

REVIVAL E DIFERENCIAÇÃO COMO DIRETRIZES DA MODA CONTEMPORÂNEA: A ELABORAÇÃO DE PRODUTOS DE MODA A PARTIR DA RECICLAGEM DE ROUPAS DE BRECHÓ.

REVIVAL AND DIFFERENTIATION AS GUIDELINES OF CONTEMPORARY FASHION: THE DESIGN OF FASHION PRODUCTS FROM RECYCLING VINTAGE CLOTHES.

Giuriatti, Larissa Priscila; UNIVERSIDADE FEDERAL TECNOLÓGICA DO PARANÁ. priscilagiuriatti@hotmail.com

Berton, Tamissa Juliana Barreto; UNIVERSIDADE FEDERAL TECNOLÓGICA DO PARANÁ. tamissa@utfpr.edu.br

Pinheiro, Nélio; UNIVERSIDADE FEDERAL TECNOLÓGICA DO PARANÁ. nelio@utfpr.edu.br

Resumo

Com o consumo e a massificação da indústria os desastrosos e evidentes problemas ambientais preocupam a todos e fazem nascer um novo nicho de mercado que adere a alguns princípios sustentáveis e provém de uma subcultura contemporânea que cultua o passado em contra ponto do ideal de consumo da imagem do *novo*, consolidando o estilo *vintage*.

Palavras-chaves: Sustentabilidade, moda e *Vintage*.

Abstract

With the consumption and the massification of the industry the disastrous are obvious environmental problems to concern everyone and give a new niche market that adheres to sustainable principles and comes from a contemporary subculture that worships the past against the ideal point of consumption in the new image, consolidating the vintage style.

Keywords: sustainability, fashion, *vintage*.

1.1. INTRODUÇÃO

Após a revolução industrial a natureza foi convertida em um recurso essencial e abundante, levando a concepção do progresso de crescimento e expansão ilimitado.

Porém hoje a nossa sociedade de consumo deverá se transformar em razão da população perceber que o consumo desenfreado traz conseqüências reais, e essas por sua vez talvez não serão agradáveis.

Caminhando para uma economia e consumo com valores mais humanos e sustentáveis, a moda que por muito tempo foi alvo de manifestações

evidenciando sua negligência com a questão ambiental, agora começa a se adequar a essa nova realidade em que consumidores interessados não só na qualidade e satisfação que um produto pode lhes proporcionar, mas também com o efeito que tal consumo pode causar no meio ambiente, passando até a investigar a política ambiental das marcas.

Surge então um novo nicho de mercado chamado *eco fashion* com marcas que propõem aplicar princípios sustentáveis em seus produtos e, ou, processo de produção agregando valores e satisfazendo a necessidade simbólica de consumidores com o intuito de agir a favor do meio ambiente.

A moda por ser considerada efêmera por seus produtos alterarem de forma regular e rápida a cada estação, estimulando o ideal de consumo capitalista, soa antagônica aos conceitos sustentáveis. Mas mesmo com suas alterações temporais, podemos observar estilos do passado que são apropriados por designers como referências e atribuído a eles características do presente resultando em peças com abordagem contemporânea.

Como em um movimento cíclico ascendente, a nostalgia que marcou determinada época conferida ao que é vivenciado atualmente, define assim as releituras, mas que vão além de micro tendências vistas nas passarelas consolida um estilo que nasce de uma subcultura marcado por certa reverência ao que é *antigo*, questionando a idéia de *o novo* ser considerado como adjetivo pela sociedade, definindo assim o estilo *vintage*.

Dick Hebdige (2007) define as subculturas urbanas pela classe social e idade, resultando na geração de estilos, que conferem autonomia e identidade a uma classe, e a contra ponto ao que alguns estudiosos sugerem que essa “diferenciação” é causada como resposta às tensões entre classes, ela deve ser analisada de uma maneira não tão leviana, já que são motivadas por um contexto histórico e cultural.

Para uma melhor compreensão dos estilos das subculturas o antropólogo Ted Polhemus (1994) comenta sobre o surgimento dessas, através das experiências e vivências de um determinado grupo, que manifestam em seu estilo, seu comportamento e atitudes a sua ideologia, e tem seus conceitos diluídos “enlatados” e vendidos nas prateleiras do mercado, definiu assim o termo “supermercado de estilos”.

Assim podemos compreender o estilo *vintage*, que nasceu de uma

subcultura, com pensamentos e gostos similares, onde inserem em seus costumes e comportamentos certa reverência e nostalgia às culturas e tempos passados, a procura de uma “raiz”, uma identidade, remetendo a antigos valores sociais como fuga dos transtornos e devaneios contemporâneos. E hoje já podemos observar o uso com maior expressividade pelo mundo da moda de muito de seus conceitos e hábitos.

Os consumidores desse estilo buscam por modelagem, acabamentos, tecidos, aviamentos diferenciados, que façam referência a uma época, e acabam por vezes nos chamados brechó, onde é possível encontrar produtos com tais características e com a vantagem de que essas roupas não se encontram mais no processo de produção industrial.

Assim utiliza-se, a exaltação e resgate do “antigo”, para compor as produções ajudando a definir não só uma identidade visual, mas também amenizando os impactos ambientais causados pelas indústrias têxteis e pela sociedade em geral. Pois, ao adquirir um produto que foi “descartado” e prolongando sua vida útil, pratica-se em partes a política sustentável dos três R's (Reciclar, Reduzir e Reutilizar).

O foco sustentável para o estilo definido *vintage* se mantém no ato de reciclar e reutilizar, minimizando resíduos e descartes, aderindo a alguns princípios sustentáveis disseminando a idéia em um estilo. Pois no caso das roupas de brechó não é possível ter a garantia de origem e muito menos do processo de tratamentos pelo qual as fibras passaram, mas por se tratar de peças antigas, na sua grande maioria não são tecidos ecologicamente corretos, que foram beneficiados de maneira sustentável.

O trabalho consiste em utilizar roupas de brechós para não só desconstruir e construir outro discurso estético, reciclando os tecidos de tais peças e criando novos produtos; mas também compor looks com roupas de 20 anos ou mais de história sem sofrer alterações, conservando o seu *shape* original, propiciando um estilo único e peças *vintage*.

2. METODÓLOGIA.

O trabalho tem como base um levantamento bibliográfico e análise de

cenários relacionados ao tema central, afim de fundamentar as idéias e compreender mais profundamente sobre o tema proposto.

Efetou-se uma pesquisa exploratória, visto que este tipo de pesquisa pode ser definida como um estudo preliminar em que o maior objetivo é se tornar familiar com o fenômeno que se deseja investigar, de maneira que, busca-se seguir o planejado com entendimento e precisão (THEODORSON, G.A, 1970). Restringiu-se a um estudo de caso utilizando-se de uma análise de dados qualitativa que propõe uma apreciação acerca de um problema, gerando hipóteses e procurando soluções.

3. RESULTADO.

Espera-se obter peças que atendam as características exigidas por um público de estilo *vintage* e conseqüentemente pelos consumidores de roupas de brechó como, diferenciação, revival's e releituras de *shape's*, modelagens de décadas passadas, mas também contrapondo um ar mais contemporâneo.

Num processo de desconstrução e reconstrução, reciclando e reposicionando o produto de volta ao ciclo de consumo e uso, realiza-se um trabalho quase minucioso que demanda esforço, mas que garante uma peça com características singulares fugindo a padronização de referencias da moda, ofertando a individualidade e diferenciação que busca o público alvo.

Através da seleção de uma década, em questão os anos 70, foram elaboradas peças que transmitem a semântica, as formas e a modelagem, de tal época.



Figura01- looks referência
Anos 70.



Figura02- peças e resíduo têxtil
Reciclados.



Figura03- Produção feita por
Roupas de brechó.

4. REFERÊNCIAS.

HEBDIGE, Dick. *Subculture: the meaning of style*, London and New York. Routledge: 2007.

POLHEMUS, Ted. *Street style: from sidewalk to catwalk*. London: Thames and Hudson, 1996.

THEODORSON, G. A. & THEODORSON, A. G. *A modern dictionary of sociology*. London, Methuen, 1970.