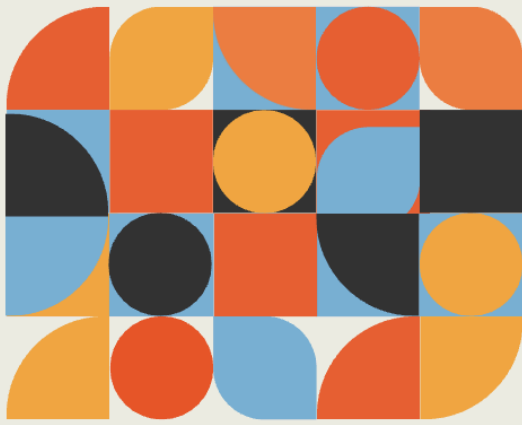




DO FÍSICO AO DIGITAL: TRANSFORMAÇÕES DO CONSUMO COLABORATIVO DE MODA ENTRE 2018 E 2025

Lemos, Anna Carolina Melo; Esp.; Universidade do Estado de Minas Gerais, anna.lemos@uemg.br¹
Dantas, Ítalo José de Medeiros; Me.; Universidade do Estado de Minas Gerais, italo.dantas@uemg.br²
Cavalcante, Ana Luisa Boavista Lustosa; Dra.; Universidade Estadual de Londrina, anaboavista@uel.br³

Laboratório de Estudos em Moda, Sustentabilidade e Sentidos (LEMOSS)

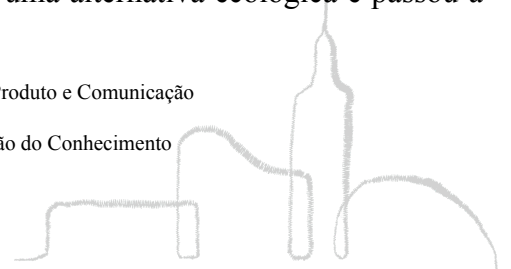
RESUMO

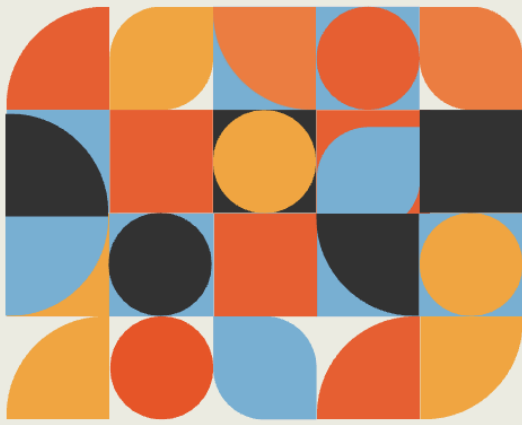
Esta pesquisa tem como objetivo analisar o papel do consumo colaborativo no mercado da moda, comparando os cenários de 2018 e 2025, a partir das tensões entre práticas materiais e valores simbólicos que estruturam o vestir contemporâneo. O objetivo central é compreender como o consumo colaborativo – antes compreendido como resistência ao consumismo – reconfigura-se na sociedade contemporânea como prática multidimensional, atravessada por tecnologia, ética e linguagem. A pesquisa parte da hipótese de que o consumo colaborativo, ao migrar do físico para o digital, amplia seu alcance, mas também reconfigura seus sentidos, deslocando-se de um gesto alternativo para uma estratégia de regeneração e pertencimento no sistema moda. Fundamentamo-nos em Lipovetsky (2009), Botsman e Roger (2011) e Karpova *et al.* (2022). A metodologia adotada foi de natureza qualitativa, com abordagem exploratória e fundamentada em levantamento bibliográfico e estudos de múltiplos casos. Neste estudo, revisitamos práticas de consumo colaborativo, mapeadas em estudos anteriores, conduzido em 2018, comparando-os com as práticas que transcrevem o momento contemporâneo, pós-pandêmico. Pensando assim, a análise proposta leva em conta tanto os usos sociais das roupas quanto às transformações tecnológicas que afetam os modos de produção, circulação e significação dos objetos de moda. De tal maneira, os resultados indicam que o consumo colaborativo deixou de ser apenas uma alternativa ecológica e passou a

¹ Professora do curso de Design de Moda da Universidade do Estado de Minas Gerais, Especialista em Moda: Produto e Comunicação

² Professor do curso de Design de Moda da Universidade do Estado de Minas Gerais, Mestre em Design

³ Professora do Curso de Design Gráfico da Universidade Estadual de Londrina, Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento





20^º COLÓQUIO DE MODA

19º FÓRUM DAS ESCOLAS DE MODA DOROTEIA BADUY PIRES
11º CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN E MODA

FAAP - SÃO PAULO

DE 30 DE SETEMBRO A 03 DE OUTUBRO DE 2025

integrar um novo regime de valores do mercado, da cultura e da experiência social. Enquanto em 2018 predominavam experiências locais de troca e aluguel com ênfase comunitária, em 2025 o fenômeno se diversifica e se consolida por meio de revenda e segunda mão, aluguel de roupas, trocas temporárias e plataformas digitais especializadas. Assim sendo, o vestuário passa a operar como índice de posicionamento cultural e pertencimento simbólico, em um circuito mediado por redes complexas e digitalizadas. Nesse sentido, observa-se uma transição da moda-objeto para a moda-processo, atravessada por tecnologias de rastreabilidade, modelos de assinatura, curadorias afetivas e experiências gamificadas. Economicamente, tais práticas são absorvidas por startups e grandes marcas como um novo eixo de valor, moldando ecossistemas híbridos entre consumo, circularidade e reputação. Ainda assim, desafios persistem, como a percepção de risco em relação à higiene e autenticidade, bem como a necessidade de maior transparência nos processos e comunicação das plataformas. A principal limitação da pesquisa é o recorte analítico restrito a dados secundários, como artigos e relatórios. Por sua vez, as implicações práticas podem caminhar para compreender como os sentidos contemporâneos do consumo colaborativo contribui para a formulação de políticas de moda mais éticas, bem como para o reposicionamento de marcas, instituições e coletivos. Em termos sociais, o estudo aponta para o fortalecimento de uma moda baseada na confiança, na horizontalidade e na partilha de saberes e estéticas, afirmando-se como espaço de regeneração cultural e não apenas mercadológica. A originalidade deste trabalho reside em traçar um arco temporal crítico entre dois momentos distintos da prática colaborativa, interpretando seus deslocamentos enquanto produção de pensamento sobre a moda e seus futuros possíveis.

Palavras-chave: consumo colaborativo; moda sustentável; práticas contemporâneas.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O Que É Meu É Seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

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

KARPOVA, E. E.; JESTRATIJEVIC, I.; LEE, J.; WU, J. An ethnographic study of collaborative fashion consumption: The case of temporary clothing swapping. **Sustainability**, v. 14, n. 5, p. 2499, 2022.

