

AFETO: COMO OS SENTIMENTOS RELACIONAM-SE COM A SUSTENTABILIDADE DA MODA

IV Encontro de Programas de Educação Tutorial

Rebeca de Oliveira Bento Carlos, Bárbara Cavalcanti Rêgo, Hércules Gomes Lima,
Francisca Raimunda Nogueira Mendes

O presente trabalho foi desenvolvido pelo Programa de Educação Tutorial (PET) do curso de Design – Moda e possui o objetivo de investigar e entender como o afeto pode contribuir para a sustentabilidade dentro da moda. Foram ouvidas três pessoas através de uma entrevista semi-estruturada, com o intuito de descobrir se existia alguma peça de roupa com a qual possuíam uma relação de afeto, bem como os efeitos desse afeto. Para isso, utilizou-se o conceito de que os objetos são capazes de despertar algum tipo de emoção a quem eles pertencem, confrontando, de tal forma, a lógica do consumismo. O consumismo surgiu após a Revolução Industrial, quando se produzia além da necessidade da população e pode ser definido como a compra por impulso. De tal maneira, dando espaço ao manifesto do afeto pelos objetos, o indivíduo compraria apenas o que lhe desperta sentimentos, motivados por necessidade ou afeto, e não mais por impulso, reflexo de um sistema capitalista. A partir dos depoimentos, foram comprovados que de fato existem ligações afetivas com os artigos de moda, tanto por guardar lembranças de momentos especiais, quanto pela forma como ele foi produzido. Desse modo, é possível explorar essa relação entre sentimento e objeto como forma de conscientização a fim de evitar o consumo desenfreado dos artigos de moda, contribuindo para uma maior vida útil dos mesmos, sendo uma forma de colaborar com as práticas sustentáveis e de preservação ambiental.

Palavras-chave: moda. sustentabilidade. cultura. afeto.