

UMA VISÃO CIRCULAR DO UNIVERSO JEANSWEAR

A circular view of the jeanswear universe

Nishimaki, Edimara Mieko Cabral; Mestranda; Universidade de São Paulo,
miecocabral@usp.br¹
Avelar, Suzana; Doutora; Universidade de São Paulo, suzana.avelar@usp.br²

Resumo: Este artigo apresenta a possibilidade de uma moda jeanswear focada em circularidade e redução do descarte das peças já usadas pelo consumidor. Colocando o designer como tomador de decisões no projeto da vida da peça, as coleções podem ser pensadas para reduzir as possibilidades do jeans ser descartado em aterros e em lixões, tendo como base o que a Nudie Jeans, marca sueca, tem feito nos últimos anos em termo de circularidade.

Palavras chave: circularidade, moda sustentável, jeans, design para sustentabilidade

Abstract: This article presents the possibility of a jeanswear fashion focused on circularity and reducing the disposal of garments already used by the consumer. By placing the designer as a decision maker in the design of the piece's life, the collections can be designed to reduce the possibilities of jeans being discarded in landfills. Based on what Nudie Jeans, a Swedish brand, has been doing in recent years in terms of circularity, the work presents possibilities for circularity in denim.

Keywords: circularity, sustainable fashion, design for sustainability.

Introdução

A questão do consumo de moda responsável ganhou relevância nos últimos anos, uma vez que na realidade de consumo em que vivemos hoje, a produção em escala e sem responsabilidade ambiental e social começou a ser questionada, principalmente após o

¹ Estilista e especialista em jeans e sustentabilidade. Mestranda em Têxtil e Moda na USP, com pesquisa em moda e sustentabilidade. Formada em desenho de moda (Faculdade Santa Marcelina, turma de 2012 e Jeans School Amsterdam, 2019) e Pós-graduada em Comunicação, Marcas e Consumo pela UAM.

² Possui graduação em Bacharelado em Desenho de Moda pela Faculdade Santa Marcelina (1995), mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2000) e doutorado em Comunicação e Semiótica pela PUC (2005). Atualmente é professora Livre docente da Universidade de São Paulo, atuando principalmente nos seguintes temas: moda, globalização, tecnologias, digital, cultura e arte.


desabamento do *Rana Plaza*, em 2013. Mudanças tem sido feitas, porém elas ainda são insuficientes para garantir a segurança dos trabalhadores, segundo BARRET. A sustentabilidade ambiental também ganhou entrou em evidência, visto que a cada dia mais os desastres ambientais e aquecimento global fazem parte do dia a dia da população. Partindo da necessidade de reavaliar o padrão de consumo e produção de moda, pode-se ponderar acerca da escolha de insumos, tanto para uma melhor escolha quanto para o combate ao desperdício durante a produção e a inserção do material na cadeia produtiva após o descarte pelo consumidor final.

Para atender a atual realidade de consumo, a produção em escala cresce – junto com o aumento da população mundial.

“A tarefa dos consumidores, e o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo, é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis que flutuam com igual gravidade específica e assim captar o olhar dos consumidores.” (Bauman, 2008)

O surgimento e história do jeans estão no lado oposto desse consumo exacerbado, e nesse trabalho e mostrado é caminho e possibilidades de tornar o jeans circular e usado por muito mais tempo pelo consumidor, evitando o descarte da roupa. Valorizando o trajeto e vida da calça jeans, o consumidor aprende a ver valor em peças usadas por mais tempo, com maiores desgastes, contrastes de cor e reparos.

O consumidor atual, principalmente as novas gerações, demonstram preocupação e busca por consumir de marcas com maior responsabilidade social e ambiental. Os consumidores tem demonstrado a cada dia a insatisfação com marcas que não se posicionam a favor da sustentabilidade. Baseado no ritmo acelerado de informação e novos valores surgindo de uma nova geração de consumidores, propôs-se entender como uma coleção de jeans pode incluir itens de segunda mão e incentivar os consumidores a terem uma consciência de compra mais sustentável, e ainda assim manter o lucro, com peças com valor agregado.



Objetivo

O foco do trabalho é mostrar a autonomia a importância do designer enquanto pensador em busca da sustentabilidade na moda, reavaliando o uso dos insumos e descarte. De modo pragmático, o artigo analisa possibilidades de reinserção de peças de segunda mão em uma colção de jeans.


Sustentabilidade no jeans

A partir do momento em que iniciativas são feitas em busca da sustentabilidade por marcas pioneiras, outras marcas seguem o mesmo caminho. Segundo Tarde, ‘os trabalhos das formigas se explicam muitíssimo bem pelo princípio da iniciativa individual seguida da imitação’. Assim, as marcas inovadoras estão à frente no quesito sustentabilidade.

No mercado de moda jeanswear, muito tem sido feito nos últimos anos. A utilização do laser na lavanderia melhorou não apenas o consumo de químicos e água na lavanderia, mas também melhorou a qualidade de vida do trabalhador, com o abandono do uso do permanganato e jato de areia por exemplo.

A tecelagem brasileira Santista têxtil divulgou recentemente que não usará mais anilina no processo de tingimento do jeans, eliminando o envio desta substância a estação de tratamento de água e reduz os riscos aos trabalhadores e consumidores finais. Esta ação é parte do esforço para atender a ODS 6, um dos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável a serem alcançados até 2030, definidos pela ONU.

O uso do laser na lavanderia também trouxe importantes avanços de sustentabilidade no universo jeanswear. A técnica queima o tecido, removendo a coloração índigo da peça, mantendo a alma branca do fio. E como uma impressão ao contrário ao invés de colocar tinta, o laser remove parte do pigmento, criando os desejados efeitos de jeans usado na peça. Isso, antes feito com uso de pó abrasivo ou lixas manuais, criou uma melhor padronização de efeitos na lavanderia, além de um melhor ambiente de trabalho nas lavanderias. Em lavanderias, outra inovação recente foi o uso do ozônio, que clareia o denim sem a necessidade do uso de água.



ola@arandesite.com.br

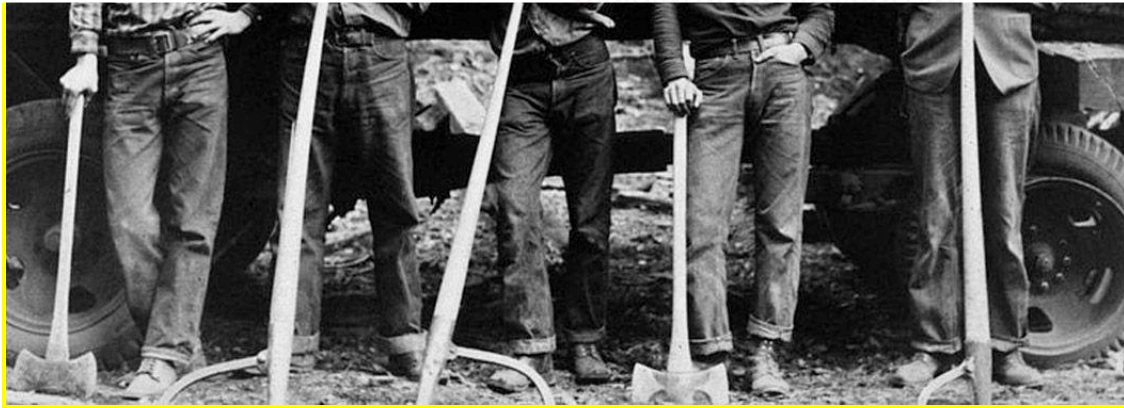
O tecido também avança para que o jeans seja mais responsável. O uso de algodão BCI (*Better Cotton Initiative*, Iniciativa Melhor Algodão em tradução livre) garante que a colheita seja feita de forma melhor supervisionada. Na composição, misturas com cânhamo, tencel e linho deixam o tecido mais sustentável, e tecnologias de acabamento podem deixar o denim com menos necessidade de ser lavado na casa do consumidor, economizando água onde mais se gasta atualmente na vida de um jeans. Tudo isso deixa o jeans mais sustentável do que como era feito antes. Mas nenhum produto é mais sustentável quanto um que já existe, e partindo disso vamos discutir o uso do jeans de pós consumo em coleções autorais.

Circularidade no universo jeanswear

Todo design é político. Produzir roupas não sustentáveis é uma escolha. Assim, criar roupas novas também é uma escolha. A partir desse pensamento, a sugestão é a via de considerar trabalhar com o que já existe.

Parar de usar imagens racistas ou machistas e parar de tratar o modernismo da Europa ocidental como uma linguagem visual neutra não é ativismo. São passos necessários rumo a uma prática mais responsável e a uma sociedade mais ética. (PATER, 2020, pg. 3)

Antes do jeans ser um item de moda e um negócio, era uma roupa de trabalho. Nos Estados Unidos, Levi Strauss, o criador da Levi's, identificou a fragilidade das roupas de trabalho dos mineradores. Para solucionar este problema, cria e produz macacões utilizando denim, originalmente importado para fabricação de tendas de campanha e costuras duplas reforçadas.



Fonte: History of Denim & the Origin of Jeans, Hawthorn, 2022

Observando o funcionamento desta roupa resistente, o governo federal americano escolheu o jeans como uniforme para suas tropas durante a 1ª Guerra mundial. Com o término da 2ª guerra, os jeans deixados pelos aliados americanos na Europa tornaram-se o produto mais contrabandeado da época e um objeto de desejo entre os jovens europeus. Por volta de 1960, a moda do jeans espalhou-se por outros continentes, criando um estilo de vida único do jeanswear, que tem relevância até os dias atuais.

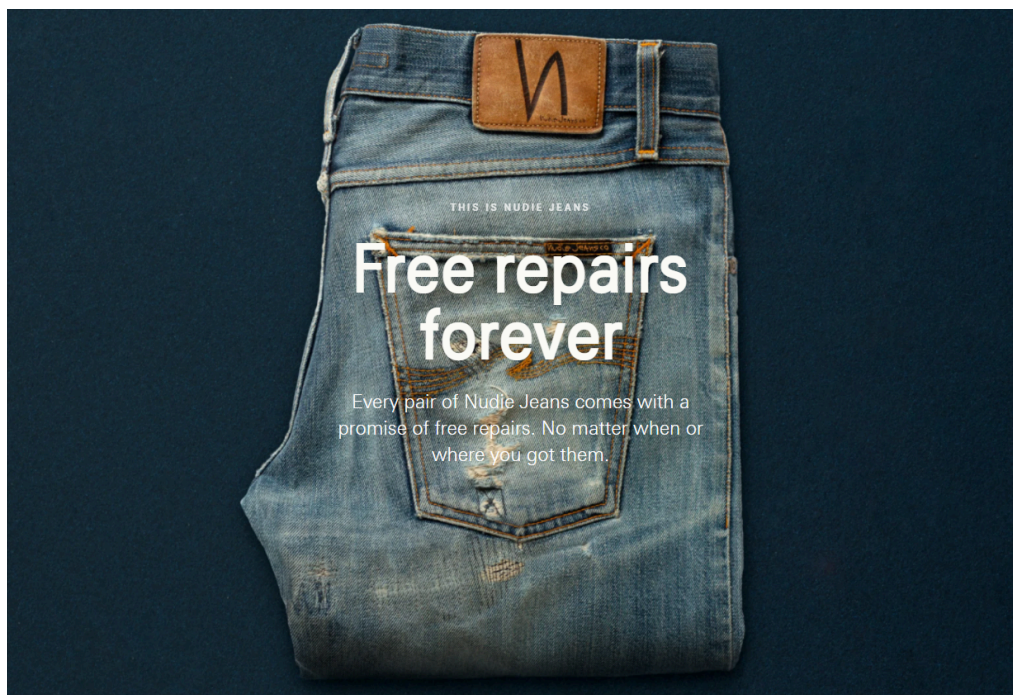
Com o consumismo exacerbado em que vivemos no mundo de hoje, um pouco da história e valor de se conservar um jeans por muito tempo no guarda roupa se perdeu. A produção em massa e os modismos passageiros que refletem a modernidade líquida descrita por Bauman trazem uma moda jeanswear menos conectada com seu passado.

O jeans tem o benefício de ficar mais macio e mais interessante visualmente, graças ao contraste criado pelo desgaste do corante usado. O denim, tecido usado para o jeans, é tecido com o fio de alma em algodão branco, encoberto por um fio índigo. Como o corante é instável, o atrito faz com que a parte branca se sobressaia, criando os efeitos de tonalidade no jeans. O Índigo só tinga a superfície do fio, com o tempo e com o uso a cor vai perdendo intensidade. Assim, quanto mais o jeans for usado, maiores os contrastes serão criados. As marcas criadas registram os movimentos feitos pelo usuário dia após dia, imprimindo em roupa uma história. Isso faz com que a comercialização de jeans usado seja válida para marcas.

ola@grandesite.com.br

A Nudie Jeans também sempre faz o conserto gratuito de qualquer peça em jeans comprada pela marca, para sempre, a fim de incentivar o longo uso dos jeans pelo consumidor. Prolongar a vida útil de qualquer peça de roupa é ainda mais importante para a sustentabilidade do que produzir com responsabilidade ou reciclar. Para quem moda longe de uma das lojas por parceiros de reparos de jeans da marca, kits de reparo podem ser comprados. Em 2020, 45,900 calças Nudie foram reparadas.

Figura 2: Reparos gratuitos para sempre



Fonte: Nudie Jeans, 2022

A empresa oferece 20% de desconto em novos jeans ao entregar uma peça antiga na loja. Estes jeans recebidos nas lojas são lavados e, se necessário, reparados. E depois retornam para a loja para serem vendidos novamente, e a maioria das coleções disponibilizadas se esgotam em apenas alguns dias.

ola@grandesite.com.br

Nas peças de segunda mão vendidas (também chamadas de pré amadas), o foco também é o percurso do uso da calça. Algumas delas contêm a história do antigo dono no site, bem como as situações em que a pessoa mais usava o item, para que o novo dono da peça conheça a origem dos desgastes, os reparos e da vida do jeans que está comprando de segunda mão. Prolongar a vida útil do jeans também é uma forma de mostrar o valor da peça.

Figura 3: História do usuário: descrição de como a peça era usada e a personalidade do antigo dono.



Fonte: Nudie Jeans, 2022

O caso da Nudie Jeans nos apresenta a possibilidade de manter peças em jeans em uso pelo maior tempo possível. Recolhendo as calças usadas dos consumidores, higienizando, reparando e colocando as peças de volta ao uso, a marca mostra como a circularidade pode funcionar no universo jeanswear. Contar a história e valorizar o que o jeans pré-usado pode oferecer a um novo consumidor faz a peça ganhar ainda mais valor agregado. Com coleções pequenas e oferecidas esporadicamente, as peças vendem rapidamente, criando desejo nos consumidores de fazer parte desse ciclo.

A sustentabilidade é uma necessidade nítida para a moda. O mercado cresce e aumenta sua produção a passos rápidos, e sem planejamento para responsabilidade ambiental e social, e esse desequilíbrio já é sentido de diversas maneiras. No mercado jeanswear, inúmeras inovações em prol da sustentabilidade têm sido feitas nos últimos anos, melhorando a produção das coleções de denim. O menor gasto de água, escolha de melhores químicos, melhoria no tingimento do tecido e nas composições trazem para o mercado um produto mais limpo e com cada vez menos resíduos. Esse trabalho é de extrema importância, porém não há produto mais sustentável do que o já existe. Podemos olhar para o jeans pós consumo como uma matéria prima importante e valiosa, para criar coleções com alto valor agregado para o cliente exigente do universo jeanswear.

O jeans fica mais interessante visualmente quando já foi pré usado, e isso torna o mercado de segunda mão importante para quem valoriza a história do denim. O jeans era usado apenas como roupa de trabalho, e se popularizou com marcas de uso dos trabalhadores. Assim, fazer com que a vida útil da peça se prolongue, é uma forma de valorizar a história e o valor do jeans. Seguindo exemplos concretos e palpáveis e que trazem lucro para a empresa Nudie Jeans, é possível compreender um universo de moda em que a roupa mais usada, e pré amada, é valorizada.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001
- _____. **Vidas para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.
- BARRETT, Paul M.; BAUMANN-PAULY, Dorothee; GU, April. **Five Years After Rana Plaza: The Way Forward**: NYU Stern Center for Business and Human Rights. 2018.
- LEE, Matilda. **Eco chic: o guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo: Larousse do Brasil, 2009.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.



ola@grandesite.com.br

LIPOVETSKY, Gilles. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LÖBACH, Bernd. Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

PATER, Ruben. Políticas do design: Um guia (não tão) global de comunicação visual. São Paulo, Ubu Editora, 2020.

SANTISTA JEANSWEAR ANUNCIA A ZERO ANILINA EM SUA PRODUÇÃO, 2022.
Disponível em:

<<https://www.abit.org.br/noticias/santista-jeanswear-anuncia-a-zero-anilina-em-sua-producao>>. Acesso em: 28/03/2022.

TARDE, Gabriel. As Leis da Imitação. Porto, Portugal: Res Editora, 1983

THE SUSTAINABLE PRODUCT. Nudie Jeans, 2022. Disponível em:
<<https://www.nudiejeans.com/sustainability/sustainable-products/>>. Acesso em: 28/03/2022.

TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção. Brusque: D. Treptow, 2007.