUGAL) e professora do curso de design de moda da Universidade de Fortaleza (UNIFOR).

³ Graduada em design de moda pela Universidade de Fortaleza (UNIFOR).



Neste contexto, a presente pesquisa tem como objetivo geral analisar de que forma a sustentabilidade está sendo trabalhada no segmento de *beachwear* no Ceará. À vista disso, a questão norteadora da pesquisa é: de que forma a sustentabilidade pode ser trabalhada no segmento *beachwear*?

Desta forma, o estudo traz como problemática a questão da sustentabilidade está sendo aplicada e trabalhada em diversos segmentos da moda. Contudo, diante das especificidades do segmento de moda praia, percebe-se que ainda é incipiente o número de marcas de *beachwear* sustentáveis. Por se tratar de um segmento peculiar, que demanda tecidos, matérias-primas, maquinários e processos particulares, muitas marcas vislumbram a sustentabilidade como algo distante e de alta complexidade, ignorando as diversas possibilidades de aplicá-la nos seus negócios.

A escolha pela temática estudada justifica-se pelo fato do Ceará ser referência nacional e internacional no segmento de *beachwear*, se destacando pela beleza e qualidade das peças produzidas, que são pontos fortes dos produtos locais, o que facilita o crescimento deste segmento.

Corpo de Texto

Sustentabilidade X Moda

Estima-se que 170 mil toneladas de resíduos têxteis sejam gerados no Brasil por ano. Globalmente, os valores são mais alarmantes e, segundo a Fundação Ellen MacArthur (2019), são descartados cerca de um caminhão de roupa por segundo. O fato é que a compra e descarte rápido substituíram o consumo de objetos duráveis. Para o modelo *fast fashion* se sustentar, a produção de roupas dobrou nos últimos 15 anos, ao passo que, o número médio de vezes que cada peça é utilizada diminuiu 36%. Vale ressaltar que a fabricação dessas peças envolve um processo custoso ambientalmente. Uma camisa de algodão, por exemplo, exige o consumo de 2.700 litros de água. Fora isso, estima-se também que, em 2016, 3.990 milhões de toneladas de dióxido de carbono foram gerados pela indústria do vestuário e de calçados. O design tem uma grande importância na diferenciação e sustentabilidade dos produtos, pois ele agrega valor, podendo reduzir o uso de matérias-primas, economia de energia, racionalização



da produção e otimização do processo, assim como o aumento da qualidade, que gera uma vida útil maior ao produto.

De acordo com Finotti (2017) o material usado na indústria da moda está associado a todo tipo de impacto ambiental, podendo destacar mudanças climáticas, efeitos adversos sobre a água e seus ciclos, poluição química, perda da biodiversidade, uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis, geração de resíduos, efeitos negativos sobre a saúde humana e efeitos sociais nocivos a comunidade produtora. É perceptível o quanto a retirada em excesso destes recursos afeta os sistemas ecológicos e sociais.

Conforme a Fundação Ellen MacArthur (2019), percebe-se que as pessoas não usam uma peça de roupa por muito tempo. Em um mundo com uma demanda cada vez maior em relação ao vestuário, os consumidores querem roupas novas, ao invés de utilizar as que já possuem e as que já vestiram apenas algumas vezes. Afinal, diversos modelos de negócio vêm sendo criados a partir da premissa *fast fashion*, possuindo um sistema linear de produção, uso e descarte rápido. Cabe pontuar aqui que em contrapartida ao *fast fashion*, o *slow fashion*, que propõe uma forma mais lenta de trabalhar moda, prioriza peças atemporais, que durem mais e não sejam descartadas tão rapidamente (WRI BRASIL, 2018).

Os materiais, a energia e a mão de obra que compõem uma peça de vestuário tem o potencial de satisfazer nossas necessidades criativas e operacionais várias vezes e, em alguns casos, um número infinito de vezes. Com efeito, o que se descarta no aterro sanitário não são apenas roupas, mas oportunidades de design e de negócio também terminam sendo enterradas em buracos no chão. A reutilização, a restauração e a reciclagem interceptam recursos destinados aos aterros sanitários e os conduzem de volta ao processo industrial como matérias-primas. Assim, podem desacelerar o fluxo linear de materiais ao longo do sistema industrial (FLETCHER E GROSE, 2011).

Ademais, pontuam as autoras que é imprescindível que o designer esteja à frente da cadeia produtiva, analisando cada etapa e buscando processos mais sustentáveis. A



inovação para a sustentabilidade, em relação aos processos, compreende basicamente o branqueamento e tingimento com o uso reduzido de substâncias químicas, as cores sem tingimentos, os corantes naturais, o desperdício mínimo no corte e na costura, questões de trabalhos justos e dignos na etapa de corte e costura, metais e aviamentos de baixo impacto, entre outros.

Diante disto, o mercado vislumbra uma moda mais ética, que critica o consumismo em demasia e prega a reeducação no momento da compra, por meio do conceito *slow fashion*, que prioriza uma moda sustentável, o cuidado com os processos e com as pessoas que produzem as peças, a valorização da cultura, como o artesanato local, a busca por tecidos mais naturais e a compra de peças atemporais, que não saiam de moda com a mudança de cada estação (DINIZ, 2019).

Moda Praia Cearense

Para Barbosa (2017), o Ceará é o terceiro polo de moda praia do Brasil. A mão de obra envolvida no segmento é do próprio Estado e a produção apresenta um custo reduzido por conta disso. As características que mais se destacam na moda praia cearense é a beleza e a qualidade dos produtos, que vem sendo um ponto forte, que facilita o crescimento do segmento na região. O mercado de biquíni cearense também destaca-se pela variedade de cores, *design*, qualidade de tecido, acabamento e tecnologia, o que faz com que o produto final seja bastante requisitado.

Portanto, o cenário de moda praia no Ceará conta com uma diversidade de marcas, onde os consumidores têm várias faixas de preços e lugares de compra, o que facilita o acesso do público a esse tipo de produto. Além disso, com a fácil conexão das pessoas com a informação, devida sua propagação via internet, sem sair de casa é possível conferir diversos produtos e até mesmo fazer compras (AUSTREGÉSILO, 2019). Tal informação justifica o fato da moda praia cearense ter conquistado outros mercados, sendo um produto amplamente exportado.

Para a autora supracitada, o cenário local em relação a este segmento é favorável, porém as marcas não oferecem muita diversidade em relação às modelagens



e estampas, o que faz com que a indústria apresente produtos parecidos. Geralmente, os modelos das peças apresentam estampas com desenhos tropicais ou na cor preta. Quando uma marca resolve investir em modelagens, tecnologias, tecidos diferenciados entre outros, tem-se uma consequência direta na elevação do preço final, dificultando, muitas vezes, a venda.

Metodologia e Achados da Pesquisa

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa exploratória e descritiva, tendo como base a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. O instrumento de coleta de dados da pesquisa de campo corresponde a uma entrevista previamente estruturada, composta por oito questões subjetivas (MARCONI e LAKATOS, 2002).

A entrevista tinha como foco empresas de *beachwear* cearenses que aplicam os preceitos da sustentabilidade em seus negócios. Assim, entrevistou-se empresários de três marcas locais, sendo elas: Marilisaoficial, Serena Soul e Beau Sable. A escolha das marcas ocorreu de forma aleatória, levando em considerações indicações de professores do curso de Design de Moda da Universidade de Fortaleza e consumidores conscientes que consomem produtos das referidas marcas.

A pesquisa foi realizada entre os dias 30 de abril e 10 de maio de 2020, por meio da plataforma online *Google Forms*. Por fim, a pesquisa segue uma abordagem qualitativa, que conforme Marconi e Lakatos (2002) tem como premissa analisar e interpretar aspectos mais profundos, subjetivos e não quantificáveis.

Dentre os resultados, infere-se que o que motivou essas marcas a trabalharem com os princípios sustentáveis foi o seu amor pelo mundo e meio ambiente. E, a partir disso, os clientes passaram a enxergar as marcas com mais positividade, pois elas, além de produzirem um produto com princípios sustentáveis, também oferecem preços acessíveis, já que muitas marcas que trabalham com a sustentabilidade propõem um preço acima do orçamento de alguns clientes. A empresária Militão, da marca Serena Soul, ressalta que mesmo com preço acessível, seus produtos sustentáveis priorizam uma boa qualidade, o que demonstra, para alguns consumidores ou até mesmo para



outras marcas, que é possível produzir produtos sustentáveis com preço acessível e boa qualidade.

A preocupação com os critérios sustentáveis permeia todo o processo de produção das marcas, fazendo-se presente desde a criação até a distribuição dos produtos, como ressalta Militão (2020):

A marca analisa cada processo de sua produção e reconhece em qual processo precisa está aplicando o princípio da sustentabilidade. É feita uma pesquisa de temas, tecidos e o que os clientes estão procurando. Daí fazemos os desenhos, modelagens, pilotagem e fazemos a produção (MILITÃO, 2020, 05 de maio).

De acordo com Marina Parente (2020), empresária da Marilisaoficial, um dos maiores desafios para as marcas sustentáveis no Ceará é a questão da conscientização, se compararmos com Rio de Janeiro e São Paulo, que são cidades mais desenvolvidas em relação a consciência ambiental. A entrevistada acrescenta ainda outro desafio para as marcas, que é o preço da matéria prima sustentável. Segundo ela:

Outra dificuldade, na minha opinião, ainda são os preços das matérias-primas sustentáveis praticadas no Brasil. De fato, o que polui mais era para custar mais caro, mas sabemos que não é bem assim. Muitas tecnologias vêm de fora e os preços variam de acordo com o dólar aí a indústria acaba que "condecorando" esse tipo de matéria e tornando-as mais exclusivas (PARENTE, 2020, 30 de abril).

Dentre os pilares da sustentabilidade, as marcas priorizam, principalmente, o pilar ambiental, que é constantemente enaltecido nas campanhas de conscientização e no aproveitamento de tecidos. Ademais, elas são unânimes ao afirmarem que a maior dificuldade relacionada às atividades de uma marca sustentável é conscientizar o consumidor dos impactos que suas escolhas geram para o planeta. Por isso, as marcas reforçam diariamente esse discurso de conscientização, além de investirem em matéria-prima ecológica, que segundo a entrevistada Marina Parente, estilista da marca Marilisa, contam com preço desafiador, em relação aos aspectos mercadológicos.

A empresária Marina Parente ainda relata que começar uma marca com o mesmo propósito da maioria não funciona, pois o mercado precisa de diferencial para poder evoluir. Então, ela reafirma, por meio da sua marca, seu intuito de impactar positivamente a comunidade onde está inserida. Por isso, essa foi a escolha da



Marilisa, embora a entrevistada reconheça que marcas sustentáveis no Ceará ainda correspondam a minoria no mercado. Contudo, na visão dela, isso tende a mudar e se todos ajudarem, tanto profissionais como clientes, será mais fácil elevar a moda local para um novo patamar.

Para as entrevistadas o nicho de clientes que se importam com os princípios da sustentabilidade é ainda escasso, pois são poucos os consumidores que buscam esse tipo de marca e/ou produto. Todavia, a cada dia, mais pessoas estão se conscientizando da relevância de se repensar o consumo de moda. Nas palavras de Marina Parente:

De fato, a moda sustentável é um nicho restrito, mas tende a mudar nos próximos anos, e se todo mundo colaborar, designers, marcas, indústrias, acadêmicos e simpatizantes do movimento, essa força será mais evidente (PARENTE, 2020, 30 de abril).

Considerações finais

O estudo revela que a sustentabilidade é uma questão necessária e, cada vez mais, deve-se priorizar uma produção ética e responsável, nas mais diversas atividades. Afinal, a sustentabilidade é transdisciplinar, afetando as mais diversas áreas. Por isso, a moda sustentável prioriza o respeito aos recursos naturais, aos animais e à sociedade em todas as suas etapas, valorizando inclusive as pessoas envolvidas na produção, para incentivar um consumo consciente.

Contudo, os critérios sustentáveis são ainda incipientes no segmento de moda praia, por mais que haja um crescente debate sobre a relevância da moda sustentável. Assim, com base na pesquisa realizada, percebeu-se que a moda praia sustentável é uma área escassa, principalmente no Ceará. Alguns fatores corroboram para esta situação, tais como: escassez de matéria-prima adequada, falta de interesse dos consumidores de *beachwear* por produtos sustentáveis, busca por uma melhor precificação, dentre outros. Portanto, por mais que o *Slow Fashion* esteja sendo aplicado nos demais segmentos da moda, no *beachwear* este conceito trata-se ainda de uma abordagem nova, sendo relevante que marcas de moda praia analisem a melhor forma de aplicá-la e despertar o olhar do consumidor.



Detectou-se ainda que dentre os pilares da sustentabilidade, os mais aplicados entre essas marcas, são o pilar ambiental e o pilar econômico, pois de acordo com as marcas entrevistadas, eles são os mais acessíveis para os negócios, embora as entrevistadas revelem interesse de implementar, posteriormente, os demais pilares, tais como: cultural, social, político e etc.

Referências

AGENDA 21, Conferência das nações unidas sobre meio ambiente e desenvolvimento. O caso do brasil: perguntas e respostas. Brasília: MMA, 2020.

AUSTREGÉSILO, Ana Karoline Nogueira Sobral. **Éfesos: criação e desenvolvimento de uma marca no segmento de moda praia autoral.** Biblioteca Central da Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2019.

BARBOSA , Iara Luciana de Lima. **As concepções de corpo e o consumo de moda praia para as banhistas frequentadoras da praia de iracema em fortaleza- ce.** Biblioteca Universitária, Fortaleza, 2017.

DINIZ, Naiana Gonçalves. **O “fora de moda”: óbice ao princípio constitucional do desenvolvimento sustentável.** Biblioteca Universitária, Fortaleza, 2019.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A New Textiles Economy: Redesigning Fashion’s Future.** Circular fibre initiatives, 2019.

FINOTTI, Nélia Cristina Pinheiro. **Consumo exacerbado e as questões socioambientais: uma análise preliminar.** Centro Universitário de Mineiros – Unifimes, Minas Gerais, 2017

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e Sustentabilidade: design para mudança.** São Paulo: Senac SP, 2011.

FURLAN, Ana Paula. **Moda e sustentabilidade: o que pensam futuros profissionais da área de Design.** Moda Palavra, Florianópolis, 2019.

MARCONI, Marina de Andrade, LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica.** São Paulo: Atlas, 2002.

RUSSI, Akemi Ariel Ribeiro. **Sustentabilidade na indústria da moda: Um estudo exploratório.** ENGEMA, Campinas, 2019.

SILVEIRA, Liege Martins. **Inovação social e sustentabilidade na moda: Proposta de solução habilitante para reaproveitamento de resíduos têxteis.** Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2019.



WORLD RESOURCES INTERNATIONAL. Os impactos economicos e sociais da “fast fashion”. WRI BRASIL, 2018.

