

Moda, Identidade e Branding 2

Régis Puppim
Elisângela Tavares da Silva
(Organizadores)

Atena
Editora
Ano 2022

Moda, Identidade e Branding 2

Régis Puppim
Elisângela Tavares da Silva
(Organizadores)

Atena
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Moda, identidade e branding 2

Diagramação: Camila Alves de Cremo
Correção: Yaidy Paola Martinez
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizadores: Régis Puppim
Elisângela Tavares da Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

M689 Moda, identidade e branding 2 / Organizadores Régis Puppim, Elisângela Tavares da Silva. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-922-3

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.223222302>

1. Desenho de moda. I. Puppim, Régis (Organizador). II. Silva, Elisângela Tavares da (Organizadora). III. Título.

CDD 741.672

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, desta forma não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.



APRESENTAÇÃO

O livro “Moda, Identidade e Branding” é uma obra coletiva, feita à muitas mãos e de diversas perspectivas, que propõe reflexões críticas sobre a Identidade, como ser, pessoa ou usuário, como objeto ou, ainda, como produção, no campo de estudos da Moda. No livro, constam pesquisas e proposições feitas por autores oriundos de diferentes regiões do Brasil e reconhecidas instituições de ensino.

Para uma melhor percepção e leitura é primordial resgatar as significâncias dos termos “Moda”, “Identidade” e “Branding”, como meio de catalisar a leitura e tornar as reflexões propostas, por ela, ainda mais estruturadas e provocativas.

“Moda” é um termo que tem significado diferente se escrito “moda” (com ‘m’ minúsculo) ou se escrito “Moda” (com ‘M’ maiúsculo). Aqui, nesta abordagem, trata-se do termo “Moda” (com ‘M’ maiúsculo) por relatar um campo de estudos que envolve, por muitíssimas vezes, o vestuário e as representações visuais dele como cerne de discussões. Neste sentido, “Moda”, aqui, significa, portanto, a demonstração visual, por meio do vestuário e das práticas vestimentares, de significados criados intencionalmente (com ou sem consciência), seja no cotidiano ou em ocasiões especiais.

“Identidade” reflete sobre a individualidade e a capacidade de diferenciação do todo, em uma pessoa e/ou em um objeto, por meio da singularidade de características. Nesta obra, a “Identidade” tem a ver em como a roupa e o vestuário podem expressar e identificar um indivíduo como singular, e, ao mesmo tempo, pertencente, mas diferente, de um grupo (ou grupos) social (sociais).

Por fim, “Branding” pode ser compreendido como ‘gestão de marca’, especialmente conectada à questão de Identidade Visual, onde o propenso consumidor pode memorar à marca através de elementos visuais, como cores, símbolos, signos etc. Na ocasião, o “Branding” é entendido como a percepção de construir e gerenciar identidades, também, através de elementos expressos no vestuário e nas práticas vestimentares.

Os capítulos constam de diferentes visões e propósitos para estas temáticas, de modo a propiciar uma perspectiva multidisciplinar e contributiva para os próximos passos em favor de uma Moda com maior expressão da sua Identidade (e as estratégias para exposição desta). Todos os capítulos foram feitos com esforços de pesquisas sérias e revisados, de modo a apresentar o melhor possível dos resultados alcançados.

Boa leitura e que o espírito da uma melhor percepção possa contaminar, também, a você.

Régis Puppim
Elisângela Tavares da Silva

SUMÁRIO

| | |
|---|-----------|
| CAPÍTULO 1 | 1 |
| A ARTE DO SABER FAZER – MODA, ARTE E SUSTENTABILIDADE. PESQUISA DE TÉCNICAS ARTESANAIS | |
| Maria Goretti da Silva | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223021 | |
| CAPÍTULO 2 | 6 |
| A MODA COMO ELEMENTO SOCIAL: MERCADO E CONSUMO | |
| Letícia Soster Arrosi | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223022 | |
| CAPÍTULO 3 | 22 |
| AS METODOLOGIAS ATIVAS E O ENSINO DE ERGONOMIA | |
| Marly de Menezes | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223023 | |
| CAPÍTULO 4 | 30 |
| DESIGN ETNOGRÁFICO COMO MÉTODO DE PESQUISA PARA A CRIAÇÃO DE FIGURINOS PARA DANÇA CONTEMPORÂNEA | |
| Henrique de Souza Goulart | |
| Icléia Silveira | |
| Lucas da Rosa | |
| Daniela Novelli | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223024 | |
| CAPÍTULO 5 | 43 |
| FATORES QUE INTERFEREM NO CONSUMO DE MODA DE VESTUÁRIO SOB UMA PERSPECTIVA SUBJETIVA | |
| Roseane Grossi Silva | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223025 | |
| CAPÍTULO 6 | 55 |
| INDUMENTÁRIA FEMININA DOS ANOS 1920: ANÁLISE DO FILME “O GRANDE GATSBY” PRODUZIDO EM 2013 | |
| Mariana de Paula Vasconcelos | |
| Francisca Raimunda Nogueira Mendes | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223026 | |
| CAPÍTULO 7 | 62 |
| MODA E TRANSMÍDIA: AS TENDÊNCIAS LANÇADAS PELAS NOVELAS PARA O PÚBLICO DE MASSA | |
| Jaqueline Hübner | |
| Graziela Morelli | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223027 | |

| | |
|---|------------|
| CAPÍTULO 8 | 71 |
| O QUE HÁ POR BAIXO? UM ESTUDO SOBRE CORPOS E SUAS MÚLTIPLAS EXPRESSÕES NA MODA CONTEMPORÂNEA | |
| Angeline Goulart Marques | |
| Bárbara Muhammad Crosara | |
| Adair Marques Filho | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223028 | |
| CAPÍTULO 9 | 89 |
| O VESTUÁRIO NA POLÍTICA DE GETÚLIO VARGAS | |
| Ana Caroline Marques Miranda | |
| Gabriela Salles de Melo | |
| Marcelo Capre Dias | |
| Márcio Roberto Ghizzo | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.2232223029 | |
| CAPÍTULO 10 | 96 |
| UPCYCLING NA MALHARIA RETILÍNEA: UM ACESSÓRIO FASHION | |
| Ana Paula Gentile | |
| Francisca Dantas Mendes | |
|  https://doi.org/10.22533/at.ed.22322230210 | |
| SOBRE OS ORGANIZADORES | 106 |
| ÍNDICE REMISSIVO | 108 |

UPCYCLING NA MALHARIA RETILÍNEA: UM ACESSÓRIO FASHION

Data de aceite: 01/02/2022

Ana Paula Gentile

Universidade de São Paulo – USP, Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH
São Paulo – São Paulo

Francisca Dantas Mendes

Universidade de São Paulo – USP, Escola de Artes, Ciências e Humanidades - EACH
São Paulo – São Paulo

RESUMO: A moda e suas características de produção do vestuário geram muitos resíduos. Aproveitar de maneira mais eficaz os rejeitos é uma questão que vem sendo referenciada com frequência. Este artigo tem por objetivo apresentar o processo produtivo de um acessório do vestuário por meio de sistema *upcycling* dos resíduos têxteis gerados no segmento de vestuário de malharia retilínea. Propor o aproveitamento de maneira mais eficaz como matéria-prima desses resíduos foi o objetivo desta pesquisa experimental. Este artigo apresenta o estudo do desenvolvimento e do processo produtivo de um acessório *fashion* a partir do *upcycling*.

PALAVRAS-CHAVE: Processo produtivo, acessório *fashion*, resíduos têxteis, vestuário de moda.

ABSTRACT: Fashion and its clothing production characteristics generate a lot of waste. Taking advantage more effectively of tailings is an issue that has been frequently referenced. This

article aims to present the production process of a garment accessory through an upcycling system of textile waste generated in the segment of rectilinear knitwear. Proposing the use more effectively as raw material of these residues was the objective of this experimental research. This article presents the study of the development and production process of a fashion accessory from upcycling.

KEYWORDS: Production process, fashion accessory, textile waste, fashion clothing.

1 | INTRODUÇÃO

As principais matérias-primas utilizadas pela cadeia produtiva do vestuário de moda, conforme descrito por Mendes (2010), são os tecidos planos, tecidos de malha, tecidos não tecidos, o TNT, produzidos por fios de fibras naturais de algodão, lã e fibras sintéticas e artificiais. Todos os processos produtivos geram resíduos em menor ou maior quantidade dependendo da concepção do *design* de cada peça.

O segmento de malharia retilínea é muito amplo, usa fios como matéria-prima principal, abrange muitas etapas na realização de um determinado produto e consome muitos recursos naturais gerando, no entanto, pouco volume de resíduos em relação aos demais processos produtivos do vestuário de moda que utiliza como matéria-prima tecido plano e tecido de malha.

O tecido de malha, segundo Pezzolo

(2007) e Piccinini (2015) é resultado do entrelaçamento de um ou mais fios que podem ser produzidos manualmente ou com auxílio de máquinas. Os fios assumem formas de laçadas que se sustentam entre si e resultam em um tecido com características diferenciadas tal como flexibilidade nos sentidos horizontal e vertical. A manufatura pode ser realizada em malharia circular gerando o tecido de malha ou na malharia retilínea gerando, ao final, um vestuário acabado.

A redução do descarte inadequado dos resíduos gerados pelo processo produtivo de malharia retilínea, objeto desta pesquisa, busca a adoção da estratégia de *upcycling* com a intenção de proporcionar um alto valor agregado e uma segunda utilidade diferenciada. O *upcycling* é um processo de criação de um novo produto com aumento do ciclo de vida da matéria-prima utilizada em um antigo produto que já cumpriu o seu destino. A proposta é o resgate e a restituição das qualidades da matéria-prima original em uma nova utilização (Marini e Sant'angelo, 2013).

Quanto ao *design* do produto, Cardoso (2008) destaca que o processo de criação deve ser pensado de modo a satisfazer as necessidades de usabilidade, assim como a projeção do seu visual e *design*, utilizando materiais menos impactantes ao ambiente e, ao mesmo tempo, prolongando o ciclo de vida dos produtos.

As pesquisas qualitativa e experimental descritas por Chizzotti (2018) norteiam este estudo que está sendo realizado junto às linhas de pesquisas “Sustentabilidade na Cadeia Têxtil e na Indústria da Moda” e “Processo Produtivo da Manufatura do Vestuário de Moda – MVM” inseridas no grupo de pesquisa “Moda na Cadeia Têxtil” devidamente cadastrado no CNPq e “Núcleo de Apoio à Pesquisa Sustentabilidade Têxtil e Moda” homologado pela pró-reitoria de pesquisa da USP. O presente estudo foi também apresentado no “13º Colóquio de Moda” em 2017 (Gentile e Mendes, 2017).

2 | REFERENCIAL TEÓRICO

Mcdonough e Braungart (2013) afirmam que a maioria dos métodos materiais industriais é inconscientemente pobre. A atual concepção de crescimento econômico, em geral, não considera preocupações essenciais à vida, em particular à saúde à ecologia e às virtudes naturais e culturais.

A produção sustentável tem como intuito o desenvolvimento de estratégias que cooperem para um aumento da produtividade e da eficiência dos recursos materiais nos diversos processos que ocorrem ao longo do ciclo de vida útil do produto. Ambientalmente, a intenção é alcançar a ecoeficiência, cujo propósito é o desenvolvimento de procedimentos produtivos que reduzam o impacto ambiental negativo por meio da redução do uso de recursos de matéria-prima e energia e mínima geração de resíduos, sejam eles em estado sólido gasoso ou líquido no decorrer da vida do produto (Dias, 2014).

Compreende-se ciclo de vida do produto como uma sequência de fases que

permeiam o processo de desenvolvimento desde o uso das matérias-primas e insumos, seu consumo, até o descarte final, seja por descarte ou retorno dos materiais para novo início de processos produtivos (Almeida, 2014).

O conceito de responsabilidade socioambiental, segundo estudos de Berlim (2012), consiste em uma tendência ampla e profunda que hoje está se disseminando de forma rápida e imprevisível.

2.1 Produção e consumo sustentável

Os sistemas de produção e consumo sustentáveis referem-se à produção e consumo de produtos concebidos com métricas de uso eficiente das matérias-primas, insumos e energia com destaque em suas características funcionais. Devem cumprir seu desempenho conforme foram projetados e, ao mesmo tempo, conferir características ambientalmente corretas.

A PCS - Produção e Consumo Sustentável, para Dias (2014), está conceituada na análise do ciclo de vida de um produto. Diversos parâmetros devem ser considerados, desde a extração das matérias-primas, até a restituição dos resíduos ao sistema produtivo. Assim, quando se fala em consumir não se deve pensar apenas na etapa de adquirir um bem ou serviço, mas também deve-se considerar o procedimento precedente e o posterior como o uso e o descarte do produto.

Ainda segundo Dias (2014), esses sistemas devem estar relacionados com a qualidade e não com a quantidade ou massificação da produção. O propósito da produção e consumo sustentáveis é projetar estratégias, produtos, processos e serviços com inovações e identificação de nichos de mercado ainda não devidamente explorados visando priorizar o melhor atendimento das necessidades do público consumidor com o consequente aumento responsável da quantidade de produção.

A concepção do Cradle to Cradle possibilita a compreensão de que o produto pode se prolongar para um novo ciclo de vida além da primeira para a qual foi programado. Para isso o produto deve ser projetado enquadrando-se em um dos dois ciclos: o biológico, onde o produto não degrada a natureza, pois seu retorno faz parte de circuito fechado, e o ciclo industrial, onde o produto necessita de uma reciclagem devido ao material empregado (Fletcher, 2008 apud Johansson, 2010).

2.2 Upcycling

Os precursores em discutir *upcycling* no setor industrial, segundo Sung (2015) e Rüttschilling et al (2014), são William McDonough e Michael Braungart, que atestam ser o *upcycling* um processo que possibilita converter materiais em uma segunda vida. O lixo pode ser concebido como alimento, como nutriente para aquilo que está por vir, no que se constitui o Cradle to Cradle, que tem a finalidade de agir em prol do benefício de não arruinar recursos que no futuro podem ser heranças para outras gerações.

O Cradle to Cradle, de acordo com McDonough e Braungart (2013), é uma “estratégia de apoio”, possuindo uma vantagem de competição, onde empresas podem se mostrar aptas à pesquisa. Os autores afirmam que este conceito não tem a pretensão de “salvar” o mundo, mas de desenvolver aprendizagem e prosperidade com a preservação dos animais e dos minerais.

Para Berlim (2012), o processo de *upcycling* é fundamentado pelo uso de materiais que estejam em produtos no fim de suas vidas úteis não tendo mais utilidade ou por possuírem qualidade devido à matéria-prima empregada no processo de fabricação, podendo ser utilizada para a elaboração de um novo produto.

O *upcycling* proporciona uma proposta para a consolidação de soluções sustentáveis circulares, pois costuma requisitar pouca energia de entrada e permite a diminuição do investimento em materiais novos para o desenvolvimento do produto, sendo acompanhado por um crescente reconhecimento como um processo promissor para a redução de materiais e energia (Sung, 2015).

2.3 Resíduo têxtil

Mendes (2010) afirma que o produto de moda possui, como uma de suas características principais, a rápida obsolescência visual implicando no aumento da produção e na geração de resíduos têxteis.

No ano de 2011 o Brasil gerou 175 mil toneladas de retalhos têxteis. Em 2012, segundo Saffi (2015), do total de retalhos, ocorreu o reaproveitamento de somente 36 mil toneladas de resíduos têxteis direcionados à produção de fios, mantas, barbantes e peças de roupas novas, tendo o país importado retalhos da Europa no total de 13 mil toneladas.

Em pesquisas realizadas pelo NAP SUSTEXMODA, constatou-se que, tendo em vista a média de geração de resíduos na produção, para cada peça cortada de tecido são gerados cerca de 15% a 20% de resíduos. O descarte inadequado dos resíduos oriundos da manufatura do vestuário de moda dificulta sobremaneira o processo de reciclagem.

O resíduo têxtil pode ser interpretado como um desperdício e é um fator que está presente tanto na fabricação de produtos, quando se utiliza os tecidos como matéria-prima, quanto no processo fabril do próprio tecido, que abrange desde a fase da separação da fibra até a fase de tingimento do artigo (Saffi, 2015).

Uma alternativa para a redução de descarte inadequado dos resíduos é a incineração, várias vezes defendida como a melhor maneira, se comparada com o aterramento. Vários materiais, porém, liberaram toxinas quando carbonizados, caso não sejam projetados para um processo seguro de proteção ao meio ambiente (McDonough e Braungart, 2013).

Fernandes (2013) destaca que McDonough e Braungart, (2013) apresentam uma realidade nova, na qual se pode projetar pensando em inovações e criando ciclos de produção inteligentes que se regeneram, lançando um modelo novo de criação e desenvolvimento em que os produtos passem a gerar impactos positivos tanto para as

pessoas quanto para a natureza onde os resíduos podem se tornar nutrientes.

Segundo Berlin (2012), a sociedade do século XXI estabelece a necessidade de reflexões sobre reciclagem de qualquer material. Há ainda uma resistência muito grande em relação a materiais reciclados em várias áreas. Os fabricantes consideram que a prática pode dificultar o comércio, vinculando tais materiais aos seus produtos. Esta apreciação amedrontada decorre de um juízo cultural vinculado ao termo depreciativo do “lixo”.

De acordo com Thorstensson (2011), a reciclagem pode ser definida como *downcycling*. Tem por objetivo o desmanche de um produto transformando-o em matéria-prima para um produto de menor valor agregado e de qualidade inferior. Já o *upcycling* exalta essa nova matéria-prima no desenvolvimento de um artigo de melhor qualidade, conforme descrito por McDonough (2001) e destacado por Paoliello e Souza (2015).

A dificuldade ao realizar a reciclagem industrial no setor têxtil brasileiro, segundo Saffi (2015), está nas condições inadequadas do descarte têxtil, apresentando estados de degradação, sujidade, rasgadura e grande quantidade de tipos de fibras misturadas sem separação.

A reciclagem no âmbito da moda, para Anicette e Rüttschilling (2013), ao usar o processo *upcycling*, transforma produtos considerados inutilizáveis e descartáveis em novas peças com valor agregado de maior qualidade e usabilidade. A distinção se faz porque o *upcycling* concebe o novo produto visando um valor monetário maior em relação ao produto de origem.

Sobras podem oferecer matérias-primas para serem recicladas e um novo símbolo de vida poderá ser desenvolvido. O ciclo produtivo pode se transformar em um ciclo nobre procurando a perfeição naquele que foi descartado podendo ser transformado em uma vida nova (Marini e Sant’Angelo, 2013).

No projeto do produto deve-se evidenciar esforços para que seja eliminada a toxicidade de matérias-primas, insumos e aviamentos com o objetivo de minimizar o consumo de recursos e diminuir desperdícios, especialmente no momento da sua usabilidade, expandindo o potencial da desmontagem, reciclagem e sua reutilização (Jabbour e Jabbour, 2013).

Um dos importantes precursores no Brasil que desenvolve este tipo de trabalho é o *designer* Gilson Martins (Berlin, 2012) que utiliza em suas criações uma grande diversidade de matérias-primas recicladas.

Segundo Saffi (2015), o processo de *upcycling* está cada vez mais inserido no âmbito da moda. Este processo vem conquistando inúmeros seguidores, pois seu custo é muito reduzido, é ecologicamente correto e tem se destacado no mercado como ótima alternativa para modernas concepções de convivência saudável.

3 I CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

O presente trabalho tem como base apresentar estudo realizado para o desenvolvimento de um produto, o acessório de moda.

A criação e desenvolvimento de um acessório *fashion* inicia com a utilização de resíduos têxteis oriundos do processo produtivo de vestuário em malharia retilínea em um produto para complementar e decorar os trajes. É um acessório de moda composto por várias flores em diferentes modelos, formas e tamanhos, resultando em uma peça denominada “colar Fiore Blue”.

Os resíduos são fios gerados pelo processo produtivo do setor de tecelagem de vestuário nas máquinas de malharia retilínea que apresentam diferentes cores, gramaturas e composição de fibras. Esses fios são utilizados para sinalizar o final do processo produtivo da peça de vestuário. Após a última carreira de finalização é inserido um fio de diferente cor e espessura na máquina e, com ele, são realizadas 3 e até 5 carreiras. Em seguida a peça é retirada da máquina.

Após a peça ser retirada da máquina essas carreiras são desmanchadas manualmente e esses fios são descartados. No processo de aproveitamento, os fios são enrolados em um cone possibilitando sua reutilização.

A matéria-prima utilizada foi concedida por uma pequena empresa de malharia retilínea situada no interior do estado de São Paulo. Neste lote de matérias-primas continha, além dos cones de fios, restos de aviamentos para bordados, lantejoulas, missangas, pérolas e pedrarias.

A realização do experimento na criação e desenvolvimento do acessório, deu-se após a seleção dos cones de fios e dos aviamentos. Foram selecionados fios na cor azul de composição mista, 50% de fibras de algodão e 50% fibras de acrílico. Os aviamentos utilizados foram missangas, pérolas e pedras variadas.

O acessório é composto de um cordão para sustentar essas diferentes flores produzidas com tiras de malha em diferentes larguras e variados tipos de pontos de processo de tecelagem de malha resultando em diferentes texturas.

Essas tiras foram transformadas em flores modelando-as com criatividade e levando em consideração a estrutura da tira de malha produzida, assim como o caimento que se pretendia alcançar no visual das flores. O resultado foi o colar com flores compostas em volumes e tamanhos desiguais. O embelezamento ocorreu com bordados manuais executados de forma criativa utilizando os aviamentos descritos em tons azuis. Já o cordão foi produzido com o mesmo tipo de fio, porém utilizando diferentes tipos de pontos de malharia manual.

A figura 1 apresenta o modelo das flores e do cordão produzidos com tiras tecidas com fios descartados.



Figura 1: colar Fiore Blue com diferentes pontos e fios

Na composição do *design* do produto foram utilizadas duas flores grandes e três pequenas com diferentes formas, texturas e volumes e dispostas de maneira aleatória em forma de um caimento de flores.

O Fluxograma apresenta as seguintes etapas:

- a. Seleção de aviamentos e fios com características semelhantes;
- b. Os fios foram utilizados na produção, em teares manuais, de tiras com diferentes larguras e diferentes tipos de pontos, conferindo visual e texturas diferenciadas. Nesta etapa também foi produzido o cordão que foi a base da montagem do colar;
- c. Início da montagem das flores em formas manuais;
- d. Aplicação manual das pedras nas flores e cordão;
- e. Montagem do colar com costura das flores no cordão e execução de acabamentos.
- f. A peça foi encaminhada para a revisão, embalagem e envio para o consumidor final.

A figura 2 representa o fluxograma do segundo processo de criação e desenvolvimento do acessório colar Fiore Blue.

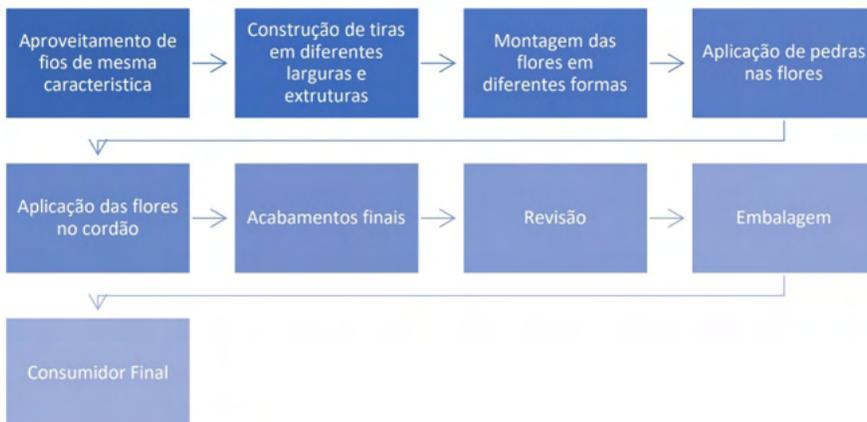


Figura 2: fluxograma



Figura 3: partes que compõe a peça e colar com *design* de flores

O colar contém diferentes formas de utilização apresentando novos visuais ao acessório. A figura 4 apresenta imagens de diferentes formas de apresentação do colar. Percebe-se que, alternando o caimento das flores, diferentes *design* visuais se apresentam, demonstrando formas variadas de utilização do mesmo acessório, o colar Fiore Blue.



Figura 04: colar Fiore Blue

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante os resultados obtidos por meio da adoção do *upcycling* como processo de reutilização de resíduos de malharia retilínea e extensão do seu ciclo de vida, constatou-se que se faz pertinente a continuidade deste tipo de pesquisa no sentido de buscar formas para promover a transformação de resíduos têxteis em um novo produto.

No desenvolvimento do produto, o objetivo foi direcionar o uso dos fios de malharia e alguns aviamentos para a construção, em 11 etapas, por meio de procedimentos manuais, utilizando ao máximo as matérias-primas descartadas.

Tanto sobras de pedrarias como sobras de fios podem ser usados na produção de peças em processos de *upcycle*. Tiras foram modeladas considerando as características dos fios e da peça, cuja confecção requer muita criatividade e habilidade manual.

Pode-se perceber que é possível criar texturas e volumes distintos de produção em caráter funcional contribuindo para o resgate de materiais transformados e inseridos novamente no contexto da moda e dos acessórios com alto valor agregado de *design fashion*.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, A. C. **Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos: Instrumento de Responsabilidade Socioambiental na Administração Pública**. Ministério do Meio Ambiente Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental. Brasília, 2014.

ANICET, A.; RUTHSHILLING, E. **Contextura: Processos Produtivos sob Abordagem Zero Waste. Moda Palavra e-Periódico**. Ano 6, n.11, jul-dez 2013.

BRAUNGART, M.; MCDONOUGH, M. **Cradle to Cradle: Criar e Reciclar Ilimitadamente**. 1. Ed. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

CARDOSO, R. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo. Blucher, 2008. DIAS, R. Eco-inovação: caminho para o crescimento sustentável. São Paulo: Atlas, 2014.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisas em Ciências Humanas e Sociais**. 12ª. Edição. Cortês Editora. São Paulo, 2018.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda & Sustentabilidade: Design para Mudança**. São Paulo: SENAC, 2011.

GENTILE A. P.; MENDES, F. D. **Desenvolvimento de Produto Têxtil a Partir do Upcycling na Malharia Retilínea**. 13º Colóquio de Moda, 11 a 15 – UNESP - Bauri 2017.

JABBOUR, A. B. L. S.; JABBOUR, C. J. C. **Gestão Ambiental nas Organizações**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2013.

JOHANSSON, E. Slow fashion: **The Answer for a Sustainable Fashion Industry? Unpublished Master's Thesis**, The Swedish School of Textiles, 2010

MARINI, S.; SANT'ANGELO, V. **Recicland Aracne Editrice S.r.l.**, 2013.

MASSANA, P. L. et al. Are **Cradle to Cradle Certified Products Environmentally Preferable? Analysis Froman LCA Approach**. Journal of Cleaner Production, 93, 2015.

MENDES, F. D.; SACOMANO, J.; FUSCO J. **Redes de Empresas: a Cadeia Têxtil e as Estratégias de Manufatura na Indústria Brasileira do Vestuário de Moda**. 1ª ed. São Paulo: Arte e Ciência, 2010.

MORELI, G. **Paradoxos da Sociedade Contemporânea: O movimento Slow Fashion**. In: VII Colóquio de Moda – 12 a 14 de setembro de 2010.

OLIVEIRA, J. At al. **Dificuldades da Produção mais Limpa em Empresas Industriais do Estado de São Paulo**. 9º Colóquio de Moda., 2013

PEZZOLO, D. B. **Tecidos História, Tramas, Tipos e Usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007. RUTHSCHILLING, E. A. et al. Upcycling of rectilinear knitting yarn in sustainable fashion products. In: 2º CIMODE, 2014, Milão. Anais do 2º CIMODE, 2014.

PICCILININ, L. **Um Estudo do Processo de Desenvolvimento de Produto de Vestuário de Moda na Malharia Retilínea no Brasil**. Mestrado no Programa de Pós-graduação da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo, São Paulo 2015.

SAFFI, B. **Brasília Escala Humana: Upcycling com Tecido Descartado para a Marca Pau-Brasília**. Relatório apresentado ao departamento de Desenho Industrial da Universidade de Brasília como trabalho realizado ao longo da Diplomação em Projeto de produto. Brasília, 2015.

SCHULTE, N. K. **Contribuições da Ética Ambiental Biocêntrica e do Veganismo para o Design do Vestuário Sustentável**. Tese (Doutorado) apresentada ao Programa de Pós-graduação em Design do Departamento de Artes & Design da PUC-Rio como parte dos requisitos parciais para obtenção do título de Doutor em Design. Rio de Janeiro, 2011.

SILVA, C.; BERLIM, L. **Moda e Sustentabilidade: Uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

SOBRE OS ORGANIZADORES

RÉGIS PUPPIM - Bacharel em Design de Moda pela Universidade Federal de Goiás (UFG/2010); Especialista em Design Estratégico pelo *Istituto Europeo di Design* (IED/2012); Mestre em Arte e Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (UFG/2014); E doutorando em Engenharia Têxtil pela Universidade do Minho/Portugal (UMinho/2017-2021). Professor de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT) do quadro efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG) desde 2013, na área de Moda e Design, tendo atuado como Coordenador do Curso Técnico em Modelagem do Vestuário (modalidade de Educação de Jovens e Adultos) de 2014 a 2016; foi Professor de nível superior no Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB), nos cursos de Design de Moda, Design Gráfico e Arquitetura e Urbanismo, de 2012 a 2013; Professor convidado em Pós-Graduações nas áreas de Moda na Estácio de Sá (Goiânia/GO) e Uniderp-Anhanguera (Campo Grande/MS); Professor colaborador no Mestrado de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho/Portugal (UMinho) em 2019. Atuou como Consultor e Designer no Projeto Talentos do Brasil, em 2011 e 2012, produzindo material gráfico e de comunicação, bem como estilista da Coleção Flores (2011), em equipe com Ronaldo Fraga, Teresa Santos, Jum Nakao, Melk Zda, Renato Loureiro, Mary Design, entre outros. Também foi Consultor e Designer das coleções de Moda e Reciclagem (2011, 2012 e 2013) do Centro Mineiro de Referência em Resíduos (CMRR), tendo apresentado os resultados das Coleções, dentre outros eventos, no Natal da Presidenta com os Catadores (2011) com a presença da então Presidenta Dilma Rousseff, com ampla divulgação na mídia. Além disso, é consultor e designer freelancer na área de Moda, com enfoque na Sustentabilidade. É pesquisador, palestrante e escritor nas áreas de Moda & Sustentabilidade, Modelagem do Vestuário, Ensino na área de Moda, História da Indumentária Asteca e Maia, além de Moda & Games. Foi Conselheiro Titular no Conselho Nacional de Políticas para a Cultura (CNPQ) no setorial de Moda, eleito pelo estado de Goiás, para o período de 2015 a 2018. Fez o Curso de Formação de Professores no Reino Unido, promovido pelo Governo Brasileiro em parceria com a Embaixada Britânica no Brasil e o Governo do Reino Unido, sendo escolhido o representante da área de Moda de toda a Rede Federal de Ensino (2016). É líder do grupo de Docentes da área de Moda da Rede Federal de Ensino. Foi premiado com Menção Honrosa no *International Design Awards – IDA Awards* no ano de 2019 na categoria *Textiles and Materials*, e premiado como semifinalista no *Green Concept Award* no ano de 2021, na categoria *Concept – Circular Materials*, frutos da proposta de investigação do doutoramento.

ELISÂNGELA TAVARES DA SILVA - Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (SC), Historiadora pela Universidade Federal do Piauí (UFPI), Graduada em Design de Moda pela Faculdade de Saúde, Ciências Humanas e Tecnológicas do Piauí. Atua na área de Produção do Vestuário e Moda. Áreas de Interesse: Design e Produção de Moda, História: Identidade e Memória; História da Moda; Artesanato e Moda; Moda e Sustentabilidade. Embaixadora do Fashion Revolution no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG) – Campus Aparecida de Goiânia/GO. Professora do

quadro efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IFMA), atuando na área de Produção do Vestuário e Moda.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Acessório fashion 96, 101

Artesanato 1, 11, 106

C

Comportamento 6, 13, 14, 22, 31, 39, 44, 46, 48, 50, 52, 54, 63, 64, 65, 66, 70, 71, 73, 74, 75, 82, 84

Consumo 2, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 18, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 62, 63, 64, 66, 70, 72, 73, 78, 87, 95, 98, 100

Corpo 7, 25, 26, 29, 32, 35, 36, 37, 38, 40, 41, 42, 43, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88

Cultura 1, 2, 7, 11, 13, 20, 31, 33, 37, 40, 42, 47, 49, 52, 64, 69, 70, 72, 75, 76, 77, 81, 83, 87, 90, 92, 95, 106

D

Dança contemporânea 30, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 42

Design etnográfico 30, 31, 32, 33, 38, 39, 40, 42

E

Ensino de moda 22

Ergonomia 22, 25, 26, 28, 38, 41

F

Figurino 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 68

Filme 10, 14, 55, 56, 57, 59

G

Getúlio Vargas 89, 90, 91, 92, 93, 94

I

Identidade 2, 13, 54, 69, 71, 72, 74, 75, 76, 78, 79, 81, 84, 85, 87, 90, 95, 106

Indumentária masculina 89

M

Mercado 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 26, 32, 44, 46, 54, 68, 70, 73, 98, 100

Metodologias ativas 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29

Moda 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 34, 35, 37, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107

Moda contemporânea 71, 74, 85, 86, 87

O

O Grande Gatsby 55, 56, 57, 59, 60, 61

P

Política 42, 89, 90, 94, 95

Processo criativo 2, 30, 31, 32, 33, 36, 38, 39

Processo produtivo 96, 97, 101

R

Redesign 1, 2, 4

Resíduos têxteis 96, 99, 101, 104

S

Subjetividade 43, 44, 47, 53, 88

T

Televisão 41, 45, 62, 63, 65, 66, 67, 78

Tendência 10, 11, 12, 15, 17, 45, 51, 62, 63, 68, 85, 98

U

Upcycling 1, 3, 4, 22, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105

V

Vestuário 7, 8, 27, 38, 41, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 60, 64, 70, 78, 79, 82, 87, 89, 96, 97, 99, 101, 105, 106, 107

Vestuário de moda 96, 97, 99, 105

Moda, Identidade e Branding 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

Moda, Identidade e Branding 2

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora) 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 