

# Abordagem baseada em capacidade: reinventar relacionamentos viáveis com pessoas e materiais

Maria Antonietta Sbordone

Doutora, Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli / [mariaantionietta.sbordone@unicampania.it](mailto:mariaantionietta.sbordone@unicampania.it)  
Orcid: 0000-0002-3780-6142

Regina Aparecida Sanches

Doutora, Universidade de São Paulo / [regina.sanches@usp.br](mailto:regina.sanches@usp.br)  
Orcid: 0000-0003-2489-8540 / [lattes](https://orcid.org/0000-0003-2489-8540)

Alessandra De Luca

Doutoranda, Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli / [esempio@gmail.com](mailto:esempio@gmail.com)  
Orcid: 0000-0003-0825-5422

Carmela Ilenia Amato

Doutoranda, Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli / [esempio@gmail.com](mailto:esempio@gmail.com)  
Orcid: 0000-0002-4452-4514

Enviado: 14/08/2021 // Aceito: 24/09/2021

## **Abordagem baseada em capacidade: Reinventar relacionamentos viáveis com pessoas e materiais**

### **RESUMO**

Sustentabilidade como abordagem ao design contemporâneo têxtil e de moda; não só ligada à visão ambiental, mas no que diz respeito à economia, ao respeito pelo trabalho das pessoas e à produção. "Um novo paradigma social dominante (DSP) se concentraria na criação de produtos de vestuário mais eficientes no uso de materiais, produção e utilidade para o consumidor, bem como em atender melhor às necessidades humanas da base de consumidores, inerentemente mais sociais do que materiais. Da mesma forma, a educação do vestuário no novo paradigma social dominante, promoveria o desenvolvimento de habilidades que provavelmente incluiriam a compreensão das necessidades humanas e das limitações do ecossistema, trabalhando em colaboração com o mercado ao invés de tentar dominá-lo e uma compreensão da cultura e tradição local "(LeHew , 2011).

**Palavras-chave:** Nova economia. Relações de materiais. Excesso de resíduos.

## **Capability based-approach: Re-Invent people and materials viable relationships**

### **ABSTRACT**

*Sustainability as an approach to the contemporary textile and fashion design; not only linked to the environmental vision but concerning the economy, respect for people's work and production. "A new dominant social paradigm (DSP) would focus on creating apparel products that are more efficient in material use, production and consumer utility, as well as better meeting the human needs of the consumer base, inherently more social than material needs. Similarly, clothing education in the dominant new social paradigm would promote the development of skills that would most likely include understanding human needs and ecosystem limitations, working collaboratively with the market rather than trying to dominate it and an understanding of local culture and tradition " (LeHew, 2011).*

**Keywords:** *New economy. Materials relationships. Surplus waste.*

## **Enfoque basado en la capacidad. Reinventar relaciones viables de personas y materiales**

### **RESUMEN**

*Sostenibilidad como acercamiento al diseño textil y de moda contemporáneo; no solo ligada a la visión ambiental sino a la economía, el respeto por el trabajo y la producción de las personas. "Un nuevo paradigma social dominante (DSP) se centraría en crear prendas de vestir que sean más eficientes en el uso de materiales, la producción y la utilidad del consumidor, así como en satisfacer mejor las necesidades humanas de la base de consumidores, inherentemente más sociales que materiales. De manera similar, la educación en ropa en el nuevo paradigma social dominante promovería el desarrollo de habilidades que probablemente incluirían comprender las necesidades humanas y las limitaciones del ecosistema, trabajar en colaboración con el mercado en lugar de tratar de dominarlo y comprender la cultura y la tradición locales ". (LeHew, 2011).*

**Palabras clave:** Nueva economía. Relaciones materiales. Excedente de residuos.

## 1. INTRODUÇÃO

A transição de uma economia baseada em uma visão focada em consumo dos recursos naturais para uma abordagem baseada em capacidades determina uma ruptura na lógica da produção industrial que encontra na exploração das matérias-primas o nó central de desenvolvimento alinhado aos mecanismos de mercado (SEN, 2003).

De acordo com o mesmo autor, oferta e consumo caminham juntos para manter um sistema de produção atual, que está chegando ao seu limite em função do ritmo de produção, da oferta e do consumo, a transição da economia baseada no consumo dos recursos naturais para uma visão baseada na capacidade determina a ruptura real na lógica da produção industrial que tem na exploração das matérias-primas o nó central do desenvolvimento dos mecanismos de mercado.

A oferta e o consumo caminham para manter o sistema de produção funcionando e balizam o ritmo de produção, a oferta e o consumo. Os macrossistemas regidos por suas próprias leis alienam a relação entre quem compra e quem vende; o saldo mostra sistemas de produção autodeterminados, fragmentados em atividades autônomas que não interagem entre si. O marketing determina o que o consumidor irá gostar de imediato e os ritmos que terá que consumir o produto; o modelo produção-distribuição-consumo se auto-alimenta e representa a indústria da moda. Os efeitos do modelo da indústria da moda são visíveis nos chamados descartes de roupas (fashion waste), consequência direta do fenômeno do consumo excessivo (over-consumption). A Organização das Nações Unidas (ONU) lançou, em 2015, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), também conhecido como Agenda 2030,

baseado em 17 questões, cujos escopos os setores de Moda e Têxtil não podem ignorar.

A própria ONU apoia a integração desses objetivos nessas áreas por meio de alguns projetos e iniciativas. Por exemplo, a Aliança das Nações Unidas para a Moda Sustentável é uma iniciativa que promove uma ação coordenada no setor da moda para ajudar a alcançar os ODS e reduzir os impactos ambiental e social negativos no setor.

Para facilitar a integração dos ODS na moda e sensibilizar os protagonistas do sistema de moda, foi lançada em novembro de 2018 a iniciativa ODS para a Melhor Moda, envolvendo estudantes, empresas e consumidores. Os ODSs mais afetados pela moda são: o N. 4 "Educação de qualidade"; n. 9 "Empresas, inovação e infraestruturas"; n. 12 "Consumo e produção responsáveis"; e n. 13 "Luta contra as mudanças climáticas", mas a iniciativa visa oferecer aos destinatários uma visão geral de todos os 17 objetivos.

Algumas empresas do setor de vestuário criaram suas próprias iniciativas de ODS, mas o ponto de inflexão é determinado em todos os casos por uma maior conscientização de suas ações por parte dos consumidores. Este representa o passo decisivo na responsabilidade assumida para com o ambiente que se exerce na escolha de não comprar compulsivamente, comprar somente quando existem necessidades e exigências expressas, ou seja, adotar um novo paradigma, denominado paradigma social dominante (Armstrong e Le Hew, 2011). O modelo pretende ser um indicador do comportamento social dos consumidores e desempenha um papel central na perpetração ou manutenção de práticas insustentáveis. Assim, os movimentos ascendentes dos consumidores que pedem maior transparência da cadeia produtiva, engajados na fase de cocriação, determinam a responsabilidade direta nos

processos pré e pós-consumo. De acordo com Armstrong e LeHew (2011), "um novo paradigma social dominante se concentraria na criação de produtos de vestuário mais eficientes no uso de materiais, produção e utilidade para o consumidor, bem como em atender melhor às necessidades humanas da base de consumidores, necessidades inerentemente mais sociais do que materiais. Da mesma forma, a educação do vestuário no novo paradigma social dominante, promoveria o desenvolvimento de habilidades que provavelmente incluiriam a compreensão das necessidades humanas e das limitações do ecossistema, trabalhando em colaboração com o mercado em vez de tentar dominá-lo e compreender a cultura e a tradição local".

## **2. CADEIA TÊXTIL, DO VESTUÁRIO E DA MODA**

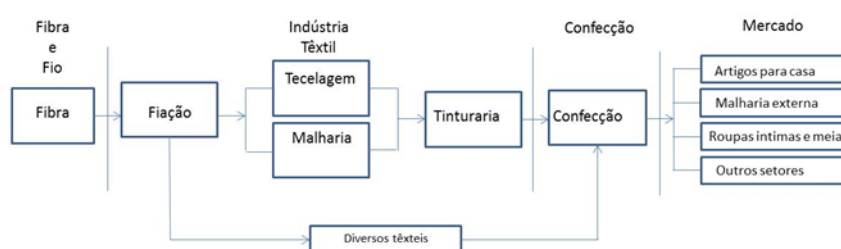
A cadeia têxtil e do vestuário italiana é uma das mais extensas, complexas e articulada cadeia de suprimentos. Existem diferentes etapas de processamento que começam com a transformação da matéria-prima e terminam com a comercialização do produto final. O sistema de moda italiano, que representa as indústrias têxtil e da moda, pode ser dividido em oito fases de produção da cadeia de abastecimento: fiação, tecelagem, beneficiamento têxtil, confecção, artigos de cama mesa e banho, malhas externas, roupas íntimas e meias, diversos têxteis e componentes (Cia Diffusione , 2009).

Ao contrário de outras cadeias de valor, esta cadeia produtiva inclui um grande número de etapas de processo, realizadas por várias unidades industriais sucessivas, que se ocupam da produção de artigos para diversas aplicações, como vestuário em geral, artigos de decoração, tecidos

técnicos, médicos hospitalares, tecidos não tecidos, entre outros (Duarte et al., 2020).

A Figura 1 apresenta a estrutura dessa cadeia de suprimentos que é composta por diferentes elos (empresas). No início da cadeia têxtil ocorre a fiação que pode ser definida como uma sucessão de operações que visa transformar uma massa de fibras têxteis em fios.

Figura 1. Cadeia têxtil italiana



Fonte: Sbordone et al. (2021).

Após a produção dos fios, eles são distribuídos para a indústria têxtil para serem utilizados como matéria-prima na produção de tecidos, ou enviados para a indústria de confecções, onde são utilizados como componentes para a confecção de peças de vestuário.

A indústria têxtil transforma o fio em tecido por meio da tecelagem ou da malharia. As fibras podem ser transformadas em tecidos através da tecnologia de fabricação dos não tecidos. Em seguida, são realizados os processos de tingimento e acabamento dos tecidos, para melhorar as características visuais e táteis do material têxtil. Entretanto, outra opção é tingir os fios ou as fibras e depois realizar o processo de fabricação dos tecidos (Sanches et al., 2021).

Os tecidos produzidos são encaminhados para a confecção. Na confecção, os tecidos são transformados em



artigos para o consumidor final. Após a fabricação dos produtos finais, na grande maioria das vezes, esses são distribuídos e vendidos pelos varejistas. O varejista é o elo entre produtores e consumidores finais, disponibilizando produtos para consumo e uso, ajustando as discrepâncias entre as necessidades dos consumidores e dos produtores no que diz respeito à quantidade, variedade, tempo e local (Fantin et al., 2020).

## **2.1 Impactos ambientais da cadeia**

Os principais problemas ambientais gerados pelas empresas dessa cadeia produtiva estão ligados à poluição do solo, ar, água, destinação inadequada de resíduos sólidos e líquidos que impactam o meio ambiente e são prejudiciais à saúde da população (Fletcher, 2014).

Segundo a Ellen McArthur Foundation (2017), o setor têxtil ocupa a 4ª posição entre os setores que mais utilizam matéria-prima e água e a 5ª posição em relação às emissões de gases de efeito estufa, estima-se que menos de 1% de todos os têxteis no mundo são reciclado em novos produtos. A Global Fashion Agenda (2018) estima que a indústria da moda seja o 2º maior consumidor de água (1,5 trilhão de litros por ano).

A indústria da moda é uma das mais importantes do mundo, é complexa e envolve outras indústrias em seus processos, dificultando uma comparação completa em termos de poluição e impactos ambientais com outros setores. Atualmente, essa indústria é responsável pela alta produção de peças de vestuário para abastecer as lojas da rede varejista, que estão constantemente lançando novos produtos no mercado.

Segundo Fletcher e Grose (2011), os impactos gerados pela destinação inadequada de resíduos têxteis podem causar contaminação do solo, pois os materiais têxteis possuem diferentes origens, que podem ser naturais ou químicas, com diferentes períodos de biodegradação, tornando-os inadequados para descarte, em aterros sanitários, com os resíduos sólidos urbanos.

Diante do cenário acima e na tentativa de solucionar esses impactos ambientais, é necessário buscar soluções para os setores têxtil, de confecção e de moda que possam subsidiar não só novos modelos de produção e consumo, mas também sistemas de gestão de resíduos têxteis mais eficientes.

## **2.2 Economia circular na cadeia de moda**

Estudos realizados nos últimos anos mostram que para o sustento do modelo fast fashion, a produção de roupas dobrou nos últimos quinze anos e o número médio de vezes que cada peça é usada diminuiu 36% (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Ainda de acordo com o levantamento, 73% dos resíduos têxteis são incinerados ou descartados em aterros. Cerca de 12% dos resíduos têxteis vão para a reciclagem: a maior parte é triturada para encher colchões, usados como material isolante ou como panos de limpeza. Menos de 1% do lixo é destinado à confecção de novos artigos de vestuário.

Baseada em sistemas de produção de orientação econômica linear (extrair-transformar-usar-descartar), a indústria da moda é uma das principais culpadas pelo consumo em larga escala, pelo mau uso dos recursos naturais e pelo descarte de resíduos sólidos têxteis (Fletcher, 2014; Roy Choudhury, 2014).

Os resíduos sólidos podem ser definidos como qualquer material, substância, objeto ou resíduo resultante da atividade humana na sociedade. De acordo com o Decreto Legislativo nº. 152/2006, os resíduos são classificados de acordo com a sua origem, em resíduos urbanos e resíduos especiais e, de acordo com as suas características de periculosidade, em resíduos perigosos e não perigosos. São classificados como resíduos urbanos os provenientes de residências, varrimento de ruas ou limpeza de áreas verdes (art. 184, c. 2) e como resíduos especiais os provenientes da indústria, agricultura, artesanato, comércio e serviços (art. 184, par. 3).

Na indústria do vestuário, última fase do processo produtivo, o desperdício de matéria têxtil gerado pelas empresas é caracterizado por malhas, tecidos planos, tecidos não tecidos, fios e descarte de acessórios. Portanto, são classificados como especiais e não perigosos (Duarte et al., 2020).

As matérias-primas utilizadas na fabricação dos vestuários são geralmente tecidos planos e malhas que podem ser de origem natural - feitos com fibras obtidas de fontes renováveis que se decompõem rapidamente no meio ambiente - ou de origem química - produzidos a partir de polímeros naturais (fibras artificiais), matérias-primas oriundas de fontes renováveis que se decompõem rapidamente no meio ambiente ou de polímeros sintéticos (fibras sintéticas) matérias-primas não renováveis, principalmente à base de petróleo, e que levam décadas para se decompor na natureza (Sanchez, 2011).

O descarte desses resíduos não significa que eles não tenham mais valor, mas sim que não são mais necessários para aqueles que os descartaram. Porém, há uma grande chance de que esse resíduo ainda seja útil para outras

peessoas, em sua forma original ou transformada. É necessário ressaltar que além dos problemas citados, todo o material oriundo do excesso de produção das indústrias da cadeia têxtil e do vestuário, costuma ser descartado em aterros sanitários, mas algumas vezes também é descartado a granel no meio ambiente.

Segundo Fletcher e Grose (2011), o descarte inadequado de materiais têxteis causa mudanças climáticas, efeitos negativos na água e seus ciclos, poluição química, perda de biodiversidade, uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis, produção de resíduos, efeitos negativos sobre saúde humana e os efeitos sociais prejudiciais nas comunidades produtoras.

O processo produtivo do modelo de economia circular inclui a redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais, formando um ciclo sustentável desde a produção até a reintegração da matéria-prima para a fabricação de um novo produto (Avila et al., 2018).

Esse processo não é novo e se refere ao período anterior à revolução industrial, antes de uma cultura de consumo dominante em todas as camadas sociais. Obviamente as diferenças que justificam, essa proposta anterior e a contemporânea diferem quando o tema é um menor uso de matérias-primas virgens e insumos têxteis.

Figura 2. A imagem mostra o modelo de economia circular



Fonte: Romania Journal (2020).

Segundo Pearce e Turner (1990), o conceito de economia circular foi concebido no início da década de 1990. Nesse modelo não há resíduos de materiais ou produtos fabricados, o destino e a reciclagem dos resíduos são definidos em todas as etapas do processo produtivo - desde o design do produto até o descarte pós-consumo. Leitão (2015) acrescenta que o modelo é baseado na própria natureza, é implementado por meio de inovação, design e processos que visam reduzir o consumo de matéria-prima, energia e água.

Uma economia circular pode ser definida como um modelo econômico que visa o uso eficiente de recursos, minimizando desperdícios, reduzindo a exploração de recursos primários e ciclos fechados de produtos, utilizam produtos e materiais dentro dos limites da proteção ambiental e dos benefícios socioeconômicos (Morseletto , 2020).

A Portaria italiana 2018/851 regulamenta a gestão de resíduos, tais como: não geração, redução, reutilização, reciclagem, tratamento de resíduos sólidos e destinação final ambientalmente adequada. De acordo com a Diretiva,

consumidores, produtores, importadores e todos os envolvidos na cadeia produtiva têm uma responsabilidade compartilhada pelo descarte pós-consumo (EPR - Responsabilità Estesa del Produttore), que deve ser realizado de forma consciente e sustentável. Paralelamente, na Europa, a Comissão Europeia adotou um novo plano de ação para a economia circular, em 2020, que inclui uma estratégia da UE para os têxteis, com o objetivo de desenvolver a inovação e promover a reutilização no setor. Em 2021, o Parlamento Europeu votou a favor do novo plano de ação para a economia circular, que inclui regras mais rigorosas sobre a reciclagem e metas vinculativas para 2030 sobre a utilização e pegada ecológica dos materiais.

Para a transição do modelo econômico linear para o circular na cadeia produtiva têxtil e do vestuário, é necessário intervir em todos os seus elos e o primeiro elo das fibras têxteis é um dos maiores desafios do setor, pois ao invés de extrair as matérias-primas da natureza, será necessário reciclar ou reutilizar as sobras de tecidos descartadas das confecções e os artigos têxteis descartados pelos consumidores (Duarte et al., 2020).

É importante salientar que a indústria do vestuário descarta dois tipos de resíduos: as aparas de tecidos e malhas oriundas da operação de corte (tecidos de dimensões menores) e retalhos de tecidos (tecidos de dimensões maiores), as aparas de tecidos podem ser recicladas e transformados em fibras, para serem reinseridas na cadeia têxtil e utilizadas na fabricação de fios reciclados, tecidos e novos produtos, já os retalhos podem ser reutilizados, por um ateliê por exemplo, e transformados em um novo produto.

### **2.3 Logística reversa dos resíduos sólidos oriundos dos processos industriais e possibilidades de reciclagem**

De acordo com a Diretiva italiana 2018/851, as empresas e consumidores da cadeia de abastecimento são responsáveis pela logística de recolha e eliminação dos produtos pós-consumo. Portanto, as empresas da cadeia têxtil são responsáveis pela destinação dos materiais que não foram utilizados na fabricação de seus produtos, os quais são classificados como resíduos pós-consumo industrial.

A logística reversa pode ser definida como uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social caracterizada por um conjunto de ações, procedimentos e meios que visam permitir a coleta e devolução dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo, em outros ciclos ou para outro destino ecologicamente adequado (Crepaldi, 2014).

Segundo Latte (2002), o objetivo estratégico da logística reversa pós-consumo é o de agregar valor a um produto logístico constituído por bens descartados pelo proprietário original e que ainda possuem condições de utilização, por terem sido descartados, por se tratarem de resíduos industriais ou por terem atingido o final de sua vida. Esses bens de consumo podem ser provenientes de bens duráveis ou descartáveis, passando por diversos canais de reversão, reaproveitamento, desmontagem, reciclagem até o destinação final.

Desta forma, pode-se dizer que o objetivo da logística reversa é agregar valor a um material/produto que foi devolvido por razões comerciais, erros no processamento dos pedidos, garantia dada pelo

fabricante, defeitos ou falhas de funcionamento no produto, avarias no transporte, dentre outros motivos (Santana, 2018).

Segundo Leite (2009), a logística reversa é entendida como o gerenciamento dos bens descartados, desde o ponto de consumo até o ponto de origem, trazendo a possibilidade de reaproveitamento desses materiais e/ou produtos. O mesmo autor divide a forma de reaproveitamento de materiais por meio da logística reversa em três subsistemas: reaproveitamento, remanufatura e reciclagem, ele também acredita que parte dos produtos pós-consumo não será reaproveitada, pois está desgastada e degradada, e será descartada adequadamente em aterros sanitários ou em usinas de transformação de resíduos em energia para a produção de energia.

Ao reaproveitar (reúso) produtos, eles podem ser limpos e deixados em condições de uso, mas não recebem nenhum tipo de reparo. A remanufatura visa reconstruir produtos com a mesma finalidade e natureza do produto original. Portanto, em geral, algumas partes dos produtos são reaproveitadas e outras são substituídas. A reciclagem pode ser entendida como o processo de reaproveitamento de resíduos, descartados por empresas/consumidores, para transformá-los novamente em matéria-prima e dar origem a um novo produto.

Dessa forma, tanto os materiais descartados das confecções quanto pelos consumidores podem ser reciclados, utilizando-se o modelo de economia circular e a logística reversa, transformando os materiais descartados em novos produtos.



### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1 Análises Desk: REMIDA - Centro de reciclagem criativa**

A pesquisa de moda está implementando novos modelos de negócios e inovações tecnológicas para reduzir o impacto no meio ambiente. A economia circular pode gerar valor a partir da valorização de resíduos; um dos temas dos ODS, especificamente o ponto 12, diz respeito à lógica do consumo e da produção.

O estudo de caso selecionado para este artigo centra-se na recuperação de resíduos têxteis que são reintroduzidos em um circuito criativo de reciclagem, com o objetivo de fornecer nova vida aos materiais que seriam destinados aos aterros sanitários. A reutilização dos resíduos descartados pelas confecções é realizada através de projetos culturais de sustentabilidade, criatividade e pesquisa; visando promover a ideia de que o material descartado pós-consumo industrial é portador de uma mensagem ética, capaz de estimular a reflexão; oferecendo-se como recurso educacional; fugindo da definição de resíduo inútil em favor de resíduo entendido como objeto capaz de gerar processos criativos integrados envolvendo pessoas e materiais. Pode ser definido como tipo de remanufatura que busca a inovação, redescobrimo antigas tradições de manufatura locais e aprimorando as capacidades das pessoas, produtos e processos que são acionados entre eles.

O centro REMIDA de reciclagem criativa tem uma abordagem de sustentabilidade, pois desenvolveu um modelo de recuperação criativa como uma forma pró-ativa de produção de valor, construída através da mudança social.

REMIDA foi fundada em 2 de dezembro de 1996, em Reggio Emilia (Itália), e é administrado pela fundação Reggio Children Centro Loris Malaguzzi. O cerne de sua pesquisa é a matéria, como produto industrial e o resíduo, como artefato, como sujeito a ser investigado ou um objeto de relacionamento. Em torno dessa experiência nasceu a rede REMIDA, que hoje é formada por 15 centros no mundo, 9 dos quais na Itália inspirados na mesma filosofia que traz a cultura da reutilização criativa de materiais reciclados.

A rede é liderada pelo Centro de Reciclagem Criativa de Reggio Emilia, o primeiro na Itália. Os centros que compõem a rede estão na Itália: Reggio Emilia, Nápoles, Turin, Rovereto, Gênova, Milão, Borgo San Lorenzo, Varese, Trondheim (Noruega), Södertälje (Suécia), Skillingaryd (Suécia), Frankfurt (Alemanha), Buenos Aires (Argentina), Perth (Austrália).

Incorporando o conceito de economia circular ampliada, a REMIDA é símbolo de 25 anos de compromisso com a promoção de perspectivas através de novos modelos de pensamento e novas práticas que respeitem o homem, o meio ambiente e o planeta, uma mudança decisiva na lógica da sustentabilidade entre o homem, objeto e ambiente, desde a valorização de resíduos, a valorização de produtos e a criação de novas possibilidades comunicativas e criativas.

### **3.2 REMIDA Nápoles**

REMIDA Nápoles é a Associação identificada como estudo de caso, bem como ponto de partida na definição dos conteúdos de um novo projeto, encontrada no estudo do projeto S'ARTE (Progetto sartoriale Remida Napoli).

REMIDA Nápoles foi fundada em 1999 em convênio com a Prefeitura Municipal de Reggio Emilia e Reggio Children e

já é um projeto cultural com uma mensagem ecológica, ética, estética, educacional e econômica. A associação é liderada por Paola Manfredi e Anna Marrone, que defendem a ideia de um "mundo em progresso" centrado no diálogo entre a cultura da sustentabilidade e da criatividade.

A REMIDA Nápoles promove a cultura da reutilização criativa de materiais reciclados, investigando e experimentando os resíduos, contrastando a cultura do uso e reuso com a cultura do lixo. Não se trata de um simples local ligado aos serviços já existentes na área, mas caracteriza-se como um serviço real, um importante recurso para a requalificação e enriquecimento das propostas educativo-lúdico-didáticas oferecidas aos cidadãos.

O conceito de sustentabilidade representa uma ideia, uma forma de produzir, uma oportunidade que se pode aproveitar para repensar, rever e planejar as ações que moldam o futuro.

Tudo começa com a coleta dos materiais descartados pelas empresas, e não pelos descartados nos aterros sanitários ou mesmo nos caixotes do lixo. São "materiais novos", descartados pelas indústrias pós-consumo industrial, por erros de produção ou por se tratarem de estoques obsoletos que não podem ser comercializados. O material cedido pelas empresas representa uma área fundamental de desenvolvimento para o projeto, tanto concretamente, pelo material como matéria-prima, como idealmente pela relação que estabelece com o mundo da produção e como fonte de pesquisa e de conhecimento.

Hoje, a associação está envolvida em duas frentes, por um lado o projeto FACE, que envolve numerosas famílias, com o objetivo de combater o abandono escolar e a pobreza educacional, através de cursos dirigidos a crianças dos 0 aos 6 anos e seus pais, explorando materiais residuais, incluindo

luz, sons e composição, explorando uma nova narrativa da matéria que libera o poder da imaginação; de outro lado, a experimentação de novas relações de interação humana através de um espaço alfaiate, ponto de encontro de mulheres em dificuldade que, através de cursos de formação e vivências de oficinas baseadas no artesanato, utilizam os resíduos descartados pós-consumo industrial com vista à descoberta, promoção e valorização dos produtos que fabricam e proporcionando-lhes um espaço para crescer, aprender novas habilidades e conhecimentos profissionais, reduzindo assim a desorientação ocupacional.

Por último, S'ARTE – Projeto de alfaiataria Remida Nápoli (Progetto Sartoria Remida Napoli) representa um projeto social em colaboração com a Università della Campania Luigi Vanvitelli, que estende a reciclagem criativa a um espaço de cocriação baseado na cadeia de valor circular entre as habilidades humanas e a recuperação material em termos criativos; quer ser uma oportunidade de traduzir o projeto na criação de um espaço inovador para a produção e difusão de uma nova cultura territorial nascida dos resíduos. O projeto envolve mulheres desempregadas com idades entre 18 e 40 anos, que terão reconhecimento próprio graças ao desenho de uma identificação de marca para o projeto e o incentivo para a formação de competências, fortalecendo-as, na “construção” de bases sólidas nas esferas cultural, social e empresarial para melhores perspectivas de futuro.

### **3.3 S'ARTE: projeto de alfaiataria REMIDA em Nápoles**

#### **Identidade da marca**

O projeto de definição da identidade da marca S'ARTE foi desenvolvido através da implementação de uma série de estratégias em colaboração com uma equipe de profissionais com diferentes competências. A primeira fase do projeto envolveu um brainstorming geral do qual emergiram alguns conceitos fundamentais para construir a identidade da marca: alfaiataria social, reciclagem criativa, valor ético e inclusão social. Os conceitos que surgiram deixam claro que na base da S'ARTE está a necessidade e a vontade de reconhecimento de uma realidade, que não se trata apenas da reciclagem criativa e da recuperação social, mas da cadeia de valor circular de pessoas e materiais. A mensagem de que fala é uma mensagem profunda com um valor ético, uma mensagem cheia de significado, um estímulo ao estudo e à formação.

Estas considerações iniciais referem-se à posição que a S'ARTE opta por assumir ao definir-se, bem como as avaliações que surgiram de uma série de pesquisas iniciais, realizadas para melhor compreender a situação que está ocorrendo atualmente em nossa área. Em primeiro lugar, convém definir a identidade da marca com uma secção que indique as peculiaridades do projeto, os valores e a sua missão, o conjunto de características que define e torna tudo único e inconfundível.

S'ARTE é a expressão de uma visão ética que visa promover o conceito de dimensão cocriativa, voltada para a valorização das relações entre pessoas e materiais, aliada ao progresso tecnológico, sustentabilidade e pesquisa. S'ARTE é uma marca forte e sincera que se dirige ao público de forma

clara e direta. A comunicação é dirigida a todos aqueles que desejam fazer parte da proposta, mas também, e sobretudo, a todos aqueles que decidem aproveitar os produtos fabricados no projeto. A S'ARTE, portanto, concentra todas as suas energias na promoção coletiva de uma dimensão que acrescenta à valorização dos materiais o regime de relações com outros materiais, com tecnologias de produção inovadoras e com competências diferenciadas de pessoas de diferentes realidades; uma dimensão na qual os atributos do produto são definidos, muitas vezes tendo um valor não quantificável. A S'ARTE quer ser um símbolo de identidade e afirmação do capital humano e que permite o enriquecimento e consolidação ao longo do tempo da realidade estabelecida.

A nomenclatura S'ARTE vem de uma combinação de alfaiataria e arte, atributos-chave da identidade da marca. Visualmente a referência à arte é forte, dada pelas cores e pelos elementos materiais caracterizadores. Em S'ARTE, o apóstrofo após o S marca um truncamento que melhor destaca a palavra arte. É uma marca figurativa contendo elementos de palavras, consistindo em logotipo, pictograma e recompensa.

O logotipo S'ARTE nasceu a partir do desenho da fonte através de um zigue-zague colorido e do uso de uma máquina de costura reta. Esta primeira fase definiu o material e a impressão irregular que melhor distingue a marca das demais. Numa segunda fase, a caracterização digital da fonte seguiu com uma intervenção gráfico-estrutural.

O resultado do projeto de alfaiataria da REMIDA Nápoles enfatiza a missão da marca com conceitos precisos: um novo projeto de alfaiataria ampliado, formado por pessoas que trabalham juntas e para outras pessoas, mas

perfeitamente conectado ao macroprojeto no qual REMIDA está enraizada.

O pictograma, dado pelo apóstrofo, é fundamental na representação da marca; expressa-se numa proposta gráfica articulada que transmite equilíbrio e força, além de ser um sinal distintivo da própria marca.

#### 4. DISCUSSÃO

A abertura planejada para a discussão a jusante da metodologia seguida (no campo e design de moda) concentra-se em:

- *materiais* - o projeto S'ARTE conta com as 200 empresas envolvidas no Núcleo REMIDA que doam sobras, materiais defeituosos, fundos de depósito ou excedentes de produção destinados ao descarte, que o próprio Núcleo recupera e que uma parte distribui para escolas e estruturas com fins culturais e, a outra parte, utiliza em seus projetos.

Em função da diversidade de material, é possível escolher dentre os diversos tipos de resíduos aqueles mais adequados ao tipo de reaproveitamento para a confecção do produto final:

- foram selecionados retalhos de tecidos masculinos, sobras de tecidos de uma empresa e ponta de estoques de um armazém para o desenvolvimento de uma coleção de vestuário;
- as sobras de aviamentos e as rendas foram utilizadas para a criação dos detalhes que caracterizam e completam o traje;
- zíperes e vários acessórios de plástico foram selecionados para serem reutilizados nas novas peças com as mesmas funções originais de reforço, fechamento e abertura.

Materiais adicionais, oriundos de apreensões de armazéns administrados pela Camorra e, portanto, tornam-se um bem comum para ressurgir da ilegalidade e se tornarem materiais de uso comum também foram utilizados;

Figure 3. Tecidos selecionados



Sbordone et al. e REMIDA Napoli (2018-2020).

- *upcycling* - a cultura de reaproveitamento, *upcycling* e reinvenção de roupas é uma prática reintroduzida em sistemas de reciclagem criativos para promover processos para a proteção do planeta. A sustentabilidade, a criatividade e a investigação promovem mensagens sociais capazes de solicitar reflexão, educação e formação, revertendo a definição de inútil e descarte, para uma reutilização estratégica face a novas formas organizacionais de cooperação, partilha e reorganização de recursos.

Os tecidos masculinos são usados para vestir os corpos femininos transformados em modelos que desafiam as convenções: do risca de giz ao grisaille, da renda ao bordado, as peças brincam com volumes, larguras suaves e recortes que derivam de mapas corporais personalizados;



zigue-zagues coloridos decoram as bainhas e marcam novas linhas na roupa.

A paleta de cores é dominada por tons que vão do marrom ao cinza e ao preto com declinações vermelhas e brancas para enfatizar o papel da mulher, sua posição em uma sociedade cada vez mais composta de antagonismos.

Figure 4. Processo de design de moda



Source: Sbordone et al. e REMIDA Napoli (2021).

- *Mapeamento Corporal como Positividade Corporal* - a positividade corporal nasceu há alguns anos, criada para promover a aceitação de todos os tipos de corpos independentemente de tamanho, raça, gênero ou aparência física para quebrar os padrões de beleza impostos pela sociedade, para despir preconceitos e dar valor ao único indivíduo.

As próprias mulheres da S'ARTE "recriam" o tecido social em uma infinidade de visões e valores baseados na identidade e na nova beleza. Como parte ativa do projeto S'ARTE, as próprias mulheres são modelos através de suas silhuetas, elas definem novos modelos e constroem seus

modelos. Na primeira fase, foram estudados por meio da detecção das medidas anatômicas de cada uma, a fim de desenvolver um mapeamento corporal que permitisse uma abordagem fácil para um desenho ad-hoc. Unidos na diversidade de competências e corpos profissionais, são hoje símbolo de verdadeiro valor social e partilhado.

Figure 5. Desfile de moda e Shooting



Source: Sbordone et al. e REMIDA Napoli (2021).

- *Laboratório de prototipagem* - o processo de modelagem envolve a construção do protótipo que sustenta o conceito estilístico dos materiais recuperados e as técnicas adotadas. O processo envolve as mulheres e suas habilidades fabris, integrando conhecimentos e visões, tradições, com vistas à inovação.

O processo de prototipagem utilizado apresenta uma forte raiz de inovação e de experimentação, partindo do mapeamento corporal do corpo de cada mulher para criar coleção de modelos de alfaiataria que se ajustam em novas silhuetas, e cada modelo mantém seu ponto de

reconhecimento. A partir de um modelo primário traçado até esboços conceituais, passamos para a modelagem do tecido no corpo com a técnica de moulage, onde são definidos os comprimentos e volumes.

As fases de criação, design e confecção do protótipo de cada corpo precisa ocorrer de forma única, o processo é formado de várias etapas combinando diferentes técnicas, realizações parciais e verificações contínuas, visando o aprimoramento da metodologia utilizada cada vez mais orientada para o desenvolvimento do projeto, desencadeando técnicas para obtenção dos protótipos criativos e para a confecção dos modelos finais.

Figura 6. S'ARTE Logo



Fonte: Sbordone et al., REMIDA Napoli e Università della Campania (2021).

- *Estratégias de comunicação* - o projeto S'ARTE termina com o evento desfile S'ARTE.

Para a ocasião, foram desenvolvidas diversas estratégias de comunicação para fortalecer o conceito de moda ética e social:

- comunicação para a promoção do evento (física e streaming nas redes sociais): a estratégia de comunicação envolve, numa primeira fase, a criação de

um plano editorial para a promoção do evento nas redes sociais (Facebook e Instagram). Os conteúdos digitais foram especialmente concebidos para serem distribuídos nas duas redes sociais em paralelo, de forma a garantir uma estratégia coerente e homogênea. A promoção, cronometrada por meio de um calendário bem definido, foi inicialmente acompanhada por conteúdos publicados que não trazem informações detalhadas sobre o evento, gerando expectativa e curiosidade nos usuários. Progressivamente, mais e mais informações foram fornecidas através de um programa dividido em várias fases: publicação de imagens de materiais, vídeos curtos, mulheres no trabalho, atividades e informações mais detalhadas, alternadas com o logotipo S'ARTE; foi montado um conteúdo mais dinâmico e detalhado, incluindo postagens informativas, contagens regressivas com os dias faltantes do evento; também foi pensada a criação de gadgets para os participantes ampliarem o valor do evento;

- comunicação da embalagem do produto à venda (embalagens e etiquetas): a estratégia de comunicação envolve a criação de embalagens através dos materiais recuperados, para o acondicionamento e venda das peças confeccionadas. São dotados de etiquetas retangulares frente/verso, contendo a marca e notas técnicas para descrição dos materiais e do processo de produção.
- comunicação digital, mídias sociais e design de interação (curtidas para monitoramento da satisfação dos seguidores e serviço de customização): a estratégia de comunicação envolve a publicação de imagens do produto após a compra, a fim de gerar reações e assim monitorar o nível de preferência do usuário. Além disso, a interação direta dos clientes nos diversos canais sociais

permite ter à disposição o apoio técnico das mulheres S'ARTE com a possibilidade de personalizar e reinterpretar os modelos.

## 5. CONCLUSÃO

O empoderamento e a inclusão facilitam o processo de autodeterminação para ganhar consciência de si, do seu potencial, da sua ação para fazer parte do processo de tomada de decisão que vem de baixo e faz com que cada participante se torne uma parte ativa. O novo papel da mulher na tomada de consciência dos limites ambientais e das consequências do consumo excessivo e do desperdício de moda exige uma consciência coletiva capaz de usar o tempo de forma criativa e socialmente recreativa.

## REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, C. M.; LEHEW, M. L. A. Sustainable Apparel Product Development: In search of a New Dominant Social Paradigm for the Field Using Sustainable Approaches. **Fashion Practice**, V. 3, p. 29–62. 2011.

ALESSANDRINI, G. La pedagogia del lavoro. Questioni emergenti e dimensioni di sviluppo per la ricerca e la formazione. **Education Sciences & Society**, 3(2), p. 55-72. 2012.

AVILA, A. P. S. *et al.* Os Resíduos Têxteis Sólidos no Contexto de Abordagens Sustentáveis: Ciclo de Vida, Economia Circular e Upcycling. **MIX Sustentável**, [S.l.], v. 4, n. 3, p.17-24, out-mar. 2018. Disponível em: <http://www.nexos.ufsc.br/index.php/mixsusten-tavel>. Acesso em: 25 maio 2021.

BALIAMOUNE-LUTZ, M. On the measurement of human well-being: fuzzy set theory and Sen's capability approach. **Wider UN**, Research paper n. 2004/16. 2004.

BIRBES, C. Progettazione pedagogica e ambiente. In cammino verso l'ambiente. In C. Birbes (Ed.), **Progettare l'educazione per lo sviluppo sostenibile**. Idee, percorsi, azioni. Milano: EDUCatt. 2011.

BONOMI, A.; RULLANI E. **Il capitalismo personale. Vite al lavoro**. Torino: Einaudi. 2005.

CIA DIFFUSIONE. **L'industria del tessile abbigliamento**. 2009. Disponível em: <https://www.ciadiffusione.it/gesFiles/Filez/1537430803K100643.pdf>. 2014. Acesso em: 15 maio 2021.

CREPALDI, V. **Programmazione e controllo nella Reverse Logistics: Corporate Social Responsibility, Corporate Sustainability e indicatori GRI**. Università CA' Foscari Venezia. Disponível em: <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/1057/5757/821276-1180634.pdf?sequence=2>. Acesso em: 23 maio 2021.

DUARTE, A. Y. S. *et al.* Technological innovations in the production of sportswear: from conventional production to Industry 4.0. **PRODUCT (IGDP)**, v. 18, p. 19-25, 2020.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. **A new textiles economy: Redesigning fashion's future**. 2017. Disponível em: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>). Acesso em: 12 maio 2021.

FANTIN, V. *et al.* Sistemi di progettazione, produzione, distribuzione e consumo sostenibili e circolari - Filiera Tessile - Abbigliamento - **ModaPosition paper**. 2020. Disponível em: <https://www.react-project.net/wp-content/uploads/sites/41/2020/05/5-ICESP-Position-paper-filiera-tessile-e-moda.pdf>. Acesso em: 10 maio 2021.

FIORANI, E. **Moda, corpo, immaginario**. Il divenire moda del mondo fra tradizione e innovazione. Milano: Poli.Design, 2006.

FLETCHER, K. **Sustainable Fashion and Textiles**. 2nd. ed. London: Routledge, 2014.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade: design para mudanças**. São Paulo: SENAC, 2011.

GLOBAL FASHION AGENDA. **Pulse of the Fashion Industry Report**. 2018. Disponível em: <https://www2.globalfashionagenda.com/publications/#pulseofthefashionindustry>. Acesso em: 30 abr. 2021.

LATTE, P. R. **Logística inversa: nova área de logística empresarial**. Disponível em: <http://meusite.mackenzie.br/leitepr/log%20dstica%20reversa%20-20nova%20%20c1rea%20da%20log%20empresarial.pdf>. Acesso em: 25 maio 2021.

LEITE, P. R. **Logística Reversa: Meio Ambiente e Competitividade**. São Paulo: Pearson, 2009.

LEITÃO, A. Economia circular: Uma nova filosofia de Gestão Para o séc. XXI. **Jornal Português de Finanças, Gestão e Contabilidade**. v. 1, n. 2, 2015.

MALAVASI, P. **Pedagogia e formação delle risorse umane**. Milano: Vita e Pensiero. 2007.

MORSELETTO, P. **Targets for a circular economy. Resources, Conservation and Recycling**. v. 153, 2020.

- MURRAY, R.; CAULIER, G. J.; MULGAN, G. **Il libro bianco sull'innovazione sociale**. Edizione italiana a cura di Giordano, A., Arvidsson, A. Londra: The Youg Foundation. 2012.
- PEARCE, D. W.; TURNER, R. K. **Economics of natural resources and environment**. Londres: Harvester Wheasheaf, 1990.
- ROBEYNS, I. The capability approach: A theoretical survey. **Journal of Human Development**. v. 6, 93-114. 2005.
- RULLANI, E.; PLECHERO, M. **Innovare**. Reinventare il Made in Italy. Roma: Egea. 2007.
- ROMANIA JOURNAL. **The first dedicated digital platform for circular economy**. 2020. Disponível em: <https://www.romaniajournal.ro/business/the-first-dedicated-digital-platform-for-circular-economy/>. Acesso em: 15 maio 2021.
- ROY CHOUDHURY, A. K. Environmental Impacts of the Textile Industry and Its Assessment Through Life Cycle Assessment. In: MUTHU, S. S. (Ed.). **Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing: Environmental and Social Aspects of Textiles and Clothing Supply Chain**. Singapore: Springer, p. 1-39. 2014.
- SANCHES, R. A. **Estudo comparativo das características das malhas produzidas com fibras sustentáveis para fabricação de vestuário**. São Paulo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade São Paulo. Tese de Livre-docência. 2011.
- SANCHES, R. A.; *et al.* Tecnologia da malharia: processos e principais produtos. *Modapalavra e-periódico*, v. 14, p. 51-72, 2021.
- SANTANA, M. R. La logistica inversa e tua importancia organizzativa e sostenibilità ambientale. **Rivista scientifica multidisciplinare di nucleo di conoscenza**. anno 03, Ed. 06, vol. 04, pp. 36-51, 2018.
- SEN, A. Well-being, agency and freedom: the Dewey lectures 1984. **Journal of Philosophy**, 82 (April 1985); and "Capability and well-being". WIDER conference paper. 1984.
- SEN, A. Development as Capability Expansion. In: Fukuda-Parr S., et al. **Readings in Human Development**. New Delhi and New York: Oxford University Press. 2003.
- WRAP. **Evaluating the financial viability and resource implications for new business models in the clothing sector**. <https://wrap.org.uk/resources/report/financial-viability-innovative-business-models-clothing#>. p.2. 2013.