

SUSTENTABILIDADE NO PRODUTO DE MODA, UMA DISCUSSÃO SOBRE O JEANSWEAR.

Sustainability in the fashion product, a discussion on jeanswear

¹Almeida, Mariana D. de; Mestranda; Universidade Estadual Paulista
mari.ddalmeida@gmail.com

²Moura, Mônica; Doutora; Universidade Estadual Paulista
monicamoura.design@gmail.com

RESUMO:

Na atual conjuntura dos produtos de moda, em que o termo sustentabilidade se tornou tendência abordá-la, o presente artigo propõe uma observação atentada ao ciclo de vida e a produção do *jeanswear* e as propostas que procuram ser condizentes com a sustentabilidade.

Palavras Chave: sustentabilidade, jeanswear, ciclo de vida.

Abstract:

At the present juncture of fashion products, where the term sustainability has become a trend to approach it, this article offers a close look at the life cycle and production of jeanswear and proposals that seek to be consistent with sustainability

Keywords: sustainability, jeanswear, life cycle design.

1. INTRODUÇÃO:

A sustentabilidade é objeto de estudo em várias áreas, e no design de moda, muitos produtos têm ganhado notoriedade pelo apelo eco. Porém, existem dúvidas de que as indicações do sustentável ou ecológico, presentes nos produtos de moda estejam apenas relacionados ao marketing, impulsionando os consumidores a adquirirem produtos pelo uso termo sustentável.

Anualmente o mercado de moda produz e comercializa grandes volumes de peças de vestuário. A dinâmica desse mercado inclui elaboradas estratégias de

¹ Professora do Departamento de Design de Moda da FIB. Bolsista da Capes. Mestranda do curso de Design da UNESP (Bauru).

² Professora do Departamento de Design da UNESP (Bauru). Doutora em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP.

marketing, venda e publicidade, tendo em vista estimular o consumo contínuo. Por sua vez, o consumidor é impulsionado a consumir por vários motivos, entre eles, podemos elencar: a indução à efemeridade de alguns produtos, onde peças de uma coleção são, rapidamente, consideradas ultrapassadas devido a mudança de temporada ou estação; os lançamentos contínuos de novos produtos induzem às pessoas a consumirem cada vez mais; a existência de datas comemorativas, de cunho comercial, estimulam a troca de presentes e a elaboração de looks específicos para cada data ou evento; o grande apelo a construção da imagem pessoal que ocorre, especialmente, por meio dos produtos de moda.

Os produtos de jeans apresentam forte apelo para o consumidor, seja pela aparência ou pela obtenção de um corpo modelado e sensual, ou ainda, pelo conforto e despojamento que essas peças trazem ao usuário. Diante este cenário podemos observar que existem várias tentativas para estabelecer parâmetros na produção do *jeanswear* em possíveis buscas para uma solução sustentável viável no produto de moda, afim de que, consiga-se estabelecer uma moda sustentável.

2. REVISÃO DA LITERATURA:

2.1 Sustentabilidade e Moda

A moda nos últimos anos tem adotado o termo sustentabilidade em seus produtos, mas há dúvidas se este conceito se equipara com a que é defendida pelos conceitos do design sustentável. Alguns fatores cercam todos os processos, procedimentos e características gerais dos produtos de moda e iniciam uma apreensão visando à moda sustentável.

Um dos problemas encontrados é a incompatibilidade das questões sustentáveis ante o caráter efêmero das peças, seu curto tempo de vigência que acarreta na obsolescência perceptiva, ou seja, a peça de vestuário ainda em condições de uso é considerada ultrapassada, levando as pessoas a consumirem algo novo. Mediante essa realidade, cabe destacar a afirmação da pesquisadora Suzana Martins: “os produtos de moda são descartados muito antes do fim da sua vida potencial, ocasionando vários impactos ambientais” (Martins, 2010, p.81). A história da moda nos demonstra que essa área tem se

alicerçado no estímulo ao consumo em uma visão essencialmente capitalista ao longo do tempo. Então, como a dinâmica da moda poderá mudar e voltar-se a propostas antagônicas ao consumismo?

Lipovestky (1989) aponta a necessidade da superação dos paradigmas existentes visando a reciclagem da moda, a partir da crença que essa nova atitude não significa o fim de possíveis novas ideologias, mas sim a mudança em sua trajetória. Nesse sentido, Thierry Kazazian sugere:

a passagem progressiva de uma sociedade de consumo para uma sociedade dita de uso (...). Os objetos do nosso cotidiano devem mudar radicalmente. Não se trata de produzir menos, mas de outro modo (2005, p.10).

A oferta de um produto que tem como propositura modificar alguns padrões culturalmente impregnados, direcionada à uma realidade sócio-cultural que se encontra insustentável, o produto deve estar inerente a sustentabilidade, atuando de modo que os indivíduos assimilem e seja aceitável, favorecendo o meio ambiente (VEZZOLI; MANZINI, 2008).

Outro fator que transgredir a sustentabilidade na moda é o modo como são projetados e desenvolvidos os produtos. Vezzoli e Manzini ao analisarem o conceito de ciclo de vida, indicam que os procedimentos de manufatura e uso dos produtos podem acabar excedendo sua carga ambiental³, pois, desde sua gênese até o seu descarte o consumo de matéria não renovável⁴ e produção de insumos tóxicos são algumas vezes alarmantes, o que a princípio favorece a economia (pelo consumo) e desfavorece o meio ambiente (ecológico e social).

2.2 O ciclo de vida nos produtos de moda

Nos estudos para o desenvolvimento de nossa pesquisa temos dedicado atenção especial as etapas do ciclo de vida de um produto. Nos parágrafos seguintes propomos analisar as etapas do ciclo de vida de um produto observando a estabelecendo paralelos com os aspectos presentes no produto de moda.

³ A carga ambiental refere-se ao princípio da equidade, defendido por esses autores, onde cada pessoa, incluindo as próximas gerações tem direito a um espaço ambiental, no qual a matéria não renovável, que lhe é disponível, não seja consumida além do que lhe é ofertado.

⁴ Matéria não renovável compreende os recursos que possuem uma quantidade limitada, ou seja, sua fonte de produção é esgotável, a exemplo: o petróleo e o carvão.

O ciclo de vida de um produto envolve as etapas de pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte.

Na pré-produção ocorre a extração de matérias-primas que fornecerão subsídios para a concepção do produto. Na ação de coloração dessas matérias-primas, faz-se necessário procedimentos com substâncias químicas para garantir a solidez e a fixação da cor. Ainda, pode ocorrer a necessidade de aplicação de processos para a remoção da cor. Porém, muitos dos reagentes utilizados podem causar danos ao meio ambiente e ao ser humano.

Do ponto de vista ambiental, a remoção da cor do banho de lavagem é um dos grandes problemas do setor têxtil. Estima-se que cerca de 15% da produção mundial de corantes é perdida para o meio-ambiente durante a síntese, processamento ou aplicação desses corantes.(GUARATINI e ZANONI, 2000, p. 75)

Na etapa de produção muitos fatores acarretam em desperdício que incluem desde o gasto de energia ao lixo acumulado resultante de restos de tecido e papéis. Os processos de beneficiamento que, no produto agregam valor de venda, também podem contribuir com aspectos negativos à carga ambiental.

Por exemplo, na lavagem de peças jeans são gastos números elevados de água, que após a sua utilização, é, geralmente despejada em rios, córregos ou, pior, próximo a nascentes, o que gera graves problemas ambientais e sociais. Há que se destacar que esses descartes de água, provenientes do tratamento de produtos jeans, geralmente, não são tratadas visando a diminuição dos efluentes.

A etapa de distribuição configura-se a partir do deslocamento da manufatura de produtos para entregas em lugares distantes ou, pode também ocorrer quando as fases produtivas dividem-se em diferentes lugares de produção. A distribuição implica também no uso de transportes para conclusão do produto. Onde a logística torna-se primordial para evitar o desperdício ou uso excessivo de transporte. No processo de embalagem do produto, destinado ao consumidor final, existe a necessidade de observação com relação ao tipo e ao material da embalagem, pois geralmente elas são descartadas gerando lixo desnecessário e várias complicações ambientais.

A etapa de uso compreende no cuidado, ao verificar e indicar para o consumidor as instruções de uso da forma mais adequada à manipulação daquele produto. Isso deve ocorrer com o produto em si, como também com a embalagem do mesmo e implica na adoção da inter-relação entre as questões do design gráfico, do design de produto, do design de informação e da conscientização dos preceitos da sustentabilidade. A empresa, o designer que projeta o produto, sem dúvida, devem ser responsáveis por esse processo, mas devemos lembrar que a educação e o esclarecimento ao consumidor são aspectos essenciais, afinal, como indica Martins (2010), o consumidor também é responsável pelo ciclo de vida do produto.

A etapa considerada como a final no processo do ciclo de vida diz respeito ao descarte. Resultado de uma cena muito comum nos dias de hoje, que é o grande acúmulo de lixo. Fato que pode ser gerado no processo de produção, mas também ocorre junto ao consumidor final. Ainda, outro problema gerado é o descarte do produto de moda. Esse pode ser reaproveitado e reutilizado a partir de processos de doação, mesmo perante a possibilidade de um destino equivocado. Por outro lado, o descarte dos produtos de moda ocorrem em aterros e lixões, causando danos ambientais. Porém, problema maior ocorre quando as fábricas de produtos de moda descartam os resíduos do processo produtivo em aterros sem os cuidados ambientais necessários. Conforme apontam Goya e Botelho (2009), faz-se cada vez mais necessário a mudança de paradigmas mediante a proposta de prolongamento da vida útil do produto de moda.

Para a mudança deste cenário se faz necessário uma mudança radical, para que ocorra um desenvolvimento realmente sustentável (VEZZOLI, 2008), no qual o produto de moda em todos seus parâmetros tenha uma produção que não interfira de modo negativo no meio ambiente e no meio social, conscientizando de que é a sustentabilidade a variável que irá redefinir as etapas do processo produtivo (MARTINS, 2010), desenvolvendo novos paradigmas para os produtos de moda.

2.2 O jeanswear, a produção e a sustentabilidade.

O jeans surgiu no final do século XIX, através de Levis Strauss que utilizou o tecido para confeccionar calças para mineradores americanos em substituição

a lona, e com o advento do uso pelos jovens na década de 50, essa matéria prima difundiu-se no mercado da moda. Utilizado na fabricação de artigos de vestuário, ganha destaque na confecção de calças que é usada por vários indivíduos, de diferentes idades e condições sociais.

A peça jeans para ser destinada ao consumidor final necessita percorrer um longo processo de confecção e beneficiamento, afim de que o produto ofereça conforto, maleabilidade e o desejo, integrados a fim de satisfazer os anseios de muitos indivíduos como afirma Pezzolo:

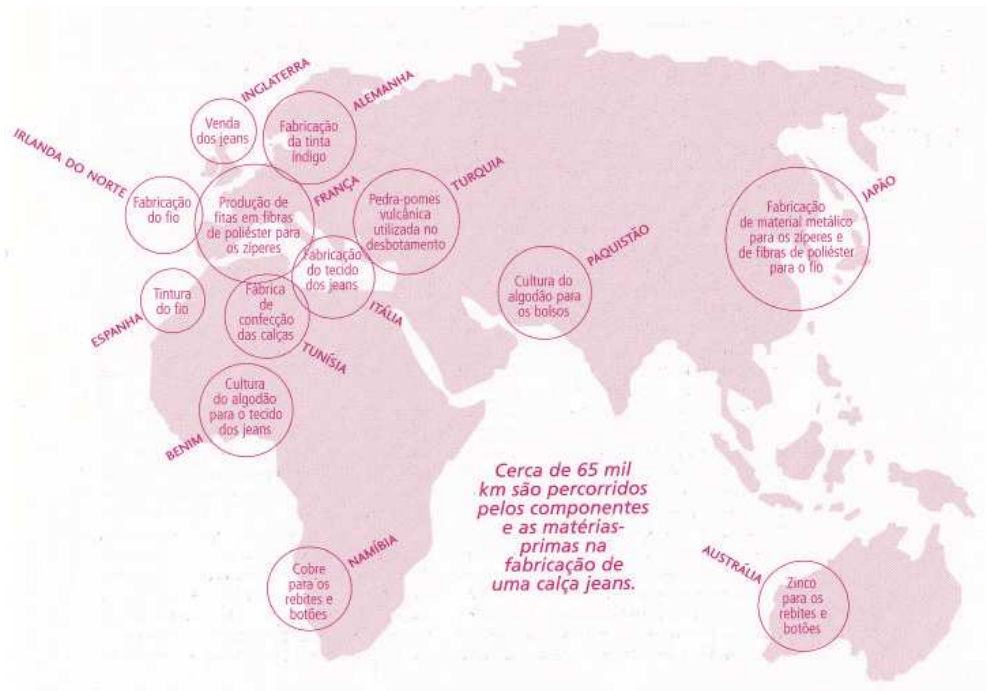
Para agradar aos mais diferentes consumidores, de todas as idades, e serem usados em todo tipo de ocasião, os jeans são oferecidos com diversos aspectos (...) ao lado de peças com tingimento uniforme, em várias intensidades de cor, aparecem os propositalmente descolorados, envelhecidos, gastos, rasgados, esfiapados e com aspecto de camuflados, empoeirados e de sujos. (2007, p. 234).

A composição de uma peça jeans é dada pelos materiais têxteis, que compreende no algodão como elemento principal, e demais filamentos dispostos que atribuem forma, maleabilidade e conforto, como por exemplo: poliéster e o elastano; há a inserção de componentes que atribuem à peça acabamento e valor ao produto final. O beneficiamento do jeans corresponde a um fator da produção que atribui características ao produto, que irá diferenciá-lo dos demais produtos dispostos no mercado, compreende-se no beneficiamento do jeans: o bordado que irá compor filigranas e outros detalhes, estamparia e lavanderia especializada.

As lavanderias industriais são responsáveis pelo acabamento, coloração e conforto, pois, o denim bruto apresenta-se engomado na confecção da peça, somente na lavanderia através de lavagens com químicos, o produto se torna próprio para uso, há outros procedimentos que em conjunto com as lavagens ofertam efeitos dando aspectos de 'gasto', usado, antigo, desbotado, entre outros.

A cada ano a produção de *jeanswear* movimenta US\$ 8 bilhões no Brasil (ABIT, 2011) em decorrência disso a valorizam-se os aspectos econômicos recorrentes aos significativos números, advindos da confecção dos produtos jeans, mas em conjunto a esse valor somam-se valores do impacto ecológico e social desta grande manufatura. Kazazian (2005) expõe a consequência acarretada quando um par de calças jeans chega a percorrer até 65 mil km

para concretização da fabricação, na situação onde as origens e os processos são efetuados em locais distantes, como observamos na imagem a seguir:



A volta ao mundo na fabricação de uma calça jeans.
Fonte: Kazazian (2005)

Sendo um dos fatores de importância do ciclo de vida do produto a distribuição, o exemplo demonstrado anteriormente, expõe impactos que vão ao encontro com a sustentabilidade, outro exemplo é o consumo de água, que registra o consumo exacerbado não somente na área industrial como também nas residências, onde uma máquina de lavar chega a gastar 18 litros de água por lavagem (Kazazian, 2005). A poluição gerada pelas lavanderias soma com os impactos causados pelos produtos de moda, neste caso, o jeans, que lança, como se presencia nas produções chinesas, a poluição dos rios que atingem níveis caóticos, deixando-os impróprios, devido a ausência de tratamento da água utilizada nas lavagens, gerando como resultado visível a alteração da coloração das águas desses rios que é alterada como o decorrer do tempo (EXAME, 2010), privando a população do seu uso, para sua subsistência.

Mesmo em face deste cenário as produções de *jeanswear* prosseguem aumentando cada vez mais, promovendo o consumo indulgente a todos os aspectos negativos, porém algumas iniciativas estão surgindo, mesmo que timidamente, para minimizar o impacto da produção, a partir de estudos

advindos das empresas que têm buscado novos meios com atividades inovadoras.

2.3 Propostas para o *jeanswear* sustentável

A sustentabilidade como o caminho para o desenvolvimento de produtos que muda o paradigma vigente, os projetos com possíveis mudanças de reflexão, surgem para modificar os atuais produtos de moda.

Há um empenho de algumas empresas em desenvolver produtos que respondam a preocupação com o ambiente, de forma que influenciam os indivíduos a se conscientizarem, e estabelecem uma contribuição positiva do design de moda com a sustentabilidade. A esse respeito os produtos da empresa carioca Tristar são um exemplo que ocorre a partir do desenvolvimento de coleções de peças jeans, a partir da introdução de um tecido orgânico (oriundo da Alemanha) no Brasil que não necessita lavagem. O produto desenvolvido é acondicionado em sacos plásticos que são levados ao freezer, eliminando sujeiras e bactérias, descartando a lavagem convencional. Logo, diminuindo o consumo de água, um dos recursos naturais em estado mais agravante de desperdício e poluição.

Para o desenvolvimento de produtos apoiados nos conceitos sustentáveis, algumas determinações e inovações contribuem para que consiga atingir o objetivo com êxito, neste caso, ofertar um produto sustentável que processe todo o ciclo de vida fidedignamente.

A empresa norte americana Levis, posteriormente ao estudo do levantamento do ciclo de vida de alguns de seus produtos, chegou a conclusões de que além da necessidade de esforços na produção para um produto sustentável, havia etapas do ciclo de vida na produção que eram desconhecidos, tais como: a procedência do algodão utilizado na confecção do tecido como é o caso dos orgânicos; o tingimento vegetal e a maneira como o consumidor fazia uso da peça adquirida. Para resolver essa questão buscaram projetos que sanassem essas deficiências. O resultado deu-se em um produto que utiliza menos água em sua lavagem e incita os usuários à ter um maior cuidado com a água e com o produto, como apresenta a jornalista Alana Rany:

“O jeans padrão utiliza cerca de 42 litros de água no processo de acabamento e, na coleção Water Less, a redução de água chega a 96% em alguns

produtos” (Revista Sustentabilidade, 2011), Para tal feito as mudanças ocorridas na lavanderia é que garantem a inovação. Porém, a proposta deste trabalho é procurar conhecer o grau de impacto da produção, verificando se realmente todo o processo que gera a redução do volume de água utilizado na produção da peça jeans.



Ciclo de vida da calça jeans.
Fonte: Levi's (2011)

O início da conscientização da empresa surge com o pensamento a respeito do ciclo de vida do produto, conforme pode ser observado na imagem acima, que demonstra o conhecimento do processo sustentável no desenvolvimento do produto.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

A sustentabilidade e sua interferência nos produtos de moda tornaram-se evidente nos últimos anos, seja pelos alertas cada vez mais pessimistas de pesquisadores e instituições de cunho ambiental, seja pelos próprios consumidores que buscam mudar seus hábitos, num ritmo tímido, porém crescente. Esse fato que desperta para a criação de novos tipos de empresas e produtos, focados em uma nova maneira de criar produtos de forma mais consciente promovendo a responsabilidade social e ambiental.

A moda com sua efemeridade possui uma atuação imediata e acaba obtendo conseqüências a longo prazo de uma série de impactos nocivos. A busca de novos meios de interferir de modo positivo tem ganhado notoriedade e apresentado resultados, que esperam um ganho de consciência para diminuição dos ativos nocivos e aprofundamento de maior número de novos métodos inovadores em uma estreita relação entre a sustentabilidade e a moda.

A expectativa é de que iniciativas propostas para o *jeanswear* tomem proporções cada vez mais amplas, que as inquietações acerca do tema sustentabilidade e moda, não fique mais concentrada apenas em discursos publicitários ou em questões cristalizadas pelo tempo e o temor das inovações que não levem a mudanças de paradigmas.

4. REFERÊNCIAS:

ABIT. Dados de denim e calça jeans: produção, faturamento e exportação. Disponível em: http://www.abit.org.br/site/navegacao.asp?id_menu=6&id_sub=19&idioma=PT > Acesso em: 15 de maio de 2011.

BOTELHO, Camila de A.; GOYA, Cláudio R. y. **Ecodesign a partir de resíduos da indústria têxtil**. Estudo de caso. In: 5º Congresso Internacional Pesquisa em Design, 2009. Anais, Bauru, 2009.

EXAME. Greenpeace alerta para contaminação na indústria têxtil mundial. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/meio-ambiente-e-energia/noticias/greenpeace-alerta-para-contaminacao-na-industria-textil-mundial> > Acesso em: 9 de maio 2011.

GUARATINI, Cláudia C. I.; ZANONI, Maria V. B. **Corantes têxteis**. Química Nova, vol.23, n. 1, p.71-78. Araraquara, 2000.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2005.

LIPOVETSKY, Gillies. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

MARTINS, Suzana B. O paradoxo do design sustentável na moda: diretrizes para a sustentabilidade em produtos de moda e vestuário. In: **Moda em sintonia**, Caxias do Sul: Educs, 2010, p.80-89.

PEZZOLO, Dinah B. **Por Dentro da Moda: Definições e Experiências**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

RANY, Alana. Um jeans para reduzir o consumo de água. Disponível em: <<http://www.revistasustentabilidade.com.br/blogs/minha-escolha-o-futuro/um-jeans-para-reduzir-o-consumo-de-agua>> Acessado em: 14 abril 2011.

VEZZOLI, Carlos. Cenário do design para uma moda sustentável. In: PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008, p.197-205.