workshop

6.

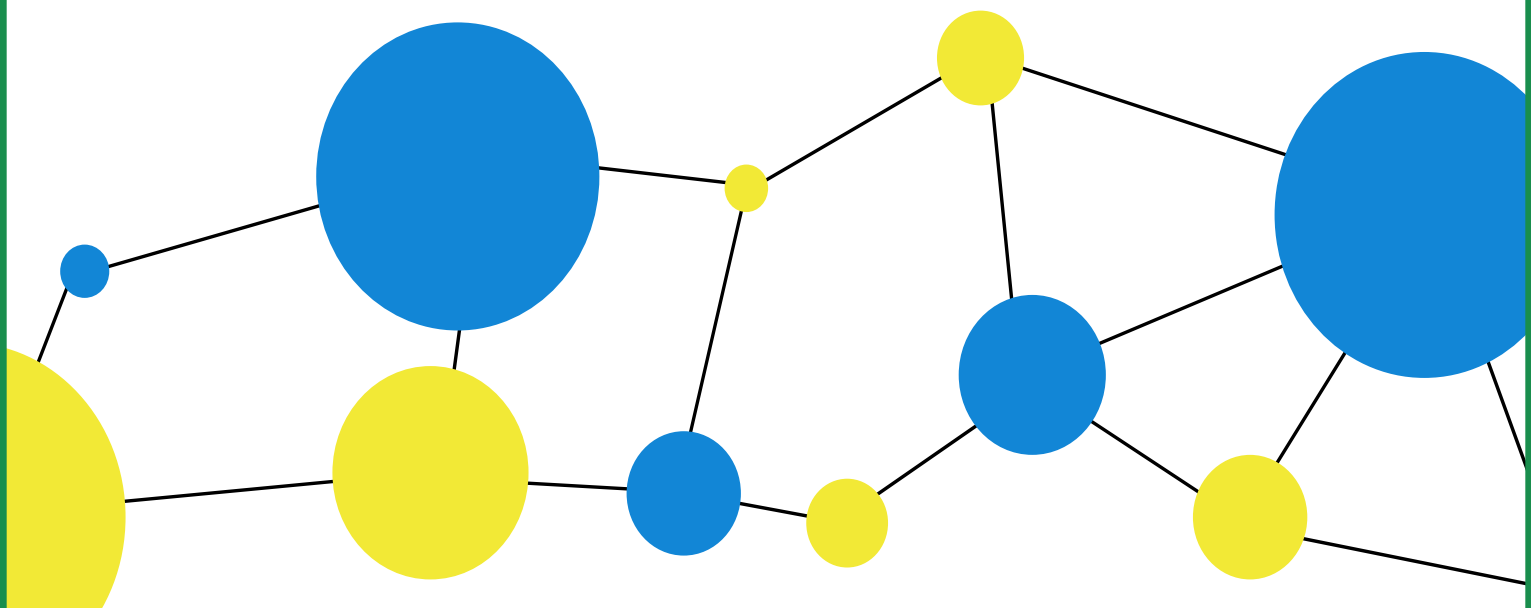
ice-cap

waste not want not

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

moda e reciclagem



1 o que pretendemos alcançar com este workshop?

Neste workshop gostaríamos de aprofundar a consciência de como as nossas ações relacionadas com a moda podem ter um efeito positivo sobre a economia circular e o ambiente, fazendo pequenas mudanças nas nossas atitudes e ações. Gostaríamos de considerar a forma de reduzir a quantidade de desperdício que criamos enquanto apreciamos a moda. Talvez possamos ter um impacto na forma como as nossas famílias, os nossos amigos e as nossas comunidades reduzem o número de peças de vestuário que são enviadas para aterro. Gostaríamos de ser mais ativos na partilha dos nossos conhecimentos e, por sua vez, ter um efeito na indústria da moda.

Ícones de Darius Dan

2 objetivos: após terminares este workshop, serás capaz de:

1. Economia Circular

Ter um conhecimento básico sobre o que é a economia circular e como as tuas escolhas afetam a economia, o ambiente e aqueles com quem partilhamos este planeta.

2. Cenário negativo

- Conhecer o que é a economia circular e como as nossas ações a afetam.
- Reconhecer exemplos e situações em que os meios de comunicação social moldam o nosso pensamento em relação à moda.
- Aprender e compreender as terminologias relativas a estas questões e explicá-las (considerando a idade do aluno).
- Saber como encontrar mais informações na Internet.
- Compreender como as nossas peças de vestuário são recicladas como resíduos e o efeito que isso tem sobre o ambiente.
- Compreender os vários procedimentos de criação de peças de vestuário.
- Reconhecer as barreiras à reciclagem.
- Compreender como somos influenciados pelos meios de comunicação social relativamente à necessidade sentida de comprar e de desperdiçar cada vez mais.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

3. Cenário positivo

- Saber que atividades quotidianas, as tuas, dos teus amigos e da família, podem ter um efeito imediato sobre a economia circular e o ambiente.
- Reconhecer exemplos de boas práticas na indústria da moda.
- Ser capaz de explicar o que é a moda sustentável e por que é importante.
- Saber explicar por que é importante considerar a forma como o vestuário e os têxteis são reciclados e como afeta o planeta.
- Identificar atividades positivas que sejam eficazes na reciclagem do vestuário.
- Analisar exemplos de formas criativas de reciclagem.
- Compreender como a compra e o desperdício de menos produtos pode ter um efeito positivo na economia circular.
- Compreender como podemos influenciar outros a fazer escolhas ponderadas.
- Aprender e compreender as terminologias relacionadas com estas questões e explicá-las (considerando a idade dos alunos).
- Saber como obter mais informações utilizando a Internet.

Um saco cheio de cabides de plástico, podem ser reutilizados? Ou já não são úteis? Podem ser reciclados?

Prateleiras de uma loja de roupa e calçado em segunda mão. Já alguma vez esteve numa loja como esta? Já adquiriu algum produto? Já doou algum?

Um guarda-roupa muito grande, cheio de roupa... dá-nos a tua opinião. Gostarias de ter um? O que pensas sobre ter tanta roupa?

O que é que esta imagem significa para si?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

3 introdução teórica: o que é a economia circular e como é que se relaciona com as roupas que escolhemos usar? como podem as nossas decisões e as nossas ações fazer a diferença para o ambiente e para aqueles do outro lado do mundo que fazem a nossa roupa?

Mais links de informação:

- Em todo o país, as lojas vintage estão numa luta para salvar a economia
- Como agir sobre as alterações climáticas: Um guia do utilizador para 2020 e para além de Khadi London
- O discurso de Greta Thunberg na greve climática do Reino Unido
- Verificação dos factos: 9 mitos comuns sobre moda ética e sustentável

Razões para dizer Sim à Economia Circular:

- É preciso fazer grandes mudanças na forma como tratamos o planeta. Se não o fizermos, o nosso planeta pode ficar ainda mais danificado.
- Isto pode resultar no aquecimento global, a tal ponto que será impossível sobreviver em alguns lugares. Se isto acontecer, todos nós iremos sofrer.

- Precisamos de saber que não estamos a apoiar salários e condições injustos sempre que compramos uma peça de vestuário.
- Podemos optar por apoiar negócios que tratem o seu pessoal de forma justa.

Podemos optar por apoiar as empresas que cuidam do ambiente

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

cenário negativo

Desde os anos 60 cresceu uma nova cultura de moda que, pela primeira vez, foi impulsionada pelo consumismo dos jovens. Era possível que, com quantias relativamente pequenas de dinheiro, se fizesse uma afirmação sobre "quem era", permitindo que mais pessoas comunicassem através do vestuário, independentemente dos seus antecedentes sociais e económicos.

A moda tornou-se rápida, houve uma rápida transformação. O que está na moda nesta estação definitivamente já não o está na estação seguinte. Os estilistas de moda tornaram-se heróis. Impulsionaram uma indústria que não tinha qualquer consideração pela sustentabilidade e não tinha qualquer interesse nos níveis de desperdício. Rapidamente as marcas de moda tiveram de encontrar formas de acompanhar esta procura crescente de vestuário acessível, levando à abertura em massa de fábricas têxteis nos países em desenvolvimento, o que permitiu às empresas americanas e europeias poupar milhões de dólares ao contratarem a sua mão-de-obra.

Os líderes da indústria atual, incluindo a Zara, H&M, TopShop e Primark, começaram como lojas pequenas na Europa. Todas se concentraram na moda acessível, acabando por se expandir em toda a Europa, e introduziram-se no mercado americano algures na década de 1990 ou 2000. O rápido crescimento que define estas marcas, hoje em dia, anda de mãos dadas com medidas de redução de custos e não há muitas empresas ansiosas por mudar da mão-de-obra das lojas de roupa no estrangeiro.

A "Fast Fashion" foi considerada um objetivo a ser alcançado. Por exemplo, quando Zara chegou a Nova Iorque, no início de 1990, o New York Times utilizou o termo fast fashion para descrever a missão da loja, declarando que levaria apenas 15 dias para uma peça de vestuário passar do cérebro de um estilista para ser vendida nas prateleiras. As lojas que não conseguiam acompanhar este ritmo eram afastadas do negócio.

Embora seja difícil identificar as origens da fast fashion como a conhecemos hoje em dia, é fácil de compreender como o fenómeno se propagou. Nos finais dos anos 90 e princípios do ano 2000, tornou-se cada vez mais aceitável (e desejável) ostentar o amor pela moda de baixo custo.

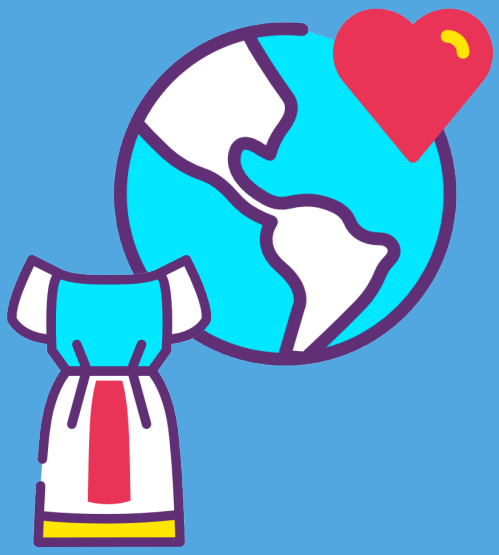
Fonte: Ellen McArthur Foundation

a visão de uma nova economia dos têxteis

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

Faz a ti próprio algumas perguntas:



Olha para a etiqueta de preço. Na tua opinião, qual é a % do custo que foi para a pessoa que o fez?

Quantas vezes vou usá-la?

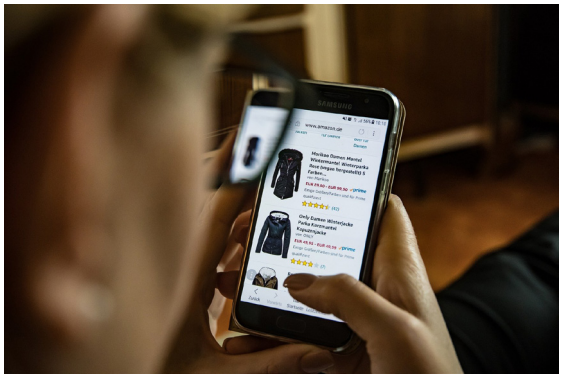
Quanto tempo vai demorar até eu me desfazer desta peça?

De onde é que ela veio? Quantos quilómetros percorreu até chegar à loja?

Existem marcas de moda que têm em conta estes aspetos?

Como sou influenciado pelos meios de comunicação social? É útil?

Por que processos é provável que esta peça de vestuário tenha passado que possam ter prejudicado o ambiente?



é tempo de pensar em abrandar, pelo menos o suficiente para estarmos mais atentos às compras que fazemos.

Mais links de informação:

- Moda e Economia Circular
- Aula de História da Moda: As Origens da Fast Fashion
- Estes desenhos de moda sustentável contam histórias pessoais

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

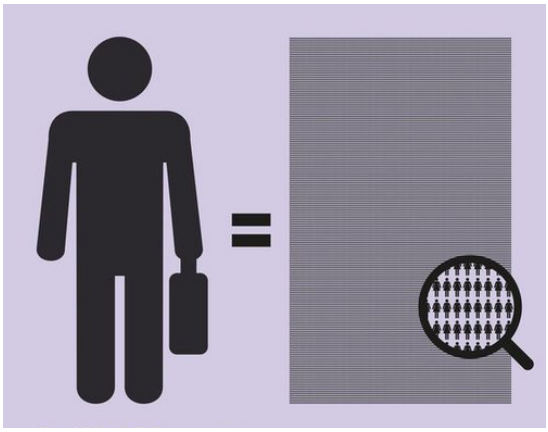
cenário positivo

há muito boas notícias

Nos anos 90, alguns clientes tomaram consciência do impacto da indústria da moda sobre o ambiente. Designers líderes como Vivienne Westwood falaram sobre o impacto da indústria não só no ambiente, mas também nas comunidades, no estrangeiro, que produzem o nosso vestuário. Falou sobre a compra de menos peças de vestuário, mas que eram produzidas por empresas que se preocupavam com estas questões. Estas peças de vestuário teriam um custo mais elevado e durariam mais tempo. Tentou inverter a maré e encorajar as pessoas a investir em roupas que realmente gostassem e a não serem levadas pelos meios de comunicação social a comprar e a deitar fora roupas baratas. Os jovens estão cada vez mais preocupados com o ambiente e com os direitos humanos. Existem agora muitas novas marcas de moda que refletem isto e estão a surgir novas campanhas que realçam estas questões e, ao mesmo tempo, produzem uma moda interessante e acessível.

Aqui estão alguns exemplos:

1 x salário us ceo = 16.000 salários de trabalhadores do bangladesh



PIB do Camboja em 2015: $18 biliões. Volume de vendas da Inditex (incl. Zara) em 2015: $18,1 biliões de dólares.

No dia 16.10.2017 o canal de televisão dinamarquês TV2 publicou um documentário acusando a H&M de queimar 12 toneladas de roupa nova e não usada na Dinamarca, todos os anos.

Um inquérito a 219 marcas de moda revelou que apenas 12% poderiam comprovar qualquer ação em relação ao pagamento de salários aos trabalhadores do vestuário, acima do mínimo legal.

info source: SUSTAINABLE FASHION MATTERZ

A **Black Friday** foi criada para incentivar as marcas de moda a venderem as suas coleções antigas, amostras ou produtos com pequenos defeitos que não são possíveis de vender de outra forma. Assim, o vestuário foi salvo de ser desperdiçado e as marcas poderiam ainda atrair clientes para as suas lojas, sem desvalorizar as novas coleções.

Semana da Revolução da Moda: tem um destaque especial para a última semana de abril, que é o aniversário do colapso da fábrica Rana Plaza no Bangladesh, que matou 1.138 trabalhadores da indústria do vestuário.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

dicas para os pais

Marcar um dia em que toda a família faça uma revisão ao seu guarda-roupa. Recolher tudo em conjunto e levar a roupa para ser reciclada ou para uma loja de caridade ou dar a um amigo.

Faça disto uma ocasião e acompanhe-a com uma regalia familiar.

Faça disso uma regra de família. Se alguém for às compras, primeiro pedimos-lhes que reciclem algo.

Fornecer alguma informação sobre marcas éticas.

#WENEVERSTOPVOTING

Existe agora mais do que nunca uma consciência sobre o impacto da moda no ambiente e na economia circular: A campanha #WENEVERSTOPVOTING começou em 2017, logo após as eleições na Alemanha, para lembrar que, de facto, votamos todos os dias e com cada compra. Pode participar enviando os seus retratos e, após montagem, serão enviados de volta para que os publique. Mande um email para hi@sustainablefashionmatterz.com com o assunto NUNCA PARAMOS DE VOTAR.

#MYCLOSETMATTERZ

Aqui pode partilhar a história das suas peças de roupa favoritas e falar sobre gostar das nossas roupas e espalhar a mensagem de que nem sempre precisamos de comprar as tendências mais recentes... porque somos mais do que isso!

Mais links de informação:

- 5 RESOLUÇÕES DE NOVO ANO para intensificar o seu jogo da moda sustentável
- Sustentável, parte I – Vivienne Westwood
- Greenpeace: Fast fashion – esta indústria precisa de uma remodelação urgente

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

como beneficiar da sustentabilidade da moda

A economia circular visa fazer bom uso dos materiais, sejam eles biodegradáveis, recicláveis ou "upcyclable". Podemos considerar todas as nossas ações e compreender como o conceito, a produção até à venda, a utilização e a eliminação têm todos um efeito. Cada ação tem um custo e há uma consequência não só da fonte e da produção dos próprios materiais, mas também de quem os fabrica e produz, como os produtos são transportados e o preço que pagamos para compensar qualquer impacto negativo.

Como componente da promoção da saúde global do sistema, a nova economia dos têxteis apresenta novas oportunidades de crescimento distribuído e inclusivo. Cria um ecossistema próspero de empresas, desde pequenas a grandes, preservando e depois circulando o valor criado, de modo a que as empresas e os seus colaboradores possam participar plenamente na economia em geral.

CARACTERÍSTICA UM

Produz e dá acesso a vestuário de alta qualidade, acessível e individualizado. Na nova economia dos têxteis, todos têm acesso às roupas de que necessitam, quando precisam delas. Novos modelos de negócio dão aos clientes mais flexibilidade na roupa que gostariam de usar e dão acesso a roupa que pode não ser acessível através das vendas tradicionais. As roupas são concebidas e produzidas com alta qualidade, são duradouras e proporcionam diferentes funcionalidades e flexibilidade - por exemplo, sob a forma de estilos pessoais, personalizados ou modificáveis.

CARACTERÍSTICA DOIS

Retém o valor total do vestuário durante e após a sua utilização. Numa nova economia têxtil, o vestuário é utilizado com mais frequência, o que permite que o seu valor seja totalmente aproveitado. Quando a roupa já não puder ser utilizada, a reciclagem da mesma em roupa nova permite que o valor dos materiais seja capturado a diferentes níveis. Para poder captar o valor de todos os materiais, quando as peças de vestuário deixam de ser usadas, é necessário assegurar que o design se alinha com os processos de reciclagem que estão disponíveis hoje em dia.

CARACTERÍSTICA TRÊS

É gerida a partir de energias renováveis e utiliza recursos renováveis quando necessários. A energia necessária para alimentar uma nova economia têxtil é renovável, diminuindo a dependência de recursos e aumentando a resiliência do sistema. Os recursos são mantidos no sistema e, nos casos em que é necessária a sua entrada, esta provém de recursos renováveis. Isto significa utilizar matéria-prima renovável para fibras à base de plástico e não utilizar fertilizantes ou pesticidas à base de combustíveis fósseis no cultivo de produtos de base biológica. Uma nova economia dos têxteis permite ainda mais esta mudança para as energias renováveis, uma vez que a sua própria natureza assegura que sejam consumidos menos energia e menos recursos.

CARACTERÍSTICA QUATRO

Reflete o verdadeiro custo (ambiental e social) dos materiais e processos de produção no preço dos produtos. Numa nova economia têxtil, o preço do vestuário reflete os custos totais da sua produção, incluindo os impactos ambientais e sociais negativos. Tais custos são primeiro analisados e apresentados nos relatórios das empresas, e em última análise refletem-se nos preços dos produtos.

CARACTERÍSTICA CINCO

Regenera os sistemas naturais e não polui o ambiente. Os recursos renováveis são extraídos da natureza através de métodos regenerativos que reconstruem o património natural (o stock mundial de recursos naturais). Isto significa utilizar a agricultura regenerativa para a produção biológica, como o algodão, e florestas geridas de forma sustentável para a produção de fibras à base de madeira. As substâncias que suscitam preocupação não vazam para o ambiente nem põem em risco a saúde dos trabalhadores têxteis e dos utilizadores de vestuário. As microfibras plásticas não são libertadas para o ambiente nem para o oceano. Outros poluentes, como os gases com efeito de estufa, são eliminados.

CARACTERÍSTICA SEIS

Uma nova economia dos têxteis é distributiva por design. Como parte da promoção da saúde global do sistema, uma nova economia dos têxteis apresenta novas oportunidades de crescimento distribuído e inclusivo. Cria um ecossistema promissor de empresas, desde pequenas a grandes, retendo e depois fazendo circular o suficiente do valor criado para que as empresas e os seus empregados possam participar em pleno na economia em geral.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

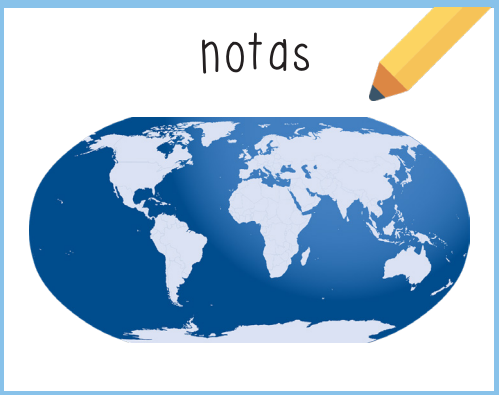
O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

4 folha tipo

Idades entre 6 e 10 anos. Podes fazê-lo com um amigo ou membro da família.

Vê as etiquetas das tuas cinco peças de roupa favoritas para descobrires onde foram feitas e em que lojas foram compradas.

- Faz uma tabela.
- De quantos países é que estas peças de vestuário vieram?
- Qual a distância percorrida por cada uma delas?
- Procura os lugares num mapa.
- De que loja veio a maioria destas peças de vestuário?



Idades entre 11 e 15 anos. Consegues explicar o que significam estas palavras e expressões?

Economia circular

Alterações climáticas

Moda Sustentável

Moda Reciclada

Moda Vintage

Aterro

Idades entre 16 e 20. Faz este Questionário. Clica na imagem para obteres o link.

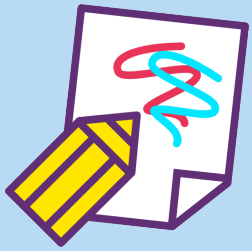
Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

4 Folha tipo

Idades entre 6 e 10 anos. Faz um desenho e adiciona uma descrição de algo que tens em casa e que nunca usas.

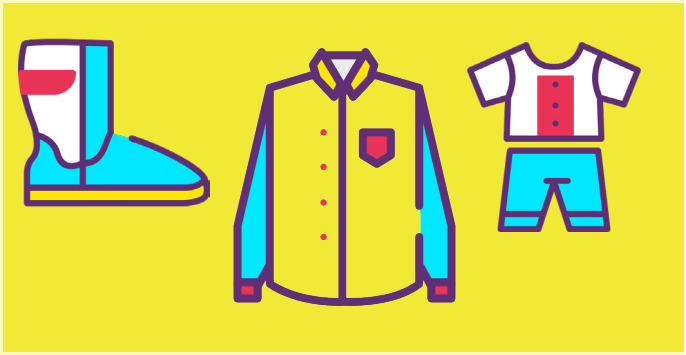
Faz um de cada vez para ires mostrando o que é.
Fala com os teus amigos para saberes a quem pode servir.
Pergunta aos teus pais se o podes dar a um amigo.



Consegues pensar em mais alguma coisa?

Idades entre 11 e 15. Faz um debate.

- Quais são as tuas roupas preferidas?
- O que gostas nelas?
- Se pudesses escolher apenas 5 peças de roupa para comprar no próximo ano, quais seriam?
- Pensa em 4 coisas que deves ter em conta da próxima vez que comprares roupa.



Idades entre 16 e 20. Lê o que se segue e faz um debate.

A água é o recurso de que mais dependemos, no entanto, as práticas da indústria da moda são uma das mais poluentes. Até 2025, mais de 2,8 mil milhões de pessoas em 48 países irão enfrentar stress hídrico ou condições de escassez de água. Em meados deste século, esta situação terá atingido quase 7 mil milhões de pessoas.
Uma máquina de lavar normal utiliza 155 litros de água por carga, mas uma máquina de lavar altamente eficiente utiliza menos 105 litros de água. Em média 5 camisas = 1kg de roupa suja. Uma máquina de lavar roupa média suporta 8-12 kg, o que significa 40-60 camisas. Significa que um artigo em segunda mão que é lavado antes de ser vendido precisa, em média, de 3,1 litros de água.

2,700L DE ÁGUA = 1 T-SHIRT NOVA = 870 T-SHIRTS DE SEGUNDA MÃO
Quando tomamos em consideração o impacto ambiental das nossas compras, encontramos possibilidades mais sustentáveis. Hoje em dia, algumas das soluções mais acessíveis e económicas para nos vestirmos de forma sustentável são a compra de artigos em segunda mão, a troca e fazer arranjos no que já se tem.

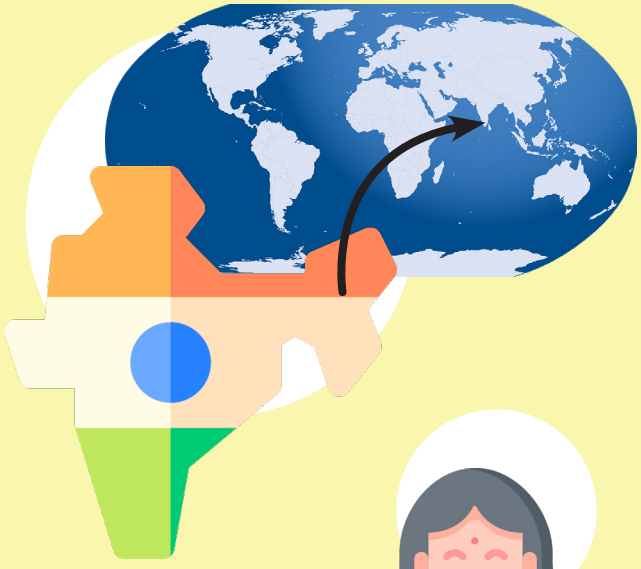
Debate
Lavamos as nossas roupas em casa com demasiada frequência sem considerar a água que usamos?
Gostas de comprar em segunda mão?
És bom a fazer arranjos ou é algo que podes aprender?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union
O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

5 role-play

Jogo de role-playing.

Estás a montar uma fábrica na Índia para produzir algumas peças de vestuário de alta qualidade. Todos os processos vão ter em conta o ambiente. O trabalho será levado a cabo por uma co-fabricante que está a construir. As peças de vestuário são para uma marca de moda topo de gama no Ocidente. Como vais montar a tua fábrica e quais são os aspetos principais que vais ter em conta para garantir que os trabalhadores são tratados e pagos de forma justa e que a produção obedece a um padrão muito elevado?



Fonte de ícones: “Flaticon”, www.flaticon.com

6 more activities

Se quiseres continuar a aprender sobre economia circular, eficiência, sustentabilidade e consumo responsável, tens aqui vários links para obteres mais informações:

Idades entre 6 e 10 anos: digital breakouts.
Idades entre 11 e 15 anos: escape rooms
Idades entre 16 e 20 anos: webquest

7 conclusão

Para terminar este workshop, convidamos-te a refletir e a falar sobre o que aprendeste.

O que aprendeste?

Considera, por um momento, como seria trabalhar numa loja de roupa.

Que ação irás tomar como resultado do que ouviste hoje?

Como podes partilhar todos estes novos conhecimentos com a tua família e amigos?

Como podes continuar a aprender a reduzir o teu impacto sobre o ambiente?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.

ice-cap
waste not want not

2019-1-UK01-KA204-06144
ICE-CAP Waste not Want not

CREATIVE EXCHANGE

dante
USTANOVA ZA OBRAZOVANJE ODRASLIH | ADULT EDUCATION INSTITUTION

HUBKARELIA

SVEB FSEA
Schweizerischer Verband für Weiterbildung
Fédération suisse pour la formation continue
Federazione svizzera per la formazione continua
Swiss Federation for Adult Learning
With the support of movetia
Austausch und Mobilität
Echanges et mobilité
Scambi e mobilità
Exchange and mobility

AEVA

spectrum
RESEARCH CENTRE

cantabria perma cultura

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflete apenas a opinião dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita das informações nela contidas.