

A ÉTICA COMO ESTRATÉGIA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS NO SETOR DE MODA

DUARTE, Luciana dos Santos

INTRODUÇÃO

A moda, de um modo geral, ainda é pouco estudada no Brasil, constatando-se uma “bibliografia inexpressiva e carente de comprovação científica” (RECH, 2002). Embora a sustentabilidade seja um conceito mais difundido, tanto a “moda sustentável” quanto a “moda ética” são estudadas em poucas universidades brasileiras. Na Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, a “moda ética” começa a ser pesquisada em 2007, por meio do Núcleo Design e Cultura. Em contrapartida, no Chelsea College of Art, em 2008, 67% dos trabalhos de conclusão do curso de moda foram sobre questões eco ou éticas (LEE, 2009).

Moda ética é um conceito recente (surge em 2004, com o desfile e manifesto *Ethical Fashion Show*, em Paris), que engloba o conceito de moda sustentável, sendo muitas vezes confundido com este.

METODOLOGIA

O método para este trabalho pauta-se em levantamento de dados. A etapa de base teórica considera a bibliografia em moda, design, ética e sustentabilidade. Já a etapa exploratória consiste em estudos descritivos e na identificação de aspectos específicos e abrangentes do tema. Quanto à etapa experimental, o foco são estudos críticos, nas especificações e correlações dos assuntos levantados e nas amostras de estratégias de valorização de produtos. Por fim, os aspectos conclusivos buscam delimitar os procedimentos utilizados no design de produto, com foco na moda ética.

RESULTADOS

A moda sustentável tem como suas principais diretrizes o comércio justo, o desenvolvimento social, o uso de matéria-prima ecologicamente correta, valorização da identidade cultural local, processo produtivo limpo, slow fashion, serviços que aumentam o ciclo de vida do produto, projeção de um estilo de vida sustentável, produtos de extrema qualidade, dentre outras.

No contexto empresarial, a ética é compreendida como uma das estratégias na valorização de produtos. De acordo com SLACK (1997), tal estratégia baseia-se nas seguintes diretrizes quanto à área de projeto de produto: segurança do consumidor, reciclabilidade de materiais e consumo de energia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As diretrizes supracitadas configuram uma nova estética do design, determinadas pela ética da sustentabilidade, em que “a estética vem sendo considerada como um reflexo do comportamento do homem enquanto ser social” (DE MORAES, 2009) e a ética é compreendida como um conjunto de normas morais com a finalidade de se “viver para o bem” (COMPARATO, 2006).

De acordo com essa ética e estética da sustentabilidade, produtos e serviços têm sido ofertados pelo setor de moda, respondendo a demandas do mercado consumidor, como o *green consumerism* (MANZINI, 2005), assim como tentando projetar uma nova forma de consumo e de estilo de vida, voltados para o bem dos indivíduos e da sociedade.

REFERÊNCIAS

COMPARATO, F. K. *Ética: direito, moral e religião no mundo moderno*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

DE MORAES, D. et al. *Design e sustentabilidade*. Barbacena, MG: EdUEMG, 2009.

LEE, M. *Eco chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente*. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. *O desenvolvimento de produtos sustentáveis*. São Paulo: EdUSP, 2005.

RECH, S. R. *Moda: por um fio de qualidade*. Florianópolis: UDESC, 2002.

SLACK, N. et al. *Administração da produção*. São Paulo: Atlas, 1997.

PALAVRAS-CHAVE

Design de produto, Ética, Moda, Estratégia, Estética, Sustentabilidade.