



AS BARREIRAS NA INDÚSTRIA DA MODA PARA SER UM VEÍCULO DE EMPODERAMENTO

THE BARRIERS IN THE FASHION INDUSTRY TO BECOME A VEHICLE FOR EMPOWERMENT

DOI: 10.5281/zenodo.8350688

Marcos Daniel da Silva Oliveira¹

RESUMO: Esta pesquisa abordou as barreiras na indústria da moda que impedem seu potencial como veículo de empoderamento. Explorou-se a influência dos estereótipos, a falta de diversidade, a ausência de inclusão, as condições de trabalho injustas e o impacto ambiental negativo. Compromissos com a diversidade, inclusão, sustentabilidade, salários justos, condições de trabalho seguras, educação e colaboração foram destacados como soluções para superar essas barreiras e transformar a moda em uma força positiva.

Palavras-chave: Moda Inclusiva, Diversidade na Moda, Empoderamento, Sustentabilidade na Moda.

ABSTRACT: This research delves into the barriers within the fashion industry that impede its potential as a vehicle for empowerment. It explores the influence of stereotypes, the lack of diversity, the absence of inclusion, unfair working conditions, and a negative environmental impact. Commitments to diversity, inclusion, sustainability, fair wages, safe working conditions, education, and collaboration are highlighted as solutions to overcome these barriers and transform the fashion industry into a positive force.

Keywords: Inclusive Fashion, Diversity in Fashion, Empowerment, Sustainability in Fashion.

¹Graduado em Tecnologia em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (2023).



INTRODUÇÃO

A indústria da moda é um dos setores mais influentes e dinâmicos em todo o mundo, moldando não apenas a forma como nos vestimos, mas também como nos expressamos e nos identificamos. No entanto, ao longo dos anos, essa indústria tem enfrentado uma série de críticas e desafios, e um dos mais prementes é a questão da inclusão. Enquanto a sociedade avança em direção a um entendimento mais amplo e respeitoso da diversidade, a moda, em muitos aspectos, ainda está em processo de adaptação.

Na moda, como em muitos aspectos da vida contemporânea, a busca pela inclusão se tornou uma narrativa inegável e imperativa. Como uma das indústrias mais influentes e onipresentes, a moda desempenha um papel essencial na forma como indivíduos se expressam, moldam suas identidades e interagem com a sociedade. Segundo Wilson (1985), “a moda é uma linguagem através da qual todos falam, mas que poucos realmente entendem.” A moda inclusiva não se trata apenas de roupas projetadas para atender às necessidades físicas de pessoas com deficiências, mas também abrange a inclusão de pessoas de diferentes origens étnicas, culturais, de gênero e tamanhos. Ela busca criar um espaço onde todos possam se sentir representados e celebrados. Apesar dos avanços significativos nas últimas décadas, a moda permanece um terreno desafiador para muitos, particularmente aqueles que historicamente foram marginalizados ou sub-representados.

Este projeto de pesquisa se concentra especificamente na moda inclusiva e busca compreender como ela pode servir como um veículo de empoderamento para uma variedade de grupos que tradicionalmente foram marginalizados ou excluídos pela indústria da moda convencional. O ponto central de nossa pesquisa é a análise das barreiras que impedem a plena integração da moda inclusiva no cenário da moda contemporânea.

DIVERSIDADE E INCLUSÃO NA MODA

A moda inclusiva, como mencionado anteriormente, está intrinsecamente ligada à diversidade e à inclusão. A diversidade na moda reconhece a riqueza das diferenças humanas. Isso inclui não apenas a variedade de corpos, mas também a diversidade de identidades de



gênero, orientações sexuais, origens étnicas, idades, culturas e habilidades físicas e mentais. A diversidade é a celebração da individualidade e a compreensão de que não existe um "normal" único, mas sim uma tapeçaria complexa de experiências humanas (LUZ, 2010).

Sansone (2004) diz que A indústria da moda está se esforçando para incluir modelos de diversas origens étnicas e raciais. Isso não apenas celebra a riqueza da diversidade cultural, mas também ajuda a eliminar a representação estereotipada e preconceituosa de grupos étnicos na moda.

Um dos aspectos mais visíveis da diversidade na moda é a representação de diferentes tipos de corpos. Isso envolve o uso de modelos com tamanhos e formas diversas, que vão desde modelos plus size até modelos com corpos atléticos, magros e muito além. A inclusão de uma variedade de corpos nas passarelas e campanhas publicitárias desafia os padrões de beleza tradicionais e promove uma aceitação mais ampla de todos os tipos de corpos (AIRES, 2019).

A inclusão na moda vai além da mera presença de pessoas diversas; ela cria um ambiente acolhedor e respeitoso para todos (DE SOUZA, 2020). Isso significa que as pessoas podem se expressar autenticamente, sem medo de discriminação ou preconceito. A inclusão na moda envolve garantir que as vozes de todas as comunidades sejam ouvidas (HOOKS, 2019).

Segundo Abreu (2019), inclusão na moda não é apenas uma questão de moda; é uma questão de direitos humanos e igualdade. Ela desafia normas antigas e promove uma sociedade mais justa e acolhedora. Quando a moda abraça a inclusão, ela se torna um instrumento poderoso para influenciar a cultura e moldar a maneira como as pessoas percebem a si mesmas e aos outros. É uma jornada contínua, mas é uma jornada que está trazendo mudanças positivas significativas para a indústria da moda e para o mundo em geral.

A teoria da diversidade e inclusão é uma abordagem ampla que transcende a moda e se aplica a diversas esferas da sociedade (KHATER; SOUZA, 2018). Os autores ainda enfatizam quem a importância de reconhecer e celebrar as diferenças individuais como um meio de promover a igualdade de oportunidades, a justiça social e a valorização de todas as



identidades e experiências humanas. A teoria da diversidade e inclusão reconhece que cada indivíduo é único, com suas próprias experiências, identidades e perspectivas (KHATER; SOUZA, 2018). Ela valoriza a individualidade e entende que não existe um "tamanho único" para todos em termos de identidade, aparência, opiniões e capacidades. A diversidade e inclusão enfatiza a necessidade de combater estereótipos e preconceitos que podem levar à discriminação e à marginalização de grupos de pessoas com base em características como raça, gênero, idade, orientação sexual, origem étnica e muito mais. Ela promove uma compreensão mais profunda e respeitosa das experiências de todos. Essa abordagem de teoria da diversidade e inclusão é uma algo holística que visa construir uma sociedade mais igualitária e respeitosa. Ela reconhece que a celebração das diferenças individuais não apenas enriquece nossas vidas, mas também promove a justiça social e a igualdade de oportunidades para todos.

Na moda, isso significa criar roupas, campanhas publicitárias e espaços que reflitam a diversidade da sociedade. A moda inclusiva, portanto, é uma manifestação tangível. Ela reconhece que a moda desempenha um papel central na construção de identidades e na comunicação de valores culturais (CLAUDIO, 2007). Como tal, a moda inclusiva não apenas celebra a diversidade, mas também desafia estereótipos prejudiciais e promove uma cultura de aceitação e inclusão. A importância da moda inclusiva na sociedade contemporânea é inegável. À medida que as discussões sobre diversidade e inclusão ganham destaque, a moda tem um papel vital a desempenhar na promoção de uma mudança cultural que abraça a riqueza da experiência humana. Quando a moda reflete e celebra a diversidade, ela se torna uma ferramenta poderosa para a construção de uma sociedade mais igualitária, respeitosa e inclusiva para todos.

ACESSIBILIDADE NA MODA

Acessibilidade é um dos pilares fundamentais da moda inclusiva, e sua importância transcende as roupas que vestimos (FRANCO, 2020). Isso refere-se à capacidade de todas as pessoas, independentemente de suas necessidades físicas ou econômicas, de participar



plenamente da moda. Como a designer de moda Carrie Hammer destacou em uma de suas entrevistas em 2014, 'a verdadeira moda inclusiva deve ser acessível a todas as pessoas, independentemente de suas diferenças.' Essa afirmação ressalta que a acessibilidade na moda não é um mero conceito, mas uma obrigação moral e social.

A acessibilidade na moda abrange vários aspectos, com destaque para a acessibilidade física. Isso envolve a criação de roupas e espaços de moda que atendam a uma variedade de corpos e necessidades. A verdadeira inovação na moda inclusiva não está apenas em fazer roupas maiores, mas em projetar roupas que atendam às necessidades específicas das pessoas (FRANCO, 2020). Isso significa considerar as necessidades das pessoas com deficiência, como roupas que sejam fáceis de vestir, com fechos magnéticos, velcros e designs que facilitem a independência no vestir. A acessibilidade na moda é uma evolução necessária na indústria, promovendo valores de igualdade, inclusão e respeito pela individualidade de cada pessoa. É um movimento em constante evolução que está transformando a forma como pensamos e experienciamos a moda, tornando-a verdadeiramente para todos.

Embora a acessibilidade na moda seja um objetivo essencial, ainda existem várias dificuldades e desafios que precisam ser superados para torná-la uma realidade plena. Muitas pessoas ainda não estão cientes da importância da acessibilidade na moda e de como ela pode impactar positivamente a vida de indivíduos com necessidades especiais (DOS SANTOS, 2018). A falta de conscientização é um obstáculo para a implementação de mudanças significativas na indústria. Essa indústria da moda tradicionalmente promoveu padrões de beleza estreitos e inatingíveis, o que pode ser alienante para muitas pessoas. Mudar esses padrões é um desafio, uma vez que requer uma redefinição das normas de beleza aceitas (CORSO; LEMOS; PEREIRA, 2021). A criação de roupas adaptadas e acessíveis pode ser mais cara em comparação com a produção em massa de peças de tamanho único (DE OLIVEIRA, 2007). Isso pode desencorajar os designers e varejistas de investir em moda acessível. Muitos designers e profissionais da moda não têm o treinamento necessário em design acessível. A educação e a conscientização sobre como criar roupas inclusivas são essenciais para superar esse obstáculo (AMORIM, 2016). Algumas pessoas ainda enfrentam



estigmatização e discriminação relacionadas a suas necessidades especiais. Isso pode criar barreiras psicológicas para a experimentação de moda acessível. Em alguns lugares, as leis e regulamentações que promovem a acessibilidade na moda podem ser insuficientes ou inexistentes. A implementação de regulamentos mais abrangentes é necessária para incentivar a mudança (FIALHO; SARROEIRA, 2012). Roupas acessíveis podem ser difíceis de encontrar, especialmente em áreas onde os designers e varejistas ainda não abraçaram totalmente a acessibilidade na moda. Em algumas culturas, estereótipos de gênero e normas culturais rígidas podem dificultar a aceitação de roupas acessíveis e inclusivas (NAKAYAMA, 2007).

Apesar desses desafios, a conscientização está crescendo e muitos designers, varejistas e ativistas estão trabalhando ativamente para superar essas dificuldades. A acessibilidade na moda está avançando lentamente, à medida que a sociedade reconhece a importância de garantir que a moda seja uma experiência acessível e inclusiva para todos, independentemente de suas necessidades ou características individuais. É um trabalho em progresso que continua a evoluir na direção certa.

SUSTENTABILIDADE NA MODA

A sustentabilidade na moda é uma consideração essencial no contexto da moda inclusiva (BRRLIM, 2020). À medida que a sociedade evolui e se torna cada vez mais consciente das questões ambientais e sociais, a indústria da moda não pode mais ignorar o impacto profundo que suas práticas têm no mundo (FLETCHER; GROSE, 2019). A moda inclusiva sustentável busca abordar essa questão fundamental, reconhecendo que a moda não deve apenas atender às necessidades das pessoas, mas também do planeta que compartilhamos.

Em um mundo onde a moda muitas vezes é associada ao excesso, à exploração de recursos naturais e ao descarte desenfreado, a moda inclusiva sustentável desafia o status quo (LIMA, 2018). Ela promove um paradigma onde a moda é uma força positiva para a mudança, uma ferramenta para empoderar as pessoas e um veículo para preservar o meio ambiente. A



transformação da indústria da moda em direção à sustentabilidade é, portanto, uma evolução natural da moda inclusiva, uma vez que ambas compartilham um compromisso fundamental com a justiça social, a igualdade e o respeito pelo nosso planeta (MALVEZZI, 2019).

A essência da sustentabilidade na moda inclui uma série de princípios-chave (ALVES, 2021). Um deles é a redução do desperdício. Isso significa que a moda inclusiva sustentável busca minimizar a quantidade de resíduos gerados durante todo o ciclo de vida de uma peça de roupa, desde a produção até o descarte. Isso é alcançado através de práticas como a redução do excesso de estoque, a reciclagem de materiais e a reutilização de roupas.

Outro princípio fundamental é o uso de materiais eco-friendly. Isso envolve a escolha de tecidos e materiais que têm um impacto ambiental reduzido em comparação com materiais convencionais (CHAABOUNI, 2021). Tecidos orgânicos, fibras recicladas e alternativas de baixo impacto ambiental são cada vez mais incorporados à moda inclusiva sustentável.

Além disso, a sustentabilidade na moda implica em condições de trabalho justas e práticas de produção éticas. Isso significa que as pessoas envolvidas na produção de roupas devem ser tratadas com dignidade e respeito, recebendo salários justos e trabalhando em ambientes seguros. A exploração de mão de obra barata é inaceitável na moda inclusiva sustentável.

A moda inclusiva sustentável não é apenas uma tendência passageira, mas uma mudança profunda na forma como a indústria da moda opera. Ela exige um compromisso contínuo com a responsabilidade e a transparência, bem como uma disposição para repensar a maneira como produzimos, consumimos e valorizamos nossas roupas. À medida que a moda inclusiva e a moda sustentável convergem, elas formam uma aliança poderosa que não apenas atende às necessidades das pessoas, mas também abraça a responsabilidade de proteger nosso planeta para as gerações futuras. Neste cenário, a moda se transforma de uma indústria voltada para o consumo em uma força que promove a justiça, a igualdade e a sustentabilidade, moldando um futuro mais brilhante para todos nós.

ESTEREÓTIPOS NA MODA



Os estereótipos na moda são como sombras escuras que pairam sobre a indústria, lançando uma luz distorcida sobre a forma como vemos e experimentamos o mundo da moda (BEZERRA, 2008). Eles representam representações simplificadas e, muitas vezes, distorcidas de grupos de pessoas com base em características como gênero, idade, tamanho e raça. Estereótipos na moda podem ser sutis ou gritantes, mas todos compartilham uma característica em comum: eles simplificam a riqueza e a complexidade da identidade humana, reduzindo-as a rótulos preconceituosos e limitados.

A moda, historicamente, desempenhou um papel crucial na perpetuação desses (LIPOVETSKY, 2009). O mundo da moda muitas vezes foi dominado por uma visão estrita e exclusiva do que é considerado "bonito" ou "adequado". As revistas de moda, passarelas e campanhas publicitárias frequentemente apresentaram modelos e figuras públicas que se encaixavam em padrões restritos de beleza, promovendo ideais inatingíveis de magreza, juventude e perfeição física. Essa representação limitada não apenas excluiu muitas pessoas, mas também alimentou uma cultura de insatisfação corporal e baixa autoestima (CESTARI, 2020).

Os estereótipos de gênero também desempenharam um papel prejudicial na moda, impondo expectativas rígidas sobre como homens e mulheres devem se vestir e se comportar. Isso não apenas restringiu a liberdade de expressão, mas também perpetuou a desigualdade de gênero, criando normas que muitas vezes limitaram as oportunidades e a autoestima de indivíduos (FISS, 2022).

No entanto, a moda inclusiva surge como uma força transformadora que desafia esses estereótipos arraigados. Ela celebra a diversidade de corpos, estilos e identidades, reconhecendo que não existe uma única definição de beleza ou moda (SPARGO, 2017). A moda inclusiva abre espaço para pessoas de todas as idades, tamanhos, origens étnicas e identidades de gênero se expressarem autenticamente por meio de suas escolhas de roupas.

Esse movimento de moda não apenas amplia o alcance da indústria, mas também promove valores fundamentais de igualdade, respeito e inclusão. Ele desafia os estereótipos ao mostrar que a moda é para todos, independentemente de sua aparência ou identidade. A



moda inclusiva não busca impor normas, mas sim celebrar a individualidade e a diversidade que tornam cada pessoa única.

À medida que a moda inclusiva continua a ganhar força, ela não apenas redefine a indústria da moda, mas também questiona os estereótipos arraigados que há muito tempo moldaram nossa visão do que é belo e aceitável. Ela nos lembra que a verdadeira beleza está na autenticidade e na aceitação de si mesmo, e que a moda pode ser uma forma poderosa de expressar quem somos, sem restrições ou estereótipos (SPARGO, 2017). É uma jornada em direção a um mundo da moda mais inclusivo, onde todos são convidados a se sentirem valorizados e empoderados, independentemente de como escolhem se vestir ou se apresentar ao mundo.

MODA COMO EXPRESSÃO CULTURAL

A moda transcende a mera escolha de roupas e se estabelece como uma linguagem única e complexa que ecoa através das eras e das culturas (BREGOLIN, 2018). Ela é muito mais do que uma simples questão de estilo; a moda é uma forma de expressão cultural profundamente enraizada em nossa sociedade. Ao longo da história, a moda tem desempenhado um papel vital na definição de identidades individuais e coletivas, refletindo valores, aspirações e até mesmo desafios culturais e sociais. A moda é, de fato, um espelho da alma de uma sociedade (LIPOVETSKY, 2009).

Como símbolo de identidade, a moda tem o poder de transcender barreiras culturais e linguísticas. Ela comunica não apenas o que vestimos, mas quem somos, de onde viemos e para onde aspiramos ir. Por trás de cada peça de roupa escolhida, há uma narrativa cultural que fala sobre o contexto histórico, a geografia, as crenças e os valores de um grupo de pessoas (DE MIRANDA, 2019). A moda é uma forma de comunicação visual que transcende fronteiras e pode ser compreendida em todo o mundo.

Um dos aspectos mais notáveis da moda é sua capacidade de desafiar e redefinir normas culturais. Ao longo da história, muitos movimentos culturais e sociais encontraram na moda uma plataforma para desafiar as convenções estabelecidas. Desde o surgimento do



movimento feminista na década de 1960 até o atual movimento de moda inclusiva, a moda tem sido um veículo de mudança, permitindo que as pessoas expressem seu desacordo com normas de gênero, padrões de beleza ou preconceitos culturais (CORRÊA, 2022).

Além disso, a moda desempenha um papel fundamental na promoção da aceitação da diversidade cultural. À medida que o mundo globalizado se torna mais interconectado, a moda se torna uma plataforma para a celebração das diferenças. Designers de todo o mundo incorporam elementos de suas culturas de origem em suas criações, criando uma tapeçaria global de estilos e influências (DOS SANTOS SANITA, 2020). Isso não apenas valoriza as heranças culturais individuais, mas também enriquece a experiência global da moda.

No entanto, a moda culturalmente sensível também levanta questões importantes sobre a apropriação cultural. É crucial que a moda respeite e reconheça a origem cultural de suas inspirações e evite a exploração de elementos culturais sem compreender seu significado e contexto (WILLIAM, 2019).

Em suma, a moda é muito mais do que uma indústria de roupas e acessórios; é uma expressão viva e vibrante das culturas e identidades humanas. Ela reflete valores, identidades e aspirações de uma sociedade, desafiando normas culturais e promovendo a aceitação da diversidade. A moda é uma linguagem universal que conecta pessoas de todas as origens e é um testemunho da rica tapeçaria da experiência humana. À medida que avançamos em um mundo cada vez mais interconectado, a moda continuará sendo uma forma poderosa de expressão cultural que transcende fronteiras e inspira diálogo e compreensão entre culturas diversas.

JUSTIÇA SOCIAL NA MODA

A moda, ao longo dos séculos, tem sido uma força cultural poderosa e influente, moldando tendências e refletindo valores sociais. No entanto, à medida que a sociedade evolui e se torna cada vez mais consciente das questões de justiça social, a indústria da moda não pode mais se isentar de sua responsabilidade na promoção da igualdade de oportunidades e direitos para todos os envolvidos (PEREIRA, 2021). A justiça social na moda é uma



necessidade imperativa que abraça uma visão mais ampla e compassiva da indústria, desde os trabalhadores nas fábricas até os consumidores que escolhem o que vestir.

A justiça social na moda é uma busca pela igualdade em todas as etapas da cadeia de produção e consumo. Começa com a garantia de que os trabalhadores envolvidos na fabricação de roupas sejam tratados com dignidade e recebam salários justos. A exploração de mão de obra barata e condições de trabalho precárias são inaceitáveis em uma indústria que busca o progresso e a igualdade (ECKSTEIN, 2021).

Além disso, a justiça social na moda também se estende à promoção da diversidade e inclusão. Ela reconhece que a moda deve ser para todos, independentemente de sua origem étnica, gênero, idade, orientação sexual ou capacidade física. A moda deve ser uma plataforma para a celebração da individualidade e da diversidade, em vez de promover normas de beleza limitadas e exclusivas.

A indústria da moda tem o poder de influenciar a sociedade e a cultura de maneiras profundas. Portanto, a busca pela justiça social na moda não é apenas uma escolha ética, mas também uma questão de responsabilidade e impacto social. Quando a moda se compromete com a justiça social, ela se torna uma força positiva na luta por um mundo mais igualitário e inclusivo.

PADRÕES DE BELEZA IRREALISTAS

A indústria da moda, com sua influência global e impacto cultural, é um reflexo poderoso das normas e ideais de beleza que permeiam nossa sociedade (SVENDSEN, 2010). Por décadas, a moda tem desempenhado um papel central na promoção de padrões de beleza que muitas vezes são inatingíveis e irrealistas. Esses padrões, enraizados em conceitos restritos de estética, têm lançado uma sombra longa e prejudicial sobre a indústria, dificultando o empoderamento de uma ampla gama de corpos e identidades.

Os padrões de beleza irrealistas promovidos pela indústria da moda não são apenas uma questão estética; eles têm um impacto profundo nas percepções individuais e na autoestima. Ao retratar predominantemente um tipo específico de beleza - muitas vezes



caracterizado por uma magreza extrema, juventude eterna e perfeição física - a moda exclui e marginaliza aqueles que não se encaixam nesse molde (LIMA, 2020).

Essa representação limitada da beleza tem consequências sérias e abrangentes. Ela perpetua uma cultura de insatisfação corporal, levando muitas pessoas a lutar com questões de autoimagem e autoestima. Além disso, cria uma divisão na sociedade, onde a aceitação é frequentemente condicionada à conformidade com esses padrões inatingíveis.

No entanto, é importante reconhecer que o movimento de moda inclusiva e o ativismo em prol da diversidade e da representação autêntica estão desafiando esses padrões prejudiciais. A moda está passando por uma transformação, com designers, modelos e marcas que celebram uma variedade de corpos, idades, identidades de gênero e origens étnicas. Isso não apenas torna a moda mais acessível e relevante para um público diversificado, mas também ajuda a desconstruir os padrões de beleza irrealistas que dominaram por tanto tempo.

EMPODERAMENTO ATRAVÉS DA MODA

O empoderamento através da moda é uma ideia profundamente transformadora que vai além do simples ato de vestir roupas (CARVALHAL, 2016). Envolve a capacidade de as pessoas se sentirem confiantes, autênticas e capacitadas por meio de suas escolhas de moda. Esse poder é especialmente significativo em um mundo onde as normas de beleza e os estereótipos muitas vezes limitam a autoestima e a autoaceitação.

A moda inclusiva desempenha um papel fundamental nesse processo de empoderamento. Ela se baseia na ideia de que a moda não deve ser exclusiva, mas sim acessível a todos, independentemente de sua aparência, idade, identidade de gênero ou origem étnica. Quando a moda se torna inclusiva, permite que as pessoas se expressem livremente, sem medo de julgamento ou crítica. (DE QUEIROZ; DA COSTA LOPES, 2015.)

O empoderamento na moda vai além do que é vestido. Ele se manifesta quando alguém escolhe conscientemente desafiar as normas e estereótipos da sociedade, abraçando sua singularidade e individualidade. Isso pode acontecer quando alguém se veste de uma



maneira que desafia as expectativas de gênero, escolhendo roupas que os façam sentir-se autênticos, independentemente das pressões externas.

Além disso, o empoderamento na moda está intrinsecamente ligado à autoaceitação. Quando as pessoas se sentem capacitadas a abraçar seus corpos e aparências exatamente como são, elas estão cultivando uma forte base de confiança em si mesmas. A moda inclusiva promove a aceitação de todos os tipos de corpos, promovendo uma cultura de amor-próprio e respeito mútuo.

A capacidade de escolher como se vestir, o que usar e como se apresentar ao mundo é um ato de autonomia pessoal. Essa autonomia é fundamental para o empoderamento individual. Quando as pessoas se sentem no controle de suas escolhas de moda, elas estão tomando as rédeas de sua autoexpressão e autoestima.

Em resumo, o empoderamento através da moda é uma jornada rumo à liberdade de expressão, aceitação pessoal e desafio das normas estereotipadas. A moda inclusiva desempenha um papel crucial nesse processo, ao criar um ambiente onde todos são incentivados a serem autênticos, confiantes e empoderados. É uma mudança poderosa que está moldando o futuro da moda e, conseqüentemente, a forma como as pessoas se veem e se sentem em relação a si mesmas.

OBJETIVO GERAL

Investigar e compreender as principais barreiras existentes na indústria da moda que dificultam sua capacidade de atuar como um veículo eficaz de empoderamento, identificando fatores

METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa se concentra uma abordagem mista, combinando elementos qualitativos e quantitativos para obter uma compreensão abrangente das barreiras existentes na indústria da moda (BARBOUR, 2009). A abordagem interpretativa (KOERICH, 2009), buscando entender as interpretações e significados subjacentes às barreiras para o



empoderamento na indústria da moda, tentando compreender questões que são levantadas diariamente pelas pessoas da comunidade. Isso permitirá uma análise mais profunda das questões envolvidas (GUERRA, 2023). Este projeto é categorizado como uma pesquisa exploratória e descritiva (GIL, 2002), uma vez que busca explorar as barreiras, com pesquisas em sites e redes sociais, como também questionar pessoas que utilizam de moda inclusiva e descrever as características relacionadas a essas barreiras na indústria da moda em relação ao empoderamento. Isso permitirá uma análise mais profunda das questões envolvidas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As barreiras da moda inclusiva na indústria da moda nos tempos atuais são multifacetadas e desafiam a realização plena desse ideal. A busca por transformar a indústria da moda em um veículo eficaz de empoderamento é uma jornada que requer esforço coletivo e compromisso com a mudança. As barreiras que existem atualmente na indústria não são intransponíveis; elas podem ser superadas com ações deliberadas e uma mentalidade inclusiva.

Abaixo, após pesquisas sobre quais grandes questões há na moda sobre essas barreiras, apresentamos umas das grandes barreiras encontradas para promover uma indústria da moda verdadeiramente empoderadora e inclusiva.

Representação Autêntica e Diversidade: o compromisso com a promoção da representação autêntica e diversa na moda é um passo crucial em direção a uma indústria mais inclusiva e empoderadora. Isso significa que algumas marcas estão dispostas a desafiar estereótipos e padrões de beleza ultrapassados, abrindo espaço para uma variedade de corpos, idades, identidades de gênero e origens étnicas nas passarelas, campanhas e marcas de moda. Ao fazê-lo, estarão abrindo as portas para uma moda que celebra a individualidade e capacita as pessoas a se expressarem autenticamente. Isso não é apenas uma tendência passageira, mas uma mudança fundamental que moldará o futuro da indústria da moda e promoverá a aceitação e inclusão de todos. A indústria da moda verá uma maior variedade de corpos,



idades, identidades de gênero e origens étnicas representadas nas passarelas, campanhas e marcas.

Educação e Conscientização: o compromisso com a educação e conscientização dentro da indústria da moda representa um passo fundamental em direção a uma transformação positiva. Ao educar e conscientizar todos os envolvidos, desde designers até modelos e profissionais de marketing, estamos construindo as bases para uma indústria mais empoderadora, inclusiva e socialmente justa. Profissionais da moda que estão mais conscientes das barreiras existentes estão em posição de liderar a mudança. Eles não apenas reconhecem a importância da diversidade, inclusão e justiça social, mas também tomam medidas ativas para superar essas barreiras. Eles estão se tornando agentes de mudança que promovem uma representação autêntica, celebram a individualidade e desafiam normas prejudiciais. Essa educação e conscientização não são apenas um compromisso momentâneo, mas um investimento contínuo no futuro da moda. À medida que mais profissionais da moda se tornam defensores desses valores, a indústria se transforma em um espaço onde todos são representados e valorizados. Esta mudança não apenas beneficia a indústria em si, mas também contribui para uma sociedade mais inclusiva e igualitária. Portanto, o compromisso com a educação e conscientização é um passo crucial rumo a uma moda que capacita, celebra a diversidade e promove a justiça social. É um lembrete de que, juntos, podemos criar uma indústria da moda que não apenas reflete, mas também impulsiona os valores de igualdade e respeito por todas as pessoas. Profissionais da moda estarão mais conscientes das barreiras existentes e tomarão medidas ativas para superá-las.

Salários Justos e Condições de Trabalho Seguras: a indústria da moda, com sua influência global, desempenha um papel significativo na vida de milhões de trabalhadores em todo o mundo. No entanto, por trás das passarelas e das vitrines, muitos trabalhadores enfrentam salários injustos e condições de trabalho precárias. Este compromisso visa mudar essa realidade, garantindo salários justos e condições de trabalho seguras para todos os trabalhadores da indústria da moda, independentemente de onde estejam localizados. A busca por salários justos e condições de trabalho seguras é essencial para criar um setor da moda



mais ético e humano. Muitos trabalhadores na indústria enfrentam longas jornadas, ambientes perigosos e salários que mal sustentam suas famílias. Essa situação não apenas prejudica suas vidas, mas também mancha a imagem da moda como um todo. Isso significa garantir que todos os trabalhadores da indústria da moda, desde costureiros em fábricas até vendedores em lojas, recebam salários justos que atendam às suas necessidades básicas. Além disso, deve-se empenhar em criar condições de trabalho seguras, livres de riscos à saúde e ao bem-estar dos trabalhadores. Ao valorizar e proteger os trabalhadores da indústria da moda, cria-se uma força de trabalho mais satisfeita e produtiva. Quando as pessoas se sentem respeitadas e seguras em seus empregos, sua motivação e dedicação aumentam, levando a um aumento na qualidade e eficiência da produção. Este compromisso não é apenas uma declaração de intenções, mas um passo concreto em direção a um setor da moda mais ético e responsável. Salários justos e condições de trabalho seguras não são um luxo, mas um direito humano básico. Ao garantir esses direitos para todos os trabalhadores da indústria da moda, estarão construindo um futuro onde a moda não apenas veste, mas também valoriza as pessoas que a tornam possível.

Empoderamento dos Consumidores: a indústria da moda não é apenas sobre designers, modelos e tendências; é também sobre os consumidores, aqueles que escolhem e moldam a direção dessa indústria. Comprometer capacitar os consumidores por meio da promoção de uma mentalidade consciente e crítica em relação às escolhas de moda. Acredita-se quando os consumidores estão bem informados, eles fazem escolhas que apoiam marcas e produtos que promovem valores de empoderamento. A moda é uma parte fundamental da vida de muitas pessoas, e nossas escolhas de roupas podem refletir nossos valores e identidades. No entanto, muitas vezes, os consumidores não têm informações suficientes sobre as práticas das marcas ou os impactos ambientais e sociais de suas escolhas de moda. Isso pode levar a decisões inconscientes que perpetuam padrões prejudiciais. O querer de capacitar os consumidores por meio da educação e da conscientização significa fornecer informações transparentes sobre as práticas das marcas, desde as condições de trabalho em



suas fábricas até suas políticas de sustentabilidade. Também incentivamos uma mentalidade crítica, onde os consumidores questionam estereótipos e padrões prejudiciais na moda. Quando os consumidores estão bem informados e têm uma mentalidade crítica, eles podem fazer escolhas que refletem seus valores. Eles podem apoiar marcas que promovem a diversidade, inclusão e sustentabilidade. Além disso, eles podem desafiar normas prejudiciais, incentivando a indústria da moda a evoluir em direção a práticas mais éticas e responsáveis. Este compromisso com o empoderamento dos consumidores não é apenas uma declaração de intenções, mas uma mudança tangível na forma como a moda interage com seus clientes. Acreditamos que quando os consumidores estão capacitados a fazer escolhas informadas e críticas, eles se tornam agentes de mudança na indústria da moda. Esta é uma via de mão dupla, onde a moda é influenciada pelos valores dos consumidores e os consumidores são capacitados pela moda.

Colaboração e Alianças: Na busca por uma indústria da moda verdadeiramente empoderadora, reconhecemos que a colaboração e alianças são fundamentais para desenvolver uma indústria comprometida a trabalhar em conjunto com organizações e grupos que compartilham a mesma visão. Acredita-se que, por meio de alianças estratégicas, pode promover a causa do empoderamento na moda e superar as barreiras de maneira mais eficaz. A indústria da moda é complexa e abrange uma ampla gama de atores, desde designers e marcas até consumidores e trabalhadores. Para criar mudanças significativas, é necessário unir esforços e recursos. A colaboração é a chave para aproveitar o poder coletivo de diversas partes interessadas. No compromisso de buscar parcerias estratégicas com organizações e grupos que compartilham nossos valores e objetivos. Isso inclui ONGs que promovem a inclusão na moda, sindicatos que defendem os direitos dos trabalhadores e outras entidades que desejam tornar a moda mais ética, inclusiva e sustentável. As alianças estratégicas têm o potencial de multiplicar o impacto e esforços. Trabalhando juntos, podem compartilhar conhecimentos, recursos e redes de apoio. Isso nos permite alcançar um público mais amplo, influenciar políticas e promover mudanças reais na indústria da moda. Este compromisso com a colaboração e alianças não é apenas um gesto simbólico, mas uma ação concreta para criar



uma indústria da moda mais empoderadora. Através de parcerias estratégicas, estamos fortalecendo nossa capacidade de promover a diversidade, inclusão e justiça social na moda.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria da moda está em um ponto de virada crucial. Reconhecemos as barreiras que têm limitado seu potencial de empoderamento, mas também reconhecemos o poder da mudança. Através da representação autêntica, da conscientização, da justiça social e do empoderamento dos consumidores, podemos moldar uma indústria da moda que celebra a individualidade, valoriza todos os tipos de corpos e culturas e desafia as normas de beleza irreais.

As discussões em torno dessas resoluções não devem ser efêmeras; elas devem ser incorporadas à cultura da moda de maneira duradoura. O empoderamento na moda não é apenas uma tendência passageira; é um compromisso contínuo com a igualdade e a inclusão. À medida que a indústria da moda avança em direção a esses objetivos, o impacto não será sentido apenas nas passarelas e nas vitrines, mas na autoestima e na confiança de milhões de pessoas em todo o mundo. É uma transformação que vale a pena ser alcançada, e juntos, podemos torná-la uma realidade.

À medida que concluímos esta exploração das barreiras na indústria da moda e seu potencial como veículo de empoderamento, é claro que estamos diante de desafios significativos, mas também de oportunidades emocionantes de transformação. As barreiras que incluem estereótipos prejudiciais, falta de diversidade e condições de trabalho injustas não são intransponíveis. Pelo contrário, com compromissos sérios e ação coletiva, podemos superá-las.

Nossa pesquisa mostrou que a diversidade, inclusão, sustentabilidade e justiça social devem ser os pilares fundamentais da moda moderna. Isso exige não apenas mudanças nas práticas da indústria, mas também nas atitudes e mentalidades de todos os envolvidos - de designers a consumidores.



Por meio da educação, conscientização, colaboração e alianças estratégicas, podemos construir uma indústria da moda que celebra a individualidade, valoriza todas as pessoas envolvidas em sua criação e respeita nosso planeta. Empoderar a moda é empoderar as pessoas.

Este trabalho é apenas o começo de uma jornada contínua. No futuro, é crucial continuar a pesquisa, ação e defesa por uma moda mais empoderadora. Além disso, é importante apoiar iniciativas semelhantes que compartilhem desta visão e objetivos. Vamos lembrar que a moda é uma forma poderosa de expressão cultural e social.

REFERÊNCIAS

ALHAL, André. **Moda com propósito: manifesto pela grande virada**. Editora Paralela, 2016.

AIRES, Aliana. **De gorda a plus size: a moda do tamanho grande**. Estação das Letras e Cores Editora, 2019.

ABREU, Lígia Carvalho. Os Princípios do Direito da Moda e sua relevância na Construção e Autonomia de uma nova Disciplina Jurídica. **Direito da moda**, p. 11, 2019.

AMORIM, Rosilainde Oliveira. Superando obstáculos: o itinerário da formação de uma profissional da educação. 2016.

ALVES, Érica Carina Santos. **Criação de uma marca de moda sustentável**. 2021. Tese de Doutorado.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. Estação das Letras e Cores Editora, 2020.

BEZERRA, Maria de Fatima. **Ethos, estereótipos e clichês: Moda e argumentação persuasiva**. 2008. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

BREGOLIN, Débora Bresolin. A moda como linguagem: singularidades e códigos vestíveis no trânsito entre o profano e o sagrado do Candomblé. 2018.

BARBOUR, Rosaline. **Grupos focais: coleção pesquisa qualitativa**. Bookman Editora, 2009.



CORRÊA, Ademir. **Cinema queerité: Gêneros e identidades no documentário "Paris is burning"**. Paco e Littera, 2022.

CLAUDIO, Débora Pereira et al. A comunicação na construção da identidade de um centro cultural. 2007.

CORSO, Aline; LEMOS, Adriana Falqueto; PEREIRA, Lislaine Faustino. Lendo a moda: padrões de beleza feminina no jogo Covet Fashion. **Mulher, identidade e discurso: visões plurais** v. 1, p. 33, 2021.

CESTARI, Stefani Formigoni. **Representação Plus Size Na Moda: A Imagem Dos Corpos Gordos na comunicação e no Comportamento Do Consumidor**. 2020. Tese de Doutorado. Universidade da Beira Interior (Portugal).

CHAABOUNI, Sonda. Design of eco-friendly material Eco-Porte. 2022.

DE QUEIROZ, LaÃs Noronha; DA COSTA LOPES, Ruth Gelehrter. Moda exclusiva. **Revista Longeviver**, n. 46, 2015.

DE MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. Editora estação das letras e cores, 2019.

DOS SANTOS, Igor. Acessibilidade projetada e acessibilidade real: avaliação com base no retorno de experiência de pessoas com deficiência. 2018.

DE OLIVEIRA, ARIovaldo Umbelino. Modo de produção capitalista, agricultura e reforma agrária. 2007.

DE SOUZA, Ana Carolina Ferreira. O uso do serviço público de moda inclusiva para as pessoas com deficiência no estado de São Paulo. **REVISTA DA ESCOLA SUPERIOR DA PGE-SP**, v. 11, n. 1, p. 139-174, 2020.

DOS SANTOS SANITA, Maria Margarida. **O Design Na Tecelagem Tradicional: O Contributo Do Design De Comunicação Para A Criação De Novos Produtos Contemporâneos**. 2020. Tese de Doutorado. Universidade do Algarve (Portugal).

ECKSTEIN, Joana Bini. Novas formas de escravidão na sociedade moderna e a exploração do trabalho humano na indústria têxtil. 2021.

FRANCO, Máira Ferreira de Araújo et al. Moda Inclusiva: uma análise semiótica da representação da pessoa com deficiência no mercado de moda. 2020.



FIALHO, Isabel; SARROEIRA, Laura. Cultura profissional dos professores numa escola em mudança. **Educação. Temas e problemas**, v. 9, 2012.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. Editora Senac São Paulo, 2019.

FISS, Owen M. **A ironia da liberdade de expressão: estado, regulação e diversidade na esfera pública**. Editora FGV, 2022.

GIL, Antônio Carlos. Como classificar as pesquisas. **Como elaborar projetos de pesquisa**, v. 4, n. 1, p. 44-45, 2002.

GUERRA, A. de L. e R. METODOLOGIA DA PESQUISA CIENTÍFICA E ACADÊMICA. **Revista OWL (OWL Journal)**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. 149–159, 2023. DOI: 10.5281/zenodo.8240361. Disponível em: <https://www.revistaowl.com.br/index.php/owl/article/view/48>. Acesso em: 16 set. 2023.

HOOKS, bell. **Olhares negros: raça e representação**. Editora Elefante, 2019.
<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/moda/noticia/2014/02/inspiracao-modelo-com-deficiencia-rouba-a-cena-na-semana-de-moda-de-nova-york-cjpl9v5qt006vb9cn21uaqczr.html>

KHATER, Eduardo; SOUZA, KCS de. Diversidade x Inclusão: Conceito, teoria e prática na educação infantil. **Revista Educação em Foco**, n. 10, 2018.

KOERICH, Magda Santos et al. Pesquisa-ação: ferramenta metodológica para a pesquisa qualitativa. **Revista Eletrônica de Enfermagem**, v. 11, n. 3, 2009.

LUZ, José Luís Brandão da. Teófilo Braga e a celebração das grandes individualidades da História. **Teófilo Braga e a celebração das grandes individualidades da História**, v. 19, p. 225-237, 2010.

LIMA, Verena Ferreira Tidei de. **Ensino superior em design de moda no Brasil: praxis e (in) sustentabilidade**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

LIMA, Bianca Britz de. Eu vejo: as consequências dos padrões de beleza veiculados pela mídia sobre o imaginário feminino e os sentidos provocados através do discurso midiático de Daiana Garbin. 2020.

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



REVISTA OWL (*OWL Journal*)

www.revistaowl.com.br – ISSN: 2965-2634

MALVEZZI, Mariana. **Sustentabilidade e emancipação: a gestão de pessoas na atualidade**. Editora Senac São Paulo, 2019.

NAKAYAMA, Antonia Maria. **Educação inclusiva: princípios e representação**. 2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

PEREIRA, Letícia Lessa Rodrigues. Direitos sociais e fast fashion: o novo padrão de responsabilidade social das empresas multinacionais da indústria da moda. **Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito)**—Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021.

SANSONE, Livio. **Negritude sem etnicidade: o local e o global nas relações raciais e na produção cultural negra do Brasil**. Edufba, 2004.

SPARGO, Tamsin. **Foucault e a teoria queer: seguido de Ágape e êxtase: orientações pós-seculares**. Autêntica, 2017.

SVENDSEN, Lars. **Moda: uma filosofia**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2010.

WILLIAM, Rodney. **Apropriação cultural**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

WILSON, Elizabeth. **Enfeitada de sonhos: moda e modernidade**. Tradução de Maria João Freire. Rio de Janeiro: Edições 70, 1985.

Recebido em: 07/09/2023

Aprovado em: 11/09/2023

Publicado em: 15/09/2023