

Upcycle aplicado ao design de moda: pensado para um mundo mais sustentável

Upcycle applied to fashion design: thought for a more sustainable world

Anita Poffo Laranjeira, Univille

anita.poffo@gmail.com

Adriane Shibata Santos, Univille

Adriane.shibata@univille.br

Resumo

A produção em massa, o consumo desenfreado e o descarte de roupas têm intensificado muitos problemas ambientais. Os recentes estudos no campo de Design apontam para novos horizontes de atuação do designer e apresentam novas reflexões com caminhos alternativos para a execução de novos projetos. Em vista disso, a pesquisa deste artigo tem o propósito de se aprofundar, compreendendo e identificando quais métodos podem ser tomados para desenvolver novos produtos - com o foco nos produtos de moda e no conceito do *Upcycling* - de cunho sustentável e *slow*, reduzindo o uso de recursos e o desperdício de materiais.

Palavras Chaves: Design de Moda, Design para a sustentabilidade, *Upcycle*, *Slow fashion*

Abstract

Mass production, rampant consumption and the disposal of clothes have intensified many environmental problems. More recent studies in the field of Design point to new horizons of the designer's performance and new reflections with alternative ways to execute new projects. Therefore, the research of this article has the purpose of deepening, understanding and identifying in new methods for the development of products - with a focus on fashion products and without concept of Upcycling - of a slow and sustainable nature, reducing the use of resources and the waste of materials

Keywords: *Fashion Design; Design for sustainability; Upcycle, Slow fashion*

1. Introdução

Durante muito tempo, existiu um sistema em que os criadores das grandes *maisons* preocupavam-se com as estações do ano para a criação de novas coleções ou novas tendências. As novas tendências da moda, que são, na verdade, versões ou reinvenções que foram evoluindo dos anos anteriores, não se renovam mais a cada estação nos dias atuais, mas sim de forma temporal. A velocidade das mudanças e o giro de informações se torna mais rápido e a moda, consequentemente, mais efêmera.

Não existe mais uma moda universal, a forma de se vestir varia conforme a personalidade dos indivíduos. Como consequência disso e dos avanços tecnológicos para a produção em massa, a moda vem causando no mundo grandes impactos ambientais e sociais. É necessário, portanto reavaliar a forma como estamos desenvolvendo esse sistema, repensando e otimizando uma nova elaboração de moda, seja para quem a produz - desde o processo da formação da fibra para a indústria têxtil - seja para o próprio consumidor, até a venda do produto pelo varejista.

Por meio dessas noções e fundamentos, está em andamento um projeto de iniciação científica que visa compreender e aplicar o conceito de *upcycle* para resíduos têxteis de empresas de confecção, a partir do programa de bolsa de estudos do CNPQ/PIBIC. Este artigo apresenta parte de uma revisão bibliográfica inicial, relacionada à temática, elaborada a partir de uma pesquisa *desk* sobre conceitos de sustentabilidade, *upcycle* e design de moda. Por fim, procura apresentar e discutir sobre o tema, apresentando-o como uma solução viável de sustentabilidade na moda.

2. Design de moda e sustentabilidade

Atualmente observa-se a efemeridade das coisas: tudo muda de forma muito rápida, o tempo todo. A sociedade atual é baseada por uma lógica de produção e de consumo que é estimulada pelo contínuo lançamento de novos produtos. É priorizado o lucro e o bem-estar individual a questões importantes, como a responsabilidade social e ambiental. A moda, com sua busca e ânsia contínua pelo novo, certamente tem sido uma das indústrias mais impactadas pelo novo e que tem causado maior impacto social e ambiental.

O segmento do vestuário está interligado na vida de todas as pessoas, seja de modo funcional, profissional, para se estar aquecido, fresco ou atraente. A cadeia da moda tem uma extensão muito maior do que a criação, produção e venda de produtos: reúne autoria criativa, produção técnica e disseminação cultural associadas com o ato de vestir, unindo designers, produtores, varejistas e consumidores de roupas (FLETCHER; GROSER, 2011). Possui um papel fundamental no que se refere à cadeia de consumo, pois cria e renova tendências em uma velocidade acelerada para despertar o desejo dos consumidores.

O produto de vestuário ganha valor de moda durante seu processo de produção e conta com a participação de um agente fundamental nesse processo: o designer. Entende-se design como uma atividade cujo objetivo é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas em ciclos de vida completos, melhorando ainda mais o

valor da vida. Quando focado no desenvolvimento de projetos para a produção de artefatos de consumo, especificamente os de vestuário, o design passa a ser entendido como design de moda (PERPÉTUO; NORONHA, 2015).

A produção em massa, o consumo desenfreado e o descarte de roupas têm intensificado muitos problemas ambientais. Conforme análise de Silva e Busarello (2016), “o homem inserido na pós-modernidade está constantemente desmontando tudo ao seu redor sem nenhuma perspectiva de permanência”. Com essa atitude, identifica-se a principal reflexão deste artigo: a *fast fashion* e o *slow fashion*, ambos coexistindo na mesma era contemporânea, mas impactando ideais diferentes.

(...) chega-se ao termo modernidade líquida. Ela traduz uma metáfora para explicitar uma sociedade que também é incapaz de manter sua forma. A força da destruição criativa está em evidência, isto porque o homem cria com o intuito de refazer o seu espaço para que um projeto novo e aperfeiçoado seja realizado (Silva e Busarello, 2016, 03).

O conceito da *fast fashion* começou a se expandir a partir dos anos 1980, tendo como objetivo potencializar mais que nunca a competitividade e rotatividade dentro da cadeia de produção de moda (CAETANO, 2013). A indústria *fast fashion* transforma rapidamente os seus modelos de atuação, tendo pouco comprometimento ambiental e social, uma vez que para baratear custos, mesmo (e principalmente) grandes marcas têm praticado a confecção das roupas em países pobres, onde existe mão de obra ultra-barata - em muitos casos considerada escrava - tendo pouca ou nenhuma regulação, tanto social quanto ambiental. Nos últimos anos, muitas marcas se envolveram em escândalos sociais relacionados a esta problemática, o que vem despertando muitos consumidores mais atentos às questões de sustentabilidade.

Atendendo a uma demanda mundial de consumidores cada vez mais vorazes em investir tempo e renda na compra de artigos de vestuário, o *fast fashion* é um sistema que cresce em faturamento e prestígio graças à velocidade com que consegue responder aos anseios de um público mais exigente que no passado, habituado às compras por impulso, acostumado às constantes mudanças sociais e preocupado apenas em satisfazer suas necessidades individuais de consumo e prazer (SHIMAMURA, 2012, pg 66).

Divergente desta temática, encontra-se o termo *slow fashion* que apresenta discordâncias e oposições a essa aceleração criativa e industrial. O *slow fashion* tem como foco a preservação dos recursos naturais, trabalhando para o aperfeiçoamento da produtividade por meio da criatividade e da qualidade. É uma corrente que fortalece a conexão do consumidor com a roupa e os seus designers, pois, além do valor monetário, troca-se conhecimento, habilidade e tempo necessário para o desenvolvimento de toda a produção.

A crescente preocupação com as questões ambientais e sociais vem a cada dia ganhando mais ênfase em todos os setores da sociedade. No cenário contemporâneo, faz-se necessário repensar projetos e inovar ideias, sendo isso mais do que a produção de novos produtos (FRANZATO, 2011). O cenário mundial atual está direcionando a necessidade de uma visão voltada à sustentabilidade, sendo preciso uma nova postura e participação do designer, com responsabilidade moral e social, ressaltando os problemas ambientais decorrentes da produção em massa (FLETCHER; GROSER, 2011).

É, portanto, improrrogável que o descaso e a falta de compromisso social dentro do design sejam práticas embargadas e que a partir de agora, a criação seja feita com base em soluções

de necessidades reais, preocupando-se com problemas ecológicos e criando um design consciente. Sendo assim, em contrapartida ao consumismo exagerado e inconsequente, observa-se uma crescente conscientização da população voltada à sustentabilidade, bem como à necessidade de uma mudança de comportamento em direção ao consumo sustentável.

A sustentabilidade dentro da moda vem sendo estudada por milhares de pessoas para que se crie um sistema de produção onde trabalhem juntos designers, empresas têxteis, fabricantes e agricultores, criando um mercado que proporcione trabalhos significativos, produção local, tentando transformar o mundo em um lugar mais seguro e justo para todas as pessoas (FETCHER; GROSER, 2011). VEZZOLI (2010) aponta como requisitos necessários para se alcançar a sustentabilidade em projetos: minimizar o uso de recursos; selecionar recursos e processos de baixo impacto ambiental; otimizar a vida dos produtos; estender a vida dos materiais e facilitar a desmontagem. Ao direcionar tais requisitos para produtos de moda, há uma adequação natural, o mesmo ocorreria com quaisquer outros produtos, uma vez que cada um possui suas peculiaridades.

É difícil classificar qual tipo de fibras - artificiais, sintéticas ou naturais - aplicadas ao design de moda, causam menor impacto à natureza. Por isso, a importância de trabalhar questões de sustentabilidade dentro da moda, desde a aplicação de materiais e processamentos até os modelos econômicos, sistemas de crenças e valores. Para que o processo dentro da moda se torne sustentável, é necessário que seja reavaliado desde a escolha da fibra, de outros materiais, os procedimentos, as condições de trabalho, o transporte do produto e, por fim, o descarte do produto.

3. *Upcycle* aplicado ao design de moda

Todo desenvolvimento e produção de um produto resulta num impacto ambiental, porém alguns produtos podem impactar mais ou menos que outros. Deste modo, se o projeto prevê a reutilização, reciclagem ou recuperação dos materiais, já diminui esforços para novas produções industriais. Neste sentido, conforme Fletcher e Grose (2011, p. 13):

Deve ser levado em consideração o impacto que cada matéria prima agrava para as mudanças climáticas, efeitos adversos sobre a água e seus ciclos, poluição química, perda da biodiversidade, uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis, geração de resíduos, efeitos negativos sobre a saúde humana e efeitos sociais nocivos para as comunidades produtoras (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 13).

O descarte acaba sendo o destino final de muitas roupas, mas o que se perde nos aterros sanitários não é apenas a indumentária, mas sim novas oportunidades de design e de negócio. Para contribuir com a resolução dos novos desafios ambientais é vital que seja revista a forma como os resíduos estão sendo resolvidos hoje em dia, para que haja um novo modelo econômico no qual os produtos de moda, após chegarem ao fim de sua vida útil, não se tornem apenas mais lixo para o aterro sanitário, mas sim, matéria-prima para se gerar novos produtos.

A reutilização, a restauração e a reciclagem retêm recursos que seriam destinados aos aterros sanitários e os conduzem de volta ao processo industrial como matérias-primas. Essas estratégias são influenciadas por uma tendência mais ampla de *dowcycling* - processo de

recuperação de um material para reuso em um produto com menor valor (FLETCHER; GROSER, 2011).

No âmbito das estratégias para estimular mudanças e hábitos mais sustentáveis, os estudos em design para mudança de comportamento desenvolveram-se de forma significativa. Um movimento que tem sido associado ao universo da moda, visando diminuição do uso de recursos e até mesmo do consumo, é o *upcycling*, que tem como processo a recuperação e transformação de produtos que seriam descartados em novos produtos de maior valor, uso ou qualidade, convertendo os resíduos em novos materiais com melhor qualidade e valor ambiental. Seu objetivo é evitar o desperdício de materiais potencialmente úteis, fazendo uso dos já existentes e reduzindo o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos (BRAUNGART; MCDONOUGH, 2014).

O procedimento acarreta em um prolongamento do ciclo de vida do produto, mas de uma maneira em que prevaleça a qualidade do produto e seu valor, e vem gradativamente sendo utilizado devido à aceitação do mercado e aos reduzidos custos de materiais reutilizados. É um conceito no processo de design e uma das formas de contribuição para se pensar em um novo uso da moda, utilizando como base o consumo sustentável, pois sabe-se que os recursos usados na produção dos tecidos e da confecção do vestuário são escassos, custam caro e, portanto, precisam ser aproveitados de forma eficiente para diminuir o desperdício de novas matérias-primas.

Na opinião de Gwilt (2014), o *upcycling* é a técnica de remodelagem, ou redesign de um produto ou material descartado no “final de sua vida útil”, que pode ser remodelado em um novo produto, com valor agregado maior que o produto inicial, diferente da reciclagem, que em geral, possui valores baixos em seu produto final. Há uma gama variada de possibilidades de se agregar valor a uma peça, desde pequenas mudanças, até um trabalho mais lento de reunir, lavar, desconstruir, selecionar e repensar um novo projeto, tudo isso, prolongando a vida útil do produto final.

Os benefícios de unir os princípios do *slow fashion* juntamente ao *upcycling* no gerenciamento de resíduos da moda, vão muito além de ganhos ambientais e sociais, que podem ser facilmente mensuráveis, mas podem ser vistos como fator de diferenciação, competitividade e aumento de eficiência até mesmo na econômica.

Segundo Braungart e McDonough (2014), a própria noção de algo jogado fora não é compatível com a realidade. Não existe “fora” partindo-se da perspectiva de que os materiais não desaparecem do sistema somente porque foram descartados, independentemente de seu uso ou apropriação. Os produtos de moda geram impactos ao longo de todo o seu ciclo de vida. Contudo, o consumo excessivo e seu descarte em curtíssimo espaço de tempo são agravantes e precisam ser revistos. Nesse sentido, propõem-se que os materiais devem ser utilizados até atingirem a sua forma mais básica, para então retornarem ao meio ambiente, ampliando-se o tempo disponível para a sua regeneração.

Com isso, sugere-se a ponderação de que os produtos industriais possuem um enorme potencial de configurações e usos possíveis, mesmo após o que é considerado atualmente como descarte (SILVA; SILVA, 2015). A prática do design propondo estratégias para otimizar o uso de produtos de moda, potencializando e aumentando a vida útil desses

produtos, contribui para a diminuição do descarte, do consumo às cegas e da produção sem critérios (PERPÉTUO; NORONHA, 2015).

Ressignificar produtos e matérias-primas já existentes passa a ser um novo desafio, porém, possível de ser executado. A criação de um novo produto de moda faz com que seja possível a ampliação dos estudos relacionados a essa temática, complementando ainda mais o produto, embasar conhecimento nos estudos de pesquisas científicas, exercitar habilidades manuais e até mesmo adquirir novas técnicas de confecção. A moda nunca deve e nunca poderá ser pensada como um produto descartável, afinal o mundo não precisa de novos produtos que não tenham relevância, mas sim dar novos significado aos já existentes.

4. Aplicação no design de moda

As mudanças de comportamento em direção ao consumo sustentável só dependem das práticas que serão tomadas no momento atual. Por este motivo, foram investigadas, para este material, transformações na prática do design de moda, estudando os papéis que os designers possuem e podem assumir no setor da moda em relação à sustentabilidade, para que contribuam ativamente para a ampla mudança do atual sistema. Isso torna o processo de melhorar todo o desenvolvimento de projetos em uma prática mais reflexiva, com o objetivo de alcançar o bem estar do meio ambiente, dos indivíduos, da sociedade e economia; além de criar estratégias que envolvem o design de moda e a sustentabilidade com o consumidor e o produtor têxtil, na função de ajudar a aumentar o interesse e a aceitação desses novos produtos e meios de produção.

Os benefícios do *upcycle* são positivos e apresentam popularidade no setor da moda. É significativo estabelecer que essas atividades, por mais que auxiliem a tratar resíduos e refletir medidas para conter seus efeitos negativos, infelizmente não atingem a origem do problema do desperdício na moda e da geração de resíduos. Mas são procedimentos e estratégias que ajudam a gerar confiança para se trabalhar com ideias sustentáveis, que, atreladas a modos diferentes de pensar e agir, podem despertar uma real transformação no setor da moda (FLETCHER; GROSER, 2011).

Marcas e profissionais em todo o mundo já criam peças a partir desses conceitos contemporâneos sustentáveis dentro do design. O foco e embasamento que é dado aqui considera as marcas que desenvolvem funções no campo do design a partir do reaproveitamento de tecidos e retalhos descartados pela indústria têxtil.

A Goodone é um exemplo de marca que está se acostumando com o maior mercado da Grã-Bretanha para divulgar a palavra na moda ética. Lançam coleções de roupas cápsulas, feitas inteiramente de jersey, cortes de fábrica e outros resíduos têxteis (*British Fashion Council*, tradução livre). Busca uma abordagem inteligente para o design, satisfazendo não só a carência de novos conceitos para a moda (que esta em constante evolução), mas também abordando o impacto ambiental dessa indústria. A marca engenhosamente transforma roupas antigas e descartadas, conduzindo para a transformação de novos tecidos sustentáveis.

Goodone ganhou inúmeros prêmios. Em 2007, eles colaboraram com a NOKI para produzir roupas mostradas na London Fashion Week Autumn Winter, como parte da Fashion East. Nos

últimos anos, eles também colaboraram com Amnistia, Liberty, WWF, Greenpeace, Shelter e No Sweat, como parte de um projeto upcycling old campaign t-shirts, exibido na London Fashion Week e lançou uma gama de cápsulas ASOS (*Blog Ethical Fashion* tradução livre).



Figura 1: coleção da marca Goodone. Fonte: <http://goodone.co.uk/>.

Outro bom exemplo a ser apontado neste artigo é para a marca *Reformation*, criada em 2009 pela Yael Aflalo. Essa marca cria e fabrica todas as peças de vestuário usando métodos e materiais sustentáveis. Geram produtos tanto em tecidos sustentáveis e roupas antigas, como incorporam melhores práticas em toda a cadeia de suprimentos para criar belos estilos em uma fração do impacto ambiental da moda convencional. A figura 2 apresenta um pouco das roupas e do conceito da marca.



Figura 2: coleção da marca Reformation. Fonte <https://www.thereformation.com/>

A marca busca liderar e inspirar uma maneira sustentável de estar na moda. Conforme consta no próprio site da marca, propõe discursos éticos e sustentáveis:

A missão de design da Reformation é fazer silhuetas sem esforço que celebram a figura feminina. O processo de design começa com a gente pensando sobre o que realmente queremos usar agora. Nós fornecemos os tecidos mais bonitos e sustentáveis possíveis para trazer esses projetos a vida rapidamente. Nós fazemos nossas peças de materiais super sustentáveis, tecidos de cadáveres resgatados e roupas *vintage* reformadas (The Reformation, tradução livre, 2018, web).

A figura 3 apresenta imagens de looks *upcycle* da marca Reformation:



Figura 3: coleção da marca Reformation. Fonte <https://www.thereformation.com/>

Por fim, o último exemplo destacado é o Re-roupa, uma marca brasileira com uma metodologia que propõe a criação de roupas novas a partir de matérias primas que eram consideradas resíduos (fins de rolo de tecido, retalhos, roupas com pequenos defeitos), propondo ir na contramão do processo acelerado que dita as tendências da moda cuja lógica são produções efêmeras. Segundo site da marca é possível entender e valorar o ciclo de vida das roupas, de modo criativo:

Nós acreditamos que é possível estender o ciclo de vida dessas roupas já existentes usando processos criativos inovadores como ferramenta. Além da preocupação clara com o reaproveitamento, faz parte do conceito do projeto Re-Roupa valorizar a mão de obra local e capacitar costureiras para esse processo criativo chamado *Upcycling*. Todas as peças são produzidas em nosso ateliê no Rio de Janeiro, Brasil. Trabalhando em parceria com costureiras empreendedoras de comunidades do Rio de Janeiro, que trabalham de forma independente ou em cooperativas, as relações são criadas de forma próxima e justa com toda a cadeia envolvida na produção, garantindo assim que todas as peças sejam cortadas e costuradas, carinhosamente uma à uma, por pessoas que são valorizadas e totalmente incluídas no processo de fabricação de cada peça Re-Roupada (Reroupa, 2018, web).

A seguir, na figura 4, são destacados modelos elaborados a partir da parceria da marca Re-roupa com a loja Farm.



Figura 4: parceria do Re-roupa com a marca Farm. Fonte: <http://www.farmrio.com.br/>

Observando essas referências, agrada a análise de que os designers estão aderindo aos princípios da moda sustentável em seus negócios e, por sua vez, promovendo e contribuindo para mudanças positivas dentro da indústria da moda.

Os tópicos aqui abordados serviram de base para uma pesquisa em andamento que busca compreender e aplicar o conceito de *upcycle*, unindo conceitos sustentáveis para resíduos têxteis de empresas de confecção, com foco no reaproveitamento de materiais. Vai investigar e analisar os resíduos têxteis de empresas de confecção de Joinville, criando propostas na área do design de moda que aplicam a reutilização de materiais, identificando e criando propostas de reutilização para os resíduos identificados, para a geração de novos produtos.

Este projeto possui como método científico o método dedutivo, uma vez que a pesquisa parte de uma análise de princípios e diretrizes já conhecidos e resultará numa conclusão final lógica. É uma pesquisa cuja natureza se configura como pesquisa aplicada, pois irá resultar em conhecimentos aplicáveis à prática, dirigidos à solução de problemas específicos e locais (SILVA & MENEZES, 2005, web). Para isso, será realizada uma pesquisa de campo em algumas empresas e posterior análise destas informações, que possibilitaram a aplicação de métodos para desenvolvimento projetual, para geração de propostas para a indústria da moda.

5. Considerações finais

Verifica-se indispensável uma melhor compreensão e conhecimento das práticas sustentáveis, em especial dentro das indústrias têxteis e do mercado de moda. Percebe-se a

necessidade de mudança no papel de todos os envolvidos, sendo indispensável refletir sobre o papel do designer de moda, em um movimento de pré-projetos, *slow* e colaborativo.

O desenvolvimento sustentável se caracteriza pelas combinações de fatores sociais, econômicos e ecológicos e é fundamental introduzir estas questões desde o início do processo de desenvolvimento de um projeto ou produto.

O descarte inadequado de resíduos têxteis e o hábito com que muitas indústrias de confecções lidam com o seus resíduos, de forma errônea, são eventos cada vez mais comuns no processo da industrialização e da produção em escala. A forma como os resíduos estão sendo resolvidos hoje em dia deve ser renovada, para que assim, tenha-se um novo modelo econômico no qual os produtos de moda, completando o fim de sua vida útil, transformem-se em matéria-prima para se gerar novos produtos. Inserindo a sustentabilidade ao design no aproveitamento de desperdícios, tem-se finitas novas possibilidades de se criar, de forma inovadora, com maior valor e responsabilidade social e com ações que resultam não só em melhores condições de vida para o ser humano, como também na diminuição da extração de novos materiais e consequentemente, na degradação do meio ambiente.

Afinal, como já dito antes neste artigo, o que carece hoje no mercado não são novos produtos, mas sim novos significados.

Referências

- BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W. Cradle to Cradle: criar e reciclar ilimitadamente. São Paulo: GG Brasil, 2014.
- CAETANO, Carolina. O cross-branding e a cocriação no âmbito do varejo de moda. 2013. PGTM – EACH-USP
- FERRONATO, Pricilla Boff; FRANZATO, Carlo. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda, 2015.
- FLETCHER, Kate; GROSE Lynda. Moda & Sustentabilidade, Design para mudança, 2011.
- GOODONE. Disponível em: <http://www.britishfashioncouncil.com/> Acesso em 01 mar. 2018.
- LEVY, Nathalia. No Dia da Terra, conheça a Reformation, uma marca tão cool quanto ecológica. Disponível em: <https://elle.abril.com.br/moda/no-dia-da-terra-conheca-a-reformation-uma-marca-tao-cool-quanto-ecologica/> Acesso em 28 fev. 2018.
- GWILT, Alisson; RISSANEN T, Timo. Shaping Sustainable Fashion: Changing the way we make and use clothes. 1ª ed. London: Earthscan, 2011.
- NORONHA, Raquel Gomes; PERPÉTUO, Nayara Chaves Ferreira. Intervenções do design para aumentar a vida útil dos produtos, 2015.
- Reformation. Disponível em: <https://www.thereformation.com/> Acesso em: 01 mar. 2018.
- SHIMAMURA, Erica; SANCHES, Maria Celeste de Fátima. O Fast Fashion e a identidade de marca, 2012.
- SILVA, Samantha Pereira; BUSARELLO, Raul Inácio. Fast fashion e slow fashion o processo criativo na contemporaneidade, 2016.