

## A INTEGRAÇÃO DA MATÉRIA-PRIMA RECICLADA NA MODA

Angela Galon<sup>1</sup>, Geovana Alessi<sup>2</sup>, Gabriel Coutinho Calvi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Acadêmica do Curso de Moda, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. angela\_galon@hotmail.com

<sup>2</sup>Acadêmica do Curso de Moda, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar - UNICESUMAR. geovanaalessiarraes@gmail.com

<sup>3</sup>Orientador, Mestre, Curso de Moda, Campus Maringá/PR, Universidade Cesumar – UNICESUMAR. gabriel.calvi@unicesumar.edu.br

### RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo incorporar a sustentabilidade na moda por meio da prática do *Upcycling*, a fim de reduzir os impactos ambientais, reintegrando a matéria-prima em descarte ou desuso em uma nova perspectiva. A presente pesquisa tem caráter descritiva-exploratória e bibliográfica, ou seja, será apresentado dados e referências bibliográficas de artigos que comprovem a necessidade de uma moda consciente, que respeite toda a cadeia de produção. Também serão aplicadas pesquisas qualitativas e quantitativas para conhecer a fundo as mulheres que priorizam o consumo de forma consciente, adquirindo hábitos sustentáveis em suas vestimentas, assim como no dia-a-dia. Espera-se dessa pesquisa, atender as mesmas da melhor maneira no que diz respeito ao segmento streetwear, desenvolvendo peças desse segmento a partir do *upcycling*, ressaltando a necessidade da integração entre moda e sustentabilidade, incentivando marcas e consumidoras a fazerem parte desse movimento de inovação sustentável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Inovação; Sustentabilidade; Slow-fashion; Street wear; *Upcycling*.

### 1 INTRODUÇÃO

O movimento acerca do desenvolvimento sustentável é um dos mais importantes atualmente. Segundo Berlim (2012), nossa indumentária, bem como os têxteis que nos rodeiam, são uma parte significativa dos produtos que adquirimos ao longo de nossas vidas e a moda os traduz em cores, formas e texturas além dos aspectos sociais e estéticos de diferentes épocas, localizações e gerações que contam nossa história antes mesmo de sermos civilizados. Essa é uma era em que é preciso um reposicionamento para com o meio-ambiente, pensando na reestruturação da forma que nos vestimos e consumimos.

A partir disso, essa pesquisa visa beneficiar a integração da matéria-prima em descarte/desuso na moda, trazendo na problemática: "*Como atender a demanda das mulheres adeptas do streetwear a partir do Upcycling?*".

O *streetwear* é um estilo originado juntamente ao Hip-hop que surgiu em meados dos anos 60. Conforme Marques (2014) aponta, que o movimento teve sua identidade visual edificada por meio de modelagens, cores, texturas e peças emergidas dos subúrbios negros e latinos de NY. A autora salienta que essas modas marginais ou antimoda, são fundamentadas em tribos de estilo e subculturas, tendo seu surgimento, sobretudo com o inconformismo da juventude com a situação política e social da época.

O skate carrega grande influência no streetwear, visto que os skatistas abraçaram esse estilo de roupas largas e confortáveis para possibilitar e favorecer os movimentos do esporte. Marques (2014) ressalta que esse modo de se vestir era muito impactante para época, por isso limitava-se às pessoas que viviam nos guetos urbanos e periferias. Mas foi apenas na década de 90 que esse estilo foi nomeado como conhecemos hoje, tanto quanto a disseminação dele, quando as grandes marcas e confecções resolveram competir por essa fatia de mercado.

Em uma outra vertente, temos o *upcycling* que é considerada uma prática que não se trata de reciclagem, mas de agregar valor a um produto já existente por meio do desempenho de desmontá-lo de modo a criar um produto com maior valor e qualidade que o original. Neste aspecto, Anicet (2011) aponta esse conceito quando menciona que o *upcycling* significa utilizar um material ou resíduo anteriormente utilizado da forma que foi encontrado, sem despendar mais energia em sua reutilização, ou seja, sem reciclar. Logo,

é um processo de recuperação que transforma o resíduo desperdiçado em novos produtos com qualidade superior e valor ambiental.

Posto isso, essa pesquisa tem o propósito de unir *streetwear*, que se baseia em mostrar quem se é por meio da indumentária, respeitando o meio-ambiente e toda a cadeia de produção necessária para a fabricação de um produto de moda, ofertando peças de roupas e acessórios numa nova perspectiva para as consumidoras.

## 2 MODA, CONSUMO E SUSTENTABILIDADE

A moda muda o mundo tanto quanto se muda com ele. Essa relação tem a ver com a transparência e o respeito aos seres humanos e à natureza. Valoriza toda a sua diversidade, transformando realidades sociais, econômicas e ambientais e diminuindo as desigualdades. Abrange a potência de todos os autores envolvidos na cadeia produtiva de moda, pessoas, instituições e organizações. São trocas baseadas na responsabilidade, criatividade, conhecimento e consciência.

A moda é a expressão de nossas escolhas mesmo que inconscientemente, se adequando conforme quem somos, ou pelo menos quem gostaríamos de ser. Neste sentido, Carvalho (2014) aponta que seja na hora das compras impulsivas ou na decisão de vestir a primeira peça que a pessoa vê no guarda-roupa, somos nós quem decidimos como vamos nos expressar, pois as roupas funcionam como uma linguagem não-verbal.

As roupas contam nossas histórias desde antes de sermos civilizados, traduzindo cores, formas e texturas a fim de narrar nossa trajetória. A partir disso, é essencial pensar em estratégias de reposicionamento para gerar menos impactos no meio-ambiente. Para isso é necessário repensar a forma como nos vestimos e o que estamos consumindo, para assim, entender qual relação estamos travando com a natureza e com o próximo por meio da moda. Relata Berlim (2012, p. 14):

[...] A moda permeia todos esses itens, traduzindo em cores, formas e texturas os aspectos sociais e estéticos de cada época, de cada localização e de cada geração. Os têxteis contam nossa história no planeta desde antes de sermos civilizados [...]. Se estamos em uma era que é preciso um reposicionamento perante o meio-ambiente e as gerações futuras, é preciso refletir sobre como nos vestimos, o que compramos, como compramos e por que compramos e que diálogo estamos travando com a natureza e com o próximo por meio da moda. Assim também estaremos refletindo sobre nossos anseios e nossa trajetória.

A partir do crescimento desenfreado das civilizações e das indústrias têxteis, surgem como consequência as primeiras observações a respeito dos desastres e desequilíbrios dos ecossistemas. Bem como retrata Berlim (2012), posterior a Revolução Industrial, e com a democratização da moda no século XX, os artigos têxteis aumentaram volumosamente sua proporção, juntamente com sua importância, despercebida até então. Esses bens de consumo produzidos em massa geram impactos ambientais igualmente volumosos e importantes. Logo, a produção têxtil é uma das atividades mais poluentes do último século, fazendo-se presente em inúmeras pesquisas a respeito de seus principais impactos, como a contaminação da água e do ar.

No âmbito das pesquisas sustentáveis quanto ao setor de moda e produção têxtil, o foco está no produto e no seu processo de produção, sendo uma tendência mundial para a criação de materiais ecológicos. Berlim (2012) apresenta que essas pesquisas envolvem além do ambiental, o âmbito das questões sociais, econômicas, políticas e culturais, desde a produção até o descarte.

No cenário atual, a experiência de consumo assume uma diferente perspectiva, tendo em vista que a tecnologia promoveu diversos avanços e facilidades para o dia-a-dia.

Entretanto, como ressalta Ferreira (2017), isso se espelhou no comportamento, na comunicação, na cultura e no consumo, visto em outros aspectos como retrocesso.

A maneira como o consumo é praticada evidencia o comportamento submisso do consumidor, a obsolescência programada e a instabilidade. Bauman (1999), explica o consumo pela sensação imediata ao novo e como algo efêmero, visto que logo após recém-adquirido esse prazer se finda, provocando insatisfação motivada pelo desejo de mais uma novidade. Tal como descreve o antropólogo Baudrillard (1981, p. 15):

Vivemos o tempo dos objetos: quero dizer que existimos segundo o seu ritmo e em conformidade com a sua sucessão permanente. Atualmente somos nós que os vemos nascer, produzir-se e morrer, ao passo que em todas as outras civilizações anteriores eram os objetos, instrumentos ou monumentos perenes, que sobreviviam às gerações humanas.

O atual modelo econômico de produção e consumo tem causado impactos e danos ambientais em grande escala. Alinhado à sustentabilidade socioambiental surge a Economia Circular (EC) que segundo Moro *et al.* (2018) indica que é pautada em uma estratégia mais limpa e ecoeficiente através de uma cadeia produtiva têxtil baseada na redução de consumo de água e energia. Tendo em conta o padrão econômico atual de “extração, transformação e descarte” conforme afirmam Silva *et al.* (2020, p. 2.)

A base da EC é preservar materiais e produtos em ciclos conforme o ideal *Cradle to Cradle* (Do berço ao berço), criado por Pearce *et al.* (1990). Este modelo é fundamentado em um ciclo fechado de produção e em harmonia com Fletcher e Grose (2011):

[...] manter produtos, componentes e materiais em seu mais alto nível de aproveitamento e valor no tempo, diminuindo ao extremo resíduos e custos da produção, buscando assim dissociar o desenvolvimento econômico global do consumo de recursos finitos, criando possibilidades de negócios rentáveis a partir das iniciativas para fechar o ciclo.

Nesse contexto, a sequência de desenvolvimento positivo contínuo segue alguns princípios: Primeiramente, conservar e expandir o capital natural que institui desmaterialização de produtos e serviços. Abrange o capital natural, fomentando fluxos conscientes no sistema e promovendo circunstâncias essenciais para a regeneração. Em segundo lugar, aprimorar a geração de recursos, tratando-se do planejamento da fabricação, restauração e a reciclagem, de modo que continuem circulando e remediando a economia (MACARTHUR, 2013).

Em terceiro, estimular a eficácia do sistema, englobando a diminuição de avarias em produtos e serviços. O gerenciamento externo de fatores provoca mudanças climáticas, como o uso da terra, água, ar e a liberação de substâncias tóxicas (MACARTHUR, 2013). Por fim, Azevedo (2015) orienta que a EC visa a criação de produtos cíclicos eliminando o desperdício por meio da diminuição da necessidade de novos recursos.

## 2.1 SLOW-FASHION COMO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

O *Slow-fashion* vem questionar a atual conjuntura do mercado de moda e, segundo Fletcher (2012), é originado do movimento *Slow-food* criado por Carlos Petrini em 1986 que tinha como ideal a consciência e responsabilidade na preparação e escolha dos recursos. Entretanto, aplicado à moda, essa ideologia foi criada pela consultora de design sustentável Kate Fletcher.

É um sistema fundamentado na conscientização, responsabilidade e redução da velocidade na cadeia de produção têxtil e de consumo que tem como anseio a sustentabilidade, em contrapartida ao *Fast-fashion*, como citado por Nishimura e Gontijo (2016). Os autores apontam o sistema *Fast-fashion* (FF) como o atual sistema dominante,

baseando-se na confecção tradicional, replicando em alta velocidade e com baixo custo às massas. Ambos os movimentos não são opostos, são sistemas diferentes como frisa Fletcher (2007), que os diferencia pela produção em pequena escala contrária a grande produção.

A prática do *Slow-fashion* objetiva a qualidade em oposição à quantidade. Fletcher (2012) destaca o valor agregado em detrimento do custo financeiro. Salientando a relação entre todos os indivíduos envolvidos na cadeia produtiva, preservando-os. Compreende-se como a integração entre o antigo e o novo, referindo-se ao consumo envolvendo as causas ambientais, sociais e exercendo alternativas ecologicamente e sociologicamente conscientes (HOLT, 2009).

### 3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO *UPCYCLING*

Frente às responsabilidades com o futuro do planeta, procuram-se diferentes alternativas para a reinserção de produtos que seriam descartados, conforme indicam Lucietti *et al.* (2019). Com isso, estudiosos e profissionais da área de moda, a fim de mudar essa perspectiva, buscam novos métodos para ressignificar esses materiais por meio do *Upcycling*. Esse termo foi empregado por William McDonough e Michael Braungart (2002) e, segundo os autores, o propósito desse movimento é a redução do consumo de novas matérias-primas, evitando o desperdício de materiais úteis mediante a criação de novos produtos, dessa forma, diminuindo o consumo de energia, água, poluição do ar e as emissões dos gases de efeito estufa. Consoante a Baumann *et al.* (2002) todo produto causa algum impacto ambiental ao longo de seu ciclo de vida e esses efeitos ambientais são a consequência das decisões inter-relacionadas feitas em diversos estágios do ciclo de vida do produto.

Em conformidade a esse fato, manifesta-se o *Upcycling* que vem se destacando na esfera da reciclagem, no entanto em harmonia com Anicet (2011) é fundamental ressaltar que essa prática não é equivalente a reciclar, visto que esse método corresponde à transformação de um novo produto por via de uma peça de roupa em desuso, promovendo itens com maior qualidade e valor agregado em comparação ao interior.

Algumas das vantagens desse movimento são citadas por Aus (2011) como a possível solução de problemas incorporados na indústria para que haja a dispensabilidade da gestão dos resíduos, bem como a apuração para aplicar o melhor processo, tendo em vista a perspectiva sócio, ética e ambiental. A relevância dessa temática obtém-se pelo posicionamento perante o sistema *slow fashion* em oposição ao *fast fashion* pautado na qualidade ao invés da quantidade, assim como relata Lucietti *et al.* (2019).

Do mesmo modo que o *Upcycling*, há outras alternativas como o *Recycling* e o *Downcycling* que priorizam o reuso de materiais que teriam como destino o descarte. Tal como o símbolo da reciclagem, as demais práticas também possuem símbolos distintos. Como a Figura 1 representa a seguir.



**Figura 1:** *Upcycling, Recycling e Downcycling.*

Fonte: Materialtrader

A prática do *Upcycling* consiste na valorização de todo material possivelmente descartável tendo como finalidade a diminuição de impactos ambientais, uma vez que não consome energia e produtos químicos da mesma maneira que o *Downcycling* que utiliza esses recursos, tal qual relata (MOREIRA *et al.*, 2015). Já o *Recycle* assim como aborda a Política Nacional de Resíduos sólidos (PNRS) trata-se do método mais antigo que equivale ao reaproveitamento de objetos relacionado aos estados físico-químico, biológico ou físico a fim de conceber uma nova matéria-prima ou produto.

#### 4 ORIGEM DO STREETWEAR

A moda e a música sempre estiveram interligadas, muitos pesquisadores já realizaram reflexões teóricas acerca desse assunto, mas são poucas as que se aprofundam sobre essas inter-ligações. Entre eles Corrêa (1989) relata que essas relações são um produto cultural e a moda criada como consequência desse mercado. Rodrigues (2012, p. 2) realizou uma pesquisa a respeito da relação entre a moda e o punk:

Um movimento urbano, originalmente periférico e contracultural, que acabou sim entrando no circuito fashion pela ganância econômica pós-moderna, mas que não pode, de maneira nenhuma, fazer com que esqueçamos ou desconheçamos o seu real potencial positivo.

Assim como Rodrigues (2012) faz com o punk, a autora Romero (2012) faz a mesma investigação acerca da moda e do hip-hop, ela discorre que antes do rap americano se tornar comercial, o mundo da moda era voltado a população branca, e foi em decorrência dele que a indústria da moda reconheceu os latinos e afro-americanos como produtores/consumidores de tendências.

Foi nos Estados Unidos, no final da década de 1960 em que houve o surgimento do hip-hop, original da música negra, tendo como simbologia a consciência negra com fortes características revolucionárias afirma Marques (2014). Conforme a mesma, esses movimentos conhecidos como antimoda ou/e modas marginais tendo como base tribos de estilo e subculturas decorrentes do inconformismo com a situação política e social, expressado por meio dos valores, comportamentos, gostos, como também na indumentária.

O *hip-hop* edificou sua identidade visual através de modelagens, cores, texturas e peças que vieram dos subúrbios negros e latinos de Nova Iorque. Marques (2014) aponta o skate como outra influência nesse estilo, já que os skatistas abraçaram o estilo de roupas largas e confortáveis a fim de favorecer os movimentos do esporte.

A princípio, apenas marcas desconhecidas do público confeccionavam roupas para rappers e skatistas, mas o street wear só foi reconhecido e nomeado como o conhecemos hoje, quando as grandes confecções passaram a produzir esse estilo.

## 5 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa é de caráter descritiva-exploratória e bibliográfica. Descritiva, pois busca descrever uma realidade de forma imparcial. Exploratória, pois se trata da obtenção de insights e novas ideias, a fim de preencher possíveis lacunas. Bibliográfica, porque contempla o uso de informações já publicadas em livros, revistas e artigos científicos como apoio para o desenvolvimento da pesquisa. Para isso, serão aplicadas pesquisas qualitativas e quantitativas. A pesquisa qualitativa será feita por meio de uma entrevista remota e presencial, com perguntas discursivas, o que abrange as possíveis respostas. Já a pesquisa quantitativa será aplicada pelo *Google forms*, com perguntas objetivas. Elas serão feitas com as mulheres que são o público-alvo da pesquisa, adeptas do *Street wear* e das práticas sustentáveis.

Como objetivo geral da pesquisa procura-se analisar os hábitos de consumo das mulheres voltado ao segmento *streetwear* e com foco na prática do *upcycling*. Quanto aos objetivos específicos têm-se a aplicar a sustentabilidade por meio do *Upcycling*, ofertando roupas e acessórios a partir de matéria-prima reciclada; introduzir alternativas para fomentar as práticas sustentáveis dentro da marca.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Integrando a sustentabilidade por meio da criatividade e do *Upcycling*, tendo como propósito reduzir os impactos ambientais, reparando, reutilizando e reciclando matéria-prima em desuso, reintegrando-o em uma nova perspectiva. Para isso foi aplicado uma pesquisa qualitativa e quantitativa para assim compreender melhor a necessidade e desejo da cliente. Dessa forma, fazendo com que as consumidoras repensem seus hábitos de consumo, recusando produtos fabricados por grandes empresas que não respeitam a natureza ou prejudicam o meio-ambiente ao priorizar marcas que tem esse conceito sustentável.

Para isso, foi realizado uma curadoria para a obtenção de matéria-prima em descarte/desuso, como barracas, guarda-chuva/sol, colchão de ar, retalhos e peças garimpadas, para o posterior desmanche e confecção de novas roupas e acessórios, promovendo de acordo com Anicet (2011) produtos com valor e qualidade superior ao original. Os resultados alcançados com o desenvolvimento dessa pesquisa foi a aplicação da sustentabilidade por meio do *Upcycling*, ofertando roupas e acessórios do segmento *street wear*, a partir de matéria-prima reciclada, contribuindo de forma efetiva no que diz respeito ao social, econômico e ambiental, introduzindo alternativas para fomentar as práticas sustentáveis dentro da marca.

## REFERÊNCIAS

ANICET, A.; BESSA, P.; BROEGA, A. C. Ações na área de moda em busca de um design sustentável. *In: COLÓQUIO DE MODA*, 7., 2011. **Anais** [...]. Maringá, 2011.

AUS, R. **Trash to Trend: Using Upcycling in Fashion Design**. Tallinn: Estonian Academy of Arts, 2011.

AZEVEDO, J. L. A Economia Circular Aplicada no Brasil: uma análise a partir dos instrumentos legais existentes para a logística reversa. *In: CONGRESSO NACIONAL DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO*, 11., 2015. **Anais [...]**. 2015.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Martins Fontes, 1981. p. 15

BAUMAN, Z. **As consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999. P. 90.

BAUMANN, H.; BOONS, F.; BRAGD, A. Mapping the green product development field: engineering, policy and business perspectives. **Journal of Cleaner Production**, Amsterda, 2002.

BERLIN, L. G. Indústria Têxtil Brasileira e suas adequações na implementação do Desenvolvimento Sustentável. **Moda Palavra E-Periódico**, v.13, p. 15-45, 2014.

BERLIN, L. **Moda e sustentabilidade**: uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, W. **Cradle to cradle**. remaking the way we make things. London: Vintage Books, 2002.

CARVALHAL, A. **A moda imita a vida**: como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras e cores, Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio, 2014.

CORRÊA, T. G. **Rock nos passos da moda**: mídia, consumo x mercado. Campinas, SP: Papyrus, 1989.

FERREIRA, H. A. Um estudo sobre o consumo e sobre a economia circular na moda. **Dignidade Re-Vista**, v. 2, n. 3, p. 12, 2017.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & Sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo, SP. Senac, 2011.

FLETCHER, K. **Fashion and sustainability faqs**. Londres, Reino, 2012.

FLETCHER, K. The green pages-slow fashion-It's quality not quantity that counts, says eco textile designer Kate Fletcher. **Ecologist**, v. 37, n. 5, p. 71-71, 2007.

HOLT, T. **Is the time right for Slow Fashion?**. Contributor to The Christian Science Monitor, February, 10, 2009. Disponível em:  
<http://www.csmonitor.com/TheCulture/2009/0210/p17s01-lign.html>.

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

LUCIETTI, T. J. *et al.* O *Upcycling* como alternativa para uma moda sustentável. **Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis**, v. 15, n. 2, p. 143-159, 2019.

MACARTHUR, E. *et al.* Towards the circular economy. **Journal of Industrial Ecology**, v. 2, p. 23-44, 2013.

MARQUES, C. S. Moda *hip-hop*: do gueto à passarela. **Iara – Revista de Moda, Cultura, Cultura e Arte**, v.7, n. 2, 2014.

MOREIRA, R.; MARINHO, L.; BARBOSA, F. **O modelo de produção sustentável *Upcycling***: o caso da empresa TerraCycle. São Paulo, 2015.

MORO, R. C. L.; PAULINO, S. R.; CASTRO, P. H. Iniciativas da Cadeia de Suprimentos Têxtil para implementação da Cnd/Brasil. *In*: SEMEAD, SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO, 21., **Anais [...]**. São Paulo, 2018.

NISHIMURA, M. D. L.; GONTIJO, L. A. Slow fashion e o produto de moda com enfoque no usuário. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12., 2016. **Anais [...]**. 2016.

PEARCE, D. W.; TURNER, K. **Economics of natural resources and the environment**. Baltimore: John Hopkins University Press, 1990.

RODRIGUES, D. **Anarquia na passarela**. Porto Alegre: Dublinense, 2012.

ROMERO, E. **Free Stylin'**: How Hip Hop Changed the Fashion Industry. Connecticut: Praeger, 2012.

SILVA, F. C. *et al.* Economia circular e passivo ambiental da indústria têxtil: análise de empresas do setor da moda brasileiro. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v. 11, n. 4, p. 259-275, 2020.