

O VEGANISMO NA GRIFE STELLA MCCARTNEY: REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA

GIEHL MÜLLER, Gabriela ¹
ALVES DO VALE CESTARI, Glauba ²

RESUMO

A presente pesquisa aborda a interseção entre o veganismo e a indústria da moda, com um enfoque especial na marca Stella McCartney, conhecida por sua produção de moda livre de crueldade animal. O objetivo principal do trabalho se deu pela análise de publicações no intuito de conferir entendimento sobre as transformações que o conceito do veganismo trouxe a linguagem da moda pela marca citada, considerando os impactos estéticos e éticos resultantes desse processo. Portanto o trabalho foi estruturado por meio de uma revisão sistemática de literatura e em pesquisas bibliográficas para alcançar os objetivos, onde resultaram sete artigos de grande contribuição para estudos sobre o presente tema. Acreditamos que o levantamento e análise das referências bibliográficas possam ampliar o conhecimento sobre moda, veganismo e a abordagem da marca Stella McCartney, promovendo uma compreensão mais profunda sobre consumo responsável.

PALAVRAS-CHAVES

Veganismo, moda, revisão sistemática de literatura, Stella McCartney.

1 INTRODUÇÃO

O veganismo, como definido por Donald Watson e Elsie Shrigley, fundadores da The Vegan Society, no ano de 1944 (SCHULTE, 2011), trata-se de um estilo de vida rodeado por uma filosofia que visa a exclusão, dentro das possibilidades, de todo tipo de consumo que envolva a exploração animal, em todos os âmbitos, por meio da substituição por alternativas livres de crueldade. Apesar da constância com que o termo vem sendo discutido nos mais diversos meios, e o crescimento dos grupos que buscam adotar este modo de vida, ainda se percebe que sua relação com a moda está em processo de desenvolvimento.

Buscando adequar-se às demandas do mercado, a indústria da Moda passou a também realizar movimentações para inserir-se no modo de vida deste público criando soluções inovadoras (CANDELORO, p.96, 2020), necessitando uma readequação de seus processos de produção, principalmente, quando se tratam das grandes marcas, que, por sua vez, em um mundo onde o que muito vale é a estética, tiveram o desafio de se inserir em um novo meio, sem perder suas características de posição nas passarelas. Um exemplo marcante disso, como pioneira na produção de alta moda com matéria prima livre de sofrimento animal, é a grife Stella McCartney, que leva o nome de sua própria idealizadora (ZUHADMOMO, 2022).

Em matéria desenvolvida na revista Elle, no ano de 2021, que trata sobre a pioneira de inserção deste modo de vida no universo das grifes de alta costura, levantamos a seguinte questão: “De que modo ocorre o processo de transformação na linguagem de moda para o (ou em direção ao) veganismo? e quais os impactos estéticos e éticos resultantes desse processo na grife Stella McCartney?”.

Com base na questão, o objetivo geral desta pesquisa é a verificação de como se dá o processo de transformação do veganismo na linguagem da moda, em especial, na marca Stella

1 GRADUANDA(2023), Instituto Federal de Santa Catarina, gabrielagmuller2752@gmail.com.

2 DOUTORA(2023), Universidade Federal de Santa Catarina, glauba.cestari@icloud.com.

McCartney, tendo em vista parâmetros estéticos e éticos por meio de uma revisão sistemática de literatura.

Enquanto objetivos específicos, foram definidos os seguintes tópicos a serem alcançados:

- Desenvolver uma revisão sistemática de literatura para verificação da disponibilidade de material em bases de dados científicos sobre o tema de estudo;
- Construir com base em pesquisa bibliográfica o conceito de veganismo para que se compreenda sua interferência na sociedade atual;
- Analisar como se dá a relação entre o veganismo e a Moda enquanto fenômeno;
- Investigar o processo de transformação do veganismo na linguagem da moda pela marca abordada na pesquisa, Stella McCartney.

A pesquisa foi conduzida pela realização de uma revisão sistemática de literatura para captação de publicações já efetuadas sobre o tema, onde posteriormente, foram realizados estudos bibliográficos, que consistiram na análise e interpretação de fontes científicas, relacionadas ao veganismo, e sua relação com a moda e a marca Stella McCartney.

Com base nos objetivos definidos, buscou-se com este estudo, apresentar a sistematização de dados encontrados na RSL com o intuito de contribuir para a divulgação do acervo bibliográfico encontrado sobre veganismo na linguagem da moda e os impactos estéticos e éticos resultantes, além de apresentar maior conhecimento sobre a marca em pauta, e seu formato de trabalho. Entendemos que os resultados da busca em RSL poderão fomentar o desenvolvimento de novas pesquisas e inspirar pessoas em ações guiadas pelo pensamento consciente sobre o consumo, tendo em vista a possibilidade de substituição de matérias-primas de origem animal ou resultantes de métodos agressivos aos animais e, portanto, menos agressivos ao planeta.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 VEGANISMO

Com raízes históricas advindas do século XIX, os ideais éticos do movimento vegano foram construídos, como Schulte (2015) observou, já com filósofos como Pitágoras, Platão e Sócrates, que defendiam o banimento da carne como alimento, mesmo não sendo comprovado que de fato seguiam a esta doutrina.

O veganismo foi definido como termo oficialmente pela primeira vez no ano de 1944, quando Donald Watson e Elsie Shrigley, responsáveis pela fundação do “*The Vegan Society*”, o indicaram como um estilo de vida baseado em uma filosofia pautada na exclusão completa ou quase completa de qualquer produto ou serviço de consumo que utilize de derivados ou exploração animal em sua construção, como um sucessor que confere mais restrição do que o vegetarianismo por exemplo (SCHULTE, 2015).

Com o passar dos anos, e com o aumento das informações sobre este estilo de vida, houve crescimento considerável de adeptos ao movimento constatado nos últimos anos (RADNITZ *et al.*, 2015 apud SCHINAIDER e DA SILVA, 2018). Os que se consideram veganos, buscam, em seu dia a dia, evitar o consumo de qualquer produto que seja originado da vida animal, como observou Reia (2019), seja pelo consumo direto da carne, bem como de derivados e serviços que os utilizam.

Pode-se dizer, como observado por Schulte (2015), que são um público consumidor criterioso, que fazem a conferência de composição, origem e processos de produção dos produtos que consomem, sejam eles roupas, alimentos, produtos de limpeza ou outros, e não havendo informações, preferem antes realizar pesquisas mais aprofundadas sobre estas origens antes de tomar a decisão de compra.

O veganismo é impulsionado por uma combinação de fatores éticos, ambientais e de saúde, sendo que, como indicado por Schulte (2011), há um fator desencadeador para cada

indivíduo que toma a decisão de tornar-se vegano. É um “estilo de vida preocupado em viver sem machucar o outro, humano ou não-humano”(SCHULTE, p. 90, 2011).

Conforme destacado por Schinaider e Silva (2018), muitos indivíduos adotam o veganismo devido à sua preocupação com a crueldade animal, rejeitando a exploração e o sofrimento dos seres vivos utilizados na indústria alimentícia, da moda e também de outras áreas, onde, pela mesma razão, impõem que consumir produtos que provenham de realidade não assentida, salienta concordância e certo incentivo à tais prática, além de promover incômodo em razões morais (ARAUJO e NASCIMENTO, 2017).

Não somente a preocupação com o bem-estar animal, há também pontos de atenção direcionados à sustentabilidade e preservação, onde a crescente conscientização sobre os impactos ambientais da pecuária e da produção animal, como a emissão de gases de efeito estufa e o desmatamento associado também têm levado à discussões favoráveis ao movimento (SCHINAIDER e DA SILVA, 2018). O veganismo “ênfatiza a importância de preservar o solo e o uso correto da terra, para que futuras gerações não a encontrem com erosão, queimada, sem os minerais necessários para uma vida saudável”(SCHULTE; p. 87, 2011).

A busca por uma dieta e estilo de vida mais saudáveis é outro fator relevante, visto que uma dieta vegana equilibrada é baseada em alimentos vegetais, livres de produtos químicos e hormônios utilizados na produção animal. Reia (2019) apontou que até a Organização Mundial de Saúde (OMS) já vem alertando sobre os malefícios da alta ingestão de carne tornando-a um ponto de atenção dentro de uma dieta.

Essas motivações têm impulsionado cada vez mais pessoas a adotarem o veganismo como uma forma de expressar seus valores e promover mudanças positivas no mundo, que como apontou Reia (2019), a busca pela satisfação efêmera com o consumo de carne pelo paladar, não se torna compensatória pelo tamanho sofrimento a qual o animal para abate é submetido. Tal impulso, além de ser observado no comportamento dos consumidores, também levou as indústrias em seus mais diversos setores, sendo o de moda um de grande importância, a repensarem seus meios de produção e se incluírem nesta busca por meios menos agressivos de produção.

2.2 VEGANISMO E A INDÚSTRIA DE MODA ENQUANTO FENÔMENO

O veganismo e a Moda se interligam de diversas maneiras. Conforme Bernardes (2016), muito além da alimentação, o veganismo trata-se de uma filosofia de vida que adota valores e práticas aplicadas em todos os níveis de consumo, incluindo a moda, que por sua vez reflete uma forma mutável de refletir o comportamento do consumidor (SCHULTE, 2015). Como apontado por Schulte (2011), no ato de vestir-se diariamente, há uma expressão ética e estética passada a partir da linguagem das roupas.

A moda enquanto fenômeno é muitas vezes abordada na sociedade como um meio de futilidades, fetiches e glamour (LIPOVETSKY, 1989 apud BERNARDES, 2016), baseada em preocupações estéticas nos meios de produção, tornando-a “susceptível à práticas insustentáveis” (ZUHADMONO, 2022), fato este que atribui à indústria de moda a posições elevadas nos índices de setores de produção mais poluentes (MOORHOUSE e MOORHOUSE, 2018).

A produção de roupas carrega a anos sua associação com a exploração de couro e pele animal. Reia (2019) indica que o couro é matéria-prima responsável por grande parte do acúmulo de resíduos e poluentes, visto que a criação de animais para abate e consumo de carne e couro gera grande impacto ambiental para manutenção, necessitando de elevado consumo de água, uso de grandes áreas de terra que muitas vezes são conquistadas com desmatamento de áreas verdes, além de proporcionar grandes emissões de gás metano produzidos pelo gado e entre outros animais (MAGALHÃES e DE OLIVEIRA, 2019).

Por ser um meio de expor um comportamento dentro da sociedade, Bernardes (2016) afirma que os veganos, além de banirem de seu dia a dia a utilização de produtos como roupas e

acessórios que provenham de matéria-prima animal, ainda buscam transmitir seus ideais a partir desta filosofia.

Os consumidores estão exigindo saber mais sobre como, onde e em que condições as suas roupas são feitas, numa reviravolta em responsabilidade social corporativa na indústria têxtil, tingimento, fabricação e negócios (SHCULTE, 2011), e tendo isso em vista, com o crescimento de adeptos ao movimento, a indústria teve buscar cada vez mais formas de se adaptar, com o objetivo de atender exigências relacionadas à qualidade, versatilidade, agilidade e meios para um consumo cada vez mais responsável (REIA, 2019).

Com o surgimento desta demanda, passou-se a estudar possibilidades de produção que utilizassem de matérias-primas veganas, livres de exploração animal, humana ou até mesmo da natureza, como é o caso dos chamados tecidos veganos (REIA, 2019).

Santos (2022) destaca o potencial de uso de fibras veganas, enfatizando a importância de explorar materiais como o algodão orgânico e poliéster reciclado. A utilização de materiais sintéticos que imitam o couro e a pele animal também já são meios utilizados para refletir a crescente conscientização sobre a necessidade de reduzir o impacto ambiental da indústria da moda. Podendo ser chamados de *simulacros*, Araujo e Nascimento (2017) apontam que os tecidos criados a partir de matéria prima vegana, assumem uma simulação imperfeita, mas apesar disso, podem atrair mais o público do que o próprio material replicado.

Com isso, grandes marcas como Stella McCartney se tornaram exemplo na produção livre de exploração (BERNARDES, 2016), influenciando novos produtores a entrarem no mercado já com este ideal, promovendo uma moda mais consciente e alinhada aos princípios do veganismo e da sustentabilidade.

2.3 VEGANISMO COMO LINGUAGEM DA MARCA STELLA MCCARTNEY

A designer McCartney é reconhecida no mundo da moda por sua abordagem ética e sustentável dentro de suas criações, provenientes de uma bagagem já vinda de sua vida pessoal. Adepta ao vegetarianismo, como indicou Gutierrez (2019), a grife também segue fundamentos de sustentabilidade e modos de vida mais benéficos, assim como a própria criadora.

A marca que leva o nome da própria fundadora, foi inserida no mercado no ano de 2001, (LELÊ SANTHANA, 2021) já com o diferencial de ofertar produtos em *case* de luxo, de qualidade e desempenho eminentes, produzidos sem a utilização de couro e pele animal, bem como a não geração de agressão ambiental (GUTIERREZ, 2019).

Os produtos criados e produzidos pela marca, são construídos a partir de tecidos orgânicos e tingidos, quando necessário com corantes naturais (GUTIERREZ, 2019). Algumas das matérias-primas de uso recorrente são o algodão orgânico, poliéster reciclado, fibras ecológicas e até *cashmere* reciclado (LELÊ SANTHANA, 2021).

Com a escassez de legislações governamentais de atuação sobre assuntos referentes à sustentabilidade, a marca se tornou uma das líderes em criação de metas e planos futuros de diminuição de impacto e responsabilidade ambiental (MOORHOUSE e MOORHOUSE, 2018), incentivando seus clientes a considerarem as consequências ambientais e éticas de suas escolhas de consumo, mostrando-se sempre disposta a apresentar dados com transparência.

Em suma, a grife Stella McCartney representa uma visão progressiva e comprometida com a moda ética e sustentável, buscando o equilíbrio entre valores baseados em preservação e a criação de moda (SIMMELINK, 2017).

Sua abordagem inovadora e sua dedicação aos valores de proteção animal, consciência ambiental e transparência na cadeia de suprimentos são exemplos inspiradores para a indústria da moda como um todo, visto que, “marcas que tornam a sustentabilidade parte de seu DNA, em vez de usá-la como uma ferramenta de marketing, criam produtos com qualidade e boa estética, gerando confiança e fidelidade à marca por parte de seus clientes” (MOORHOUSE e

MOORHOUSE, p.16, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi conduzida mediante realização de uma revisão sistemática de literatura para captação de publicações sobre o tema em bases de dados científicos. Estes foram selecionados e refinados com base em critérios estabelecidos. Por fim, foram analisados visando responder a questão que motivou este estudo e conseqüentemente, seus objetivos. Segue o detalhamento dos procedimentos adotados na RSL.

3.1 PROCEDIMENTOS PARA BUSCA DE DADOS

Para dar-se início ao processo de busca bibliográfica nas bases de dados, foi elaborada uma *String* de busca com base nas etapas descritas a seguir.

3.1.1 Definição de termos correspondentes às palavras-chave

Com base nas palavras-chave anteriormente definidas, foram selecionados termos correspondentes às mesmas para construção de diferentes *Strings* de busca.

Tabela 1- Termos correspondentes às palavras-chave

| PALAVRA-CHAVE | TERMOS CORRESPONDENTES |
|----------------------|---|
| Veganismo | <i>Veganism, Vegan, Sustentabilidade, Sustainability, Ecofriendly</i> |
| Moda | <i>Estilo, Fashion, Style, Trend, Costume</i> |
| Stella McCartney | - |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

3.1.2 Expressão de busca

Para definição da expressão de busca, as palavras-chave foram combinadas com os termos correspondentes, seguindo o plano de pesquisa. Para a união dos termos, foram utilizados os conectores, em inglês, “OR” e “AND” para construção da *String*. Sendo assim, a expressão de busca definida, resultou em:

Veganism OR vegan OR sustentabilidade OR sustainability OR Ecofriendly AND moda OR estilo OR fashion OR style OR trend OR costume AND Stella Mccartney.

Importante destacar que, conforme os resultados obtidos, a expressão definida pode vir a ser reestabelecida em novos formatos, excluindo determinadas palavras, e até mesmo, utilizando-se apenas de palavras-chave.

3.1.3 Definição das bases de busca

Para a construção da presente RSL, foram definidas as seguintes bases de apoio para pesquisa:

- Portal de periódicos da Capes/MEC;
- Scientific Electronic Library Online(SciELO);
- Google Scholar.

3.1.4 Estratégias de seleção e refinamento de pesquisa

Para o desenvolvimento da construção desta RSL, consideraram-se os seguintes pontos como estratégicos para o refinamento de pesquisa:

- Se considera essencial que as pesquisas apresentem os termos “veganismo” e “moda”;
- Serão consideradas as bibliografias publicadas/aprovadas no período de 10 anos (2013 à 2023);
- Trabalhos documentais que relacionem os termos “veganismo” e “moda” com a marca Stella McCartney terão maior relevância dentro desta RSL;
- Serão consideradas pesquisas apenas em português ou inglês para compor a RSL.

3.2 REFINAMENTO DE BUSCA

Tendo efetuado a pesquisa inicial por meio da *String*, foram filtrados os trabalhos com maior afinidade ao objetivo da RSL, e que pudessem responder às questões que permeiam a mesma.

3.2.1 Primeiro refinamento

O primeiro estágio de refinamento da pesquisa teve como principal objetivo identificar estudos que incluíssem as palavras-chave da pesquisa em seus títulos e/ou resumos. Nessa fase, considerando o tema e os objetivos da pesquisa, foi estabelecido como critério que os estudos precisavam obrigatoriamente incorporar os termos "veganismo" e “moda”, e ainda, se possível, mencionar a marca "Stella McCartney". Pesquisas que não atenderam a esse critério foram excluídas do escopo da pesquisa.

3.2.2 Segundo refinamento

O segundo estágio de refinamento envolveu a análise da introdução dos estudos selecionados na primeira fase, e, quando necessário, a leitura completa das referências bibliográficas. Para esta triagem, procurou-se a obtenção dos arquivos em formato PDF das referências selecionadas na primeira etapa de refinamento. Referências nas quais não foi possível a obtenção dos arquivos em formato PDF, foram eliminadas do conjunto de títulos a serem avaliados.

3.3 CRITÉRIOS DE INCLUSÃO E EXCLUSÃO

3.3.1 Critérios de inclusão

- Pesquisas que relacionem os termos “veganismo” e “moda”;
- Pesquisas que abordem os temas “veganismo” e “moda” dentro da marca Stella McCartney;
- Pesquisas, sejam elas artigos de periódicos, trabalhos de eventos científicos, teses, dissertações, capítulos de livros, ou outros, desenvolvidas ou não em território nacional, que abordem tanto a perspectiva teórica quanto prática da relação entre veganismo, moda e a grife Stella McCartney;
- Pesquisas desenvolvidas em português ou inglês;
- Pesquisas de livre acesso, fornecendo *download* gratuito do arquivo de pesquisa completo.

3.3.2 Critérios de exclusão

- Pesquisas que diferem dos critérios de inclusão expressos anteriormente;
- Pesquisas nas quais a legalidade e veracidade dos fatos seja questionável;
- Pesquisas em idiomas que diferem dos escolhidos para esta RSL(português e inglês);
- Pesquisas das quais o acesso livre não seja possível(acesso pago ou restrito a determinados grupos);
- Pesquisas das quais não seja disponibilizado o PDF para *download*.

3.4 EXTRAÇÃO DE DADOS

A obtenção dos dados das publicações utilizadas para compor o dossiê de referências irá se conduzir com a construção de tabelas para a análise dos conteúdos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 BUSCA DE REFERÊNCIAS: PORTAL DE PERIÓDICOS CAPES/MEC

As buscas foram realizadas no dia 02/09/2023.

Fonte para acesso:

<https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php?>

Tabela 2- Resultados obtidos no portal de periódicos Capes/MEC

| STRING DE BUSCA | PORTAL DE PERIÓDICOS CAPES/MEC |
|--|---------------------------------------|
| Veganism OR vegan OR sustentabilidade OR sustainability OR Ecofriendly AND moda OR estilo OR fashion OR style OR trend OR costume AND Stella Mccartney | 2139924 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

4.2 BUSCA DE REFERÊNCIAS: SCIENTIFIC ELECTRONIC LIBRARY ONLINE(SCIELO)

As buscas foram realizadas no dia 02/09/2023.

Fonte para acesso:

<https://www.scielo.br/>

Tabela 3- Resultados obtidos no portal SciELO

| STRING DE BUSCA | SCIELO |
|--|---------------|
| Veganism OR vegan OR sustentabilidade OR sustainability OR Ecofriendly AND moda OR estilo OR fashion OR style OR trend OR costume AND Stella Mccartney | 0 |
| ADAPTADA: Veganism OR vegan OR sustentabilidade OR sustainability OR Ecofriendly AND moda OR estilo OR fashion OR style OR trend OR costume | 28 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

4.3 BUSCA DE REFERÊNCIAS: GOOGLE SCHOLAR

As buscas foram realizadas no dia 02/09/2023.

Fonte para acesso:

<https://scholar.google.com/>

Tabela 4- Resultados obtidos no Google Scholar

| STRING DE BUSCA | GOOGLE SCHOLAR |
|--|-----------------------|
| Veganism OR vegan OR sustentabilidade OR sustainability OR Ecofriendly AND moda OR estilo OR fashion OR style OR trend OR costume AND Stella Mccartney | 5430 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

4.5 SOMATÓRIO DE REFERÊNCIAS

Ao finalizar as buscas por meio da *String* definida e com adaptações da mesma quando necessário, somaram-se, considerando as três fontes de buscas, um total de 2.145.382 resultados.

4.6 SELEÇÃO DE REFERÊNCIAS

A partir dos resultados obtidos anteriormente, através dos refinamentos elaborados, e também dos critérios de exclusão e inclusão estabelecidos, filtros foram aplicados para seleção das referências.

4.6.1 Primeiro refinamento aplicado nas bases de dados

Após o primeiro refinamento aplicado em cada uma das bases de dados, considerando a obrigatoriedade dos termos “veganismo” e “moda”, além de levado em conta as estratégias de refinamento pré definidas nas pesquisas resultantes, a alteração de dados deu-se da seguinte maneira:

Tabela 5- Resultados obtidos após aplicação do refinamento 01

| BASE DE DADOS | RESULTADOS APÓS REFINAMENTO 01 |
|----------------------|---------------------------------------|
| Periódico Capes/MEC | 23 |
| SciELO | 0 |
| Google Scholar | 265 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

Considerando que após o primeiro refinamento a base de dados da SciELO não apresentou resultados, a mesma fora desconsiderada para continuidade da pesquisa.

4.6.2 Segundo refinamento aplicado nas bases de dados

Para o segundo refinamento, aplicando-o na base de buscas Google Scholar, foram consideradas as primeiras cinquenta pesquisas, utilizando-se ordem de maior relevância possível de aplicar na própria base.

Após o segundo refinamento, a quantidade de pesquisas relevantes a esta RSL se definiu

por:

Tabela 6- Resultados obtidos após aplicação do refinamento 02

| BASE DE DADOS | RESULTADOS APÓS REFINAMENTO 02 |
|---------------------|--------------------------------|
| Periódico Capes/MEC | 3 |
| Google Scholar | 4 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

4.6.3 Refinamento com base nos critérios de inclusão

Com base nos critérios de inclusão definidos anteriormente, as sete pesquisas de maior interesse resultantes dos refinamentos aplicados, foram submetidas à análise tópico por tópico, para última conferência de permanência ou não no portfólio da RSL.

A seguir, foram listadas as pesquisas que foram analisadas perante os critérios de inclusão, onde receberam códigos de identificação para a construção da tabela de refinamento.

Tabela 7- Codificação das referências

| REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA | CÓDIGO |
|--|--------|
| ARAUJO, Gabriella Ribeiro da Silva e; NASCIMENTO, Luís Cláudio Portugal do. O artificial imitando o animal: a ideia de simulacro no vestuário de vegetarianos veganos. <i>Projetica</i>, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 97, 22 dez. 2017. Universidade Estadual de Londrina. http://dx.doi.org/10.5433/2236-2207.2017v8n2p97. | 1 |
| SCHULTE, Neide Köhler. Contribuições da ética ambiental biocêntrica e do veganismo para o design do vestuário sustentável. 2011. 12 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011. | 2 |
| ZUHADMONO, Alvia. Green or Blue? Am I being ‘washed’? The Way Sustainable Luxury Fashion Brands Communicate Sustainability Practices in their Websites: the case of stella mccartney and gucci. 2022. 71 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sustainable Communication, Jönköping University, Jönköping, 2022. | 3 |
| CANDELORO, Daniela. Towards Sustainable Fashion: the role of artificial intelligence --- h&m, stella mccartney, farfetch, moosejaw. <i>Zonemoda Journal</i> , [S.L.], v. 102, n. 2020, p. 91-105, 22 dez. 2020. <i>ZoneModa Journal</i> . http://dx.doi.org/10.6092/ISSN.2611-0563/11837 . | 4 |
| MOORHOUSE, Debbie; MOORHOUSE, Danielle. Designing a sustainable brand strategy for the fashion industry. <i>Clothing Cultures</i>, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 7-18, 1 mar. 2018. Intellect. http://dx.doi.org/10.1386/cc.5.1.7_2. | 5 |
| KRISTERSSON, Emma; EKEGÅRDH, Natalie. From Fungi to Vegan Leather: A case study made to highlight the potentials of mycelium-based leather in the textile industry and the unique features of its value chain. 2021. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Têxtil, University Of Borås, Borås, 2021. | 6 |
| SIMMELINK, Jorien. Sustainability in Fashion Advertisements: decoding the ‘green’ image. 2017. 46 f. TCC (Doutorado) - Curso de Letras, Radboud Universiteit, Nijmegen, 2017. | 7 |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

4.6.4 Resultados refinamento com base nos critérios de inclusão

Tabela 8- Análise isolada de cada artigo com base nos critérios de inclusão

| CÓDIGO | Relaciona os termos “veganismo” e “moda” | Aborda “veganismo” e “moda” dentro da marca Stella McCartney | Pesquisas desenvolvidas em português ou inglês | Livre e gratuito acesso |
|--------|--|--|--|-------------------------|
|--------|--|--|--|-------------------------|

| | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|
| 1 | X | | | X | X |
| 2 | X | | | X | X |
| 3 | X | X | | X | X |
| 4 | X | X | | X | X |
| 5 | X | | | X | X |
| 6 | X | X | | X | X |
| 7 | X | X | | X | X |

Fonte: Elaborada pelas próprias autoras (2023).

Com base nos apontamentos da tabela acima, conclui-se que todos os sete trabalhos analisados se enquadram na construção deste portfólio, porém quatro dos destacados se mostram mais completos com relação critérios estabelecidos, sendo eles os de código 3, 4, 6 e 7. Com base nos objetivos definidos para a presente pesquisa, pode-se verificar que os artigos anteriormente citados (tabela 8) trazem pontos essenciais ao que se busca, apresentando, mesmo que de forma sucinta, definições sobre o veganismo e/ou sustentabilidade, bem como sua relação com a moda e o processo de transformação do veganismo em linguagem de moda dentro da grife Stella McCartney.

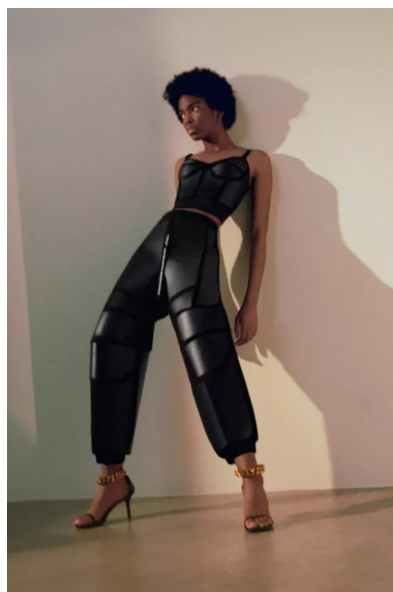
Com as referências encontradas, pode-se perceber a importância com que práticas sustentáveis como o veganismo dentro da indústria da moda são vistas pela grife de estudo, que por sua vez, como apontado por Zuhadmono (2022), comunica de forma clara suas ambições sobre sustentabilidade, se portando de forma fiel à personalidade que a marca carrega enquanto vegana.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Finalizando a busca de dados, identificaram-se pontos de importância no processo de transformação do veganismo em linguagem de moda na grife Stella McCartney, evidenciados por meio de várias estratégias.

A marca opta pelo abandono do uso de couro e pele animal em favor de opções como tecidos orgânicos e reciclados. Essa mudança impacta as peças de moda desenvolvidas para a grife, tanto de forma ética, quanto estética, uma vez que os materiais veganos podem simular a aparência e a textura de materiais tradicionais, mantendo a qualidade e o apelo visual muito prezado pelo público, como analisa-se na imagem 1, onde Stella exibiu, no ano de 2021, o lançamento de suas primeiras peças desenvolvidas com o uso do couro feito a partir de cogumelos, o Mylo.

Figura 1-Peças feitas a partir de "couro" de cogumelos



Fonte: Vogue Negócios, 2021.

A transparência e a responsabilidade ambiental também são fundamentais para a grife. Stella McCartney se destaca por compartilhar informações claras sobre suas práticas e materiais, demonstrando seu compromisso com os valores de proteção animal e sustentabilidade, criando assim, uma percepção positiva da marca, além da consolidação de confiança por parte dos consumidores.

A moda dentro da grife não se limita apenas a vestir os clientes, mas também atua como um veículo de promoção de valores defendidos pelo veganismo e conscientização sobre os impactos éticos e ambientais da moda convencional, onde os consumidores são incentivados a considerar as consequências de suas escolhas de consumo.

Apesar da ainda notável carência de conteúdo sobre o tema, as referências resultantes da revisão sistemática de literatura foram de grande aproveitamento para que se atingissem os objetivos buscados com o presente trabalho. Sugere-se, como pesquisa futura sobre o tema, a construção de uma análise imagética de peças da grife, para que se possa analisar de maneira visual a linguagem do veganismo transformada em moda.

Concluiu-se por fim que a construção da RSL foi de grande auxílio para o Trabalho de Conclusão de Curso, visto que as referências encontradas trazem boas análises sobre a marca de estudo, Stella McCartney, bem como sobre o veganismo e a sua relação com a moda, permitindo o desenvolvimento de futuros estudos que permeiam o assunto, tendo em vista a importância que movimentos como este têm dentro da sociedade como um todo, lutando pelo respeito a todos os seres vivos, e sendo uma ferramenta poderosa para promover valores éticos e ambientais na indústria.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Gabriella Ribeiro da Silva e; NASCIMENTO, Luís Cláudio. Portugal do. **O artificial imitando o animal**: a ideia de simulacro no vestuário de vegetarianos veganos. **Projetica**, [S.L.], v. 8, n. 2, p. 97, 22 dez. 2017. Universidade Estadual de Londrina.

BERNARDES, Gustavo Dantas. **A FILOSOFIA VEGAN INTRODUZIDA NA MODA**. 2016. 140 f. TCC (Graduação) - Curso de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2016.

CANDELORO, Daniela. **Towards Sustainable Fashion: the role of artificial intelligence --- h&m, stella mccartney, farfetch, moosejaw**. Zonemoda Journal, [S.L.], v. 102, n. 2020, p. 91-105, 22 dez. 2020. ZoneModa Journal. <http://dx.doi.org/10.6092/ISSN.2611-0563/11837>.

GUTIERREZ, Caroline Gonçalves. **MARKETING E SUSTENTABILIDADE NO MERCADO DE LUXO**:: estudo de caso de stella mccartney. 2019. 69 f. TCC (Graduação) - Curso de Especialização em Estética e Gestão de Moda, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://moda.eca.usp.br/monografias/Caroline%20Goncalves%20Gutierrez.pdf>. <http://dx.doi.org/10.5433/2236-2207.2017v8n2p97>.

KRISTERSSON, Emma; EKEGÅRDH, Natalie. **From Fungi to Vegan Leather: A case study made to highlight the potentials of mycelium-based leather in the textile industry and the unique features of its value chain**. 2021. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Têxtil, University Of Borås, Borås, 2021.

MAGALHÃES, M. P., & Oliveira, J. C. de. (2019). **Veganismo: aspectos históricos**. Revista

Scientiarum Historia, 2, 8. https://doi.org/10.51919/revista_sh.v2i0.68

MOORHOUSE, Debbie; MOORHOUSE, Danielle. **Designing a sustainable brand strategy for the fashion industry. Clothing Cultures**, [S.L.], v. 5, n. 1, p. 7-18, 1 mar. 2018. Intellect. http://dx.doi.org/10.1386/cc.5.1.7_2.

REIA, Domiraide Penaquioni. **Livre de crueldade: mudanças de comportamento e a influência do veganismo na moda**. 2019. 64 f. Tese (Doutorado) - Curso de Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda, Faculdade de Tecnologia de Americana, Americana, 2019. Disponível em: <http://ric-cps.eastus2.cloudapp.azure.com/handle/123456789/4003>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SANTOS, Isabela Fernanda Danieli dos. **O potencial de uso de fibras veganas a partir de tendências atuais**. 2022. 58 f. TCC (Graduação) - Curso de Engenharia Têxtil, Universidade Federal de Santa Catarina, Blumenau, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/242012>. Acesso em: 24 fev. 2022.

SANTHANA, Lelê. **ANTES DO TERMO ECOFRIENDLY SURGIR, JÁ HAVIA STELLA MCCARTNEY**. 2021. Disponível em: <https://elle.com.br/moda/antes-do-termo-ecofriendly-surgir-ja-havia-stella-mccartney>. Acesso em: 09 out. 2023.

SCHINAIDER, Anelise Daniela; SILVA, Leonardo Xavier da. **Consumidor Vegano: uma análise de variáveis que definem seu perfil e suas motivações**. In: SIMPÓSIO DA CIÊNCIA DO AGRONEGÓCIO, 6., 2018, Porto Alegre.p. 1-10. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/cienagro/wp-content/uploads/2018/10/Consumidor-Vegano-uma-an%C3%A1lise-de-vari%C3%A1veis-que-definem-seu-perfil-e-suas-motiva%C3%A7%C3%B5es.pdf>. Acesso em: 23 maio 2023.

SCHULTE, Neide Köhler. **Contribuições da ética ambiental biocêntrica e do veganismo para o design do vestuário sustentável**. 2011. 12 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

SCHULTE, Neide Köhler. **Reflexões Sobre Moda Ética: contribuições do biocentrismo e do veganismo**. Florianópolis: Udesc, 2015. 160 p. (Teses de Moda).

SIMMELINK, Jorien. **Sustainability in Fashion Advertisements: decoding the green image**. 2017. 46 f. TCC (Doutorado) - Curso de Letras, Radboud Universiteit, Nijmegen, 2017.

ZUHADMONO, Alvia. **Green or Blue? Am I being 'washed'? The Way Sustainable Luxury Fashion Brands Communicate Sustainability Practices in their Websites: the case of stella mccartney and gucci**. 2022. 71 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sustainable Communication, Jönköping University, Jönköping, 2022.