

Gabriela Mazepa: projetando a partir dos excessos da Moda

Gabriela Mazepa: projecting from fashion excesses

Thais Vieira, DSc, UFES.

thais.l.vieira@ufes.br

Priscilla Ramalho Lepre, MSc, UFAL.

cillaramalho@yahoo.com.br

Cristina Seixas, MSc, PUC-Rio.

cristinaaraujodeseixas@gmail.com

Resumo

Este artigo tem como objetivo registrar a trajetória da designer de moda Gabriela Mazepa, que por meio de sua experiência e formação, tornou-se uma das pioneiras no Brasil a criar, produzir e estimular o uso de roupas dentro de uma perspectiva para uma moda mais sustentável. Sua vasta atuação abrange desde a produção industrial, aos projetos individuais ressignificando peças de roupas exclusivas, tanto no Brasil como em outros países como França, Inglaterra e Sri Lanka. A estilista criou a marca Re-roupa e difunde novas práticas em relação à moda, fazendo e ensinando a fazer, transformando roupas não mais valorizadas em produtos que se tornem objeto de desejo novamente. Cria moda levando em conta os três principais aspectos da sustentabilidade: sociais, econômicos e ambientais. Para garantir um registro coerente e relevante foram coletados dados por meio de revisão da literatura, publicações na web e entrevista com a própria profissional.

Palavras-chave: Gabriela Mazepa; Moda sustentável; Upcycling; Indústria da Moda; Re-roupa

Abstract

This paper aims to record the trajectory of Gabriela Mazepa, a fashion designer who through her experience and training, has become one of the pioneers in Brazil to create, produce and stimulate the use of clothes from a perspective of a more fashion sustainable development. Her extensive work ranges from industrial production, to individual projects re-signifying exclusive pieces of clothing, both in Brazil and in other countries such as France, England and Sri Lanka. The designer has created the brand Re-roupa and diffuses new practices in relation to fashion, making and teaching to make, transforming clothes no longer valued for people in products that become again objects of desire. It creates fashion considering the three main aspects of sustainability: social, economic and environmental. To ensure a coherent and relevant record, data were collected through literature review, web publications and interview with the professional.

Keywords: Upcycling; Gabriela Mazepa; Sustainable Fashion; Fashion industry; Re-roupa

1. Introdução

A sustentabilidade tem sido um tema recorrente nas últimas décadas e as reflexões sobre o tema vêm se expandindo por âmbitos diversos, mas pode-se dizer que um dos desafios mais complexos é o que a relaciona com a indústria da moda. O sistema da moda pressupõe um estímulo ao consumo frequente em busca de novidades, ao passo que os preceitos de sustentabilidade sugerem diminuição de consumo para mitigar os efeitos do lixo gerado pelo excesso de descarte.

Os caminhos que vêm sendo trilhados para aproximar moda e sustentabilidade têm ações ligadas às várias etapas da cadeia produtiva. Trataremos neste artigo de um viés especificamente ligado aos rejeitos têxteis a partir da estratégia de *Upcycling*. Para tanto, nas próximas seções apresenta-se o conceito de ciclo de vida do produto e, mais especificamente o ciclo de vida imposto pela moda aos produtos têxteis para vestuário. Em seguida apresenta-se a estratégia *Upcycling* e seus impactos positivos nas dimensões da sustentabilidade. Por fim, para ilustrar a potência desta estratégia e fornecer dados que permitam ao design identificar e fomentar processos de inovação social na cadeia produtiva da moda, descreve-se o trabalho de Gabriela Mazepa, estilista que se dedica à transformação de roupas, ou resíduos têxteis indesejados, em peças que com isso virão a ser novamente cobiçadas.

Formada em Artes Decorativas na França, foi uma das pioneiras no Brasil a difundir esta prática aplicando sua criatividade e conhecimento basicamente em três diferentes tipos de insumos têxteis: roupas antigas trazidas pelos clientes, roupas de fábricas rejeitadas por controle de qualidade e refugos de tecidos das confecções.

2. Produtos Têxteis: impactos e ciclo de vida.

A moda no vestuário por muito tempo tem sido usada primordialmente como elemento de distinção social e de pertencimento à determinados grupos. Consumidores escolhem estilo ou assinaturas de seus criadores que representem seu status social.

Moda reúne a autoria criativa, a produção técnica e a disseminação cultural associadas com o ato de vestir, unindo designer, produtores, varejistas e todos nós usuários de roupas. Em sua forma mais criativa a moda ajuda-nos a refletir sobre quem somos como indivíduos, ao mesmo tempo que nos conecta com grupos sociais mais amplos, fornecendo senso de individualidade e de pertencimento... liga indivíduos de diferentes origens demográficas, grupos socioeconômicos e nacionalidade e os atrai para um movimento a favor da mudança... tem uma relação complexa com sistemas mais abrangentes, como economia, ecologia e sociedade. (FLETCHER & GROSE, 2011, p. 8)

A indústria da moda, responsável por parte da economia mundial, é um segmento de alta complexidade cuja cadeia produtiva envolve a extração/produção/transformação de insumos animais, vegetais e minerais, naturais e sintéticos que combinados, oferecem não apenas proteção ao corpo humano, mas identidade, pertencimento e status. Muitos processos empregados na obtenção e transformação dos insumos são tóxicos e utilizam agentes químicos com grande potencial para poluição do ar, solo e recursos hídricos, como aqueles usados para curtir o couro ou mesmo os empregados no tingimento do jeans. A maioria dos processos empregam grandes quantidades de energia e água, nem sempre adequadamente aproveitada e tratada da perspectiva *Clean Production* ou *Clean Products* (LEWIS & GERTSAKS, 2001). O emprego de recursos não renováveis, como o petróleo, também é constante tanto para o fornecimento de energia, como em componentes polímeros para tecidos, tintas, adesivos, acessórios, dentre outros.

Considerando apenas os têxteis, entre os impactos mais importantes da cadeia da moda, segundo o *Retail Forum*, realizado em 2013 (EUROPEAN COMMISSION-EC, 2019) estão:

- utilização de energia, emissões de gases com efeito de estufa (GEE), libertações de nutrientes (levando à eutrofização) e eco-toxicidade da lavagem (aquecimento de água e detergentes) e morte dos têxteis;
- uso de energia, esgotamento de recursos e emissões de GEE do processamento de combustíveis fósseis em fibras, e. poliéster ou nylon;
- uso significativo de água, toxicidade de fertilizantes, uso de pesticidas e herbicidas, uso de energia e GEE emissões associadas à geração de fertilizantes e sistemas de irrigação relacionados à produção de culturas de fibras, e. algodão;
- uso de água, toxicidade, resíduos perigosos e efluentes associados com a fase de produção, incluindo produtos químicos pré-tratamento, corantes e acabamentos.

Além de impactos negativos sobre o meio ambiente, há também os impactos sociais gerados pela moda, que vem sendo mundialmente discutidos, como a utilização de trabalho análogo à escravidão, uso de mão de obra infantil, fortalecimentos das desigualdades sociais e segregação (ELLEN M'ARTHUR FOUNDATION, 2017). Somados aos impactos causados durante o processo produtivo, estão aqueles gerados ao final do ciclo de vida destes produtos, intensificados pela velocidade imposta pelo conceito de novidade imbuído no conceito de moda, cuja indústria, mais especificamente aquela voltada para as massas, trabalha com o modelo linear de economia, seguindo a lógica do '*Take, Make and Dispose*', em tradução livre 'pegar-usar-descartar (BLOMSMA e BRENNAN, 2013). Neste modelo, o descarte de peças de vestuário é algo desejável e feito de forma indiscriminada. O fim do ciclo de vida de produtos da moda é determinado, principalmente, por sua depreciação estética e significativa. No entanto, muitos produtos mantêm sua funcionalidade e seu descarte representa um fim de vida prematuro e indesejado quando sob o ponto de vista da do desenvolvimento sustentável.

Segundo Lewis e Gertsaks (2001), alguns tecidos podem ser qualificados como materiais de longa duração e demandam planejamento que compatível com sua durabilidade (MANZINI e VEZZOLI, 2002). O design possui, atualmente, diversas diretrizes e estratégias que contemplam o design para a sustentabilidade desta tipologia de produtos, tanto no nível mais básico, como o redesign, quanto em níveis estratégicos, abrangendo o design de produto+serviços e design de sistemas, por exemplo (LEPRE e SANTOS, 2008). Algumas iniciativas espontâneas e promissoras têm sido observadas, caracterizando a integração das sociedades na modificação dos paradigmas da moda e da sustentabilidade. Entre elas, a próxima seção destaca e descreve o *upcycling*.

3. Upcycling: valorização dos produtos têxteis do mercado da moda

Upcycling, conforme aponta HAN et al (2016), é uma estratégia aplicada à produção de moda, que utiliza materiais 'descartados' para criar produtos, com maior valor agregado, com vantagens ambientais, econômicas e sociais. O reuso, que caracteriza o upcycling, pode ser pré ou pós-consumo.

As intervenções pré-consumo são aquelas que tem como insumo os descartes do processo produtivo (produtos com defeito). As fases de transporte, armazenamento e venda, também tem potencial de danificar produtos, que podem se tornar matéria prima para o *upcycling* pré-consumo. Já o *upcycling* pós-consumo é feito com roupas descartadas, com ou sem defeitos. Estas, através de interferência, se tornam novos produtos.

O *upcycling*, em seu conceito básico de reuso era uma prática comum até o período pós segunda guerra mundial. Com o fortalecimento da sociedade de consumo, produção em massa e a facilitação do acesso à roupas, esta prática foi sendo gradualmente substituída pela chamada *Fastfashion*. Contudo, nas economias emergentes ainda pode ser verificada, em especial em comunidades de baixa-renda, onde o poder aquisitivo não permite a adesão aos padrões e apelos da moda. Atualmente, diante dos paradigmas da sustentabilidade, cuja superação demanda a revisão de conceitos e práticas de produção e consumo predatórias, o *upcycling*, ressurge como uma forma vernacular de Inovação Social.

Os usuários que procuram e se encantam com suas roupas buscam objetos diferenciados pelos cuidados originados de preocupações com o meio ambiente, pelo significado de uma roupa com história renovada, ou pela própria assinatura da estilista, que aos poucos tornaram-se sinônimos entre si: Gabriela Mazepa = moda sustentável!

Sua presença frequente como convidada nos eventos de moda brasileira dos últimos dez anos teve como objetivo além da divulgação de sua própria marca, a difusão de pensamentos e atitudes que até então eram pouco conhecidos pela maioria nas escolhas de seus produtos de vestuário. Questionando valores e resultados incentivou novos talentos da moda a ousar experimentar em uma seara tão arriscada quanto promissora, na busca por uma moda mais sustentável. Reunindo profissionais e fazendo diferente referendou atividades que pareciam incompatíveis com o mercado brasileiro, apontando inúmeras possibilidades como as que serão vistas neste artigo.

4. Histórico das marcas de moda sustentável no Brasil

Essa relação vem sendo modificada aos poucos nos últimos anos, quando a individualização estética promovida pelo fortalecimento das práticas de customização tem sido valorizada. Ao mesmo tempo que temos a cultura do *fastfashion* presente nas grandes marcas de moda, há em contrapartida o crescimento do *slowfashion* que valoriza a qualidade dos produtos, a cultura local e o comércio justo (FIRJAN, 2013).

Considerando o início da década de 2010, enquanto na Europa já era possível identificar a evolução da sustentabilidade na moda em várias iniciativas empresariais ou individuais, o Brasil ainda expressava um certo desinteresse pelo tema, tanto nos empreendimentos quanto nas demandas dos consumidores (VIEIRA, 2015).

Vários fatores contribuíram para o atraso da evolução da sustentabilidade em terras brasileiras, mas principalmente o fato de que em termos de moda, o país usualmente se portou como um seguidor das chamadas “tendências” determinadas pelo velho mundo. O Brasil durante muitos anos voltou seu olhar quase que exclusivamente para o que estava sendo criado em termos de vestimenta especialmente para as cidades de Paris e Londres, para então adaptar, produzir e comercializar as roupas a serem comercializadas no mercado nacional (VIEIRA, 2015).

Num primeiro momento tivemos algumas marcas preocupadas com a sustentabilidade considerando apenas a produção mais limpa, ou mais especificamente optando pelo uso de tecidos orgânicos, reciclados ou recicláveis. Há registros de produtos com este perfil desde 1998 pela marca carioca Osklen, que segue até hoje investindo neste viés por meio da manutenção de um projeto de pesquisas alternativas para insumos e processos produtivos: o “Instituto e” (INSTITUTO E, 2019). Em 2018 a marca lançou o conceito ASAP, sigla que representa as palavras “*As Sustainable As Possible*”, fazendo um trocadilho com o termo já conhecido “*As Soon As Possible*”. Investiram em uma coleção de roupas produzida com

material e processos de baixo impacto ambiental de roupas e com esse mote vêm instigando à conscientização de seus consumidores (OSKLEN, 2019).

Outra iniciativa brasileira que pode ser tomada como exemplo de pioneirismo é o caso da marca da estilista Isabela Capeto, também do Rio de Janeiro que tem seu talento reconhecido internacionalmente. Suas peças são sempre produzidas em tecido 100% orgânico, de preferência em processos artesanais, tendo como um dos elementos marcantes de seus produtos os bordados feitos a mão (CAPETO, 2018).

Em um país de dimensões continentais como o Brasil, a cultura se manifesta fortemente nos artefatos feitos à mão, levando a um dos aspectos da dimensão social da sustentabilidade que é a preservação natural dos saberes locais. Nesses produtos, em geral, há menos química, mais qualidade nos acabamentos, além de se tornarem objetos mais difíceis de serem descartados pelo significado que carregam em si (VIEIRA, 2015).

Durante a última década grandes empresas brasileiras de moda vêm se esforçando para absorver práticas de gestão relacionadas à sustentabilidade e fazem questão de divulgar suas ações corroborando o fato de que há uma parcela significativa de consumidores demandando esta postura. Em alguns casos o que de fato acontece é apenas propaganda caracterizando o fenômeno de *Greenwashing*, característico das empresas que se apropriam do conceito de sustentabilidade exercendo medidas superficiais de pouco ou nenhum resultado efetivo. (DELMAS; BURBANO, 2011)

Percebe-se nos últimos anos um aumento significativo no surgimento de empresas voltadas para a sustentabilidade no setor têxtil brasileiro. Aumentaram em quase dez vezes de acordo com uma pesquisa que tomou como base registros comparativos desde 2004. A grande maioria localizada nas regiões sul e sudeste (INSTITUTO FASHION REVOLUTION BRASIL, 2018). Dentre estes encontram-se notoriamente uma grande quantidade e variedade de pequenos empreendedores com potencial criativo e coragem para experimentar novas possibilidades de negócios.

5. História de Gabriela Mazepa

Comecei de uma maneira muito intuitiva, tinha total liberdade de criar na Escola de Arte, desde que minha matéria prima fosse o tecido. E de cara já foi tecido e roupa reutilizado porque eu queria contar a história das pessoas, e conversando com elas percebia que todo mundo tinha no guarda-roupa uma peça em desuso. Sempre vi a roupa como essa segunda pele que comunica coisas sobre nós antes mesmo de a gente falar, se apresentar a alguém. Queria fazer algo ligado a isso, a essas funções sociais, culturais e políticas que a roupa exerce e que tantas vezes são esquecidas no calendário atropelado da Moda. Fui percebendo que havia um universo inteiro a ser explorado usando o que já existia, que o excesso era uma matéria prima abundante nesse mundo consumista em que a gente vive. (GABRIELA MAZEPA in RE-ROUPA, 2019)

Natural de Curitiba, Gabriela Mazepa teve a oportunidade de vivenciar o processo de moda desde pequena, quando acompanhava a mãe à confecção, sendo que em sua família reaproveitar era uma ação natural. Apesar disso em sua entrevista fez questão de ressaltar que nesta época jamais quis estudar moda (MAZEPA, 2017).

Voltada para o campo das artes, escolheu a faculdade de arquitetura por considerá-la a conjuntura perfeita entre arte e seu ideal de trabalhar com tecidos; um campo vasto que poderia abrir outros caminhos futuramente. Iniciou seus estudos no Brasil, mas antes de concluí-lo teve a oportunidade de se mudar para a França em 2006, por meio de intercâmbio,

o que representou também a possibilidade de realizar o desejo de sair de Curitiba e conhecer outros rumos (MAZEPA, 2017).

Chegando lá, percebeu que o curso não correspondia às suas expectativas por ser muito racional e técnico: “A faculdade era de arquitetura [...] na França era muito mais engenharia, assim, muito mais racional do que tinha visto de arquitetura aqui” (MAZEPA, 2017). Assim, teve conhecimento do Curso de Artes Decorativas ministrado na *École Supérieure des Arts Décoratifs de Strasbourg* (ESADS), na França, que considerou muito especial por utilizar matérias primas como tecido, madeira, vidro no desenvolvimento de produtos. Transferiu-se, então, para aquela instituição, onde iniciou o caminho que segue até hoje, trabalhar com tecidos de descarte, e obteve o diploma em Arte Têxtil, com Honra ao Mérito (2003-2006).

O projeto final de graduação se tornou a partida para o que se seria, mais tarde, seu próprio negócio: recriar roupas de acordo com os relatos individuais do próprio usuário final. Segundo ela todo mundo tem algo para contar; assim, solicitava que as pessoas entregassem uma roupa que não usassem mais e contassem histórias relacionadas às mesmas. A partir daí, com base em processos artísticos, transformava aquela peça buscando levar à roupa a narrativa daqueles indivíduos. Por ser muito comunicativa, mas ainda sem dominar o idioma, Gabriela Mazepa encontrou no projeto uma forma de conhecer as pessoas e de se expressar tornando a atividade ainda mais significativa (MAZEPA, 2017).

Moda mais ética, consciente e responsável

“No mundo ideal não tem *upcycling*. Não tem sobra.
Então é nesse mundo ideal que a gente quer chegar.”
(MAZEPA, 2017)

Esta mudança para viver no exterior foi uma guinada na vida de Mazepa, um momento crucial de entender muitos fatos por viver em uma cidade universitária, ter contato com estudantes do mundo inteiro com o propósito de estudar, mas, principalmente, estimulando seu pensamento crítico, bem como sua percepção em relação aos outros modos de vida.

Na visão dela, a relação do europeu com o consumo é um pouco diferente da relação brasileira. Apesar de em Curitiba já haver anteriormente o costume em adquirir roupas usadas, estranhou o comportamento da população francesa, “[...] para mim, eu acho, foi um choque, porque todo mundo comprava roupa de segunda mão [...] lá era comum” (Idem). Uma das questões que a intrigava era porque as pessoas doavam ou se desfaziam de tanta roupa, e este foi um dos fatores que fizeram com que ela refletisse mais com relação ao supérfluo, ao “excesso” e seu lado negativo. Foi uma época, na França, em que estavam surgindo movimentos com diversas nomenclaturas em relação aos novos caminhos da moda que tinham um viés de preocupação com o meio ambiente, como moda ética, moda sustentável, Eco Fashion; era um momento rico em debates a respeito da necessária conscientização da moda em todos os âmbitos. Entre estas vertentes Mazepa se identificava com a metodologia do *Upcycling*, e que Gabriela percebeu como sendo o seu próprio trabalho, um conceito de reaproveitamento de materiais transformando-os em algo melhor. O oposto deste conceito pode ser útil na compreensão do sentido desta prática é o de *Downcycling*, em que o produto é desconstruído para que retorne a condição de matéria prima na cadeia produtiva (SALCEDO, 2014).

Ao seguir este princípio, entre 2007 e 2009 ainda na França, foi sócia-fundadora e estilista da marca ***By Mutation***, que desenvolvia pesquisas e edições limitadas de roupas e acessórios. Com esta proposta participou de eventos como *Who's Next* e *Ethical Fashion Show, em Paris* durante este período. Porém, devido a dificuldades encontradas na produção e

formação de parcerias, além do desejo de voltar ao Brasil para estruturar um projeto com base no que aprendeu no exterior, saiu da sociedade, mas a considera uma experiência imprescindível em sua formação.

Já no Brasil, em 2009 inscreveu-se e foi vencedora como representante do Brasil do prêmio *British Council Fashion Awards (IYFE 2009)*, recebendo uma bolsa de estudos que a levou a Londres por um tempo. Novos cursos, novos contatos e oportunidades fizeram com que fundasse o Projeto **Conexão** by Gabriela Mazepa (Diretora Criativa/designer) em parceria com uma das maiores Indústrias Têxteis e Confecções da Ásia: Brandix - Sri Lanka, para a qual assinou duas coleções bem como acompanhou o processo de modelagem e pilotagem das peças, além de participar do ciclo de debates sobre Moda Sustentável *Sri Lanka Design Festival*, por dois anos seguidos.

O trabalho no Sri Lanka consistiu no reaproveitamento de coleções rejeitadas pelo controle de qualidade de grandes marcas clientes da Brandix. Seriam peças destinadas aos aterros sanitários ou à incineração, pelo fato de que os contratos com as empresas que as comercializariam não permitiam que fossem revendidas. Gabriela Mazepa projetava a transformação destes modelos de maneira que pudessem se tornar interessantes para que fossem reinseridos no mercado sem infringir a limitação do uso do modelo prevista em contrato. Naquele momento ainda se tratava um trabalho insipiente, com muitas limitações e obstáculos, fonte de aprendizado para os processos vindouros identificáveis ao longo de toda a trajetória da estilista.

Re-Roupa, a extensão do ciclo de vida das roupas

A experiência na Ásia trouxe-lhe mais conhecimento e a certeza de querer seguir o caminho do reaproveitamento. A realidade industrial encontrada naquele país (incinerar as sobras da coleção) somado à dificuldade de aceitarem novas ideias e comportamentos, trouxe mais reflexões, como o porquê da necessidade em produzir em quantidades tão grandes e, então, queimar as sobras. Aparentemente tudo poderia se resolver com uma simples redistribuição em prol de pessoas que sequer tenham o que vestir, mas as marcas entendem que devem preservar os produtos que carreguem sua identidade, não apenas nas etiquetas, mas também nas modelagens que os representem.

De volta ao Brasil, instalou-se no Rio de Janeiro com o propósito de abrir uma empresa própria. Desde o início desenvolveu algumas iniciativas individuais na moda sempre tendo em vista o reaproveitamento de roupas, mas atenta e ativa nas questões sociais. Aproximou-se de comunidades de baixo poder aquisitivo (Cidade de Deus), possibilitando trabalho com remuneração justa e valorizando a beleza de suas mulheres. Promoveu desfiles feitos pelas costureiras e protagonizados pelas modelos locais. Assim fundou o projeto **Re-Roupa** em 2013 difundindo o conceito de *Upcycling*.

[...] uma metodologia que propõe a criação de roupas novas a partir de matérias primas que eram consideradas resíduo: fins de rolo de tecido, retalhos, roupas com pequenos defeitos, propondo ir na contramão do processo acelerado que dita as tendências da moda. Além da preocupação com o reaproveitamento, faz parte do conceito do projeto valorizar a mão de obra local e capacitar costureiras para esse processo de *Upcycling*. (RE-ROUPA, 2019).

Ela considera o Re-Roupa e o que faz, como um manifesto contra o que avalia ser errado, principalmente quanto a questão da distribuição e do desperdício, e assim, faz roupas de resíduos, promove oficinas, consultoria, palestras e projetos. É uma iniciativa que tem também a preocupação com o social, de valorizar a mão de obra e “de deixar um pouquinho menos desigual essa cadeia produtiva da moda” (MAZEPA, 2017).

O universo criativo de Mazepa tem como referência a cultura urbana (Figura 1), a música, a atualidade “a roupa do **Re- Roupas** é uma roupa para sair na cidade e andar; não é uma roupa para você andar no campo [...] é o universo da atualidade” (MAZEPA, 2017). Quanto aos processos coletivos, no caso de aulas e oficinas como aconteceu por exemplo no Cariri (Ceará), estimula a cultura local, ou seja, escolhe e desenvolve um tema em sintonia com o próprio ambiente. Um processo diferente da moda tradicional, que geralmente impõe temas às vezes desconhecidos do público.



Figura 1: Anúncio de uma de suas oficinas de Upcycling
Fonte: www.insectashoes.com, 2019

Sua formação em artes têxteis aliada às experiências de trabalho a levam a ver a moda como um tipo de comportamento, uma forma de comunicação com o mundo, entendendo moda como movimento, “assim, de comportamento coletivo, porque se não for coletivo, também não é moda. Então o que a pessoa, um grande número de pessoas está querendo dizer naquele determinado momento do tempo, também. Porque a moda é cíclica, está relacionada ao tempo” (MAZEPA, 2017). A moda é um celeiro do consumo, o que considera como sendo o problema do setor: fazer com que as pessoas desejem o que é novidade, estimulando as marcas a produzirem cada vez mais.

Os diversos questionamentos pelos quais passou a fizeram repensar o consumo da roupa e o fator de mudança que deseja ver acontecer é o que se relaciona ao destino das sobras têxteis. Na percepção de Mazepa, hoje há ainda poucas marcas de moda promovendo a logística reversa dos produtos usados, que sejam reelaborados ou desfibrilados, para se tornar novos tecidos. Entende que haja uma ligeira mudança no comportamento do consumidor, com mais interesse e procura por roupas de segunda-mão em brechós, por reforma das peças, porém são ações ainda pouco praticadas (MAZEPA, 2017).

Um dos fortes pilares de suas ações em prol da sustentabilidade são as interações sociais que ocorrem ao longo de toda sua trajetória como podem ser feitas no projeto AME Costura em 2016 para o Instituto ISES, na cidade de Cantagalo, na parceria com costureiras do Morro Dona Marta para a ONG Pipa Social em 2014, na criação de uma coleção em 2012 com a OSAMI na Cidade de Deus (RJ) para a ONG francesa *ModaFusion*, na criação de coleção de acessórios para o projeto *Island Craft* em Jaffna do Sri Lanka em 2017, além dos diversos projetos desenvolvidos desde 2015 com a Rede Asta (RE-ROUPA, 2019).

Por alguns meses chegou a fazer parte do coletivo de moda sustentável Malha ainda no Rio de Janeiro, onde teve seu atelier montado e ativo, além de participar na concepção de

projetos inovadores neste espaço que se propunha a ser um espaço de encontro de marcas insipientes (*Start-ups*) voltadas para uma moda mais sustentável.

Durante a entrevista feita para esta pesquisa, a estilista comentou acreditar no poder da informação e de ter portas abertas, para a formação dos novos modos de interagir com as roupas cotidianamente:

... acredito muito no quanto as pessoas se formam ouvindo uma verdade só, sabe, da moda, e aí quando você chega, o pessoal abre uma portinha [...] todo mundo fala ‘Cara, é isso mesmo, vamos fazer’ e isto é a parte mais legal, assim, a que eu mais gosto de fazer hoje no meu trabalho. Então, eu me sinto super realizada de poder fazer, me chamarem para isto” (MAZEPA, 2018).

Acredita que o importante seja mudar a base para romper com o ciclo da cultura de produção excessiva, responsável pela geração de resíduos e hoje, segundo ela, há expectativas de que a indústria entenda que de fato não adianta mais ficar produzindo tanto e descartando produtos. É importante que a empresa entenda o processo das coleções e chegar a um ponto ideal, onde não haverá mais coleções de *Upcycling*; se conscientizar de que é algo que deva fazer parte do seu próprio projeto, do próprio design, para chegar a uma equação com pouco resíduo (MAZEPA, 2017).

6. re-FARM, re-ROUPA: transformar é urgente!

As conquistas de Gabriela Mazepa geraram notoriedade não apenas entre seus clientes, mas também entre algumas grandes empresas da moda. Estabeleceu parcerias em que ministrou cursos, oficinas, desenvolveu coleção e expôs seus produtos, sempre relacionados ao reaproveitamento e/ou ressignificação de têxteis. Entre estas empresas enumeram-se a Vicunha Têxtil, o site de trocas Enjoei.com, o Instituto Europeo de Design (IED, 2016) e a Farm (MAZEPA, 2019).

A parceria com a marca de moda feminina carioca Farm acontece desde o ano de 2015, lançando peças feitas com sobras de coleções passadas (Figura 2), que são avaliadas e remixadas em projetos criados pela equipe do Re-Roupa. A produção das novas peças tem sido feita nas oficinas do Instituto Alinha, em São Paulo (RE-ROUPA, 2019).

A Farm é uma empresa com vinte anos de mercado nascida no Rio de Janeiro e reconhecida pelo estilo que remete ao modo de viver da jovem carioca. Suas estampas são objeto de desejo de muitas mulheres brasileiras que como a maioria dos consumidores atuais gosta de interagir com sua marca de preferência. Certamente este é um dos fatores que aproxima o pensamento e a prática de Gabriela Mazepa ao da empresa. A estilista percebe na parceria com a Farm indícios da concretização de seu intuito de mudanças no mundo da moda ao realizar seu trabalho:

Essa segunda coleção com a Farm é uma 'pequena-grande' revolução industrial que poucas marcas fizeram até hoje: olhar para o descarte que produzem e descentralizar de maneira coerente e justa sua produção deixando iniciativas menores fazerem parte dessa mudança. Iniciativas como a nossa, que vem se arriscando no ideal de provar que é possível sim, transformar resíduo em produto gerando renda para outras iniciativas ainda menores, como oficinas e cooperativas de costura” (REROUPA, 2019).

Atualmente (2019) Gabriela vive na capital paulista, do estado de São Paulo, onde inaugurou um espaço na Rua Doutor Vila Nova, 31, em Vila Buarque, seu primeiro espaço comercial. Produz roupas em oficinas assessoradas pelo Instituto Alinha (INSTITUTO ALINHA, 2019) e conta com o trabalho de costureiras empreendedoras de comunidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, que trabalham de forma independente ou em cooperativas.

Formam-se então relações próximas e justas ao longo do processo da produção e afirma que garante “[...] assim que todas as peças sejam cortadas e costuradas, carinhosamente uma a uma, por pessoas que são valorizadas e totalmente incluídas no processo de fabricação de cada peça Re-Roupada” (RE-ROUPA, 2019).



Figura 2: Farm e Re-Roupa: coleção contendo 200 peças exclusivas, com estampas novas e antigas da Farm. Fonte: Estado de São Paulo, 22 jul. 2018

7. Futuro da Moda Sustentável no Brasil

Um dos nomes principais no uso de *Upcycling* em moda, Gabriela Mazepa é um exemplo de determinação e perseverança de quem segue um ideal em busca de soluções para problemas; no caso dela, o desperdício causado pela indústria têxtil e de moda.

A conscientização do papel de cada elemento da cadeia de produção na indústria da moda vem acontecendo gradativamente, mas ainda precisa ser estimulada sistematicamente. Há em cada elemento participante uma responsabilidade que contribua na solução da delicada equação existente entre consumo de moda e sustentabilidade.

Gabriela Mazepa movida por suas inquietações e criatividade não apenas questiona, mas propõe soluções efetivas em vários níveis de atuação. Demonstra que é possível gerar menos impacto no meio ambiente pelo processo criativo cuidadoso pré-consumo, mas também ao reaproveitar produtos tirando-os do caminho usual dos aterros sanitários, para voltar ao uso renovado, quantas vezes for necessário.

No registro desta trajetória não se tem a intensão de simplesmente valorizar uma trajetória individual, mas um exemplo de conduta que sirva de inspiração às mudanças imprescindíveis dentro de um importante setor produtivo como o da indústria da moda.

A durabilidade de cada produto, a percepção dos gostos pessoais daqueles que irão consumi-los, os cuidados com os direitos humanos dos que trabalham produzindo, são valores que vêm se fortalecendo num caminho sem volta para o qual a economia tem que se voltar. Entendendo que o lucro não pressupõe apenas mais acúmulo de dinheiro, mas a garantia da existência de um planeta saudável para as gerações futuras.

O Brasil tem em si as vantagens dos recursos naturais em abundância e de uma vasta cultura que carrega uma infinidade de saberes disponíveis para que se obtenham novos impactos positivos no meio ambiente. Olhar mais para o que já temos e menos para as soluções contextualizadas em outros cenários é o caminho para soluções mais simples e efetivas que estão ao nosso alcance nos convidando a trilhá-los.

REFERÊNCIAS

- BLOMSMA, F., BRENNAN, G. (2017). The Emergence of Circular Economy: a New Framing Around Prolonging Resource Productivity. **Journal of Industrial Ecology**, v.21, n.3, 2017, p.603-614.
- CAPETO, Isabela. **A marca**. 2018. Disponível em: <<http://www.isabelacapeto.com.br/>>. Acesso em: 12 dez. 2018.
- DE CARLI, Ana Mery Sehbe; MANFREDINI, Mercedes Luisa (Org.). **Moda em sintonia**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2010.
- DELMAS, M.A; BURBANO, V.C. The drivers of greenwashing, *California Management Review*, 54(1), 64- 87, 2011.
- ELLEN M'ARTHUR FOUNDATION. **A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future**. 2017. Disponível em: <http://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>). Acesso em: 10 mar. 2019.
- FARM. **Natureza Feminina: é lançamento!** farmrio. Jul. 2018. Disponível em: https://www.farmrio.com.br/br/categoria/categorias-re-roupa/_/N-xunc52?Nrpp=5. Acesso em: 25 jul. 2018.
- FARM/ DIVULGAÇÃO. **Farm e Re-Roupa: coleção possui 200 peças únicas, com estampas novas e antigas da Farm**. Estado de São Paulo. 22 jul. 2018. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/fotos/moda-e-beleza,farm-e-re-roupa,823237>. Acesso em: 25 jul. 2018.
- FIRJAN (Rio de Janeiro). **Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Org.). Moda + Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Senai Moda Design, 2013. 96 p.
- FLETCHER, Kate; GROSE, Linda. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.
- HAN, Sara L. C. et al. Standard vs. Upcycled Fashion Design and Production. **Fashion Practice**, [s.l.], v. 9, n. 1, p.69-94, 8 nov. 2016. Informa UK Limited.
- IED RIO (Brasil). **Workshop Re-roupa no IED Rio**. 2016. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/iedrio/>>. Acesso em: 11 jan. 2019.
- INSTITUTO ALINHA (São Paulo). **Quem somos**. 2019. Disponível em: <<http://alinha.me/>>. Acesso em: 14 jan. 2019.
- INSTITUTO E. **Sobre**. 2019. Disponível em: <<http://institutoe.org.br/sobre/>>. Acesso em: 8 jan. 2019.
- INSTITUTO FASHION REVOLUTION BRASIL. **Empresas brasileiras de moda sustentável: uma linha do tempo**. **Fashion Revolution Forum**, São Paulo, n. 1, p.23-25, 8 abr. 2018.

LEPRE, Priscilla R.; SANTOS, Aguinaldo dos. Implicações da Sustentabilidade no Escopo de Atuação do Design. Estudos em Design v. 16, n. 2, 2008.

LEWIS, Helen; GERTSAKIS, John; et al. Design + Environmental: A Global Guide to Designing greener goods. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, 2001.

MAIA, Bibiana. Como a Re-Roupa usa a moda criada a partir de resíduos para provocar a própria indústria. Draft. 4 set. 2017. Disponível em: <https://projetodraft.com/como-a-re-roupa-usa-a-moda-criada-a-partir-de-residuos-para-provocar-a-propria-industria/>. Acesso em: 17 jun. 2018.

MALHA (Rio de Janeiro). **História**. 2015. Disponível em: <www.malha.cc/>. Acesso em: 12 jan. 2019.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis: requisitos ambientais dos produtos industriais**. São Paulo: Edusp, 2002.

MAZEPA, Gabriela. **Entrevista** concedida a Cristina Seixas e Thais Vieira. Rio de Janeiro, 10 jun. 2017

MAZEPA, Gabriela. LinkedIn Corporation. 2013. Disponível em: https://www.linkedin.com/in/gabriela-mazepa-67809140/?locale=pt_BR. Acesso em: 17 jan. 2019.

OSKLEN (Rio de Janeiro). **ASAP: As sustainable as possible**. 2018. Disponível em: <<https://www.osklen.com.br/asap>>. Acesso em: 5 jan. 2019.

EUROPEAN COMMISSION-EC. Sustainability of Textiles. Retail Forum for Sustainability. Disponível em: http://ec.europa.eu/environment/industry/retail/pdf/issue_paper_textiles.pdf. Acesso em: 7 mar.2019.

RE-FARM, RE-ROUPA: TRANSFORMAR É URGENTE! FARM. 5 dez. 2017. Disponível em: https://www.farmrio.com.br/br/adorofarm/post/re-farm-re-roupa-transformar-e-urgente/_A-blogPost-17000004.ptbr. Acesso em: 21 jul. 2018.

RE-ROUPA (Brasil). **Roupa feita de roupa**. 2019. Disponível em: <<http://www.reroupa.com.br/>>. Acesso em: 10 jan. 2019.

REROUPA. Instagram. 21 jul. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BlawRiSg9N6/>. Acesso em: 24 jul. 2018.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. Tradução de Denis Fracalassi. São Paulo: GG BR - Gustavo Gili, 2014. Coleção GG Moda.

VAN DER VELDEN; Natascha M.; KUUSK, Kristi; KÖHLER, Andreas R.. **Life cycle assessment and eco-design of smart textiles: The importance of material selection demonstrated through e-textile product redesign**. Materials & Design. Volume 84, 5 November 2015, Pages 313-324. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264127515300174>. Acesso em: 10 mar. 2019.

VIEIRA, Thais Leticia Pinto. **O design para inovação social e sustentabilidade e as novas formas de consumo de roupas**. 2015. 211 f. Tese (Doutorado) - Curso de Engenharia de Produção, Gestão da Inovação, COPPE/UFRJ, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <<http://www.producao.ufrj.br/index.php/br/teses-e-dissertacoes/teses-e-dissertacoes/doutorado/2015-1/145--133>>. Acesso em: 18 jan. 2019.