



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
CURSO DE DESIGN-MODA**

RAFAELA DO NASCIMENTO FARIAS

***UPCYCLING* : O PROCESSO DE TRANSFORMAR “DESUSOS” EM OBJETO DE
DESEJO**

FORTALEZA

2017

RAFAELA DO NASCIMENTO FARIAS

***UPCYCLING : O PROCESSO DE TRANSFORMAR “DESUSOS” EM OBJETO DE
DESEJO***

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: MsC. Maria do Socorro de Araújo.

FORTALEZA

2017

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- F238u Farias, Rafaela do Nascimento.
Upcycling : o processo de transformar "desusos" em objetos de desejo. / Rafaela do Nascimento Farias.
– 2017.
44 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2017.
Orientação: Profa. Ma. Maria do Socorro de Araújo .
1. Moda. 2. Upcycling. 3. Sustentabilidade. I. Título.

CDD 391

RAFAELA DO NASCIMENTO FARIAS

***UPCYCLING : O PROCESSO DE TRANSFORMAR “DESUSOS” EM OBJETO DE
DESEJO.***

Trabalho para Conclusão do Curso de Graduação em Design-Moda, do Instituto de Cultura e Arte, da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Design-Moda.

Orientadora: MsC. Maria do Socorro de Araújo.

Aprovada em: ____/____/____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. MsC. Maria do Socorro de Araújo (Orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. MsC. Walkiria Guedes de Souza
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. Prof. MsC. Gabriela Vieira Rebouças
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus familiares e amigos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a DEUS! Porque dEle e por Ele, para Ele são todas as coisas!

A Profª. MsC. Maria do Socorro de Araújo, por toda dedicação, paciência e atenção com a qual orientou este trabalho. Por todas as palavras de estímulo e encorajamento, por todas as suas correções e direcionamentos. Sem sua preciosa participação, este trabalho não teria sido concluído. Obrigada por me ajudar a não desistir.

As professoras participantes da banca examinadora MsC. Walkiria Guedes e MsC. Gabriela Rebouças, pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos meus amigos e familiares, por todo apoio e incentivos. Em especial a Monique Ellen, por me apresentar este tema, por dividir seu conhecimento e me impulsionar a realizar esta pesquisa.

Aos autores aqui citados, pela colaboração com todos os trabalhos.

A estilista Gabriela Mazepa, por sua dedicação e generosidade ao dividir seu conhecimento e atenção aos meus questionamentos.

“Um mundo totalmente novo está se abrindo com a profunda mudança do papel do designer.”

Orsola de Castro

RESUMO

Recriar algo a partir do que já existe é um desafio, pensar em como transformar uma calça jeans já usada e esquecida no guarda-roupa em um novo produto de moda que passe a ser desejo de consumo de alguém, requer criatividade. Essa peça jeans já descartada pode ser transformada em uma linda bolsa, blusa, ou quem sabe até compor um sapato. Através, das ações de recriar, reutilizar e resignificar essa calça será transformada em um produto que será comercializado novamente e tais ações, fazem parte do conceito de *upcycling*. Este trabalho aborda o tema “*upcycling*” na moda, como alternativa de uma produção sustentável e busca obter uma maior compreensão de como esse conceito se aplica no processo criativo das marcas Re roupa e Think blue, classificadas como marcas brasileiras que produzem uma moda sustentável, através dos seus produtos e dissemina este conceito através da sua identidade de marca. A pesquisa é de cunho qualitativo documental que através da análise de fotos das peças produzidas pelas marcas pode constatar como o processo criativo ocorre com a aplicação do conceito de *upcycling*. Também é uma pesquisa bibliográfica, pois precisou apoiar-se nos principais teóricos que estudam a temática. Os principais resultados da pesquisa apontam que, as marcas utilizam esse conceito em seu processo criativo de forma prática, aplicando técnicas de modelagem, costura e beneficiamentos, sem seguir, necessariamente as tendências de moda, pois a produção acontece a partir de peças de roupas, retalhos de tecidos, dentre outros. E esse é um dos fatores que justificam que o processo criativo, ocorra de maneira espontânea e bastante intuitiva.

Palavras-chave: Upcycling. Sustentabilidade. Moda. Recriar. Processo criativo.

ABSTRACT

Recreating something from what already exists is a challenge, thinking about how to turn an already worn and forgotten jeans into the wardrobe into a new fashion product that becomes someone's desire for consumption requires creativity. This already discarded jeans can be made into a beautiful bag, blouse, or maybe even make a shoe. Through the actions of re-creating, reusing and resignifying these pants will be transformed into a product that will be marketed again and such actions, are part of the concept of upcycling. This paper approaches the upcycling theme as an alternative to sustainable production and seeks to gain a better understanding of how this concept applies in the creative process of the brands Re clothing and Think blue, classified as Brazilian brands that produce a fashion Sustainable, through its products, and disseminates this concept through its brand identity. The research is qualitative documentary that through the analysis of photos of the pieces produced by the brands can see how the creative process occurs with the application of the concept of upcycling. It is also a bibliographical research, since it had to rely on the main theorists who study the subject. The main results of the research indicate that brands use this concept in their creative process in a practical way, applying techniques of modeling, sewing and processing, without necessarily following fashion trends, since the production happens from pieces of clothing, Flaps of fabrics, among others. And this is one of the factors that justify that the creative process occurs spontaneously and quite intuitively.

Keywords: Upcycling. Sustainability, Fashion, Recreate, Creative process.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	BB de Pé.....	23
Figura 2 –	Lancheira coleção Reuse	23
Figura 3 –	Edição limitada- Re roupa.....	32
Figura 4 –	Re roupa-Loja virtual.....	33
Figura 5 –	Lookbook- Think Blue	35
Figura 6 –	Separação do material	36
Figura 7 –	Processo criativo-Moulagem	37
Figura 8 –	Processo Criativo – Criação do Look Aldeia Aldeota.....	38
Figura 9 –	Editorial de fotos- Look Aldeia-Aldeota.....	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UFC Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1	Alguns Elementos Básicos do Design	14
2.1.1	<i>Cor</i>	14
2.1.2	<i>Textura</i>	14
2.1.3	<i>Forma</i>	15
2.2	Sustentabilidade e a Moda	15
2.3	<i>Upcycling</i> : Recriar, Reutilizar, Resignificar	17
2.4	Fast Fashion X Slow Fashion.....	20
2.5	Cooperativas e o <i>Upcycling</i>	21
2.6	Processo Criativo- Alternativas de Técnicas Aplicadas no <i>Upcycling</i>	24
2.6.1	<i>Patchwork</i>	24
2.6.2	<i>Técnicas de Modelagem</i>	24
2.6.2.1	<i>Substraction Cutting</i>	24
2.6.2.2	<i>Draping ou Modelagem Tridimensional</i>	25
2.7	Técnicas de Tratamentos de Superfície Aplicadas no Processo do <i>Upcycling</i>	25
2.7.1	Processos de Estamparia.....	26
2.7.2	Tingimento	26
2.7.3	Ornamentação.....	27
2.8	Tecidos.....	28
3	METODOLOGIA	29
3.1	Tipo de Pesquisa	29
3.2	Área de Abrangência.....	29
3.3	Plano de Coleta de Dados.....	30
3.4	Categorias Analíticas.....	30
3.5	Tratamento de Dados	30
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	31
4.1	Cases Brasileiros	31
4.1.1	Re Roupas	31
4.1.2	Think Blue.....	35
4.2	A Realidade do <i>Upcycling</i> : Vivendo a Experiência da Aplicação das Etapas no Processo Criativo.....	37
5	CONCLUSÃO	41
	REFERENCIA.....	43

1 INTRODUÇÃO

A moda vive de constantes mudanças. Atualmente, devido às críticas e aos debates a respeito dos impactos negativos e ao ambientais, o modo de se pensar e fazer moda vem sendo transformado. Temas relacionados à sustentabilidade, produção limpa, ética e responsabilidade permeiam o mundo dos negócios de moda (DE OLIVEIRA, Et al., 2016). Assim o surgimento de novas tendências relacionadas ao consumo consciente e reutilização de materiais são temas que estão cada vez mais sendo disseminados no campo da moda, gerando uma mudança no perfil de produção e consumo de moda. Deste modo, segundo Anicet (2009) assistimos hoje o processo de transição para a conscientização dos consumidores e a prática sustentável dos designers.

Dentre essas tendências um novo processo se destaca na produção de uma moda diferenciada e sustentável que é o *Upcycling*, que significa usar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto (Anicet, 2009). É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados, em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental.

Esta pesquisa visa construir uma ideia a respeito do que de fato é processo de *upcycling* e como a partir dele, peças de vestuário em desuso e sobras que iriam para o lixo, se transformam em novos produtos que passam a serem desejados, entrando novamente dentro do ciclo de consumo de moda. O estudo analisa o processo criativo das marcas: Re Roupa e Think blue e verifica o processo *upcycling* aplicado em suas criações. Essas marcas foram escolhidas, principalmente por serem marcas cem por cento brasileiras, por possuir originalidade, identidade e também, pelos valores que elas transmitem, recriando peças exclusivas de vestuário, a partir de pequenos pedaços de sobras de tecidos ou peças velhas de vestuário já usadas. Durante a pesquisa foi necessário participar do curso “A realidade do *upcycling*” realizado durante a 18ª edição do Dragão Fashion Brasil para compreender melhor o processo de criação com a aplicação do *upcycling*, no qual este trabalho também apresentará o resultado desta participação.

A partir da observação das mudanças no cenário da moda, este trabalho tem como objetivo geral, compreender o processo do *upcycling* na criação de novos produtos de moda nas marcas Re Roupa e Think blue, a partir do reaproveitamento de materiais em desuso. Tendo os seguintes objetivos específicos: contextualizar temas como sustentabilidade e moda,

buscando entender seus conceitos e definições e estudar o conceito de *upcycling* no processo de produção das marcas citadas. Essa pesquisa é de cunho qualitativo, bibliográfico, documental e participante. A pesquisa bibliográfica levantou um referencial teórico a respeito do tema, que é importante para compreender os conceitos pertinentes ao tema. A pesquisa documental analisou os sites e as imagens das peças de vestuário produzidas pelas marcas e a pesquisa participante, ocorreu durante o curso “A realidade do *upcycling*”.

Após algumas conversas com colegas de curso, e, pesquisas sobre o conceito de *upcycling*, observou-se no trabalho de algumas marcas e designers, como Greg Lauren, Gabriela Mazepa, Acorda, Petit h, Reformation, dentre outras, a combinação de estampas diversas, a junção de texturas de tecidos diferentes em uma mesma peça, a desconstrução do jeans, modelagens diferenciadas, uso de materiais inusitados e uma variedade de beneficiamentos em tecidos. E a partir dessa observação, uma profunda curiosidade e desejo surgiram de aprender mais sobre este novo processo, sendo despertada por este assunto a buscar aprofundamento. Mediante as pesquisas e leituras realizadas sobre o tema, outras dúvidas começaram a surgir, assim como o anseio de entender o processo de transformação de materiais e produtos que estão fora de utilização dentro das empresas em novas criações que tenham maior valor agregado, sobretudo o valor da sustentabilidade.

Enfim, considera-se que este trabalho contribuirá para novos e possíveis caminhos dentro da moda, e, assim, como teve uma relevância positiva para a aprendizagem e o desenvolvimento acadêmico e profissional da pesquisadora, acredita-se que poderá contribuir pra a disseminação deste processo (*upcycling*) tanto para o mercado de moda, como também, será fonte de pesquisa para próximos estudantes que possivelmente irão se interessar pelo tema, acrescentando conhecimento em sua jornada acadêmica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Alguns Elementos Básicos do Design

O conhecimento sobre os elementos básicos do design são fundamentais para o processo criativo, pois possuir referencia sobre esses conceitos promovem o desenvolvimento do senso estético que podem guiar todo esse processo. O constante fluxo de informações requer deste profissional uma desenvoltura maior, principalmente perante os desafios da sustentabilidade.

2.1.1 *Cor*

Levando em conta que muito do que vemos, não tem haver somente com o que é em si, mas principalmente com as referencias que temos, consideramos que a cor pode se relacionar diretamente com a percepção individual. No primeiro instante observamos, só então depois é que reagimos a ela. De acordo com Fraser, (2007), uma cor, ou uma composição de cores, pode significar algo completamente diferente para cada pessoa que olha para ela. Por isso poderíamos dizer que a cor não é simplesmente formada no olho. A cor também com se relaciona com a cultura e tradição. De acordo com Fraser, (2007):

No curso da história, as pessoas desenvolveram muitas diferentes tradições de representação. Estilos de construção de imagem variam segundo a cultura, tecnologia e localização, e os tipos de imagens que os designers e os ilustradores criam são controlados por suas próprias ideias, crenças e percepções. (FRASER,2007, p.14)

A cor também é usada para fortalecer uma ideia, geralmente cores fortes são usadas com o propósito de chamar a atenção para algo, ou ate mesmo vender algo. Se lembrarmos de uma marca famosa, automaticamente em nossa mente surgiram a cor ou cores que a identifiquem, (FRASER, 2007).

2.1.2 *Textura*

As texturas em nosso ambiente nos estimulam a entender a natureza das coisas, através do tato e da visão. Lupton (2008 p. 53), afirma que “as texturas dos elementos de design correspondem igualmente à sua função visual. Ela pode ser tanto concreta como visual“. Pode-se dizer então que a textura se relaciona não apenas com o que é palpável, mas como

também ao que se vê, com as ideias que aqueles elementos visuais transmitidas a partir da leitura visual. De acordo com Lupton (2008 p. 53):

Assim como na vida, a beleza da textura no design encontra-se, com frequência, na pregnância de sua justaposição ou contraste: espinhosa/lisa, pegajosa/seca, rugosa/macia e etc. Colocando uma textura em relação a outra, oposta ou complementar, o designer pode amplificar as propriedades formais únicas de cada uma delas (LUPTON Et. al. 2008.p.52).

No design a textura pode ser usada para dar ênfase a uma mensagem, real ou virtual através da harmonia ou contraste entre elas. Pode expressar a ideia de volume, movimento, força, leveza etc. (Lupton Et al. 2008).

2.1.3 Forma

De acordo com Yamane (2008, p.55). “A forma tem algo de concreto, nos dá sentimento de certeza e pode ser experimentada pelo olhar e pelo tato”. Somos rodeados de formas, das mais complexas as mais simples, formas exatas, abstratas, curvilíneas ou retas, verticais ou horizontais, grossas ou finas, podendo ser trabalhadas não apenas no plano, mas no tridimensional como pode ser confirmado abaixo:

A forma pode ser definida com figura ou imagem visível do conteúdo. A forma nos informa sobre a natureza da aparência externa do objeto. Tudo que se vê possui forma. A percepção da forma é o resultado de uma interação entre objeto físico e o meio de luz agindo como transmissor de informação e as condições e as imagens que prevalecem no sistema nervoso do observador, que é, em parte determinado pela própria experiência visual. (GOMES, 2009 p.41).

Para que possamos perceber as formas é necessário percebermos as diferenças no campo visual que podem ocorrer por variações de estímulos visuais, em função das diferenças que podem ser infinitas.

2.2 Sustentabilidade e a Moda

O termo sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável tornou-se mundialmente conhecido a partir de 1987, quando foi utilizado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento das Nações Unidas em um relatório chamado de “Nosso

Futuro Comum” ou mais conhecido como, Relatório Brundtland, que considera que “o desenvolvimento sustentável deve satisfazer às necessidades da geração presente sem comprometer as necessidades das gerações futuras” (BORIN, 2008, p. 289).

Analisado esta importante definição podemos dizer que a sustentabilidade seria em outras palavras produzir algo que “sustente” o futuro. Claro que outras inúmeras definições de sustentabilidade já surgiram e ainda irão surgir futuramente. Mas o ponto chave que se baseiam todas essas definições seria o tripé social, no qual possui três dimensões: econômica, ambiental e social. Para Anicet (2013) deve haver equilíbrio entre essas três dimensões: um produto não pode ser considerado sustentável se não tiver baixo impacto ambiental, baixo custo econômico e for fabricado com trabalho escravo.

Rocha(2009) afirma que, o tema sustentabilidade propõe a valorização da responsabilidade quanto às gerações futuras, o que é uma atitude preponderantemente racional. Nesse sentido, a transição para a sustentabilidade torna necessária uma profunda mudança nos comportamentos e nas escolhas de consumo. O autor Wenzel (2009), também, afirma que: as empresas apostam em muitas políticas diferentes, algumas abordam o lado social da sustentabilidade e promovem projetos em comunidades de baixa renda, investem em campanhas de conscientização sobre problemas de saúde ou relativos ao fim da miséria, outras intensificam ações no lado ambiental, e diminuem o desperdício de água, criam reservas florestais ou apelam para a compra de créditos de carbono.

Segundo Anicet (2013, p.2), para haver sustentabilidade:

Deve haver equilíbrio entre o social, o ecológico e o econômico. Por exemplo, um produto não pode ser considerado sustentável se tiver baixo impacto ambiental, baixo custo econômico, mas for fabricado com trabalho escravo.

Na moda a sustentabilidade tem sido associada por diversas vezes a termos como moda ética, moda verde, moda consciente, ecomoda, que estão influenciando não apenas a forma de se pensar moda e o seu processo de produção, como também a maneira de consumir moda. Podemos dizer então que moda e sustentabilidade se relacionam diretamente com consumo, que por sua vez está ligado ao consumidor, e este parece ter uma imensa responsabilidade não somente nas escolhas do que consumir, mas também na frequência de em que intervalo consumir (ROCHA, 2012).

Neste sentido, nota-se uma mudança no comportamento de uma parte dos

consumidores, que cada vez mais, têm se posicionado contra a produção em massa e a ditadura imposta pela moda. Assim como a reutilização de roupas o consumo em brechós e a restauração de peças, de modo que durem mais tempo, são outros comportamentos que tem surgido com esse novo estilo de consumo de moda sustentável. Atentando-se para isto, estilistas e designers têm buscado inserir a sustentabilidade na moda de maneira diversa. Alguns exemplos são aqueles que se baseiam em questões sociais e ambientais nas suas produções e investem em pesquisas de novos materiais naturais e renováveis que serão utilizados em suas coleções e reaproveitam sobras de tecidos (UNIETHOS, 2014).

Apesar destas mudanças na postura do consumidor e desse novo olhar dos designers os dois R's (reutilização e restauração) presentes na sustentabilidade devem estar inseridos principalmente na indústria de moda. De forma a reduzir (a quantidade do que é) produzido e consumido e adicionando qualidade e consequentemente ampliando a vida útil dos produtos e o outro R seria reciclar, ou seja, recuperar as fibras de tecidos existentes com a aplicação de métodos mecânicos e químicos convertendo em novos produtos conforme Uniethos (2014, p. 44):

Esse raciocínio possibilitaria, inclusive, transformar a dinâmica tradicional de compra, uso e descarte de roupas (geralmente em aterros sanitários) para outra que – a partir de peças de maior durabilidade – permitiria a restauração, a venda a brechós, o aluguel, o compartilhamento e o *upcycling*.

De acordo com Ferraz (2014, p. 14):

A sustentabilidade na moda deve ocorrer em toda a cadeia, desde a escolha correta da matéria-prima, dos processos de produção e distribuição, da utilização e descarte do produto pelo consumidor, considerando as questões sociais, culturais e econômicas relacionadas à sua produção.

Ainda que sejam pequenas mudanças e para muitos, ainda pouco significativas no cenário da moda atual, elas tem mostrado que são diversas as possibilidades que a moda e a sustentabilidade nos oferecem quando caminham juntas.

2.3 *Upcycling*: Recriar, Reutilizar, Resignificar

A palavra *upcycling* é relativamente nova, foi usada a primeira vez a pouco mais de 20 anos atrás, embora este processo já fosse praticado há muito tempo. O ambientalista alemão Reine Pilz foi um dos primeiros a utilizar o termo *Upcycling*, em 1994. E foi somente oito anos mais tarde, que o arquiteto William McDonough ajudou a divulgar o conceito em

seu livro “*Cradle to Cradle: Rethinking the way we make things*” que aborda o tema de repensar a maneira de como estamos fazendo as coisas, defendendo a ideia de que evitar desperdício de materiais que ainda podem ser úteis, e usando os que já existem e consequentemente reduzindo o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos, trazendo benefícios para o meio ambiente (LUCIETTI, Et al., 2017).

Para Anicet Et.al (2011) o *upcycling* significa:

Utilizar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental (ANICET, Et.al 2011, p.3).

Upcycling é um termo em inglês que não possui tradução oficial para o português. A junção de “up” com reciclagem significa dar status novo e melhor a algo que acabaria (injustamente) condenado ao lixo, como também pode significar valorizar o ciclo.

O processo do *upcycling*, ao contrário da reciclagem, a matéria-prima não precisa “morrer” para renascer. Segundo Moreira (2017,p.6): “o processo *Upcycling*, compreende a percepção de valor em todos os produtos potencialmente descartáveis, de forma a minimizar possíveis impactos negativos ao meio ambiente, por não utilizar energia e produtos químicos”.

Por isto que o *upcycling* é uma das melhores alternativas para a reutilização de materiais em qualquer setor de produção. Aus (2011) considera que algumas das vantagens da aplicação do *upcycling* são: a valorização dos materiais já existentes, a não utilização de recursos energéticos, a criação de “novos” produtos que são únicos através da utilização do “antigo” e oportunidade de seleção do melhor processo através da perspectiva ambiental e sócio ética. O intuito é criar algo diferente, sem que o objeto mude de estado químico no processo. Podemos afirmar também que o *upcycling* é a reinserção, nos processos produtivos, de materiais que iriam diretamente para o lixo, para criar novos produtos (MOREIRA Et. al. 2017).

O objetivo do *upcycling* é, então, evitar o desperdício de materiais que ainda têm utilidade, sem ter que criar matérias primas, diminuindo assim o consumo de recursos e energia, a poluição do ar e da água e as emissões de gases de efeito estufa. O mais interessante é que, muitas vezes, o produto acabado torna-se mais prático, valioso e bonito do que era antes. De acordo com Anicet (2011):

...*upcycling*, que significa utilizar um material já utilizado ou o resíduo de produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização

do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental (ANICET Et. al., 2011, p. 3).

O *upcycling* associado à moda contribui para o desenvolvimento de uma moda sustentável e um consumo consciente. Assim, conforme Rüttschilling (2014, p.9), “o *upcycling* na moda pode ser trabalhado de maneira a reutilizar os resíduos, ressaltar sua beleza, transformando em novos produtos com valor agregado, sem que se tenha a necessidade de despender mais energia em outro processo”. Ele tem a propriedade de reinserir o que já era descartável na vida do produto, não apenas de maneira utilitária, mas trazendo um valor estético. Segundo De Oliveira (2016):

O *Upcycling* é uma das formas de contribuição para se pensar em um novo uso da moda utilizando como base o consumo sustentável. Este procedimento acarreta em um prolongamento do ciclo de vida do produto, que ao invés de ser descartado, terá seu resíduo reutilizado através da criação de novas peças, muitas vezes, com maior valor simbólico, tornando-se objeto de um status mais elevado (DE OLIVEIRA, et al., 2016, p.4)

É um reuso criativo, que vem se propagando entre marcas e designers que sabem ter em mãos um material merecedor de uma segunda chance. Podendo ser aplicado de diversas formas.

Envolve a reutilização de roupas, comprando em bazares e brechós, e a restauração, utilizando técnicas em peças inteiras ou pedaços de roupas. A oportunidade nesse caso está tanto no prolongamento da vida útil de uma roupa quanto na criação de peças novas a partir das usadas, agregando valor ao produto por meio de restauração criteriosa (UNIETHOS, 2013, p. 47).

A forma de se aplicar o *upcycling* no processo criativo dentro da moda pode ocorrer de diversas formas, ainda não existe um padrão estabelecido a ser seguido. As técnicas de modelagem, beneficiamento e ornamentação são aplicadas de maneira livre e dependem do material que será utilizado e do objetivo da marca ou designer na hora de construir suas criações. Muitas vezes esse processo acontece de forma bem intuitiva, o que faz com que a maioria dos produtos acabe se tornando únicos, tanto por serem pensados de forma individual como também pelos materiais utilizados que quase sempre se diferem um do outro. Diferentemente do processo criativo usado convencionalmente no desenvolvimento de peças e coleções, onde o designer trabalha com um tema que geralmente é tendência pra as próximas estações, que já vêm acompanhados de uma cartela de cor e silhuetas propostas, ou cria estampas específicas pra desenvolver essa coleção.

É importante salientar que mesmo que o processo criativo aconteça de maneira espontânea em muitos dos casos, a aplicação do *upcycling* é algo que é pensado, é necessário que se haja o mínimo de conhecimento sobre cor, texturas, caimento de tecidos, tipos de modelagens, corte e costura como também possuir um senso estético que será fundamental na elaboração das peças como também na mistura dos materiais.

Muitas vezes esses materiais são sobras de rolos de tecidos, peças de estoque de lojas que não venderam por erros de corte, peças de vestuário com leves defeitos e geralmente roupas que já não são mais usadas encontradas em brechós ou descartadas para o lixo. Além do uso de tecidos outros materiais podem ser utilizados nas criações, como por exemplo, lona de caminhão, sacos de cimento, cinto de segurança etc.

A escolha do uso dos materiais, assim como as técnicas a serem aplicadas, irá depender da criatividade dos criadores. O processo de resgate e garimpo desses materiais também irá depender do objetivo da marca ou designer. Podemos citar o exemplo da marca Re-roupa que se iniciou recolhendo peças de roupas de pessoas aleatórias, que possuíam uma história com essas peças, mas que por motivos diferentes não as utilizava mais e que após a transformação das mesmas, através da aplicação do processo do *upcycling*, obtiveram novas peças, que passaram a serem usadas novamente e que não perderam a memória afetiva que elas possuíam.

O *upcycling* se torna uma das melhores alternativas para se produzir uma moda sustentável, ele pode transformar o que estava em desuso, agregando valores ao produto, que podem ser a criatividade, o tempo, o cuidado em cada detalhe, ou até mesmo os valores sociais, quando se cria uma cooperativa para produzir os produtos. E assim resignificando o que já era considerado “lixo” e com isso despertando um desejo nos consumidores, inserindo novamente esse produto no “ciclo de vida”, sem agredir o meio ambiente e gerando um consumo consciente.

2.4 Fast Fashion X Slow Fashion

O sistema de moda é um sistema efêmero, a cada minuto algo novo é lançado como tendência e, aquilo que estava em alta nas vitrines de grifes e birôs de tendência já foi substituídos por outros lançamentos, o que ocasiona o desejo desenfreado do consumidor, de querer a cada minuto, consumir o novo. Essa tendência é conhecida como *fast fashion* que é uma moda efêmera, de mudanças rápidas, seguindo tendências de moda, em alta escala

produtiva, focada no consumo de massa, com roupas de baixa qualidade, muitas vezes, produzidas com trabalho escravo ou outro tipo de inconformidade. Sendo assim, as roupas são descartadas porque não têm durabilidade e por estarem “fora da moda” (ANICET, 2011 p.4).

Muitos magazines vêm trabalhando dessa forma. Como exemplo disso está a Zara e a H&M que vêm influenciando os magazines brasileiros, tais como as lojas C&A, Riachuelo e Marisa. Essa tendência impulsiona os designers a criarem muitas peças, às vezes quase que repetitivas, produtos que estejam sempre sendo comercializados. Ainda de acordo com Unie-thos (2013 p.36): “O *fast-fashion* envolve habilidade e velocidade em reproduzir propostas apresentadas em desfiles e feiras, para que, dessa maneira, o produto esteja na loja no momento exato em que uma tendência de consumo está no auge de sua força”.

Já o *Slow Fashion* é o contrário desse sistema, seu processo é lento e reflexivo com foco no desenvolvimento dos resultados do projeto. Segundo Anicet (2011, p. 4):

Na contra-mão do *fast-fashion* está *slow fashion*, que vem do termo *slow design* criado pelo autor Fuad-Luke. O *slow design* prima pelo processo lento e reflexivo com foco no desenvolvimento dos resultados do projeto. O *slow design* enfatiza importância de democratizar o processo de design para alcançar um amplo leque de interessados.

O *slow fashion* é um projeto com foco nas pessoas, colocando em segundo plano a preocupação com a comercialização. O *slow fashion* se associa a produção de produtos com menor impacto ambiental, sem baixar a qualidade dos mesmos, melhorando este processo e pensando na qualidade do produto final, beneficiando o meio ambiente (ANICET 2013).

2.5 Cooperativas e o *Upcycling*

Uma das vantagens de se aplicar o conceito de *upcycling* na moda, além de contribuir com questões ambientais é a possibilidade de colaborar também para questões sociais. Através das redes de cooperativas, que valorizam o trabalho manual e ajudam mulheres que encontraram na costura uma forma de se empoderar na vida. Os autores Schiavo e Moreira (2005) afirmam que a palavra empoderar:

Implica, essencialmente, a obtenção de informações adequadas, um processo de reflexão e tomada de consciência quanto a sua condição atual, uma clara formulação das mudanças desejadas e da condição a ser construída. A estas variáveis, deve somar-se uma mudança de atitude que impulsiona a pessoa, grupo ou instituição para a ação prática, metódica e sistemática, no sentido

dos objetivos e metas traçadas, abandonando-se a antiga postura meramente reativa ou receptiva (SCHIAVO e MOREIRA, 2005, p.59).

Um dos exemplos, de empresa de sucesso no Brasil, é a Rede Asta que foi criada em 2005 por Alice Freitas, durante uma viagem pela Ásia, buscando iniciativas sociais de sucesso, e com a intenção de que o mercado pudesse resolver problemas sociais no mundo. A Rede Asta é um negócio social que fabrica produtos de design feitos por grupos produtivos de regiões de baixa renda e distribui para todo o Brasil. É uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP, que trabalha com mulheres artesãs e com seus pequenos negócios, oferecendo treinamentos, formação de redes de produção e criação de canais de venda. Essa empresa tem como missão “contribuir para a diminuição da desigualdade social brasileira fortalecendo empreendimentos produtivos da base da pirâmide por meio do acesso a mercados, conhecimentos e criação de redes” (RELATÓRIO REDEASTA, 2012, p.12).

Os produtos são criados pelas artesãs e costureiras com a orientação de designers. São peças únicas, feitas à mão, com o reaproveitamento de diferentes materiais. O modelo valoriza quem produz, respeita o meio ambiente e cria relações econômicas justas para toda a cadeia. No total eles possuem uma rede com 60 grupos de mulheres em 10 estados do Brasil, localizadas em regiões de pouco desenvolvimento econômico.

São produzidos produtos sustentáveis e únicos e vendidos posteriormente no site da empresa nos canais de venda no varejo: venda direta por catálogo, e-commerce e loja no Rio de Janeiro. A Rede Asta também trabalha com a venda direta dos seus produtos, através das revendas, tendo como objetivo que qualquer pessoa possa se tornar um revendedor e com parcerias com empresas, oferecendo soluções para atender diferentes demandas de cada empresa. Eles identificam e desenvolvem grupos de artesãs e definem soluções para os resíduos daquela empresa a partir de design criativo, apoiando a produção dos grupos e posteriormente comercializando os produtos nos canais de venda ou ele vendem para a própria empresa como brindes corporativos, gerando renda.

Seu processo de produção baseia-se na aplicação do *upcycling*, que dar uma destinação criativa aos resíduos, gerando renda para grupos produtivos. Esse o processo inicia-se com coleta e tratamento do resíduo, em seguida com a identificação de grupos integrantes da Rede Asta ou potenciais, em todo o Brasil assim como a contratação de designers para desenvolvimento e criação das peças que também dão treinamento das técnicas produtivas em seguida o inicia-se a fase de aprovação de peças-piloto e posteriormente a

entrega dos itens à empresa. Logo abaixo é possível observar dois exemplos de produtos produzidos pela Rede Asta.

Figura 1: BB de Pé



Fonte: https://www.instagram.com/rede_asta

A Figura 1 mostra um produto produzido em parceria com a designer Carmen Keiko chamado de o BB de Pé. É um sapatinho de bebê feito de reaproveitamento de tecido. O objetivo era mostrar o cuidado com as novas gerações e a preocupação em preservar o planeta para as próximas gerações.

Figura 2: Lancheira Coleção Reuse



Fonte: https://www.instagram.com/rede_asta

O exemplo da Figura 2 demonstra lancheiras da linha dia-a-dia da Coleção REUSE que foram feitas com reaproveitamento de uniformes usados da Volkswagen do Brasil (RELATÓRIO REDE ASTA, 2012).

Esse dois exemplos de produção da Rede Asta, mostram que aplicação do conceito de *upcycling* no processo criativo, pode gerar varias alternativas de produtos, que podem ser direcionados a públicos diferentes e que possuem qualidade, funcionalidade e estética.

2.6 Processo Criativo- Alternativas de Técnicas Aplicadas no *Upcycling*

2.6.1 *Patchwork*

Patchwork é uma palavra que em inglês que tem como tradução a expressão de “trabalhar com retalhos” (COSTA, 2007). Esta técnica consiste em unir pedaços de tecidos de diferentes cores e padronagens através de costuras, formando ou não desenhos. Não existe uma regra geral que determine a forma como os retalhos de tecidos devem ser aplicados na criação das peças, isso vai depender exclusivamente da intenção do designer. Analisando o contexto historio do patchwork, nos tempos passados constatou-se que ele servia como forma de reaproveitamento de restos de roupas velhas pelas classes pobres para serem transformadas em novas roupas ou até mesmo utensílios do lar (COSTA, 2007) .

O *Patchwork* é outra alternativa de técnica de reaproveitamento dos materiais têxteis para ser aplicada no processo de *upcycling* no desenvolvimento de produtos de moda, contribuindo para a sustentabilidade. Pois a possibilidade de se aplicar tecidos a peças ou até mesmo fazer a montagem de vários retalhos de tecidos, valoriza ainda mais o trabalho manual do designer e agrega valor diferenciado aquele produto.

2.6.2 *Técnicas de Modelagem*

2.6.2.1 *Substraction Cutting*

A técnica de modelagem *Substraction Cutting* presente no livro *Free Cutting* foi desenvolvida por Julian Roberts (2012) consiste em uma técnica onde o método de modelagem é fazer cortes e dobras variadas no tecido que abrem espaços que serão ocupados por partes do corpo e criam novos volumes. Desta forma, o criador aplicando recursos simples de costura, inventa uma nova maneira de construção das roupas (ANICET, Et al., 2014).

Este método tem como principal objetivo, o reaproveitamento de tecidos. É uma técnica que pode ser aplicado no *upcycling*, quando se unem vários retalhos de tecidos dos mais diferentes tipos, excedentes de produção e são unidos através de costura formando uma peça de tecido. Os cortes dos moldes podem ser feitos em cima dessas peças de tecido apli-

cando o método *Substraction Cutting* e reaproveitando ao máximo os resíduos sem gastar mais insumos. A maneira de produção desta modelagem se difere do convencional, isso por que, “em vez de cortar o molde e “adicionar” tecido sobre o corpo, no *Substraction Cutting* a roupa é construída usando-se uma peça inteira que, com a subtração de pequenas partes de tecido, abre espaço para o corpo penetrar “(RÜTHSCHILLING, Et al., 2014 p. 39).

A aplicação deste método de modelagem *Substraction Cutting* no processo de *upcycling* auxilia o designer a criar novas soluções no desenvolvimento criativo e na produção de produtos de moda únicos respeitando o meio ambiente, promovendo uma moda sustentável.

2.6.2.2 *Draping ou Modelagem Tridimensional*

Outra técnica de modelagem que pode ser aplicada no processo de *upcycling* é a modelagem tridimensional ou também chamada de *Draping* que é uma técnica realizada através da aplicação de tecido sobre um manequim acolchoado que possui medidas e formato de um corpo humano mediano, criando os modelos das peças de forma tridimensional. De acordo com Sabrá (2009): “esta técnica representa uma forma prática e rápida de se obter resultados positivos no caimento de peças do vestuário, oferecendo grande liberdade de construção para o designer” (SABRÁ, 2009, p. 95). Esta técnica de modelagem pode ser trabalhada com qualquer tipo de matéria-prima, tecidos e não tecidos, planos e materiais alternativos. Por isso, esta técnica favorece a aplicação do *upcycling* durante o processo criativo, pois o designer possui mais liberdade de criação e pode construir peças sem necessariamente desmanchar outras peças já prontas, ele pode acoplar tecidos em modelagens já prontas.

2.7 **Técnicas de Tratamentos de Superfície Aplicadas no Processo do *Upcycling***

No processo do *upcycling*, são varias as possibilidades de trabalhar a superfície, muitas vezes o desenvolvimento da criação de novas peças acontece com a desconstrução, ou alteração da própria superfície do material utilizado. Algumas técnicas de estamparia, ornamentação e tingimentos, são utilizadas nesse processo de transformação e reconstrução dessas superfícies, agregado ainda mais valor ao produto final produzido.

2.7.1 Processos de Estamparia

Inicialmente no processo de estamparia tem-se duas primeiras fases, que precisam de bastante cuidado e precisão. Na primeira fase se trata da criação. Que pode ser espontânea ou inspirada em elementos existentes, artificiais, naturais, simples ou combinada. É um trabalho com bastante cunho artístico, segundo Neves (2000), o criador vai transmitir para o papel (tecido) o resultado de toda uma movimentação social, cultura, natural. etc. Na segunda fase ocorre a separação de cores, que pode ser feita manualmente ou através dos sistemas CAD/CAM (NEVES, 2000).

Os processos de estamparia podem ser manual ou digital. O processo manual (estamparia a quadros) acontece da seguinte maneira: primeiramente coloca-se o tecido na mesa, logo em seguida o quadro é colocado em cima do tecido. Espalha-se pasta colorida no tinteiro do quadro, movimentando a rasqueta até o lado oposto do tinteiro, exercendo uma leve pressão sobre o quadro. Os movimentos de rasqueta forçam a saída da pasta colorida pela área obstruída da tela, imprimindo assim o tecido. Conforme, Yamane (2008), no processo industrial de estamparia, tem-se a estamparia através de cilindros e quadros, a estamparia por *transfer-paper* e por último e mais recente a estamparia digital.

Estes processos de estamparia podem ser aplicados no *upcycling* de modo bastante criativo. Às vezes o designer estampa uma peça que já possuía uma estampa anteriormente ou até mesmo uma superfície lisa, mas que já passou por beneficiamento como por exemplos peças de jeans, o que torna o produto final mais único e agregando ainda mais valor aquilo que teoricamente iria para o lixo.

2.7.2 Tingimento

O tingimento dos tecidos pode ser feitos através de corantes sintéticos ou naturais. Os corantes naturais podem ser derivados de plantas, animais ou minerais. Em sua aplicação é necessário a utilização de um fixador, para manter a tinta no tecido e impedir que a tinta solte com as lavagens ou até mesmo devido o uso da peça, também é importante observar a composição do tecido, para que ele não encolha durante o processo onde geralmente o tecido é exposto a altas temperaturas (SOGER, 2009).

Também, as técnicas de tingimento com corantes, são aplicadas para formar estampas nos tecidos. Uma das mais utilizadas é o *tie-dye*, nesta técnica o tecido é amarrado por um barbante ou até nele mesmo através de nó (dependendo do desenho desejado) impedindo que a tinta penetre nesses espaços. Após o tecido seco e desamarrado é possível

visualizar os desenhos formados. Segundo Soger (2009) os tecidos podem ser tingidos tanto em seus comprimentos, como após a confecção das peças. É o que acontece normalmente quando se aplica o tingimento no processo de *upcycling*, geralmente os designers tingem peças já depois de prontas ou tingem apenas pedaços de tecidos a serem aplicados nessas peças.

2.7.3 Ornamentação

Uma forma de valorizar ainda mais uma superfície é a ornamentação, que pode ser feita através de aplicações decorativas. Algumas técnicas aplicadas à ornamentação são os bordados (aberto ou de contas) ou mesmo a manipulação de tecidos. Que pode ser feito manualmente como na maioria das vezes ou por meio de máquinas específicas as técnicas podem variar de acordo com a escolha dos materiais escolhidos, como linhas e tecidos (SOGER, 2009). O bordado é utilizado para realçar ainda mais uma superfície de um tecido. Ele pode ser aplicado antes da confecção ou já com a peça pronta e se concentrar apenas em uma parte dela ou como em toda, isso vai depender do objetivo do designer.

Soger (2009) menciona 2 tipos de bordados: o bordado de contas, que é uma decoração feita manualmente, já que as contas são presas uma a uma no tecido através de uma linha e agulha. Essas contas podem ser de diversos materiais, como vidro, plásticos, madeira e de diversos tamanhos. Podem ser lantejoulas, canutilhos, cristais e pérolas, elas possuem uma grande diversidade e além de agregar beleza e valor às peças elas também, adicionam texturas aos tecidos.

Outro tipo de bordado é o *Appliqué* ou aplicação é uma técnica que consiste na costura de uma peça de tecido em outra, que podem ser de várias formas e diferentes tecidos, além de poderem ser bordados primeiramente e só depois aplicados.

O corte vazado é uma técnica em que os tecidos podem ser melhorados atribuindo formas e desenhos às peças. As áreas onde o tecido foi cortado se feitos à mão, são aplicadas uma costura para impedir que o tecido descosture ou podem ser feitos através do uso do laser (SOGER, 2009). O bordado no processo do *upcycling*, seja qual for, é utilizado de diferentes formas, ele valoriza ainda mais este processo, por ser tratar de uma técnica, que, além de exigir criatividade, também, demanda delicadeza e tempo.

2.8 Tecidos

Para Soger (2009. p.58), “é essencial que o designer entenda as propriedades e as qualidades dos tecidos”, pois, o tecido é responsável por constituir a peça, é ele que vai “dar forma a ideia”. Os tipos de tecidos são os mais variados, podem ser lisos ou estampados, tecidos planos ou malharia, de fibras naturais ou sintéticas. No processo de *upcycling* esse conhecimento é fundamental, principalmente porque na maioria das vezes o designer no processo criativo não escolhe o material que irá utilizar e terá como desafio, pensar na combinação de diferentes materiais e na junção de texturas diferentes.

Segundo Udale (2009, p.130) os “tecidos podem estimular ideias de roupas e vice-versa, portanto tente integrar o design na silhueta e os detalhes com a escolha do tecido”. O designer precisa entender sobre o caimento dos tecidos, para aplicar técnicas, como um drapejado, por exemplo, precisa entender a composição dos tecidos se for aplicar tingimentos e que tipos de texturas podem ser harmonizar na junção de peças.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Pesquisa

Este estudo caracteriza-se como pesquisa qualitativa. Segundo Gerhardt, (2009), a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. O embasamento do estudo se dará através de pesquisa bibliográfica. Para Gil (2007), os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema. Na segunda parte será feita uma pesquisa documental que consiste em analisar está documentos, que podem ser escritos ou não, que podem ser chamadas de fontes primarias. Tal aplicação pode ser feita no momento em que fato ocorre ou depois. De acordo com Fachin (2006), a pesquisa documental corresponde também a toda informação coletada, seja de forma oral ou escrita ou visualizada. Ela consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda a espécie de informações, compreendendo também, as técnicas e os métodos que facilitam a sua busca e a sua identificação. Também foi realizada uma pesquisa participante, que segundo Brandão (2007, p.3) a “pesquisa participante tende a ser concebida como um instrumento, um método de ação científica ou um momento de um trabalho popular de dimensão pedagógica e política, quase sempre mais amplo e de maior continuidade do que a própria pesquisa.” Esta pesquisa foi realizada através da participação no curso “A realidade do *upcycling*” durante a 18ª do DFB, com o objetivo de se apropriar de forma prática do conceito.

3.2 Área de Abrangência

Os produtos de vestuário, como calças, blusas, jaquetas e shorts, vestidos, acessórios e sapatos produzidos pelas marcas Re roupa e Think blue como cases de sucessos brasileiros que utilizam o conceito de *upcycling*. O conteúdo será acessado exclusivamente através dos próprios sites das marcas que possui diversas peças produzidas pelas mesmas. É importante salientar que essas marcas foram escolhidas pra serem exemplificadas neste estudo, devido utilização do *upcycling* no seu processo criativo e assim no seu desenvolvimento e produção de seus produtos, como também por possuírem uma linguagem moderna e coerência entre sua identidade e produtos.

3.3 Plano de Coleta de Dados

A primeira parte deste estudo é constituída da pesquisa bibliográfica, o referencial teórico teve como fonte artigos científicos, livros e revistas relacionados ao tema da pesquisa, tais como: sustentabilidade, *upcycling*, moda e consumo sustentável. A segunda etapa corresponde ao tratamento dos dados, no caso a exploração, e interpretação das imagens analisadas nos sites das marcas.

3.4 Categorias Analíticas

As categorias analíticas podem refletir os propósitos da pesquisa. Eles apontam alguns e auxilia o investigador a avaliar com mais segurança as categorias que foram originadas do material documental. Segundo Taffarel (2009, p.2) “as categorias analíticas são aquelas que retêm as relações sociais fundamentais e podem ser consideradas balizas para o conhecimento do objeto nos seus aspectos gerais”.

As categorias analíticas deste estudo são: sustentabilidade e moda, processos de reutilização e *upcycling*.

3.5 Tratamento de Dados

Segundo Gil (2002), a análise de conteúdo se desenvolve em três fases, a pré-análise, onde os documentos são escolhidos, formulado hipóteses e preparado o material, a etapa seguinte é a exploração do material e a última é etapa consiste interpretação dos dados. Neste trabalho, a pesquisa documental ocorreu através da análise de fotografias das peças produzidas pelas marcas citadas Re roupa, e Think blue, que estão inseridas nos sites das mesmas, de *post* de blogs e matérias em revistas que falem sobre essas marcas. Em seguida, todas essas informações foram analisadas para que ficasse compreendido o processo criativo da marca a partir da interpretação de todos os dados pesquisados e por fim a conclusão.

Nessa pesquisa este conceito será aplicado, analisando as fotos das peças criadas pelas marcas, através dos seus sites, tendo contribuição também, os *post de blog* onde as marcas são citadas e o uso da sua imagem e produto em sites e revistas de moda.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os cases a seguir serão mostrados a partir de pesquisas documentais feitas nos sites e nos *instagrams* das marcas, a partir destas análises serão apresentados as principais verificações a cerca da utilização do *upcycling* aplicado ao processo criativo e produtivo das marcas Re roupa e Think Blue.

4.1 Cases Brasileiros

O uso do conceito do *upcycling* é aplicado na moda é utilizado não só apenas por designers em coleções específicas e temporais, mas também existem marcas que tem o *upcycling* como sua identidade, e, que se baseiam neste conceito, norteadando assim, todo o seu processo de produção, gerando não apenas uma identificação com determinados consumidores, mas disseminando um *life style*. Neste estudo foram selecionados alguns cases brasileiros como objeto de estudo, que são pioneiras na missão de transmitir o conceito do *upcycling* para os diversos públicos da moda.

4.1.1 Re Roupas

O Re-Roupa é um dos cases que levanta a bandeira do *upcycling* e que cada vez mais vem ganhando visibilidade e reconhecimento na moda brasileira, Ele é um projeto que propõe a criação de roupas novas a partir de matérias primas que eram consideradas resíduo: fins de rolo de tecido, retalhos, roupas com pequenos defeitos, propondo ir à contramão do processo acelerado que dita as tendências da moda cuja lógica são produções efêmeras.

A estilista Gabriela Mazepa, idealizadora desse projeto preocupa-se não apenas com o reaproveitamento de materiais, mas também inclui em seu projeto trabalhar a valorização da mão de obra, capacitando pessoas para desenvolverem o processo criativo do *upcycling*. E isso é muito importante para o aperfeiçoamento dos profissionais envolvidos neste processo. Principalmente as costureiras empreendedoras de comunidades do Rio de Janeiro, que é onde fica localizado o ateliê da marca. Geralmente elas trabalham em cooperativas ou por conta própria. Dessa forma além de se gerar renda, há uma garantia de que as peças tenham um cuidado especial.

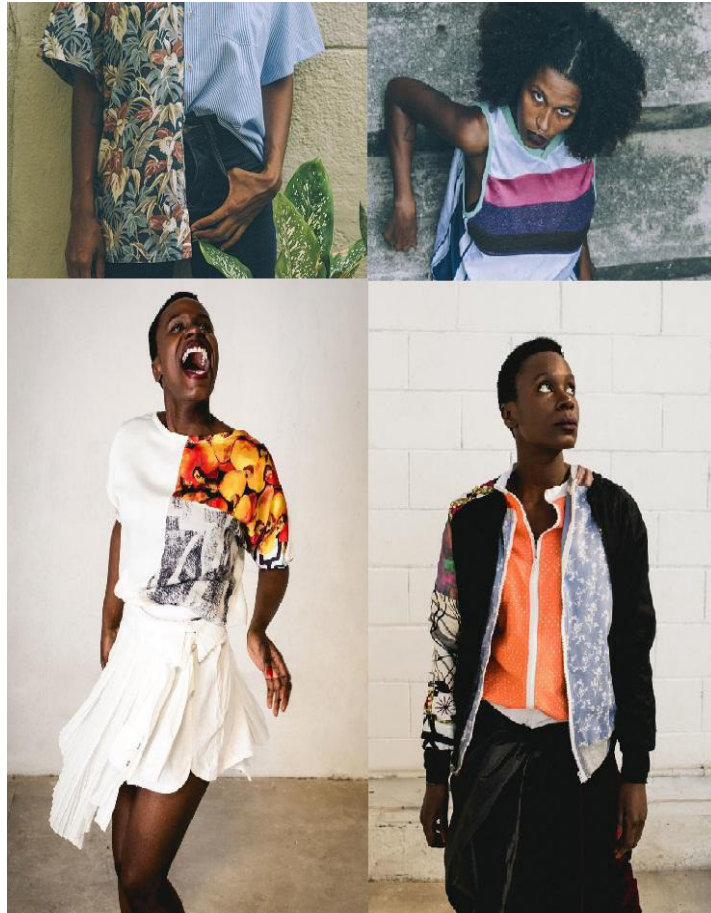
Além da preocupação com a peça e de incluir as costureiras no seu processo de fabricação dos mesmos, valorizando o trabalho dessas profissionais, o trabalho da estilista Gabriela se estende também a participações em ações sociais e ministrando cursos e oficinas em todo o Brasil, promovendo experiências com este processo.

O Re roupa oferece oficinas onde as pessoas levam uma peça de roupa que não usam mais e através da aplicação do *upcycling* nessas peças elas tem a oportunidade de participar do processo de transformação e entender como é que se faz uma roupa, o que pode parecer simples, mas que muitas vezes é banalizado e a partir daí, essas pessoas começam a perceber que pra cada peça teve alguém que pensou nela, alguém que cortou, costurou. E assim valorizando mais cada produto, gerando a consciência de que se pode transformar algo que já se tenha ao invés de comprar algo novo. Um grande diferencial desta marca, dentro deste novo segmento no Brasil, é que ele não está preocupada apenas em transformar roupas ou materiais descartados em novos produtos gerando mais consumo, mas seu olhar se estende desde produzir uma moda sustentável, gerando um consumo consciente a informar, conscientizar, educar e capacitar pessoas através da utilização deste conceito: o *upcycling*.

A aplicação do *upcycling* no processo criativo do Re roupa começa a partir do garimpo dos materiais, que é feito geralmente nas indústrias de vestuário. São retalhos, resto de rolos de tecidos, peças de coleções passadas, fim de estoque ou peças com leves defeitos. A partir daí, é feita uma triagem em lotes, onde há uma seleção das peças que podem ser usadas juntas, seja por texturas, cores etc. Em seguida a designer começa a ver quais são as possibilidades pra cada peça e assim ela vai desenvolvendo suas criações de acordo com o material que ela possui. Ela olha os materiais e vê a oportunidade de transformação naquelas peças.

Geralmente o trabalho de pensar e desenvolver uma coisa diferente pra cada uma dessas peças é um processo bem artístico. Pois a designer minuciosamente estuda cada peça e depois vai transformando, analisa o que pode ser feito, que beneficiamentos ela pode utilizar, a combinação das texturas, o tipo de modelagem pra cada caimento. Aplicando técnicas de modelagem ou beneficiamentos cada peça vai se tornando única. Não existe uma regra geral uma sequência correta no desenvolvimento das peças. Às vezes é necessário descosturar toda uma peça e adaptar aquele tecido descosturado em uma nova modelagem. Outras peças são retiradas apenas uma parte e são inseridas partes de outras peças. A Figura 3 apresenta algumas peças da coleção Edição limitada da marca Re-poupa.

Figura 3- Edição limitada-Re roupa



Fonte: <http://www.reroupa.com.br/edicao0117>

Não se trata de customização ou aplicação de detalhes, o que acontece na maioria das vezes é uma transformação geral daquele material. A designer conta com a ajuda de costureiras que entendem mais de acabamento e modelagem e que também ajudam nesse processo. “O re roupa serve pra isso, pra olhar pro que é excesso e descarte e fazer coisas através disso” (MAZEPA).

A Figura 4 apresenta peças divulgadas na página da loja virtual da marca disponível em seu site. É possível observar na marca a aplicação do conceito *upcycling*, através da remodelagem de peças como calças e blusas, onde a designer desconstrói essas peças parcialmente ou totalmente, adicionando inversão de mangas e golas de blusas, misturando texturas diferentes, com a junção de tecidos diferentes.

Figura 4- Re roupa- Loja virtual



Fonte: <http://loja.reroupa.com.br/>

A designer também usa diferentes tecidos através de patchwork, fazendo uma junção com as estampas com tecidos listrados e tecidos lisos.

4.1.2 *Think Blue*

A marca Think blue, surgiu a partir de varias inquietações da designer Mirella Ramos Rodrigues, quando ela ainda estava cursando a graduação. Questões relacionadas à moda e sustentabilidade, moda ética e consumo, despertaram nela, o desejo de pesquisar mais sobre estes conceitos e outros afins, gerando ao final de suas pesquisas a necessidade de ir contra a maré e produzir uma moda diferente, que alinhasse design e consumo consciente. Foi assim que a marca carioca começou a surgir e a se posicionar no cenário da moda local.

A principal matéria prima utilizada pela marca é o jeans, que foi escolhido pela designer devido a sua resistência e durabilidade, além de ser um material super versátil. Essa escolha assegura que as suas peças criadas pendurem por muito mais tempo no ciclo de moda.

O processo criativo da marca inicia-se com o recolhimento das peças Jeans pela própria designer em associações e bazares, em seguida todas as peças são desconstruídas, e todas as costuras são desfeitas com objetivo de dar forma a um “novo tecido”. Só a partir daí é que se começa a pensar em como serão cada peça da coleção.

A marca possui uma loja virtual em seu próprio site, onde suas peças de vestuário que são *cropped*s e vestidos, shorts e saias e alguns acessórios são comercializados. Também, é possível encontrar seus produtos em uma loja colaborativa localizada no Bairro São Cristovão, no Rio de Janeiro e em exposições de movimentos de moda com uma ação voltada para questões sociais, como o movimento Pandora que relaciona a moda com o empoderamento feminino.

Figura 5- Lookbook Think blue



Fonte: <https://www.thinkblueupcycled.com.br/>

As técnicas de *upcycling*, aplicadas na marca Think Blue em seu processo criativo são: o *patchwork* através da junção de retalhos de tecidos estampados com o jeans e a utilização de recortes de jeans, com aplicações de bolsos. A marca utiliza como principal material o jeans, então, a maioria das suas criações são feitas com a mistura de jeans com lavagens diferentes inseridas em novas modelagens. Por exemplo, uma perna de calça que se transformou em um *crooped*. O seu processo de produção se consiste basicamente na desconstrução das peças e a inserção de novas modelagens, produzindo outras peças com recortes.

4.2 A Realidade do *Upcycling*: Vivendo a Experiência da Aplicação das Etapas no Processo Criativo

Está foi uma experiência de pesquisa participante, que teve o objetivo de compreender o processo na prática, de como acontece a aplicação do conceito do *upcycling* no processo criativo e no desenvolvimento de produtos. Essa pesquisa participante ocorreu durante a realização do 18ª edição do DFB (Dragão Fashion Brasil) em 2017, onde foi ofertado um curso que tinha como tema: A realidade do *upcycling*, ministrado pela estilista Gabriela Mazepa, idealizadora do projeto Re-roupa. Neste curso que teve a duração de 12 horas, os participantes tiveram a oportunidade de conhecer um pouco mais sobre o que é o processo do *upcycling* e entender como acontece o processo criativo, na construção de novas peças de vestuário. Inicialmente a professora Gabriela, explicou o tema, trazendo alguns conceitos e definições sobre o *upcycling* e mostrou diversas possibilidades de se trabalhar com ele dentro da moda. Após essa explanação e uma conversa com os alunos sobre o tema. No início da parte prática do curso, todos tiveram a oportunidade de desenvolver a criatividade, através de uma metodologia bem prática e didática para compor um look que seria apresentado em um editorial ao término do curso.

Figura 6- Processo Criativo- Separação do material



Fonte: Acervo pessoal

O primeiro desafio foi separar todos os tecidos e peças de vestuário que estavam misturados, por cores e texturas. Como mostra na Figura 6. Logo em seguida foram formadas equipes de 3 pessoas para montar em uma *moulagem*, novas peças a partir do que havia disponível. Foram espalhadas várias *moulagens* pela sala e as equipes iam fazendo uma

rotatividade, assim que montavam algo, era registrado com uma foto e em seguida já era pedido para mudar de *moulagem* e de grupo e assim, era feito várias peças.

Figura 7– Processo criativo- Moulagem



Fonte: Acervo pessoal

Durante esta atividade percebeu-se através da metodologia aplicada que o processo criativo, aconteceu de forma muito espontânea e natural onde o desafio é recriar algo a partir do que se já existe. Também pode-se constatar que é possível sim, reconstruir algo que tenha uma identidade, que seja bonito, criativo e comercial através do *upcycling*. Após essa parte do curso, as equipes foram levadas a definir um tema que serviria de base para a criação das peças que iriam compor o look e que seriam construídas a partir daqueles materiais (pedaços de tecidos, de várias texturas e cores e roupas já usadas e descartadas).

Em seguida todos os grupos começaram a esboçar essas peças de acordo com os temas propostos. O tema do grupo do qual a pesquisadora participou foi “Aldeia- Aldeota”

que teve inspiração no contraste existente no bairro Aldeota originada da junção de duas Fortalezas, extremos que se encontram: entre edificações, ostentação e bairro nobre da cidade. A mesma Aldeota possui outra realidade: a da comunidade carente. Verifica-se em um mesmo espaço, a Aldeota abastada, de seus carros importados e prédios imponentes; e a Aldeota necessitada, de sua vida simples e felicidade sem fim. O objetivo do trabalho foi retratar a relação da cidade com a ocupação das pessoas neste espaço. Também, buscou-se inspiração na música Terral de Ednardo que retrata bem essa realidade: “....Eu tenho a mão que aperreia/Eu tenho o sol e areia/Eu sou a nata do lixo, eu sou o luxo da aldeia, eu sou do Ceará / Aldeia, Aldeota, estou batendo na porta prá lhe aperriá / pra lhe aperriá, pra lhe aperriá...” (ALBUM RUBI, 1990).

Figura 8- Processo Criativo – Criação do Look Aldeia-Aldeota



Fonte: Acervo pessoal

Na elaboração das peças, a equipe caracterizou o tema, através da junção das texturas dos tecidos criando estruturas leves e formais e o mix de estampas com as cores neutras. Uma jaqueta que estava rasgada foi remodelada para estruturar a peça e foi inserido mangas longas de uma blusa masculina para trazer a formalidade, por fim, foram aplicadas estampas florais, para remeter à cidade praiana que é Fortaleza. Na outra peça, foi aplicado um lenço estampado, em um vestido branco, com o caimento fluido que foi todo criado a parte de um pedaço de tecido, que retratava a Aldeota primitiva ocupada inicialmente pelos índios. Para finalizar a composição o *look*, foi criado um colar com todo o resto dos tecidos.

Finalmente ao termino do curso, foi feito um editorial pela equipe com o objetivo de mostrar para convidados e participantes do curso, o look “Aldeia-Aldeota” produzido durante a etapa pratica do curso, explicando a temática escolhida e o processo de construção de cada peça.

Figura 9- Editorial de fotos- Look Aldeia-Aldeota



Fonte: Acervo pessoal

Após ter participado deste curso, que foi curto, mas produtivo e inspirador, pode se constatar que através da metodologia aplicada, o processo criativo, aconteceu de forma muito espontânea e natural onde o desafio foi recriar algo a partir do que se já existe, utilizando matérias primas que ainda possuem o seu valor, mas que por questões sociais e até mesmo econômicas foram descartadas. Também se constatou que é possível sim, reconstruir algo que tenha uma identidade, que seja bonito, criativo e comercial através do *upcycling*.

5 CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise de como o conceito de *upcycling* que consiste em aproveitar resíduos para o desenvolvimento de novos produtos de consumo é aplicado no processo criativo e produtivo das marcas Re roupa e Think blue. O estudo demonstrou que os processos contribuem para o desenvolvimento de uma moda sustentável, transformando resíduos têxteis em novos produtos de consumo de vestuário reinseridos no ciclo de consumo. A base teórica com as temáticas relacionadas à moda e sustentabilidade, colaboraram para aprofundamento e compreensão de como se dá o processo criativo do *upcycling*.

Com a análise dos processos criativos das marcas a partir do que elas fazem e divulgam em suas mídias sociais e das fotos de peças produzidas pela marca Re roupa e Think blue, além da pesquisa participante realizada durante o curso “ A realidade do *upcycling*” realizada durante a 18ª edição do DFB (Dragão Fashion Brasil) em 2017, pode constatar que o *upcycling* no desenvolvimento criativo acontece de maneira espontânea e criativa, não necessariamente seguindo as tendências lançadas a cada seis meses. Assim, tal procedimento se enquadra em um sistema de moda atemporal, podendo surgir várias possibilidades de criação. O seu processo produtivo acontece com a utilização de técnicas básicas de modelagem, a desconstrução de peças, o uso de recortes e a aplicação de *pacthwork*. Foi possível verificar que a conceito de *upcycling* guia os processos criativos e produtivos das marcas, agregando valor a estes produtos, contribuindo para a preservação do meio ambiente e a geração de renda.

Assim, é possível concluir que as relações entre a sustentabilidade e a moda têm se tornado cada vez mais reais e concretas, através de iniciativas de marcas e designers que tem utilizado o processo de *upcycling* como ferramenta na produção de uma moda sustentável, na qual é já possível observar algumas mudanças neste universo, no entanto, ainda há muito, o que se avançar. A preocupação com o meio ambiente, reaproveitamento de resíduos, valorização de trabalhadores, podem um trabalho árduo, mas é questão de sobrevivência, o desafio de uma indústria têxtil mais sustentável é grande, mas também, pode ser generoso e gratificante, pois, abrem-se portas para a criatividade no mundo dos negócios e consumidores mais conscientes.

A realização deste trabalho contribuiu de forma positiva para a formação acadêmica da pesquisadora e desenvolvimento da carreira profissional, já que através deste estudo, foi possível obter diversas informações que serão primordiais para a área de escolha de atuação em Design-moda.

Tendo em vista que este assunto ainda é pouco discutido no âmbito acadêmico, de moda, este trabalho pode contribuir para futuras pesquisas relacionadas a este tema, e, para a disseminação do mesmo, podendo gerar a partir de sua leitura um interesse para questões ambientais, instigando o leitor a novas pesquisas e a conscientização acerca da importância da preservação do meio ambiente e de um consumo mais consciente.

REFERÊNCIAS

- ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável.** Anais do 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011.
- ANICET, Anne, Pedro Bessa, and Ana Cristina Broega. **Ações na área da moda em busca de um design sustentável.** VII Colóquio de Moda , 2011.
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILING, E. A. **Relações entre moda e sustentabilidade.** Comunicação apresentada, n. 9, 2013.
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILING, E. A. **Substraction Cutting:** análise do método de modelagem para linha de produção. 10º Colóquio de Moda –7º Edição Internacional 1º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda, 2014.
- AUS, R. **Trash to Trend - Using Upcycling in Fashion Design.** Tallinn: Estonian Academy of Arts, 2011.
- BRANDÃO, Carlos Rodrigues; BORGES, Maristela Correa. **A pesquisa participante:** um momento da educação popular. Revista de Educação Popular, 2007.
- BORIN de Oliveira Claro, Priscila, Pimentel Claro, Danny, Amâncio, Robson. **Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações.** Revista de Administração - RAUSP, 2008.
- COSTA, Maria Izabel, and M. de T. SOARES. **Moda comprometida com a sustentabilidade ecológica e social.** ENCONTRO DE SUSTENTABILIDADE EM PROJETO DO VALE DO ITAJAÍ 1, 2007: 30-45.
- DE OLIVEIRA VILACA, Debora Barbosa Guedes et al. **UPCYCLING E SUSTENTABILIDADE: O DESPERTAR DA INDÚSTRIA DA MODA PARA A LOGÍSTICA REVERSA** - João Pessoa/PB, Brasil, de 03 a 06 de outubro de 2016.
- FERRAZ, Angélica Ribeiro, **MODA E SUSTENTABILIDADE:** relação permeada pelo consumo. -UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA ESPECIALIZAÇÃO EM MODA, CULTURA DE MODA E ARTE. INSTITUTO DE ARTES E DESIGN, 2004.
- FRASER, Tom. **O guia completo da cor:** livro essencial para a consciência das cores.2. ed. SãoPaulo, SP: Ed. SENAC São Paulo, 2007.
- GERHALD, Tatiana Engel e Silveira Denise Tolfo; **Métodos de pesquisa, coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS.** – Porto Alegre (UFRGS), 2009.
- LUCIETTI, T. J. a*, RAMOS, M. D. S. a, SORATTO, R. B. a, TRIERWEILLER, A. C.a **Upcycling no Segmento da Moda:** Estudo de Caso na Recollection Lab.a. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Araranguá – SC (2017)
- LUPTON, Ellen e Phillips Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design.** São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MOREIRA, R. N., Marinho, L. F. D. L., Barbosa, F. L. S. **O Modelo de Produção Sustentável *Upcycling*: o Caso da Empresa TerraCycle**. EGEMA, 2017.

RELATÓRIO REDEASTA, uma história tecida por muitas mãos relatório da Rede Asta 2008-2012. Disponível em: <https://www.redeasta.com.br/media/relatorio-anual-2012.pdf>
Acesso em: 29-06-2017.

RE ROUPA. Disponível em: <http://www.reroupa.com.br/> . Acesso em 25 de maio de 2017.

ROCHA, Maria Alice Vasconcelos. Moda e Sustentabilidade: combinação possível? IV Encontro Nacional de Estudos do Consumo, II ENCONTRO LUSO BRASILEIRO DE ESTUDOS DO CONSUMO (2012).

SABRÁ, Flávio org. **Modelagem**- 1.ed.-São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

SOBRE , Think Blue. Disponível em: <http://www.migjeans.com.br/sobre>. Acesso em 30 de maio de 2017.

SCHIAVO, Marcio R. e MOREIRA, Eliesio N. **Glossário Social**. Rio de Janeiro: Comunicarte, 2005.

SOGER, Richard. **Fundamentos de design de moda**. Bookman, 2009.

TAFFAREL, Celi Zulke. **Teoria do Conhecimento: O que são categorias?**
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA-CURSO DE METODOLOGIA DO ENSINO E PESQUISA EM EDUCAÇÃO FÍSICA & ESPORTE E LAZER. 2009

UNIETHOS. **Sustentabilidade e competitividade na cadeia da moda**. São Paulo, maio de 2013.

UPCYCLING, Disponível em: <https://www.fashionlearn.com.br/blog/upcycling/>. Acesso em 3 de julho de 2017.

WENZEL, Aline Fröhlich. "**Sustentabilidade**: o lado “e” da moda." V ABRAPCORP, Redes Sociais, comunicação, organizações. Universidade Santa Cruz do Sul (UNISC) (2011).

YAMANE, Laura. **Estamparia têxtil**. São Paulo, 2008.