

EM DEFESA DE UMA MODA CIRCULAR: UMA ANÁLISE SOBRE EVENTOS DE TROCA DE ROUPAS DE SEGUNDA MÃO

Ventura, Jéssica Baptista dos Santos; Doutoranda; Universidade do Estado do Rio de Janeiro, jessicabsventura@gmail.com¹

RESUMO

Nos últimos anos, as discussões por uma moda mais ética e mais sustentável já estavam presentes nas redes digitais. A exemplo do Fashion Revolution, um movimento global que realiza campanhas por uma moda mais justa, transparente e responsável. Com a chegada da pandemia da Covid-19, a discussão sobre sustentabilidade e consumo de moda ganhou escala, observou-se, a partir do ano de 2020, um crescimento exponencial do número de *lives* com especialistas no tema, principalmente durante a quarentena. Face ao contexto pandêmico, os dispositivos midiáticos tornaram-se um espaço de consumo de ativismo (MIRANDA; DOMINGUES, 2018).

Diante dessa nova realidade, buscamos com este estudo analisar as narrativas produzidas na rede social *Instagram*, mais especificamente em perfis de consumo de moda ativista, como é o caso dos eventos de troca de roupas de segunda mão. Importante ressaltar que este trabalho faz parte de uma pesquisa maior de doutorado em andamento. Assim sendo, elegemos dois perfis: Projeto Gaveta e Faz Girar market, ambos direcionados para a organização de eventos de troca de roupas de segunda mão. Com mais de vinte e seis mil seguidores², o projeto Gaveta realizou, em 2021, um evento de troca totalmente *online* para os moradores da cidade de São Paulo. Já o Faz Girar market, com quase sete mil seguidores³, criou, também em 2021, um clube de troca de roupas, localizado em Copacabana, zona sul do Rio de Janeiro, além de promover eventos mensais em diferentes pontos da cidade com atividades de conscientização ambiental, brechós, troca de roupas e outros objetos.

¹Doutoranda e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Graduada em Comunicação/Jornalismo pela mesma universidade. Curso Técnico de Produção em Moda da FAETEC – Fundação de Apoio à Escola Técnica. Integrante do grupo de pesquisa Corps: Corpo, Representação e Espaço Urbano.

² Disponível em: [Projeto Gaveta \(@projetogaveta\) • Fotos e vídeos do Instagram](#) Acesso em: 21.06.2022

³ Disponível em: [FAZ GIRAR MARKET \(@fazgirarmarket\) • Fotos e vídeos do Instagram](#) Acesso em: 21.06.2022

Esta pesquisa, de cunho qualitativo, utiliza como metodologia de análise a etnografia da internet (HINE, 2016). Este método nos auxilia na observação do campo e no registro, por meio da anotação descritiva, das interações realizadas entre os usuários da plataforma e os organizadores dessa prática de consumo de moda ativista. Quanto ao referencial teórico, partimos de uma perspectiva antropológica e consideramos o pensamento de Colin Campbell (2006); Gilles Lipovetsky (1989; 2008; 2014); Daniel Miller (2013); Arjun Appadurai (2008), dentre outros. Com a análise, concluímos que a rede social exerce um papel de relevância na organização e na promoção desses eventos de troca que nascem na rede e se materializam, em alguns casos no espaço físico. Também observamos que a expressão moda circular é apropriada por esses movimentos para definir esse tipo de prática de consumo que visa a circularidade das roupas, que estão sem uso no armário dos participantes, além disso há a proposta de engajamento dos seguidores dos perfis sobre o seu papel político e cidadão nas escolhas de consumo e no uso efetivo dos bens, dando relevância para as roupas que já existem.

Palavras-chave: moda circular; eventos de troca de roupas; consumo de moda ativista

