



**FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TÊXTIL E MODA**

HILDA ARAÚJO DE SÁ NASCIMENTO

MODA E UPCYCLING: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

AMERICANA, SP

2022

HILDA ARAÚJO DE SÁ NASCIMENTO

MODA E UPCYCLING: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido em cumprimento à exigência curricular do Curso Superior de Tecnologia em Têxtil e Moda pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.

Área de concentração: Sustentabilidade

Orientador: Prof. Ms. Daniella Romanato

AMERICANA, SP

2022

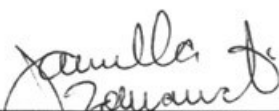
HILDA ARAÚJO DE SÁ NASCIMENTO

MODA E UPCYCLING: DESAFIOS E POSSIBILIDADES

Trabalho de graduação apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda em 2022 pelo CEETEPS/Faculdade de Tecnologia – FATEC/ Americana.
Área de Concentração: Sustentabilidade

Americana, 22 de junho de 2022.

Banca Examinadora:



Daniella Romanato (Presidente)
Professora Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



João Batista Giordano (Membro)
Professor Doutor
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP



Alex Paulo Siqueira Silva (Membro)
Professor Mestre
Faculdade de Tecnologia de Americana, SP

RESUMO

Em tempos de emergência climática, cada vez mais se vê ações com soluções sustentáveis para tentar diminuir os impactos causados pelo homem. Pensando nesta necessidade de se ter novas atitudes em todos os setores, esta pesquisa se dará na área da moda no que é chamado de *Slow Fashion*. Neste sentido, por já haver muitas marcas de moda trabalhando neste mercado em crescimento, mas que, ao mesmo tempo, não estimulam o consumo, pensou-se na dificuldade em se destacar nesta concorrência. Por isso, a pesquisa pretende criar alternativas de como criar roupas atemporais e sustentáveis de forma atraente com preço acessível e com peças exclusivas. Para isso, objetiva-se aprofundar as pesquisas em livros, artigos científicos e em sites especializados sobre o *Slow Fashion*, especificamente sobre os impactos das confecções de moda na degradação do meio ambiente, que levam a necessidade de estudar sobre a economia circular. Também será necessário pesquisar as marcas que trabalham com *Slow Fashion* e o *upcycling* para se ter uma base do que já existe e do que pode ser criado, além de fazer o levantamento em pesquisa de campo em confecções de roupas de malha para fazer a verificação dos resíduos ou retalhos que sobram em suas formas e tamanhos, a fim de pensar na construção de uma espécie de “colcha de retalhos” com área suficiente para que nele sejam cortados os moldes que construirão novas peças.

Palavras-chaves: Slow fashion; Upcycling; Sustentabilidade.

ABSTRACT

In times of climate emergency, more and more actions are seen with sustainable solutions to try to lessen the impacts caused by man skin. Thinking about this need to have new attitudes in all sectors, this research will take place in the area of fashion in what is called *Slow Fashion*. In this sense, because there are already many fashion brands working in this growing market, but at the same time do not stimulate consumption, it was thought of the difficulty in highlighting in this competition. Therefore, the research aims to create alternatives for how to create timeless and sustainable clothes in an attractive way with affordable prices and exclusive pieces. For this, the objective is to deepen research in books, scientific articles and specialized sites *on Slow Fashion*, specifically on the impacts of fashion clothing on the degradation of the environment, which lead to the need to study about the circular economy. It will also be necessary to research the brands that work with Slow Fashion and upcycling in order to have a base of what already exists and what can be created, in addition to carrying out a survey in field research in knitted clothing confections to verify the residues or scraps that are left over in their shapes and sizes, in order to think about the construction of a kind of “patchwork quilt” with enough area to cut the molds that will build new pieces.

Keywords: Slow fashion; Upcycling; Sustainability.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Máquinas têxteis que deram início a Revolução Industrial.....	11
Figura 2 – Economia Linear	12
Figura 3 – Produção de roupa no Brasil.....	13
Figura 4 – Roupa e resíduos têxteis descartados em lixões e na natureza	14
Figura 5 - Impactos negativos gerados pela indústria têxtil.....	15
Figura 6 – Resíduos têxteis.....	16
Figura 7 – Sobras de tecido pelo chão de uma confecção de roupa.....	16
Figura 8 – Economia Circular e os 5Rs.....	17
Figura 9 – Comparativo entre economia linear e circular	18
Figura 10 – Comparação entre Economia Linear e Circular / <i>Upcycling</i> na moda	19
Figura 11 – Marcas de moda que usam reciclagem.....	19
Figura 12 – Marcas de moda que usam <i>upcycling</i>	20
Figura 13 – Atitudes do <i>Lowsumerism</i>	21
Figura 14 – <i>Slow Fashion X Fast Fashion</i>	22
Figura 15 – Alta-Costura X <i>Slow Fashion</i>	23
Figura 16 – Excesso de modismos e a perda de identidade.....	24
Figura 17 – Desequilíbrio entre alta produção, baixo consumo e desperdício	25
Figura 18 – Tinta feita por indígenas com jenipapo e urucum.....	27
Figura 19 – Desenvolvimento sustentável.....	28
Figura 20 – Danos causados na fabricação do algodão e da calça jeans.....	30
Figura 21 – Conceito dos 5Rs.....	31
Figura 22 – <i>Make and Mend e Handmade</i>	35
Figura 23 – Artesanatos têxteis.....	37
Figura 24 – Moda atemporal	39
Figura 25 - Casa Farnsworth (1945) de Rohe e “Sem título” (1970) de Judd	40
Figura 26 – Moda consciente	41
Figura 27 – Jil Sander e seu estilo nos anos 1990.....	41
Figura 28 – Looks da marca Raeburn	42
Figura 29 – Vivienne Westwood e suas criações	43
Figura 30 - Looks da marca Stella McCartney	44
Figura 31 - Looks da marca Christian Siriano	44
Figura 32 – Flávia Aranha e sua criação.....	46

Figura 33 – Looks da Osklen.....	47
Figura 34 – Looks da Farm	48
Figura 35 – Peças da marca Coletivo de Dois	48
Figura 36 – Look da marca Lilled	49
Figura 37 – Look da marca Ada	50
Figura 38 – Peça RePET da marca Oriba.....	50
Figura 39 - Logomarca da empresa criada	54
Figura 40 - Logo representando os movimentos das dunas de areias.....	55
Figura 41 - Logo representando curvas das dunas de areias	55
Figura 42 – Sobras de tecido do corte de camisetas de uniforme.....	56
Figura 43 – Preparação para o corte de blusas de moletom.....	57
Figura 44 – Moldes de calça de moletom.....	58
Figura 45 – Modelo de calça básica de moletom e seu <i>plotter</i>	59
Figura 46 – <i>Plotter</i> de calça de moletom em duas opções de encaixe	60
Figura 47 – Comparativo entre moldes e espaços de sobra	62
Figura 48 – Projeção da colcha de retalhos para cortar uma blusa de manga longa	63
Figura 49 – Colcha de retalhos remodelada para possibilitar o corte de 2 blusas	63
Figura 50 – Colcha de retalhos e seu resultado final	63
Figura 51 – Retalhos separados	64
Figura 52 – Retalhos organizados e alfinetados formando uma manta	65
Figura 53 – Costura lado direito da colcha de retalhos	65
Figura 54 – Costura lado avesso da colcha de retalhos.....	66
Figura 55 – Moldes cortados e aplicado na manta.....	66
Figura 56 – Retalhos utilizados para o corte das mangas da blusa	67
Figura 57 – Frente e costas da blusa no lado avesso	67
Figura 58 – Frente da blusa no lado direito.....	68
Figura 59 – Frente e costas da blusa pronta	68
Figura 60 – Detalhe da blusa aberta	69
Figura 61 – Detalhe da abertura com zíper na frente.....	69
Figura 62 – Detalhe da manga com punho canelado.....	69
Figura 63 – Diferença da costura em overloque (acima) e reta (abaixo).....	70

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Produtos ecológicos X Produtos sustentáveis.....	32
---	----

SUMÁRIO

1. Introdução	9
2. Moda, economia e meio ambiente	11
3. Segmentos e estilos de moda aplicáveis a consciencia ambiental	21
3.1. A história do <i>Slow Fashion</i>	22
3.1.1. A moda sustentável e/ou ecológica	27
3.1.2. A moda artesanal	34
3.1.3. A moda atemporal	37
3.1.4. A moda minimalista	40
4. As marcas de moda no setor sustentável no mundo e no Brasil.....	42
5. Criação de uma marca voltada para o <i>Slow Fashion</i>	51
5.1. A marca	54
6. Pesquisa de campo.....	56
7. Desenvolvimento de peças	59
7.1. Protótipo	64
7.1.1. Erros e acertos na construção do protótipo.....	70
8. Conclusão	71
Anexo 1 – Autorização de visita técnica	72
Anexo 2 – Ficha Técnica	73
Referências	74

1. INTRODUÇÃO

Em tempos de emergência climática, cada vez mais se vê ações com soluções sustentáveis para tentar diminuir os impactos causados pelo homem. Segundo o site *MeuResíduo* (2017):

O impacto ambiental é a alteração no meio ambiente por determinada ação ou atividade do ser humano. Ele é causado pelo desequilíbrio provocado pelo choque da relação do homem com o meio ambiente. Atualmente existe uma conscientização da humanidade, e ela está determinando novos comportamentos e exigindo novas providências na gestão de recursos do meio ambiente.

Pensando nesta necessidade de se ter novas atitudes em todos os setores, no caso desta pesquisa na área da moda o termo que se aplica é o *Slow Fashion*, um movimento que busca por roupas mais duráveis e que, segundo Legnaioli (2019):

(...) Preza pela diversidade; prioriza o local em relação ao global; promove consciência socioambiental; contribui para a confiança entre produtores e consumidores; pratica preços reais que incorporam custos sociais e ecológicos; e mantém sua produção entre pequena e média escalas.

Neste sentido, por já haver muitas marcas de moda trabalhando neste mercado do *Slow Fashion*, pensou-se na dificuldade em se destacar nesta concorrência, em como criar uma roupa atemporal e sustentável de forma atraente com preço acessível e com peças exclusivas?

Para responder a esta questão, a pesquisa pretende apurar a possibilidade de criar peças em tecidos de malha, sendo os *bottoms* (do inglês = partes inferiores) em modelagens básicas e os *tops* (do inglês = partes superiores) feitos a partir dos retalhos que sobram do corte dos *bottoms*. A ideia de ter peças básicas é para garantir preços acessíveis, já que a fabricação destas peças será em certa quantidade; já os *tops* feitos com os retalhos irão encarecer os custos das peças, devido a serem feitas quase que artesanalmente, mas que, por outro lado, garantirá que nenhuma peça será igual a outra, resultando, então, em peças (*bottoms* e *tops*) com preços equilibrados e justos, mas sem perder a exclusividade.

A pesquisa se justifica pela busca em criar uma marca que apresente alternativas para concorrer neste mercado em crescimento, mas que, ao mesmo tempo, não estimula o consumo.

Para isso, objetiva-se aprofundar as pesquisas em livros, artigos científicos e em sites especializados sobre o *Slow Fashion*, especificamente sobre os impactos das confecções de moda na degradação do meio ambiente, que levam a necessidade de estudar sobre a economia circular.

Também será necessário pesquisar as marcas que trabalham com *Slow Fashion* e *upcycling* (aproveitamento de resíduos) para se ter uma base do que já existe e do que pode ser criado, além de fazer o levantamento em pesquisa de campo em confecções de roupas de malha para fazer a verificação dos resíduos ou retalhos que sobram em suas formas e tamanhos, a fim de pensar na construção de uma espécie de “colcha de retalhos” com área suficiente para que nele sejam cortados os moldes que construirão novas peças.

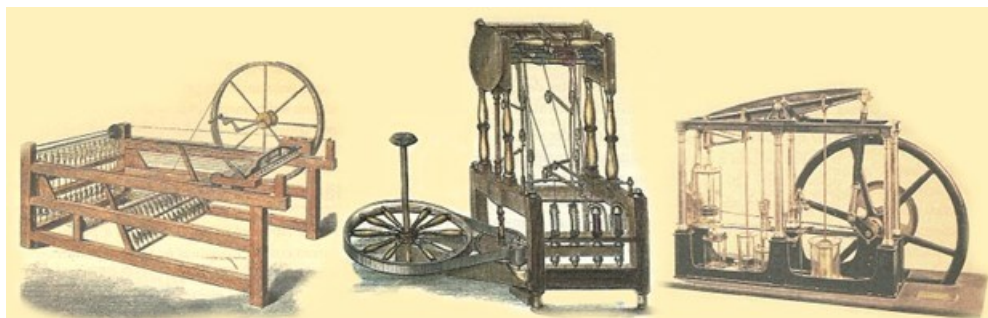
2. MODA, ECONOMIA E MEIO AMBIENTE

Hoje palavras como ecologia, sustentabilidade, reaproveitamento, reciclagem, entre outras, fazem parte de um vocabulário comum a maioria das pessoas no mundo, mas esta consciência ecológica já começou a ser discutida quase que ao mesmo tempo em que se iniciou o processo de industrialização na segunda metade do século XVIII.

Historicamente, a Revolução Industrial se iniciou na Inglaterra por volta da metade do século XVIII, tendo sido um período de grande desenvolvimento tecnológico que substituiu a produção manual por máquinas movidas a vapor, passando a ter uma produtividade em larga escala e, conseqüentemente, estimulando a exploração dos recursos da natureza (carvão) de maneira excessiva e degradante.

Tratando-se especificamente da área de têxtil e moda, a Revolução Industrial, se iniciou na indústria têxtil, tendo sido o primeiro setor a ser mecanizado a partir de 1764 quando James Hargreaves inventou a máquina de fiar; três anos depois, Richard Arkwright criou o tear hidráulico e James Watt inventou a máquina a vapor.

Figura 1 – Máquinas têxteis que deram início a Revolução Industrial



Fonte: ELI, 2014.

Este modelo de produção em larga escala fez surgir um comportamento consumista. O consumo é algo necessário, é a apropriação de algo para atender a uma necessidade; já o consumismo é o consumo excessivo que se baseia no acúmulo de produtos, especialmente itens supérfluos que são dispensáveis.

Desde a revolução Industrial o conceito de consumo está associado ao suprimento de necessidades que foram se transformando com o passar do tempo o que antes era simplesmente sobrevivência passou pelos níveis de diversão, entretenimento e no século XXI, o indivíduo passa a buscar no consumo a experiência, naquilo que diz respeito ao objeto e/ou serviço, indivíduo e sociedade. (FONTOURA; OGAVA; MERINO, 2012, p. 515)

Todavia, essa evolução tecnológica, ao longo do tempo, influenciou e resultou em mudanças na economia, na sociedade e no meio ambiente, dando início a um sistema econômico capitalista mundial, com foco apenas em produtividade e lucro.

Desde então, a indústria em geral, incluindo a da moda, vem predominando num modelo tradicional chamada Economia Linear, em que sua cadeia produtiva baseia-se em extrair recursos naturais, produzir bens e descartar rejeitos e resíduos.

Figura 2 – Economia Linear



Fonte: ECO GREEN, 2020.

A economia linear é insustentável, pois a retirada excessiva dos recursos naturais tem causado impactos negativos ao meio ambiente como a contaminação do solo, uso intensivo de água.

Os últimos 150 anos de evolução industrial foram dominados por um modelo de produção e consumo descartável ou linear, no qual os produtos manufaturados a partir de matérias-primas são vendidos, utilizados e, depois, descartados como lixo. Esse modelo tem sido excepcionalmente bem-sucedido em fornecer ao consumidor produtos a preços acessíveis, além de prosperidade material a bilhões de pessoas. É inviável continuarmos com a atual economia de extração-transformação-descarte (EJIK; JOUSTRA, 2017, p. 15 apud HELENA, 2018, p. 12).

Para Fleury e Oliveira (2021, p. 30- 31), “a maior falha do modelo linear é o esgotamento da matéria-prima em alguma etapa da cadeia”, incluindo as indústrias têxteis, em que “a escassez de material já é evidente em termos de mercados voláteis e preços, que estão, basicamente, relacionados aos recursos não renováveis”.

Desta forma, com o excesso de produção e do consumismo, a partir das décadas de 1960 e 1970, com o movimento de contracultura dos hippies¹, se iniciaram, efetivamente, os primeiros movimentos de consciência ecológica e sustentável, questionando e refletindo sobre os danos causados ao meio ambiente, desde o primeiro advento da industrialização.

¹ O movimento hippie surgiu na cidade de São Francisco, na costa oeste dos Estados Unidos, na década de 60. Os hippies pregavam o amor livre, o respeito à natureza, ao pacifismo e à uma vida mais simples, sem preocupações consumistas.

A partir da década de 1960, o modelo econômico linear começava a mostrar o seu impacto negativo no meio ambiente. Desse ponto de vista, está inserido no sistema capitalista desorganizado, no qual as indústrias priorizam os fatores econômicos para obter lucros gradativamente mais elevados e acabam por negligenciar os fatores ambientais e sociais. Já nos anos de 1970, os instrumentos de gerenciamento ambiental restringiam-se à precaução quanto aos acidentes locais em uma postura reativa. Na busca de compreender os limites e as finalidades da intervenção do homem sobre a vida, no final da década de 1980 surge uma nova realidade socioambiental focada na mudança comportamental e que encara a responsabilidade ambiental como imprescindível à sobrevivência das empresas que assumem uma postura sociopolítica. Dos anos de 1990 em diante, a preocupação volta-se à prevenção de impactos industriais negativos, adotando-se medidas como a redução dos resíduos na fonte para preservar os recursos naturais e reduzir o desperdício de materiais, de água e energia. (FLEURY; OLIVEIRA, 2021, p. 30-31)

Em termos de moda, segundo o site Máfia do Mergulho (2021), esta indústria, por motivos óbvios de que todos seres humanos necessitam de roupas, “está entre os setores que mais movimentam dinheiro em todo planeta, fazendo com que essa área seja aquecida constantemente”.

Figura 3 – Produção de roupa no Brasil



Fonte: CEARÁ; BUONO, 2021.

Ainda de acordo com o site, “o mercado têxtil tem crescido em torno de 5,5% a cada ano, movimentando 2,4 trilhões de dólares anuais no planeta”. Segundo Ceará e Buono (2021) “esse setor representa 5,5% do PIB do país e emprega cerca de 9,7 milhões de trabalhadores diretos e indiretos” em que “75% dos empregados no ramo são mulheres”, mas, infelizmente, “1% delas está em condições análogas à escravidão”.

O problema disso é que, segundo Santa Helena (2018, p. 16), “os consumidores não estão apenas comprando, mas também descartando em ritmo acelerado”. Desta forma, ao passo que a moda movimenta muito dinheiro, gera-se uma quantidade enorme de lixo, contribuindo assim para a poluição ambiental.

Segundo Ceará e Bueno (2021), no Brasil um exemplo do volume de resíduos têxteis descartados diariamente pode ser visto bairro do Brás, popular complexo industrial da capital paulista, que produz diariamente aproximadamente 45 toneladas de resíduo da indústria têxtil.

Figura 4 – Roupas e resíduos têxteis descartados em lixões e na natureza

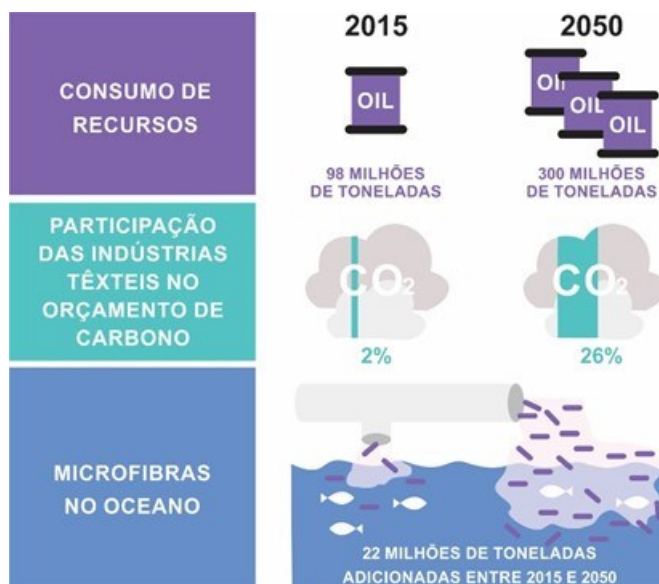


Fonte: MÁFIA DO MERGULHO, 2021.

O site Máfia do Mergulho (2021) ainda alerta que “a produção de roupas em escala global é responsável por uma quantidade significativa de lixo”. Este lixo, por exemplo, à medida que também contribui efetivamente para a liberação de uma quantidade enorme de gases de efeito estufa – estima-se que, anualmente, sejam liberados 1,2 bilhão de toneladas de gases na atmosfera. “Além disso, a indústria têxtil é tida como o segundo setor da economia que mais consome água e produz cerca de 20% das águas residuais do mundo, de acordo com dados disponibilizados na revista Valor”. Com isso, “esse lixo acaba em diversos ecossistemas, como rios, lagos, parques, oceanos, entre outros”.

Da mesma forma que os plásticos descartáveis, os tecidos sintéticos, tais como poliéster e nylon, são capazes de liberar pequenas e minúsculas partículas de plástico a cada lavagem. Esse tipo de resíduo é conhecido como microplástico e causa uma série de danos ao ecossistema dos oceanos. Estima-se, inclusive, que o processo de lavagem contribui com 35% do microplástico que chega no mar. (MÁFIA DO MERGULHO, 2020)

Figura 5 - Impactos negativos gerados pela indústria têxtil



Fonte: SANTA HELENA, 2018, p. 17.

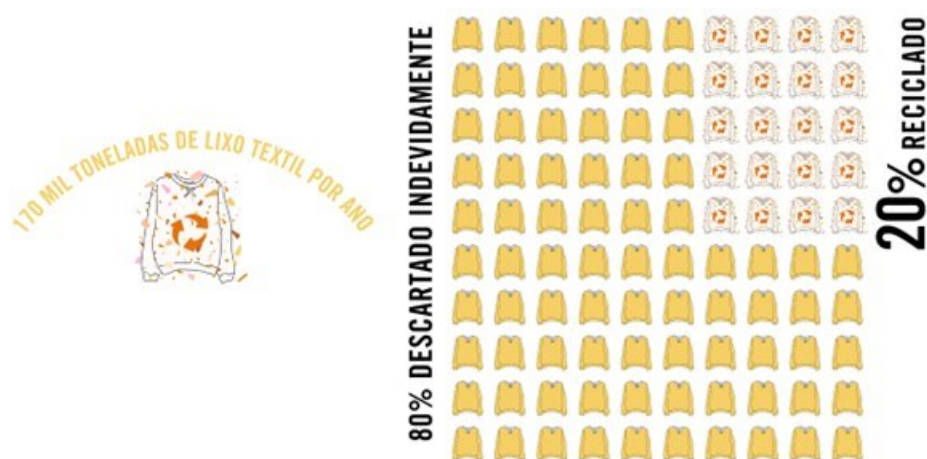
Segundo Santa Helena (2018, p. 16), na área do têxtil e da moda, devido ao *Fast Fashion*², além dos impactos citados, “a indústria têxtil gera resíduos direta e indiretamente, o primeiro são as sobras da produção que geralmente são descartados e tratados como indesejáveis; e o segundo, é uma roupa descartada pelo consumidor desconsiderando o resto de sua vida útil”. Estes, por não apresentarem utilidades, são descartados sem que haja preocupação com o reaproveitamento adequado dos recursos, causando danos ao meio ambiente, fazendo com que a indústria têxtil seja considerada uma das maiores responsáveis pela poluição e degradação do planeta.

O mercado do *fast fashion* na verdade é um dos mecanismos que contribuem para o sistema capitalista prosperar. É uma indústria que apresenta uma cadeia de produção extensa e se depara com muitas brechas de rastreabilidade e responsabilização nas legislações nacionais e internacionais. O modelo de economia linear que o sistema propõe acaba por estimular o uso de mão de obra barata, muitas vezes oferecendo um valor abaixo do considerado mínimo para viver, e não se preocupa em buscar uma solução efetiva para todo o resíduo que produz. (CAMBRAIA, 2021)

² *Fast Fashion* (moda rápida): é um modo de produção que nasceu por volta dos anos 1990, que tem produtos fabricados, consumidos e descartados – literalmente – rapidamente, estimulando o aumento do consumo e do trabalho escravo, por exemplo.

De acordo com Ceará e Buono (2021), “em 2019, o Brasil produziu 79 milhões de toneladas de resíduos sólidos, segundo a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública (Abrelpe)”, deste, segundo estimativas do SEBRAE (2017), anualmente o Brasil produz 170 mil toneladas de produtos têxteis, ou seja, sobras, retalhos e descartes de tecido. Segundo o Sebrae (2014), deste montante total, 80% dos resíduos são descartados em lixões ou são incinerados, enquanto apenas 20% são reciclados. “Sem a erradicação dos lixões e a reciclagem dos resíduos consolidada, o Brasil deixa de ganhar R\$ 14 bilhões por ano com a geração de empregos no ramo”.

Figura 6 – Resíduos têxteis



Fonte: CEARÁ; BUONO, 2021.

Para se ter uma ideia, ainda segundo Ceará e Buono (2021), “no processo de produção das peças, os tecidos sobram e se perdem com facilidade – em uma camiseta de algodão, por exemplo, estima-se que a perda seja de 50%”.

Figura 7 – Sobras de tecido pelo chão de uma confecção de roupa



Fonte: Risco Enfesto e Corte, 2020.

Com tudo isso, a pergunta que vem à cabeça é: Mas dá para produzir sem poluir?

Para atender às expectativas das tendências globais de tornar o crescimento e os lucros menos dependentes dos recursos naturais, as políticas mundiais procuram formas de fomentar a transição de um modelo econômico linear para um circular. Segundo Fleury e Oliveira (2021, p. 31), “o modelo econômico circular tem como essência sua auto-regeneração”.

Com tudo isso, em uma tentativa de frear os impactos ambientais causados pelas indústrias e pelo consumismo, a economia circular é um novo modelo de negócios oposto a economia linear, em que reconhece que todos os produtos são fruto de algo que foi retirado da natureza. Desta forma, se tem como foco prolongar a vida útil dos produtos e/ou da matéria-prima, pois, muitos deles, no momento em que deixam de ser úteis, são descartados no meio ambiente, sendo substituídos por um novo produto.

Figura 8 – Economia Circular e os 5Rs



Fonte: ECO GREEN, 2020.

Karl Marx (1818-1883) (1988, p. 145 apud OLIVEIRA, et al. 2019, p. 279), no século XIX, já dizia que:

Qualquer que seja a forma social do processo de produção, este tem de ser contínuo ou percorrer periodicamente, sempre de novo, as mesmas fases. Uma sociedade não pode parar de consumir, tampouco deixar de produzir. Considerado em sua permanente conexão e constante fluxo de sua renovação, todo processo social de produção é, portanto, ao mesmo tempo, processo de reprodução (MARX, 1988, p. 145).

A diferença entre economia linear e circular podem ser observadas no esquema abaixo:

Figura 9 – Comparativo entre economia linear e circular



Fonte: CENTRO DE RECURSOS ECONOMIA CIRCULAR, 2020.

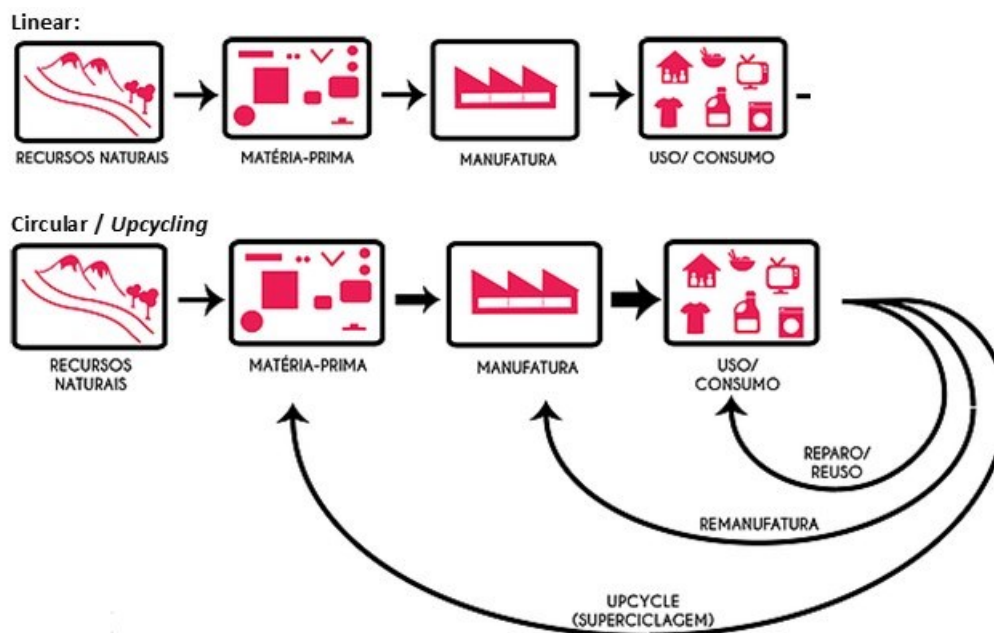
Segundo Bogner (2019), no campo da moda, essa economia alternativa tem como propósito trabalhar com a reintegração desses descartes e resíduos (*upcycling*, do inglês = reutilização), tais como, vestuários, sobras de tecidos, retalhos e fibras, retornarem à cadeia têxtil, como matéria-prima, a fim de produzir novos produtos, que podem gerar benefícios econômicos e competitividade no mercado, com o intuito de reduzir a intensa e grave produção de resíduos e exploração dos recursos naturais, contudo, minimizar o impacto que a indústria têxtil tem causando ao ecossistema.

Segundo Carvalho (2016 apud BOGNER, 2019, p. 12) “o *upcycling*³ não é somente reformar roupas e sim, está relacionado com tecidos esquecidos em fábricas, sobras de aviamento e diversas matérias-primas que seriam descartadas durante o processo de produção”.

De acordo com Marques (2017), o *upcycling* não é a mesma coisa que reciclagem, e sim algo como uma evolução do conceito de reaproveitamento, da continuidade do ciclo de vida do produto. Neste processo um não invalida o outro, já que ambos têm como objetivo tornar o planeta mais sustentável.

³ *Upcycling*, segundo Marques (2017): O termo foi usado pela primeira vez em 1994 pelo empresário e ambientalista alemão Reine Pilsz. Mas só em 2002, no livro *Cradle to Cradle: Remaking the Way we Make Things*, alcançou os olhos do público.

Figura 10 – Comparação entre Economia Linear e Circular / *Upcycling* na moda



Fonte: MARQUES, 2017.

A diferença entre reciclagem e *upcycling* é que o primeiro pode envolver processos com produtos químicos; enquanto o segundo é mais uma “ressignificação de algo que aparentemente não tem mais valor, é a reutilização de um material que se tornaria lixo, aproveitando suas propriedades originais, sem a necessidade de intervenções químicas, além de representar uma alternativa com custo mais baixo” (MARQUES, 2017).

RECICLAGEM: A linha de botas, bolsas, mochilas e blusas da Timberland, que em uma recente coleção se associou a Thread [fabricante de tecidos sustentáveis de Pittsburgh] para transformar garrafas plásticas das ruas e canais do Haiti. A colaboração Timberland x Thread vai além da sustentabilidade ambiental. Reverte não só uma praga ecológica em recurso, mas também cria valor social com bairros mais limpos e novas oportunidades de emprego para uma das nações mais pobres do planeta.

Figura 11 – Marcas de moda que usam reciclagem



Fonte: MARQUES, 2017.

UPCYCLING: Insecta Shoes, marca 100% brasileira que produz sapatos e acessórios ecológicos e veganos, tem o reaproveitamento como palavra-chave. A marca é gaúcha [de Porto Alegre] e surgiu em 2014, da união de duas outras marcas também gaúchas [Mag-P Shoes e Urban Vintagers] que tinham como base o *upcycling* e a moda ética. A parceria resultou em dar vida nova a peças com ótimas estampas, mas que por conta de alguns defeitos pequenos, já não podiam voltar para as araras. A ideia sucesso foi produzir 20 pares de calçados estampados feitos a partir dos tecidos vintage reaproveitados.

Figura 12 – Marcas de moda que usam *upcycling*



Fonte: MARQUES, 2017.

Ainda segundo Marques (2017), os benefícios do processo de *upcycling* são os que mais se aproximam do modelo de economia circular. Estes conceitos se aplicam na moda ao “*lowsumerism*” (ver tópico 3) e o “*slow fashion*” (ver tópico 3.1), que “não são tendências da moda, mas sim, novas formas de produção e consumo que se apresentaram como evoluções benéficas, e que vieram para ficar”.

3. SEGMENTOS E ESTILOS DE MODA APLICÁVEIS A CONSCIENCIA AMBIENTAL

Em tempos de emergência climática, cada vez mais se procura por ações com soluções ecológicas e sustentáveis, inclusive na moda.

Atualmente há métodos éticos e estratégias de consumo que minimizam os impactos ambientais e promovem a ingestão consciente de produtos. Neste sentido, atualmente se usa o termo “*lowsumerism*” (do inglês é a união das palavras “*low*”, que significa baixo em inglês, e “*consumerism*”, que significa consumismo) que, segundo Silva (2019), “consiste em repensar o hábito de comprar. Ter um consumo consciente e consumir menos – ter o que realmente é necessário”.

Figura 13 – Atitudes do *Lowsumerism*



Fonte: SILVA, 2019.

No campo da moda estas ideias se encontram no movimento do *Slow Fashion* (do inglês = moda lenta, no sentido de propor um consumo reduzido e consciente) que, ao contrário do *Fast Fashion* (do inglês = moda rápida - é uma analogia aos termos *Fast Food*, no sentido de ser consumida, digerida e descartada em poucos meses), é um modo de produção com produtos que buscam a qualidade, durabilidade e a preocupação com o meio ambiente, além de valorizar a mão de obra de quem trabalha neste meio.

3.1.A história do *Slow Fashion*

O termo *Slow Fashion* não tem uma data precisa para seu surgimento. Moreira da Silva (2019, p. 441) afirma que em 2004 ele foi usado em Londres “pela escritora de moda Angela Murrills, da revista *Georgia Straight*, passando, então, a ser largamente utilizado em blogs de moda e na internet”, depois, de acordo com Leite (2021), o termo “*Slow Fashion*” foi usado em 2008 no livro “*Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*” escrito por Kate Fletcher, professora e consultora do *Center for Sustainable Fashion*. Segundo Mori (2016), o termo “surgiu através dos mesmos conceitos do movimento *slow food* (movimento não governamental criado em 1986 na Itália, que tem por objetivo divulgar o consumo saudável de alimentos, indo contra a industrialização e o *fast food*)”.

Como já mencionado, o *Slow Fashion* prega um despertar de consciência em todo o ciclo da indústria da moda, desde a matéria prima, ao momento da compra e até mesmo à reutilização das peças descartadas.

O *Slow Fashion* é uma oposição ao *Fast Fashion*, o processo da moda mais utilizado nos dias atuais, que prioriza a alta demanda, o curto ciclo da roupa, a rotatividade da moda acelerada, com custo baseado em mão de obra barata, ou até mesmo escravizada, com produtos de baixa qualidade e imenso descaso ambiental e social. Segundo Mori (2016), o *Fast Fashion* é “conhecido por ter coleções definidas lançadas no decorrer do ano, muitas vezes apresentadas por desfiles, o *fast fashion* possui a estratégia de produzir novidades semanais para seus consumidores, encontrados diretamente no ponto de venda”.

Figura 14 – *Slow Fashion X Fast Fashion*



Fonte: CAN STOCK PHOTO, s/d.

Slow é uma revolução, uma alternativa para a nossa obsessão com a velocidade. Você vê mais quando encara as coisas de um jeito mais lento, como você percebe cada pequeno detalhe quando um filme é mostrado em câmera lenta. O *Slow* pode se manifestar em qualquer design, objeto, espaço ou imagem que encoraja a promoção de artesãos, designers e sabores locais. É uma ideia interminável que dá pra fazer você mesmo, de qualquer jeito que quiser. O *Slow* funciona para contrariar a vida rápida e o desaparecimento das tradições locais. Em um mundo barulhento, lotado e louco, é bom para a alma ter uma vida melhor, vivendo mais devagar. (MIRANDA, 2014 apud ZANETTI, 2018, p. 71)

Apesar de ter um processo lento, podendo ser até artesanal, é importante ressaltar que o *Slow Fashion* não deve ser confundido com a alta-costura, pois se diferem em conceitos, uma vez que a alta-costura é “dirigido à classe A e prevê a criação de roupas exclusivas, feitas sob encomenda e com materiais de luxo”, enquanto a moda *Slow Fashion* “é autoral, mas não exclusiva, e também acessível a todos os públicos”. (FRAGA, 2014, apud QUEIROZ, 2014)

Figura 15 – Alta-Costura X *Slow Fashion*



Fonte: LA ROSE, 2017; MURIEL, 2021.

A velocidade com qual a indústria da moda se renova é absurdamente rápida. Essa velocidade é ainda mais potencializada quando inseridas e reafirmadas em contextos de mídias digitais, onde tudo se refaz um dia após o outro. A moda⁴ deixa de ser moda na mesma rapidez que as pessoas rolam os “*feeds*” de suas redes sociais e são bombardeadas de informações, ideias, conceitos e etc.

⁴ A palavra "moda" vem do latim *modus*, significando "modo", "maneira", mas o conceito de moda só surgiu no final do século XV quando, na corte de Borgonha, os burgueses, enriquecidos pelo comércio, passaram a copiar as roupas dos nobres. Ao tentarem variar suas roupas para diferenciar-se dos burgueses, os nobres fizeram funcionar a engrenagem em que os burgueses copiavam, os nobres inventavam algo novo, e assim por diante. (PALOMINO, 2004)

O excesso de informação causa uma falsa sensação que, para estar bonito, tem de estar usando o que há de mais novo no momento, seguir os modismos. Esse tipo de comportamento incentiva o consumo desenfreado, sendo uma atitude não-sustentável ambiental e economicamente.

Além de tudo, a ideia de consumir absolutamente cada um dos novos modismos lançados diariamente faz com que o consumidor se perca em seu próprio consumo e deixe de enxergar suas preferências na maneira de se vestir, e com isso deturpar seu auto senso estético do que, de fato, é bonito ou não.

Para Fletcher e Grose (2011 apud MORI, 2016, p. 24), o modelo econômico atual, imposto pela sociedade e governo, é um dos principais fatores para que o mercado da moda tenha grande resistência à mudança de comportamento e assim fiquem estacionadas na atual estratégia de produção (*Fast Fashion*), e não consigam visar um futuro melhor.

Para Lipovetsky (2005 apud MORI, 2016, p. 24), “a moda é uma constante ferramenta de mudanças e está diretamente atrelada a sociedade, aos contextos históricos e a aparência que o ser humano deseja transparecer ao outro”.

Figura 16 – Excesso de modismos e a perda de identidade



Fonte: Vector Stock, 2022.

Para ser *Slow Fashion* a moda precisa ser uma escolha e não imposição globalizada, precisa ser além da aparência.

Em qualquer setor, incluindo o da moda, é preciso encontrar equilíbrio entre produção e consumo, esse ponto de partida se inicia na escolha de matérias primas. Quando a matéria prima é selecionada de forma consciente, seu consumo passa a ser realizado de maneira que minimize o desperdício, impactando diretamente o meio ambiente.

Figura 17 – Desequilíbrio entre alta produção, baixo consumo e desperdício



Fonte: Montagem do autor, 2022.

Desta forma, na tentativa de frear o consumismo, como já mencionado, assim como na economia circular, segundo Mori (2016, p. 23), um dos principais aspectos do *Slow Fashion* é o ciclo de vida do produto, desde o processo de criação do designer, suas sucessivas cadeias de produção, comercialização e por fim o descarte. Esse é um processo que deve ser pensado e analisado de maneira criteriosa para que a nomenclatura de um produto *Slow Fashion* faça sentido e se mantenha dentro dos critérios éticos e ideológicos.

Ainda de acordo com Mori (2016, p. 22), quando o *Slow Fashion* tem como base ideológica a conscientização de um consumo sustentável e que cause pouco impacto, faz com que o laço e a responsabilidade ambiental entre empresa e consumidor tornem-se maior, como se formasse uma aliança em prol de uma causa.

Um negócio sustentável não significa que se valorize as questões ambientais e sociais acima dos lucros, na verdade, significa a combinação de estratégia de negócio que somem a realidade financeira e medidas que visam a proteção, a sustentação e a melhora dos recursos humanos e naturais que são necessários no futuro. (LEE, 2009, p. 103, apud MORI, 2016, p. 23)

De maneira simplificada, o *Slow Fashion* é um sistema de produção com menos intermediação entre consumidor e produtor, que mantém seus laços mais estreitos devido às tantas maneiras que eles se colaboram.

No modelo *Slow Fashion*, a transparência procura informar a origem real dos produtos: em vez de omitir a origem da produção com nomes genéricos de um estilista ou marca, por exemplo, a referência é dada a empresas de menor escala: um modelo mais transparente. Além disso, ao diminuir intermediadores no processo de troca das mercadorias, o consumidor se aproxima do produtor. Com esse estreitamento de vínculo, os produtores sentem a responsabilidade de produzir com qualidade, pois os produtos serão consumidos por pessoas que eles conhecem, e os consumidores sentem uma responsabilidade em relação aos produtores, que são membros de sua comunidade. Além do mais, quando se evita intermediações nas trocas, o produto tende a encarecer menos e o produtor se valoriza. (LEGNAIOLI, 2019).

Segundo o site Lave em Casa (s/d), de forma resumida, as principais características para que um produto seja considerado *Slow Fashion* são:

- Transparência acerca da real origem dos produtos;
- Proximidade entre produtores e consumidores;
- Valorização da produção local, incluindo pequenas marcas e recursos naturais da região, combatendo os efeitos nocivos da fabricação de massa;
- Produzir produtos com qualidade, com uma vida útil mais longa, que rompem com o modelo “descartável” da moda, que possibilite anos e anos de uso, sendo assim, sendo atemporal;
- Produção socialmente responsável e com melhor distribuição econômica e valorização dos produtores, que podem ser membros de sua comunidade;
- Valorização de itens fashion “usados”, que podem ser reciclados e reutilizados;
- Comercialização mais justa e cooperativa de roupas e acessórios.

Para que esse processo funcione de maneira lógica, é necessário que haja um incentivo de mudanças na indústria da moda, modificando seus processos de produção de forma que os tornem mais sustentáveis e dinâmicos.

Neste sentido, segundo Sobreira (et al., 2021, p. 40), algumas das estratégias diretamente ligadas ao *Slow Fashion* são:

- a economia circular através do *upcycling*;
- o consumo colaborativo através:
 - de guarda-roupa compartilhado ou bibliotecas de roupas, que funcionam como um plano de assinatura em que a pessoa escolhe as roupas em um acervo e as recebe para usar durante um período pré-estabelecido, não tendo a preocupação em precisar comprar algo específico que só será usado uma ou duas vezes;
 - e uso de peças de segunda mão que podem ser adquiridas em brechós, o que prolonga a vida útil de peças que seriam descartadas mesmo ainda estando em bom estado;
- e o consumo consciente através:
 - do *lowsumerism*;
 - e do armário-cápsula, que, segundo Naves (2020), consiste em restringir o número de peças do guarda-roupa (roupas e acessórios), de maneira que as peças possam ser combinadas entre si e montar inúmeros looks de acordo com o estilo de cada indivíduo através de peças-chaves, atemporais e coringas.

Dentro destas características e estratégias do *Slow Fashion*, alguns modos de produção e criação que colaboram para que se atinja seus objetivos escolhidos para o desenvolvimento desta pesquisa são a moda ecológica e/ou sustentável, artesanal, atemporal e minimalista.

3.1.1. A moda sustentável e/ou ecológica

Atualmente, muito se ouve falar sobre práticas ou produtos que sejam sustentáveis e/ou ecológicos, mas sem saber ao certo a diferença entre os termos.

Segundo o site Ecogranito (2020):

Ecologia é a ciência que estuda as interações entre organismos e o ambiente em que estão inseridos, envolvendo também sistemas complexos que influenciam a vida na Terra. Também pode ser chamada de biologia ambiental, porém, com foco na relação dos humanos com o meio ambiente. Quando falamos de ecologia, estamos nos referindo a tudo que mantém a biodiversidade. Ou seja, produtos ou serviços que estão atentos a não geração de grandes alterações no equilíbrio do ecossistema.

Neste sentido, ainda segundo o site, pode-se usar como exemplo “a tinta produzida pelos indígenas, por ser feita utilizando recursos naturais que não desequilibram a fauna e flora da região”.

Figura 18 – Tinta feita por indígenas com jenipapo e urucum



Fonte: ITACIRA, 2021.

O site ainda explica e alerta que “uma produção ecológica não é necessariamente sustentável. Afinal, uma fábrica pode produzir produtos ecológicos a partir da extração criteriosa e cuidadosa de recursos naturais, mas ainda sim manter um alto gasto de energia e combustível, por exemplo”.

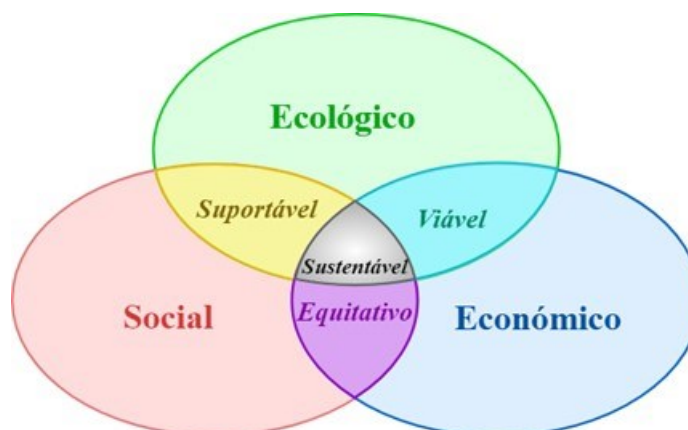
Diferente da ecologia, ainda de acordo com o site, “o conceito de sustentabilidade, engloba todas as estratégias de desenvolvimento de um produto, com foco em não ultrapassar a capacidade do meio ambiente”.

Segundo o site WWF (*World Wide Fund for Nature*), o conceito de sustentabilidade “surgiu na Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas para discutir e propor meios de harmonizar dois objetivos: o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental”. Desta forma, “desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento capaz de suprir as necessidades da geração atual, garantindo a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro”.

Hoje, muitas empresas já adotam este modelo, reconhecendo que “os recursos naturais são finitos e de que nós dependemos destes para a sobrevivência humana, para a conservação da diversidade biológica e para o próprio crescimento econômico”. Sendo assim, é fundamental que todos se conscientizem da importância do desenvolvimento sustentável, “o qual sugere a utilização dos recursos naturais com qualidade e não em quantidade”.

Desta forma, segundo o site Ecogranito (2020), “para uma produção ser considerada realmente sustentável, é preciso avaliar as taxas de utilização para os recursos renováveis, bem como as taxas de esgotamento dos recursos que não são renováveis”.

Figura 19 – Desenvolvimento sustentável



Fonte: Wikipédia.

Algumas das estratégias que podem ser adotadas para se obter um produto sustentável são:



Durabilidade e Resistência: Ao aumentar estes fatores em cada produto, há uma redução considerável do consumo;



Qualidade: algo essencial nesse processo, pois, quanto mais tempo dura um produto, menor é a necessidade de troca, o que implicaria em ainda mais exploração de recursos naturais.

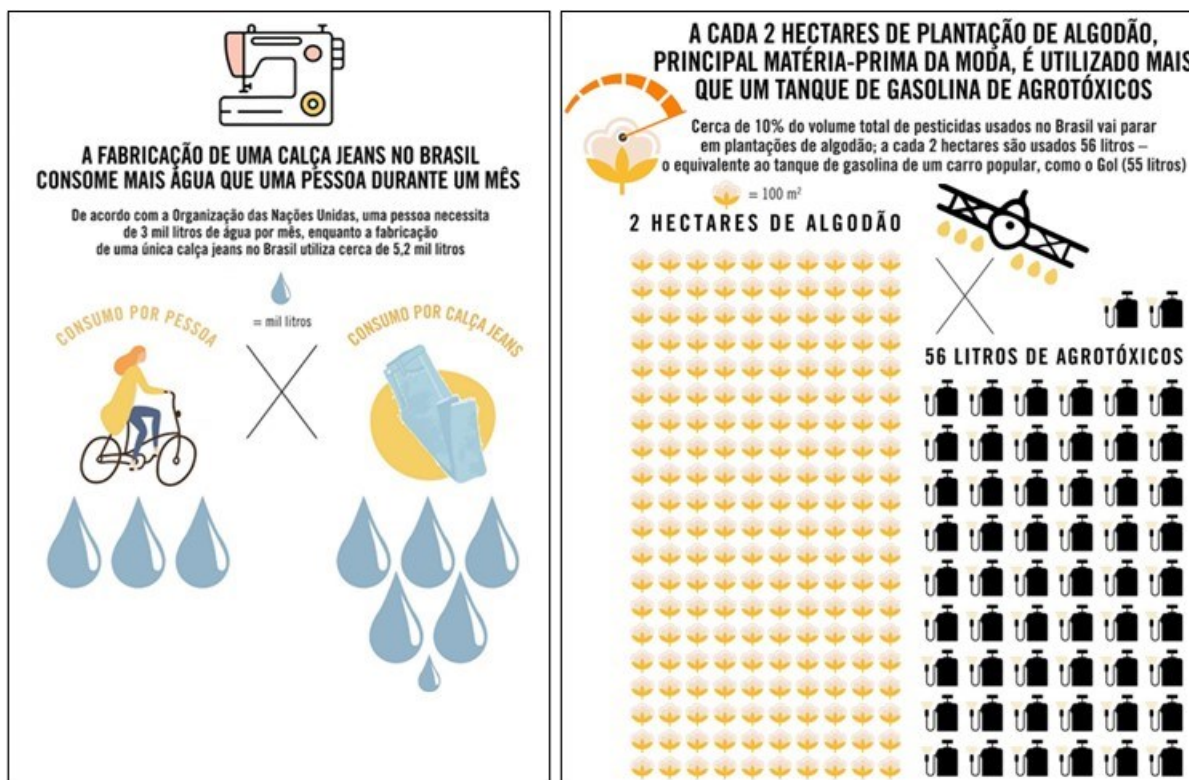
No campo da moda, Godoy (apud QUEIROZ, 2014) explica que “apesar de caminharem juntos, os conceitos de moda ecológica e *Slow Fashion* são distintos”, pois a moda ecológica e/ou sustentável se baseia “na busca de práticas ecológicas à indústria da moda”, enquanto o *Slow Fashion* “se relaciona a um estilo de vida, ao consumo de produtos locais e artesanais”. Neste sentido, o estilista Ronaldo Fraga (apud QUEIROZ, 2014) defende que “a qualidade da roupa tem a ver com a qualidade do trabalho de quem a produz (...) a moda *Slow Fashion* deve buscar não somente sustentabilidade econômica, mas também a humanização dos processos”.

Em relação aos preços da moda sustentável, Márcia, do SESI, explica que eles são mais caros, por levarem em conta o uso de tecidos nobres e naturais e a boa remuneração dos profissionais envolvidos em sua confecção. No entanto, para Lena Santana, a moda sustentável só é mais cara em curto prazo, já que as peças podem durar anos, enquanto as roupas do mercado tradicional costumam ser perdidas depois de meses de uso. (QUEIROZ, 2014)

Apesar da ampla divulgação dos conceitos e de como colocá-los em prática, segundo Nader (2018):

A indústria da moda é a quinta mais poluente do mundo e uma das principais poluentes das águas dos rios, devido ao seu processo de tingimento químico. Pra se produzir uma única calça jeans gasta-se 3.480 litros de água. O poliéster, principal fibra sintética usada na indústria têxtil, é derivada do plástico e leva milhões de anos pra se decompor. O algodão, apesar de ocupar apenas 2,5% da terra cultivada no mundo, em sua produção gasta-se 25% do consumo mundial de inseticidas e pesticidas, sendo responsável em média, por 80% do consumo de água total de fabricação e por 45% das emissões de gases efeito estufa.

Figura 20 – Danos causados na fabricação do algodão e da calça jeans



Fonte: CEARÁ; BUONO, 2021.

A escolha das matérias-primas é um ponto importante da moda sustentável. Nesse caso, o ideal é que sejam utilizadas fibras biodegradáveis e produzidas de maneira sustentável, sem o uso de pesticidas ou outros produtos tóxicos. A fabricação de tecidos a partir de fibras sintéticas (poliéster, viscose, nylon, etc.) necessita de uma grande quantidade de produtos químicos, os quais poluem o meio ambiente. Já os tecidos naturais, como a lã, seda e algodão, não necessitam de tantos produtos químicos durante seu processo de fabricação. O uso algodão orgânico em substituição ao algodão comum é uma forma de reduzir a poluição. No cultivo desse algodão utilizam-se métodos naturais de controle das pragas, ervas daninhas e doenças. Pode-se também optar pela utilização de fibras recicladas, provenientes dos resíduos da própria produção ou dos resíduos pós-consumo, e de fibras e outras matérias-primas de qualidade, que garantem uma maior durabilidade do produto e evitam que ele seja descartado rapidamente. (SUÇUARANA, s/d).

Assim, percebe-se que ainda se tem um longo caminho a trilhar para se chegar a um nível satisfatório de consciência ecológica e sustentável.

Como já mencionado anteriormente, segundo o site Eco Plásticos, para ter atitudes sustentáveis é preciso aplicar o conceito dos 5 Rs da sustentabilidade:

- 1) **Repensar:** seja um consumidor consciente. O consumo exagerado é uma das maiores causas da degradação do meio ambiente. Antes da compra é necessário avaliar todo o ciclo de vida do produto, desde a produção até o descarte, analisando, principalmente, a rotulagem ambiental.

- 2) **Reduzir:** preste atenção na durabilidade dos produtos. Comprar produtos que tenham uma maior qualidade e durabilidade, mesmo que isso saia, por ora, um pouco mais caro. Evitar o desperdício e adquirir hábitos sustentáveis diminuirá os impactos ao meio ambiente.
- 3) **Recusar:** prefira empresas ligadas às ideias sustentáveis. Prefira empresas tenham responsabilidades e valores ambientais e sociais. Muitas empresas atualmente estão substituindo ações que provocam danos ao meio ambiente e se aliando a ideias sustentáveis, para que no final do processo tenha um produto ecologicamente correto.
- 4) **Reutilizar:** dê uma nova utilidade para o produto. A ação de reutilização é a que mais precisa ser entendida e colocada em prática no dia a dia. Reaproveitar o produto significa dar uma nova utilidade para um item já usado, dessa forma, evitando um novo processo de fabricação daquele produto. Aumentando, assim, a vida útil dos materiais produzindo com menos resíduos.
- 5) **Reciclar:** faça Coleta Seletiva. A reciclagem é um conjunto de técnicas de reaproveitamento de materiais descartados, reintroduzindo-os no ciclo produtivo. Ou seja, transformar um material já utilizado em matéria-prima, a fim de que se forme um novo produto com as mesmas características. Além de contribuir com a economia de água e energia, gera empregos e renda para a população.

Figura 21 – Conceito dos 5Rs



Fonte: ECO PLÁSTICOS, s/d.

A partir de todos estes conceitos, a tabela abaixo demonstra quais são os tipos de produto que podem ser considerados ecológicos e quais são sustentáveis:

Tabela 1 – Produtos ecológicos X Produtos sustentáveis

Ecológicos:	Sustentáveis:
Materiais recicláveis;	Provenientes de fontes renováveis;
Produtos que não contêm pele animal;	Feitos com baixo consumo de energia e água;
Plásticos biodegradáveis;	Com redução ou anulação do uso de plástico;
Inseticidas biológicos.	Feitos com boa gestão de resíduos;
	Cuja fabricação não necessita de emissão de gases ou pelo menos evita.

Fonte: RIBEIRO, 2020.

No âmbito da moda, a indústria tem se defrontado com uma crise cada vez mais profunda. Isso acontece porque a sociedade está mais consciente do impacto que as peças têm no meio ambiente, não são mais atitudes como consumir sem pesar os resultados e deixar de lado o sentimento de satisfação diante do produto.

A moda sustentável envolve também o consumo sustentável, ou seja, o comportamento dos consumidores é fundamental para o desenvolvimento deste novo conceito de moda. A sociedade consumidora deve estar bem-informada sobre os impactos ambientais e sociais da fabricação, consumo e do descarte das peças. Mas infelizmente os consumidores enfrentam algumas dificuldades para adquirir peças sustentáveis, principalmente pelos preços, que geralmente são elevados, pela oferta limitada de peças e porque muitas vezes os produtos são pouco atraentes. (SUÇUARANA, s/d).

Diante desse cenário, os consumidores têm buscado alternativas de consumo mais conscientes e que sirvam como modelo para a sociedade. Porém, não é tarefa fácil escolher roupas que não sejam produzidas por conglomerados exploradores e que comercializam produtos de qualidade. O problema é encontrar essas roupas fora do *mainstream*, ou seja, fora dos grandes grupos de vestuários que são a base da indústria têxtil mundial.

Tornar-se uma consumidora do *Slow Fashion* é um desafio, como relata a engenheira ambiental e ativista Maria Constantino (apud ESTADÃO CONTEÚDO, 2019), que tem mais de dez mil seguidores em seu perfil no Instagram sobre estilo de vida ecológico, "o começo foi um desafio, mas a criatividade que tenho em meus looks, a economia que venho gerando em meu bolso e a realização pessoal de dialogar com tudo isso tem valido muito a pena". Uma das estratégias usadas por ela é, primeiramente, "valorizar a imaginação e criatividade na hora de compor os looks, como testar novas combinações e variar o uso das peças". Ela também alerta para o cuidado com as roupas: "Se você vai comprar menos, consecutivamente vai precisar usar e cuidar mais das roupas que tem. Preste atenção no manuseio de cada peça e qual a melhor maneira de lavar e passar cada material para que durem bastante".

Neste sentido, alguns pontos que devem ser considerados ao se produzir moda sustentável são:



- consumo consciente;
- consumo de marcas que tenham a sustentabilidade como ideologia, que visem mais do que apenas lucros;
- consumo e incentivo a marcas que tenham propósitos *eco-friendly*⁵;



- substituição de materiais sintéticos por naturais, preferencialmente orgânicos, e/ou alternativos que tenham fibras biodegradáveis;



- curiosidade pela maneira como as peças foram produzidas;
- consumo de peças artesanais, pois esta reconecta a produção de roupas e acessórios ao trabalho humano e manual; “tal movimento, ao imprimir identidade e raízes culturais às peças, também valoriza uma moda desacelerada, baseada nos princípios do *Slow Fashion*” (DIGITALE TEXTIL, 2021);



- valorização do comércio local e nacional, pois quando se valoriza os recursos locais, se resiste a globalização da moda e consequentemente ao *Fast Fashion*, aumentando a diversidade cultural e valorizando da mão de obra de membros da comunidade.



“Se moda é cultura, e traduz historicamente o comportamento de um povo, e como sustentabilidade é uma forma de ser e não de fazer, ela é uma macrotendência”. (HORTA, 2017)

Valorizar consumidores, produtores e recursos naturais locais, em contraposição à produção globalizada, é uma alternativa à padronização, à centralização e à produção de produtos idênticos. Isso dá origem a ideia de “sociedade multilocal” e uma “economia distribuída”, em que o global é composto por uma rede de sistemas locais. No *Slow Fashion*, tudo o que está disponível localmente é utilizado da melhor forma possível, e o que não pode ser produzido localmente é trocado e compartilhado, dando origem a uma sociedade simultaneamente local e cosmopolita – onde o termo “cosmopolita” abrange a diversidade, em oposição à homogeneidade, implícita na globalização. (LEGNAIOLI, 2019)

⁵ *Eco-friendly* é um termo em inglês cuja tradução significa “amigável ao meio ambiente”. Em outros termos, *eco-friendly* se refere a algo que não causa danos socioambientais ou tem impactos reduzidos em comparação a um produto, evento, situação ou postura equivalente. No Brasil, esse conceito também está presente nos termos “ecológico”, “sustentável”, “consumo consciente”, “verde”, entre outros. (LEGNAIOLI, s/d)

Atualmente, cada vez mais ganha força a ideia de que é preciso pensar em relação às coisas que são feitas no mundo, e como elas afetam o planeta. A sociedade está mais consciente sobre o cuidado com o meio ambiente e as questões sociais. Cada vez mais as pessoas começam a se preocupar com o que vão vestir, e de onde ele veio.

Assim, a boa notícia é que a moda sustentável está se tornando um movimento bem consolidado no mundo todo, o que pode resultar em mudanças na forma de produção.

O termo sustentabilidade já entrou na moda e se perdeu, ficou banal com o seu uso equivocado pelos que se apropriaram dele apenas para se autopromover ou gerar negócios superficiais e duvidosos. Mas essa força coletiva ninguém segura, e o viver/produzir de forma sustentável se renovou e ganhou outros nomes, como moda ética, moda responsável, moda consciente, moda verde, moda pró novo mundo. Seja lá como você preferir chamar, acredite, essa onda veio pra ficar. (HORTA, 2017)

3.1.2. A moda artesanal

No campo da moda, segundo a Equipe Mallorca (2018), o artesanal refere-se ao chamado *Handmade* (do inglês = feito à mão), um conceito que resgata os produtos artesanais, em que seu valor “está na singularidade das peças que são feitas uma a uma, possuindo características únicas”, ou seja, o *Handmade* envolve um senso de exclusividade e consciência, já que nenhuma peça será exatamente igual à outra.

Desta forma, segundo o site Digitale Têxtil (2021), “na contramão do *Fast Fashion* e da banalização dos processos de produção”, a moda artesanal “é aquela que reconecta a produção de roupas e acessórios ao trabalho humano e manual. Tal movimento, ao imprimir identidade e raízes culturais às peças, também valoriza uma moda desacelerada, baseada nos princípios do *Slow Fashion*”. É um modo de produção “pautado no apreço do trabalho manual, na valorização das culturas originárias e nas prerrogativas da sustentabilidade”.

Os processos manuais evoluíram ao longo do tempo e, em muitos casos, tornaram-se processos mecanizados, perdendo suas características de exclusividade e baixa produção.

Este movimento foi retomado em alguns momentos da história por necessidade, como, por exemplo, durante a Segunda Guerra Mundial, quando a escassez de tecidos faz com que as roupas tivessem que ser reformadas como se vê na imagem abaixo de 1943 que diz (livre tradução) “Faça e conserte. Mantenha a família e o lar desimpedidos das restrições da guerra. Reproduções de folhetos oficiais de instrução da Segunda Guerra Mundial”; ou por se contrapor ao consumismo como no movimento *Hippie* nos anos 60 e 70 como se vê no vestido feito pelo designer Adolfo Sardiña em 1967.

Figura 22 – *Make and Mend* e *Handmade*



Fonte: The British Library; Victoria and Albert Museum

A grande diferença nos momentos históricos citados acima é que em 1943 o artesanal foi adotado por necessidade, já nos anos 60 e 70, os *hippies* foram os primeiros a trazer “luz” ao debate ambiental (RODRIGUES, 2021), com os movimentos políticos e sociais de contracultura e, no caso, da antimoda, em que o artesanato se impôs como pensamento, como conceito, dando início a uma consciência social e ecológica, tornando-o “uma reflexão da história por meio da moda e não a realização de uma história da moda que ignora o social” (GONÇALVES, 2007), e assim, “inaugurando” um mercado cultural da moda.

Técnicas como crochê, bordado, tricô e tingimento natural são alguns dos exemplos que fazem parte desta tendência artesanal, “que envolve um senso de exclusividade e consciência. Afinal, nenhuma peça produzida pelas mãos de alguém será exatamente igual à outra” (DIGITALE TÊXTIL, 2021).

O artesanato é uma arte milenar.

Desde a história da civilização humana, o homem vem descobrindo coisas tão importantes comparável a invenção da roda e do fogo, como fazer suas próprias roupas. E através da linha do tempo é possível perceber a questão manual muito instigante, interessante, mas que se perdeu durante um tempo, e começou a se tornar através da moda algo fora de contexto, onde tudo deveria ser produzido em grande escala, muito “*fast*”; onde o industrializado que era bacana, “*cool*”, e na realidade o retorno do *handmade*, o retorno daquilo que foi chamado por um tempo de “trabalhos manuais”, “préstimos do lar”, passou a ser altamente valorizado, inclusive por grandes marcas nos dias de hoje. (ZANETTI, 2018, p. 16)

Historicamente, os hoje chamados de artesanatos têxteis, existem desde a pré-história a partir da **agulha de costura** que foi inventada há cerca de 20.000 anos a.C. feita de osso possibilitou a união entre peças de pele na construção das primeiras roupas. Posteriormente, povos primitivos perceberam que as agulhas também poderiam servir para **bordar** como se pode observar no fóssil de um cro-magno adornado com pedras de cerca de 30.000 anos, encontrado em Sungir, na Rússia. Já no período neolítico (7.000 A 5.500 a.C.), com as primeiras construções de moradias, a prática da agricultura e a criação de ovelhas, foi possível a invenção de “maquinários” pesados como o **tear** vertical em que se entrelaçavam fios de algodão e lã na formação de tecidos planos. Já na Idade Média, com uma agulha com um gancho, surgem os primeiros trabalhos de **crochê**. A partir da segunda metade do século XVI foi popularizado o uso do **tricô**, acredita-se que é uma evolução do crochê que utiliza duas agulhas, possibilitando a confecção de meias mais ajustadas ao corpo. Neste mesmo período teriam surgido as **rendas** sendo, provavelmente, de bilros nos Flandres (região belga) e a de agulha, na Itália, tendo se popularizado na corte de Catarina de Médici (de 1547 até 1559).

Ainda sobre os artesanatos têxteis, agora ligados ao *Slow Fashion*, existem duas técnicas que se utilizam de retalhos para sua confecção: o **patchwork** e o **fuxico**. O patchwork (*patch* = remendo; *work* = trabalho) é um trabalho manual feitos de pedaços de tecidos emendados, tendo se popularizado na Idade Média; já o fuxico teria surgido no período colonial por causa das mulheres do interior do Nordeste do Brasil, que se reuniam para costurar e aproveitavam para fazer intrigas e mexericos ... fazer fuxicos, tratando-se de uma técnica artesanal em que pedaços de tecidos coloridos eram cortados em pequenos círculos, com as extremidades alinhavadas e franzidas formando pequenos enfeites e adereços que eram aplicados em colchas e roupas.

Figura 23 – Artesanatos têxteis



Fonte: Montagem da autora, 2022

3.1.3. A moda atemporal

Segundo a Grande Enciclopédia Larousse Cultural (1998, p. 495), a palavra atemporal denomina aquilo que não depende do tempo, que está fora do tempo. Na moda, segundo Pimenta (2020), esta palavra sugere peças clássicas e essenciais. Um exemplo é a calça jeans, que, desde seu surgimento, “esteve presente nas coleções e no guarda-roupa das pessoas. Tanto no ambiente profissional quanto no lazer”.

A moda atemporal, como o nome já sugere, tende a ter um design e uma qualidade superior que desencoraja o consumo descontrolado e enfraquece o incentivo do *Fast Fashion* que preza quantidade acima de qualidade.

Quando se trata do design de moda, é necessário que se pense a moda de maneira humana, feito do homem para o homem. Por isso, as marcas precisam carregar consigo um propósito e ideologia bem consolidado e embasado em teorias e estudos que justifiquem tais ações.

Moda atemporal é aquela que o tempo validou, é sempre contemporânea e nunca sai de moda. É elegante e exemplo de vestir-se bem. Adquirir o estilo atemporal torna suas escolhas mais simples, reduz descartes, economiza e te dá liberdade para ousar. (PIMENTA, 2020.)

Roupas tendem a transmitir significados, o indivíduo é percebido à primeira vista com o conjunto que mostra ao mundo e sua vestimenta faz parte deste conjunto.

Há no tempo uma habilidade de selecionar hábitos, padrões, costumes, tradições e etc. O tempo filtra o essencial e descarta o dispensável. Logo, tudo o que é considerado atemporal, passou por uma peneira cronológica e sobreviveu, intacto, inalterado e insubstituível.

A moda atemporal pode ser interpretada por muitos como algo velho e fora de moda, mas na verdade é completamente o oposto. A moda atemporal está diariamente presente em todas as vitrines pois são peças que estiveram presentes nos guarda-roupas desde sua invenção. Essa moda vai além da tendência e por isso não é possível distinguir o momento e a época da roupa, já que ela esteve lá por décadas.

A modelagem atemporal é elegante, imponente, simples e de muito bom gosto. Composta por roupas clássicas e versáteis que transmitem elegância e bom senso.

Um exemplo das peças atemporais são: peças de alfaiataria, calças e jaquetas de couro, t-shirts, camisas sociais, jeans e etc. Essas peças estão presentes na maioria dos principais estilos da moda, logo é prudente dizer que essa moda é algo universal, sendo uma excelente estratégia de investimento do âmbito de consumo e empreendimento.

Figura 24 – Moda atemporal



Fonte: FURTADO, 2016.

Contudo, parecer moderno, contemporâneo ao vestir peças finas, elegantes e praticamente imortais não são as únicas razões para um indivíduo ser adepto da moda atemporal e investir num acervo de roupas deste estilo.

A moda atemporal é sustentável e econômica. Por ser um estilo durável, o consumidor leva mais tempo entre uma compra e outra, podendo assim economizar e investir em peças de maior qualidade e mais durável, já que o consumo diminui e consequentemente o descarte no meio ambiente.

Roupas atemporais geralmente são mais fáceis de combinar, um número inferior de peças abrange uma maior quantidade de combinações e ocasiões. Somado à durabilidade, mesmo consumindo itens mais caros, no total, é bem provável que você gaste menos do que seguindo o ritmo louco das tendências. (PIMENTA, 2020.)

Consumir e investir moda atemporal significa estar bem-vestido independente o ano, é observar o passado, presente e futuro de todos os ângulos possíveis.

3.1.4. A moda minimalista

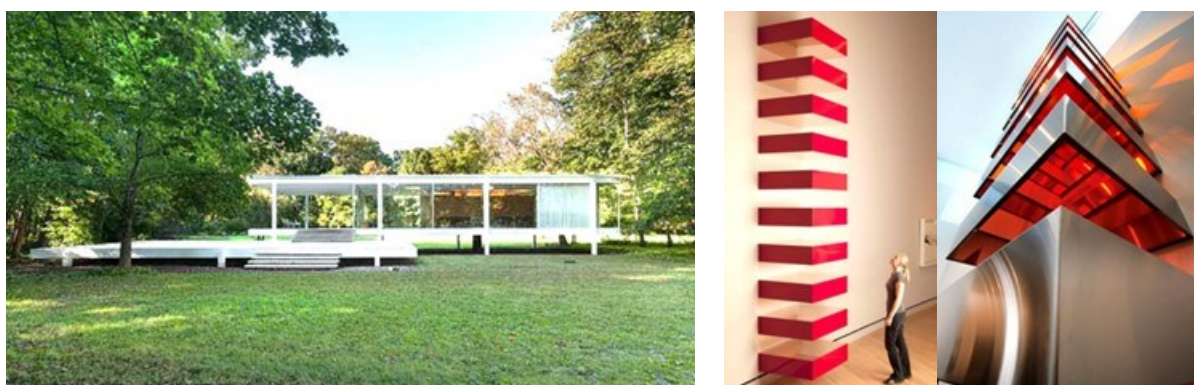
Segundo a Enciclopédia Itaú Cultural (2015), “o minimalismo se refere a uma tendência das artes visuais que ocorre no fim dos anos 1950 e início dos 1960 em Nova York” momento de efervescência cultural trazida pelos movimentos de contracultura. A arte minimalista, uma vertente da arte abstrata norte-americana, “ênfatiza formas elementares, em geral de corte geométrico, que recusam acentos ilusionistas e metafóricos, (...) construído de ideias como despojamento, simplicidade e neutralidade”.

A noção é efetivamente incorporada às artes visuais em 1966, quando Richard Wollheim (1923-2003) se refere à produção artística dos anos 1960 como concebida com base em "conteúdos mínimos", sem discriminar linhas e tendências, o que é feito pela crítica posterior, que permite localizar inflexões distintas no interior do minimalismo. (ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL, 2015)

Um dos inspiradores do movimento minimalista foi o arquiteto modernista Mies Van Der Rohe (1886-1969), usava de técnicas estruturais avançadas e pureza no desenho de suas futuras obras. Sua máxima era que “Menos é Mais”.

Nas artes plásticas, o minimalismo, de fato, tem como seu principal representante o artista Donald Judd (1928-1994).

Figura 25 - Casa Farnsworth (1945) de Rohe e “Sem título” (1970) de Judd



Fonte: 8HAUS ARQUITETURA, 2017; BOMFIM, 2017.

Na moda se usa muito a máxima de Rohe, mas, segundo o site Mondo Moda (2014), “Muitos fazem uso do termo “menos é mais” de maneira incorreta – sem nem ao menos saber sua origem. Não, ele não quer dizer “quanto menos roupa melhor”, mas “quanto menos informações, mais interessante””.

Figura 26 – Moda consciente



Fonte: NADER, 2018.

Na moda, o minimalismo se apresentou aproximadamente entre as décadas de 80 e 90, em contraponto aos “exageros” das décadas de 70 e 80 com a influência das tribos punks, góticos, yuppies e etc.

O conceito contido e funcional do minimalismo se destacava por ser mais intelectual que os outros criadores que apenas faziam roupas da linha clássica. Teve seu início em Paris, com os japoneses. Com isso, a alfaiataria masculina foi representada ao armário feminino, de maneira suave e neutra, sem deixar de lado os cortes essenciais. A ideia era dispensar qualquer tipo de enfeite. (MONDO MODA, 2014)

Um dos principais nomes da moda minimalista ou *clean* (o termo, do inglês que quer dizer limpo, se refere a decoração ou moda sem ornamentos) é a designer Jil Sander (1943).

Em 1977, quando Jil Sander apresentou sua visão de moda em Paris, purista e livre de qualquer elemento supérfluo, poucos a compreenderam. Era a era de Montana, Mugler e Ungaro. Anos de excesso e opulência. Jil veio cedo demais. Até 6 de maio, a exposição Jil Sander Present Tense, no Museu de Artes Aplicadas de Frankfurt, faz um balanço da trajetória desse visionário. Do mal-entendido ao sucesso. (COLLADO, 2018)

Figura 27 – Jil Sander e seu estilo nos anos 1990



Fonte: COLLADO, 2018.

4. AS MARCAS DE MODA NO SETOR SUSTENTÁVEL NO MUNDO E NO BRASIL

Após entender os conceitos que envolvem o *Slow Fashion* e o *upcycling*, se fez necessário pesquisar marcas que já utilizam estes conceitos em suas roupas.

As marcas, de maneira geral, são usadas como método de diferenciação e isso influencia nas decisões de consumo. Dentre todos os nichos existentes na moda, além dos aspectos que se renovam dia após dia, estação após estação, está o grupo de marcas com princípios baseados no *Slow Fashion* e/ou no *upcycling*.

O foco de marcas deste ramo é cuidar do meio ambiente e minimizar os danos causados pelo *Fast Fashion*. Essas marcas têm como propósito oferecer uma moda lenta e de consciência coletiva.

Há um *lifestyle*⁶ previsto para quem empreende e quem consome marcas em geral, nesse caso em específico, é um estilo de consumo que privilegia o planeta e investe em qualidade e durabilidade.

Na Europa as marcas que se destacam são:

- Raeburn, marca Londrina fundada por Christopher Raeburn, é adepta do *upcycling*, reutilizando botes salva-vidas em peças icônicas. Segundo Raeburn, sua marca se resume em três palavras: reconstruir, reciclar ou reduzir (o desperdício).

Figura 28 – Looks da marca Raeburn



Fonte: AFP, 2018.

⁶ *Lifestyle*, traduzido do inglês, significa "estilo de vida".

- Vivienne Westwood é uma estilista britânica famosa desde a década de 1970 por seu estilo anárquico punk de suas roupas, hoje, aos 79 anos, diz: “parte da minha filosofia é, se tivéssemos cultura em vez de consumo não estaríamos nessa confusão ambiental porque teríamos um *ethos* diferente”, “o consumo é o inimigo da cultura” (FERREIRA, 2019), sempre comprometida com a ecologia, a fabricação responsável, sua luta é para salvar o planeta e a nós mesmos.

Precisamos entender a sustentabilidade para que a indústria da moda possa sobreviver e florescer. Moda sustentável é a roupa que não agride o meio ambiente e é feita de materiais verdes. Nós consumidores somos a força que pode influenciar essa mudança através do extermínio de comportamentos ruins e antigos. Certamente essa é a mudança mais significativa em valores que atingirá a moda! E aí, vamos fazer parte dessa *revolution*? (FERREIRA, 2019)

Figura 29 – Vivienne Westwood e suas criações



Fonte: PRETTYNEWS, 2021; FERREIRA, 2019.

- Stella McCartney é um grande nome quando se trata de unir luxo, elegância e sustentabilidade, ela é uma estilista britânica pioneira neste universo de moda ecologicamente correta, oferecendo opções minimalista, com cortes finos e excelente qualidade em suas coleções.

Figura 30 - Looks da marca Stella McCartney



Fonte: PRETTYNEWS, 2021.

Nos Estados Unidos, Christian Siriano é um estilista que desde 2021 decidiu incluir itens de segunda mão na passarela. Segundo Christian a “reutilização e sustentabilidade tornaram-se parte natural da minha visão para esta coleção, porque acredito que a reutilização definirá o futuro da moda”.

A plataforma americana de roupa em segunda mão ThredUp e o designer Christian Siriano criaram um novo símbolo para a roupa em segunda mão. Este símbolo apelativo pode ser usado por todos os projetos de roupa em segunda mão e pelas próprias pessoas que comprem roupa em segunda mão. O novo símbolo mostra um cabide com uma seta, associada à economia circular, na cor verde. Mais do que um símbolo, esta iniciativa procura dar mais credibilidade e emoção à roupa em segunda mão, tornando-a cada vez mais uma primeira escolha para muitos! (ANA, 2020)

Figura 31 - Looks da marca Christian Siriano



Fonte: PRETTYNEWS, 2021.

Diferentemente da Europa, segundo Márcia Nogueira (apud QUEIROZ, 2014), analista de projetos de responsabilidade social do SESI-SP e especializada em moda, “no Brasil ainda estamos no auge da “Era do *Fast Fashion*”, com sua produção de roupas massivas e de baixa qualidade, em que “quase todas as roupas que hoje estão no mercado a preços acessíveis são produzidas com poliéster e tecidos plásticos de baixa qualidade”.

O *Fast Fashion* é a prova de que os modismos são desfavoráveis social e economicamente.

Estudos apontam que “o Brasil é o nono do mundo entre os que mais gastam com compras de roupas e acessórios. O País atingiu a cifra de US\$ 48 bilhões, ou R\$ 249,8 bilhões – com a cotação do dólar a R\$ 5,21 – em 2020 em dispêndios com esses produtos.” (LACERDA, 2021).

Os usos acríticos das redes sociais fazem com que o consumidor perca a noção do que realmente precisa e quer comprar, devido ao algoritmo das redes, empresas e marcas sabem exatamente o que oferecer e para quem oferecer produtos constantemente, tornando o usuário refém de um catálogo infinito nas palmas das mãos.

Uso acrítico das redes sociais pode levar a manipulação de consumo e massificação de gostos. Não é uma novidade que as redes sociais afetam o comportamento de quem as consomem. Inclusive, diversos estudos já comprovam que o uso exagerado e alienado à realidade pode trazer inúmeros prejuízos não apenas emocionais como físicos. (ECODEBATE, 2020).

Quando o tema é vestimentas, segundo Lacerda (2021), o Estado de São Paulo está na dianteira no País

A justificativa para a liderança da Nação é, como não poderia ser diferente, o preço acessível. Possuir valores baixos é o fator número um para a escolha dos itens a serem levados para casa, com 38% de menções na pesquisa. Inclusive, as classes sociais mais consumistas na hora de bem vestir são, pela ordem, B, com 31% e que tem renda, em média, de R\$ 3.085; e a C (21%), com ganhos na faixa de R\$ 5.600. O estrado social D, que tem rendimentos na média de R\$ 720, vem logo a seguir e representa 16% do consumo na totalidade” (LACERDA, 2021).

Esses tipos de estatísticas e dados reforçam a prática do *Fast Fashion* e carrega consigo toda a nocividade ambiental e social, além é claro, do prejuízo econômico para os consumidores que compram itens que perdem valor no modismo usado pela massa de consumidores e na qualidade em pouquíssimo tempo.

Mas nem tudo está perdido. Na contramão do *Fast Fashion* algumas marcas brasileiras já estão incluindo em sua produção o uso de matéria-prima *eco-friendly* e metodologias de *Slow Fashion* e *upcycling*, servindo de válvula de escape ao consumo excessivo do *Fast Fashion* e/ou peças com finitude muito breve, serve como uma estratégia inteligente do âmbito do consumidor e do empreendedor.

Algumas destas marcas são:

- Flávia Aranha é uma designer natural de Campinas (SP), referência na criação de moda sustentável no Brasil. As peças são atemporais com modelagem despojada e elegante, feitas de fibras naturais – linho, algodão, seda – e tingidas com corantes naturais.

Quando quis produzir com algodão orgânico, fui até o assentamento colher algodão às três da tarde, entender o porquê do sol, do tempo, da chuva, do ciclo do plantio. Quando quis tingir, fui aprender a pegar a planta, ferver, observar a tinta saindo dela e entrando na fibra, e depois fui estudar química e botânica. Acredito muito num processo de aprendizado de testar e experimentar para aprender. (CHAVES, 2021)

Desde 2016 é uma empresa certificada pelo Sistema B, uma iniciativa atuante em mais de 50 países que consolida a transparência nos processos de produção e as preocupações com os impactos socioambientais, equiparando-os ao lucro nas prioridades da gestão de uma empresa. (MEIO NORTE, 2022)

Figura 32 – Flávia Aranha e sua criação



Fonte: SILVA, 2019.

- Osklen é uma marca famosa no Brasil e foi uma das pioneiras a trazer a sustentabilidade como um dos principais aspectos e causas em suas campanhas.

Aliada ao instituto-e - organização que visa o desenvolvimento sustentável - a marca realiza projetos que focam na recuperação da costa brasileira, a identificação e utilização de matérias-primas sustentáveis e movimentos de sensibilização e disseminação de informação ambiental para tentar modificar o comportamento coletivo. (BEIRIGO, 2019)

“Mergulhamos no passado, sonhamos com um futuro possível e traçamos uma estratégia”. Elegemos três bandeiras que consolidam o legado construído e apontam o caminho a seguir. São elas: *Regenerate life*, que é a busca por práticas sustentáveis em prol de todas as formas de vida na Terra, o nosso legado para as próximas gerações; *Re-design waste* que faz a geração de valor para resíduos e ressignificação do lixo, *Respect our people* que traz a valorização dos saberes, tradições e empoderamento das sociedades. (OSKLEN, s/d)

Figura 33 – Looks da Osklen



Fonte: OSKLEN, s/d.

- Farm é uma marca carioca que desde 2015 já flertava com iniciativas sociais e sustentáveis, começou a olhar para o lado mais ambiental. É conhecida por suas estampas inspiradas na fauna e na flora brasileira. “Em 2018, fez contratações exclusivas para sustentabilidade. No mesmo ano teve início o projeto de reflorestamento. Para 2021, a proposta é plantar 1.000 árvores por dia. A marca pretende ainda zerar as emissões de carbono seguindo as metas da ONU até 2050” (STORCH, 2021). Estas atitudes têm influenciado outras marcas.

Figura 34 – Looks da Farm



Fonte: STORCH, 2021.

- Coletivo de Dois é uma marca desenvolvida pelos estilistas Hugo Mor e Daniel Barranco, que desenvolvem peças com modelagem unissex e utiliza a técnica da reutilização de retalhos de tecido. A marca trabalha com *Slow Fashion* e não há mão de obra externa. Os estilistas acreditam que reutilizando retalhos têxteis que seriam descartados em lixão, eles estão contribuindo para um mundo melhor.

Em 2015, a especialista em consumo consciente Chiara Gadaleta criou o Prêmio Ecoera em prol da sustentabilidade nos universos da moda, beleza e design. Em 2019, a premiação homenageou a marca Coletivo de Dois por aliar comércio justo, práticas sustentáveis e empoderamento de gênero. "Nós compramos materiais inusitados, com defeitos de impressão, sobras de rolo, peças que para o comércio tradicional não tem mais valor. Aproveitamos o material até o limite, só descartamos o que não tem mais como emendar", revela Daniel Barranco, que fundou a marca com o parceiro Hugo Mor há cinco anos. (ESTADÃO CONTEÚDO, 2019)

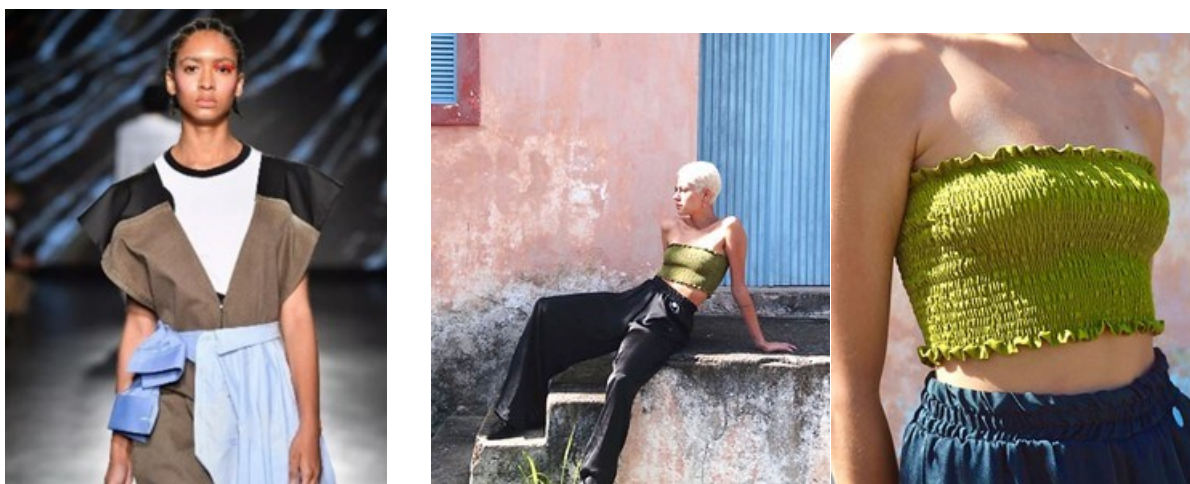
Figura 35 – Peças da marca Coletivo de Dois



Fonte: COLETIVO D., 2017.

- A Comas é uma marca que produz peças por meio da técnica de *upcycling*, um processo que recupera produtos descartados e os coloca novamente no mercado.
- Lilled é uma marca sediada em Florianópolis que prioriza a produção local e o reaproveitamento de matéria prima descartada pela indústria têxtil de Santa Catarina. Essa empresa tem como prioridade a qualidade das peças, tendo produção lenta e consciente.

Figura 36 – Look da marca Lilled



Fonte: DIGITALE TÊXTIL, 2020.

- Ada é uma marca nacional, com intuito de ser consciente e minimalista. Para evitar o descarte e o consumo desenfreado, as peças são fabricadas após a efetuação da compra. A coleção da marca é pensada para que possa ser combinada entre si, para que com poucas roupas seja possível serem realizadas vários looks. Todas as peças são produzidas com tecidos reciclados, orgânicos, naturais e mistos, e os tecidos que sobram são destinados à confecção de embalagens, colchas, almofadas para lactantes e roupinhas para animais.

Figura 37 – Look da marca Ada



Fonte: FREE THE ESSENCE, 2016.

- Oriba é uma marca criada em 2014 que trabalha com moda masculina sustentável que deseja “ser a maior marca de moda básica feita de algodão orgânico do Brasil”, também abraça a responsabilidade social em que “a cada peça da marca vendida um kit escolar é destinado à instituição “Obra do Berço”, na zona sul de São Paulo”. “Desde o lançamento, em 2014, eles já abriram duas lojas em São Paulo, doaram mais de 100.000 kits escolares e 110.000 máscaras para regiões periféricas da cidade”. “Os sócios da Oriba sabem que sustentabilidade começa em casa — e estão bastante empenhados nessa lição”. (STORCH, 2021)

Figura 38 – Peça RePET da marca Oriba



Fonte: ORIBA, 2020.

5. CRIAÇÃO DE UMA MARCA VOLTADA PARA O *SLOW FASHION*

Após a realização da pesquisa sobre os diversos aspectos do *Slow Fashion*, pensando nos consumidores que querem adaptar o guarda-roupa a este movimento, para que se possa criar peças para este público, se faz necessária a criação de uma marca, mas para isso é necessário selecionar as estratégias funcionais e otimizadas que possam ser aplicadas em uma marca de pequeno porte, mantendo um consumo inteligente que agregue praticidade e estilo na vida dos consumidores.

O mundo contemporâneo é um mundo personalizável, e, diante de tantos desafios, como ser um criador de moda sustentável? Sustentabilidade na moda é um conceito livre, um universo imenso com infinitos recursos, onde se pode mostrar diferentes habilidades, na criação de peças que misturam passado, presente e futuro, e são aceitas em qualquer lugar. Sua essência é a inovação, e isso significa ter um comprometimento com a experimentação, e conseqüentemente, correr riscos. (HORTA, 2017)

É sabido que a criação e implementação de uma nova marca será um desafio, em que o primeiro ponto necessário é entender este consumidor.

Segundo Horta (2017), em pesquisas recentes e confiáveis em vários países, mostram que este consumidor:

Não se importa com marca; ele não quer se vestir como todos, como a massa, e busca reforçar sua identidade com peças exclusivas. Sendo assim, o que ele aprecia na sua compra é a história da peça. Comprar uma peça com alma que tenha sido produzida de forma ética, gera um sentimento de colaboração, de pertencimento. É a chamada “economia afetiva”, que vai de encontro ao princípio de valorização de processos que a sustentabilidade propõe. (HORTA, 2017)

Outro ponto importante é o designer de moda e sua relação com sua criação:

Fletcher e Grose (2011) apontam a importância dos criadores de moda para o *Slow Fashion*, e a relação que é criada no desenvolvimento de produto até o cliente final nesse sistema, pois o criador se preocupa com quem veste e como essa peça será descartada na natureza posteriormente, encerrando o ciclo de vida do produto. (MORI, 2016, p. 26)

Fletcher e Grose (2011 apud MORI, 2016, p. 26) ainda afirmam que “o *Slow Fashion* representa uma nova visão para estimular o consumo regional, a diversidade de estilo, estimular o “feito-à-mão” e a exclusividade”.

Neste processo artesanal, o uso de retalhos para a criação de novas peças exige criatividade e muita atenção ao escolher os retalhos que serão unidos em uma mesma peça.

Para desenhar roupas feitas com retalhos é importante pensar numa série de questões: o design precisa ser pensado para o tipo e tamanho da matéria-prima, ou seja, a criação só é possível quando o designer sabe quais são os retalhos disponíveis, o que difere muito do método de criação mais popular, onde primeiro cria-se a coleção para depois encontrar os tecidos necessários para tornar aquele desenho realidade — há, então, inversão no processo criativo. Outro ponto importante é o cuidado ao misturar tipos de retalhos diferentes (ex. poliéster e viscose, seda e tricot), pois os tecidos possuem características diferentes que influenciam caimento, lavagem e uso. Também é imprescindível conhecer a procedência dos resíduos têxteis que serão usados nas criações, sejam eles doados ou vendidos — infelizmente muitas empresas misturam os retalhos com outros tipos de materiais, o que em alguns casos pode contaminar um lote inteiro de retalhos que poderiam ser usados. É necessário que o criador e a empresa cedente dos tecidos estejam conectados e alinhados em relação há como o material deve ser separado e armazenado. (NARDELLO, 2020)

Pensando na diminuição do consumismo, a marca deve estimular o consumo de modelos considerados “peças-chaves” em um guarda-roupa, “proporcionando compras conscientes de peças de melhor qualidade e durabilidade, garantindo sua origem de fabricação, assim como a proteção ao trabalhador que produz essas peças, evitando o trabalho escravo e ilegal” (FLETCHER; GROSE, 2011 apud MORI, 2016, p. 26).

Neste sentido, por ser sustentável em que as peças não são descartadas com frequência, reduzindo assim a quantidade de resíduo nocivo no planeta (descarte consciente através da doação, revenda, compartilhamento), outro ponto importante da concepção desta marca é a criação de peças atemporais, já que este nicho de mercado consome peças de qualidade e durabilidade, incentivando o uso prolongado.

É fato que a moda atemporal é cheia de simplicidade, deve ser associada a produtos feitos com qualidade e caracteriza um consumo consciente. Ela também está muito próxima à sustentabilidade. Esses traços só colaboram para afirmar que: investir em moda atemporal é uma escolha consciente, responsável e inteligente. (INSIDER EDITOR, 2021)

A moda atemporal também é uma grande aliada aos adeptos dos guarda-roupas capsulas, que, segundo Insider Editor (2021):

Esse armário não é lotado de peças, ao contrário, é feito com um número razoável e reduzido de roupas, mas que sejam roupas úteis, que combinem entre si e concedam ao seu usuário a possibilidade de criar vários looks atemporais, com múltiplas possibilidades.

Tornar a sustentabilidade como prioridade é uma responsabilidade essencial para quem empreende na moda e traçar estratégias para que o consumidor, de maneira direta ou indireta contribua para isso é uma ação inteligente e respeitosa.

Sobre a precificação das peças, ainda de acordo com Fletcher e Grose (2011 apud MORI, 2016, p. 26) destacam é:

A integridade mantida no preço final do produto, uma vez que, o sistema atual formado por uma cadeia de processos e fornecedores, se dá por precificações diversas no produto em cada etapa da construção do modelo, o custo final do produto é influenciado e alterado durante todo o processo de fabricação e tem o seu custo real final modificado e acentuado.

Desta forma, a marca deverá ser pensada e criada apoiada nos seguintes pontos:

- Roupas diferenciadas do *Fast Fashion*;
- Criatividade e inovação nas criações;
- Exclusividade e personalização;
- Uso de retalhos;
- Peças que sejam afetivas, que tenham “alma”, uma “história”;
- Criação de “peças-chaves”, guarda-roupa cápsula;
- Criação de peças minimalistas e atemporais;
- Busca por qualidade e durabilidade;
- Produção ética;
- Produção colaborativa;
- Valorização dos processos e de quem os produzem;
- Valorização do produto local;
- Valorização dos processos artesanais;
- Preços justos;
- Preocupação com o descarte consciente das peças após seu uso pelo consumidor.

5.1. A marca

A principal motivação para o desenvolvimento de uma marca é usar, de maneira estratégica, um novo modelo de negócio com ênfase em uma linha de moda que agregue na vida do público-alvo de maneira completa. Uma marca que carregue consigo um estilo elegante, atemporal e versátil, e com isso possa ser utilizado em toda e qualquer situação, sendo facilmente adaptável.

Desta forma, surge a ideia da marca “Dune”, que em francês, traduzido para o português como Duna, são colinas de areias formadas pela ação dos ventos e são geralmente encontradas nas praias e desertos.

Figura 39 - Logomarca da empresa criada



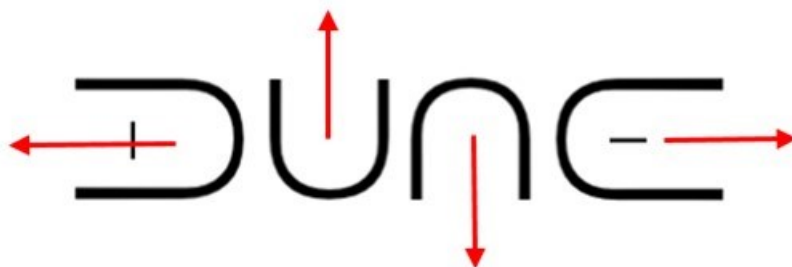
Fonte: Da autora, 2022.

A aparência das dunas varia de acordo com a intensidade dos ventos e a direção que ele sopra, fazendo com que esta esteja em mudança constantemente, traçando novos caminhos, novas colinas, novas ondulações e mesmo assim, continue tendo a aparência de uma duna.

A marca Dune tem como principal inspiração a versatilidade com a qual as areias se movimentam para diversas direções e permanece com a sua elegância e beleza intacta com a ação do tempo, criando todos os dias uma nova versão da mesma paisagem.

Ainda em reafirmação do conceito versátil e atemporal das dunas, ideologia da marca, a logomarca foi pensada de maneira que conseguisse reforçar, de forma minimalista, o movimento do mesmo elemento para todas as direções, conforme ilustrada nas Figuras 40 e 41.

Figura 40 - Logo representando os movimentos das dunas de areias



Fonte: Da autora, 2022.

Há também as formas arredondadas da fonte que traz em seu design a inspiração dos formatos das dunas que geralmente são montanhosas e arredondadas, como representados na Figura 41.

Figura 41 - Logo representando curvas das dunas de areias



Fonte: Da autora, 2022; JAVARMAN, s/d.

6. PESQUISA DE CAMPO

Após a identificação dos pontos em que a marca irá se basear, também se fez necessário fazer uma visita técnica em uma confecção de uniformes para se ter ideia real dos resíduos gerados diariamente.

A visita foi autorizada (ver Anexo 1) e realizada no dia 27/04/2022 na empresa Primetec Uniformes Profissionais, localizada a Rua José Leite Godoy, 471 na cidade de Santa Bárbara d'Oeste, no interior do estado de São Paulo.

Na visita foram colhidas imagens de sobras de tecido do corte de camisetas feitos, apenas, no período da manhã.

Figura 42 – Sobras de tecido do corte de camisetas de uniforme



Fonte: Do autor, 2022.

Em outra mesa, os funcionários estavam preparando o enfiesto e os moldes (feitos no Audaces) para o corte de blusas de moletom de 1,90 m de largura.

Observando as sobras das camisetas e os moldes das blusas de moletom, percebe-se que no *plotter* das blusas de moletom as sobras (em amarelo) projetadas parecem ter formatos e tamanhos mais diversificados.

Figura 43 – Preparação para o corte de blusas de moletom

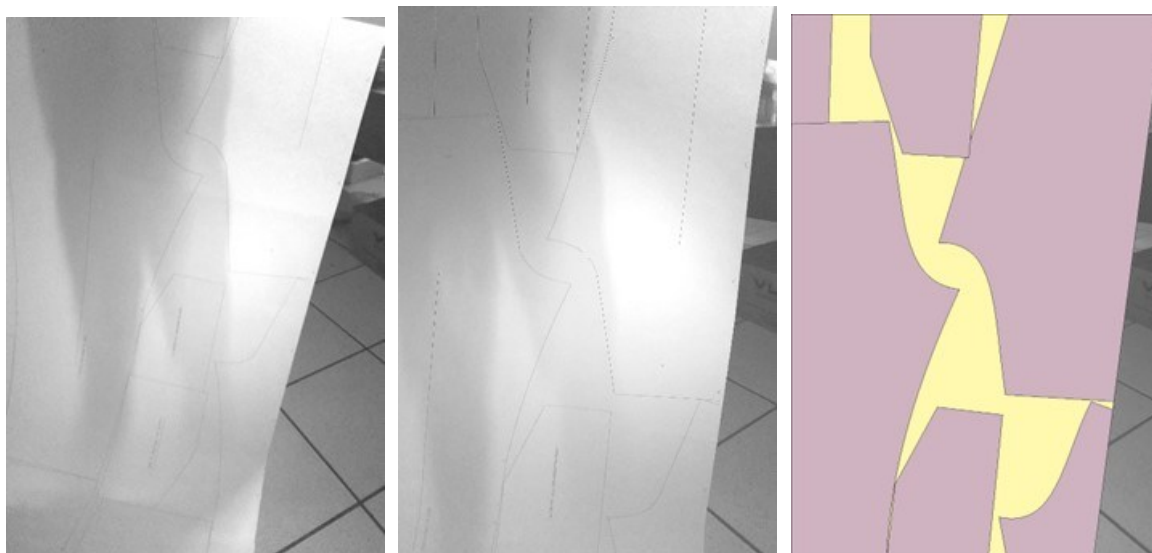


Da autora, 2022.

Também foi possível ver o *plotter* de uma calça de moletom em que se observa que, assim como o comparativo entre a camiseta e a blusa de moletom, também sobrarão retalhos de formatos e tamanhos diferentes (em amarelo).

Outra coisa importante relatada pelo funcionário que estava pegando o *plotter* da calça de moletom, foi que não poderia se esperar retalhos exatamente iguais aos que se vê no molde impresso, pois na hora do corte, pode-se cruzar pelo meio de uma sobra para chegar no outro molde, ou seja, a não ser que a empresa oriente que as sobras sejam preservadas como se determina no *plotter*, estas poderão ser imprevisíveis.

Figura 44 – Moldes de calça de moletom



Fonte: Da autora.

7. DESENVOLVIMENTO DE PEÇAS

A partir da marca criada e da pesquisa de campo realizada, segue-se para a experimentação de um protótipo.

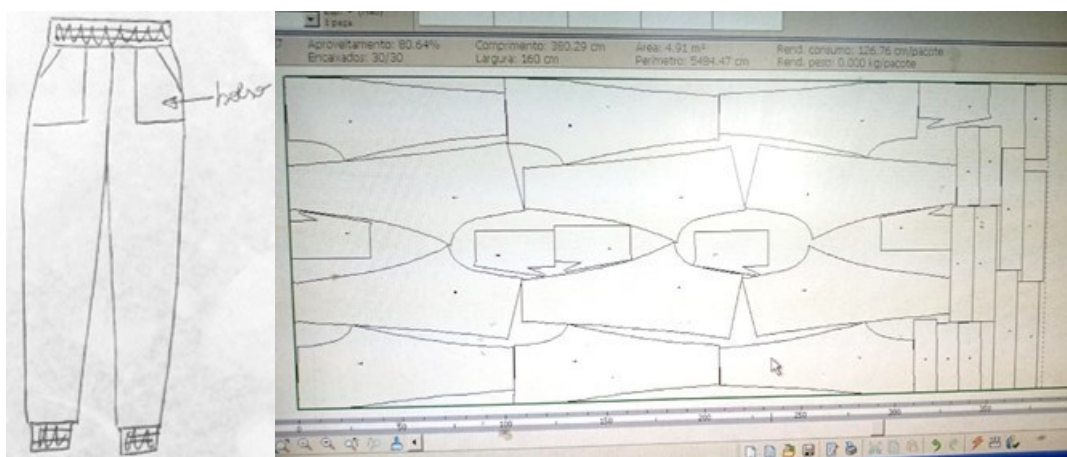
Como proposto no início deste trabalho, a pesquisa pretende criar alternativas de como criar roupas atemporais e sustentáveis de forma atraente com preço acessível e com peças exclusivas, através da criação de peças em tecidos de moletom, sendo os *bottoms* (do inglês = partes inferiores) em modelagens básicas e os *tops* (do inglês = partes superiores) feitos a partir dos retalhos que sobram do corte dos *bottoms*.

Esta ideia de ter *bottoms* em peças básicas é para garantir preços acessíveis, já que a fabricação destas peças será em certa quantidade; já os *tops* feitos com os retalhos irão encarecer os custos das peças, devido a serem feitas quase que artesanalmente, mas que, por outro lado, garantirá que nenhuma peça será igual a outra, resultando, então, em peças (*bottoms* e *tops*) com preços equilibrados e justos, mas sem perder a exclusividade.

Para construir uma espécie de “colcha de retalhos”, com área suficiente para que nele seja cortado o molde que construirá a nova peça, já que ainda não se tem a fabricação das calças em quantidade, foi preciso buscar retalhos em confecções que tivessem estas sobras de calças de moletom.

Também foi preciso gerar um *plotter* feito no Audaces para calça de moletom básica para que fosse feito o estudo dos possíveis retalhos e promover um estudo de como estes retalhos seriam costurados na formação da “colcha de retalhos”.

Figura 45 – Modelo de calça básica de moletom e seu *plotter*

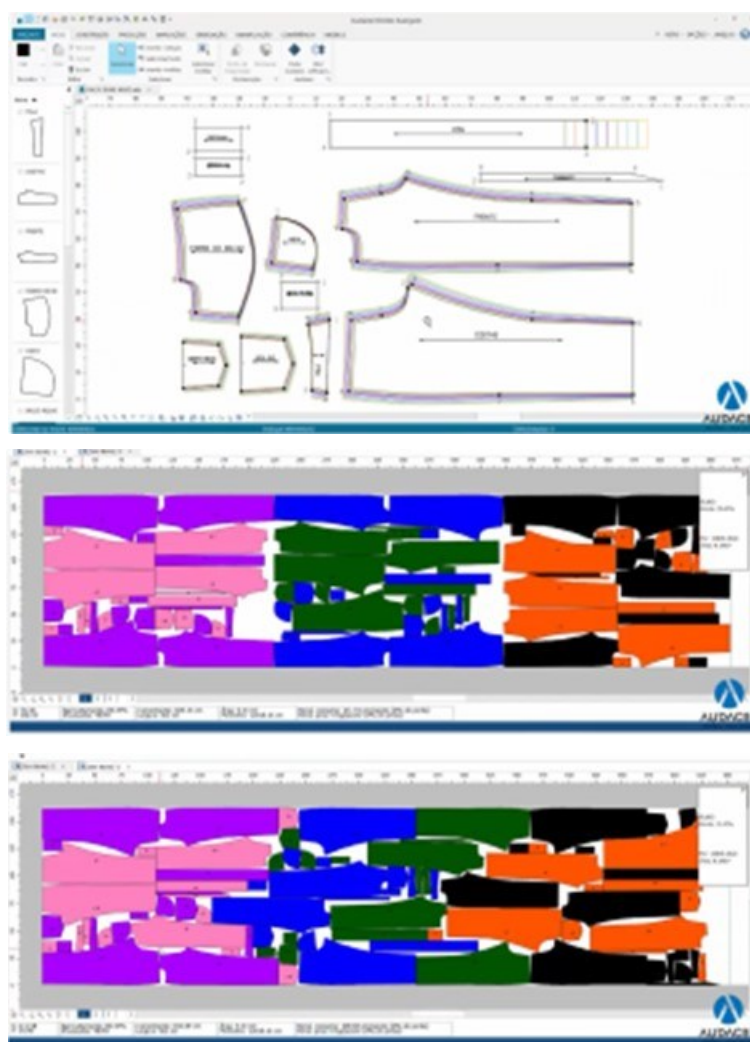


Fonte: Da autora, 2022.

Estudando o *plotter* na imagem anterior, o plano gerado tem poucas sobras devido ao bolso.

Então foi necessário estudar outros *plotters* para verificar as possibilidades de encaixe e as sobras possíveis. Para isto, foi observada uma aula dada pela Audaces no Youtube. Neste caso, o tecido tem 1,60 m de largura e a calça também tem bolsos, mas desta vez são embutidos. No vídeo são mostradas duas alternativas geradas pelo programa, sendo uma por blocos agrupando dois tamanhos diferentes em cada resultando em 84,33% de aproveitamento, e outra com o melhor aproveitamento do tecido resultando em 87,64%. No vídeo, o professor explica que apesar do melhor aproveitamento da segunda opção, ela é muito “apertada” o que dificulta o corte, principalmente, das peças pequenas, por isso ele aconselha a primeira opção.

Figura 46 – *Plotter* de calça de moletom em duas opções de encaixe



Fonte: AUDACES, 2018.

Observando os *plotters* das Figuras 45 e 46, conclui-se que o melhor encaixe ou o melhor aproveitamento é uma escolha de cada confecção.

Desta forma, para esta pesquisa, a título de experimentação e por ser uma confecção de poucas peças, conforme dados colhidos na visita técnica, será usado como base o *plotter* da Figura 45 (Figura 47A) e um tecido de moletom com 1,90 de largura, deixando, propositalmente, mais espaços entre os moldes (Figura 47B).

Na Figura 47C pode-se ver o que sobraria de retalho do corte da calça de moletom.

Na Figura 48 os retalhos foram agrupados a fim de montar a colcha de retalhos, mas ao aplicar o molde da blusa de manga longa, percebe-se que ainda sobrariam novos retalhos. Desta forma, mais uma vez os retalhos foram agrupados de forma a caber o molde de 2 blusas como se vê na Figura 49.

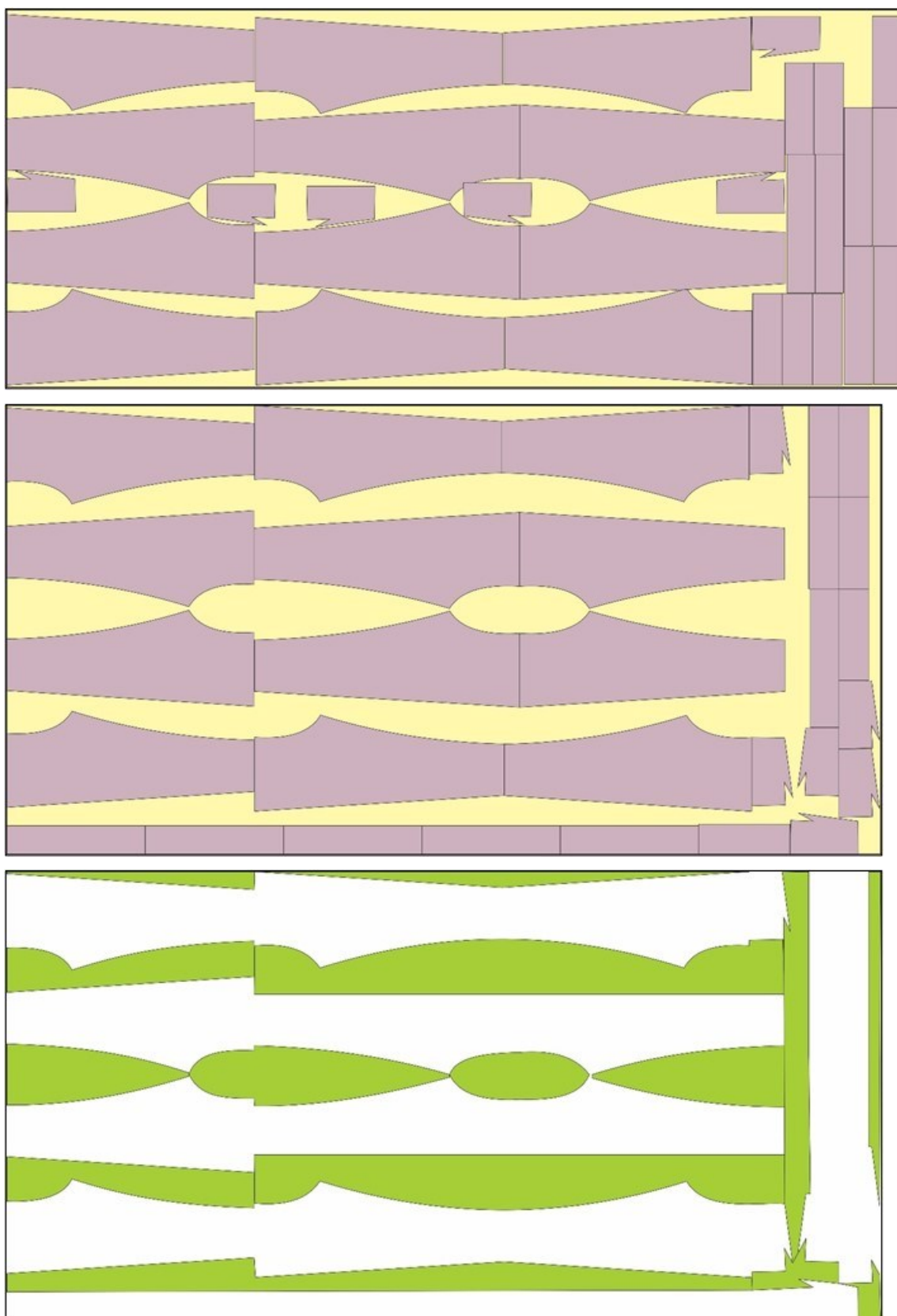
Na Figura 50 se vê a blusa “pronta” de frente e de costas e com retalhos coloridos, prevendo que cada camada do enfesto seria de uma cor diferente, por exemplo.

Com isto, a experiência resultaria em 6 calças básicas e 2 blusas de manga longa.

O fato de resultar em mais calças que blusas não é um problema, pois a venda de calça é maior do que a de blusas, devido a seu desgaste por mais atrito e lavagens. Além de que, a calça é básica e a blusa seria exclusiva, já que, devido aos recortes, que nunca serão iguais.

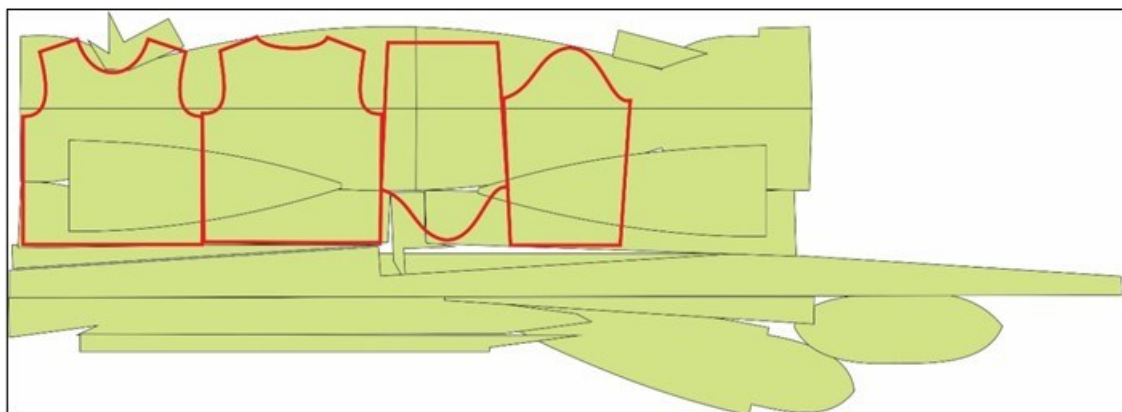
Outra questão é que os retalhos sempre poderão ser agrupados a outras colchas de retalho e os retalhos menores poderão compor detalhes que possam ser aplicados nas calças ou nas próprias blusas, ou até em acessórios. Com isto, a marca geraria resíduo quase zero, custo equilibrado e peças exclusivas.

Figura 47 – Comparativo entre moldes e espaços de sobra



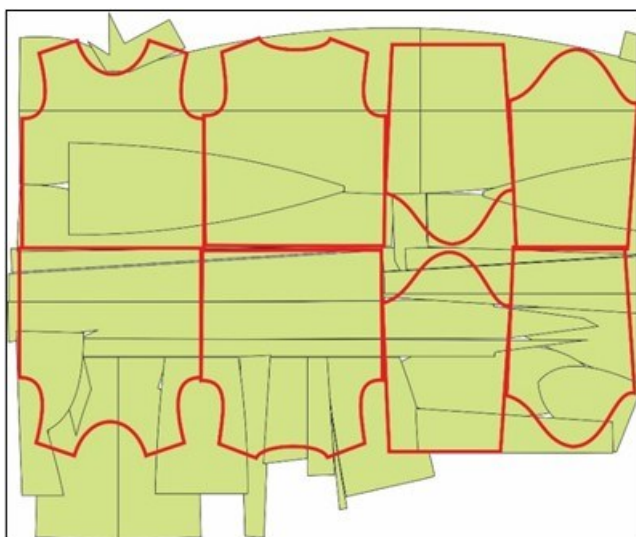
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 48 – Projeção da colcha de retalhos para cortar uma blusa de manga longa



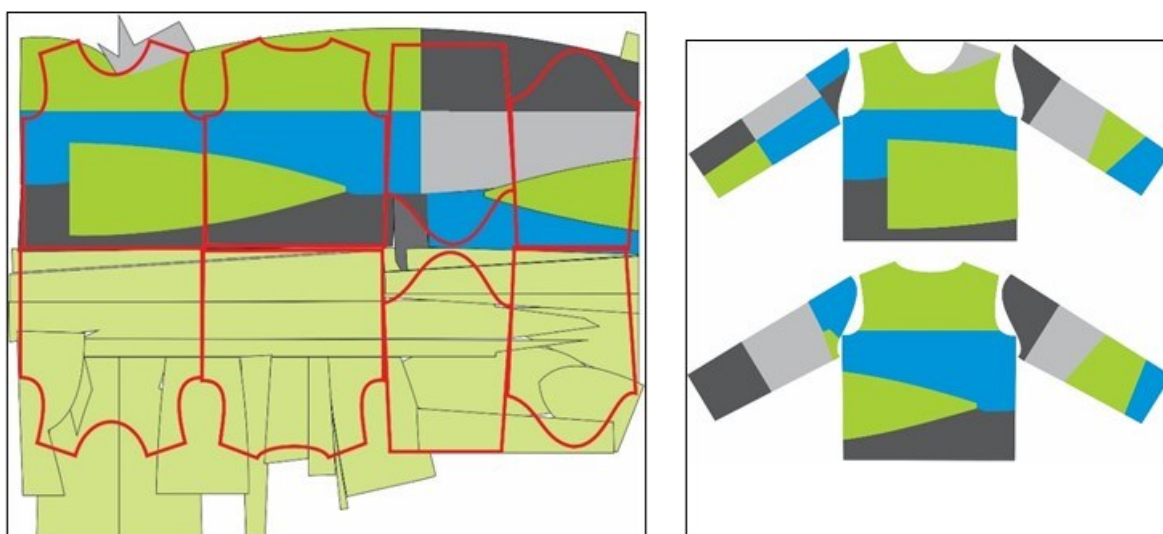
Fonte: Da autora, 2022.

Figura 49 – Colcha de retalhos remodelada para possibilitar o corte de 2 blusas



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 50 – Colcha de retalhos e seu resultado final



Fonte: Da autora, 2022.

7.1. Protótipo

Após a projeção teórica, partiu-se para a construção de um protótipo.

Para isso, o primeiro passo foi necessário buscar retalhos de calças de moletom em confecções.

Com os retalhos em mãos, estes foram separados e distribuídos sobre mesas para se ter uma ideia das formas, tamanhos, cores, texturas para daí, então, selecionar os retalhos que interessassem.

Figura 51 – Retalhos separados



Fonte: Da autora, 2022.

Os retalhos (resíduos) selecionados foram colocados sobre a base de outra mesa, com a finalidade experimental de se formar uma manta de retalhos, com o auxílio de alfinetes. Peça a peça os retalhos foram unidos, com uma sobreposição aproximada de 1cm de largura entre peças, respeitando os formatos naturais dos recortes (sem a utilização de tesoura), justamente para a minimização de resíduos.

Figura 52 – Retalhos organizados e alfinetados formando uma manta



Fonte: Da autora, 2022.

Após a junção dos retalhos com alfinetes, iniciou-se a fase de costura em máquina de costura reta.

Figura 53 – Costura lado direito da colcha de retalhos



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 54 – Costura lado avesso da colcha de retalhos



Fonte: Da autora, 2022.

Com a manta e os moldes da blusa prontos, estes foram encaixados para se fazer o corte das peças que formarão a blusa de moletom de inverno.

Figura 55 – Moldes cortados e aplicado na manta



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 56 – Retalhos utilizados para o corte das mangas da blusa



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 57 – Frente e costas da blusa no lado avesso



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 58 – Frente da blusa no lado direito



Fonte: Da autora, 2022.

Com a blusa praticamente pronta, observou-se a possibilidade de incrementar o modelo usando o restante dos retalhos fazendo bolsos e capuz. Para o acabamento dos punhos e da barra foram feitas com malha canelada nova.

Figura 59 – Frente e costas da blusa pronta



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 60 – Detalhe da blusa aberta



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 61 – Detalhe da abertura com zíper na frente



Fonte: Da autora, 2022.

Figura 62 – Detalhe da manga com punho canelado



Fonte: Da autora, 2022.

7.1.1. Erros e acertos na construção do protótipo

A princípio a proposta era construir a colcha de retalhos com a máquina overloque, muito embora, a costura em máquinas de overloque seja indicada por excelência para malharia, especialmente para essa proposta, foi possível observar que, conforme a união dos retalhos, devido a quantidade das costuras acabaram formando volume, além, de remeter ao patchwork, desta concluiu-se que o resultado não atingiu a expectativa do projeto em estudo.

Desta forma seguiu-se para o segundo experimento que consistiu em costurar a colcha com a máquina reta, resultando em algo mais satisfatório e desejável ao projeto. A costura feita em sobreposição, criou uma colcha sem volume.

Figura 63 – Diferença da costura em overloque (acima) e reta (abaixo)



Fonte: Da autora, 2022.

8. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo retratar os desperdícios exacerbados da indústria da moda. Dentre todos os impactos negativos ao meio ambiente, a pesquisa teve como foco o desperdício de retalhos e tecidos que são descartados diariamente em volumes que ultrapassam toneladas.

Com a pesquisa pode-se perceber que este desperdício e estes impactos tremendamente negativos estão ligados ao movimento do *Fast Fashion* e que as possíveis soluções para minimizar isto estão ligadas aos movimentos sustentáveis e/ou ecológicos que na moda podem ser encontrados no *Slow Fashion* e no *upcycling*.

O entendimento destas práticas foi necessário para que, então, fosse possível pensar em uma marca com produtos adequados a este novo conceito de melhorar vidas e diminuir impactos ambientais imediatos, além de atingir um sucesso comercial.

Após esta conscientização teórica, a experimentação na prática também foi fundamental, principalmente a visita técnica na confecção de uniformes e a doação de retalhos, para que fosse feito um estudo real de *upcycling* tornando aqueles retalhos em uma nova forma, algo de valor e rentável.

O processo de construção da peça foi de extrema importância, pois nele pode-se experimentar possibilidades de acertos e erros que resultaram, por fim, em uma peça sustentável e ecológica, valorizando o artesanal e o local, com visual atemporal e minimalista, mas mantendo um equilíbrio de custo entre a peça básica (a calça) e a blusa, como se pretendia na proposta inicial deste trabalho.

Assim, conclui-se que, apesar da indústria de moda ser nociva e gerar uma série de problemas ao planeta, uma ampla conscientização feita nos parâmetros do empreendedor/consumidor, pode minimizar os danos e, conseqüentemente, gerar impactos positivos no planeta.

Para finalizar, este trabalho sugere que a revolução do *Slow Fashion* não pare e, incansavelmente, avance na sua missão de conciliar o atual estilo de vida e a necessidade de preservação ambiental.

ANEXO 1 – AUTORIZAÇÃO DE VISITA TÉCNICA**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM**

A empresa Primetec Uniformes Profissionais, através do presente termo, **autoriza** a visita e a captura de imagens, que se façam necessárias, dentro de sua empresa para fins científicos e de estudos (livros, artigos, slides e transparências), no caso para o uso no Trabalho de Conclusão de Curso, em favor da aluna pesquisadora **Hilda Araújo De Sá Nascimento**, estudante no curso de Têxtil e Moda da Fatec de Americana.



Americana, 06 de junho de 2022.

Florenice Marques da Silva Pinto
Assinatura do responsável da empresa

26.030.929/0001-57
Florenice M da Silva Pinto
Confecções - ME
Rua José Leite da Góia Nº 471
Aramador - CEP 13413-522
SANTA BARBARA D'OESTE SP

Nome do responsável: Florenice Marques da Silva Pinto

ANEXO 2 – FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA DO PROTÓTIPO		
PRODUTO: Blusa	DESIGNER: Hilda	
REFERÊNCIA: Protótipo	GRADE: P /M/G/GG	MANEQUIM BASE: GG
MODELO: Blusa de frio com capuz e bolso	TECIDO: Coicha de retalhos de moietons e forro de helanquinha	
Blusa de frio com capuz, abertura de zíper na frente, bolso		
FEMININO ()		MASCULINO ()
FRENTE	COSTAS	
 		
AVIAMENTOS: Zíper de 60cm, cordão, linha, fio Máquinas overloque e máquina reta		
_____/_____/_____ Estilista	_____/_____/_____ Modelista	_____/_____/_____ Aprovação

REFERÊNCIAS

8HAUS ARQUITETURA. Projetos de casas Icônicas: Casa Farnsworth Mies van der Rohe. 19/10/2017. Disponível em <https://8haus.arq.br/projetos-de-casas-modernas-farnsworth/>. Acesso em 13/05/2022.

AFP. Christopher Raeburn, o defensor da moda ecológica. 13/04/2018. Disponível em <https://www.istoedinheiro.com.br/christopher-raeburn-o-defensor-da-moda-ecologica/>. Acesso 06/06/2022.

ALENCAR, José Luciano Sobreira de; SIMONI, Júlio Henrique; FIORELLI, Mariana Natale; LINK, Paula Piva; ANGELIS NETO, Generoso de. Os efeitos socioambientais causados pelos resíduos sólidos das indústrias de confecções do Polo Moda de Maringá-PR. Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, Santa Maria, v. 19, n. 3, set-dez. 2015, p. 478-504. Disponível em <https://periodicos.ufsm.br/reget/article/viewFile/18381/pdf>. Acesso em 12/05/2022.

ANA. Roupas em segunda mão ganha um símbolo. 11/12/2020. Disponível em <https://recloset.net/blog/simbolo-roupa-segunda-mao/>. Acesso em 06/06/2022.

AUDACES. Audaces Encaixe: Encaixe por bloco - Aula 16. 06/04/2018. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=7LD_GDPhpxY. Acesso em 23/05/2022.

BEIRIGO, Nicollas. 5 marcas de moda sustentáveis para você conhecer. 01/05/2019. Disponível em <https://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2019/05/5-marcas-de-moda-sustentaveis-para-voce-conhecer.html>. Acesso em 06/06/2022.

BOGNER, Jocelaine da Silva. Recriar- o *upcycling* como técnica de criação de moda a partir do reaproveitamento de vestuário e resíduos têxteis. Lajeado: UNIVATES, 2019. Disponível em <https://www.univates.br/bdu/bitstream/10737/2705/1/2019JocelainedaSilvaBogner.pdf>. Acesso em 12/05/2022.

BOMFIM, Helena. Donald Judd. 18/10/2017. Disponível em <https://heloisabomfim.com/historia-da-arte/donald-judd/>. Acesso em 13/05/2022.

CAMBRAIA, Stela. *Fast Fashion* e os impactos no meio ambiente. 19/05/2021. Disponível em <https://blogfca.pucminas.br/colab/fast-fashion-meio-ambiente/>. Acesso em 13/05/2022.

CEARÁ, Lianne; BUONO, Renata. De cada 100 toneladas de lixo têxtil produzidas por ano no Brasil, apenas 20 são recicladas. 28/12/2021. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/o-lixo-da-moda/>. Acesso em 25/03/2022.

CEARÁ, Lianne; BUONO, Renata. O lixo da moda. 27/12/2021. Disponível em <https://piaui.folha.uol.com.br/de-cada-100-toneladas-de-lixo-textil-produzidas-por-ano-no-brasil-apenas-20-sao-recicladas-enquanto-80-sao-descartadas-indevidamente/#:~:text=Em%202019%2C%20o%20Brasil,sobras%20e%20descartes%20de%20tecido..> Acesso em 25/03/2022.

CENTRO DE RECURSOS ECONOMIA CIRCULAR. Economia circular. 2020. Disponível em <https://www.ctcv.pt/economiacircular/acerca.html>. Acesso em 13/05/2022.

CHAVES, Milene. Flávia Aranha: impacto positivo, sustentável e de sucesso. 18/10/2021. Disponível em <https://elle.com.br/moda/flavia-aranha-impacto-positivo-sustentavel-e-de-sucesso>. Acesso em 06/06/2022.

COLETIVO D. Coletivo de Dois - Prédio Oscar Rodrigues. 14/06/2017. Disponível em <https://pt.foursquare.com/v/coletivo-de-dois--pr%C3%A9dio-oscar-rodrigues/55f09059498e74eebd9f4355>. Acesso 06/06/2022.

COLETIVO DE DOIS. Sobre nós. Disponível em <https://www.coletivodedois.com.br/sobre-nos-pg-7b6db>. Acesso 06/06/2022.

COLLADO, Noelia. Jil Sander: A moda é um ofício que deve ser aprendido. 04/03/2018. Disponível em <https://smoda.elpais.com/moda/jil-sander-muestra/>. Acesso em 13/05/2022.

DIGITALE TÊXTIL. Moda artesanal: sustentabilidade e criatividade em ação. 01/06/2021. Disponível em <https://www.digitaletextil.com.br/blog/moda-artesanal/>. Acesso em 12/05/2022.

DIGITALE TÊXTIL. Moda eco-friendly: conheça 8 marcas envolvidas com a causa. 07/12/2020. Disponível em <https://www.digitaletextil.com.br/blog/moda-eco-friendly/>. Acesso 06/06/2022.

ECO GREEN. Economia Circular x Linear: um jeito de produzir realmente sustentável. 28/04/2020. Disponível em <https://carinhoecogreen.com.br/economia-circular-linear-um-jeito-de-produzir-realmente-sustentavel/>. Acesso em 12/05/2022.

ECODEBATE. Uso acrítico das redes sociais pode levar a manipulação de consumo e massificação de gostos. 15/01/2020. Disponível em <https://www.ecodebate.com.br/2020/01/15/uso-acritico-das-redes-sociais-pode-levar-a-manipulacao-de-consumo-e-massificacao-de-gostos/>. Aceso em 25/03/2022.

ECOGRANITO. Ecológico X sustentável: entenda a diferença. 15/07/2020. Disponível em <https://ecogranito.com.br/blog/ecologico-e-sustentavel/>. Acesso em 13/05/2022.

ELI, Marcus. Revolução Industrial. 11 de setembro de 2014. Disponível em <http://fazendohistorianova.blogspot.com/2014/09/revolucao-industrial.html>. Acesso 12/05/2022.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future. 2017. Disponível em <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>. Acesso em 12/05/2022.

EQUIPE MALLORCA. *Slow Fashion e Handmade*: você sabe o que significam esses conceitos? 28/11/2018. Disponível em <https://www.mallorca.com.br/post/slow-fashion-handmade>. Acesso em 16/05/2022.

ESTADÃO CONTEÚDO. *Slow Fashion*: como as marcas devem se adaptar à moda sustentável. 02/06/2019. Disponível em <https://exame.com/marketing/slow-fashion-como-as-marcas-devem-se-adaptar-a-moda-sustentavel/>. Acesso em 19/05/2022.

FANTÁSTICO. Lixo têxtil: sem reciclagem ou reaproveitamento, restos de roupas ameaçam o meio ambiente. 13/02/2022. Disponível em <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2022/02/13/lixo-textil-sem-reciclagem-ou-reaproveitamento-restos-de-roupas-ameacam-o-meio-ambiente.ghtml>. Acesso em 12/05/2022.

FERREIRA, Glenda B. A eterna punk e dama “verde” Vivienne Westwood. 21 de julho de 2019. Disponível em <https://www.cidadaocultura.com.br/eterna-punk-e-dama-verde-vivienne-westwood/>. Acesso em 06/06/2022.

FLEURY, Felipe Guimarães; OLIVEIRA; Mirtes Marins de. *Fast-Slow*: o paradoxo do cenário têxtil-confecção-moda. Revista Dobras, Número 32, Maio-Agosto 2021. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/1365/700>. Acesso em 25/03/2022.

FONTOURA, Antonio Martiniano; OGAVA, Camila de Cássia das Dores; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. A contribuição da gestão de design para a conscientização do consumo responsável como alternativa para o desenvolvimento sustentável. Revista DAPesquisa, Florianópolis, n. 09, p.510-526, jul. 2012. Disponível em <https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/download/13979/9062/47026>. Acesso em 12/05/2022.

FREE THE ESSENCE. Apaixone-se pelo conceito e roupas da Ada – marca super engajada em questões sociais e ambientais. 18/08/2016. Disponível em <https://blog.maisbonitapormenos.com.br/2016/08/apaixone-se-pelo-conceito-e-roupas-da-ada-marca-super-engada-em-questoes-sociais-e-ambinetais.html>. Acesso em 06/06/2022.

FRONTLINE SUSTENTÁVEL. 7 passos para ver a moda de maneira mais sustentável. 06/2020. Disponível em https://issuu.com/frontlines/docs/revista_frontend_final. Acesso em 25/03/2022.

FURTADO, Thyago. QUEM Inspira Homem: Inspire-se nos estilos de James Dean, Clint Eastwood, Brando e Jagger. 31/08/2016. Disponível em <https://revistaquem.globo.com/QUEM-Inspira-Homem/noticia/2016/08/quem-inspira-homem-inspire-se-nos-estilos-de-james-dean-clint-eastwood-brando-e-jagger.html>. Acesso em 13/05/2022.

GONÇALVES. Denise Oliveira. Aveso e direito: Movimento *hippie* e mercado cultural da moda. Minas Gerais: Universidade Federal de Uberlândia, 2007. Disponível em <http://clyde.dr.ufu.br/bitstream/123456789/16534/1/DOGoncalvesDISPRT.pdf> . Acesso em 16/05/2022.

HORTA, Mônica. Essa tal moda sustentável. 27/11/2017. Disponível em <https://midianinja.org/monicahorta/essa-tal-moda->

sustentavel/?fbclid=IwAR0QrEWCgZA3vjX9zhNT_KNVCrQD1if66c8npLC-sYZvx4iXEan6PRHE9Fk . Acesso em 25/03/2022.

INSIDER EDITOR. 5 Fatos sobre moda atemporal que você precisa saber. 13/10/2021. Disponível em <https://blog.insiderstore.com.br/5-fatos-sobre-moda-atemporal-que-voce-precisa-saber/>. Acesso em 25/03/2022.

ITACIRA. Pintura corporal indígena. 30 de abril de 2021. Disponível em <https://www.itacira.com/pintura-corporal-indigena/>. Acesso em 13/05/2022.

JAVARMAN. Dunas de areia sobre o céu nascente no vale da morte, Califórnia. Disponível em: <https://br.depositphotos.com/stock-photos/dunas.html?qview=17419087>. Acesso em 03/2022.

LA ROSE, Daniella. Haute Couture: *Slow Fashion* in a *fast* culture. 25/07/2017. Disponível em <https://www.carmenbusquets.com/journal/post/couture-in-todays-culture>. Acesso em 19/05/2022.

LACERDA, Francisco. Brasileiro é o nono do mundo que mais gasta com roupas e acessórios. 23/08/2021. Disponível em <https://www.dgabc.com.br/2017/Noticia/3753419/brasileiro-e-o-nono-do-mundo-que-mais-gasta-com-roupas-e-acessorios>. Acesso em 25/03/2022.

LEGNAIOLI, Stella. O que é *Slow Fashion* e por que adotar essa moda? São Paulo, 06/03/2019. Disponível em <https://www.ecycle.com.br/slow-fashion/>. Acesso em 25/03/2022.

LEGNAIOLI, Stella. O que significa ser *eco-friendly*?. Disponível em <https://www.ecycle.com.br/eco-friendly/>. Acesso em 25/03/2022.

LEITE, Greice. *Slow Fashion*. 10/12/2021. Disponível em <https://www.japrovouhoje.com.br/post/slow-fashion>. Acesso em 25/03/2022.

MÁFIA DO MERGULHO. Entenda a relação entre a indústria da moda e a poluição dos oceanos. 25/11/2020. Disponível em <https://www.mafiadomergulho.com.br/entenda-a-relacao-entre-a-industria-da-moda-e-a-poluicao-dos-oceanos/>. Acesso em <https://www.mafiadomergulho.com.br/industria-da-moda-e-poluicao-ambiental-entenda-essa-relacao/>. Acesso em 13/05/2022.

MÁFIA DO MERGULHO. Indústria da moda e poluição ambiental: entenda essa relação. 12/01/2021. Disponível em <https://www.mafiadomergulho.com.br/industria-da-moda-e-poluicao-ambiental-entenda-essa-relacao/>. Acesso em 13/05/2022.

MARQUES, Xande. A nova moda: Upcycling. 08/03/2017. Disponível em <https://medium.com/neworder/a-nova-moda-upcycling-f6cab05628c3>. Acesso em 17/05/2022.

MEIO NORTE. Flávia Aranha é referência na criação de moda sustentável no Brasil. 31/05/2022. Disponível em <https://www.meionorte.com/programas/chegamais/flavia-aranha-e-referencia-na-criacao-de-moda-sustentavel-no-brasil-335370>. Acesso em 06/06/2022.

MEURESÍDUO. 7 atitudes para evitar o impacto ambiental. Rio Grande do Sul, 25/01/2017. Disponível em <https://meuresiduo.com/categoria-1/7-atitudes-para-evitar-o-impacto-ambiental/>. Acesso em 25/03/2022.

MONDO MODA. O que é 'Minimalismo' na moda. 21/02/2014. Disponível em <https://mondomoda.com.br/2014/02/21/entenda-o-conceito-do-minimalismo-na-moda/>. Acesso em 25/03/2022.

MORI, Natalia Tinoco. *Slow Fashion*: conscientização do consumo de moda no Brasil. São Paulo: USP, 2016. Disponível em <http://www2.eca.usp.br/moda/monografias/NATALIA%20MORI-USP.pdf>. Acesso em 12/05/2022.

MURIEL, Laura. Como dar vida nova às suas roupas esportivas com o *upcycling*. 25/01/2021. Disponível em <https://www.domestika.org/pt/blog/6484-como-dar-vida-nova-as-suas-roupas-esportivas-com-o-upcycling>. Acesso em 19/05/2022.

NADER, Giovanna. Moda sustentável é pra todo mundo. 27/07/2018. Disponível em <https://vejario.abril.com.br/coluna/giovanna-nader/moda-sustentavel-e-pra-todo-mundo/>. Acesso em 13/05/2022.

NARDELLO, Débora Schimidt. Reaproveitamento de tecidos. 16 de abr. de 2020. Disponível em <https://www.estilistasindependentes.com/post/reaproveitamento-de-tecidos#:~:text=Para%20desenhar%20roupas%20feitas%20com,popular%2C%20onde%20primeiro%20cria%2Dse>. Acesso em 25/03/2022.

NAVES. Marina. Armário Cápsula: o guia definitivo para montar o seu! 14/04/2020. Disponível em <https://www.marinanaves.com.br/consultoria-de-imagem/armario-capsula-o-guia-definitivo-para-montar-o-seu/#:~:text=O%20arm%C3%A1rio%20c%C3%A1psula%20%C3%A9%20o,%2C%20para%20acess%C3%B3rios%2C%20para%20balada%E2%80%A6>. Acesso em 25/03/2022.

OLIVEIRA, Adna Caroline Vale; SILVA, Aline de Souza; MOREIRA, Ícaro Thiago Andrade. Economia circular: conceitos e contribuições na gestão de resíduos urbanos. Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE - Ano XXI – V. 3 - N. 44 - Dezembro de 2019 - Salvador, BA – p. 273 – 289. Disponível em <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/viewFile/6386/4005>. Acesso em 12/05/2022.

ORIBA. Sustentabilidade: você pensa nela ao comprar suas roupas? 16/09/2020. Disponível em <https://www.oriba.com.br/blogs/jornal-catarse/sustentabilidade-voce-pensa-nela-ao-comprar-suas-roupas>. Acesso em 06/06/2022.

OSKLEN. Sustentabilidade. Disponível em https://www.osklen.com.br/sustentabilidade?gclid=CjwKCAjw14uVBhBEEiwAufYx0LFAkDHL9TD0aSmHUFpOp3b-UhtBX23X3FJNqX7bIPiV5bbFLwqtxoCllwQAvD_BwE. Acesso em 06/06/2022.

PALOMINO, Erika. A moda. São Paulo: Publifolha, 2004. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/folha/sinapse/ult1063u842.shtml>. Acesso em 19/05/2022.

PIMENTA, Caio. O que é moda atemporal e porque você precisa dela! 27/04/2020. Disponível em <https://minhaniobio.com/blogs/dicas/o-que-e-moda-atemporal-e-porque-voce-precisa-dela>. Acesso em 13/05/2022.

PORTAL DA INDÚSTRIA. Economia circular: entenda o que é, suas características e benefícios. Disponível em <https://www.portaldaindustria.com.br/industria-de-az/economia-circular/>. Acesso em 25/03/2022.

PRETTYNEWS. Conheça cinco estilistas que investem na sustentabilidade. 28 de abril de 2021. Disponível em <http://blog.prettynew.com.br/2021/04/28/conheca-cinco-estilistas-que-investem-na-sustentabilidade/>. Acesso 06/06/2022.

QUEIROZ, Christina. Movimento *Slow Fashion* defende a produção de peças duráveis e feitas à mão. 29/10/2014. Disponível em <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2014/10/29/movimento-slow-fashion-defende-a-producao-de-pecas-duraveis-e-feitas-a-mao.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 12/05/2022.

REVISTA MEIO AMBIENTE INDUSTRIAL. A revolução da economia circular. 22/12/2016. Disponível em <https://rmai.com.br/a-revolucao-da-economia-circular/>. Acesso em 12/05/2022.

RIBEIRO, Clara. Produtos ecológicos x produtos sustentáveis: quais as diferenças entre os dois? 26/06/2020. Disponível em <https://engenharia360.com/produtos-ecologicos-sustentaveis/#:~:text=Dito%20isso%2C%20a%20principal%20diferen%C3%A7a,de%20determinada%20regi%C3%A3o%20ou%20cidade..> Acesso em 13/05/2022.

RISCO ENFESTO E CORTE. 12/09/2020. Disponível em <https://www.facebook.com/1735300670083952/photos/pb.100063651546217.-2207520000./2790551474558861/?type=3>. Acesso em 17/05/2022.

RODRIGUES, Letícia. A importância do movimento hippie para o início dos debates ambientais. 10/10/2021. Disponível em https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:E3P6_ejx9BsJ:https://falauniversidades.com.br/a-importancia-do-movimento-hippie-para-o-inicio-dos-debates-ambientais/+&cd=5&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br. Acesso em 16/05/2022.

RODRIGUES, Maria José. Práticas de economia circular contribuirão para o Brasil atingir meta de neutralidade de carbono até 2050. 26/10/2021. Disponível em <https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/economia/praticas-de-economia-circular-contribuirao-para-brasil-atingir-meta-de-neutralidade-de-carbono-ate-2050/>. Acesso em 13/04/2022.

SANTA HELENA, Thaís Miranda. Economia circular e o movimento *Slow Fashion*: Um estudo de caso da marca NATU. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2018. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/194336/Artigo%20TCC%20-%20Tha%20c3%20ads%20Miranda%20Santa%20Helena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso 12/05/2022.

SEBRAE. Retalhos de tecidos: no lugar do desperdício, negócios sustentáveis. 23/04/2014. Disponível em <https://respostas.sebrae.com.br/retalhos-de-tecidos-no-lugar-do-desperdicio-negocios-sustentaveis/>. Acesso em 12/05/2022.

SILVA, Adriana Ferreira. Estilista Flavia Aranha destaca-se com roupas em tingimento natural e técnicas sustentáveis. 17/05/2019. Disponível em <https://revistamarieclaire.globo.com/Moda/noticia/2019/05/estilista-flavia-aranha-destaca-se-com-roupas-em-tingimento-natural-e-tecnicas-sustentaveis.html>. Acesso em 06/06/2022.

SILVA, Ketlen. Lowsumerism: a nova forma de consumir. 25/06/2019. Disponível em <https://blog.fretadao.com.br/lowsumerism-a-nova-forma-de-consumir/>. Acesso em 17/05/2022.

SIMONELLI, Nádia. Slow fashion: entenda o conceito sustentável e conheça as marcas brasileiras que apostam nele. 10/03/2020. Disponível em <https://glamour.globo.com/moda/noticia/2020/03/slow-fashion-entenda-o-conceito-sustentavel-e-conheca-marcas-brasileiras-que-apostam-nele.ghtml>. Acesso em 25/03/2022.

SOBREIRA, Érica Maria Calíope; SILVA, Clayton Robson Moreira da; ROMERO, Cláudia Buhamra Abreu. Consumo Colaborativo de Moda e *Slow Fashion*: percursos para uma moda sustentável. *ModaPalavra*, Florianópolis, V. 14, N. 34, p. 35–60, out./dez. 2021. Disponível em <https://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/20810/13459>. Acesso em 20/05/2022.

STORCH, Julia. ESG na moda: marcas assumem boas práticas para um futuro mais verde. 14/05/2021. Disponível em <https://exame.com/casual/esg-na-moda-marcas-assumem-boas-praticas-para-um-futuro-mais-verde/>. Acesso em 25/03/2022.

SUÇUARANA, Monik da Silveira. Moda sustentável. Disponível em <https://www.infoescola.com/ecologia/moda-sustentavel/>. Acesso em 25/03/2022.

THEEEBCHANNEL. Montanha têxtil - o fardo oculto dos resíduos da moda. 29 de maio de 2020. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Zk6QoA8iWW0>. Acesso em 12/05/2022.

TONIOLLO, Michele; ZANCAN, Natália Piva; WÜST Caroline. Indústria têxtil: Sustentabilidade, impactos e minimização. VI Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental. Porto Alegre/RS – 23 a 26/11/2015. Disponível em <https://www.ibeas.org.br/congresso/Trabalhos2015/V-029.pdf>. Acesso em 12/05/2022.

ZANETTI, Karina. A força do *Slow Fashion*: dos “préstimos manuais” às tendências de moda. São Paulo: FATEC de Americana, 2018. Disponível em http://ric.cps.sp.gov.br/bitstream/123456789/2946/1/20181S_ZANETTIKarina_OD0420.pdf. Acesso em 16/05/2022.