

## BLOG DE DIY COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO DO UPCYCLING:

*Um Estudo de Caso do blog A Pair and a Spare*

Lucietti, Tamires Joaquim; Mestranda; Universidade Federal de Santa Catarina,  
taah.aru@gmail.com<sup>1</sup>

Ramos, Malena; Graduanda; Universidade Federal de Santa Catarina,  
malenaaramos@gmail.com<sup>2</sup>

Soratto, Rafaela Bett, Mestranda, Universidade Federal de Santa Catarina.  
rafaelasoratto@gmail.com<sup>3</sup>

Trierweiler, Andréa Cristina, Doutora, Universidade Federal de Santa Catarina.  
andreatri@gmail.com<sup>4</sup>

LABeGIS - Laboratório de Gestão, Inovação e Sustentabilidade<sup>5</sup>

**Resumo:** Um grande desafio é unir moda e sustentabilidade, porém a tecnologia mostra-se uma grande aliada para a resolução deste problema. Com isso surgiram os blogs *DIY* "Do It Yourself", que traduzido para o português significa "Faça você mesmo". Este artigo tem como objetivo analisar os blogs *DIY* como ferramenta de divulgação dos pressupostos do *upcycling* no segmento da moda.

**Palavras chave:** Blogs; Moda; DIY.

**Abstract:** A great challenge is to unite fashion and sustainability, but technology is a great ally to solve this problem. With this appeared the DIY blogs "Do It Yourself", which translated into Portuguese means "Do it yourself". This article aims to analyze the DIY blogs as a tool to publicize the assumptions of upcycling in the fashion segment.

**Keywords:** Blogs; Fashion; DIY.

### Introdução

É cada vez mais evidente a necessidade de mudança de estilos de vida e de modelos produtivos para reduzir o impacto ambiental. Afinal, os recursos naturais limitados estão em conflito com os padrões de consumo atuais; assim, tal mudança exige a reflexão e ação quanto ao consumo

<sup>1</sup> Formada em Design de Moda pela UNISUL – Universidade do Sul de Santa Catarina, cursando Mestrado em Tecnologias da Informação e Comunicação pela UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>2</sup> Cursando Graduação em Tecnologias da Informação e Comunicação pela UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>3</sup> Formada em Moda e Estilo pela UNESC – Universidade do Extremo Sul de Santa Catarina, cursando Mestrado em Tecnologias da Informação e Comunicação pela Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>4</sup> Professora e Coordenado do Mestrado em Tecnologias da Informação e Comunicação – UFSC, Doutora em Engenharia de Produção pela UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina.

<sup>5</sup> LABeGIS - Laboratório de Gestão, Inovação e Sustentabilidade – Grupo de Pesquisa cadastrado no Diretório Dos Grupos de Pesquisa do Brasil Lattes - CNPq

insustentável, exigindo que consumidores e produtores busquem alternativas ecologicamente amigáveis, em suas relações de troca. É necessária a transformação, não somente da esfera tecnológica, mas principalmente, da social, nos comportamentos, hábitos e modos de viver dos indivíduos (KRUCKEN, 2009).

A tecnologia e a comunicação se aliam à moda, em busca de um *design* sustentável e assim, surgem diversas alternativas para a minimização dos impactos ambientais causados pela moda. Uma dessas alternativas é o *upcycling*, que tem conquistado cada vez mais seguidores, a exemplo dos *blogs* de DIY, acrônimo do inglês “*Do It Yourself*”, que traduzido para o português significa “Faça você mesmo”, que disponibilizam, na internet, conteúdo para que os leitores possam transformar peças, destinadas ao descarte, em novas possibilidades de vestuário e assim, de uso.

É inerente ao ser humano a necessidade de se expressar, de se comunicar. A moda, por sua vez, é comunicação. A vestimenta fala através do usuário. Neste sentido, se o vestuário de moda agregar um *design* sustentável, aquele que o veste estará por sua vez comunicando que é um sujeito responsável e consciente, preocupado com as questões ambientais, a preservação do meio em que vive e o destino das futuras gerações (MAZZOTTI; BROEGA, 2012).

Diante deste contexto, o artigo tem como objetivo analisar o *blog* de DIY: *A pair and a spare*, como ferramenta de divulgação dos pressupostos do *upcycling*, no segmento da moda.

### Procedimentos metodológicos

Para embasamento do estudo de caso, será feita uma pesquisa exploratória sobre os *blogs*, especificamente sobre *blogs* de DIY. Como se trata de um tema recente, com pouca literatura científica sobre o assunto, a pesquisa exploratória atende adequadamente esta fase do estudo, já que busca aproximar o pesquisador do problema e assim, conduz os primeiros passos da pesquisa (GIL, 2008).

Assim, como o foco será o *blog* de DIY: *A pair and a spare*, trata-se de um estudo de caso.

O estudo de caso é uma análise profunda e exaustiva de um ou de poucos **objetos**, de modo a permitir seu amplo e detalhado conhecimento. Sua qualidade exponencial é a flexibilidade. Assim, além do fim em si mesmo, é usada para as fases iniciais de um estudo de maior fôlego, para a construção de hipóteses e reformulação de problemas (RAUEN, 2002, p.58).

A fonte de informação para relato do estudo de caso é o *blog* da *A pair and a Spare* ([www.apairandasparediy.com](http://www.apairandasparediy.com)).

## Internet

A Internet surgiu em 1969; porém, inicialmente, tinha fins militares, com a concepção da rede nacional de computadores americana, utilizada para comunicação, em caso de emergência de guerra, no que se denominou ARPANET, criada pelo Advanced Research Projects Agency (ARPA).

No Brasil, a instalação da internet aconteceu em 1992, nas universidades brasileiras, após esse período, a tecnologia sofreu melhorias, possibilitando o surgimento dos primeiros telefones celulares (FERREIRA, 2007). Desde então, a internet no Brasil, vem se difundindo cada vez mais, com inúmeros serviços disponíveis na rede, mantendo bilhões de internautas conectados, atualizados e com acesso a diversos conteúdos (BARBOSA, 2005). E assim, assistiu-se a inúmeras evoluções, no século XXI, viabilizadas pelo aumento da produção de informação, mudanças tecnológicas como a evolução da web 1.0 para web 2.0 (ELIAS, 2014).

O termo web 2.0, popularizou-se em 2004, difundido em uma conferência organizada pela empresa O'Reilly Media, pertencente à Tim O'Reilly. Ou seja, uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web como plataforma", na qual são compartilhadas e colaboradas informações, por meio de comunidades, redes sociais, blogs e Tecnologia da Informação. Embora o termo parecesse significar uma versão mais atualizada da Web, não se refere à atualização em termos técnicos, mas sim, na forma com que os usuários e desenvolvedores classificam o ambiente de interação, nos quais englobam inúmeras linguagens e motivações (O'REILLY, 2005).

## Redes Sociais e Mídias Sociais



APOIO



REALIZAÇÃO



As pessoas se adaptam a interagir em ambientes, nos quais a troca continua de informações é uma necessidade diária. A internet apresenta diversos recursos para tal, um deles, é a mídia social, que dá suporte às redes sociais (CIRIBELI *et al*, 2011).

Quando falamos em mídias sociais, é preciso lembrar que seu surgimento é derivado das ferramentas advindas da Web 2.0, que nada mais é do que o aperfeiçoamento dos sistemas existentes na Web dos anos 1990. Os sites baseados na Internet começam com uma proposta “informacional”, com a oferta de páginas estáticas e conteúdos em sentido unidirecional para os leitores. (GOULART, 2014, p. 14).

Na perspectiva de Tomaél (2005), apesar de parecerem semelhantes, estarem no mesmo universo, as redes sociais e mídias sociais tem conceitos distintos. As redes sociais são constituídas por grupos de pessoas, que estabelecem algum nível de relação seja de trabalho, de amizade, enfim, relações de interesse mútuo. Assim, o indivíduo delinea e expande sua rede, conforme sua inserção na realidade social. Já, mídias sociais são ferramentas online usadas para divulgar conteúdo, possibilitando ao usuário, expor sua visão, percepção e conhecimento, de forma pública (YATES *et al*, 2011).

As mídias sociais mais conhecidas, atualmente, são os blogs, wikis, fóruns e sites de redes sociais (HEMSLEY *et al*, 2012). Contudo, a convergência destas mídias, o aumento do uso de dispositivos móveis e a busca pela interação social, tem tornado as redes sociais mais populares (ZHENG *et al*, 2010). A maioria das pesquisas sobre mídias sociais apresentam alguma relação com redes sociais; por isso, os conceitos acabam se mesclando.

Os blogs são um exemplo, pois ao mesmo tempo em que conteúdos são atualizados e publicados, os leitores podem interagir. A ferramenta tem como objetivo, o compartilhamento de conteúdo, ficando as relações, em segundo plano (ALTERMANN, 2010).

De acordo com Komesu (2004), o nome *blog* advém de *weblog*, traduzido como “arquivo na rede”. Os *blogs* tem como marco inicial, em 1999, com a utilização do *software blogger*, da empresa norte-americana Evan Williams. O *software* foi concebido como uma alternativa popular para

publicação de textos de forma *on-line*, uma vez que a ferramenta dispensava o conhecimento hábil em computação. A clareza e simplicidade para a edição, atualização e manutenção dos textos em rede, foram e são, os atributos fundamentais para o sucesso e a disseminação dessa ferramenta de auto expressão. A ferramenta permite, também, a convivência de diversas semioses, a exemplo de textos escritos, de imagens (fotos, desenhos, animações) e de sons (músicas, principalmente). Atualmente, a maior parte dos provedores não cobram taxas para a hospedagem de um *blog* na rede (McLuhan, 2002).

É possível notar, um número expressivo de *blogs*, que cresceram e se desenvolveram na área de *Design* de Moda, abrangendo diversos assuntos correlatos. A moda e a internet se aproximam pelas particularidades e semelhanças de suas dinâmicas: efemeridade, atualização, multiplicidade e individualismo (LIPOVETSKY, 1989).

Os *blogs* de moda, normalmente, apresentam os itens essenciais que qualquer *blog* e, como traço fundamental, utilizam muitas fotografias e vídeos, além de textos, já que a imagem é a linguagem primordial na moda (HINERASKY, 2010).

### **Estudo de Caso – *Blog Pair and a Spare***

Apesar deste promissor cenário tecnológico, de crescimento das redes sociais assim, de inúmeras possibilidades de negócio, cabe destacar que, os usuários dessas redes, recebem muitos estímulos ao consumo desenfreado. Nesse sentido, a indústria da moda é uma das que mais polui e causa impactos ambientais, o que estimulou o surgimento de uma corrente de usuários, que questiona os padrões de consumo vigentes e assim, recorrem aos *blogs* focados em *upcycling*.

O processo *Upcycling* compreende a percepção de valor em todos os produtos potencialmente descartáveis, de forma a minimizar possíveis impactos negativos ao meio ambiente, por não utilizar energia e produtos químicos como acontece no Downcycling. (MOREIRA *et al.*, 2015, p. 7).

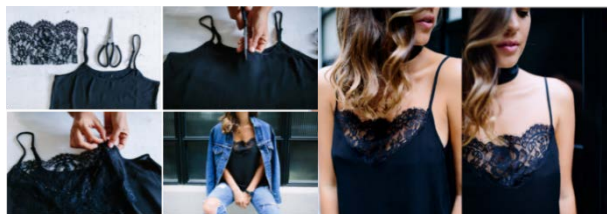
Alguns destes *blogs* têm como foco o *DIY*, (“Faça você mesmo”), é uma das tendências que se pode observar em tais *blogs*, que traduzem não só

a questão do *upcycling*, mas também, refletem uma preocupação de ordem social, relacionadas ao desenvolvimento de produtos sustentáveis.

Genebra Vanderzeil, com seu blog “*Pair and a Spare*” é um exemplo de *blogger* (blogueira) de sucesso, que segue a linha do “*Faça você mesmo*”. Esta blogueira cria ou customiza, peças de vestuário ou acessórios, utilizando outras peças simples, como materiais de reaproveitamento. Inicialmente, o *blog* foi criado para ser um diário para os projetos *DIY* de Genebra, mas cresceu tanto, que se tornou um lugar onde milhares de pessoas, buscam algo criativo para suas vidas. Hoje, *A pair and a Spare* não é apenas mais um *blog*, é uma comunidade global de mulheres com interesses em comum, compartilhando os bons momentos, risos e inspirações. E talvez, um ou dois *DIY's* falham, mas isso é totalmente parte do processo, conta Genebra, em seu *blog* (VANDERZEIL, 2017).

Todos os *DIY's* são ensinados por fotos, que ilustram os processos que devem ser realizados nas peças. Genebra, além de fotografar, também descreve cada foto, com um passo a passo. A figura 1 apresenta um *DIY* simples, transformando uma regata básica em uma regata diferenciada com renda.

Figura 1: Regata customizada no blog *A pair and a spare*, 2016.



Fonte: <http://apairandasparediy.com>, 2017

O blog *A pair and A Spare* é um dos vários exemplos de *blogs* que ensinam técnicas de *upcycling*, disponíveis na internet. É possível encontrar também, canais no *Youtube* com vídeos, ilustrando o passo a passo de customizações. Porém, mesmo com o surgimento, diariamente, de diversos *blogs*, a tendência é que somente os *bloggers*, que tenham conteúdo diferenciado e de qualidade, continuem atraindo público.

## Considerações Finais

São evidentes os impactos que a moda gera ao meio ambiente e assim, a preocupação com o futuro do planeta Terra é crescente. Diante disso, é fundamental desenvolver estudos, que explorem temáticas como consumo consciente em diversos segmentos do mercado. Especificamente, na moda, o *upcycling* desponta como uma temática para contribuição às questões de sustentabilidade neste setor, que tradicionalmente, tem explorado os recursos naturais de forma desenfreada e estimulado comportamentos de compra incompatíveis com os pressupostos da sustentabilidade.

O estudo sobre *blogs* de *DIY* e *upcycling* é recente, com pouca literatura científica sobre o assunto; porém, seu desenvolvimento é fundamental para posicionar o segmento da moda, não mais como um vilão, inerente ao consumo *fashion*, mas a moda servindo a questões de sustentabilidade, com o apoio das TICs, que com as redes sociais, podem propagar hábitos de consumo mais conscientes que os convencionais.

O “Faça você mesmo”, traduz-se em um recurso de empoderamento dos usuários, os quais podem optar por reutilizar roupas e acessórios, criando e combinando seus conhecimentos, adquiridos pelos *blogs* *DIY*, em novas peças e assim, repensando seus hábitos e padrões de consumo, diante da escassez de recursos, diminuindo o impacto ambiental proveniente de suas ações de consumo.

## Referências

ALTERMANN, Dennis. **Qual a diferença entre redes sociais e mídias sociais?**. Blog Midiatismo, 2010. Disponível em: <<http://www.midiatismo.com.br/qual-a-diferenca-entre-redes-sociais-e-midias-sociais/>>. Acesso em: 15 maio. 2017.

CIRIBELI, João Paulo; PAIVA, Victor Hugo Pereira. **Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado**. Revista Mediação, v. 13, n. 12, 2011.

ELIAS E. Goulart; *Mídias sociais: uma contribuição de análise*. EDIPUCRS, Porto Alegre, 2014.

HEMSLEY, Jeff; MASON, Robert M. The nature of knowledge in the social media age: Implications for knowledge management models. In: System Science (HICSS), 2012 45th Hawaii International Conference on. IEEE, 2012. p. 3928-3937.

HINERASKY, Daniela Aline. Jornalismo de moda no Brasil: da especialização à moda dos blogs. Porto Alegre, 2010.

FERREIRA, Aletéia. VIEIRA, Josiany Fiedler. A moda dos blogs e sua influência na cibercultura: do diário virtual aos posts comerciais. Paraná, 2006.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

KOMESU, Fabiana Cristina. Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet. São Paulo. Disponível em: <<https://www.ufpe.br/nehte/artigos/blogs.pdf>> Acesso em: 09 mai. 2017.

KRUCKEN, L. Design e território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

O'REILLY, T. What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software. Disponível em: <<http://www.oreillynet.com/pub/news/.html>>. Acesso em: 12 de mai. 2017.

MAZZOTTI, Karla. BROEGA, Ana Cristina. Incentivo ao consumo consciente através de processos alternativos de criação em moda. Portugal, 2012.

MCLUHAN, Marshall. Os Meios de comunicação como Extensões do Homem. 12. Ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

MOREIRA, Roseilda; MARINHO, Luciana; BARBOSA, Flávia. O Modelo de Produção Sustentável *Upcycling*: o Caso da Empresa TerraCycle. São Paulo, 2015.

RAUEN, Fábio José. Roteiro de Investigação Científica. Editora Unisul, Tubarão, 2002.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. Ciência da informação, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, 2005.

YATES, Dave; PAQUETTE, Scott. Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake. International Journal of Information Management, v. 31, n. 1, p. 6-13, 2011.

ZHENG, Yanlin; LI, Luyi; ZHENG, Fanglin. Social media support for knowledge management. In: 2010 International Conference on Management and Service Science. 2010. p. 1-4.