

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
DEPARTAMENTO DE DESIGN

LUDIMILA FERREIRA FIALHO

RE+
RESSIGNIFICAÇÃO DE ROUPAS PARA UM CONSUMO CONSCIENTE

BRASÍLIA
2021

LUDIMILA FERREIRA FIALHO

RE+
RESSIGNIFICAÇÃO DE ROUPAS PARA UM CONSUMO CONSCIENTE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a diplomação em Design - Projeto de Produto pela Universidade de Brasília.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Nayara Moreno de Siqueira

BRASÍLIA
2021

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado forças nessa etapa final e durante todos os anos de cursos para que conseguisse chegar até este momento.

Agradeço a minha família, principalmente ao meu irmão Gustavo e à minha mãe Neuza, por me apoiarem e darem o suporte necessário durante toda essa caminhada.

Agradeço à minha orientadora, Nayara, por ser paciente, por me ajudar a encontrar caminhos quando foi necessário e por apoiar a minha ideia desde o início.

Agradeço ao meu companheiro, Gabriel, por tanto apoio, paciência, compreensão e incentivo nos momentos difíceis.

Agradeço à Nathalie por sempre me escutar horas a fio, me incentivar, me ajudar toda vez que foi necessário e a agradeço por me acompanhar durante a maior parte do curso.

Agradeço à professora Geórgia pela prontidão em orientar e por todo suporte, em momentos adversos.

Agradeço a todas as pessoas que me escutaram falar sobre este trabalho inúmeras vezes e que sempre me apoiaram.

Por fim, agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha jornada para que este momento se tornasse possível.

RESUMO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um projeto de serviço de interação online para promover a ressignificação de roupas que possuem um valor afetivo para quem as possui. O projeto tem como objetivo promover o consumo consciente ao informar seus usuários sobre as consequências do *fast fashion* e do consumo exacerbado. Objetiva-se, também, incentivar a ressignificação de peças sem uso, que possuem um valor afetivo, para prolongar o ciclo de vida do produto por meio de técnicas como o *upcycling* e o DIY (faça você mesmo), para evitar o seu descarte e informar sobre as consequências ambientais provocadas pela indústria e exploração da mão de obra nos processos de fabricação de roupas.

Palavras-chave: consumo consciente; ressignificação; *upcycling*; DIY; *fast fashion*;

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem de resíduos têxteis.....	16
Figura 2: Roupas feitas através do upcycling.....	19
Figura 3: Roupa feita através do faça você mesmo.....	20
Figura 4: Desenho Double Diamond.....	24
Figura 5: Print de relatos.....	26
Figura 6: Print de relatos.....	26
Figura 7: Print de relatos.....	26
Figura 8: Mapa da jornada do usuário antes do serviço.....	27
Figura 9: Mapa da jornada do usuário depois do serviço.....	30
Figura 10: Logo RE+.....	32
Figura 11: Paleta de cores.....	33
Figura 12: Exemplo publicação provocativa.....	34
Figura 13: Molde do top bustiê.....	34
Figura 14: Imagens do vestido longo já cortado.....	35
Figura 15: Imagens do vestido longo já cortado.....	35
Figura 16: Imagem do vestido rasgado.....	36
Figura 17: Moldes cortados no papel.....	36
Figura 18: Marcação com giz no tecido.....	37
Figura 19: Moldes cortados no tecido.....	37
Figura 20: Montagem da peça.....	38
Figura 21: Montagem da peça.....	38
Figura 22: Peça pronta.....	39
Figura 23: Frente da peça.....	39
Figura 24: Costas da peça.....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
1.REVISÃO DE LITERATURA.....	10
1.1. Indústria da moda e a exploração de mão de obra.....	11
1.2. Impactos ambientais provenientes da indústria têxtil.....	14
1.3. Formas de ressignificar peças.....	18
1.4. O vestuário e seus valores inconscientes.....	20
2.MÉTODO E FERRAMENTAS.....	23
2.1. Double Diamond.....	23
2.2. Ferramentas.....	24
2.3. Perfil de possíveis usuários.....	28
3.RE+.....	29
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
REFERÊNCIAS.....	41
ANEXO.....	45

INTRODUÇÃO

Quando se fala de ações nocivas ao meio ambiente não é muito difícil listar ações como desmatamento, emissão de gás carbônico na atmosfera, descarte inadequado de lixo, desperdício de água e vários outros. Ao pensar nos agentes causadores dessas ações, comumente relaciona-se à indústria pecuária e petroquímica. No entanto, poucas pessoas sabem que a indústria têxtil estaria entre umas das que mais poluem. Apesar de, nos últimos anos, a informação de seus impactos ambientais estar sendo divulgada de forma que não era há décadas, muitas pessoas ainda não sabem do tamanho desse impacto e as que sabem, a maioria, ainda ignora essa realidade.

A moda, desde muito tempo, tornou-se parte essencial da vida das pessoas, apresentando diversos valores e significados de acordo com as épocas. Sendo caracterizada pela sua efemeridade e pela fantasia estética, tornando-se um grande elemento usado para a estratificação social por muitos anos (LIPOVETSKY, 1987). Apesar de ainda ser utilizada como uma forma de distinção social entre as classes, passou a ser fortemente usada como um meio de individualização. O autor cita que com o surgimento da Alta Costura, deu-se o primeiro passo para a democratização da moda e para o consumo em massa. No entanto, por suas características de confecção artesanal e sob medida, e por opor-se diretamente contra o sistema de fabricação destinado às classes mais pobres, a Alta Costura simboliza muito mais uma segregação de elite e classe operária do que de fato uma democratização.

Apenas na década de 60, com o *prêt-à-porter*, começa a de fato acontecer a disseminação da moda para diversas classes e tornando-a mais acessível, além de começar a estabelecer as tendências no mercado. Dando origem ao momento seguinte considerado como “moda consumada” (LIPOVETSKY, 1987), bem semelhante com o que pode ser presenciado nos dias atuais em que existe um bombardeamento de novidades com preços cada vez mais baixos. O início de uma produção em massa e desenfreada que possibilitou chegar no modelo dos dias atuais.

O *fast fashion* foi criado para entregar tendências cada vez mais rápidas e com preços muito abaixo do normal. As peças inspiradas nas grandes marcas

chegam nas lojas por um valor praticamente simbólico, se for pensar em todos os processos e materiais envolvidos na produção. Após o seu surgimento, o consumo de peças e acessórios aumentou mais que o dobro. A produção desenfreada de peças, com qualidade inferior à necessária para uma vida prolongada do produto, acabou gerando grandes consequências ao mesmo tempo que esse modelo de mercado enlouquecia os compradores, afinal, eles estavam tendo contato com peças inspiradas nas roupas de grandes grifes com preços muito mais acessíveis e com uma velocidade quase que imediata. No entanto, por trás do êxtase das compras exageradas deixou oculto por muito tempo o verdadeiro motivo dos preços serem tão baixos: a exploração de uma mão de obra por trás e a utilização dos produtos nocivos ao meio ambiente.

A motivação para a realização deste projeto é o consumo exacerbado e desnecessário que a sociedade é influenciada a realizar e as consequências “invisíveis” por trás de uma ação considerada como simples. Atualmente, é consumido mais que o dobro do que há duas décadas e muitos produtos comprados são usados pouquíssimas vezes pelo fato da maioria serem compras feitas sem uma real necessidade, pois os usuários são seduzidos pelos baixos preços e pelas novidades recorrentes do mercado. As pessoas ficaram tão fascinadas com a quantidade de tendências com preços baixos, que demorou anos para começarem a pensar o porquê daquelas roupas serem tão baratas das que as demais.

Objetiva-se, por meio desta proposta, promover um consumo consciente com a criação de novas peças de forma sustentável utilizando técnicas para realizar esta ressignificação. Formas de transformar peças foram escolhidas considerando a capacidade de criar novas roupas sem a necessidade de usar mais recursos naturais para a produção e diminuindo o número de descartes em aterros sanitários, sendo capaz também de colocar em uso uma peça que por algum motivo deixou de ser utilizável. A interação do usuário nesse processo de transformação das peças pode possibilitar maior identificação do usuário com o que ele veste. Um outro objetivo é encontrar formas de conscientizar o maior número de pessoas possível, principalmente aquelas que são consumidoras do fast-fashion, sobre as consequências de roupas baratas e de consumo exacerbado. Informá-las sobre os impactos gerados na natureza assim como as condições de trabalho, na maioria das vezes, dos trabalhadores envolvidos nessa produção.

O *fast fashion* ainda é - e será por muito tempo ainda - a única opção de compra para várias pessoas, é de grande importância apresentar pequenas atitudes que cada um pode fazer para ajudar de alguma forma as mudanças necessárias, como incentivar uma cobrança das marcas sobre a transparência dos seus fornecedores e processos de fabricação, bem como a cobrança por mais iniciativas sustentáveis. Tentar incentivar a compra em brechós e desmistificar a ideia de brechó como algo ruim. Além de apresentar formas para a melhor conservação de suas roupas, a fim de estimular mais o uso de cada peça. E, por fim, abordar o tema moda não apenas no seu sentido de tendências mas também falar sobre o seu valor além do vestuário e a sua relação com o usuário.

A metodologia utilizada no desenvolvimento do projeto foi a Double Diamond que consiste em quatro principais etapas: descobrir, definir, desenvolver e entregar. A principal característica desta metodologia é o desenvolvimento não linear do processo e que eventualmente pode ocorrer a volta em etapas anteriores, dependendo de qual for a necessidade atual do projeto, possibilitando essa inter-relação entre as etapas. Assim como a busca por referências teóricas durante todo momento do seu desenvolvimento.

No primeiro capítulo, foi feita uma revisão da literatura apontando todo embasamento para o desenvolvimento, sendo dividido em mais 4 subcapítulos onde, cada um deles, são apresentados grandes pilares e motivadores para o desenvolvimento deste trabalho. No segundo capítulo, foi apresentada a metodologia escolhida, assim como, das ferramentas aplicadas e um pouco sobre os usuários aos quais se destina este projeto. Sendo assim, no terceiro capítulo é apresentado o resultado final com base no que foi desenvolvido e descrito nos capítulos anteriores.

1. REVISÃO DE LITERATURA

Sob uma perspectiva histórica da moda e seu significado perante a sociedade com análise em vários momentos da humanidade, a moda apresenta estereótipos de futilidade e superficialidade, sendo ignorada, por muito tempo, pelos pesquisadores ao ser subestimada e considerada como frívola para ser alvo de estudos mais importantes e mais sérios (LIPOVETSKY, 1987). Talvez, se não tivesse sido negligenciada como algo importante na sociedade, as consequências hoje poderiam ser menores e, até mesmo, não existirem.

A partir da década de 60, iniciou-se a prática de consumo exacerbado, a obsolescência das peças e a efemeridade das tendências. Mas a necessidade de tornar a moda mais barata nunca cessou e a tendência nas décadas seguintes foi sempre achar outras formas para reduzir os preços, tornando o ato de comprar uma ação desenfreada e quase automática para seus consumidores.

Cada vez mais, é de extrema importância que o usuário comece a conhecer e entender sobre o processo das roupas que está indo comprar e a questionar as marcas que consome sobre a fabricação de suas roupas, as condições de trabalho por trás e quais as medidas tomadas para se tornarem marcas mais sustentáveis. Apesar do número de marcas com o processo de fabricação das roupas mais transparentes e com uma preocupação em aplicar práticas sustentáveis em seus produtos estar crescendo anualmente, é importante que mais marcas se adaptem a este estilo de produzir e vender. É previsto que com o tempo, as marcas que não se adequarem a essa nova época da moda, em que princípios como sustentabilidade serão fundamentais, serão consideradas como “vilãs” e que a expectativa das que tenham esses valores serão prioridades de compra (CARVALHAL, 2016).

1.1. Indústria da moda e a exploração de mão de obra

Apesar que o consumo em massa já estava sendo disseminado desde a década de 60, nos anos 90 foi quando surgiu o *fast fashion*. Este foi criado com a intenção de deixar as peças com preços ainda mais baixos e com a oferta de tendências das passarelas para as lojas quase que imediatamente. Com os anos, foi ganhando ainda mais força no mercado e foram surgindo mais e mais marcas com esta proposta. Devido este aumento, a concorrência foi crescendo de forma diretamente proporcional e assim aumentando a indispensabilidade de ofertar roupas sempre mais baratas e novas tendências em um período de tempo ainda mais curto. Mas como essas roupas chegavam às lojas com um preço muito abaixo do mercado? Em 2013, houve um desabamento do prédio Rana Plaza, em Bangladesh, onde trabalhadores fabricavam peças para várias marcas famosas. O acidente aconteceu devido a precariedade da estrutura e da segurança do prédio, cerca de 1127 pessoas morreram, isso sem contar todos que ficaram feridos gravemente. Os próprios trabalhadores já haviam comunicado a gerência sobre o perigo que o prédio estava oferecendo com inúmeras rachaduras, porém, nada foi feito. O Rana Plaza produzia peças para várias lojas internacionais de grande prestígio do público. Na mesma cidade, 6 meses antes dessa tragédia, houve um incêndio em uma outra fábrica e 100 pessoas morreram. Infelizmente, foi necessário tragédias como estas para as pessoas começarem a buscar mais sobre a origem de suas roupas e o motivo de seus baratos baixíssimos. O que é muito barato para quem compra é muito caro para quem fabrica.

O documentário “The True Cost” (2015) - “O Verdadeiro Custo” em uma tradução literal - mostra como é a vida de quem trabalha nas fábricas de roupas em Bangladesh e como são as suas condições de trabalho. Em uma sociedade em que a aparência importa tanto, a moda começa a ser usada como forma de demonstrar a preocupação pela aparência e transformando o consumo de roupas em algo muito importante para todos. Na década de 60, 95% das roupas que os americanos utilizavam eram produzidas na América. Em 2015, esse número caiu para 3%, os outros 97% são terceirizados em países subdesenvolvidos onde há uma mão de obra abaixo do valor normal, lugares onde os trabalhadores ganham cerca de 2

dólares por dia de trabalho intenso e em condições precárias. O consumo de peças, em 2015, era de mais de 80 bilhões de peças no ano, 400% a mais do que há duas décadas. No êxtase das novidades semanais ou quinzenais, os consumidores não estavam interessados em saber a verdadeira história por trás de todo processo.

Segundo o documentário, ao invés de ofertarem 2 temporadas por ano, as marcas passaram a lançar 52 temporadas, ou seja, em torno de uma por semana. Para ofertar o produto cada vez mais barato, essas marcas buscavam fabricantes que estavam dispostos a vender uma mão de obra com preços mais e mais baixos, para que essa redução fosse possível, os custos com infraestrutura e com os trabalhadores eram reduzidos e além de não cumprirem com requisitos básicos de segurança, há também a utilização de menores de idade na confecção de peças. E, lamentavelmente, trabalhar nessas fábricas é a melhor opção que esses trabalhadores têm, mesmo com todas as condições inadequadas, elas possibilitam um trabalho mais digno do que a prostituição, por exemplo, que é bastante presente em Bangladesh, incluindo a prostituição de menores. Shima Akther, uma funcionária da empresa de confecções, cita: “Eu não quero que ninguém vista nada que foi produzido com o nosso sangue”, ao referir-se às situações de trabalho. A intenção ao levantar essas informações, não é defender a saída das fábricas desses países em que estão, mas sim que houvesse uma condição de trabalho digna.

Este documentário foi essencial para mostrar a realidade por trás do “*glamour*” das vitrines renovadas semanalmente e das sacolas cheias através de valores irrisórios. Muitos sabem da exploração de mão de obra em países subdesenvolvidos, no entanto, parecem não se importar ou não acreditar na veracidade desta informação. Todos que gostam de adquirir peças com preços muito baixos, deveriam ver quem está pagando o preço que eles não pagam no momento da compra.

Ao contrário do que muitos pensam, a exploração da mão de obra não acontece apenas em países no oriente como também existem inúmeras situações semelhantes no Brasil também, principalmente com trabalhadores imigrantes de outros países latinos como Peru, Venezuela e Bolívia.

Moda Livre é um aplicativo criado pela Repórter Brasil com o intuito de informar sobre diversas marcas presentes no país e as condições de trabalho envolvidas na sua fabricação. Além de avaliar as marcas de acordo com sua transparência ao responderem questionários sobre suas políticas de trabalhos e relação com seus fornecedores, é criado um *ranking* com as pontuações de cada uma. No aplicativo é possível ver todos os requisitos de avaliação utilizados e a justificativa da pontuação de cada uma que participou. Sendo possível também, ver o histórico de flagrantes de trabalho com mão de obra explorada no país que são mais recentes do que muitos imaginam.

O Moda Livre é muito importante para auxiliar aqueles que procuram lugares mais responsáveis para realizar suas compras e também para aqueles que procuram se conscientizar e se informar mais sobre as condições de trabalho aqui no país, pois, infelizmente, essa exploração não é tão longe como muitos pensam.

Fashion Revolution

O *Fashion Revolution*, criado em 2014, é uma campanha para uma reforma na indústria da moda com ênfase na necessidade de divulgação e dados referentes ao seu processo de fabricação. Além disso, busca conscientizar sobre a origem das roupas, suas consequências ambientais para os seus consumidores e provocá-los com a hashtag *#WhoMadeMyClothes* (*#QuemFezMinhasRoupas* no Brasil) para se questionarem e também questionarem as marcas como uma forma de incentivar mais transparência. O evento com palestras, documentários, conversas entre profissionais, entre outros, ocorre durante uma semana de forma anual e geralmente acontece em abril próximo ao aniversário do acidente do Rana Plaza. Como incentiva o consumidor a cobrar das marcas sobre a transparência em sua cadeia de produção, o *Fashion Revolution* publica anualmente um relatório com pontuações de variadas marcas sobre o seu nível de transparência em determinados tópicos. Hoje, está presente em mais de 100 países, sendo o Brasil um deles.

O *Fashion Revolution* é importante para conscientizar cada vez mais a população sobre o que por trás das peças que compramos, sendo uma de várias iniciativas que contribuem progressivamente mais para a erradicação da exploração neste setor e também para um conhecimento maior, alertando, das consequências ambientais que são já podem ser presenciadas nos dias atuais.

1.2. Impactos ambientais provenientes da indústria têxtil

Acontece que mesmo se todo trabalho envolvido no ciclo de produção de uma peça oferecesse condições completamente dignas aos seus trabalhadores, a constante oferta de novas peças não deixa de ser um grande problema: o imenso descarte de resíduos. E, claro, assim como o crescimento das ofertas, o consumo também disparou. Estima-se que nos anos 30, as mulheres tinham em média nove peças de roupas e hoje cada pessoa compra em média 64 peças por ano e usam apenas metade do que têm, usando uma peça de 7 a 10 vezes. Compra-se muito mais e usa-se muito menos. Assim, a moda acaba perdendo um pouco do seu valor cultural e da sua individualidade com essa produção desenfreada (CARVALHAL, 2016). Além do fato de que as peças produzidas possuem as mesmas referências, tornando tudo muito semelhante independente de onde elas são compradas, impedindo um pouco a possibilidade de individualização que sempre foi uma característica muito importante da moda. Contudo, não é apenas no descarte que a indústria têxtil atinge o meio ambiente de forma negativa, mas sim, em todo o processo necessário para fabricar uma roupa.

Tudo inicia-se com a escolha do material que fabricará o tecido. Apesar do algodão ser uma fibra natural que, teoricamente, seria mais sustentável precisa de muitos litros de água para o seu cultivo. Estima-se que são necessários 30 mil litros de água para criar um quilo de algodão, se cada adulto consumir 3 litros de água por dia, em um ano terá consumido o total de 1095 litros de água (CARVALHAL, 2016). Sendo que, quase 35 milhões de brasileiros - dado de março de 2021 - , não têm acesso a água potável e esse número pode chegar em torno de 2,2 bilhões de

pessoas em todo mundo. Por que 30 mil litros de água são manuseados para a produção de apenas um quilo de algodão, enquanto bilhões de pessoas no mundo não têm água potável para beber? De acordo com a *Ellen MacArthur Foundation*, a produção têxtil usa cerca de 93 bilhões de metros cúbicos de água anualmente e cerca de 20% da poluição da água industrial de todo mundo é devido ao tingimento e ao acabamento de tecidos.

A quantidade de água utilizada é um dos grandes problemas que essa indústria provoca, contudo, não é o único. Com a necessidade do desenvolvimento rápido e sem contratempos, fortes produtos químicos são usados para o crescimento “saudável” do pé de algodão. O uso desses produtos gera a contaminação dos lençóis freáticos e contribui para a degradação do solo, mas o algodão é apenas um de vários tecidos que poluem o meio ambiente. O poliéster, por exemplo, apesar de apresentar um baixo consumo de água durante o seu processo de fabricação, é derivado do petróleo, sendo assim, não é biodegradável. A lavagem de peças fabricadas com este material libera microplásticos que posteriormente chegam nos oceanos poluindo-os. Além das situações já citadas, o processo de tingimento dos tecidos também pode gerar a contaminação da água devido aos produtos químicos utilizados, coibindo a sua reutilização e também a contaminação dos lençóis freáticos, lembrando que ainda existe o uso de uma quantidade de água considerável nesta etapa do processo.

O *fast fashion* por caracterizar-se com uma produção, oferta e uso de forma rápida e contínua, os produtos possuem uma baixa qualidade e seu ciclo de vida é mais curto, indicando uma situação de obsolescência programada. A necessidade criada para seguir as tendências ininterruptas contribui para o pouco uso das peças, visto que, a roupa ao deixar de ser a tendência do momento começa a ser “dispensável” para aqueles que são adeptos a seguir a moda à risca. Com o aumento da produção e com a diminuição do uso, cresce o número de descarte de resíduos da fabricação e dos produtos após o seu tempo de utilização. Um dado da Loga, empresa de coleta de São Paulo, aponta que são recolhidas diariamente 20 toneladas de roupas pós-consumo e 35 toneladas de resíduos de tecidos, dados de 2021, sendo que este número apresenta uma queda de 15%, desde que iniciaram os relatórios destes dados em 2017, devido à pandemia do COVID-19.



Figura 1: Imagem de resíduos têxteis. Fonte: Ziga Plahutar

Lamentavelmente, não existe um tecido produzido de forma completamente sustentável mas a escolha de peças com apenas um tipo de tecido, já ajuda no processo de reciclagem e o método mais sustentável continua sendo a forma de consumo consciente, em que compras desnecessárias devem ser evitadas e que as lojas conscientes - sempre que possível - devem ser priorizadas como opção de compra. Apesar de já existirem empresas que trabalham com tecidos reciclados, por necessitarem de tecnologias caras os produtos saem por preços que poucos podem adquirir, o ideal seria que mais marcas investissem nessas tecnologias, pois quanto mais empresas investindo nesses procedimentos, menor o custo. Muitos dos problemas citados, poderiam ser evitados ou reduzidos contanto que haja uma conscientização dos usuários e a adoção de novos processos. Afinal, é inevitável que a produção não gere um impacto ambiental, entretanto, sempre é possível agir e consumir de uma forma mais adequada perante ao meio ambiente.

E como as grifes estão se posicionando sobre o tema?

As grifes de alta costura foram as principais criadoras de novas tendências por muito tempo. Mesmo que há décadas elas não sejam a principal fonte de inovações, elas permanecem com seu status de glamour e desejo pelos

consumidores. Porém, o glamour dessas marcas apenas oculta parte da triste realidade por trás das passarelas.

Em 2013, o Greenpeace listou quinze grifes que foram convidadas para responder 25 perguntas sobre suas políticas e processos de fabricação que estavam ligadas a 3 principais tópicos: política de compra de couro - para avaliar se o couro adquirido é proveniente de criação de gado em áreas de desmatamento de florestas, a origem da celulose usada nos papéis usados nas embalagens - se também não é proveniente de desmatamento ilegal - e a produção têxtil - se são utilizados produtos químicos capazes de poluir recursos naturais. As grifes foram classificadas em 4 categorias de acordo com as suas respostas: bom, ruim, insatisfatório e malsucedido. A pesquisa feita com nomes como Chanel, Dolce & Gabbana, Gucci, Louis Vuitton, entre outros grandes nomes, surpreendeu ao mostrar que apenas uma das quinze obteve a avaliação como “boa”.

A marca italiana Valentino foi a única a obter uma pontuação positiva em todos os tópicos avaliados. Através dessa pesquisa, a marca demonstrou ser transparente, afirmou ter compromisso com implementações de desmatamento zero tanto para o couro quanto para suas embalagens e informou que busca reduzir ao máximo os impactos ambientais das produções de seus tecidos.

Grifes de grande prestígio como Chanel, Hermès, Dolce & Gabbana e Prada, obtiveram a pior classificação possível na pesquisa pelo fato de que se recusaram a responder às perguntas solicitadas, negando divulgar o que acontece nos seus processos de fabricação. O fato de simplesmente não aceitarem responder às perguntas já é uma resposta do que está por trás de todo glamour. Se todos os processos fossem éticos e caso existisse uma verdadeira preocupação ambiental, não haveria motivos para se recusarem a responder o questionário.

No entanto, apesar da Valentino ter recebido a melhor avaliação pelo Greenpeace, somente em 2021 foi anunciado que a marca deixaria de usar peles de animais em suas peças. Embora não tenha sido o foco da pesquisa, é um tanto contraditório estar buscando formas de gerar menos impactos ambientais mas mesmo assim ainda usar peles de animais apenas para fins estéticos.

Triste pensar que as grifes que possuem grande poder aquisitivo e que poderiam estar investindo em novos processos e descobertas para uma produção mais sustentável e, principalmente, para destinação das peças após o seu ciclo de

uso, não estarem interessadas o suficiente, algo lamentável, uma vez que a influência que possuem na indústria poderiam mudar completamente a forma de produzir roupas.

1.3. Formas de ressignificar peças

O ato de transformar roupas antigas em peças novas é algo que sempre foi feito. Com a popularização da internet, tornou-se cada vez mais comum tutoriais de como fazer customizações e técnicas úteis para serem usadas. Muitos itens quando chegam no fim do ciclo de vida, já têm um destino determinado, tal como a reciclagem para muitos materiais como plástico e papel. Contudo, materiais como tecidos, não têm um destino adequado e simplesmente vão parar em aterros sanitários.

Trabalhar com os processos apresentados a seguir como uma forma mais sustentável de consumir, tem ganhado mais força no dias atuais, considerando que, o conhecimento e a dimensão de tais consequências têm tornado-se pautas cada vez mais discutidas, assim como cresceu o número de pessoas interessadas em saber mais o que está por trás do *fast fashion*.

Upcycling

O *upcycling* é a criação de novas roupas com roupas já existentes e com retalhos de tecidos da construção de outras peças. A utilização desse método para criar novas peças reduz o impacto dos descartes, conseguindo evitar novos desperdícios de água e mais poluição para a criação de novos tecidos. O *upcycling* tem como objetivo reinserir o produto de volta ao ciclo de vida evitando o seu descarte. Peças novas são criadas com zero ou baixo impacto ambiental comparado ao impacto de todo o processo para fabricar uma peça completamente nova,

possibilitando também a personalização das peças pelo indivíduo de acordo com a sua personalidade.

Muitas marcas já têm aderido a este processo como maneira de reduzir seus impactos ambientais. Gradativamente mais, parcerias têm se formado entre marcas pequenas e marcas grandes, onde as lojas menores usam retalhos de tecidos que seriam descartados e peças de coleções que se tornaram obsoletas das lojas maiores. Assim como também já existe a transformação de peças de brechós em peças novas.



Figura 2: Roupas feitas através do upcycling. Fonte: Finanças Femininas

DIY - Faça você mesmo

O DIY ou Faça você mesmo foi e ainda é amplamente explorado em diversos conteúdos por “*influencers*” e sempre foi muito querido pela facilidade de ser feito. Abrangendo tanto roupas como decoração de casas, o DIY tornou-se praticamente uma febre por ser um ato que promove a customização de objetos ou roupas que iriam para o lixo possibilitando ser reaproveitados com passos relativamente simples e gastando pouco, quando necessário. Outra característica é a capacidade de transformar a peça completamente com formas de tingimentos básicos, entre outros,

ou apenas para fazer pequenos reparos possíveis para esconder algum rasgado, por exemplo.



Figura 3: Roupas feitas através do faça você mesmo. Fonte: Karla Abelenda

1.4. O vestuário e seus valores inconscientes

O ato de vestir-se vai muito mais adiante do que apenas o estar na moda, ele tem participação importante na representação do indivíduo, mostra partes importantes da sua personalidade através da sua vestimenta e é capaz de mudar completamente a vida de alguém.

Vestuário e seu valor afetivo

Uma simples peça pode ter um valor enorme para quem a possui, devido a momentos especiais em que foi utilizada, por ser um presente de alguém querido ou até mesmo por já ter pertencido alguém querido, em situações assim, a peça apresenta o seu valor como vestuário e não como uma tendência efêmera. Segundo Debary (2010), objetos possuem uma carga histórica e são marcados pela vivências de quem os possui, tornando-se como uma ponte de memórias individuais e

coletivas dos momentos em que fez parte. Ao referir-se aos objetos, peças de roupas se encaixam facilmente nesta definição, dada pelo autor, muitas vezes uma roupa está guardada há meses ou anos e seu dono não consegue se desfazer dela por motivos explícitos ou não, mas que por alguma razão, ela tem uma grande importância na história daquele indivíduo ou de sua família. Para alguns pode parecer apenas um acúmulo inútil de peças, mas somente quem a possui sabe o verdadeiro significado que tem em sua vida, mesmo que esteja deixada de lado.

Como citado, a peça pode ter um significado não apenas para um membro da família, mas como pode simbolizar sua importância para a família como um todo. Por muito tempo, era muito comum uma mãe guardar por anos seu vestido de casamento com o intuito de que sua filha usasse quando fosse casar. Entretanto, a moda é fortemente caracterizada pela época e, com isso, esta tradição foi perdendo sua força com o tempo por causa da diferença gritante da moda com o passar de vários anos. Perante a moda, tal peça seria inútil e estaria pronta para ser descartada, porém, este vestuário possui um grande valor para sua dona. Um vestido de casamento é apenas um exemplo bem clássico do valor afetivo de uma peça sendo passada de geração em geração, podendo ocorrer com qualquer tipo de peça, como roupas de um querido ente falecido e quando passadas de irmão para irmão.

Acontece que quando essas peças ficam muito tempo guardadas acabam se tornando antiquadas após anos, o que gera um acúmulo de itens sem uso, podendo acabar se deteriorando com o tempo e talvez até causando um certo desconforto pela peça ter sido deixada de lado. Em razão do seu grande valor emocional, doação ou outras alternativas não convêm.

Vestuário e o seu status social

Além do seu valor afetivo, uma peça proporciona ao indivíduo ser olhado como ele deseja. É muito comum um adulto querer se vestir de forma parecida com pessoas que o inspirava quando criança, muitas vezes inspirando-se em seus próprios pais, que são as primeiras inspirações na vida de alguém. Ao longo da vida,

mais inspirações surgem comumente sendo artistas e pessoas de grande prestígio social. Por obter peças ou acessórios semelhantes ao que essas pessoas usam, o indivíduo se sente como parte daquele meio e como uma daquelas pessoas, como se tivesse o mesmo prestígio e o mesmo poder que elas (NAVARRI, 2010). O mesmo acontece com a necessidade que alguns têm de usar roupas de grifes, que ao usá-las, o indivíduo almeja obter a admiração, o respeito e a atenção dos demais, segundo o autor.

O vestuário tem a capacidade de fazer uma pessoa ser quem deseja e comunicar o que deseja, permite à pessoa mostrar apenas o que tem o interesse de ser mostrado.

Vestuário e sua capacidade de oprimir por padrões

Por último, é lamentável como a forma da moda ter estabelecido os seus ideais de beleza em um padrão tão pequeno que provoca em muitos a sensação de não ter a beleza suficiente e de não se enquadrarem. Apesar das mudanças dos últimos anos, as ideias enraizadas de alguém belo tendo que ser jovem e magérrimo (NAVARRI, 2010) interferem muito na relação dos usuários fora deste padrão com o vestuário. O vestuário pode apresentar-se como um opressor devido ao pensamento de quem o planeja. Muitas marcas fabricam roupas com pouquíssimas variedades de tamanho, deixando claro quem elas desejam ter como clientes.

Situações como essa são capazes de causar danos irreversíveis na vida de uma pessoa, tanto de um consumidor como de um modelo, a pressão social de estar sempre magro motiva desenvolvimentos de distúrbios alimentares e intervenções cirúrgicas, assim como a pressão de se manter jovem, o que pode acabar em tragédias em muitos casos.

2. MÉTODO E FERRAMENTAS

O Double Diamond foi o método escolhido para desenvolver este trabalho devido a divisão das suas ações em quatro etapas, que permitem reflexões e análises de variadas possibilidades, ampliando uma antiga visão estreita sobre o assunto principal. É sempre importante o estudo de inúmeros caminhos para buscar entregar o serviço ou produto da forma mais completa possível para ser a solução ou ser capaz de provocar a redução do problema levantado, evitando prováveis erros após sua aplicação. Dentro deste método é muito relevante a existência do pensamento divergente - quando muitas ideias são pensadas e exploradas - e o pensamento convergente - quando as ideias vão sendo selecionadas e agrupadas até formarem um único resultado.

2.1. Double Diamond

Como citado, a metodologia escolhida para o desenvolvimento do projeto foi a Double Diamond, dividida em quatro momentos: descobrir, definir, desenvolver e entregar.

O principal gatilho para a realização do trabalho foi abordar o tema moda sem enfatizar todo glamour que é transparecido em passarelas e vitrines, já com um prévio conhecimento das consequências causadas pela indústria têxtil. A etapa de descobrir ocorreu com o levantamento de todas possibilidades de assuntos que poderiam ser abordados com esse intuito de fazer uma crítica.

Na segunda etapa foi feita a definição, dentre todos os assuntos levantados no primeiro momento das problemáticas existentes, sendo escolhidas para nortear este trabalho a exploração de mão de obra, consumo exacerbado e impactos ambientais provenientes da indústria têxtil. Sendo realizada também, uma pesquisa quantitativa e qualitativa para entender melhor como as pessoas se sentem quando são abordadas sobre os problemas presentes nessa indústria.

O ato de desenvolver ocorreu após a análise de dados recebidos através da pesquisa, propiciando o levantamento de ideias que poderiam reduzir as consequências dos problemas citados acima e, posteriormente, ocorrendo as seleções e eliminações para tornar possível a entrega para o usuário com o auxílio de todas as informações estudadas junto com a aplicação das ferramentas.

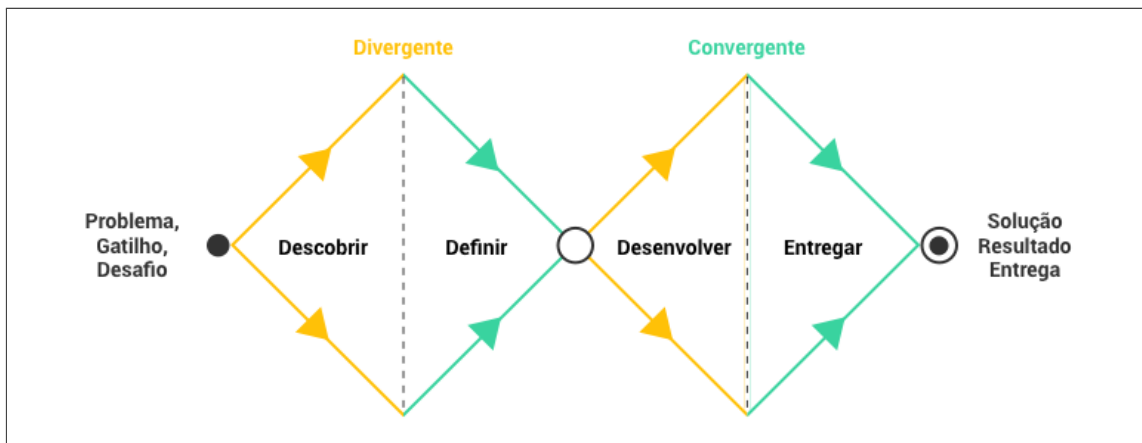


Figura 4: Desenho Double Diamond. Fonte: Vida de produto

2.2. Ferramentas

As ferramentas escolhidas auxiliaram na aplicação da metodologia e permitiu o delineamento do que poderia ser feito. Foi executada uma pesquisa quantitativa e qualitativa para saber mais como as pessoas estão se comportando em seus hábitos de compras e perante o seu vestuário. A pesquisa quantitativa objetiva levantar dados numéricos, enquanto a qualitativa levanta opiniões e experiências individuais do que responderam.

Um mapa da jornada do usuário foi criado para ilustrar o relacionamento atual do consumidor com as peças de roupas. O mapa da jornada do usuário ilustra todos os momentos do cliente no seu processo ao adquirir e ao consumir roupas. Ajuda a saber como o consumidor se sente a cada etapa do processo.

Por último, foi criado um *storytelling* para narrar sobre o porquê o usuário buscava pelo serviço e como pode ajudá-lo a consumir de forma consciente. Esta ferramenta serve para envolver-se mais com o usuário.

Pesquisa quantitativa e qualitativa

Uma pesquisa quantitativa e qualitativa foi realizada através do Google Forms e disponibilizada online, em plataformas como Instagram, Facebook e Twitter, para quem estivesse interessado em responder. O objetivo foi conhecer melhor o que as pessoas pensam sobre a indústria têxtil e qual a relação pessoal com o vestuário, obtendo 232 respostas no total. A pesquisa foi proveitosa pela contribuição importante de inúmeras pessoas diferentes, que se abriram para falar sobre os seus costumes de consumir, suas motivações para usar determinados tipos de marcas e sobre o afeto que elas têm por algumas peças. Possuindo também, questionamentos sobre o conhecimento relacionados aos impactos causados pela indústria têxtil e a mão de obra explorada.

Importante destacar alguns dados obtidos com este questionário, em anexo:

- 70,7% das pessoas costumam comprar roupas algumas vezes por ano, no entanto, apenas 34,1% compram peças de segunda mão em lugares como brechós;
- Ao deixar de utilizar uma peça, mais de 90% doam para pessoas que precisam, 20,7% reutilizam de alguma forma e 4,7% apenas a descartam;
- 77,6% afirmaram possuir alguma roupa que possui valor afetivo, sendo 53,3% por lembrar bons momentos e 84,1% das pessoas que possuem essas peças gostariam de saber como transformá-las para usá-las novamente;
- Sobre os impactos ambientais causados pela indústria têxtil, 48,7% afirmaram saber apenas um pouco, 31,9% relataram que gostariam de saber mais e 3% disseram não se importar;
- Sobre a utilização de mão de obra explorada, 50,9% afirmaram saber apenas um pouco, 22% relataram que gostariam de saber mais e 2,2% disseram não se importar;
- Ao serem questionados se continuariam usando roupas que eles têm o conhecimento que foram fabricadas através de exploração, 78,9% falaram

que não usariam mais e o restante quando questionados sobre a motivação de ainda usar, muitos falaram sobre o preço, a variedade de tamanhos, entre outros;

Sim, infelizmente na situação atual, não tem sido fácil para ninguém comprar peças mais caras, tendo que recorrer à lojas de departamento e sites como Shein e similares pela facilidade da compra e preços baixos que cabem no bolso dos jovens. Eu sei que não é o ideal, mas é mais acessível pra mim, já que na minha cidade não tem brechós bons ou com roupas do meu estilo. Mas sabendo dessas questões, eu tento não fazer compras impensadas e analiso muito antes de comprar. Vejo o tecido, medidas, se for loja física sempre experimento, se for online vejo todas as resenhas e fotos. Não compro qualquer coisa. As pessoas cometem o erro de se empolgarem demais com os preços baixos dessas lojas e compram várias peças que não vão usar, principalmente aquelas que estão na moda na internet e em poucos meses já vão ser esquecidas. Eu compro na Shein e em outros sites sim, mas faço muita pesquisa pra não comprar qualquer coisa e de maneira compulsiva. Compro só o que eu gosto muito e sei que vou conseguir combinar e usar várias vezes.

Infelizmente a única marca que tenho condições financeiras para comprar são as mais populares, com preços acessíveis. Ao ter conhecimento da mão de obra explorada, aumentei o consumo de brechós ou marcas independentes menos populares, mas para algumas peças, como calças jeans, short saias, eu ainda preciso comprar em marcas grandes (C&A, Renner)

Infelizmente a grande maioria das marcas de preço acessível tem trabalho escravo envolvido :(a gente fica meio rendido. No caso da shein, por ex, que além de ser mais acessível tem mais tamanhos também. Se a gente não compra nelas compra aonde? Nós brechós quase nunca tem tamanhos maiores, as outras lojas são caras...complicado.

Figura 5, 6 e 7: Print de relatos. Fonte: autora.

- O preço é o principal motivador da compra com 94,4% de escolha entre todas as opções como qualidade, valor do frete e outros;
- Sobre o conhecimento dos processos de fabricação e dos materiais usados, 70,6% gostaria de saber mais sobre e 20,3% disseram não se importar e apenas 9,1% relataram ir atrás de tais informações;
- 93,1% nunca ouviu falar sobre *upcycling*;
- 90,5% relataram ter o interesse em saber mais sobre a indústria têxtil.

Mapa da jornada do usuário

No primeiro momento, existe a intenção de realizar a compra e o indivíduo possui a vontade e começa realizando pesquisas sobre produtos, lojas e preços, logo após esse momento ele irá analisar suas opções e optar pela mais vantajosa. Depois que a escolha é feita, o ato da compra acontece. Neste momento o usuário sente-se satisfeito com o que obteve, terá uma pequena ansiedade para utilizar a peça assim que possível e, provavelmente, terá uma sensação de felicidade por vários dias ao se lembrar da aquisição realizada. O terceiro momento é quando finalmente ocorre a utilização da peça. O usuário sente-se bem ao usá-la, por representar algo que deseja mostrar a sociedade, o uso é recorrente e está feliz por tê-la. Quando chega na fase do desuso, a pessoa já não vê a peça como antes, subitamente ela se torna desinteressante e fica guardada por mais tempo dentro do armário, neste momento, uma nova intenção de compra é formada. A última etapa acontece quando o consumidor não irá mais vestir algumas roupas, decidindo em dar um destino para peça podendo ser doação, reutilização ou descarte.

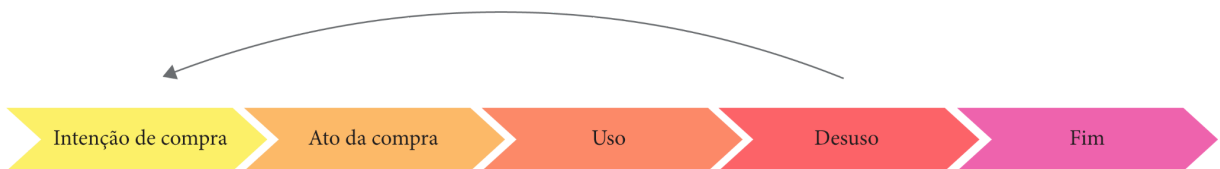


Figura 8: Mapa da jornada do usuário antes do serviço. Fonte: autora

Storytelling

O indivíduo quer comprar roupas que o agradem de acordo com seu estilo, tamanho, preços e qualidade. Porém, tem poucas informações sobre as lojas em que realiza as suas compras e poucas informações sobre o processo de fabricação e dos impactos causados.

O indivíduo relata que gostaria de saber mais, mas muitas vezes não sabe nem como encontrar certas informações e caso tenha o conhecimento, lamenta por continuar usando de lojas com pouco respeito ao trabalhador e ao meio ambiente,

pois são suas únicas opções de compra devido ao valor que pode pagar e até mesmo devido a variedade de tamanhos das peças. O que poderia ser feito para ajudar quem se encontra nesta situação?

A existência de um serviço que facilitasse o acesso a essas informações contribuiria com o usuário no momento de suas escolhas, o informaria sobre a importância de realizar um consumo consciente e sobre a necessidade de cobrar de marcas um posicionamento mais responsável. O usuário também teria o incentivo e dicas para caso quisesse ressignificar peças que não têm mais uso.

Após começar a utilizar o serviço, o indivíduo consome de forma mais consciente, obtém mais informações sobre os processos de fabricação e sobre os impactos ambientais. Ele sente-se feliz por fazer o que está ao seu alcance para gerar uma diferença no meio em que vive e por ter mudado alguns hábitos devido um bem maior, podendo também ensinar mais e mais pessoas sobre o assunto.

2.3. Perfil dos usuários

O serviço desenvolvido não possui especificações muito detalhadas sobre o seu usuário, pois tem o intuito de atender todos que buscam informações sobre a transparência na indústria têxtil e que desejam saber de pautas importantes sobre aquilo que não é tão falado como deveria. Então, independente de sexo, idade, escolaridade ou qualquer outro fator demográfico, todos que têm o interesse no assunto e gostariam de conhecer mais sobre, serão considerados como usuários.

Muitos usuários podem ser pessoas que já possuem afinidade nos assuntos levantados, porém, muitos também podem não saber nada sobre o assunto ou saber muito pouco. O importante é a pessoa estar interessada em saber mais e estar disposta a repensar o seu consumo de roupas.

3. RE+

A proposta é a composição de um lugar de informação e interação em que os usuários são convidados a participarem de forma ativa com o serviço, para compartilhar suas experiências, ideias, comentários, entre outros, sobre o tema deste projeto: a ressignificação de roupas. Optou-se por utilizar uma plataforma de rede social existente como esse lugar de intermediação por já ser do conhecimento de várias pessoas.

O Instagram foi escolhido por ser uma plataforma capaz de possibilitar a interação de pessoas em diversas partes do mundo. Uma rede onde cada um mostra o que deseja, seja o seu estilo de vida e compartilha momentos através de vídeos e fotos. Dentro dessa rede, existe a possibilidade de publicação via *feed* - publicações duradouras, sendo possível a publicação conter diversas imagens - e a publicação via *story* - publicações temporárias que ficam disponíveis por apenas um dia. Para evitar que *stories* sejam perdidos, existe a possibilidade da criação de destaques em seu perfil no qual o usuário pode selecionar os stories que deseja deixar disponíveis por mais de 24h para quem procurar. A interação entre os usuários pode acontecer por comentários em publicações no *feed* e por mensagens diretas.

Sendo assim, criou-se um perfil no Instagram denominado “@re.mais_” com conteúdos voltados para o incentivo de transformação de peças que não são mais utilizadas e que, por algum motivo, possuem um valor para quem as possui, incentivando que a pessoa não se desfaça da peça. Algumas publicações mostrarão sobre novas roupas feitas por meio do *upcycling* ou do *DIY*, faça você mesmo, (ou ambos em uma mesma criação), compartilhando moldes usados e dicas de como aplicá-los. A intenção ao compartilhar esses moldes - já disponíveis na internet de forma gratuita - é que cada pessoa possa fazer sua criação de acordo com o tamanho adequado, que atenda ao seu estilo pessoal e que possibilite usar materiais que ela já tem em casa. A própria pessoa poderia construir a peça ou levar suas ideias para alguém que consiga executá-las. O perfil criado tem como referência perfis já existentes como “@nãoemoda”, “@reroupa” e “@fash_rev_brasil”.

Os usuários serão incentivados a compartilhar suas criações feitas através dos moldes publicados no perfil, através de moldes que eles mesmos criaram ou que encontraram disponíveis em outro lugar, o compartilhamento seria feito por mensagem no próprio Instagram. Importante destacar que o perfil é sob a visão de alguém com poucos conhecimentos sobre costura, que está aprendendo mais sobre e que alguns conteúdos serão justamente para apoiar aqueles que também tem pouco conhecimento e experiência sobre o assunto.

Além do compartilhamento de peças criadas com formas de ressignificação, objetiva-se informar todos os interessados sobre a indústria têxtil conscientizando sobre a mão de obra explorada no momento de fabricação e os impactos ambientais causados que são pouco falados. Sendo possível a existência de outros tipos de publicações, mas as citadas acima são os principais objetivos.

Com este serviço, o mapa da jornada do usuário sofreria algumas alterações possibilitando após o desuso, a ressignificação das peças prolongando o ciclo de vida do produto ao colocá-la novamente para o uso, ao chegar no desuso novamente poderia ser ressignificada novamente ou chegaria ao fim do seu ciclo. Assim o serviço posterga a intenção de compra.

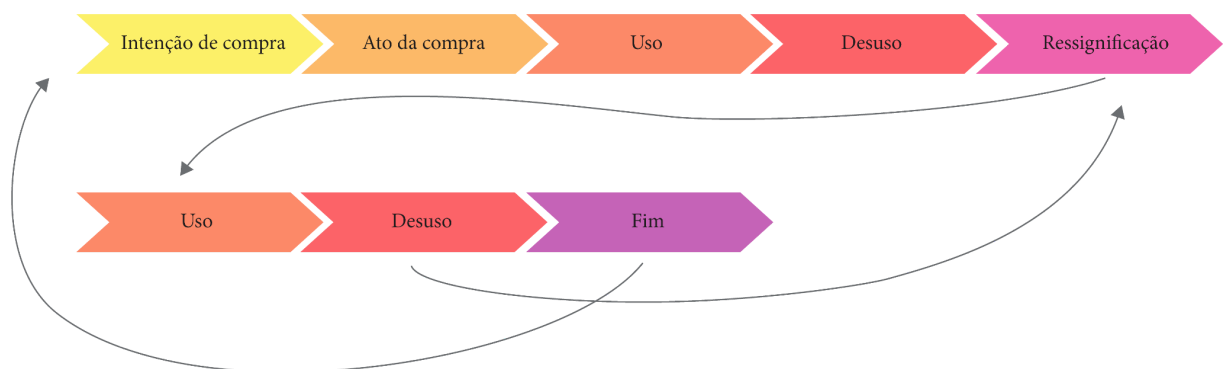


Figura 9: Mapa da jornada do usuário depois do serviço. Fonte: autora

Naming

O processo de *naming* iniciou-se em torno da palavra ressignificação. Como um dos objetivos deste projeto é promover mais possibilidades de usos de peças guardadas, espera-se que aconteça mais reusos ao ressignificar essas peças. Então foram feitas tentativas de inter-relacionar as palavras “ressignificação”, “reuso” e “resíduos”, afinal, se o objetivo é alcançado, menos resíduos irão existir. A semelhança das três palavras começarem com “re” foi algo que chamou a atenção, pois seria um caminho para relacioná-las.

Inicialmente foi pensado em utilizar “RE +/-” indicando mais reusos, mais ressignificados e menos resíduos. Entretanto, essa opção apresentada possuía pouca sonoridade e possibilitava a existência de compreensões inadequadas da proposta. Logo, optou-se por usar apenas o “+” para simbolizar as palavras ressignificados e reusos, por se caracterizarem como pilares importantes dentro deste projeto, sendo definido então como “RE+”. A utilização do prefixo de ambas as palavras possibilita também o ressignificado do próprio nome, podendo ser bem mais abrangente do que apenas representar “ressignificados” e “reusos”. Junto com o nome " criou-se a *tagline* “+ ressignificados + reusos”.

A logo desenvolvida para identificar o projeto é objetiva e com poucos detalhes. Essa escolha ocorreu para transparecer a seriedade do perfil e para não existirem interpretações divergentes. O caminho interrompido pelo “+” simboliza as novas direções para consumir de forma mais consciente, sendo um dos objetivos do serviço, e a quebra do padrão existente que pode ser considerado um ciclo vicioso de comprar, usar, descartar e comprar novamente. A escolha tipográfica foi feita para cativar quem a visse, sendo selecionada a *Novecento Slab* por ser bem marcante e robusta, provocando os leitores a descobrirem sobre do que se trata e instigá-los a participarem da ideia proposta.



Figura 10: Logo RE+ . Fonte: Autoria própria

Paleta de Cores

Um requisito para a paleta de cor foi deixá-la com cores vibrantes para trazer energia positiva e despertar uma inquietação no leitor. O laranja era uma das opções pensadas pelo fato de atender este requisito e por transmitir uma energia positiva para o perfil, apesar de tratar-se de assuntos sérios. A definição pelo laranja ocorreu por ser considerada a cor da versatilidade (HELLER, 2007), assim atende o conceito dos usuários que são definidos apenas pelos seus interesses e não por características específicas, podendo ser literalmente qualquer um. Sendo assim, foi definida uma paleta a partir do laranja e suas cores análogas.

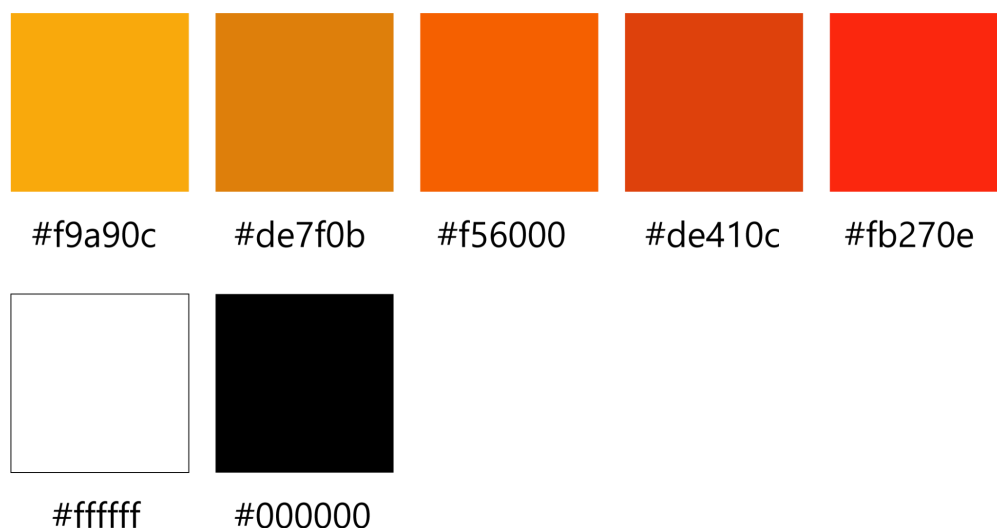


Figura 11: Paleta de cores. Fonte: Autoria própria

Publicações

A proposta para as publicações no feed é que eles sigam uma linha estratégica para ser cativante. A publicação inicial será feita através de uma frase para provocar os leitores, depois uma publicação explicativa sobre o assunto que foi levantado na publicação anterior, para depois mostrar a criação de uma nova peça. Essa ordem é a forma que o perfil irá sendo atualizado na maioria das publicações futuras, tendo intercalações sobre dicas de costura, sugestões de leituras ou documentários sobre os assuntos abordados, entre outras publicações relacionadas com o objetivo do perfil. Abaixo, um exemplo do que poderia ser uma publicação provocativa, as outras publicações podem ser encontradas no perfil do Instagram: @re.mais_ .

Roupa cara
 não
 significa
 produção
 justa!!!

Figura 12: Exemplo publicação provocativa. Fonte: Autoria própria

Peça ressignificada

A primeira peça escolhida para ser criada foi um top bustiê devido a sua facilidade, por não possuir uma modelagem complexa e por necessitar de pouca costura, ideal para quem está começando a costurar. Para a execução da peça, não foi necessário a compra de nenhum material, por já possuir em casa os materiais para costura como giz para marcar o tecido, linhas para costura, fita métrica e a peça não necessitar de nenhum aviamento como zíper e botão.

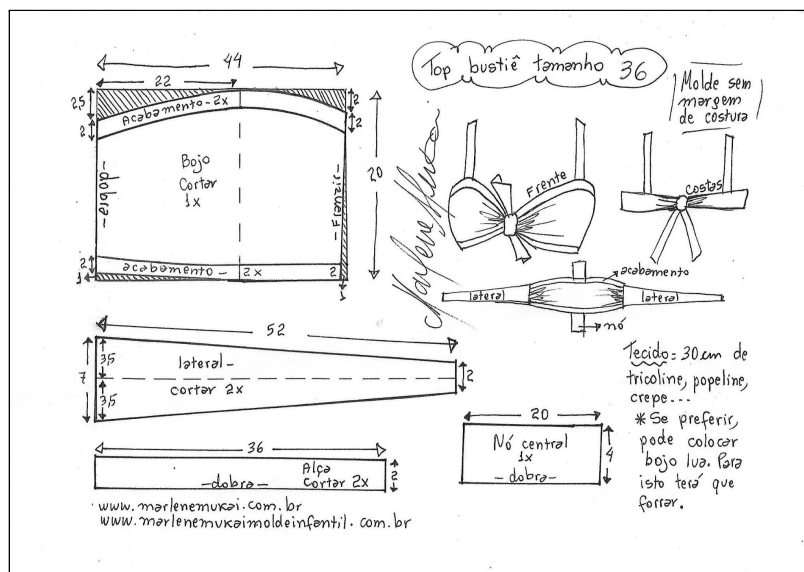


Figura 13: Molde do top bustiê. Fonte: Marlene Mukai

Dois tecidos foram usados para compor a peça, um preto liso que era uma sobra de tecido da criação de outras peças e um estampado oriundo de um vestido longo que estava rasgado.

Como a proposta é ressignificar peças que estão fora de uso, logo lembrei de um vestido longo que sempre fui apaixonada, porém, na primeira e única vez que o usei ficou preso em uma escada rolante do shopping, o que acabou rasgando-o. Mesmo depois de anos, nunca o consertei e ficou guardado por muito tempo. Então, decidi cortá-lo para deixá-lo curto e usar o tecido retirado para adicionar alguns detalhes no top.



Figura 14 e 15: Imagens do vestido longo já cortado. Fonte: Autoria própria



Figura 16: Imagem do vestido rasgado. Fonte: Autoria própria

Após a definição dos tecidos, iniciou-se a construção dos moldes com pequenas alterações. Logo em seguida os tecidos foram cortados de acordo com os moldes e iniciou-se a costura da peça.

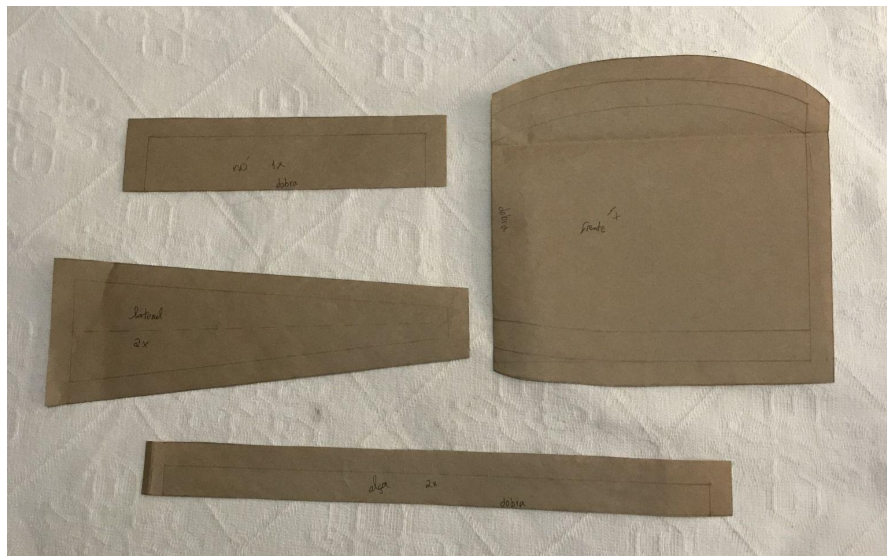


Figura 17: Moldes cortados no papel. Fonte: Autoria própria



Figura 18: Marcação com giz no tecido. Fonte: Autoria própria



Figura 19: Moldes cortados no tecido. Fonte: Autoria própria



Figura 20: Montagem da peça. Fonte: Autoria própria



Figura 21: Montagem da peça. Fonte: Autoria própria

Apesar da existência de uma dificuldade inicial ao interpretar o desenho dos moldes e de executar a costura , a fabricação da peça foi bem sucedida e atingiu o resultado esperado.



Figura 22: Peça pronta. Fonte: Autoria própria



Figura 23: Frente da peça. Fonte: Autoria própria



Figura 24: Costas da peça. Fonte: Autoria própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com toda pesquisa referencial feita e com a análise de dados levantados, é evidente perceber que não existe algo que deixe tudo dentro dos conformes de forma imediata. O *fast fashion* é e ainda será, por muito tempo, a única forma de consumo que muitos terão acesso a roupas, não só pelo valor, mas pela variedade dos seus tamanhos. Pela ideia enraizada de uma moda apenas para pessoas magras, gera até hoje uma pobre variedade de tamanhos em diversas lojas, incentivando muitos a comprarem onde sabem da existência de mão de obra explorada. A presença das fábricas nos países subdesenvolvidos é inevitável, elas contribuem para o desenvolvimento daquele país e possibilitam um emprego mais digno, no entanto, os trabalhadores precisam deixar de sofrer e arriscar as suas vidas devido a ganância de quem apenas quer lucrar mais barateando a mão de obra, e as marcas devem garantir que seus processos de fabricação seja justo.

Também será inevitável causar nenhum impacto ambiental, mas é necessário ter o conhecimento de escolhas com menos impactos. Algo essencial é a consciência de todos e a mudança de hábitos individuais, se muitos mudam de pouco em pouco as suas ações, melhorias em escala maior irão acontecer. Assim como, quanto mais marcas são cobradas sobre um desenvolvimento mais sustentável, mais acessíveis essas peças se tornarão com o tempo.

A criação da RE+ possibilita a conexão de pessoas com o mesmo interesse em serem mais conscientes com o compartilhamento de ideias de ressignificação de peças e informações importantes sobre essa indústria que muitas vezes são escondidas devido a criticidade da situação. Perfis com conteúdos semelhantes já existem dentro do Instagram, no entanto, elas apresentam a parte informativa ou a parte prática, a RE+ se diferencia das demais por conter a parte informativa e a prática, além de ser um espaço colaborativo em que os usuários poderão mandar suas próprias criações e adaptações de peças criadas.

O conscientizar sobre o consumo é o início para uma mudança capaz de gerar grandes resultados se todos contribuírem. A ideia não é que as pessoas deixem de comprar, mas que comecem a comprar sabendo das consequências

ambientais, da importância de procurar saber sobre quem está fabricando o que ela vestirá e consumir apenas quando for necessário, não por impulso ou de forma exacerbada.

REFERÊNCIAS

- A INDÚSTRIA da moda está usando muita água - saiba como reduzir seu consumo. **Vogue**. Disponível em: <https://vogue.globo.com/um-so-planeta/noticia/2021/03/industria-da-moda-esta-usando-muita-agua-saiba-como-reduzir-seu-consumo.html#:~:text=A%20moda%20%C3%A9%2C%20sem%20d%C3%BAvida,37%20milh%C3%B5es%20de%20piscinas%20o%C3%ADmpicas>. Acesso em: 21 mai. 2021.
- AO LADO de 47 empresas, Animale entra na nova 'lista suja' do trabalho escravo. **IG Economia**. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/empresas/2019-04-03/ao-lado-de-47-empresas-animale-entra-na-nova-lista-suja-do-trabalho-escravo.html>. Acesso em: 15 set. 2021.
- AS 15 grifes de luxo mais (e menos) sustentáveis. **Exame**. Disponível em: <https://exame.com/negocios/as-15-grifes-de-luxo-mais-e-menos-sustentaveis/>. Acesso em: 1 jun. 2021
- AS MARCAS da moda flagradas com trabalho escravo. **Repórter Brasil**. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>. Acesso em: 16 set. 2021.
- CARVALHAL, André. **Moda com Propósito: Manifesto pela grande virada**. 1. ed. Paralela, 2016
- COM PEÇAS de R\$1000 marca Amissima usa trabalho escravo na sua produção. **Hypheness**. Disponível em: <https://www.hypheness.com.br/2018/12/com-pecas-de-r1000-marca-amissima-usa-trabalho-escravo-na-sua-producao/>. Acesso em: 15 set. 2021.
- CONFECÇÕES de roupa no Centro de SP vão pagar R\$ 324 mil a 12 vítimas de trabalho escravo. **G1 Globo**. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/08/01/confecoes-de-roupa-no-centro-de-sp-vao-pagar-r-324-mil-a-12-vitimas-de-trabalho-escravo.ghtml>. Acesso em: 15 set. 2021.
- DE NOVO, fiscalização flagra escravidão na produção de roupas da M. Officer. **Repórter Brasil**. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2014/05/de-novo-fiscalizacao-flagra-escravidao-na-producao-de-roupas-da-m-officer/>. Acesso em: 15 set. 2021.
- DEBARY, Octave. Segunda mão e segunda vida: Objetos, lembranças e fotografias. **Revista Memória em Rede**. Pelotas, v.2, n.3. 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/Memoria/article/viewFile/9547/6381>
- DEDOS amputados e atraso no aprendizado: o drama de bebês criados em oficinas de costura. **Repórter Brasil**. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2020/01/dedos-amputados-e-atraso-no-aprendizado-o-drama-de-bebes-criados-em-oficinas-de-costura/>. Acesso em: 15 set. 2021.
- DIY: 10 Ideias para aproveitar as suas roupas velhas. **Karla Belenda**. Disponível em: <https://www.karlaabelenda.com/2019/01/diy-10-ideias-para-aproveitar-as-suas-roupas-velhas.html>. Acesso em: 16 set. 2021.
- ESTES são os melhores e os piores tecidos para o ambiente. **Sapo**. Disponível em: <https://magg.sapo.pt/sustentabilidade/artigos/estes-sao-os-melhores-e-os-piores-tecidos-para-o-ambiente>. Acesso em: 9 set. 2021.

FISCALIZAÇÃO flagra trabalho escravo e infantil em marca de roupas de luxo em SP. **G1 Globo**. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/06/fiscalizacao-flagra-trabalho-escravo-e-infantil-em-marca-de-roupas-de-luxo-em-sp.html>. Acesso em: 15 set. 2021.

GODART, Frédéric. **Sociologia da Moda**. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

HELLER, Eva. **Psicologia das Cores**: Como as cores afetam a emoção e a razão. 1. ed.: Gustavo Gili, 2012.

IMPACTOS ambientais das fibras têxteis e alternativas. **Ecycle**. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/impacto-ambiental-das-roupas/>. Acesso em: 9 set. 2021.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. 1. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MAIS de 35 milhões de brasileiros não têm acesso à água potável. **Revista Planeta** Disponível em: <https://www.revistaplaneta.com.br/mais-de-35-milhoes-de-brasileiros-nao-tem-acesso-a-agua-potavel/>. Acesso em: 10 jun. 2021.

NAVARRI, Pascale. **A Moda e Inconsciente**: olhar de um psicanalista. 1. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

POLÍCIA liberta bolivianos em condições de trabalho escravo. **Exame**. Disponível em: <https://exame.com/brasil/policia-liberta-bolivianos-em-condicoes-de-trabalho-escravo/>. Acesso em: 1 jun. 2021.

QUANTAS pessoas no mundo não têm acesso à água potável? **Notícia Sustentável** Disponível em: <https://www.noticiasustentavel.com.br/pessoas-mundo-agua-potavel/>. Acesso em: 9 set. 2021.

SAIBA TUDO SOBRE A RECICLAGEM DE RESÍDUOS TÊXTEIS NO BRASIL. **Recicla Sampa**. Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil>. Acesso em: 21 mai. 2021.

TECIDOS biodegradáveis para moda praia. **Modacad**. Disponível em: <https://blog.modacad.com.br/tecidos-biodegradaveis-para-moda-praia/>. Acesso em: 16 set. 2021.

THE TRUE Cost. Direção de Andrew Morgan. Estados Unidos: Michael Ross, 2015. 92 minutos

TRABALHO escravo na Animale: R\$ 698 na loja, R\$5 para o costureiro. **Repórter Brasil**. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2017/12/trabalho-escravo-na-animale-r-698-na-loja-r5-para-o-costureiro/>. Acesso em: 15 set. 2021.

UPCYCLING: processo de produção de roupas sustentáveis e exclusivas também ajuda a economizar. **Finanças Femininas**. Disponível em: <https://financasfemininas.com.br/upcycling-processo-de-producao-de-roupas-sustentaveis-e-exclusivas-tambem-ajuda-a-economizar/>. Acesso em: 16 set. 2021.

ANEXO

Abaixo encontra-se o questionário formulado para entender melhor a relação das pessoas com o vestuário e seus hábitos de consumo.

Pesquisa quantitativa e qualitativa

1. Você é:

- A. mulher cis (nasci como mulher e me identifico com o gênero feminino)
- B. mulher trans
- C. homem cis (nasci como homem e me identifico com o gênero masculino)
- D. homem trans
- E. prefiro não dizer
- F. Outro:

2. Qual a sua escolaridade?

- A. Ensino médio completo
- B. Ensino médio incompleto ou cursando
- C. Graduação completa
- D. Graduação incompleta ou cursando
- E. Outro:

3. Quanto anos você tem?

- A. Menos de 15 anos
- B. 15 - 20 anos
- C. 20 - 25 anos
- D. 25 - 30 anos
- E. Mais de 30 anos

4. Em qual região do Brasil você mora?

- A. Sul
- B. Sudeste
- C. Centro-oeste
- D. Nordeste
- E. Norte

5. Com que frequência você compra roupas novas?

- A. Mais de uma vez por mês
- B. Uma vez por mês
- C. Algumas vezes por ano
- D. Uma vez por ano

6. Você costuma comprar roupas de segunda mão? Ex: brechós, etc

- A. Sim
- B. Não

7. O que você faz quando deixa de utilizar alguma peça?

Marque todas que se aplicam.

- a. Dou para alguém
- b. Jogo fora
- c. Reutilizo de alguma forma
- d. Apenas deixo no fundo do armário
- e. Vendo para terceiros, quando possível
- f. Outro:

8. Você tem alguma peça que possui um valor afetivo para você?

- A. Sim
- B. Não

9. Se sim, por que?

- A. Porque me lembra bons momentos
- B. Porque pertenceu a alguém especial
- C. Porque alguém especial me presenteou
- D. Outro:

10. Você gostaria de saber como transformar peças não utilizadas para que possa utilizá-las novamente?

- A. Sim
- B. Não

11. Você tem conhecimento dos danos ambientais causados pela indústria têxtil?

- A. Sim, estou por dentro do assunto
- B. Sim, mas muito pouco
- C. Não, mas gostaria de saber mais
- D. Não, não me interessa

12. Você tem o conhecimento da exploração de mão de obra realizada por esta indústria?

- A. Sim, estou por dentro do assunto
- B. Sim, mas muito pouco
- C. Não, mas gostaria de saber mais
- D. Não, não me interessa

13. Se você tem o conhecimento que uma marca tem exploração de mão de obra na sua fabricação, você continua a utilizá-la?

- A. Sim
- B. Não

14. Caso sua resposta tenha sido sim, o que te motiva a continuar comprando essa marca? Ex: o preço, a variedade, a facilidade, etc.

15. Ao realizar suas compras, o que você considera relevante?

Marque todas que se aplicam.

- A. Preço
- B. Valor do frete
- C. Qualidade dos produtos
- D. Valores da marca. Ex: sustentabilidade.
- E. Tendência do momento
- F. Transparência da marca
- G. Outro

16. Ao realizar suas compras, você procura saber sobre o local de fabricação das

peças e os materiais utilizados?

- A. Sim, me preocupo e procuro sempre saber
- B. Não, mas gostaria de saber mais
- C. Não, porque não me importo

17. Você já ouviu falar sobre "upcycling"?

- A. Sim
- B. Não

18. E sobre "DIY"?

- A. Sim
- B. Não

19. Você gostaria de ter mais informações sobre a indústria têxtil? Ex: impactos ambientais, transparência das marcas, exploração da mão de obra, etc

- A. Sim
- B. Não

20. Você costuma utilizar redes sociais? Se sim, qual você mais usa?

Marque todas que se aplicam.

- A. Whatsapp
- B. Instagram
- C. Twitter
- D. Facebook
- E. Outro:

21. Espaço livre para comentários: