

GT 10: PERSPECTIVAS DE SUSTENTABILIDADE PARA OS PRODUTOS DE MODA ÉTICOS

Prospects for sustainable products ethical fashion

Santos Silva, Célia Maria; MSc.; Universidade Federal do Piauí – UFPI.
celiasantos@ufpi.edu.br

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo apresentar por meio do Design de Moda perspectivas de sustentabilidade expondo o resultado de três projetos revelando as possibilidades de manufatura de produtos de moda comerciais com matéria-prima reaproveitadas de resíduos têxteis e resíduos não têxteis, confirmando que é possível a Moda caminhar em direção à Sustentabilidade.

Palavras Chave: Design de Moda; produtos e sustentabilidade.

Abstract

This article aims to present prospects of sustainability through the Fashion Design, displaying the results of three projects that describe the possibilities to manufacture products for commercial fashion using reused materials coming from textile waste and non-textile waste, confirming that it is indeed possible for Fashion to go in the direction of Sustainability.

Keywords: Fashion of Design; products and sustainability.

INTRODUÇÃO

A Sustentabilidade, é talvez, o maior desafio e também a maior crítica que a Moda¹ vem enfrentando na contemporaneidade. A moda², no que respeita ao consumo exacerbados de produtos, que tem na sua máxima refletir

¹ Moda com eme maiúsculo, no nosso trabalho, refere-se ao comportamento dos sujeitos.

² moda com eme minúsculo, no nosso trabalho, refere-se aos produtos do vestuário, tais quais: roupas e acessórios.

o tempo e a sociedade, vem encontrando dificuldades em entrar em consonância com esse pensamento, posto que, Moda e Sustentabilidade, são discrepantes, apresentam direções opostas. Portanto, a moda, não vem refletindo em seus produtos de forma mais enfática as questões ambientais.

É correto dizer que ainda é incipiente, talvez até inexistente, a produção de roupas e acessórios em larga escala de maneira sustentável. Para se alcançar a sustentabilidade é premente que o desenvolvimento sustentável esteja como processo à frente, dentro das indústrias: têxtil, de vestuário e de acessórios. Contudo, de acordo com Guimarães (2003, p. 90), ‘a concepção, desenvolvimentista, calcada nos paradigmas cientificistas, desse modelo de sociedade moderna – capitalista, urbana, financeira, industrial, globalizada – cada vez mais complexo’, dificulta os mecanismos de desenvolvimento sustentável que está apoiado numa lógica de modelo de progresso presente ainda no iluminismo, uma visão antropocêntrica de mundo, gerador de fortes impactos socioambiental. Ou seja, um modelo de desenvolvimento que ‘está a serviço de um movimento de conservação da ordem, embutido em uma racionalidade pouco afeita a mudanças que saiam de seu controle’. Guimarães (2003, p. 90). Lima (1997) apud Guimarães (2003, p. 91), enfatiza que:

Esse mesmo conceito de desenvolvimento sustentável tem sido alvo de críticas diversas, devido às suas ambiguidades, indefinições e contradições, à ênfase economicista e desenvolvimentista, à ausência de uma perspectiva espacial e de classes sociais em seu interior, à não-explicação de como conciliar preservação e crescimento no contexto do capitalismo e à possibilidade de ser apenas uma nova cara para uma fórmula velha e já esgotada.

Inúmeras são as críticas a esse modelo de desenvolvimento econômico. Torna-se fundamental um novo modelo no qual melhore as relações dos seres humanos em sociedade e entre a sociedade e o meio ambiente. Para tecer uma nova relação homem *versus* natureza é preciso entender que o ser humano faz parte desse ambiente e que dele necessita para a sua sobrevivência. Faz-se necessário ‘consubstanciar uma nova relação do ser humano com ele mesmo e dele com a natureza’ (BITENCOURT; CARVALHO e BISPO, 2012, p. 37).

A indústria da Moda é uma poderosa indústria na geração de emprego e renda, mas por outro lado, é uma das indústrias que mais agride o meio ambiente, pois conforme Berlim (2012, p. 25), ‘vestimos plantas, pelos de bichos, salivas de lagartas e petróleo’. Isto mesmo, grande parte dos produtos de moda tem sua matéria-prima oriunda da natureza. Outro agravante, não menos importante, trata-se dos resíduos químicos e físicos procedentes da manufatura que são depositados no meio ambiente quando da fabricação desses produtos, além do descarte de produtos obsoletos em grande volume, já que a moda vive do consumismo e estimula cada vez mais o consumidor a adquirir suas novidades. Ante o exposto, o objetivo deste trabalho, entre outros, é apresentar por meio do Design de Moda e seu ‘efeito multiplicador’³, possibilidades de desenvolvimento sustentável em busca de sustentabilidade. Ou melhor, apresentar produtos estritamente comerciais que sejam desenvolvidos a partir de resíduos têxteis e não têxteis e, de peças de vestuário que se encontravam obsoletas. Para tanto, o presente artigo fundamenta-se na compreensão das concepções epistemológicas presente na literatura das Ciências Ambientais, do Design e de áreas afins sob a autoria de Leff (2001), Morin (2007), Capra (2008), Trigueiro (2008), Kazazian (2005), Berlim (2012), Fletcher & Grose (2011), dentre outros.

Sociedade e Natureza: causas e consequências

O século XXI trouxe o maior desafio para a Humanidade – o respeito à natureza sob penalidade da própria existência. Em poucos anos o ser humano conseguiu extorquir o planeta Terra de tal forma que hoje vê-se obrigado a repensar suas atitudes do dia a dia para vislumbrar um amanhã para as gerações futuras. Segundo Bernardes e Ferreira (2007, p. 21), ‘jamais uma

³ Um design bem projetado tem a capacidade de aumentar a intensidade de valores de um produto e/ou processo. Ou seja, multiplica os significados, sejam eles: funcionais, estéticos, simbólicos, dentre outros, posto que o Design determina os ‘materiais, as tecnologias de fabricação, formas, cores, encaixes, volumes, texturas, detalhes visuais e ergonômicos, o designer estará articulando os elementos indispensáveis à construção das imagens do produto e propondo os rumos de sua trajetória’ (SCOREL, 2004, p. 59).

civilização teve em âmbito planetário o poder destruidor que tem a sociedade contemporânea’.

Conforme Leff (2001) estamos em processo civilizatório da Humanidade; Para a Agenda 21 (1995), a Humanidade encontra-se em um momento de definição histórica; Já Capra (1982) diz que estamos chegando a um momento decisivo como indivíduos, como sociedade e como civilização. Leonardo Boff (2008, p. 35) menciona a Carta da Terra, na qual está escrito que:

Estamos diante de um momento crítico da história da Terra, numa época em que a Humanidade deve escolher seu futuro...ou formar uma aliança global para cuidar da Terra e uns dos outros, ou arriscar a nossa destruição e a diversidade da vida.

Vários autores, em voz uníssona afirmam que o homem é o principal e poderoso agente das alterações, das condições em que o planeta Terra se encontra. ‘O século XX testemunhou o surgimento de uma nova e importante tarefa: proteger a natureza do ser humano’ (BITENCOURT; CARVALHO e BISPO, 2012, p. 43-44).

Segundo autores, sejam eles: Leff (2001), Sachs (2008,) Feldman (2008), dentre outros, crises ambientais de origens antrópicas não representam novidade na história da humanidade, mas a particularidade da atual crise ambiental aparece exatamente na conformidade de seu caráter antrópico com sua extensão planetária. A crise se alastra com tal velocidade e com tal dimensão que não é suficiente preocupar-se apenas com a desestruturação dos sistemas naturais que suportam a vida. As apreensões são de magnitudes imensuráveis, legado da ‘marca humana’ que tornou-nos reféns de um modelo civilizatório depredador e consumista.

Desde a década de 1950 que a comunidade científica vem mostrando preocupação com as questões ecológicas. Na década de 1960, essas preocupações se estenderam a novos atores sociais. Foi quando diversos grupos e organizações não-governamentais (ONG’s) surgiram e começaram a se expandir, a exemplo temos a World Wildlife Fund (atual World Wide Fund for Nature – WWF), a primeira ONG ambiental de espectro verdadeiramente mundial.

A década de 1970 foi assinalada pela criação de diversas organizações internacionais que buscavam discutir os problemas ambientais em âmbito mundial. Nesta década teve origem o relatório – os limites do crescimento, publicado pelo Clube de Roma e acontecia a primeira Conferência em Estocolmo ‘marco da tomada de consciência da dimensão planetária’ Mousinho (2008) apud Santos Silva e Silva Aguiar (2013, p. 09).

Os anos 80 foram marcados pela introdução do conceito de sustentabilidade, que ainda naquele ano de 1980, o termo fora introduzido por Lester Brown fundador do Worlwatch Institute, ‘que definiu comunidade sustentável como a que é capaz de satisfazer as próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras’ Capra (2008) apud Trigueiro (2008, p.19). Em 1987, recomendado pelas Nações Unidas, o notável Relatório Brundtland usou a mesma definição para apresentar o conceito de desenvolvimento sustentável:

A Humanidade tem a capacidade de atingir o desenvolvimento sustentável, ou seja, de atender às necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de atender às próprias necessidades. Capra (2008) apud Trigueiro (2008, p. 19).

Cumprindo aqui abrir um parêntese e mencionar que os termos desenvolvimento sustentável e sustentabilidade são muitas vezes confundidos, usados até como sinônimo, talvez pela definições dos termos serem tão similares. Todavia, Silva e Mendes (2005) apud Santos Silva e Silva Aguiar (2013, p. 8) nos informam que o desenvolvimento sustentável é um processo, um meio para se atingir um fim – a sustentabilidade. As duas palavras desenvolvimento e sustentabilidade são compostas por um radical e um sufixo. Na palavra *desenvolvimento*, o sufixo *mento* significa: ação, resultado de ação, ideia de movimento, mudança de estado, meio ou instrumento e, *sustentabilidade*, o sufixo *idade* designa qualidade, modo de ser, estado, propriedade afixando-se a objetivos ou não. Portanto, procede interpretar, o desenvolvimento sustentável como um instrumento para se alcançar um objetivo – a sustentabilidade.

Assim, compreende-se que 'o conceito de sustentabilidade envolve a questão temporal, pois a sustentabilidade de um sistema só pode ser observada a partir da perspectiva futura, de ameaças e oportunidades' (BITTENCOURT, CARVALHO, BISPO, 2012 apud BITTENCOURT, ALMEIDA, OMENA, 2012, p. 42).

Neste sentido, para alcançar a sustentabilidade faz-se necessário impedir/deter as ameaças que possam inviabilizar o sucesso desse projeto futuro de sobrevivência humana, que depende das dinâmicas da tecnologia, da economia e da população. Ou seja, decorre de uma acelerada taxa de mudanças em todos os âmbitos da sociedade para uma nova racionalidade produtiva.

Metodologia

Aqui explanaremos a metodologia de três projetos cujos resultados foram de excelente qualidade estética e usabilidade⁴.

De início, para os três projetos, valemo-nos da pesquisa bibliográfica para conhecer e compreender a dimensão da questão ambiental. Seguidamente, uma segunda pesquisa bibliográfica foi feita em função das especificidades de cada projeto. Para o primeiro, o objetivo foi pesquisar a arte para utilizá-la como fonte de inspiração para o design de superfícies têxteis que foram desenvolvidas a partir de resíduos têxteis. Com essas superfícies foram fabricadas bolsas.

O segundo projeto teve como finalidade utilizar-se de resíduos sólidos para produzir acessórios de moda e, o terceiro, o alvo foi reaproveitar peças jeans que estavam obsoletas para a fabricação de produto do vestuário e/ou acessórios. Portanto, foram feitas pesquisas bibliográficas, também acerca de resíduos sólidos para atender o segundo projeto, e sobre jeans para dar suporte ao terceiro.

⁴ Usabilidade - Projetado ergonomicamente ou design centrado no usuário (MORAES E FRISONI, 2001).
'A questão fundamental da usabilidade é que o produto deve ser fácil de usar' (MORAES E FRISONI, 2001, p. 12).

Para o planejamento dos produtos valemo-nos da metodologia projetual de Baxter (2000), na qual seguiu-se às etapas: **identificação da oportunidade, projeto conceitual, geração de ideias, idealização e modelo**. É oportuno dizer que foi utilizada a mesma metodologia projetual como uma constante. Ou seja, ter menos variáveis possíveis, como mecanismo de confirmação de possibilidades de sustentabilidade na área da moda desenvolvendo produtos estritamente comerciais.

Primeiro Projeto

Para o primeiro projeto utilizamos várias correntes artísticas, a começar pelas obras, onde foram utilizadas imagens de pinturas e esculturas que serviram de inspiração para compor uma nova superfície têxtil. Nesse primeiro trabalho, a fase **identificação da oportunidade** - vislumbramos o desenvolvimento de um produto com reaproveitamento de resíduos têxteis cujas características foram singulares. Para o **projeto conceitual** - defendemos a ética da sustentabilidade aliada à arte. Na **geração de ideias** – esta fase de criatividade foi extremamente fértil e construtiva. De posse de bastantes resíduos têxteis, tais quais: pedaços de tecidos planos de algodão, de linho, de poliéster, malhas, zíperes com defeito, aparas de *over-look*, dentre outros e, após o estudos de alguns movimentos artísticos, nos utilizamos das obras do: Futurismo, do Expressionismo Abstrato de San Francis; de Jackson Pollock; do *Rayonismo* de Gontcharova; do Surrealismo de Frida Kahlo; do Abstracionismo de Kandinsk, conforme a Figura 1 e no *Art Nouveau* de Gustav Klimt. Em todas as obras encontramos excelente interesse estético - pinturas e esculturas nos serviram de inspiração para a montagem das superfícies. Várias ideias surgiram a partir da associação - arte e resíduos, o que foi bastante rico, tornando o trabalho muito interessante e satisfatório.

Figura 1 – Bolsa em resíduos têxteis – Kandinsky



Fonte: Acervo autor

Para a fase da *idealização* – deu-se à seleção dos materiais/resíduos relacionando-os à obra de arte, e posteriormente, a definição do *shape* da bolsa a ser desenvolvida a partir daquela superfície. A última etapa, *modelo* resultou com a montagem da superfície têxtil e, seguidamente, à confecção da bolsa. É importante dizer que algumas bases em que foram desenvolvidas/montadas as novas superfícies também foram reaproveitadas de outros produtos, como: *out-doors* descartados e pedaços de roupas usadas. Após a montagem das superfícies foram confeccionadas bolsas em vários modelos. Todas as sobras geradas após o corte das modelagens dessas bolsas retornaram como matéria-prima para o projeto de outras superfícies têxteis caracterizando-se uma produção em ciclo, dentro conceito *upcycling*⁵.

Segundo Projeto

No segundo projeto, seguida à pesquisa sobre resíduos sólidos e seus impactos no meio ambiente, as etapas da metodologia projetual ocorreu da seguinte forma: na *Identificação da Oportunidade* decidimos desenvolver produtos a começar de material plástico e papel de revistas que não poderiam ser reciclados, mas que devem ser reaproveitados. Para o *Projeto Conceitual* – defendemos uma atividade econômica para o reaproveitamento de resíduos sólidos não têxteis. Resíduos - mudando a sua forma de pensar e agir. Na etapa da *Geração de Ideias* – fizemos um grande *brainstorming*, pois é bem desafiador conceber produtos para uma área sofisticada a partir de matérias-

⁵ *Upcycling* transforma produtos inúteis e descartáveis em novos materiais ou peças de maior valor, uso ou qualidade (BERLIM, 2012, p. 137).

primas sem nenhum requinte. Contudo, é sempre muito instigador unir áreas tão distintas. O ganho de aprendizagem quando do processo, sem dúvida, é sempre maior, mas a satisfação com a excelência dos resultados, foi inigualável. Na fase da ***Idealização*** optamos por desenvolver apenas acessórios (bolsas, calçados e bijuterias), visto que não acordamos em utilizá-los ainda no vestuário. Estando em estudo para um próximo trabalho. A fase ***modelo***, diz respeito à montagem da peça. O resultado do projeto foi extremamente favorável com a confecção de vários produtos, entre eles, bolsas, calçados e acessórios. A Figura 2, logo abaixo, representa um exemplo de um produto feito a partir de papel de revista não reciclável beneficiado com produto impermeabilizante.

Figura 2 – Sandália com gáspea feita a partir de papel não reciclável



Fonte: Acervo autor

Terceiro Projeto

No terceiro projeto as etapas se deram da seguinte forma: na ***Identificação da Oportunidade*** – definimos por desenvolver um produto a partir do reaproveitamento de peças jeans em descarte. Ou seja, dentro do *Life Cycle Design*⁶ defendido por Manzinni e Vezolli (2008), esses jeans são

⁶ Os autores defendem que 'o produto deve ser projetado considerando, em todas as suas fases, o conceito de ciclo de vida. Deste ponto de vista, portanto, todas as atividades necessárias para produzir, distribuir, utilizar e eliminar/descartar um produto são consideradas um só unidade' Manzinni e Vezolli (2008, p. 99-100),

produtos pós-consumo. Sendo responsabilidade do designer oferecer soluções, oportunidades para tornar cíclico o desenvolvimento de produtos, e dessa forma, contribuir com o modelo de artefactos em busca da sustentabilidade. Todavia, a condição foi desenvolver um produto estritamente comercial com valor agregado do design, primando pelo conforto psicológico, no que se refere à questão estética, conforto ergonômico e tátil. No *Projeto Conceitual* – defendemos o design ético buscando atender à necessidade de um consumidor consciente preocupado com a questão ambiental. Na etapa da *Geração de Ideias*, sempre demanda tempo em busca de um caminho de acertos. Foi uma etapa de muitas descobertas – possibilidades e impossibilidades, o que a tornou muito rica, prazerosa e de muitas expectativas. Na fase da *Idealização* definimos então o *shape* do produto (após a pesquisa de tendências), em função dos materiais – da quantidade de jeans e outros tipos de tecidos e aviamentos para agregar valor, tais quais: renda, couro, miçangas, metais, zíperes, dentre outros. A etapa final, *Modelo*, deu-se à confecção/fabricação do produto. O resultado do projeto culminou em vários tipos de acessórios, tais quais: bolsa, calçados, bijuterias e roupas de excelente qualidade estética, funcional e simbólica, conforme exemplificamos com a Figura 3 que se refere a uma sandália fabricada a partir do reaproveitamento de uma peça jeans, na qual aproveitou-se partes dos bolsos que continham couro e estrasses.

Figura 3 – Sandália em jeans, couro e estrasses reaproveitados



Fonte: Acervo autor

Considerações Finais

Retomando as considerações sobre o desafio de conciliar as áreas Moda e Sustentabilidade, vale ressaltar que é extremamente gratificante poder contribuir com investigações e projetos para propor ideias e viabilizar a possibilidade de manufatura de produtos de moda utilizando o mínimo de recursos e maximizando os resultados. Desenvolver produtos para a área da Moda, esta que representa a vaidade do ser humano, com materiais alternativos, de poucos requintes, necessita-se de uma mudança de paradigmas por meio de novas posturas. Faz-se necessária uma revisão profunda de valores morais e éticos, para que se possa ver sob uma nova óptica. Precisamos repensar nossas atitudes, para reduzir, reaproveitar, reutilizar e/ou reciclar para religar e, dessa forma ampliar a vida dos produtos, tornando-a em ciclos, como nos indica o desenvolvimento de produtos sustentáveis. Religando conseguiremos tecer uma nova relação com a natureza, uma relação não de domínio, não predatória, como a atual, mas uma relação de respeito àquela que nos permite a vida. Ou mudamos o padrão de relacionamento com o planeta, ou seremos privados de recursos naturais o que acarretará uma perda irreparável da biodiversidade, conseqüentemente, perdas na nossa qualidade de vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAXTER, M. R. **Projeto de Produto - guia prático para o design de novos produtos**. 2ª ed. São Paulo: Editora Blucher, 2000.

BERLIM, L. **Moda e Sustentabilidade: uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BITENCOURT, Daniela V.; CARVALHO, Maria L. G. C.; BISPO, Katia S. O discurso da sustentabilidade. In: BITENCOURT, D. V.; ALMEIDA, R. N. de e OMENA, M. L. R de A. **Perspectivas da sustentabilidade**. São Cristóvão: Editora UFS, 2012. p. 37-47.

ESCOREL, Ana Luiza. **O Efeito Multiplicador do Design**. 3ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

FLETCHER, K. **Sustainable Fashion and Textiles**. Design Journeys. London: Earthscan, 2010.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2011.

GUIMARÃES, M. Sustentabilidade e Educação Ambiental. In: CUNHA, S. B.; GUERRA, A. J. T. **A questão ambiental: diferentes abordagens**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007. Cap. 3, p. 81-105.

LEFF, E. **Saber ambiental: sustentabilidade, racionalidade, complexidade, poder**. 5ª. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

MANZINI, E.; VEZOLLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: EDUSP /Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MORAIS, A. M.; FRISONI, B. C. **Ergodesign produtos e processos**. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

MORIN, Edgar. **A religião do saberes: desafio do século XXI** / idealizadas e dirigida por Edgar Morin; tradução e notas, Flávia Nascimento. 6ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

MOUSINHO, P. Glossário. In: TRIGUEIRO, A. **Meio Ambiente no século 21: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 5ª ed. Campinas. SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2008. p. 332-367.

SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 3ª Edição. Org Paula Yone Stroh. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

SANTOS SILVA, C. M.; SILVA AGUIAR, A. M. **Processos Criativos para o Design Sustentável**. In: XXV CNTT – Congresso Nacional de Técnicos Têxteis e 1º CONTEXMOD – Congresso Científico Têxtil e de Moda. EXPOR CENTER NORD, 15 a 18 de abril de 2013. **Anais do XXV CNTT e 1º CONTEXMOD**. 2013. São Paulo (SP), 2013. p. 01-20.