



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

ARMÊNIA DE FÁTIMA DA SILVA DE ALMEIDA

**A SUSTENTABILIDADE NA MODA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BANCO DE
TECIDO DE REUSO (SÃO PAULO)**

FORTALEZA
2018

ARMÊNIA DE FÁTIMA DA SILVA DE ALMEIDA

A SUSTENTABILIDADE NA MODA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BANCO DE
TECIDO DE REUSO (SÃO PAULO)

Monografia apresentada 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

2018

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)

- A444s Almeida, Armênia de Fátima da Silva de.
A sustentabilidade na moda : um estudo de caso sobre o Banco de Tecido de Reuso (São Paulo) /
Armênia de Fátima da Silva de Almeida. – 2018.
50 f. : il. color.
- Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e
Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.
Orientação: Prof. Me. Maria do Socorro de Araújo .
1. Moda. 2. Sobras de tecidos. 3. Sustentabilidade. 4. Valor agregado. I. Título.

CDD 391

ARMÊNIA DE FÁTIMA DA SILVA DE ALMEIDA

A SUSTENTABILIDADE NA MODA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BANCO DE
TECIDO DE REUSO (SÃO PAULO)

Monografia apresentada 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.

Aprovada em: ___/___/_____.

BANCA EXAMINADORA

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

Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof. MsC. Hendrick Lezeck
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus.

Aos meus familiares, Raimunda da Silva,
Magela de Almeida, Juny Almeida e Karla
Almeida.

Ao meu amor, Thales dos Anjos.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus! Porque Ele me deu forças para não desistir dos meus sonhos e permitiu que eu chegasse até aqui.

À professora MsC. Maria do Socorro de Araújo por toda a dedicação e excelente orientação, sem a sua ajuda esse trabalho não teria sido concluído.

Aos professores participantes da banca examinadora Profa. Dra. Araguacy Paixão Almeida Filgueiras e Prof. Me. Hendrick Lezeck pelo tempo, pelas valiosas colaborações e sugestões.

Aos professores do curso de Design-Moda pelos ensinamentos passados ao longo do curso.

Aos meus pais pela educação que me proporcionaram durante toda a vida.

Aos meus amigos que me apoiaram e me encorajaram a seguir com a pesquisa e principalmente ao meu namorado, Thales dos Anjos que é um dos maiores responsáveis por essa realização, pois me ajudou em todos os aspectos, financeiro, físico e emocional.

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

Às empresárias Lu Bueno e Pâmela Medeiros, por sua dedicação e generosidade ao dividir seu conhecimento e atenção aos meus questionamentos.

“Semear ideias ecológicas e plantar sustentabilidade é ter a garantia de colhermos um futuro fértil e consciente.”

Sivaldo Filho

RESUMO

Evitar o descarte dos resíduos têxteis no meio ambiente pelas indústrias de confecção é um desafio. O objetivo deste trabalho é identificar a relação entre a moda e a sustentabilidade, através da utilização do Banco de Tecido. O estudo apresenta resultado da pesquisa realizada com a empresa Banco de Tecido da cidade de São Paulo, que atua oferecendo uma alternativa para cuidar dos resíduos têxteis. Entenderemos quais os benefícios que o empreendimento Banco de Tecido, proporciona às pequenas marcas e à sociedade, através da reutilização de tecidos analisando os aspectos ambientais, sociais econômicos e formas de agregação de valor. A metodologia adotada na pesquisa foi de um estudo de caso de caráter exploratório, natureza básica, tendo sido utilizada a pesquisa bibliográfica e documental, sendo de cunho qualitativa com uso de entrevista. Os principais resultados obtidos na pesquisa demonstram a relevância da utilização de sobras de tecidos proporcionados pelo Banco de Tecido, pois, apesar do pouco tempo de funcionamento, ele já prolongou o ciclo de vida de mais de 7 toneladas de tecidos. As marcas parceiras do Banco, também demonstram preocupação em prolongar a vida útil dos tecidos, e garantem uma redução de matérias descartadas na linha de produção, gerando novas coleções de produtos diferenciados, com um apelo estético atrativo, além do impacto positivo nos negócios na esfera econômica, ambiental e social.

Palavras-chave: Moda. Sobras de tecidos. Sustentabilidade. Valor agregado.

ABSTRACT

Avoiding the disposal of textile waste in the environment by the garment industry is a challenge. The objective of this work is to identify the relationship between fashion and sustainability, through the use of the Fabric Bank. The study presents a result of the research carried out with the company Banco de Tela of the city of São Paulo, which operates offering an alternative to take care of textile waste. We will understand the benefits that the Banco de Tela project provides to small brands and society, through the reuse of fabrics, analyzing the environmental, social and economic aspects and forms of value added. The methodology adopted in the research was a case study of exploratory character, basic nature, having been used bibliographical and documentary research, being qualitative with interview use. The main results obtained in the research demonstrate the relevance of the use of fabric leftovers provided by the Fabric Bank, because despite the short time of operation, it has already extended the life cycle of more than 7 tons of fabrics. The Bank's partner brands are also concerned about extending the useful life of the fabrics and guarantee a reduction of materials discarded in the production line, generating new collections of differentiated products with an attractive aesthetic appeal, in addition to the positive impact on the business in the sphere economic, environmental and social.

Keywords: Sustainability. Fashion. Added value. Tissue Remains.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Montanhas de tecidos descartados no aterro sanitário	18
Figura 2 - Site do Instituto Lixo Zero	24
Figura 3 - Área interna e estoque da empresa Banco de Tecido.....	29
Figura 4 - Site do Banco de Tecido.....	31
Figura 5 - Insecta Shoes, Re-Roupa, Karmen e Donna Pambila.....	34
Figura 6 - Coleção feita com a metodologia do Re-Roupa.....	35
Figura 7 - Sapatos da Insecta Shoes feitos com tecidos de reuso.....	36
Figura 8 - Espaço da Karmen no Showroom da Brasil Eco Fashion Week	37
Figura 9 - Vestidos da marca Donna Pambila, confeccionados com tecido de reuso.....	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BEFW	Brasil Eco Fashion Week
GSCM	Green Supply Chain Management
LR	Logística Reversa
ONGs	Organizações Não Governamentais
ONU	Organização das Nações Unidas
PETs	Politereftalato de etileno
R&B	Rhythm and blues
UFC	Universidade Federal do Ceará
ZWIA	Zero Waste International Alliance

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	A cadeia produtiva da moda	17
2.2	A questão sustentável: uma consciência coletiva	19
2.3	Aproveitamento das sobras: Uma alternativa sustentável.....	22
3	METODOLOGIA	27
3.1	Categorias Analíticas.....	28
3.2	Procedimentos de coleta de dados	28
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES	29
4.1	A empresa Banco de Tecido: história e entendendo o funcionamento.....	29
4.2	Cases: marcas parceiras.....	32
5	CONCLUSÃO	41
	APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA COLETA DE DADOS	48
	APÊNDICE 2 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	49
	APÊNDICE 3 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	50

1 INTRODUÇÃO

Em meados do século XX, dá-se início as produções em massa e os primeiros sinais da democratização da moda, mas foi a partir da década de 1980 que começou a grande difusão de grifes que viraram símbolo de status social. Desde essa época, o número de marcas de moda tem crescido exponencialmente. Em poucas décadas, a moda tornou-se mais rápida e mais acessível ao consumidor que, por sua vez, virou vítima do marketing excessivo realizado pelas marcas de moda que incentivam o consumo exacerbado e, conseqüentemente, a obsolescência rápida das roupas que em pouco tempo estão “fora de moda” (ANICET, 2006).

Com a democratização da moda surgiu à necessidade da fabricação dos produtos ser em grande escala, pois a demanda de consumidores em busca de novidade aumentou bastante nas últimas décadas, esse ritmo acelerado de produção tem gerado um grande volume de resíduos têxteis e químicos no meio ambiente, além do uso de suprimentos e recursos não renováveis como a água na lavagem de peças como o jeans para ser comercializado.

A moda deve poupar recursos de produção e pensar em estratégias melhores para que seu desenvolvimento seja sustentável, desde a extração da matéria prima ao modo de fabricação, distribuição e descarte dos produtos gerados. A preocupação com os trabalhadores, deve ser considerada visto que a velocidade da moda tem sido cada vez maior e, conseqüentemente essas pessoas são bastante afetadas com cargas horárias exaustivas de trabalho, desse modo, a sustentabilidade também visa um trabalho mais justo. O uso dos “recursos não pode obedecer somente à racionalidade formal envolvida no funcionamento dos mercados, mas tem de incluir também o cálculo substantivo referente aos materiais, à energia, às emissões, ao gasto de solos e à biodiversidade” (ABRAMOVAY, 2012, p.126).

Segundo Bruntland (1987, p.46), “satisfazer as necessidades e as aspirações humanas é o principal objetivo do desenvolvimento e para que haja sustentabilidade é preciso que todas as pessoas tenham atendidas as suas necessidades básicas e lhes sejam proporcionadas oportunidades de concretizar suas aspirações a uma vida melhor.”

Lee afirma (2009) os custos de não fazer nada podem ser altos. Especificamente as empresas que não implementam medidas de sustentabilidade têm custos mais altos com a deposição de resíduos, com os gastos de energia e de combustível, e com outros produtos necessários ao seu funcionamento (por exemplo, embalagens, substâncias químicas, água). A autora aponta que ser sustentável também significa reduzir riscos, protegendo o valor da

marca e gerenciando preocupações dos investidores. E, provavelmente, a dívida potencial de uma empresa sustentável é menor do que a de uma não sustentável.

Nas últimas décadas, diversas discussões têm sido levantadas sobre a sustentabilidade na moda, segundo Fletcher e Grose (2011, p. 8):

A sustentabilidade talvez seja a maior crítica que o setor da moda já enfrentou, pois desafia a moda em seus detalhes (fibras e processos) e também com relação ao todo (modelos econômicos, metas, regras, sistemas de crenças e valores). Assim, tem potencial para transformar o setor pela raiz, influenciando a todos os que nele trabalham e a todos que lidam diariamente com a moda e os produtos têxteis.

Para Lee (2009, p.81) começou uma nova era na fabricação de roupa, com foco no impacto que nossas roupas provocam no meio ambiente, na saúde humana e no bem-estar animal. Isso é importante porque os operários das fábricas e os vendedores podem ser expostos a terríveis produtos químicos. Para o bem de todos, as roupas precisam vir limpas.

Embora o atual sistema da moda, como indutor de consumo, esteja ligado à degradação dos recursos naturais devido à produção de vestuário e artigos têxteis, não se pode apontar o impacto das produções industriais como único vilão da história, é preciso estender a visão aos padrões de consumo e estilos de vida que demandam tal produção (FLETCHER E GROSE, 2011).

A moda sustentável, diferente do modelo tradicional, possui um ciclo de vida mais longo por não estar sujeita a tendências ditadas e à obsolescência planejada, essa moda é feita para durar, e mesmo na fase de descarte, evita-se o desperdício com processos de reuso e reciclagem (GWILT, 2014).

De Carli (2010) elenca ações no âmbito da produção e do consumo para caracterizar a fase que ela denomina de “moda ética”, como por exemplo, ações de responsabilidade ecológica, preservação da biodiversidade, reciclagem e reutilização de materiais. Na vertente do consumo ressalta a conscientização em consumir menos, porém melhor, a valorização de produtos duráveis, o descarte dos supérfluos, o resgate das tradições, inclusão social e valorização de produtos duráveis entre outros valores.

A grande problemática da moda nas últimas décadas é a geração exorbitante de resíduos no meio ambiente. Muitos empresários não sabem como lidar com essa questão, pois é necessário diferentes estratégias para solucionar tal problema que só aumenta com o passar do tempo. A alternativa mais comum encontrada quando muito o fazem é destinar as sobras de tecidos para ONGs ou Cooperativas que trabalham com artesanato tradicional desenvolvendo

produtos simples e pouco atrativos como tapetes, flores de fuxico, artigos para o lar etc. Neste caso considera-se a presença de um designer para trabalhar esses materiais de uma forma diferenciada, que pode agregar valor aos produtos, tornando-os desejáveis aos olhos do consumidor final.

Diante desses fatos muitas empresas vêm repensando seu sistema de negócio e suas relações com os impactos ambientais. Para esse desenvolvimento sustentável é necessário um ciclo positivo contínuo, que preserva e aprimora o capital natural, otimizando a produção de recursos e minimizando riscos, por meio da administração de estoques finitos e fluxos renováveis, em qualquer escala industrial (STAHEL, 2010).

Dada preocupação com o meio ambiente, a fim de entender o processo de reuso de tecidos como alternativa sustentável para a moda, é que tomo como objeto de estudo a empresa Banco de Tecido da cidade de São Paulo, que atua nessa cadeia oferecendo uma alternativa para cuidar dos resíduos têxteis. Assim, quem produz tem a possibilidade de encontrar saídas para consumir de forma mais consciente.

Tenho interesse pelo assunto sustentabilidade porque sempre me preocupei com o meio ambiente, e acho pertinente a discussão deste tema. Em 2017, como aluna do curso de Design-moda assisti a uma palestra realizada pelo evento Maquintex em sua 4^o edição, ministrada pela Fernanda Simon - Diretora Executiva do Instituto *Fashion Revolution* – onde ela citou algumas empresas no ramo da moda que trabalham de forma a não prejudicar o meio ambiente, em termos de redução de geração de lixo, então resolvi pesquisar um pouco mais sobre as empresas brasileiras que abraçaram a causa, e durante essas pesquisas surgiram alguns questionamentos tais como qual é a relação entre a moda e a sustentabilidade? Ou ainda, como a moda sustentável está agregando valor aos seus produtos por meio do reuso de tecidos?

Então conheci o Banco de Tecido, o que me despertou o interesse em seu modelo de negócio, pois ele divulga em suas mídias que reduz o volume de sobras de tecidos que vão parar em aterros sanitários, dando um destino correto e ainda gerando renda para diversas pessoas. Diante de tal divulgação nos meios sociais, resolvi fazer um estudo de caso com essa empresa, para entender mais acerca da viabilidade deste tipo de negócio e potencialidade de reprodução deste modelo. Dessa forma, os resultados esperados são a compreensão da importância da sustentabilidade e os métodos de funcionamento do Banco de Tecido.

O objetivo geral é identificar a relação entre a moda e a sustentabilidade, através da

utilização do Banco de Tecido. Os objetivos específicos são entender a sua relação com parceiros que produzem moda, e verificar as ações que são desenvolvidas por esses parceiros, na reutilização de retalhos que agregam valor neste modelo de negócio para os produtos de moda.

É relevante entender novos mercados e maneiras de produzir a moda sem impactar o meio ambiente. A ampliação dos estudos científicos sobre a sustentabilidade mostrará que é possível que empresas do setor têxtil se relacionem com as práticas sustentáveis ambientais, sociais e econômicas. Além disso, entender uma empresa que viabiliza uma moda sustentável a torna uma alternativa para o consumo consciente e possibilita a reflexão e criação de novas ideias de sistemas sustentáveis.

Considera-se que este trabalho contribuirá para novos caminhos relativos à sustentabilidade na moda, e, assim, tem uma relevância positiva para a aprendizagem e o desenvolvimento acadêmico e profissional da pesquisadora. Os dados levantados podem facilitar a implantação futura de projetos inovadores e sustentáveis que possam reaproveitar os resíduos limpos da indústria têxtil, e contribuir para reduzir impactos ambientais, agregar mais valor aos produtos, e despertar a sociedade para um consumo realmente sustentável.

O trabalho é estruturado em cinco capítulos. A introdução, esta apresenta o trabalho de forma breve.

No capítulo 2 é apresentado o referencial teórico que aborda a cadeia produtiva da moda; são elencados assuntos desde a produção da matéria prima que é o algodão, o processo de fiação e tecelagem, as confecções de roupas até o consumidor final e o modo como ele descarta esses produtos. É apresentado o relatório que a ONU lançou em 2005 "Vivendo além dos nossos meios", com os resultados de um estudo chamado "Avaliação Ecológica do Milênio", o qual aponta que a capacidade dos ecossistemas do planeta de sustentar as gerações futuras já não é mais uma certeza devido às atividades humanas que degradam o meio ambiente. O conceito de desenvolvimento sustentável está no cumprimento da satisfação das necessidades básicas dos seres vivos, participação da população envolvida, preservação dos recursos naturais e do meio ambiente.

Neste capítulo, também são apresentadas propostas e soluções para o descarte dos tecidos, sendo essa o reuso dos mesmos. Alguns movimentos internacionais entre eles o Zero Waste International Alliance que foi criado para promover alternativas positivas ao aterramento e incineração de matérias-primas recicláveis e reutilizáveis. E o Instituto Lixo

Zero que é localizado no Brasil, ele visa reduzir o lixo e direciona a população para um caminho mais sustentável por meio da informação. Para o embasamento teórico desses assuntos as bibliografias mais recorrentes foram dos autores Fletcher e Grose (2011), Lee (2009) e Veiga (2010), que abordam a sustentabilidade como um todo, principalmente no mundo da moda que há décadas transformou-se em um ciclo vicioso de produção e consumo que causa sérios danos ao meio ambiente.

No capítulo 3 é apresentada a metodologia da pesquisa, que consiste num estudo de caso, com abordagem qualitativa, utilizando como instrumento a entrevista com a proprietária da empresa e uma colaboradora; e documental com análise dos documentos postados no site do Banco de Tecido de São Paulo e de algumas empresas parceiras, dentre elas a *Insecta Shoes*, Karmen, Re-Roupa e a Donna Pambila como fonte de informação complementar da pesquisa. A seleção ocorreu pela inovação estruturada dos negócios e pelo valor sustentável oferecido aos seus parceiros.

No capítulo 4 são apresentados os resultados da pesquisa e, finalmente, o último capítulo que apresenta a conclusão do trabalho entendendo que a empresa Banco de Tecido tem um papel importante na cadeia produtiva da moda sustentável, pois ela viabiliza a comercialização de tecidos de reuso de forma simples e acessível para qualquer pessoa física ou jurídica que tenha interesse em utilizar tecidos exclusivos e com história, além de reduzir o volume de resíduos têxteis em lixões, despertando o interesse da sociedade para a moda consciente.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A cadeia produtiva da moda

A cadeia produtiva da moda é um sistema que apresenta elementos próprios e abrange os seguintes estágios: produção e extração da matéria-prima; fiação; tecelagem; beneficiamento/acabamento; confecção; distribuição; mercado (LUPATINI, 2004). Entretanto, há uma série de operações (mecânico-têxtil), segmentos de serviços (editoras especializadas, feiras e semanas de moda, agências de publicidade e comunicação, empresas focadas em pesquisa de tendências e consumo, estúdios de design e criação de moda), além de funções corporativas, como marketing e finanças, que atuam transversalmente à cadeia de suprimentos (SAVILOLO, 2000).

A produção da matéria-prima é a primeira fase da cadeia produtiva como um todo, e diz respeito às fibras e filamentos que serão preparados para a etapa da fiação. As fibras podem ser de quatro tipos principais: animais, vegetais, sintéticas e artificiais. As fibras animais compreendem a pecuária, como lã e seda, e são consideradas fibras naturais, assim como as vegetais, que compreendem a produção agrícola, como o algodão e linho. Por fim, as fibras artificiais são fibras naturais que passam por um processo químico, como viscose e tencel, e as fibras sintéticas são geradas artificialmente, como poliéster, acrílico e nylon (FLETCHER e GROSE, 2011).

Durante a segunda metade do século XX, dois tecidos dominaram o mercado e tiveram grande importância no mundo da moda: o algodão - ao qual deu origem ao jeans e às camisetas - e o poliéster, que deu origem às roupas de fácil cuidado. Como explica Lee (2009, p.58), hoje, podemos ver que esses dois tecidos, em sua forma atual, estão impedindo a criação de uma indústria sustentável de roupas. O algodão convencional é uma das plantações mais sujas do mundo, e o poliéster, derivado do combustível fóssil, ajudou a criar a moda barata e descartável. Conforme se inicia um novo capítulo em sua história, a pressa é para definir seus papéis como parte da solução, e não do problema.

Na Revolução Industrial, um grau para medir o desenvolvimento humano era o domínio da tecnologia que permite a produção de mercadorias em larga escala e a contínua que resulta na acumulação de capital (CALDAS, 2004). Desde esta época, o que sempre foi buscado na área do design de produtos é a agilidade de produção com a intenção de aumentá-la para ter maiores lucros. Para isso, diversas empresas optam pelo desenvolvimento de

produtos de baixa qualidade, para alcançarem seus objetivos. Mas atitudes com estas não levam em consideração o meio ambiente, pois na medida em que o volume dessa produção cresce os descartes desses produtos também aumentam o que acarreta em danos graves ao meio ambiente.

O *fast fashion*, é caracterizado pela agilidade de produção a preços muito baixos e novidades constantes e pode ser considerado um fenômeno mercadológico da moda atual. A famosa “moda rápida” veio para atender os anseios do consumidor, num mundo globalizado em que a informação é absorvida em tempo recorde, ela acompanha os desejos de consumo juntamente com a velocidade com que as tendências aparecem (CIETTA. 2011).

Como demonstrada na Figura 1, essa produtividade exacerbada e sem preocupação ambiental gera muitos descartes, que acabam sendo responsável por alguns lixões que não precisariam existir.

Figura 1 - Montanhas de tecidos descartados no aterro sanitário



Fonte: <http://bancodetecido.com.br/sobre>

A esse respeito o Banco de Tecido (2016) considera que as muitas toneladas de tecidos descartadas, ao redor de todo o mundo, são frutos de erros da produção e o seu descarte inapropriado pode contaminar o meio ambiente. Os números desta tragédia ambiental trazem comprometimento ambiental desmedido:

Quase sempre 10% de toda produção têxtil vira descarte. Essa sobra fica armazenada por anos em estoques ou vai parar no aterro sanitário. O panorama do reaproveitamento e reciclagem de resíduo têxtil é restrito, por conta de uma série de dificuldades em realizar este processo. Sendo assim, o descarte ainda é a preferência de muitos para lidar com as sobras. Porém uma grande parte do que é descartado poderia ter uma sobrevida (BANCO DE TECIDO, 2016).

O Segmento da moda envolve uma série de processos e atividades que buscam transformar o produto em necessidades e os desejos de consumo em realidade, no entanto, os processos de tingimento e beneficiamento, os processos de transformação, a logística de distribuição, as embalagens, os pontos de vendas, o consumo e o descarte final, em cada uma destas etapas acabam gerando resíduos sólidos dos mais diversos tipos e nas mais variadas quantidades (PEZZOLO, 2007). O volume de resíduos sólidos gerados ao longo dessa cadeia produtiva acaba comprometendo a qualidade de vida e gerando impactos ambientais que precisam ser trabalhados e reaproveitados. Dentre estes resíduos estão propriamente os artigos têxteis, nesta pesquisa, considera-se nomeadamente as sobras de tecidos geradas na produção do vestuário.

No Brasil diversas iniciativas têm dado destino a muitos desses materiais que são descartados, seja através de cooperativas, de marcas que tem uma proposta de moda ecológica (moda de baixo impacto ambiental) ou por novos designers que estão desenvolvendo técnicas de reaproveitamento de sobras para desenvolver novas peças com valor agregado e maior qualidade. O *upcycling* é uma das técnicas bastante utilizadas nesses processos de reaproveitamento, seu objetivo é evitar desperdício de materiais potencialmente úteis, fazendo uso dos já existentes. Isso reduz o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos.

2.2 A questão sustentável: uma consciência coletiva

Até o final dos anos 1970, o termo “sustentável” era utilizado como um jargão técnico de comunidades científicas para explicar a habilidade de um ecossistema de não perder sua capacidade de resiliência, ou seja, a capacidade de auto adaptação, mesmo exposto a repetidas e frequentes agressões humanas. Hoje, entretanto, a noção de sustentabilidade remete à ideia de continuidade e perenidade em relação ao futuro (VEIGA, 2010).

No ano de 2005, a ONU lançou o relatório “Vivendo além dos nossos meios”, com os resultados de um estudo chamado “Avaliação Ecossistêmica do Milênio”. Desenvolvido por 1.350 especialistas de 95 países, a avaliação é um verdadeiro diagnóstico sobre a situação dos ecossistemas e a relação com o desenvolvimento humano. O relatório concluiu que: “O cerne desta avaliação constitui um aviso simples, mas primordial: as atividades humanas estão exaurindo as funções naturais da Terra de tal modo que a capacidade dos ecossistemas do planeta de sustentar as gerações futuras já não é mais uma certeza” (ONU, 2005, p. 3).

Foi a consciência coletiva sobre o possível encurtamento da presença da própria espécie humana no planeta que ajudou na formulação da expressão “desenvolvimento sustentável”, a qual refere ao ideal de que a expansão humana deve ser compatível com a conservação dos ecossistemas que constituem sua base material (VEIGA, 2010 p.39). Ou seja, a grande questão não é só a salvação e preservação do planeta ou da biosfera, mas o encurtamento do “prazo de validade” da espécie humana.

Se por desenvolvimento se entende o processo de expansão das liberdades humanas, então sustentabilidade deveria assumir o posto de prioridade mais alta da sociedade. A procura pelo bem-estar, pelo equilíbrio da democracia e da paz, precisa estar em harmonia com a necessidade de conservação das bases materiais, ou seja, a conservação de ecossistemas. O grande motivo de séria preocupação é a falha metabólica entre sociedades humanas e natureza (VEIGA, 2010).

No entanto, a definição de desenvolvimento sustentável como sendo a exploração equilibrada dos recursos naturais, buscando a satisfação das necessidades do bem-estar da presente geração, sem comprometer as gerações futuras, recebe críticas por expressar a preocupação com a preservação apenas, com as futuras gerações de humanos, sem considerar as futuras gerações das demais espécies de animais e plantas que habitam o planeta Terra (SCHULTE, 2011).

A sustentabilidade como novo critério básico e integrador precisa incitar permanentemente a responsabilidade ética, na medida em que o destaque nos aspectos extra econômicos serve para repensar os aspectos relacionados com a igualdade, a justiça social e a própria ética dos seres vivos (JACOBI, 2003). A noção de sustentabilidade implica, portanto, uma inter-relação necessária de justiça social, qualidade de vida, equilíbrio ambiental e a ruptura com o atual padrão de desenvolvimento (JACOBI, 1997).

Na visão de Sachs (2002) o desenvolvimento sustentável é o cumprimento da satisfação das necessidades básicas; participação da população envolvida; preservação dos recursos naturais e do meio ambiente; elaboração de um sistema social que garanta emprego, segurança social e respeito a outras culturas; e, programas de educação. Portanto, o desenvolvimento sustentável insere-se em um novo paradigma científico que procura a melhoria das condições de vida das sociedades atuais e futuras.

Conforme explica Trigueiro (2012), apenas ser fiel a legislação ambiental não é suficiente para ser sustentável, pois ser eficiente e reduzir o seu impacto ambiental nos meios

de produção, reduz os malefícios causados a natureza, mas não resolve a questão da sustentabilidade. As empresas que adquirem os selos e as certificações mostram o seu compromisso, mas só isso na maioria das vezes não é o suficiente. Para que a mudança ocorra de fato são necessárias a internalização dos novos valores pela sociedade e a conscientização das novas gerações que virão. Busca-se não apenas despertar essa consciência coletiva, mas também um novo modelo de economia, que assegure simultaneamente a produção de riqueza sendo a geração de emprego e renda.

Colaboração e o uso adequado de recursos estão se tornando cada vez mais relevantes em uma indústria marcada por alta competitividade e ciclos de vida de produtos cada vez mais curtos. De fato, poucas indústrias recebem tanta atenção pública quanto a indústria da moda. Como consequência, as empresas devem procurar formas de incorporar questões ambientais nas suas práticas de gestão da cadeia de suprimentos. Preocupações da cadeia produtiva se fundiram com preocupações sustentáveis e formaram o conceito de *Green Supply Chain Management* (GSCM), que surgiu como uma estratégia crítica para que as empresas aumentassem a sua performance e se tornassem mais competitivas (CANIATO, 2012).

Segundo Shimamura e Sanches (2012) “o sistema *fast fashion* não é bem-visto pelo mercado criador de moda. As empresas da moda rápida são criticadas pelos seus processos criativos, que resultam em roupas similares aos modelos criados pelas equipes de estilo de marcas renomadas.” Muitos magazines vêm trabalhando dessa forma. Como exemplo disso estão a Zara e a H&M que influenciam os magazines brasileiros, tais como as lojas Renner, C&A, Riachuelo e Marisa. Para que estas empresas alcancem seus objetivos, os *designers* das mesmas têm que desenvolver coleções nas quais prevaleçam os produtos de maior sucesso para alcançarem o seu objetivo maior, a eficácia de vendas contínuas (CIETTA, 2010).

Na contramão do *fast-fashion* que é a moda rápida está o *Slow-fashion*, um movimento sustentável, uma alternativa à produção em massa que vem do termo *Slow design* criado pelo autor Fuad-Luke (2010). O *Slow design* valoriza cada processo da criação de um produto, desde a extração da matéria prima à hora de vendê-lo ao consumidor final, ele mostra como cada passo foi dado para que o produto seja concebido, através de um processo reflexivo, evitando o desperdício de matéria prima e minimizando ao máximo o seu impacto na natureza.

O termo *upcycling* foi usado por McDonough e Braungart em seu livro, *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*, de 2002. Eles afirmam que o objetivo deste

movimento é evitar o descarte de materiais úteis. Reduzindo o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos, o que pode resultar em redução do consumo de energia, poluição do ar e da água e até, das emissões de gases de efeito estufa. Para eles o *upcycling*, tem sido uma das alternativas mais interessantes para as empresas que se preocupam com os conceitos de sustentabilidade em seu cotidiano.

Segundo Braungart & McDonough (2002), a proposta do *upcycling* é que o produto volte para o ciclo industrial conservando suas qualidades técnicas, o que o torna valioso. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental (QUARTIM, 2012).

Nos últimos anos têm crescido o número de empresas adeptas das práticas de *eco friendly* que significa ser amigável ao meio ambiente referindo-se à produtos, serviços, diretrizes políticas e atitudes que têm o objetivo de causar o menor dano possível à natureza, mas também de tornar o negócio mais (eco)eficiente e lucrativo. Na realidade, a sustentabilidade não deve ser vista como algo que gera mais custos, mas sim como uma estratégia para agregar valor e rendimentos ao negócio. No entanto, não é apenas sobre ser favorável ao meio ambiente: trata-se de um bom negócio e lucros mais elevados (SRIVASTAVA, 2007).

2.3 Aproveitamento das sobras: Uma alternativa sustentável

O produto do vestuário de moda exerce forte influência sobre as pessoas. Assim, propor produtos desenvolvidos com um apelo ecológico é um meio de estimular e consolidar o desenvolvimento sustentável e o consumo consciente.

Conforme Petreca et ali (2008) a elevada quantidade de resíduos sólidos gerados no Brasil é incompatível com a política e os investimentos públicos para o setor, o que faz necessária à busca por alternativas capazes de minimizar essa realidade, em que a capacitação técnica e a conscientização da sociedade são fatores determinantes. Ainda conforme estas autoras a maioria dos têxteis podem ser reciclados mecanicamente ou quimicamente - retornando ao circuito de produção. Apenas 6% dos têxteis usados não podem de nenhuma forma ser recuperados.

Nesse sentido a implementação de ações desenvolvidas por instituições sem fins lucrativos, Organizações Não Governamentais (ONGs), e, também, Cooperativas, e ou até por empresa que busque dar vida nova aos materiais, agregando valor artesanal ao produto

confeccionado têm muita importância quando se pensa no valor que sustentabilidade tem.

Entre aqueles que têm preocupação ambiental com os resíduos sólidos gerados pela produção do vestuário temos a *Zero Waste International Alliance*. É um movimento de nível internacional com a iniciativa de promover alternativas positivas ao aterro e à incineração de matérias-primas, afim de prolongar a vida útil desses materiais, além de promover a conscientização da comunidade a respeito dos benefícios sociais e econômicos obtidos quando as sobras são consideradas como uma base de recursos sobre os quais podem ser construídas novas oportunidades de negócios e fontes de renda (ZWIA, 2016).

Além do *Zero Waste International Alliance*, outro movimento que também vem ganhando peso é o *eco friendly*, o termo em inglês significa amigável ao meio ambiente. Ele é muito amplo e pode ser usado em referência às atitudes ecologicamente corretas e, literalmente, mais amigáveis. Elas podem ser adotadas por empresas, instituições ou pessoas. Referem-se aos bens, serviços, leis, diretrizes políticas e atitude pessoais que tenham o objetivo de causar o menor dano possível à natureza.

Com o desenvolvimento do setor logístico e da responsabilidade ambiental, considera-se importante gerenciar o retorno dos produtos e embalagens às empresas, nascendo o conceito de logística reversa – LR (GONÇALVES; MARINS, 2006). Este conceito pode ser bastante desenvolvido nas empresas, pois ele apresenta-se como uma alternativa economicamente viável, visto que há uma possibilidade de os produtos retornarem ao mercado consumidor com custo inferior de produção e ambientalmente responsável, logo evitaria o destino desses materiais ao lixo.

No Brasil, o Instituto Lixo Zero, representado na Figura 2, tem a missão de mobilizar, articular e provocar novas atitudes em todos os segmentos da sociedade, disseminando novas práticas, desenvolvendo novas tecnologias, visando reduzir o lixo e direcionando a população para um caminho mais sustentável por meio da informação.

Figura 2 - Site do Instituto Lixo Zero



Fonte: <http://ilzb.org/>

Fletcher e Grose (2011, p.63) consideram que tem acontecido um problema decorrente em muitos países ocidentais “o descarte - no cesto do lixo e depois no aterro sanitário - é o destino final de muitas roupas.” Conforme as autoras, quase três quartos dos produtos têxteis “(vestimentas, mobília, roupa de cama, mesa e banho, carpetes, etc.)”, na Inglaterra, são descartados, indo para os lixo. Para elas, infelizmente, a "energia incorporada", que pode ser entendido como os recursos usados na fabricação de roupas e ou de qualquer outro produto, quase nunca são inteiramente aproveitados até que se desgaste completamente na natureza. As autoras reiteram que a problemática ainda é muito maior:

[...] Os materiais, a energia e a mão de obra que compõem uma peça de indumentária têm o potencial de satisfazer nossas necessidades criativas e operacionais várias vezes - e, em alguns casos, um número infinito de vezes. Com efeito, o que se descarta no aterro sanitário não são apenas roupas: oportunidades de design e de negócio também terminam enterradas em um buraco no chão (FLETCHER E GROSE, 2011, p.63).

De acordo com Ribeiro e Morelli (2009), os resíduos são sobras provenientes de processos produtivos, e que são considerados como inúteis, indesejáveis ou descartáveis. Ocorrem em volumes e composições que variam conforme seu segmento de atuação e nível produtivo. Podem se apresentar sob estado sólido, semissólido ou semi-líquido.

No setor têxtil, as confecções geram desperdícios, principalmente de tecido, que é transformado em aparas, retalhos e peças rejeitadas. Os resíduos são gerados devido ao mau planejamento de criação, modelagem, corte e encaixe, qualidade ou falta de padronização das matérias-primas, mão-de-obra desqualificada, máquinas inapropriadas, entre outros fatores.

Nesse caso, o reuso evita a destinação de resíduos têxteis a lixões e aterros sanitários, prolonga a durabilidade dos materiais, tardando a necessidade de se fabricar novas matérias-primas e de se utilizar mais recursos. Lee (2009, p. 45) reforça que:

As roupas que recebem uma segunda vida poluem menos – elas poupam energia, diminuem a pressão sobre recursos virgens e reduzem a necessidade de espaço para lixão. Se as pessoas na Inglaterra comprassem uma peça de lã reutilizada por ano, economizaríamos cerca de 1.686 litros de água e 480 toneladas de matérias corantes químicas.

Por este motivo, o design sustentável expande o seu campo de atuação e envolve também os ciclos de vida, para o design de modo ecoeficiente, visando a inovação ele abrange tanto produtos quanto serviços promovendo iniciativas de intensa criatividade e envolvimento social, “[...] capazes de satisfazer necessidades e desejos específicos de pessoas, por meio de uma rede inovadora de interações de autores, articulada de forma ecoeficiente e socialmente justa e coesa” (VEZZOLI, 2010, p.14).

No Brasil há diversas iniciativas de negócios sustentáveis, dentre elas as marcas de moda Oriba, Comas, *Insecta Shoes*, Ecosimples (tecidos ambientais) e a Mescla. Essas empresas fortalecem o conceito de economia circular, pois muitas delas promovem o reuso parcial ou total de materiais alternativos em seus produtos, bem como fibras de banana, PETs, plásticos, borrachas trituradas e partes de roupas que sobram em confecções. Além de materiais desenvolvidos de forma ecologicamente correta como o algodão orgânico (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2017).

Outra iniciativa no campo da sustentabilidade no país é a semana de moda sustentável, a Brasil Eco *Fashion Week*. A primeira edição aconteceu em São Paulo no período de 21 a 24 de novembro de 2017, possibilitando que a moda brasileira possa ter maior engajamento com iniciativas de impacto positivo no meio ambiente. O evento contou com mais de dois mil visitantes de diversos estados. Ao todo desfilaram 13 marcas, com um conceito de estilo ecológico, além disso, o evento proporcionou outras experiências, incluindo palestras, *workshops* e *talks* que contaram com a presença de diversos profissionais como Flávia

Aranha, João Braga e Francisca Vieira (BEFW, 2017).¹

¹ **Flávia Aranha** - fundadora da marca de *Slow-fashion* que leva seu nome, trabalha com tingimentos e tecidos naturais.
João Braga – professor, historiador e membro da Academia Brasileira de Moda.
Francisca Vieira – estilista e líder do grupo Natural *Cotton Color Ecobrand*s.

3 METODOLOGIA

A metodologia consiste na escolha de um passo a passo adequado para o estudo de caso, para a aplicação de uma pesquisa e a apuração de resultados. De acordo com Boccato (2006, p. 266):

A pesquisa bibliográfica busca a resolução de um problema ou hipótese por meio de referenciais teóricos publicados, analisando e discutindo as várias contribuições científicas. Esse tipo de pesquisa trará subsídios para o conhecimento sobre o que foi pesquisado, como e sob que enfoque e/ou perspectivas foi tratado o assunto apresentado na literatura científica. Para tanto, é de suma importância que o pesquisador realize um planejamento sistemático do processo de pesquisa, compreendendo desde a definição temática, passando pela construção lógica do trabalho até a decisão da sua forma de comunicação e divulgação. (BOCCATO, 2006, p. 266)

Considerando as definições de Vergara (2004), a presente pesquisa pode ser classificada, quanto aos seus objetivos, como exploratória, vez que se propõe a explorar um assunto que pouco existe no campo científico. Quanto a sua abordagem será qualitativa porque será feita uma análise sobre a reutilização de sobras de tecidos, tendo a empresa “Banco de Tecido” como modelo nessa prática de empreendimento sustentável para dar suporte ao entendimento da prática utilizada nas demais empresas no Brasil.

A pesquisa é por sua natureza básica, pois ela refere-se ao estudo destinado a aumentar as bases de conhecimento científico. Quanto aos procedimentos de coleta de dados, será aplicado um questionário com perguntas fechadas, aos empresários, pesquisa na internet sobre essas empresas que reutilizam sobras de tecidos como prática de negócio sustentável e são parceiros do Banco de tecidos São Paulo e pesquisa bibliográfica sobre reutilização e sustentabilidade. Na oportunidade será pesquisado também junto aos clientes, como acontece essa reutilização e qual a vantagem desse tipo de negócio.

Para a coleta de dados foi feita uma consulta documental através do site de ambas as empresas, Banco de Tecido, empresas parceiras e Donna Pambila marca autoral cliente do Banco, posteriormente foi feita a pesquisa qualitativa com uso da entrevista semiestruturada. Os meios utilizados para a pesquisa foram as redes sociais e *whatsapp*, visto que o deslocamento para São Paulo é inviável financeiramente. A entrevista foi realizada via *whatsapp* com a empresária Lu Bueno, fundadora do Banco de Tecido e via *e-mail* com a Pâmela Medeiros proprietária da marca Donna Pambila.

3.1 Categorias Analíticas

Analisaremos a sustentabilidade proposta no modelo de reutilização de sobras de tecidos, comercializada pelo Banco de Tecido e algumas marcas que são suas parceiras, entre elas a *Insecta Shoes*, Karmen, Re-Roupa e Donna Pambila. A fim de compreendermos qual a importância da reutilização de sobras de tecidos, pois, além de evitar o descarte na natureza essa ação tende a proporcionar um ganho econômico para os adeptos desse movimento. E por último o modelo de empreendimento sustentável, tanto o Banco de Tecido que fornece retalhos, bem como para as marcas autorais que compram esses retalhos para serem transformados em produtos com maior valor agregado.

3.2 Procedimentos de coleta de dados

Foram feitos contatos a empresa Banco de Tecidos e as demais que fazem parte deste estudo: *Insecta Shoes*, Karmen, Re-Roupa e Donna Pambila. No entanto, apenas a proprietária do Banco de Tecido e a proprietária da Donna Pambila responderam ao e-mail enviado, e se colocaram disponíveis para fazermos as entrevistas via rede social. As demais empresas, não se mostraram disponíveis, e, somente a *insecta Shoes* enviou um arquivo com respostas ‘padronizadas’ a maioria das perguntas feita à eles. Assim, os dados coletados sobre as demais empresas foram coletados em suas mídias sociais.

A entrevista foi feita com duas empresárias, e foram realizadas através das redes sociais. A primeira foi com a Lu Bueno proprietária da empresa Banco de Tecido e Pâmela Medeiros proprietária da marca infantil Donna Pambila; essa marca é cliente do Banco, e por tudo que divulga demonstra que preza pela sustentabilidade e o conceito artesanal. O questionário foi aplicado no dia 14 de dezembro de 2017 e tem por finalidade entender melhor como se dá a relação do Banco de Tecido e da empresa que faz uso do material de reaproveitamento na construção de um conceito sustentável, e se há impacto positivo dessa cadeia no meio ambiente visto que a ideia principal do projeto é evitar o descarte desses tecidos.

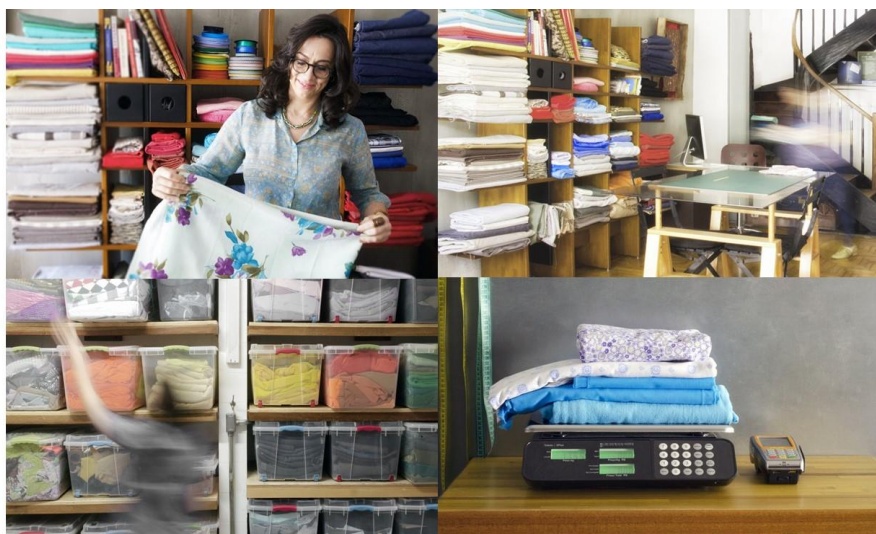
E as demais análises foram feitas através de sites e blogs de outras marcas que também são clientes e parceiras do Banco de Tecido.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 A empresa Banco de Tecido: história e entendendo o funcionamento

A empresa nasceu em 2015, fundada pela cenógrafa e figurinista Lu Bueno que resolveu montar o Banco de Tecido quando se deparou com aproximadamente 800 quilos de tecidos que acumulou ao longo de duas décadas de trabalhos em cinema, teatro e televisão. O Banco de Tecido foi desenvolvido a partir de uma necessidade de dá um destino mais adequado a essas sobras. Conforme a Lu Buenos em 2015, quando foi aberta a loja física havia apenas 3 associados, mas diante de uma causa nobre que visa reduzir o descarte têxtil no meio ambiente, tornando-se uma potencial solução para reaproveitar o que estava parado, diversas empresas e pessoas em geral passaram a depositar seus tecidos no Banco, formando hoje uma rede de 1000 correntistas. A Figura 3 demonstra uma das áreas da empresa.

Figura 3 - Área interna e estoque da empresa Banco de Tecido



Fonte: <http://bancodetecido.com.br/sobre>

O Banco funciona como uma loja, mas também é um local de encontros, onde as pessoas se reúnem para tomar um café e falar de tecidos e suas aplicações, lá as pessoas podem depositar seus tecidos e sobras de criações para ganhar nova vida em novos projetos.

A ideia é que essa ação propicie o desenvolvimento de uma cadeia de produção mais sustentável. Recolocar no mercado os tecidos que estavam sem uso em prateleiras ou estoques, e dar vida nova aos tecidos que ficam esquecidos no fundo das gavetas são propósitos do empreendimento. Ao ser liberado espaços, usa-se melhor o que já existe no mundo, e, com o aumento da vida útil do tecido, diminui-se o consumo dos recursos naturais do planeta, além de oferecer uma possível solução criativa para quem está buscando se adequar à Política Nacional Brasileira de Resíduos Sólidos

(BANCO DE TECIDOS, 2016).

Atualmente a empresa possui em seu estoque toneladas de cortes, sobras de rolos e retalhos de tecido de reuso, são diversos tipos, dentre eles algodão, sintéticos, popelines, flanelas, feltros, napa e couro. O sistema é abastecido através dos correntistas que são pessoas física e ou jurídica que ajudam os tecidos a circularem, eles depositam seus tecidos que estavam sem uso, assim contribuem com uma parte para o sistema e têm direito de retirar seus créditos quando desejar. Todos esses tecidos têm uma história e são publicadas as informações dos depósitos para a garantia da origem do estoque (BANCO DE TECIDO, 2016).

O trabalho desenvolvido pelo Banco é relativamente simples:

[...] fechar o ciclo entre quem precisa de pequenas metragens de tecidos e quem tem esses cortes sobrando e não vai mais utilizá-los. Basta ir até a loja e depositar o tecido disponível para virar correntista. Quem deposita 100 quilos, por exemplo, deixa 30 como comissão e fica com 70 de crédito. Todo tecido é computado por peso. Caso não tenha nenhuma sobra para deixar lá é só passar e escolher aquele retalho que faltava para sua peça especial. Não é preciso ser correntista para fazer compras. É possível adquirir tecido, por peso, a um preço justo (CSORDAS, 2018):

Quando os retalhos chegam ao Banco é feita apenas uma triagem; as pessoas chegam com o tecido, e a análise é realizada, não para avaliar questão estética, mas para ver a qualidade do tecido, verificando se não estar estragado ou mofado. Também, são verificados, as medidas do tecido. Quando perguntado a respeito da metragem para a comercialização dos tecidos, a empresária Lu Bueno respondeu que: o Banco recebe os tecidos planos com metragem acima de 50 cm, já os tecidos de malha a metragem precisa ser a partir 1,50 m.

“É o mínimo que o cliente precisa para poder desenvolver novos produtos, e por último o tecido é alinhado quando ele chega com uma lateral irregular, pois geralmente os clientes reclamam que essa sobra não tem utilidade, então nós fazemos esse corte para ela não entrar no crédito, mas caso o cliente queira levar ele não paga por ela” (LU BUENO).

A empresa funciona realmente como um banco: as pessoas podem depositar tecidos, sacar outros em troca ou comprar quantidades que elas necessitam. Além de oferecer uma solução criativa para quem busca se adequar a Política Nacional de Resíduos Sólidos e tornar a cadeia de produção mais sustentável, o acervo conta com tecidos antigos e indisponíveis, atualmente, no mercado.

O Banco tem três unidades, uma em São Paulo - SP, Porto Alegre - RS e Curitiba - PR, e atende uma média de 6 a 12 clientes por dia, são aproximadamente 700 correntistas.

Segundo Lu Bueno, respondendo à questão sobre a frequência de compras de seus clientes: apenas metade usam os tecidos do Banco do Tecido regularmente e a outra metade utilizam os tecidos com menos frequência. A respeito dos valores de venda dos tecidos ela respondeu:

“[...] vendemos a um preço único e justo. Nosso preço é um pouco abaixo do mercado, por dois motivos, o primeiro por ser estratégico para atrair as pessoas, pois elas ainda desvalorizam os tecidos por ser sobras ou de segunda mão e elas só entendem que é um bom tecido quando chegam aqui, então na psicologia do meu cliente é bom que ele saiba que aqui o tecido é um pouquinho mais barato, apesar de ter o valor agregado da sustentabilidade, mas isso a gente vai trabalhar em outras formas em outros produtos e não no preço. E a questão do preço baixo, também, é para que possamos abranger todos os públicos, principalmente quem tem um poder aquisitivo menor, pois queremos que a elite venha comprar, mas que o popular venha também” (LU BUENO).

Para a empresária a estratégia de manter preços mais baixos, visa muito mais, assegurar maior abrangência de aceitação do produto, seja por empresas já consolidadas, quanto por qualquer pessoa que busca comprar um retalho.

Os tecidos são vendidos através da loja física ou por *whatsapp* com entregas feitas pelos correios para todo o Brasil. No site www.bancodetecido.com.br, há diversas postagens sobre a idealização da empresa e como ela funciona. Na Figura 4 é visto a pagina inicial do site.

Figura 4 - Site do Banco de Tecido



Fonte: <http://bancodetecido.com.br/>

Além desta ferramenta a empresa trabalha com o *blog* bancodetecido.com.br/blog/ que aborda vários assuntos relacionados a sustentabilidade na moda. Todas as informações, sobre como a compra pode ser efetuada são divulgadas também, através de redes sociais como *Facebook* e *Instagram*.

Acerca da entrega do material, a empresária informa que os tecidos são pesados

e separados de acordo com a escolha do cliente, eles são vendidos no peso, a partir de 1 Kg o valor de venda equivale a R\$ 50,00 independentemente do tipo e da origem do tecido. Quando perguntado a Lu Bueno se a utilização de tecido de reuso agrega algum tipo de valor às marcas parceiras, ela afirma que sim.

Agrega o valor de sustentabilidade no sentido de o cliente está usando algo que estaria fora da cadeia de produção, que provavelmente mais cedo ou mais tarde ele irá para o aterro sanitário ou para a incineração, nesse caso o material bom que não necessita de entulhar mais os aterros sanitários ou virar uma queima que muitas vezes é bastante perigosa porque atualmente nós temos 70% de fibras sintéticas nos tecidos, então essa queima é muito perigosa por ser em material plástico. Por isso o valor agregado é de sustentabilidade dentro de uma cadeia circular, de reuso (LU BUENO).

A empresária afirma que o Banco de Tecido nasceu para resolver um problema gerado pela cadeia industrial que é a sobra extremada do tecido: “ele nasceu para tentar ajudar a resolver um desequilíbrio monumental de sobras de tecidos e apesar de pouco tempo de funcionamento, já prolongou o ciclo de vida de mais de 7 toneladas de tecidos”. Ainda a esse respeito ela diz: “na hora que a cadeia conseguir se equilibrar a gente vai entrar num sistema mais de uso e menos de arrumar o desequilíbrio.” Assim, segundo ela, a responsabilidade social e ambiental é de todos, sendo necessárias soluções:

Entendendo a sociedade como um todo, como pessoas e o ambiente na qual ela vive, e isso é um pensamento que tem a ver com uma nova forma de pensar o mundo que é o pós globalização, é a conscientização das empresas em relação a sua responsabilidade pela própria cadeia, elas não podem criar alguma coisa e não pensar no entorno, como a revolução industrial de XIX para XX e durante todo o século XX, então nossa missão é equilibrar esse caminho do século XIX para o século XX (LU BUENO).

Os clientes do Banco são marcas autorais como as já citadas anteriormente e pessoas da comunidade em geral.

4.2 Cases: marcas parceiras

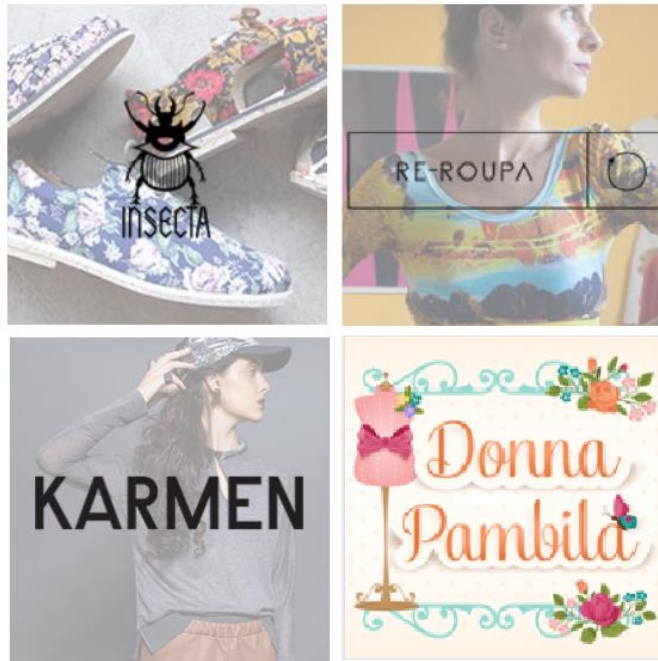
Em sua carteira de clientes e parceiros há diversas marcas locais e nacionais que trabalham dentro do viés da sustentabilidade, são elas; *Insecta Shoes* - marca de sapatos veganos ; Karmen – roupas feitas com processo de *upcycling* para a moda *street*; Re-Roupa – roupas feitas de *upcycling*; Donna Pambila – marca infantil que trabalha o conceito de *Slow fashion*; dentre outras, como apresentado na Figura 5. Sua última parceria foi feita com a marca carioca *Farm* que doa sobras de produção para compor o estoque do Banco, mas não é

uma das parceiras que faz compra de tecidos para utilizar nas suas criações. Em entrevista, Lu Bueno falou um pouco sobre a nova parceira, ela explica que o seu principal modelo de negócio é a troca e a retirada, mas que está sempre atenta e aberta a novas formas de tentar resolver a questão das sobras têxteis.

A Farm não tem interesse em retirar, porque ela trabalha com estampas exclusivas, desenvolvidas pela própria marca, e todo o modelo de estética, design e negócio da Farm é muito baseado no desenvolvimento de estamparia, por isso não faz sentido ela retirar uma estampa que não é originária dela, mas existe um problema que é a sobra de tecidos exclusivos, bem mais até do que muita marca justamente por conta da unidade da estamparia. Então a importância da nossa parceria é que nós conseguimos um modelo de negócio que garante para a Farm uma transparência no destino das sobras de tecido dela (LU BUENO).

Ainda em entrevista, Lu explica que quando esse material entra no sistema do Banco é informado para a *Farm* quem são as pessoas ou empresas que estão utilizando os seus retalhos, através de relatórios que são emitidos mensalmente constando o CNPJ ou CPF que adquiriu esse material, além do compromisso do Banco em vender apenas no varejo, com a metragem máxima de 5 metros de cada estampa para cada CPF ou CNPJ. Então esses modelos de negócio são feitos de maneira customizada para atender as dificuldades de descarte correto de cada marca porque o importante é achar uma solução para o descarte desses tecidos.

Figura 5 - Insecta Shoes, Re-Roupa, Karmen e Donna Pambila



Fonte: <http://bancodetecido.com.br/> e <https://www.facebook.com/donnapambila/>

Os cases a seguir serão mostrados a partir de pesquisas documentais feitas nos sites e no *Instagram* das marcas, a partir destas análises serão apresentadas as principais verificações acerca da utilização do *upcycling* nos processos criativos e produtivo de algumas marcas parceiras e clientes do Banco de Tecido.

O Re-Roupa apresentado na Figura 6, é uma empresa que propõe como metodologia 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 caminhar na contramão do processo acelerado que dita as tendências da moda cuja lógica são produções efêmeras e acredita que é possível estender o ciclo de vida dessas roupas já existentes usando processos criativos inovadores como ferramenta (RE-ROUPA, 2018).

Figura 6 - Coleção feita com a metodologia do Re-Roupa.



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

O Re-roupa promove oficinas de *upcycling* as quais os participantes levam peças de roupas que não utilizam mais, as roupas são desconstruídas e a partir delas são feitas novas peças, o propósito da oficina é de conscientizar as pessoas acerca dos processos de confecção de uma peça, desde o corte, costura e acabamentos até o acesso e uso da matéria prima, pois o que pode parecer simples, na maioria das vezes é banalizado. Partindo desta experiência essas pessoas podem perceber o real valor das peças em que elas utilizam, despertando a consciência de que para cada peça que existe houveram pessoas envolvidas em seus processos de produção. A marca busca através de suas ações fazer com que as pessoas valorizem mais cada produto (NASCIMENTO, 2017). Sobre isso segundo a autora:

Um grande diferencial desta marca, dentro deste novo segmento no Brasil, é que ela 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* (NASCIMENTO, 2017, p.31).

A Insecta Shoes é uma marca de sapatos e acessórios ecológicos e veganos, localizada em Belo Horizonte foi criada em 2014 e desenvolve seus produtos com a preocupação de reduzir o volume de excedente têxtil descartado no lixo, ela tem preferência por utilizar uma matéria-prima que poderia ser descartada, pois a equipe de criação transforma roupas garimpadas em brechós em cabedais para sapatos. Além do uso do *upcycling* no cabedal, a marca constrói seus valores de sustentabilidade aplicando plástico reciclado na couraça, excedente têxtil na palmilha dos calçados e borracha triturada do excedente da indústria

calçadista na sola. Esses materiais implementam um alto valor agregado aos produtos tornando a *Insecta* um modelo de criação de moda sustentável e de alto apelo estético. (RODARTE e PAGNAN, 2017, p. 2).

A marca nasceu no contexto de produção desenfreada que não leva em consideração o impacto social e ambiental. Para a empresa, “A ideia sempre foi construir uma marca que fosse uma alternativa ao “*fast fashion*”, que levasse em consideração a construção dos sapatos em todas as etapas, prezando por processos com menos impactos social e ambiental.” (INSECTA SHOES, 2016).

Figura 7 - Sapatos da Insecta Shoes feitos com tecidos de reuso.



Fonte: <https://www.insectashoes.com/blog/toda-mudanca-vem-pro-bem-entenda-as-diferentes-linhas-de-sapatos-da-insecta/>

Os resultados já apareceram: de lá pra cá foram reaproveitadas 2.100 (aproximadamente 480 kg) peças de roupas e 1.000 garrafas *pet*, dando forma ao sapato que carrega consigo mais do que um “rostinho bonito”: carrega a força das pequenas mudanças, das pequenas ações que transformam (INSECTA SHOES, 2016).

A empresa KARMEN, Figura 8, também é uma marca parceira do Banco de Tecido, está há 3 anos no mercado e sua missão é entregar roupas que dialogam com o que está acontecendo na moda contemporânea atual, feitas a partir de reaproveitamento de tecidos que estavam estocados além de reutilizar tecidos que já foram usados. Em entrevista, Mariana que é a proprietária da marca afirma “entendemos que é urgente uma mudança na maneira de

produzir as nossas peças ou mesmo os tecidos. Os valores da marca estão muito pautados na ética em relação a todos os stakeholders, desde os fornecedores, quem produz até o consumidor final.”

Mariana afirma ainda que a Karmem nasceu justamente dessa vontade de ajudar a resolver a problemática de estoque de tecido parado, são milhares de metros de tecidos que estão estocados nas empresas têxteis e que podem ser utilizados e muitos deles se não forem utilizados acabam apodrecendo. Então a marca surgiu com esse objetivo de tentar escoar e dar vazão para a matéria prima que está parada e que o mercado não quer utilizar.

Seu público tem um estilo bastante jovial, ela faz roupas para os adeptos da cultura pop, inspirada no agora e nas ruas das grandes metrópoles, eufóricos, rápidos e cheios de novas possibilidades. Uma marca de *Slow-fashion* que leva elementos do universo masculino e do R&B e Hip Hop. (KARMEN, 2018)

Figura 8 - Espaço da Karmem no Showroom da Brasil Eco Fashion Week



Fonte: <https://www.instagram.com/p/BbzO3W3H1j6/>

Comandada por Mariana Lombardo, a ideia é manter produção enxuta e coleções

limitadas. Segundo a marca, a proposta é utilizar tecidos de qualidade que o mercado não quer mais. Além do reaproveitamento de tecidos, a empresa Karmen garante também durabilidade e qualidade. O *Slow-fashion* marca o relacionamento com todos os envolvidos na marca – funcionários, clientes, fornecedores e sociedade. No estilo, a marca é *trendy*, mas propõe se manter fiel à essência urbana, de olho na cultura *street* (MODEFICA, 2017).

Quando perguntado sobre a quantidade de material que é utilizado do Banco, Mariana afirma que começou a trabalhar com o material fornecido pelo Banco de Tecido quando a marca surgiu, pois era o local mais acessível no primeiro momento a essa matéria prima que está estocada, atualmente 20% de sua produção é feita com o material do Banco de Tecido, pois ela possui outras parcerias que fornecem metragens maiores o que facilita o seu processo criativo, já que é uma marca de *Slow-fashion*. Ela ressalta que o Banco é uma iniciativa muito bacana pois dá acesso a matéria prima para marcas que são menores, além da forma que são comercializados os tecidos vendido por quilo, com preço fixo, então vai da esperteza de quem for comprar, por que essa forma de comercialização permite que o cliente pague o mesmo valor de um TNT em uma seda que é um dos tecidos mais caros no mercado tradicional.

A marca Donna Pambila, Figura 9 também é uma empresa que como parceira do Banco desenvolve roupas infantis com aproveitamento de tecidos. Tem produção local e se baseia fortemente nos conceitos de *Slow-fashion*. Suas peças são produzidas artesanalmente e as coleções são edições limitadas. Em entrevista, Pamela Medeiros proprietária da marca, afirma que sua missão é desenvolver peças a partir de tecidos de reuso, dando nova vida e nova história ao tecido, despertar a compra de forma consciente, onde as pessoas tenham orgulho de vestir seus filhos de forma sustentável, exclusiva e de maneira criativa. Assim, a empresária considera que são garantidas a criação e a valorização da marca autoral em prol da sustentabilidade.

Figura 9 - Vestidos da marca Donna Pambila, confeccionados com tecido de reuso.



Fonte: https://www.instagram.com/p/Bc-cjBVF_rG/

As ideias da Pamela estão de acordo com o pensamento de Di Carli (2010) que em seu livro *Moda em Sintonia*, elenca ações no âmbito da produção e do consumo para caracterizar a fase que ela denomina de “moda ética”. Na vertente do consumo ressalta a conscientização em consumir menos, porém melhor, a valorização de produtos duráveis, o descarte dos supérfluos, o resgate das tradições, inclusão social e entre outros valores.

Tudo é reaproveitado e editado, desta forma a criança pode usar a peça reconstituída por um novo olhar que contém uma história. Além disso, é importante incentivar as crianças sobre a questão do consumo consciente. Afinal, a Donna Pambila se preocupa muito com os valores passados para suas pequenas clientes (MEDEIROS, Pamela, 2018).

O exemplo da Donna Pambila e das demais marcas, confirma a importância dos designers no processo de desenvolvimento de produtos com ciclos de vida mais longos, sem desperdícios de insumos e com reaproveitamento dos descartes gerados pela tradicional cadeia têxtil produtiva, tais iniciativas geram impactos positivos no ambiente natural e social.

O aproveitamento dos retalhos na execução de peças mais artesanais voltado à moda conforme Feghali (2010 p.7) recupera o seu papel principal: dar um toque “fashion” diferencial e cheio de charme, “conferir maior sofisticação, cunhar uma aparência única e exclusiva dificultando a imitação, a cópia e a reprodução além de agregar valor ao produto que sem o detalhe e recurso artesanal tornar-se-ia rapidamente produto alvo de banalização”.

Além disso, tal utilização promoverá a economia nas empresas por meio da reutilização de materiais que são comumente descartados pela indústria de confecção e recuperação de materiais que ganham vida nova.

5 CONCLUSÃO

Esta investigação permitiu compreender a importância da reutilização de sobras de tecidos, bem como essa alternativa pode tornar a moda sustentável, pelas ações do Banco de Tecido contribuindo para esse fazer sustentável. Assim, foi possível verificar que o Banco de Tecido pode ser um exemplo a ser tomado como modelo de negócio para futuros empreendimentos.

A articulação do Banco para com as empresas se dá de forma parceira, não existe relação de fornecedor, porém, os parceiros são os próprios clientes. Verificou-se, que não é uma relação regular, linear ou hierárquica empresa fornecedor, mas sim uma relação horizontal e circular, pois é uma troca, sendo sempre uma via de mão dupla, visto que eles têm um lugar coerente, descente, divulgável e idôneo para colocar as suas sobras de tecidos, mas depende dessas empresas para de fato fazer com que o negócio funcione.

O Banco de Tecido foi idealizado para ser um sistema integrador e circular que procura transformar os responsáveis pela cadeia têxtil em usuários ativos. A partir desta conexão estabelecida será possível impulsionar um ciclo sustentável, com reflexos sociais, econômicos e ambientais. O desenvolvimento sustentável se caracteriza pela combinação de fatores econômicos, sociais e ecológicos, e que a demanda do consumidor final é importante, pois é através dele que muitas destas transições para a sustentabilidade serão feitas.

Embora as informações encontradas para as questões que conduziram a esta pesquisa estejam em fase de construção devido à complexidade do tema, foi possível identificar caminhos para esclarecer os questionamentos apontados.

Mostram-se evidentes os benefícios sociais, econômicos e ambientais proporcionados pelo Banco de Tecido. Sua estrutura foi desenvolvida com inovação e criatividade em uma proposta simples, para atender a diversos problemas ambientais. O preço justo proporciona inclusão e sustentabilidade ao negócio que incentiva à compra do que é realmente necessário, evitando desperdícios.

Em relação às marcas parceiras do Banco, observou-se que existe, também, preocupação em prolongar a vida útil dos tecidos, garantir uma redução de matérias descartadas na linha de produção, pois os retalhos comprados e ou trocados no sistema de comercialização entre os parceiros, geram novas coleções de produtos diferenciados, com um apelo estético atrativo, além do impacto positivo nos negócios na esfera econômica, ambiental

e social.

Conclui-se que a moda sustentável consegue assim, agregar valor às suas marcas, pois, além de oferecer produtos exclusivos e personalizados com os tecidos que não são encontrados no mercado tradicional, promove uma maior integração na defesa de causas sustentáveis.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Muito além da economia verde**. São Paulo: Ed. Abril, 2012.

ANICET, A. **Design de superfície em 3 dimensões aplicado à moda**. In: XXII CNTT Congresso Nacional de Têxteis Técnicos. Pernambuco, 2006. Disponível em: <<http://www.nds.ufrgs.br/admin/documento/arquivos/Evelise.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2018.

ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área da moda em busca de um design sustentável**. VII Colóquio de Moda, 2011. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14959/1/GT89897%20A%C3%A7%C3%B5es%20na%20C3%A1rea%20da%20moda%20em%20busca%20de%20um%20design%20sustent%C3%A1vel.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2018.

BANCO DE TECIDO, 2017. **Banco de Tecido apresenta: DONNA PAMBILA** Disponível em: <http://bancodetecido.com.br/sobre>. Acesso em: 01 de novembro 2017.

_____. **Uma solução criativa para cuidar dos resíduos têxteis**. Disponível em: <http://bancodetecido.com.br/sobre>. Acesso em: 10 de novembro 2018.

BEFW, **Brasil Eco Fashion Week 2017** – 1a Edição. Disponível em: <http://befw.com.br/> Acesso em: 01 novembro 2018.

BOCCATO, V. R. C. **Metodologia da pesquisa bibliográfica na área odontológica e o artigo científico como forma de comunicação**. Rev. Odontol. Univ. Cidade São Paulo, São Paulo, v. 18, n. 3, p. 265-274, 2006.

BRUNTLAND, Gro Harlem. **Em Busca do Desenvolvimento Sustentável**. In Nosso Futuro Comum, 1987.

CANIATO, F.; CARIDI, L.; CRIPPA, A. **Environmental sustainability in fashion supply chains: an exploratory case based research**. International Journal of Production Economics 135, 659-670, 2012.

CHIZOTTI, Antônio. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**, Petrópolis, RJ: vozes, 2006.

CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 263 p.

_____. Palestra: **A revolução do fast fashion**. In: Seminário ELLE/São Paulo Prêt-à-Porter, Janeiro de 2011. Disponível em: <http://www.saopaulopretaporter.com/imprensa/0059.html>. Acesso em: 02 de novembro 2018.

COLERATO, Marina, **10 Marcas Que Seguimos De Perto No Instagram E Valem Seu Follow**, MODEFICA. Disponível em: <https://www.modefica.com.br/10-marcas-que-seguimos-de-perto-no-instagram-e-valem-seu-follow/#.W9pW4pNKjIU> Acesso: 31 de out 2018.

CSORDAS, Tati. CIRCULAMODA, **Banco de Tecido em Porto Alegre**. Porto Alegre, fev.

2018. Disponível em: <http://www.circulamoda.com.br/posts/127/banco-de-tecido-em-porto-alegre>. Acesso em: 01 de novembro 2018.

DE CARLI, Ana Mary S. e MANFREDINI, Mercedes L. **Moda em Sintonia**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2010.

ÉPOCA NEGÓCIOS, 2017. **Essas empresas querem fazer negócio com moda sustentável**. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/empreendedorismo/noticia/2017/11/essas-empresas-querem-fazer-negocio-com-moda-sustentavel.html>, Acesso em: 10 de novembro de 2018.

FARIAS, Rafaela do Nascimento. **Upcycling: O processo de transformar o “desuso” em objeto de desejo**. 2017, 92p. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Graduação em Design-Moda – UFC, Fortaleza, 2017.

FEGHALI, M. C. K. **Reflexões sobre o design artesanal de moda no Brasil**. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda-2010/71887-Reflexoes-sobre-o-design-artesanal-de-moda-no-Brasil.pdf>. Acesso em: 20 de Dezembro de 2015.

FLETCHER, K; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: SENAC, 2011.

FUAD-LUKE, Alastair. **EcoDesign: The Sourcebook**. São Francisco, Chronicle Books, 2010.

GONÇALVES; MARINS. **Logística reversa numa empresa de laminação de vidros: um estudo de caso**, UNESP, 2006, p.398.

GWILT, A. (2014). **Moda Sustentável: Um Guia Prático**. São Paulo, Editora Gustavo Gili.

INSECTA SHOES, **Especial FRW: Como a Insecta propõe mudanças nas relações de produção e consumo**. Disponível em: <https://www.insectashoes.com/blog/especial-frw-como-a-insecta-propoe-mudancas-nas-relacoes-de-producao-e-consumo/> Acesso em: 31 de nov. 2018.

INSTITUTO LIXO ZERO, **Coleta de resíduos recicláveis**. Disponível em: <http://www.lixozero.org/>. Acesso em: 05 de set. 2018.

JACOBI, Pedro Roberto. **Educação ambiental e cidadania**. In: Jacobi, P; Cascino, F.; Oliveira, J.F. (Org.). Educação, meio ambiente e cidadania. São Paulo: SMA/CEAM, 1998

_____. **Educação ambiental, cidadania e sustentabilidade**. Cadernos de pesquisa, n. 118, p. 189-205, 2003.

LEE, M. **ECO CHIC: O guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo: LAROUSSE, 2009.

LUPATINI, M. P. **As Transformações Produtivas na Indústria Têxtil - Vestuário e seus Impactos sobre a Distribuição Territorial da Produção e a Divisão do Trabalho Industrial** (Dissertação de Mestrado). Instituto de Economia – Universidade Estadual de Campinas.

Campinas, SP: IE – UNICAMP, 2004.

MCDONOUGH, William e BRAUNGART, Michael. **Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things**. 2002.

ONU - ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Avaliação Ecológica do Milênio**, 2005.

PETRECA, B. B.; LUIZ, D. M.; ARDUIN, R. H. **O Refúgio da Moda: Um Ensaio Sobre a Saturação do Consumo na Capital Paulista**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2008.

PEZZOLO, D.B. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

QUARTIM, Elisa. **Livro – Cradle to Cradle**. Disponível em: <http://embalagensustentavel.com.br/?s=Braungart+&x=0&y=0>. Acesso em: 25 de outubro 2018.

RE-ROUPA, **Você sabia?** Disponível em: <http://www.reroupa.com.br/conceito>. Acesso em: 10 de outubro 2018.

RIBEIRO, D.V.; MORELLI, M. R. **Resíduos sólidos: problema ou oportunidade?** Rio de Janeiro: Interciência, 2009.

RODARTE, Ana e PAGNAN, Andreia. **Inserção do upcycling no planejamento de coleção de moda**. 2017, p. 2. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/insero-do-upcycling-no-planejamento-de-colecao-de-moda-28151>> Acesso em: 10 dez. 2018.

RODRIGUES, Lula. **O que é “fast fashion”**. MODA MASCULINA. Disponível em: <http://ueba.closetonline.com.br/index.php/o-que-e-fast-fashion-entenda-ascolecoes-masculinas-da-renner-riachuelo-ca-e-outras/>. Acessado em 05/07/2018.

SACHS, I. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SAVIOLO, S.; TESTA, S. **Le imprese della moda: Management al servizio della creatività**. ETAS Libri, Milano, prima edizione, 2000.

SCHULTE, Neide. **Contribuições da ética ambiental biocêntrica e do veganismo para o design do vestuário sustentável**, PUC Rio, 2011.

SHIMAMURA, Erica e SANCHES, Maria Celeste de Fátima. **O fast fashion e a identidade de marca**. Universidade Estadual de Londrina, 2012. Disponível via: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/14269/12187>>. Acessado em: 25 abr 2016.

SRIVASTAVA, S. **Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review**. International Journal of Management Reviews, Volume 9 Issue 1 pp. 53–80, 2007.

STAHEL, W. **The Performance Economy**, Palgrave Macmillan UK, 2010, 349 p. WRAP, Strategic Loop. Disponível em: Acesso em: 13 mar. 2016.

TRIGUEIRO, A. **Mundo sustentável 2: novos rumos para um planeta em crise**. São Paulo: Globo, 2012.

VEIGA, J. **Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo, ATLAS, 2004.

VEZZOLI, Carlo. **Design de sistemas para a sustentabilidade: teoria, métodos e ferramentas para o design sustentável**. Salvador: Edufba, 2010.

ZWIA. Zero Waste International Alliance. **Standards and Policies**. Disponível em: <<http://zwia.org/>>. Acesso em: 05 de setembro 2018.

APÊNDICE

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**INSTITUTO DE CULTURA E ARTE- ICA****CURSO: DESIGN-MODA****DISCENTE: ARMÊNIA DE FÁTIMA DA SILVA DE ALMEIDA****A SUSTENTABILIDADE NA MODA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O BANCO DE
TECIDO DE REUSO (SÃO PAULO)****APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO APLICADO PARA COLETA DE
DADOS**

O questionário a seguir tem o objetivo de coletar informações que serão utilizadas exclusivamente como resultados para o Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Design-Moda - Universidade Federal do Ceará. Os dados coletados neste questionário têm como objetivo entender quais os benefícios que o empreendimento Banco de Tecido, proporciona às pequenas marcas e a sociedade, através da reutilização de tecidos.

Agradecemos a sua colaboração.

APÊNDICE 2 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**QUESTIONÁRIO 1 - PROPRIETÁRIA DO BANCO DE TECIDO – SÃO PAULO**

1. Nome _____
2. Função _____
3. Há quanto tempo o Banco de Tecido está no mercado?
4. Quantos clientes são marca autoral?
5. O Banco de Tecido tem uma responsabilidade social? Qual?
6. O Banco de Tecido se considera uma empresa inovadora? Por quê?
7. Qual a frequência de compra dos clientes?
8. Qual o tipo de produto que os clientes das marcas autorais produzem?
9. Como é feita a seleção dos tecidos para o estoque do Banco?
10. Qual a sua relação com os fornecedores e quantos são?

APÊNDICE 3 – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**QUESTIONÁRIO- 2: PROPRIETÁRIA DA MARCA DONNA PAMBILA NA CONDIÇÃO DE CLIENTE DO BANCO DE TECIDO**

1. Nome _____
2. Função _____
3. Há quanto tempo a marca está no mercado?
4. Qual a sua missão, visão e valores?
5. Quem são os fornecedores que abastecem a marca?
6. Qual a viabilidade de comprar no Banco de tecidos?
7. Por que a reutilização de tecidos?
8. A marca surgiu com essa proposta de reutilizar tecidos para confeccionar as roupas?
9. Qual o propósito da marca quando foi lançada?
10. O reaproveitamento de tecidos está em todas as peças?
11. Qual a importância de comprar no Banco de Tecido?