



VII Congresso de Pesquisa e Extensão da FSG
V Salão de Extensão

<http://ojs.fsg.br/index.php/pesquisaextensao>

ISSN 2318-8014



**UPCYCLING NA MODA COMO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE
PRODUTOS DE MODA.**

Izadora Michelin, Carlos Augusto Reinke*

Informações de Submissão

Carlos Augusto Reinke, endereço: Rua Os
Dezoito do Forte, 2366 - Caxias do Sul - RS -
CEP: 95020-472

Palavras-chave:

Upcycling. Moda. Sustentabilidade.

Resumo

Este estudo tem como objetivo refletir sobre o processo de *Upcycling* como uma alternativa sustentável no desenvolvimento de produtos de moda. Onde será realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o impacto ambiental da indústria da moda, debatendo as possibilidades para a confecção de produtos de moda mais sustentáveis; e um estudo de caso da empresa Wildknit Bags & Accessories, buscando debater sobre a criação, produção e comercialização de produtos de moda pela empresa.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo parte de uma reflexão em relação a indústria da moda e do vestuário, segundo Berlim (2012), este mercado é o que mais gera emprego e a terceira atividade econômica no que se refere a geração de renda. No entanto, há um outro lado da moda e do mercado têxtil que não vemos nas passarelas, que é o fato que estes segmentos são um dos maiores geradores de lixo. É importante destacar, que o reconhecimento da moda como um segmento poluidor não se relaciona somente ao que se refere aos processos de produção, ele também está relacionado com o fato de nossa sociedade se caracterizar com consumista, alimentando um ritmo de *fast fashion*, que se caracteriza como uma moda efêmera, em constante busca pelo novo, que oferta produtos de baixa qualidade e assim incitar o consumo desenfreado e ao mesmo tempo o descarte.

Estas colocações se confirmam por um estudo desenvolvido pela ONU (Organização das Nações Unidas), que estima que no Brasil são descartas cerca de 175 mil toneladas de sobras têxteis por ano e apenas 15% são reaproveitadas. Já o relatório *World Population Prospects: the 2017 Revision*, apresentado pela mesma organização em junho de 2018, a atual população mundial de 7,2 bilhões deverá atingir 9,6 bilhões até 2050. Com o aumento da afluência dos países emergentes, o medo aumenta a tensão sobre assuntos como recursos finitos, particularmente recursos naturais. As perguntas feitas são: "De onde as fibras, materiais e itens serão derivados para atender a demanda e quanto

será necessário?". O setor da moda simplesmente precisa encontrar uma maneira de lidar com as questões que está enfrentando - escassez de suprimento de matérias primas e a abundância de produtos residuais. Portanto, o objetivo deste estudo é refletir sobre as possibilidades de gerenciamento e redução de resíduos por meio do processo de *upcycling*, apresentando o estudo de caso da marca WildKnit.

É diante de tais percepções, que a sociedade passou a repensar seus consumos e a partir disto os consumidores passaram a valorizar os produtos de empresas conscientes com a questão da poluição ambiental. Eclodindo assim tendências como, o *slow fashion*, que consiste em um consumo mais racional e consciente dos produtos evidenciando um consumo focado nas pessoas (ANICET, 2011); e o *upcycling*, inclui o desempenho da atividade de valor agregado no material ou vestuário desmontado, de modo a criar um produto de maior qualidade ou valor do que o original.

No entanto, é importante frisar que *upcycling* não é o mesmo que reciclar, pois este processo se é encontrar outro uso para uma peça de vestuário existente ou, no caso de têxteis, às vezes também significa converter (desperdício) em materiais reutilizáveis. A reciclagem de roupas geralmente envolve a descoberta de outro uso ou usuário, redigitando uma nova fase para sua vida, começando no varejo. ANICET (2011) reafirma o conceito do *upcycling* ao mencionar que este processo:

significa utilizar um material já utilizado ou o resíduo de um produto tal como foi encontrado, sem despendar mais energia na reutilização do mesmo, ou seja, sem reciclar o produto. É um processo de recuperação que transforma os resíduos desperdiçados em novos produtos ou materiais com superior qualidade e valor ambiental” (ANICET, 2011, p. 3)

É diante destes conceitos que a justificativa da realização do estudo se sustenta por meio dos conceitos apresentados no que se refere as tendências e conscientização do consumidor em um consumo mais consciente, fazendo com que as empresas busquem se adequar a tal exigência de seus consumidores.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A partir do panorama atual em relação a conscientização de um consumo racional e tendo em vista as novas ideias e possibilidades de produção sustentável e o

processo de *upcycling* para empresas no segmento da moda, atualmente o mercado de moda é dominado pelo sistema de *fast fashion*, em que as lojas de varejo fornecem coleções com peças e numerações limitadas para forçar o giro e a percepção de oportunidade no consumidor. Nada mais que uma estratégia para forçá-lo a comprar mais e movimentar as coleções rapidamente, enfim, consumir. Esse comportamento é influenciado pela globalização, pelo alto nível de consumismo e pelo veloz acesso a qualquer tipo de informação, produtos e serviços.

Um dos grandes desafios do segmento de moda é a inserção do negócio nos preceitos da sustentabilidade, em todos os seus processos produtivos e, além disso, se manter no mercado atendendo aos desejos dos consumidores que, mesmo prezando pela qualidade e preço, estão cada vez mais exigentes, procurando mudanças na vida, optando por modelos produtivos que reduzem os impactos ambientais.

Atualmente, os consumidores valorizam produtos que sejam amigáveis com o meio ambiente, por isso, tendências como *upcycling*, *slow fashion*, reuso, reciclagem etc. têm crescido. Mais especificamente, o *upcycling* propõe o reuso de materiais para serem transformados em produtos com maior valor ou qualidade do que o produto original, e tem sido reconhecido como um processo promissor para reduzir o uso de materiais e energia na produção e consumo sustentáveis. Neste contexto, surge a oportunidade de empresas do segmento da moda construírem negócios que explorem essa tendência para a sustentabilidade, prevenindo riscos atuais e futuros ao meio ambiente

3 METODOLOGIA

A partir do levantamento teórico sobre a questão do impacto ambiental dos resíduos da indústria da moda, optou-se em desenvolver um estudo de caso a respeito da aplicação do processo de *upcycling* dentro de um processo produtivo de uma empresa. Tal organização metodológica foi estruturada partindo das colocações de Gil (*apud* Prodanov, 2008, p.60) que menciona que o estudo de caso consiste em uma metodologia de pesquisa que está voltada “para a aplicação imediata de conhecimentos em uma realidade circunstancial, relevando o desenvolvimento de teorias.”.

Neste sentido, o ponto de partida do estudo foi a realização de uma análise da empresa WildKnit Bags & Accessories, com sede na cidade de Caxias do Sul – RS, entrou no mercado em outubro de 2018, os principais produtos de sua linha são as mochilas e os

acessórios como capas para tablets, pochetes e bolsas para celular. Ao longo de dez meses da marca, ela contabiliza aproximadamente 56 produtos vendidos por mês, o que evidencia que marcas que trabalham com uma política e um posicionamento consciente em relação ao meio ambiente possuem espaço no mercado de moda.

Dentro das linhas de produtos da marca, as chamadas Wkbags, São mochilas feitas a partir de cabedais em knit, que é a parte superior do calçado produzidos pelo processo de tear. Na figura 1, é possível visualizar o cabedal antes da costura no calçado e ao lado a mochila desenvolvida com este material.

Figura 1 - Matéria prima e Wkbags finalizada



Fonte: Acervo pessoal

Os cabedais são desenvolvidos pela empresa TopShoes Brasil e produzidos pela empresa Fiber Têxtil em máquinas retilíneas Stoll, quando estes materiais apresentam falhas técnicas, que inviabilizam sua aplicação nos calçados; ou eram testes de produção, acabavam se tornando resíduos uma vez que não possuíam aplicação dentro da cadeia produtiva dos calçados.

E foi buscando dar um novo destino a este subproduto, que a WildKnit identificou uma possibilidade de reaproveitar este material no desenvolvimento de seus produtos que segue um processo que começa com a separação dos cabedais, selecionados de acordo com cores, tamanhos e facilidade de manipulação e assim passam para a etapa de confecção das mochilas. São cortados, juntados, queimados nas extremidades para não desfiar e costurados a mão, formando o esqueleto da bolsa para depois acrescentar forros,

bolsos, aviamentos, couro sintético, etc. De forma mais detalhada, o processo de fabricação dos produtos pode ser visualizado por meio da tabela 1 a seguir, elaborada a partir das informações da marca.

Tabela 1 - Etapas de desenvolvimento de produtos da marca.

Etapa 1	Selecionar resíduos têxteis (cabedais e retalhos) recebidos das empresas TopShoes Brasil/Fiber Têxtil;
Etapa 2	Escolher e cortar partes a serem utilizadas para garantir a qualidade na hora da montagem dos produtos;
Etapa 3	Juntar as partes escolhidas na máquina reta, cuidando de cada detalhe para que tenha o mínimo de sobras possíveis;
Etapa 4	Cortar as partes juntadas de acordo com o molde criado para cada tipo de produto;
Etapa 5	Queimar as extremidades para que a tecelagem técnica não venha a desfiar;
Etapa 6	Costurar zíperes, “folhas” de espuma para suportar e moldar a mochila e forro (acrescentando etiquetas de marca e composição);
Etapa 7	Adicionar o couro sintético nas partes escolhidas (detalhes) e finalizar acrescentando as fivelas e mosquetões.

Fonte: Elaboração da autora.

Na figura 2, são apresentadas algumas das etapas de desenvolvimento de um modelo de mochila da marca e que se referem aos processos mencionados anteriormente.

Figura 2 - Sequência de produção da mochila da marca



Fonte: Acervo da autora.

Estes são os processos para o desenvolvimento de uma Wkbag e ao traçar um paralelo com os conceitos de desenvolvimento de artigos de moda, de autores como Treptow (2009), Meadows (2013) e Renfrew (2010), a marca resume-se em criar algo diferente, exclusivo e original e ao mesmo tempo estar atrelado a uma tendência comportamental da sociedade, que é o consumo consciente visando o meio ambiente, buscando encantar e motivar o cliente a obter um produto da WildKnit Bags & Accessories.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao final do estudo de caso realizado junto a marca WildKnit Bags & Accessories, é possível delinear algumas discussões relacionadas ao seu processo de produção e as formas como este se relaciona com o processo de *upcycling* visando um desenvolvimento sustentável.

O primeiro aspecto é observar que o processo adotado pela marca não se caracteriza como de reciclagem, uma vez que para isto os materiais têxteis seriam submetidos a processos como o de decomposição ou moagem de materiais de alta qualidade em suas formas ou substratos mais puros. A tecnologia de reciclagem é vista como importante no combate à escassez de matérias-primas e oferece às empresas formas adicionais de gerenciar seu suprimento de matérias-primas. Porém, o que se identifica no estudo de caso, é que o subproduto da indústria do calçado é trabalhado de forma que este sirva de matéria prima para um novo produto de maior qualidade ou valor. Na figura 3 é apresentado o modelo de mochila desenvolvida a partir da matéria prima apresentada na imagem anterior.

Figura 3 - Modelo de mochila desenvolvida pela marca.



Fonte: Acervo pessoal.

Além destas observações, foi possível identificar que o modelo de negócio adotado se relaciona com as propostas de Bocken (*et. Al.* 2014) dos oito arquétipos que resultaram da análise de vários exemplos de inovação em sustentabilidade. Os arquétipos são agrupados nas dimensões da inovação tecnológica, social e organizacional. A dimensão inovação tecnológica diz respeito ao processo de fabricação e remodelagem do produto relacionado a tecnologias limpas; a dimensão social inclui novas ofertas que mudam o comportamento do consumidor, e a organizacional refere-se a mudança na cultura e nas rotinas da empresa que refletem um novo modo de atuação por meio de soluções sustentáveis. A descrição do modelo está elencada na tabela 2 abaixo:

Tabela 2 - Arquétipos de Modelo de Negócios Sustentáveis.

DIMENSÃO	ARQUÉTIPO	DESCRIÇÃO
TECNOLÓGICA	1. Maximizar eficiência energética e material	Fazer mais com menos recursos, gerando menos resíduos, emissões e poluição.
	2. Criar valor a partir de resíduos	Eliminação do conceito de “resíduos” transformando desperdícios existentes por meio da reutilização de material e transformação de desperdício em valor.
	3. Substituir por processos renováveis e naturais	Redução do uso de recursos não renováveis, reduzindo as emissões associadas a queima de combustíveis fósseis e a produção de resíduos em aterros.
SOCIAL	4. Oferecer funcionalidade ao invés de propriedade e maximizar o uso dos produtos	Prestar serviços que satisfaçam as necessidades dos usuários sem ter que possuir produtos físicos, e incentivar a maximização do uso dos produtos.
	5. Adotar um papel de liderança	Envolver proativamente os <i>stakeholders</i> para garantir o seu bem-estar (funcionários, clientes, fornecedores, acionistas).
	6. Incentivar a suficiência	Soluções que procuram ativamente reduzir o consumo e produção.
ORGANIZACIONAL	7. Adaptar os negócios para a sociedade/ambiente	Priorizar a entrega de benefícios sociais e ambientais por meio de uma integração entre a empresa, as comunidades e demais <i>stakeholders</i> .
	8. Desenvolver soluções sustentáveis	Fornecer soluções de produtos e serviços que buscam reduzir o consumo e a produção maximizando benefícios para a sociedade e meio ambiente.

Fonte: Adaptado de Bocken *et al.* (2014).

Portanto, ao final das reflexões obtidas a partir do estudo de caso e dos conceitos trabalhados, um dos principais desafios é projetar modelos de negócios de tal forma que permita à empresa capturar o valor econômico para si mesmo por meio de benefícios sociais e ambientais. Isso pode ser alcançado por meio deecoinovações focando tanto na minimização de riscos ambientais em toda a cadeia de produção quanto no faturamento da empresa envolvida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de toda análise e reflexão dos tópicos destacados neste trabalho, concluiu-se que todos os objetivos foram cumpridos claramente: a empresa WildKnit achou um jeito simples e criativo de usar o *upcycling* à seu favor e mostrou todas as etapas do processo de confecção de seus produtos, onde prova que, mesmo sendo algo simples, fazer a diferença demanda tempo, determinação e persistência. Por isso, o *slow fashion* vem sendo cada vez mais valorizado pelo mercado da moda em geral.

A reflexão sobre a poluição da Indústria Têxtil e de Vestuário, de fato mostrou que se as empresas não mudarem a forma de abordagem tanto de criação quanto comercialização de seus produtos, o mundo ficará limitado ambientalmente (escassez de matéria prima, ar poluído, florestas devastadas etc.) levando ao mundo da moda tomar medidas extremas. Todavia, soluções existem ou, pelo menos, medidas simples que podem ser tomadas onde todos os lados ganham: meio ambiente não é tão prejudicado, fabricante reutiliza produtos/matéria (o que, por mais que possa ter um custo alto nos processos para que o mesmo seja reutilizado corretamente, economiza-se tempo e dinheiro ao não precisar produzir novamente para obter um produto de qualidade e que seja aceito no mercado) e o consumidor final têm consciência limpa ao fazer sua compra.

6 REFERÊNCIAS

ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. **Ações na área de moda em busca de um design sustentável**. Anais do 7º Colóquio de Moda, Maringá, 2011.

MEADOWS, Toby. **Como montar e gerenciar uma marca de moda**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. 200 p.

NAÇÕES UNIDAS. World Population Prospects: the 2017 Revision, Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/>> Acessado em 05 de Agosto de 2019.

RENFREW, Elinor. **Desenvolvendo uma coleção**. Porto Alegre Bookman 2010 1 recurso online (Fundamentos de design de moda).

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4. ed. Brusque: Pallotti, 2009. 209 p. ISBN 8590371816.