

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA EM DESIGN
DE MODA
CURSO SUPERIOR EM TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA
DAYANNA ROSE DE CARVALHO RESENDE

A SUSTENTABILIDADE INSERIDA NA MODA POR MEIO DE
TÉCNICAS E CONCEITOS DE REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL.

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2014

DAYANNA ROSE DE CARVALHO RESENDE

**A SUSTENTABILIDADE INSERIDA NA MODA POR MEIO DE
TÉCNICAS E CONCEITOS DE REUTILIZAÇÃO DE MATERIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, da coordenação do curso superior em Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Prof^o MSc. Nélio Pinheiro

APUCARANA

2014



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana

CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia em
Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO

Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 82

**A sustentabilidade inserida na moda por meio de técnicas e conceitos de
reutilização de material**

Por

Dayanna Rose De Carvalho Resende

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos seis dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e quatorze, às vinte horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A)– Nélio Pinheiro - ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – Carla Hidalgo Capelassi – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A)– Janeti Marques D´andrea – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

Dedico este trabalho aos meus filhos Miguel e Sofia, a maior razão para conclusão deste trabalho.

AGRADECIMENTOS

Acredito que não será possível mencionar todos a quem devo meus agradecimentos pela conclusão deste trabalho, porém, guardo, em meu coração, aqueles que me ajudaram, e desejo que Deus os abençoe.

A caminhada, até aqui, não foi fácil, houve momentos difíceis, porém, tais dificuldades não foram maiores do que este sonho.

Agradeço aos meus pais, Isabel e Nilson, por sempre me incentivarem a estudar; aos meus sogros, Mara e Ailton, por me adotarem como filha; e ao casal, Luís e Emília, pelas oportunidades concedidas.

Agradeço à amiga fiel, Marília, e a todos os companheiros de sala e do trabalho, que, de alguma maneira, me ajudaram na conclusão desta pesquisa.

Agradeço ao meu marido, Daniel, paciente companheiro, a quem amo profundamente.

Agradeço aos meus filhos, Miguel e Sofia, por serem a alegria nos momentos mais difíceis e o combustível para minha motivação.

Enfim, agradeço também ao meu orientador, Prof^o. MSc. Nélio Pinheiro, pela atenção dispensada e pelo conhecimento partilhado.

A todos que contribuíram para a execução deste trabalho, meus sinceros agradecimentos. Que Deus ilumine a todos.

(...) podemos dizer que a transição já começou e que se trata de promover a sua gestão procurando minimizar os riscos e aumentar as oportunidades.
(MANZINI,EZIO,2011)

RESUMO

RESENDE, Dayanna Rose de Carvalho. **A sustentabilidade inserida na moda por meio de técnicas e conceitos de reutilização de material.** 2014, 122 folhas. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda)-Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

A presente pesquisa teve como objetivo refletir sobre o tema sustentabilidade e sua aplicação nos processos produtivos da moda, devido ao alto consumo de matéria-prima na área do vestuário, cujas consequências são imensamente danosas ao meio ambiente. Assim, este estudo buscou possibilidades de reutilização de roupas em desuso para retardar o descarte no ambiente. A pesquisa caracteriza-se como exploratória e compreendeu: um estudo de campo, efetivado por meio de uma entrevista com profissionais e estudantes, para conhecer como os mesmos veem os conceitos sustentáveis atrelados à moda, e uma investigação bibliográfica, que abordou os seguintes temas: sustentabilidade e moda; *design* sustentável; *ecodesign*; o alto nível de consumo, na atualidade; e empresas que trabalham com um viés ecológico e sustentável. Além disso, foi desenvolvida uma coleção a partir de roupas usadas, que foram transformadas, com base em modelagem tridimensional e plana, conforme as tendências do verão 2014.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Moda. *Design*. Consumo. Reutilização.

ABSTRACT

RESENDE, Dayanna Rose de Carvalho Resende. **The sustainability inserted in the fashion using techniques and concepts of re-use of.** 2014, 122 f. TCC(Trabalho de Conclusão de Curso em Tecnologia em Design de Moda)- Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

This research aimed to reflect on the theme of sustainability and its application in production processes of fashion, due to the high consumption of raw materials in the clothing, the consequences of which are immensely harmful to the environment. Thus, this study possibilities for reuse of disused clothes to delay the disposal of these parts in the environment. The research is characterized as exploratory and included: a Field study, effected by means of an interview with professionals and students to know how they see the concepts linked to sustainable fashion, and a literature search, which included the following topics: sustainability and fashion, sustainable design; ecodesign, the high level of consumption today, and companies that work with a bias ecological and sustainable. Furthermore, it was developed from a collection of clothes, which have been transformed, based on three-dimensional modeling and flat, as trends of Summer 2014.

Keywords: Sustainability. Fashion. Design. Consumption. Reuse.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Questionário para coleta de dados.....	35
Figura 2 – Interior da empresa.....	39
Figura 3- Fachada da empresa.....	39
Figura 4- Público alvo.....	40
Figura 5- Público alvo.....	41
Figura 6- <i>Briefing</i>	46
Figura 7- Logo da Marca.....	47
Figura 8- Cartela de cores.....	48
Figura 9- Geração de alternativa 01.....	50
Figura 10- Geração de alternativa 02.....	51
Figura 11- Geração de alternativa 03.....	52
Figura 12- Geração de alternativa 04.....	53
Figura 13- Geração de alternativa 05.....	54
Figura 14- Geração de alternativa 06.....	55
Figura 15- Geração de alternativa 07.....	56
Figura 16- Geração de alternativa 08.....	57
Figura 17- Geração de alternativa 09.....	58
Figura 18- Geração de alternativa 10.....	59
Figura 19- Geração de alternativa 11.....	60
Figura 20- Geração de alternativa 12.....	61
Figura 21- Página de abertura.....	63
Figura 22- Histórico da marca.....	64
Figura 23- Galeria de fotos.....	64
Figura 24- Galeria de fotos.....	65

LISTA DE FOTOGRAFIAS

Fotografia 1– Coleção <i>Amazon Guardians</i> , Osklen, 2007.....	30
Fotografia 2 – Lingerie da marca <i>Do You Green</i>	31
Fotografia 3 – Lingerie da marca <i>Luva Huva</i>	31
Fotografia 4 – Macrotendências Verão 2014/15 portal <i>Use Fashion</i>	42
Fotografia 5 – Principais tendências.....	43
Fotografia 6 – Principais tendências.....	43
Fotografia 7 – Principais tendências.....	44
Fotografia 8 – Principais tendências.....	44
Fotografia 9 – Principais tendências.....	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 OBJETIVOS	13
1.2 OBJETIVO GERAL	13
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
1.4 JUSTIFICATIVA	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 SUSTENTABILIDADE	16
2.1.1 Sustentabilidade ambiental	19
2.1.2 Sustentabilidade social	20
2.1.3 Sustentabilidade econômica	22
2.2 <i>ECODESIGN</i>	23
2.3 <i>DESIGN</i> SUSTENTÁVEL.....	24
2.4 CICLO DE VIDA DO PRODUTO.....	26
2.5 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS NA MODA	28
3.METODOLOGIA	33
3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	34
3.1.1 Pesquisa de campo	34
3.1.2 Análise dos dados da pesquisa.....	37
4.DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	38
4.1 EMPRESA.....	38
4.2 PÚBLICO ALVO	39
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	41
4.3.1 Socioculturais (macrotendências)	41
4.3.2 Estéticas (microtendências)	42
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	45
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL	45
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	45
5.3 BRIEFING	46
5.4 TEMA CONCEITO DA COLEÇÃO	46
5.5 LOGO DA MARCA	46
5.6 CARTELA DE CORES	47
5.7 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	48
5.8 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	49
5.9 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO	62
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	66
APÊNDICE A- GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS	72
APÊNDICE B- CATÁLOGO	98
APÊNDICE C- DOSSIÊ ELETRÔNICO	104
APÊNDICE D- FICHA TÉCNICA	110

1 INTRODUÇÃO

Dentre os inúmeros setores e segmentos da cadeia de trabalho, a área do vestuário tem se destacado cada vez mais. O grande volume de produção de roupas, acessórios e complementos do vestuário tem ajudado a movimentar a economia do país e do mundo, pois o mercado oferece, constantemente, produtos inovadores. Tal fato tem gerado bons salários, melhorias nas condições de trabalho e reestruturações no processo produtivo, para atender a grande demanda sem agredir, de forma significativa, o meio ambiente, como acontecia até poucas décadas atrás.

A sustentabilidade, hoje, é uma das principais preocupações de grandes empresas e indústrias, pois a mídia, em geral, tem mostrado, por meio de documentários, entrevistas e propagandas, em telejornais ou programas exclusivos, os estragos do aquecimento global e da poluição, além de alternativas em favor do meio ambiente. Na formação escolar, as crianças aprendem, desde cedo, os cuidados que devem ter com a natureza e com o meio ambiente, para que possam usufruir de um futuro melhor.

O mercado que não oferecer produtos desenvolvidos com base em uma cadeia sustentável perderá fôlego. A legislação tem mudado os parâmetros de produção e a fiscalização. Na área têxtil e do vestuário, o que se percebe é um interesse crescente não somente pelo respeito à legislação, mas pela busca de inovação, cujo foco é a qualidade do processo e, conseqüentemente, o aumento no lucro e nas vendas.

O presente estudo buscou desenvolver uma reflexão aprofundada sobre o tema sustentabilidade no âmbito da moda, com o objetivo de conhecer produtos e serviços com perfil diferenciado, no país e no mundo, além de alternativas para amenizar o consumo em larga escala. Neste contexto, buscou-se enfatizar a necessidade de se desenvolver peças de vestuário sustentáveis em seu processo, matéria-prima, produto final e reutilização após o descarte.

1.1 OBJETIVOS

A presente pesquisa tem como foco a sustentabilidade, a moda e suas correlações, ou seja, a atuação do setor na área ambiental, econômica e social. Para tal, foram apresentados exemplos de empresas sustentáveis, na área da moda, seus produtos e serviços, além de cenários promissores para esse tipo de mercado, cujos resultados têm se mostrado positivos para o meio ambiente e para a sociedade.

1.2 OBJETIVO GERAL

Oferecer alternativas sustentáveis, na área da moda, pela introdução de possibilidades para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, por meio de técnicas e conceitos de *design*: a utilização de roupas usadas para a construção de novas peças, a fim de atender um público específico.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Criar um ateliê que desenvolva peças de vestuário a partir de produtos usados e/ou descartados pelos próprios clientes e/ ou através de doações.
- Atender novos cenários sustentáveis no processo de produção de moda, por meio de técnicas de *design* e *ecodesign*.
- Oferecer produtos e serviço exclusivos e diferenciados, por meio do compartilhamento de ideias com o cliente, para o desenvolvimento de um *look*.

1.4 JUSTIFICATIVA

Segundo Berlim (2012, p.33), “a produção de têxteis foi uma das atividades mais poluidoras do último século, o que desencadeou o desenvolvimento de inúmeras pesquisas sobre seus principais impactos: a contaminação da água e do ar”. É nesta perspectiva que o presente estudo buscou refletir sobre alternativas sustentáveis no cenário da moda, que possam redundar em resultados positivos para a cadeia têxtil e para o vestuário, não somente pela transformação dos produtos, mas, também, pela qualificação dos processos e pela utilização de matéria-prima diferenciada, o que, com poder, trazer bons reflexos para a economia.

A crescente produção e o consumo em massa têm gerado, no ciclo da moda, tendências efêmeras e a oferta de uma miríade de produtos, que são estimulados pela mídia e acabam por levar o consumidor a comprar de forma excessiva. As coleções compactadas pelos grandes magazines proporcionam inúmeras oportunidades de compra, o que estimula as vendas e o faturamento das lojas. Em contrapartida, é importante ressaltar o problema do acúmulo de resíduos decorrentes do processo de fabricação dos produtos de moda ou do descarte após o uso.

Dar vida nova às roupas descartadas, rasgadas ou manchadas, evita ou retarda o envio destas para o aterro sanitário, como defende Fletcher (2011). O acúmulo de roupas dentro de guarda-roupas acontece por vários motivos, entre eles: o caimento ruim da peça; padrões estéticos fora da moda vigente; ou porque não serve mais. Muita gente compra por impulso, por necessidade de acompanhar o giro da moda e pelo apelo visual das coleções, que mudam rapidamente, assim, deixa-se de lado a qualidade do produto.

Embora o consumo seja inevitável, além de ser importante para a cadeia produtiva do país e do mundo, vale lembrar que se deve pensar no ciclo de vida do produto, desde sua produção até o descarte da matéria-prima. Assim, é fundamental conhecer como os produtos são fabricados, usados,

trocados ou deixados no ambiente, e quais as alternativas para retardar o descarte desses materiais e produtos.

Nesse sentido, esta pesquisa se justifica, pois busca soluções para o descarte e/ou acúmulo de roupas em desuso, de maneira que o tempo útil destas se estenda, antes de serem devolvidas ao meio ambiente. Além disso, esse processo alternativo de produção atende um público interessado em ser ecologicamente correto, sem deixar de se comprometer com as necessidades do consumidor, como usabilidade, estética e exclusividade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SUSTENTABILIDADE.

Sustentabilidade é um conceito que fundamenta uma grande tendência de mudança para os tempos modernos. Um planeta sustentável é um lugar onde se pode viver de forma saudável, ou seja, onde há recursos suficientes para suprir as necessidades da população, preservando-se o meio ambiente, sem comprometer as novas gerações. De acordo com Manzini:

O princípio de equidade, pelo qual se afirma que, no quadro de sustentabilidade, cada pessoa (incluindo as gerações futuras) tem direito ao mesmo espaço ambiental, isto é, à mesma disponibilidade e recursos naturais do globo terrestre (MANZINI, 2011, p.28 apud Friends of th Earth, Wuppertal Institute, 1995)

Durante anos, a sociedade moderna viveu sem um planejamento específico para o controle do desperdício de matérias-primas ou para o desenvolvimento de formas de reutilização do que era descartado. Já são notáveis, no meio ambiente, as consequências do uso incorreto dos recursos naturais. O aquecimento global, o derretimento das geleiras e o desmatamento são algumas das consequências de atitudes errôneas da humanidade ao longo dos anos.

Após a Segunda Guerra Mundial e a Revolução Industrial, o processo produtivo cresceu vertiginosamente e passou a oferecer maiores possibilidades de produtos, serviços e tecnologia. A industrialização facilitou a produção em grande escala, o que fez aumentar a oferta de produtos. A demanda também cresceu, pois o contexto social vigente criou novas necessidades. A maioria dos integrantes da família passou a trabalhar fora e, desse modo, necessitava de roupas mais confortáveis e aptas para o trabalho. Nesse sentido, Seriacopi (2005) afirma que o surgimento de inúmeras manufaturas desencadeou a abertura de novas vagas e o aumento do volume de mercadorias.

”Na época do pós-guerra, os objetos passaram a ser produzidos em grande escala, pois surgiram as linhas de produção em série, o que desvinculou o homem da economia feudal e rural e, conseqüentemente, da natureza” (SILVA, 2012, p.44).

Neste período as mulheres estavam acostumadas a vestir roupas sob medida e personalizadas e manter um relacionamento próximo ao seu modelista como defende Vicent- Ricard (1989) a autora ainda enfatiza o trabalho fortemente expressivo da imprensa em valorizar a nova imagem da mulher participante e ativa do cotidiano contemporâneo, visto que a guerra trouxe novos trajés e cortes que tornaram a moda racional e confortável acessível a todas as classes.

Muitas mulheres começaram a trabalhar nas fábricas para ajudar seus maridos recém-chegados da guerra, outras, por terem ficado viúvas, assumiram a responsabilidade do sustento da família, assim, a indústria passou a oferecer produtos que facilitavam a rotina.

Ferreira (2005) salienta que com o fim da guerra, países europeus, como a Inglaterra, graças ao domínio de terras e à marinha mercante, passaram a comercializar produtos em escala mundial o que faz aumentar, ainda mais, a demanda e o desenvolvimento de novos produtos. O autor ressalta, ainda, o surgimento de uma nova mentalidade: “os produtos deveriam ser mais baratos e durar menos, para que sua substituição fosse rápida, gerando mais lucros” (FERREIRA, 2005, p.257).

O comércio e a indústria cresceram, porém, foi inevitável a desestrutura tanto ambiental como social, que começou a ocorrer, de forma significativa, a partir dos séculos XVIII e XIX. A sociedade usufruiu como pôde dos recursos naturais em prol da tecnologia e as pessoas passaram a se mudar para os grandes centros, que ofereciam mais oportunidades de trabalho, mas não tinham infraestrutura para tamanha demanda populacional. Assim, “grande parte da população passou a viver em condições precárias, o que fez aumentar a desigualdade entre as classes sociais” (SILVA, 2012, p.44).

No ano de 1987, foi criada, pela ONU, a Comissão Mundial para o Desenvolvimento e Meio Ambiente (CMM). Conforme Barbieri (2007, p. 36), para essa Comissão “desenvolvimento sustentável é aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade das gerações futuras de atenderem às suas próprias necessidades”. A Comissão entende que é preciso estabelecer uma nova rotina de vida, de hábitos e de valores capazes de melhorar o futuro do planeta. Com base nesse pensamento, o conceito de sustentabilidade começa a ser introduzido no cotidiano da humanidade.

Para Almeida (2007), o uso sustentável da energia inclui ações como: reduzir, reusar e reciclar, tanto no plano do cidadão quanto no plano do setor produtivo. A mudança depende de uma transformação, que deve acontecer em diversas dimensões: social, ambiental, cultural e econômica, a partir de atitudes individuais que contribuem para o bem estar global. A nova sociedade deve incorporar alternativas capazes de amenizar os impactos no meio ambiente, com base em práticas ecológicas como: reutilizar, reciclar e reaproveitar. Conforme Manzini:

As atividades humanas não devem interferir nos ciclos naturais em que se baseiam tudo o que a resiliência do planeta permite e, ao mesmo tempo, não devem empobrecer seu capital natural, que será transmitida às gerações futuras. (MANZINI, 2011, p. 27)

Ações diárias em relação à natureza e à sociedade, sejam elas domésticas ou industriais, devem respeitar o meio ambiente. A economia de um país gira em torno de seu desenvolvimento, pois tudo o que é fabricado e/ou consumido gera custos e ganhos. Uma sociedade bem administrada e sustentável é capaz de se garantir economicamente, pois gera bons empregos, com rendas adequadas para cada atividade, além de evitar os excessos que agridem a fauna e a flora.

Manzini (2011 p. 63) afirma que “a busca pela sustentabilidade implica na definição de um cenário que coloca em ação as melhores estratégias para

atingi-lo”. Para tal, estabelece duas metas: a definição de um objetivo de médio e longo prazo; e o desenvolvimento de um olhar para trás para se criar parâmetros e metas que contemplem o futuro, a partir dos dias atuais, de modo a gerar alternativas de ação.

Para um desenvolvimento sustentável, é necessário que três vertentes atuem juntas: a ambiental, a social e a econômica. Em outras palavras, segundo Almeida (2007), o domínio ambiental como um conceito para a sustentabilidade embute processos integrados, sem predominância de um sobre os outros. Assim, os processos produtivos devem agredir o menos possível o ambiente, levando-se em consideração, também, como o produto final será descartado, posteriormente, na natureza, além das condições de trabalho.

2.1.1 Sustentabilidade ambiental

Quando se fala em sustentabilidade ambiental é necessário levar em consideração que as atitudes humanas, a partir do social e do econômico, podem mudar os rumos da humanidade. Não se pode considerar a questão ambiental isoladamente, pois esta compreende os recursos industriais e humanos. Manzini (2011) ressalta que a sustentabilidade ambiental é um objetivo a ser atingido e não uma direção a ser seguida, como é, hoje, muitas vezes, entendida.

Almeida (2007) aponta que as mudanças nos ecossistemas, que são a base da sobrevivência humana, estão induzindo a crescentes alterações no comportamento de diversos atores do setor público e privado e da sociedade civil. Assim, “a gestão ambiental e a responsabilidade social tornaram-se importantes instrumentos gerenciais para a capacitação e a criação de condições de competitividade para as organizações, em qualquer segmento econômico” (TACHIZAWA, 2007, p. 24).

A sociedade tem se mostrado cada vez mais engajada em projetos sustentáveis, pois tem se conscientizado da complexidade da situação, graças à disponibilidade de informações sobre o tema. Os indivíduos passaram, assim, a agir de maneira mais consciente, desenvolvendo atitudes simples, tais como: separar o lixo reciclável, evitar o uso excessivo de água e energia e participar de eventos sociais, o que tem traçado um novo perfil da sociedade.

2.1.2 Sustentabilidade social

A sustentabilidade social analisa e procura entender e resolver problemas resultantes da desigualdade entre as classes sociais. Muitas famílias ainda vivem em estado de miséria, ou seja, abaixo da pobreza, com baixa renda, sem saneamento básico, moradia, saúde e pouca perspectiva de futuro. Além disso, ainda há, em alguns setores, trabalho escravo ou que oferece poucos benefícios ao empregado, sem perspectivas e oportunidades para o futuro.

De acordo com Dias (2011), a pobreza é incompatível com o desenvolvimento sustentável, assim, a política ambiental deve ser parte integrante do processo de desenvolvimento. Ser sustentável é ser colaborador da comunidade em prol do bem estar de todos.

Crianças, em todo o país, são exploradas pelo trabalho infantil ou pela prostituição. Estima-se que cerca 68,8% dos adolescentes, entre 16 e 17 anos, trabalham sem carteira assinada. No portal do Brasil Escola uma pesquisa realizada pela UNICEF em 2010 aponta que cerca de 250 mil crianças estão sendo prostituídas no Brasil. Elas pertencem a um sistema de exploração que abrange todo o país, sendo este um dos piores resultados da desigualdade.

Isso mostra a necessidade de implementação de ações de inclusão social, para que a própria sociedade possa agir, de forma conjunta, para resolver tal situação. Ações comunitárias e ONGs que ofereçam atividades que estimulam a criatividade, o interesse pela leitura, a educação, o esporte e a

profissionalização são estratégias importantes para a resolução desse enorme desafio.

Nesse contexto, pode-se citar a ONG Florescer, fundada há 23 anos, no interior de São Paulo, que atende cerca de 850 crianças da comunidade de Paraisópolis, com o objetivo contribuir para o desenvolvimento social da mesma, por meio de atividades que envolvem: educação, esporte, lazer, profissionalização e cultura. Essas ações possibilitam o resgate da dignidade, o respeito e a melhoria do convívio familiar.

O portal Recicla Jeans apresenta esse projeto e como a ONG confecciona peças exclusivas com *jeans* reciclados e sobras têxteis, para gerar recursos para o atendimento da comunidade e para sua manutenção. O objetivo é criar um centro de formação pessoal e de desenvolvimento de produto, a partir de uma oficina, e oferecer oportunidades de trabalho e experiência profissional.

Existem muitos exemplos de ONGs, projetos sociais e grupos religiosos, que têm, como iniciativa, o estabelecimento de instituições privadas em favelas brasileiras para a promoção da inclusão. Essas instituições oferecem cursos profissionalizantes, o que contribui para a formação de uma estrutura social, cultural e econômica e acaba por gerar melhoria da renda familiar.

A maioria desses projetos sociais surge com perspectivas sustentáveis. Dentre as muitas atividades desenvolvidas e ensinadas, uma delas é a reutilização de material reciclável para a criação de novos produtos, que são vendidos para a geração de renda. Além disso, tais projetos constituem uma alternativa para afastar as crianças da rua e da violência, preparando-as para um futuro melhor e mais sustentável.

Segundo Dias (2011), uma empresa que oferece produtos e serviços deve satisfazer aos requisitos de proporcionar as melhores condições de trabalhos aos seus empregados, procurando contemplar a diversidade cultural

existente na sociedade em que atua além de propiciar oportunidade aos deficientes de modo geral.

A maioria das pessoas e até mesmo empresários tem buscado uma harmonia em favor do meio ambiente. Investir na sustentabilidade é bom para os negócios para as empresas como para a comunidade que pode tirar sustento da sua própria criatividade. A sustentabilidade influencia a economia à medida que as pessoas vêm aderindo cada vez mais a esta prática

2.1.3 Sustentabilidade econômica

A sustentabilidade econômica procura trabalhar com processos produtivos mais amenos ao meio ambiente além de gerir os recursos naturais sendo possível utilizar fonte de energia renováveis. Um desenvolvimento estável com elevação da economia, porém com baixa inflação ao ano.

Para Dias (2011), do ponto de vista econômico, a sustentabilidade prevê que as empresas sejam economicamente viáveis. Desse modo, seu papel na sociedade, que é o de dar retorno ao investimento realizado pelo capital privado, deve ser cumprido, pois a rentabilidade é um aspecto econômico importante para o desenvolvimento social.

A vantagem competitiva desse tipo de negócio cresceu nos últimos anos, pois a procura por esse serviço tem aumentado bastante, embora os processos sejam mais caros e/ou necessitem de uma dedicação maior.

Os resultados desse setor contemplam a economia verde, que se baseia em viver bem sem deixar de atender as necessidades sociais e da natureza, o que envolve o ambiente de modo geral. Assim, é possível obter lucros, utilizando recursos naturais de forma consciente, porém, o retorno é bem maior, já que garante uma melhor qualidade de vida, um futuro mais saudável para o planeta para um público conectado e culturalmente inserido na sociedade e demonstra interesse por produtos sustentáveis.

2.2 ECODESIGN

O *ecodesign* é o instrumento que conecta o que é tecnicamente possível, no campo das tecnologias limpas, com o que é culturalmente desejado, no campo da consciência ambiental (MANZINI; VEZZOLI, 2002 *apud* FIGUEIREIDO, 2010)

Criadores e desenvolvedores de várias áreas de atuação, como moda, movelaria, arquitetura, decoração, engenharias, entre outras, têm se adequando, ao longo dos anos, aos conceitos do *design* sustentável. O que antes era visto apenas como estilo ou beleza, é considerado como uma estratégia de trabalho nos últimos anos. O *design* não só comporta a estética, pois também integra os setores de uma empresa com finalidade de oferecer um produto que atenda as necessidades de um determinado público.

Um bom *designer* atua, em sua área, com o objetivo de transformar e otimizar seu trabalho em prol de um produto de qualidade. Na área de moda, os produtos e os serviços são desenvolvidos com base em estratégias de criação que se fundamentam em conceitos de sustentabilidade. O *ecodesign* é uma ferramenta de ação para o desenvolvimento de produtos sustentáveis.

Papanek (1995 *apud* SILVA, 2012, p. 46), um dos primeiros a conceituar *ecodesign*, defendia o desenvolvimento de um *design* social e ecológico, assim, convocou os *designers* para transformarem a sociedade “industrial-destruidora” em uma comunidade “ecológica-responsável”.

O *ecodesign* compreende técnicas de criação para o desenvolvimento de produtos ecológicos que amenizem a agressão ao meio ambiente. Nesse contexto, incentiva: o reaproveitamento de materiais descartados; novas opções de uso para um produto em desuso; e ciclos capazes de melhorar o processo produtivo e de reduzir abusos com materiais, energia e custos.

Desse modo, *ecodesign* pode ser entendido como procedimento para a criação de um produto, cuja ideia principal é a preocupação com o impacto ambiental em todo seu ciclo de vida, ou seja, desde sua produção até seu descarte final, o que significa: reduzir a geração de lixo e de resíduos sólidos; economizar custos e energia; e diminuir os processos de manufatura.

Nesse contexto, Mesacasa, Corona e Mello (2010) comentam que já se percebe uma mudança na sociedade, que tem procurado produtos sustentáveis com qualidade. Tal fato exige um desenvolvimento sustentável, que atenda as necessidades dos indivíduos, levando em conta requisitos ambientais.

Entretanto, Berlim (2012) ressalta que o *ecodesign* não deve ser entendido linearmente, visando apenas à comercialização do produto, mas de forma circular, levando em consideração seu ciclo de vida, sua durabilidade e seu retorno à produção, por meio de reciclagem ou reutilização. Para o autor, o *ecodesign* compreende, ainda, a avaliação dos impactos socioambientais de cada ciclo produtivo, de modo a eliminar ou reduzir seus malefícios.

O *ecodesign* se fortalece à medida que *designers*, criadores e profissionais da área de moda, artes, *design* gráfico, arquitetura, entre outras, forem capazes de convencer os diferentes públicos a adquirir produtos e serviços sustentáveis. Os indivíduos sabem o que querem e isto está ligado ao meio ambiente e ao futuro das novas gerações.

2.3 DESIGN SUSTENTÁVEL

Enquanto o *ecodesign* procura alternativas para os processos produtivos, de modo a gerar o menor impacto possível à natureza, “o *design* sustentável ou *design* para sustentabilidade (*design for sustainability- DfS*) envolve uma cadeia de pensamento e ação com maior abrangência, que abarca produtos, processos e serviços” (SILVA, 2012, p. 47).

Criar ou desenvolver um produto não é algo inerente aos aspectos ambientais. Não se cria sem antes se pensar no que é possível fazer para evitar abusos com matéria prima e energia e diminuir os resíduos a serem, posteriormente, descartados. O *design* sustentável tem compromisso com a sociedade, pois esta já sabe de suas responsabilidades em relação ao meio ambiente. O novo consumidor procura produtos e serviços que garantam responsabilidade social e ambiental e se interessa pela legitimidade do serviço. Para Cavalcante e Pereira:

[...] o Design, atividade profissional que desenvolve produtos diante as necessidades humanas, tem uma grande responsabilidade em construir conhecimentos junto a esses micro empreendimentos sociais, solidários e sustentáveis, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e acima de tudo para a preservação do planeta. (CAVALCANTE E PEREIRA, 2007, *apud* LAGO, 2010, p. 09)

Um produto sustentável, em si, é resultado de um ciclo produtivo baseado em conceitos de sustentabilidade, que compreende um planejamento não somente do produto, mas também do funcionamento do processo de produção envolvendo pessoas. Assim, é resultado de um conjunto de articulações em funcionamento, com objetivo sustentável e processo eficaz, ou seja, menos agressivo ao meio ambiente.

Para Manzini (2011), todas as atividades necessárias para a execução de um projeto sustentável devem ser consideradas como uma só unidade. Desse modo, o *design* assume uma abordagem sistêmica, passando do produto ao sistema-produto como um todo.

Na indústria têxtil, o *design* tem plantado raízes à medida que muitas empresas mudaram seu processo produtivo a fim de garantir um produto de qualidade, que atenda as necessidades de seus clientes e ainda possa amenizar a agressão ao meio ambiente.

É importante ressaltar que a sociedade, em geral, também tem se orientado em relação ao tema sustentabilidade. Muitos documentários, reportagens e atividades têm sido disponibilizados, o que influencia novas

atitudes. Gradativamente, as pessoas têm mudado de atitude em relação ao lixo e passaram a pensar nele como uma nova fonte de ideias.

Nesse sentido, a procura por produtos e serviços sustentáveis tem levado o *designer* a se comprometer, assim como, sua empresa, com medidas para a sustentabilidade.

Inúmeras são as ideias inovadoras sustentáveis, porém, é importante lembrar que a indústria da moda produz toneladas de resíduos por ano. Embora a agressão ao ambiente seja mais amena, ainda assim, são muitos os resíduos gerados durante o processo, sem contar a procura diária por novos produtos, que envolve uma cadeia de oferta muito grande e leva o indivíduo a comprar mais do que necessita e a não saber, depois, o que fazer com tantos produtos.

A grande e contínua oferta de produtos e a propaganda na mídia para conseguir vendê-los, pelo estímulo ao desejo do público-alvo, fazem com que muitas pessoas comprem um elevado número de produtos que, possivelmente, nem serão usados. Futuramente, tudo isso vai se tornar um grande amontoado de lixo, caso não forem tomadas medidas para amenizar tal situação.

É importante ressaltar que um ciclo de vida bem planejado para um produto pode amenizar os gargalos que a grande oferta pode causar futuramente. Além disso, a reutilização de alguns materiais colabora para que estes produtos demorem mais tempo para serem devolvidos no meio ambiente.

2.4 CICLO DE VIDA DO PRODUTO

Cada resíduo deixado no meio ambiente possui um ciclo de vida que pode ser agressivo. O fato é que muitos desses produtos têm a possibilidade de ser reciclados ou transformados, o que prolonga seu tempo útil e adia seu descarte no ambiente.

Manzini (2011) defende um planejamento para o desenvolvimento de todo o ciclo de vida de um produto, desde a escolha da matéria-prima até seu descarte final na natureza. Segundo o autor “no futuro, portanto, uma das tarefas para o desenvolvimento de novos produtos vai a de projetar o ciclo de vida inteiro do produto, ou, como se diz em inglês, projetar o Life Cycle Design (LCD)” (MANZINI, 2011, p.100).

Chehebe (1997) considera o impacto ambiental ao longo de todo o ciclo de vida do produto: a extração das matérias-primas a serem utilizadas; o processo de produção; o uso; e o descarte final do produto.

O ciclo de vida de um produto inicia-se com a seleção da matéria-prima a ser utilizada, assim, deve levar em conta: a maneira como esta foi coletada da natureza; se tal coleta traz altos riscos ou não para o futuro; e o tipo de relação de trabalho efetivada para tal. Durante anos, a indústria da moda utilizou recursos naturais para a criação de seus produtos.

Barbieri (2007) conceitua resíduo como resto, o que sobra de algum processo ou atividade, podendo se apresentar nos estados sólido, líquido ou gasoso. A norma NBR 9896, de 1993, define resíduo como material ou resto de material cujo proprietário ou produtor não mais considera com valor suficiente para conservação.

Neste estudo, porém, defende-se a ideia de que muito do que é jogado no ambiente nem sempre pode ser considerado apenas como lixo, pois isto depende do ponto de vista. Apesar de Barbieri (2007) afirmar que a sobra não possui valor para quem a rejeita, a ideia é possibilitar a criação de novos produtos a partir de materiais descartados, possibilitando-lhes um novo ciclo de vida, que nem sempre volta para o mesmo dono.

Fletcher (2011) afirma que o descarte no cesto de lixo e, depois, no aterro sanitário, é o destino final de muitas roupas. O ciclo de vida dessas peças pode, simplesmente, acabar no lixo. Muitas pessoas compram roupas compulsivamente porque não conseguem enxergar o limite entre o que têm e o que, realmente, precisam. A autora afirma, ainda, que inúmeras ideias acabam

enterradas no chão, pois muitas roupas descartadas poderiam ser reutilizadas ou transformadas, o que diminuiria os excessos nas compras.

Embora esse seja o destino de muitas peças de roupa, cabe lembrar a ligação afetiva que pode emergir entre o indivíduo e essas peças, o que torna o descarte uma ação indesejável. Muitas são as pessoas que guardam consigo, com apreço, um casaco que pertenceu à avó, um pulôver de lã que traz lembranças do colégio ou um *jeans*, que, por estar surrado, se torna ainda mais interessante.

É como se o ciclo de vida parasse para esses produtos, pois ficam inertes, sem novas ideias de utilização, entretanto, futuramente, de alguma maneira, eles voltarão ao meio ambiente. Assim, se não houver um novo desfecho para esses produtos, eles vão se tornar apenas lixo.

A transformação pode ser a estratégia para a criação de produtos gerados a partir de outros. Usar a proximidade do indivíduo com uma determinada peça e oferecer um “jeito” novo de usar, um visual original, ao que traz boas lembranças ou recordação de um ente querido é uma possibilidade de devolver o apreço e, ao mesmo tempo, tirar da inércia um resíduo que seria descartado na natureza.

2.5 MATERIAIS SUSTENTÁVEIS NA MODA

A moda, com suas criações e inspirações, tem evidenciado a emergência de novas tendências, baseadas na sustentabilidade. As empresas têm buscado investir em negócios, produtos, processos e serviços mais amenos ao ambiente. Os próprios empresários são submetidos, constantemente, a questionamentos sobre o tema sustentabilidade, em relação a suas iniciativas dentro das empresas. Se não houver um comprometimento nesse sentido, os negócios tenderão a cair, pois muitas empresas já investem

na área de gestão e na criação e utilização de tecnologias mais limpas. Nesse sentido, para Milano:

O público tem esperado que a empresa saia do papel de simples fornecedora de produtos e transforme em uma empresa atuante, que se preocupe em devolver algo à sua comunidade, que trata seus clientes como pessoas inteligentes e que, principalmente, tenha um comportamento ético, que vá além da simples obediência à legislação vigente (MILANO, 2002, p. 26).

O olhar preocupante para a situação do planeta, nos últimos anos, desencadeou resultados positivos, inclusive, na área do vestuário. No portal do Instituto Ethos, seu vice-presidente, Paulo Itacarambi, fala sobre a responsabilidade em ajudar empresas a gerir seus negócios de maneira socialmente sustentável e sobre as grandes mudanças na área têxtil e da confecção. Itacarambi ressalta, ainda, a necessidade de buscar respostas que mexam nos padrões de produção e na cadeia de suprimentos e de trabalho e a importância da criação de estratégias sustentáveis que aumentem a competitividade, desde a produção de fibras até o varejo têxtil.

Para Tachizawa (2007), a questão ambiental pode ser uma mera preocupação passageira e trazer altos custos para as empresas. Em contrapartida, o próprio autor cita uma pesquisa recente da Confederação Nacional da Indústria (CNI) e do Ibope, que defende o contrário, ao revelar que 68% dos consumidores brasileiros estariam dispostos a pagar mais por um produto que não agredisse o meio ambiente.

A *Osklen*, por exemplo, é referência no país por oferecer produtos sustentáveis além de ser pioneira neste tema, na área da moda. Na coleção *Amazon Guardians*, apresentada na *São Paulo Fashion Week* de 2007, a marca mostrou roupas feitas de látex natural da Amazônia, algodão orgânico e malha de PET reciclada. A marca atende clientes da classe A e investe em moda ecologicamente correta.

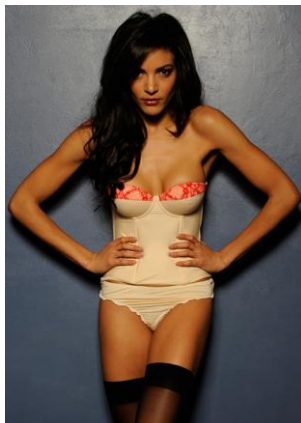


Fotografia 1: Coleção *Amazon Guardians*, Osklen, 2007.

Fonte: <https://www.facebook.com/osklen>

A estilista Flávia Aranha desenvolveu sua marca pensando em produtos que contribuam para preservação ambiental, pois utiliza modelagem atemporal, algodão orgânico e tingimentos com corantes naturais (como folhas e cascas de árvores e chá). A estilista troca experiências com a comunidade em que vive e que lhe oferece matéria-prima para seus trabalhos. Em seu *site*, Flávia fala sobre sua preocupação em oferecer experiências diferentes a seu público, já que desenvolve produtos que se inserem em seu *lifestyle*, com opções estáticas. O tingimento natural, por exemplo, passa por todo processo de produção e desenvolvimento e permanece, até mesmo, no visual de sua loja.

O *blog* do *Instituto Ecotece*, que apoia o vestir consciente, cita marcas de moda que trabalham com produtos sustentáveis. A marca francesa de *lingeries*, *Do You Green*, tem um diferencial, pois oferece produtos baseados em conceitos de sustentabilidade, que minimizam o impacto ambiental e beneficiam a produção local da região francesa onde está inserida, com seu processo de tingimento e fabricação de tecido. Criada por Sophie Yonug, a marca propõe *lingeries* feitas a partir de um tipo de pinheiro (*White pine tree*). As fibras dos galhos resultam em um tecido, o LENPUR, que garante maior conforto às peças e menor impacto ambiental. A fibra também possui propriedades anti-transpirantes e anti-bactericidas, além de ser biodegradável e de fácil manutenção.



Fotografia 2: Lingerie da marca *Do You Green*.

Fonte: <http://ecotece.org.br/blog/>

Outra marca que embute conceitos de sustentabilidade é a *Luva Huva*, empresa do Reino Unido que oferece *lingeries* feitas à mão, com tecidos fora de linha, remanescentes de traços têxteis, que, possivelmente, iriam para o lixo, além de utilizar algodão orgânico, tecidos de fibra de soja e aviamentos que seriam descartados. No *site* da marca, a estilista Joanna Ketterer fala sobre sua preocupação em inserir esses tipos de produtos na área da moda.



Fotografia 3: Lingerie da marca *Luva Huva*.

Fonte: <http://ecotece.org.br/blog/>

Muito tem se falado sobre o algodão orgânico, cujo cultivo não agride o meio ambiente, o contrário do que acontece com outras fibras, além de garantir uma melhor saúde aos produtores, conforme Berlim (2012). Este tipo de cultivo ainda é puramente familiar, ou seja, praticado por pequenos e médios produtores. Para o autor:

[...] a moda pode, sim, adotar práticas de sustentabilidade, criando produtos que demonstrem sua consciência diante das questões sociais e ambientais que apresentam hoje em nosso planeta, e pode, ao mesmo tempo, expressar as ansiedades e desejos de quem consome. Afinal, a moda não apenas nos espelha – ela nos expressa. (BERLIM, 2012, p. 13)

A marca *Timberland* lançou, em maio de 2013, a campanha *Old for New*, com o objetivo de arrecadar agasalhos para a APAE de São Paulo (Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais), que cuida de pessoas com deficiência intelectual. Cada cliente que fizesse uma doação receberia 10% de desconto na compra de qualquer jaqueta da marca.

A moda que desenvolve processos sustentáveis tem se mostrado bastante atuante no que diz respeito a iniciativas em prol do meio ambiente, muitas delas, com bons resultados. O desafio de inserir um viés ecológico no âmbito de uma empresa é tão promissor quanto oferecer um produto inovador. A sustentabilidade é tema de debates em muitas empresas, instituições, ONGs assim como, em comunidades, que se interessam, cada vez mais, por questões ambientais. A moda sustentável ganha espaço na sociedade graças à sua aproximação com os interesses da comunidade.

3.METODOLOGIA

Segundo Boaventura (2009), a metodologia utilizada para esta pesquisa se define como fundamental e aplicada, pois o objetivo foi aumentar o conhecimento sobre o segmento da moda sustentável, assim como, buscar alternativas para a solução de vários problemas sociais.

Quanto ao tipo, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, pois buscou conhecer uma realidade ainda pouco estudada, para a definição de hipóteses. Segundo Gil (2009), esse tipo de pesquisa pode ser efetivada por meio de estudos bibliográficos e/ou entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema em questão.

A pesquisa exploratória, de campo, foi realizada por meio de entrevista com pessoas da área de moda, desenho gráfico, *marketing* e engenharia de produto. Para tal, foi desenvolvido um questionário, que segundo Thiollent (2007), permitiu ao pesquisador uma investigação aprofundada sobre o tema em questão. A confecção de um questionário exige domínio sobre os aspectos técnicos de sua concepção, formulação e codificação.

Para fundamentar a pesquisa de campo, foi desenvolvido um estudo bibliográfico, a partir de informações coletadas em livros e artigos. A pesquisa bibliográfica é um meio fundamental para se levantar e organizar informações sobre o tema em estudo. Além disso, esta permite a coleta de uma grande variedade de informações disponíveis, sem necessidade de sair para longe.

A pesquisa bibliográfica compreendeu os seguintes temas: sustentabilidade e moda; *design* sustentável; *ecosign*; o alto nível de consumo, na atualidade; e empresas que trabalham com um viés ecológico e sustentável. A coleta de dados foi realizada a partir de um questionário, cujo objetivo foi investigar como as pessoas consomem produtos de moda e qual sua compreensão sobre o tema sustentabilidade no vestuário. Além disso, o

questionário buscou conhecer a opinião dos entrevistados sobre reaproveitamento de material em desuso.

Com base nesses estudos, foi desenvolvida uma coleção a partir de roupas usadas, que foram transformadas, utilizando técnicas de modelagem tridimensional e plana, seguindo as tendências do verão 2014.

3.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

3.1.1 Pesquisa de campo

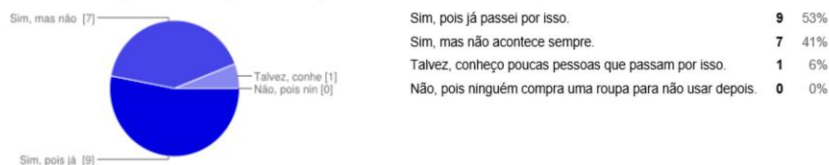
Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário com seis questões, que foi respondido por dezessete pessoas, entre elas, profissionais estudantes da área de moda, desenho industrial, engenharia de produção e *marketing*. O objetivo do questionário foi saber até que ponto as pessoas compreendem a importância da prática sustentável, da redução do consumo e do reaproveitamento de roupas em desuso.

17 respostas

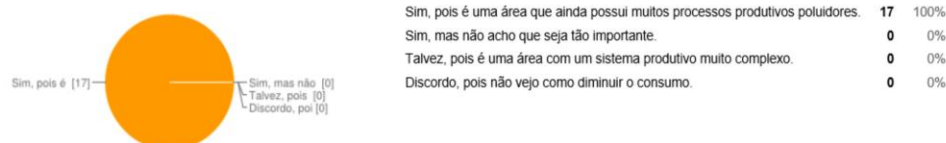
[Visualizar todas as respostas](#)

Resumo

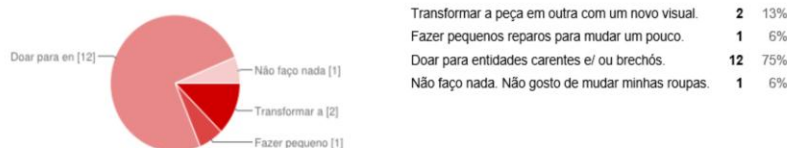
Você considera que muitas roupas são compradas sem necessidade e são descartadas muitas vezes sem uso?



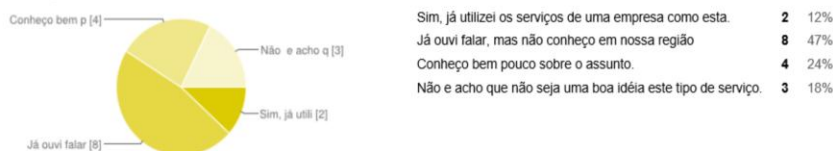
Você acha importante que os desenvolvedores da área da moda se preocupem mais com o alto consumo e possibilitem alternativas para amenizar o impacto com o meio ambiente contribuído para uma moda sustentável?



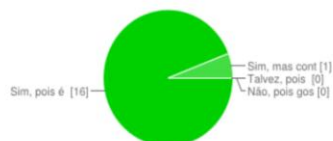
Quando uma roupa não te serve mais ou não gosta do modelo o que pretende fazer com esta peça?



Você conhece empresas que oferecem serviços para transformar roupas usadas com nova modelagem, modelo e interferências com lavagem, bordados e estampas?



Você acha que reutilizar peças usadas ou guardadas sem uso pode evitar a compra excessiva de novas roupas e amenizar o impacto ambiental de resíduos que serão descartados podendo contribuir para um futuro sustentável ?



Você estaria disposto a pagar um pouco mais caro por um serviço diferenciado e capaz de trazer alto estima e valores em peças do vestuário importantes para você, além de ser ecologicamente correto?

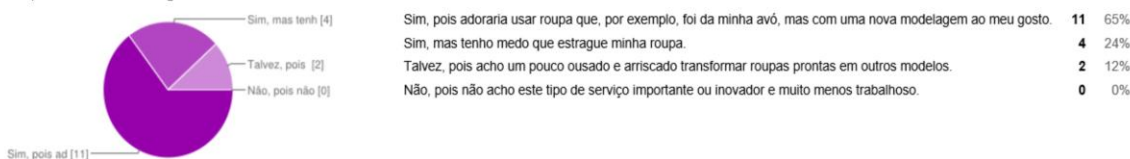


Figura 1: Questionário para coleta de dados.

Fonte: Google Drive.

Em relação à primeira questão, dos dezessete entrevistados, nove (9) responderam que já compraram roupas sem necessidade e descartaram essas peças com pouco tempo de uso; outros sete (7) responderam que já passaram por situação semelhante, porém, de forma esporádica; somente um desconsiderou a hipótese do alto consumo e apontou que, raramente, passou por esta situação.

Quanto à segunda questão, todos os entrevistados responderam que acham importante que os criadores da área de moda se preocupem mais com o alto consumo e adotem um viés ecológico.

Na questão seguinte, foi perguntado como eles fazem quando não querem mais uma roupa. Dois (2) entrevistados responderam que procuram transformar suas roupas, dando-lhes um novo visual; um (1) disse que faz pequenos reparos; doze (12), que fazem doações a entidades filantrópicas; e apenas um(1) respondeu que não gosta de modificar suas roupas.

Em relação à questão quatro, apenas dois (2) disseram que já utilizaram serviços de uma empresa que transforma roupas usadas em *looks* novos; oito (8), que já ouviram falar desse tipo de serviço, mas não conhecem nenhuma empresa que o oferece na região; quatro (4) afirmaram conhecer bem pouco sobre o assunto; e os demais não acham que seja uma boa ideia.

O objetivo da quinta questão era saber se a reutilização de roupas usadas poderia evitar o consumo excessivo. Dezesseis (16) dos pesquisados responderam que acham interessante transformar suas roupas usadas em novos *looks* e que entendem a importância de se evitar o alto consumo. Apenas um (1) respondeu que, mesmo achando interessante mudar suas roupas, continuaria comprando outras, novas.

A última questão buscou investigar se os entrevistados pagariam mais por um produto de moda exclusivo e/ou serviço diferenciado, que agregassem valores sustentáveis. Onze (11) responderam que estariam dispostos a utilizar tal serviço; quatro (4) disseram que gostam da ideia, porém, têm receio de

estragar as roupas; e dois (2) disseram que acham arriscado este tipo de serviço.

3.1.2 Análise dos dados da pesquisa

Ao se analisar os dados levantados pela pesquisa, observou-se que a maioria das pessoas compra roupas e acessórios sem necessidade, mesmo que isto não aconteça sempre. Ainda é pequeno o número de pessoas que consegue consumir sem exagero. Entretanto, todos afirmam que é importante inserir conceitos sustentáveis em produtos, processos e serviços de moda, como confirmam as respostas à questão.

Na terceira questão, ficou evidente que a maioria das pessoas opta por doar suas roupas usadas ao invés de modificá-las. Não que esta seja uma prática negativa, pois muitas pessoas precisam dessas doações. A questão é que, mesmo não tendo muitas alternativas para descartar as roupas em desuso, as pessoas acabam por comprar mais roupas novas. Poucas fazem modificações em uma peça usada, porque não sabem fazer ou porque não conhecem um serviço diferenciado com este tipo de serviço.

A questão seguinte confirma a anterior, pois a maioria disse que já ouviu falar do assunto, mas não conhece nada semelhante na região. Alguns até acharam a ideia pouco promissora. Apenas dois já utilizaram este tipo de serviço. Assim, seria importante que houvesse este tipo de serviço diferenciado na região.

Por outro lado, a maioria considera importante evitar o alto consumo por meio de atitudes ecologicamente corretas. A última pergunta confirma que as pessoas apoiam a existência de empresas que ofereçam serviços de reutilização e transformação de peças em desuso, o que diminuiria o consumismo.

4.DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

A marca *Uso & reUso* objetiva oferecer a seus clientes um serviço diferenciado e exclusivo: a construção de novos *looks* a partir de roupas em desuso ou com as quais o dono mantém um elo afetivo. Para este processo de transformação, os consumidores contam com um profissional da área de *Design* de Moda, consciente das questões ecológicas e com conhecimento em: modelagem; criação; montagem; e intervenções de lavanderia, estamparia e bordado, se necessário, de modo a garantir a exclusividade e a qualidade das peças. O local, denominado como ateliê, é simples, para que o cliente se sinta a vontade e possa interferir na criação e desenvolvimento de suas roupas.



Figura 2: Interior da empresa.
Fonte: <https://www.google.com.br/>



Figura 3: Fachada da empresa.
Fonte: <https://www.google.com.br/>

4.2 PÚBLICO ALVO

A empresa busca um público-alvo diversificado em relação à idade, pois seus produtos destinam-se a pessoas que possuem em comum um grande interesse pelos problemas ambientais da atualidade, além de gostarem de moda, artes, música, fotografia e de várias áreas do *design*. Assim, são indivíduos que, por meio de suas roupas, gostam de fortalecer e mostrar suas ideias e conceitos de moda. Além disso, se interessam por novidades,

inclusive, quando se trata de produtos sustentáveis e tecnologias a favor do meio ambiente.



Figura 4: Público alvo
Fonte: <http://lookbook.nu/>



Figura 5: Público alvo

Fonte: <http://www.micheledaiana.com/>

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Socioculturais (macrotendências)

Segundo o portal de tendências *Usefashion*, a previsão para o verão 2014/15 é de uma busca por mudanças de grandes proporções na sociedade, pois os problemas econômicos fizeram com que se perdesse a confiança nas instituições. Ao mesmo tempo, a tendência ressalta anseios pessoais como ponto-cheque, entre eles: a qualidade de vida, em todos os aspectos; a busca por novas experiências; e o inesperado. As cores da temporada situam-se entre tonalidades pastel, com ênfase nos tons de azul e verde, e o colorido como uma ruptura, de modo a ressaltar a natureza e sua energia por meio de cores vibrantes, como rosas picantes, coral, pimenta, violeta e amarelo.



Fotografia 4: Macrotendências Verão 2014/15 Portal *Use Fashion*

Fonte: <http://www.usefashion.com>

No perfil da rede social da WGSN, as três macrotendências para o verão 2015, *Bio Dynamic*, *History* e *Focus*, são apresentadas, de maneira surpreendente, em um vídeo, cujo título é: *Teaser WGSN Macro Tendências Verão 2015*.

4.3.2 Estéticas (microtendências)

O *site* da *Veja Rio* apresenta as microtendências para o verão 2014, dentre elas, o uso da cor azul caneta, conhecida como azul *Klein*, ultra *blue* e caneta bic. A aposta da estação é um novo “preto” básico, em forma de vestidos, saias, blusas, *shorts* e acessórios; *looks* monocromáticos com um resultado moderno e elegante.



Fotografia 5: Principais tendências

Fonte: <http://vejario.abril.com.br>

O branco e o azul, inspirados na herança portuguesa das decorações de azulejos, são representados em estampas de peças que mesclam com o *jeans* ou em *looks* inteiros.



Fotografia 6: Principais tendências

Fonte: <http://vejario.abril.com.br>

Ainda nessa coleção, o *site* apresenta o uso do *Cropped (top)*, que se mantém como uma das principais apostas. As estampas étnicas e tribais também ganham ênfase no verão, em roupas coloridas e alegres com estampas desejáveis.



Fotografia 7: Principais tendências

Fonte: <http://vejario.abril.com.br>

Os traços retos e o grafismo geométrico são suavizados por cores alegres e tecidos leves. O uso da clássica dupla, preto e branco, dá um ar moderno e atual.



Fotografia 8: Principais tendências

Fonte: <http://vejario.abril.com.br>

A *Vogue* apresenta a *Mood Sportswear*, que aposta em versões com tecidos nobres. São peças que misturam o tom esportivo das formas com a sofisticação dos materiais.



Fotografia 9: Principais tendências

Fonte: <http://vogue.globo.com/>

As transparências e os recortes devem permanecer e a saia assimétrica é a grande aposta da coleção.

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

As funções práticas (conforto) para esta coleção fundamentaram-se na troca de ideias com o próprio cliente, para que a transformação das peças satisfaça seus anseios. Por se tratar de pessoas interessadas em tendências de moda, os materiais utilizados devem partir da própria vestimenta do cliente, como: *jeans*, camisetas de malha, camisas de algodão, jaquetas de sarja.

As funções estéticas são baseadas em características e gostos do cliente, que são investigados durante uma conversa informal para a definição das interferências possíveis e do diferencial exclusivo em cada peça de roupa.

5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

A coleção compreende um total de seis *looks*, desenvolvidos a partir de roupas fornecidas pelo próprio cliente, que foram transformadas em novos *looks*.

5.3 BRIEFING



Figura 6: *Briefing*
Fonte: A autora.

5.4 TEMA CONCEITO DA COLEÇÃO

Esta coleção buscou uma ligação entre o urbano e a natureza. A importância do homem e os cuidados com o local em que habita são temas presentes na coleção, expressos por meio de cores vivas e alegres, inspiradas na água, no mar e nos corais, com a presença monocromática do preto, cinza e branco, encontrados em construções dos grandes centros: as formas orgânicas do meio ambiente misturadas à geometria dos prédios e da urbanização. Um conceito baseado em transformação, reuso e renovação.

5.5 LOGO DA MARCA



Figura 7: Logo da marca
Fonte: A autora

5.6 CARTELA DE CORES

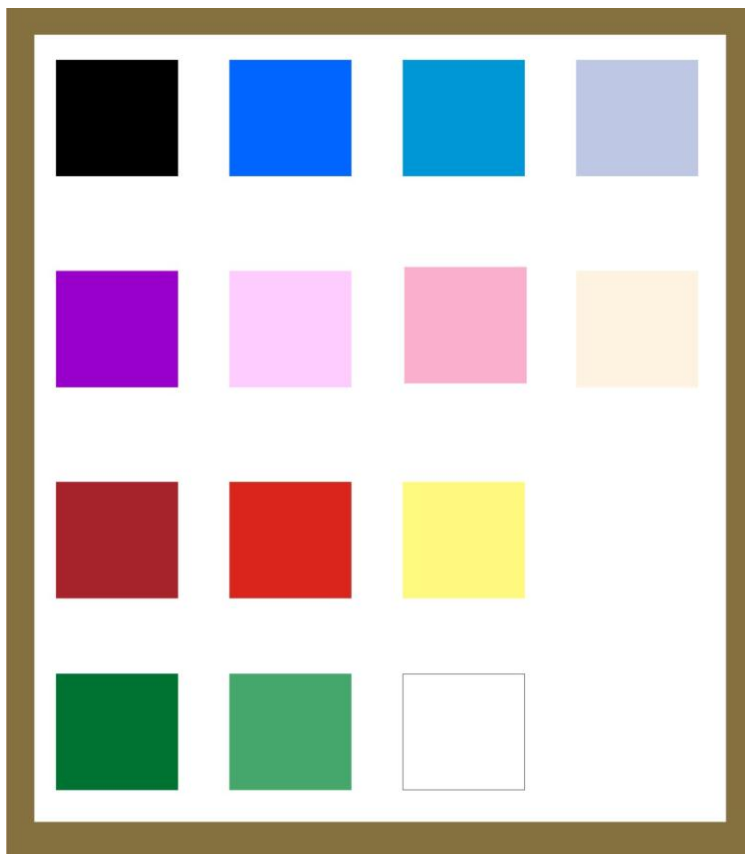


Figura 8: Cartela de cores
Fonte: A autora

5.7 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

De acordo com o conceito da coleção esta geração de alternativa foi desenvolvida baseada na vivência do cotidiano de cada pessoa tendo por diferencial a individualidade e exclusividade de cada trabalho e modelo. Em cada desenvolvimento foi pensado nas formas orgânicas das estampas, recortes e curvaturas acentuadas no corpo remetendo à natureza e sua homogeneidade.

Em contrapartida os modelos mais casuais com cores mais neutras como o branco, o azul jeans e o preto são mais discretos e lembram o monocromático dos grandes centros.

Cada peça de roupa sofreu uma transformação em modelagem, lavagem e/ou conservação. Todas as peças foram reutilizadas a partir de doações de pessoas interessadas no trabalho. Esta coleção proporcionou a renovação e a transformação ao se vestir.

5.8 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

A partir da geração de alternativas foram selecionados doze looks, entre eles seis foram confeccionados. Para desenvolver esta coleção foram utilizadas técnicas de modelagem tridimensional e plana, além de fotos tiradas antes, durante e depois do processo.

O look 01 foi desenvolvido a partir de um camiseta feminino transformado em uma saia com transpasse. A peça foi sendo desmanchada e remodelada no manequim para uma visualização mais ampla do modelo. O colete jeans era uma jardineira que foi vestida de ponta cabeça no manequim e remodelada. A regata foi higienizada e feita pequenos detalhes nas costas.

VANESSA



Figura 9: Geração de alternativa 01

Fonte: A autora

O look 02 foi criado a partir do desmanche de uma calça jeans masculina que se tornou um shorts feminino, foi alterado suas medidas fazendo abertura nas laterais e gancho da peça e retirando os excessos. Uma calça jeans feminina também foi modificada e resultou em um colete diferenciado com um leve babado, para esta peça foi necessário retirar todo o cóis, abrir a vista frente e vestir no manequim pra modelar. A regata branca foi higienizada.



LARISSA

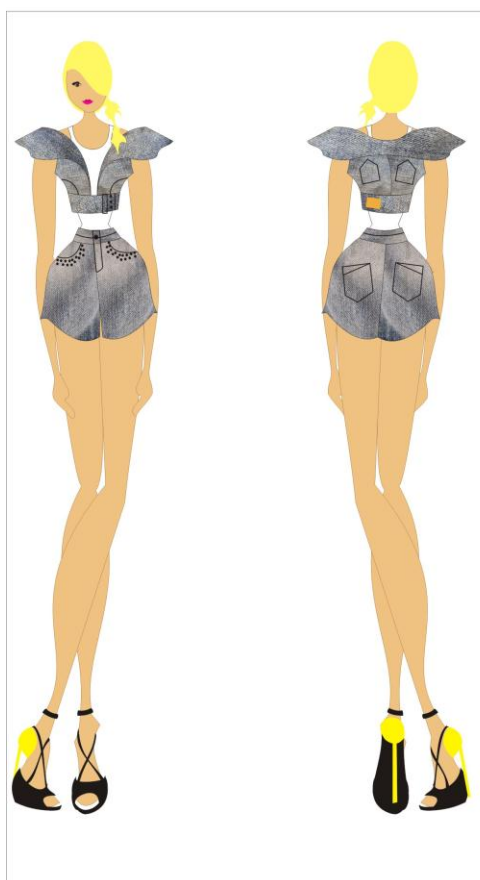


Figura 10: Geração de alternativa 02

Fonte: A autora

O look 03 partiu da idéia de desenvolver uma saia longa com vários recortes jeans. Para esta peça foi utilizada três calças jeans femininas além de sofrer alterações na lavagem. As três calças foram abertas o entre pernas e retirado o cós e modeladas no manequim. A blusa se criou a partir de uma saia em cetim agregando valor com aplicações em pedrarias, para esta peça foi retirado o cós para fazer detalhes e recortes.

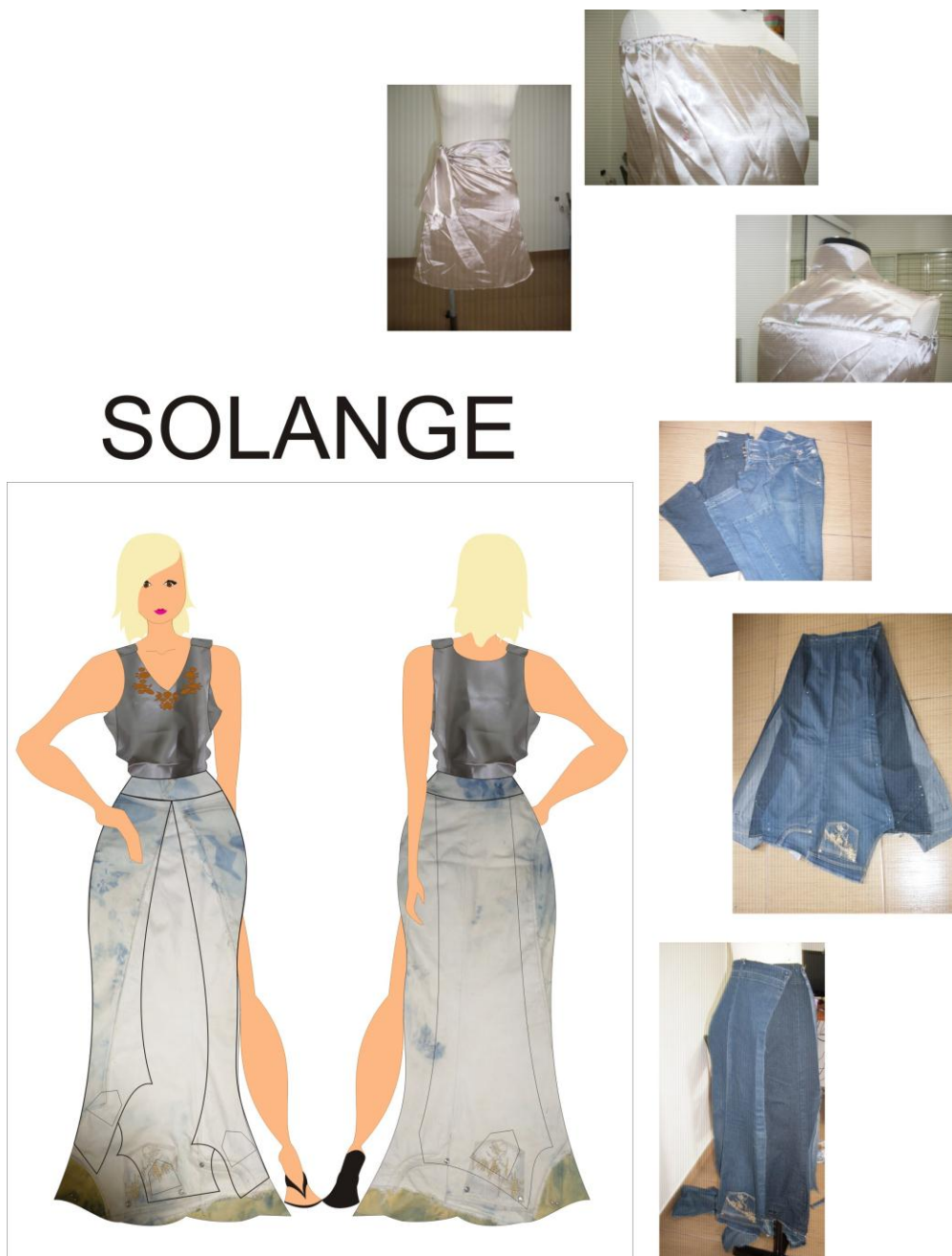


Figura 11: Geração de alternativa 03

Fonte: A autora

O look 04 é um vestido estampado que foi modificado a partir de um camisão. Foi feito um decote nas costas para dar mais sensualidade e exclusividade à peça. Foram cortadas as mangas e utilizadas pra fazer um detalhe na barra.



RÊ



Figura 12: Geração de alternativa 04
Fonte: A autora

O look 05 é uma composição de top com saia. O top foi desenvolvido a partir de uma bata jeans que foi recortada com um visual mais jovem e passou por um novo processo de lavagem delavê suave. A saia era uma bermuda masculina remodelada no manequim onde foi aberto o entre pernas para obter uma modelagem mais feminina, tendo um diferencial: o pigmento branco e os bigodes na frente.



Figura 13: Geração de alternativa 05

Fonte: A autora

O look 06 é uma composição de uma blusa manga morcego feita a partir de uma saia longa sendo esta apenas recortada de acordo com o molde. E um shorts feito a partir de uma calça jeans masculina remodelado no manequim e cortado os excessos para diminuir o tamanho da peça. O shorts passou por um tingimento para deixar o look mais original.



STÉFANI



Figura 14: Geração de alternativa 06

Fonte: A autora

O look 07 é a transformação de uma calça em um shorts mais curto e uma camisa masculina remodelada com um detalhe nas costas e um trançado feito com sobra de tecidos de outra roupa.

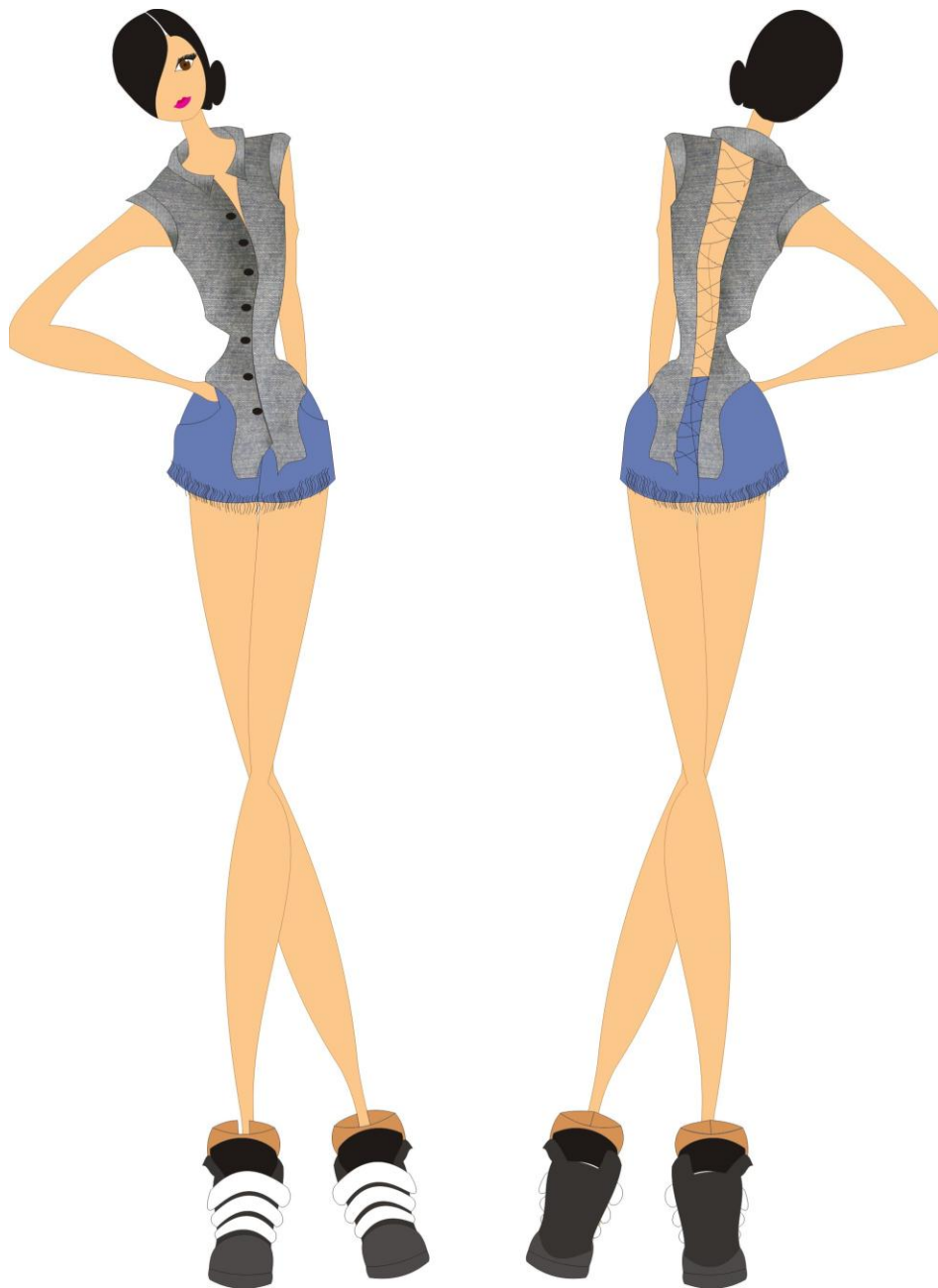


Figura 15: Geração de alternativa 07

Fonte: A autora

O look 08 era uma saia godê em um tecido mais pesado como a sarja e modificado para se tornar uma bermuda com o cós alto. A blusa foi feita a partir de duas camisas masculinas grandes para fazer o decote com dobra.



Figura 16: Geração de alternativa 08
Fonte: A autora

O look 09 é uma transformação de uma camisa xadrez masculina em uma calça modelo saruel. A blusa é reconstrução de uma camisa feminina com uma nova modelagem e modelo.



Figura 17: Geração de alternativa 09

Fonte: A autora

O look 10 era um vestido longo e transformado em um novo vestido, porém com uma nova modelagem e modelo mais jovem e sensual.



Figura 18: Geração de alternativa 10
Fonte: A autora

O look 11 em sua criação foi pensado em um modelo mais juvenil uma saia de linho tingido foi reconstruída para se tornar um shorts com detalhe trançado do próprio tecido. A blusa era uma camisa de cetim bem formal e foi remodelada com um recorte mais moderno.

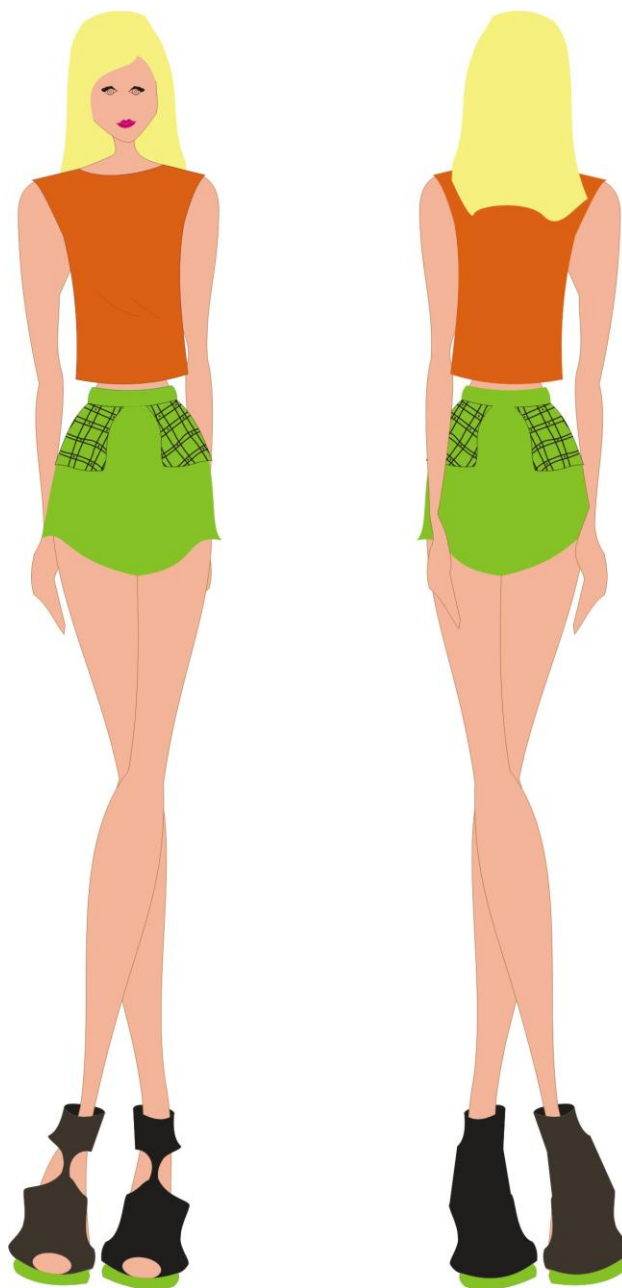


Figura 19: Geração de alternativa 11
Fonte: A autora

O look 12 é a composição de colete, blusa e saia. O colete foi desenvolvido a partir de uma jaqueta jeans. A blusa foi o desmanche de uma camiseta e remodelada. A saia era parte de um vestido de festa transformada em um modelo mais jovem.

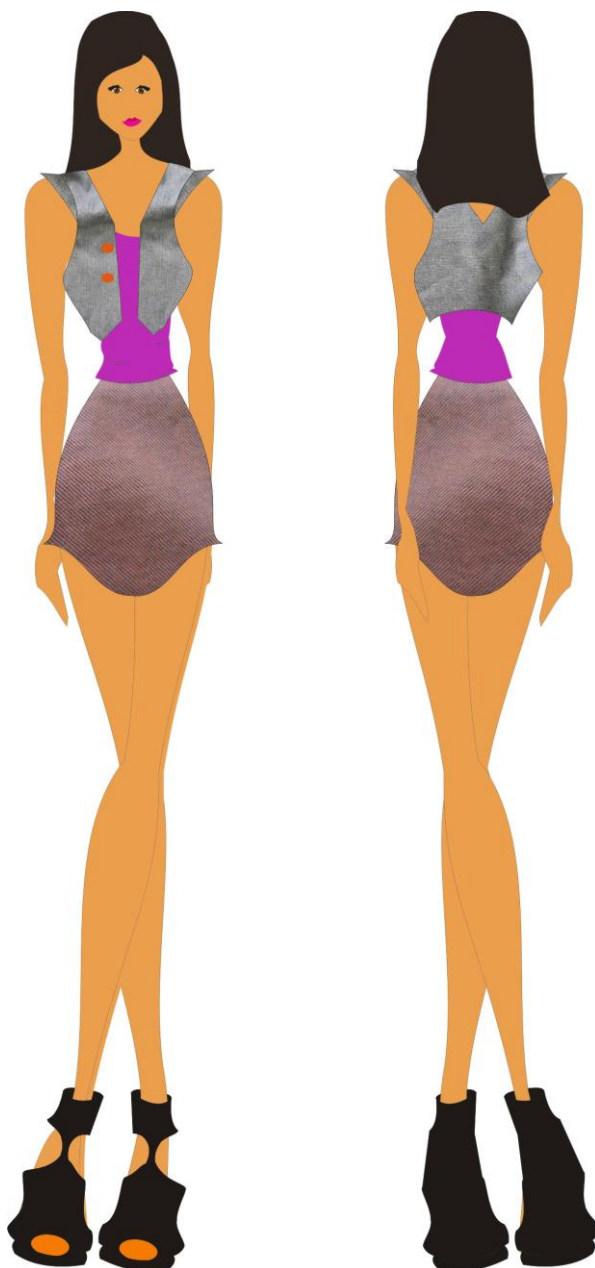


Figura 20: Geração de alternativa 12

Fonte: A autora

5.9 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO

O ponto de divulgação eletrônico poderá ser ainda mais explorado pela marca. Assim foram analisados alguns pontos principais para a elaboração do site. A simplicidade e a facilidade de manuseio é uma delas. O cliente deverá se sentir à vontade ao ver sua própria imagem divulgando a marca. O objetivo é a cada coleção fazer um editorial com as clientes pra que possam dar seus depoimentos e comentar os resultados com a experiência em ter uma roupa transformada. Tudo será documentado no site.



Figura 21: Página de abertura

Fonte: <http://day314.wix.com/useereuse#!slideshow/c1u0f>



Figura 22: Histórico da marca

Fonte: <http://day314.wix.com/useereuse#!slideshow/c1u0f>



Figura 23: Galeria de fotos

Fonte: <http://day314.wix.com/useereuse#!slideshow/c1u0f>

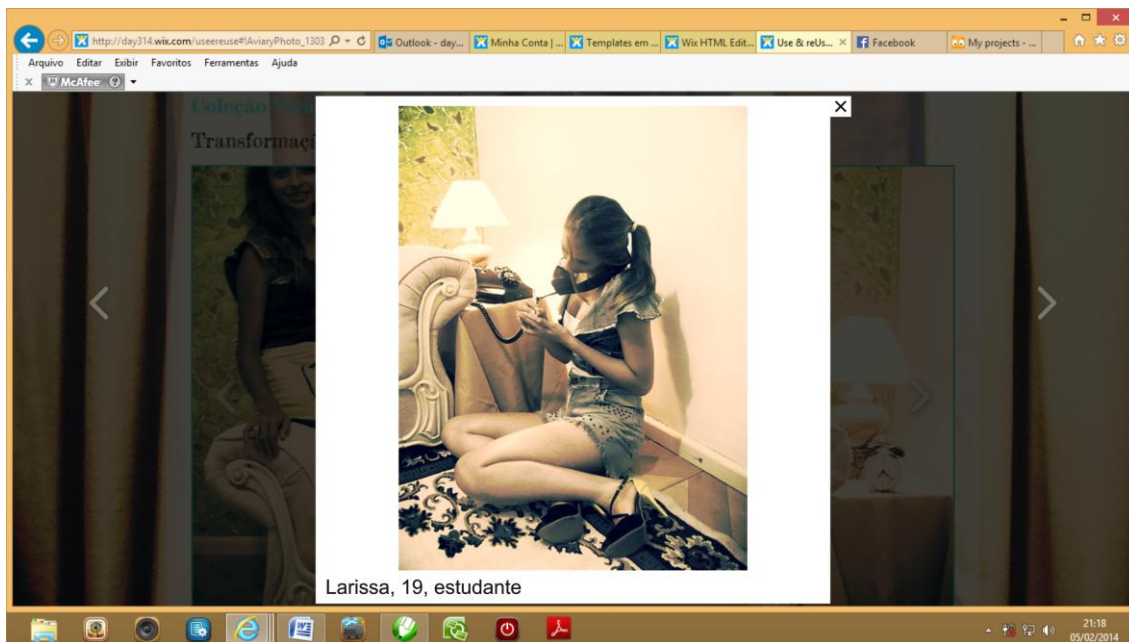


Figura 24: Galeria de fotos

Fonte: <http://day314.wix.com/useereuse#!slideshow/c1u0f>

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Para esta pesquisa foi realizado um questionário com pessoas da área de moda, desenho industrial, engenharia de produção e marketing a fim de saber a opinião a respeito do tema sustentabilidade como abordagem para produtos de moda.

Os conhecimentos adquiridos durante a execução do trabalho foram registrados nas fichas técnicas, no desenvolvimento dos looks através de fotos, no catálogo e em fotos do produto final.

O desenvolvimento criativo do trabalho decorreu pela sua experimentação no manequim por oferecer maiores possibilidades de criação e diferentes formas, já que os looks exigiam uma visualização da roupa inicial e sua desconstrução até a idéia final do produto.

A obtenção do material têxtil foi a partir das roupas usadas oferecidas pelos clientes e/ ou doadas por outras pessoas. Com base no *briefing* foram desenvolvidas as formas e inspirações para escolha das cores das peças a serem transformadas.

O conceito da coleção baseado em transformação, reuso e renovação foram expressos na própria concepção da roupa por esta ser exclusivamente fruto da transformação de outra peça do vestuário. Estas foram desmanchadas, remodeladas, reconstruídas com novas formas além de sofrer interferências externas como bordados manuais, aplicações e nova lavagem.

A pesquisa bibliográfica se concretizou através dos estudos que puderam reforçar a importância de reutilizar roupas em desuso. Além de tornar concreta a idéia de oferecer novos produtos a partir de outros que já foram usados. Além disso, os looks confeccionados são exclusivos e atendem à individualidade do cliente.

REFERÊNCIAS

A.MESACASAA, H.M.P. Coronab, N.A.Mellob. Ecodesign: **Um Novo Paradigma Moderno Inscrito entre Moda e Consumo?** a Mestranda do Programa de Pós- Graduação em Desenvolvimento Regional Sustentável- PPGDR, Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR, Pato Brando, Brasil.b Docente do Programa De Pós- Graduação em Desenvolvimento Sustentável Regional- PPGDR, Universidade Tecnológica Federal do Paraná- UTFPR, Pato Brando, Brasil. 2010.

ALMEIDA, Fernando. **Os desafios da sustentabilidade/** Fernando Almeida- Rio de Janeiro: editora elsevier, 2007- 9º reimpressão

BARBIERI, José Carlos. **Gestão Ambiental: conceitos, modelos e instrumentos.** José Carlos Barbieri.- 2 ed. Atual e aplicada.- São Paulo: Saraiva, 2007.

BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária.** Lilyan Berlim- São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese.** Edivaldo M. Boaventura.- 1. Ed. -4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

CHEHEBE. J.R. (José Ribamar Brasil). **Análise do ciclo de vida de produtos: ferramenta gerencial da ISO14000/** J.R. Chehebe. – Rio de Janeiro: Quality Ed., CNI, 1977. 120p.

CONTANI, Miguel Luiz; YAMANARI, Thaís Tiemi. **Leitura de imagens e o vintage em editoriais de moda nas revistas Vogue e Rolling Stone.** 2013. Revista Discursos Fotográficos. Universidade Estadual de Londrina.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social/** Reinaldo Dias. – 2. ed.- São Paulo: Atlas, 2011.

FERREIRA, João Paulo Hidalgo. **Nova história integrada: ensino médio: volume único: manual do professor/** João Paulo Hidalgo Ferreira, Luis Estevam de Oliveira Fernandes. – Campinas, SP: Companhia da Escola, 2005.

FIGUEIREDO, Gisele campos. **Calça Jeans- Produtividade e possibilidades Sustentáveis**. Pós Graduada Universidade Estadual de Londrina. 2010

FLETCHER, Kate. **Moda e sustentabilidade: design para a mudança**/ Kate Fletcher & Lynda Grose; tradução Janaína Marcoantonio. – São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

GIL, Antonio Carlos, 1946. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Antonio Carlos Gil. – 4. Ed.-12. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2009.

LAGO, Lílian. **Projeto Piloto: aproveitamento de retrazos têxteis para o artesanato conceitual**. Universidade Estadual de Londrina. 2010.

MANZINI, Ezio. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**/ Ezio Manzini, Carlo Vezzoli; tradução de Astrid de Carvalho.- 1 ed.3. reimpr.- São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.

MILANO, Miguel S. **Responsabilidade social e empresarial: o meio ambiente faz parte do negócio**/ Miguel S. Milano, Maria de Lourdes Nunes, Carlos kastrup, Clarice L. Alda, Evandro Millet, João B. P. Carbogim. Curitiba: FBPN, 2002.

SERIACOPI, Gislaine Campos Azevedo. **História: volume único: livro do professor**/ Gislaine Campos Azevedo Sericopi, Reinaldo Sericopi. – 1. Ed. – São Paulo: Ática, 2005.

SILVA, Christian Luiz da. **Inovação e Sustentabilidade**/ Christian Luiz da Silva...[et al.] - Curitiba: Aymarã Educação, 2012- (Série UTFInova).

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa: estratégias de negócios focados na realidade brasileira**/ Takeshy Tachizawa. -4. ed. Revista e ampliada- 2. reimp. – São Paulo: Atlas, 2007.

THIOLLENT, Michel, 1947- **Metodologia da pesquisa-ação** / Michel Thiollent- 15. Ed. – São Paulo: Cortez, 2007. (Coleção temas básicos de pesquisa e ação).

VICENT- RICARD, Françoise. **As espirais da moda**/ Françoise Vicent- Ricar; ilustrações de Autore de La Morinerie; tradução Maria Inês Rolim. –Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.

<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia-geral,trabalho-infantil-afeta-/desenvolvimento-da-crianca-e-do-pais,162744,0.htm>. Acesso em 17 set. 2013.

<http://www.brasilecola.com/sociologia/prostituicao-infantil.htm>. Acesso em: 17 set. 2013.

<http://sersustentavelcomestilo.com.br/2013/05/09/marca-de-moda-incentiva-a-doacao-de-pecas-antigas-saiba-mais/>. Acesso em: 18 set. 2013.

<http://www.ongflorescer.com.br/index.php/recicla-jeans>. Acesso em 19 set. 2013.

<http://ecotece.org.br/blog/2013/08/sustentabilidade-por-baixo-das-roupas/>. Acesso em: 19 set. 2013.

<http://www3.ethos.org.br/cedoc/a-sustentabilidade-na-cadeia-da-moda/#.UIX6AJi5fIU>. Acesso em: 9 out. 2013.

<http://www.goethe.de/ins/br/lp/kul/dub/umw/pt7889171.htm>. Acesso em: 9 out. 2013

http://www.flaviaaranha.com/FLAVIA_ARANHA/Flavia_Aranha_Biografia.html. Acesso em: 12 out. 2013.

<http://www.luvahuva.co.uk/about>. Acesso em: 12 out. 2013.

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.181072291905896.45022.144196678926791&type=1>. Acesso em: 30 out. 2013.

<http://www.usefashion.com/Categorias/MegatendenciasCapa.aspx?IdSegmento=0&IdGenero=0>. Acesso em: 13 nov. B2013.

<https://www.facebook.com/photo.php?v=10153389229845237> . Acesso em: 13 nov. 13.

<http://vogue.globo.com/lifestyle/noticia/2013/04/guia-do-verao-2014-bureau-de-tendencias-aponta-os-hits-da-proxima-estacao.html> . Acesso em: 13 nov. 13.

<http://vejario.abril.com.br/especial/tendencias-verao-2014-759553.shtm> . Acesso em: 13 nov. 13.

https://www.google.com.br/search?q=atelier&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=fQCMUoCoHK2v4AOYxYGYAg&ved=0CDMQsAQ&biw=1301&bih=597#q=lookbook%20tumblr&revid=1327183096&tbm=isch&facrc=_&imgdii=_&imgrc=5O6BmUa9-GnaoM%3A%3BjC5rB3ZKqDs4WM%3Bhttp%253A%252F%252F1.bp.blogspot.com%252F-gPBnHZzEUfk%252FTtO4-i8pA5I%252FAAAAAAAAAADk8%252Fqn0khz8PUrc%252Fs400%252Ftumblr_l4uawsS96H1qzjggvo1_500_large.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fflarissacrisvaz.blogspot.com%252F2011%252F11%252Flookbook-4.html%3B398%3B400. Acesso em: 19 nov. 13.

<http://lookbook.nu/>. Acesso em: 19 nov.13.

<http://www.micheledaiana.com/>. Acesso em: 19 nov. 13.

<https://www.google.com.br/search?q=atelier&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=92SNUtzMJafI4AOrvoH4Aw&ved=0CDMQsAQ&biw=1301&bih=597>. Acesso em: 20 nov. 2013

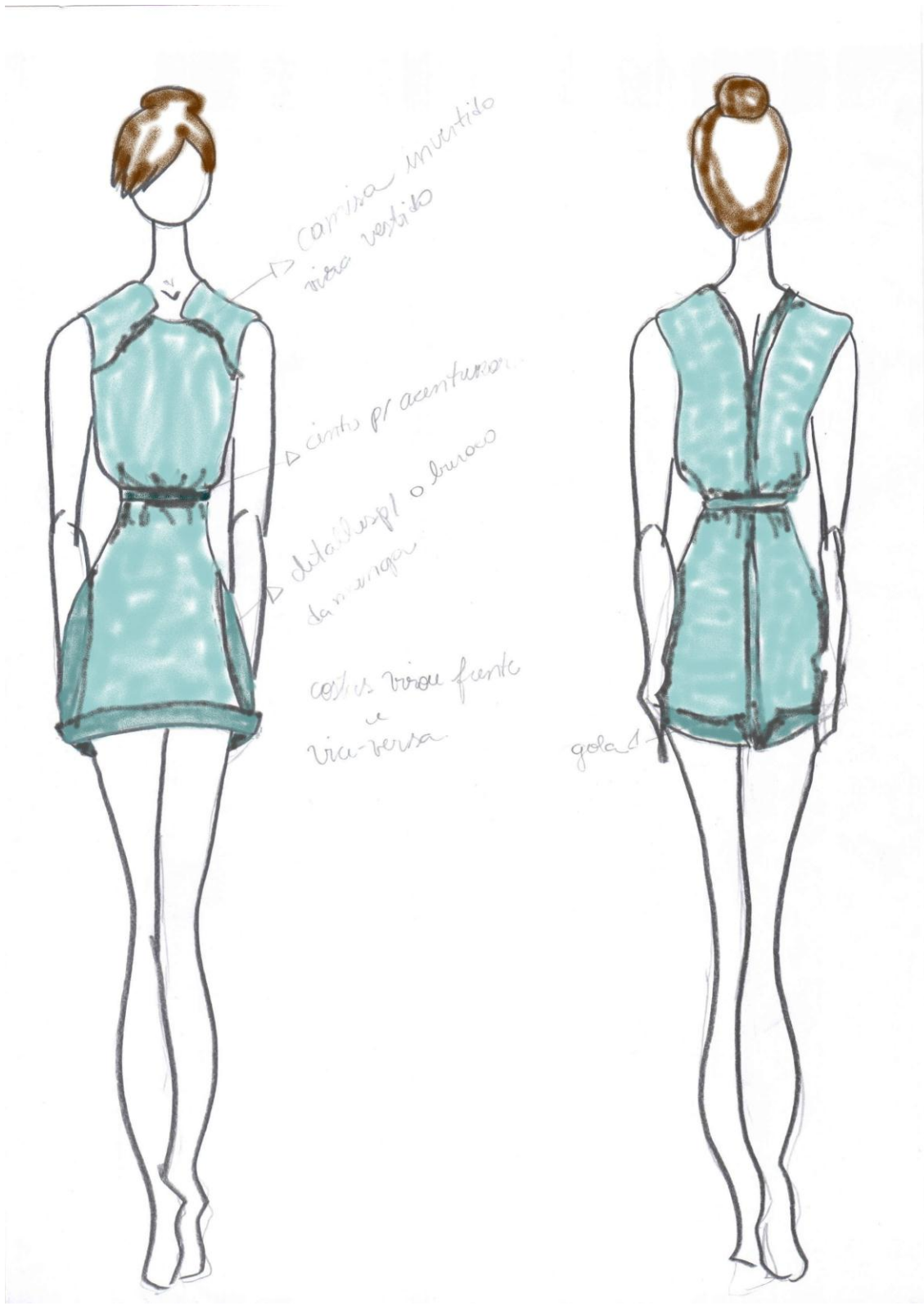
<https://www.google.com.br/search?q=atelier&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=92SNUtzMJafI4AOrvoH4Aw&ved=0CDMQsAQ&biw=1301&bih=597#q=fachada+de+atelier&spell=1&tbm=isch>. Acesso em: 20 nov. 2013.

<http://www.fashionlih.com/2013/06/moda-sustentavel.html>. Acesso em: 21 nov. 2013.

<http://www.mrflymoda.com.br/blog/design-2/moda-sustentavel/>. Acesso em 21 nov. 2013.

<http://day314.wix.com/useereuse#!slideshow/c1u0f>. Acesso em 04 fev. 2014.

APÊNDICE A- GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS





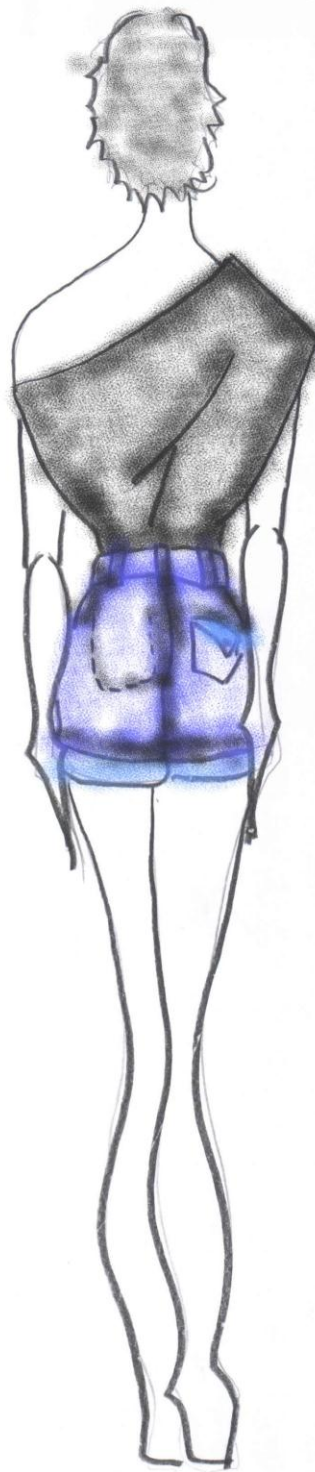
*applied
to show*

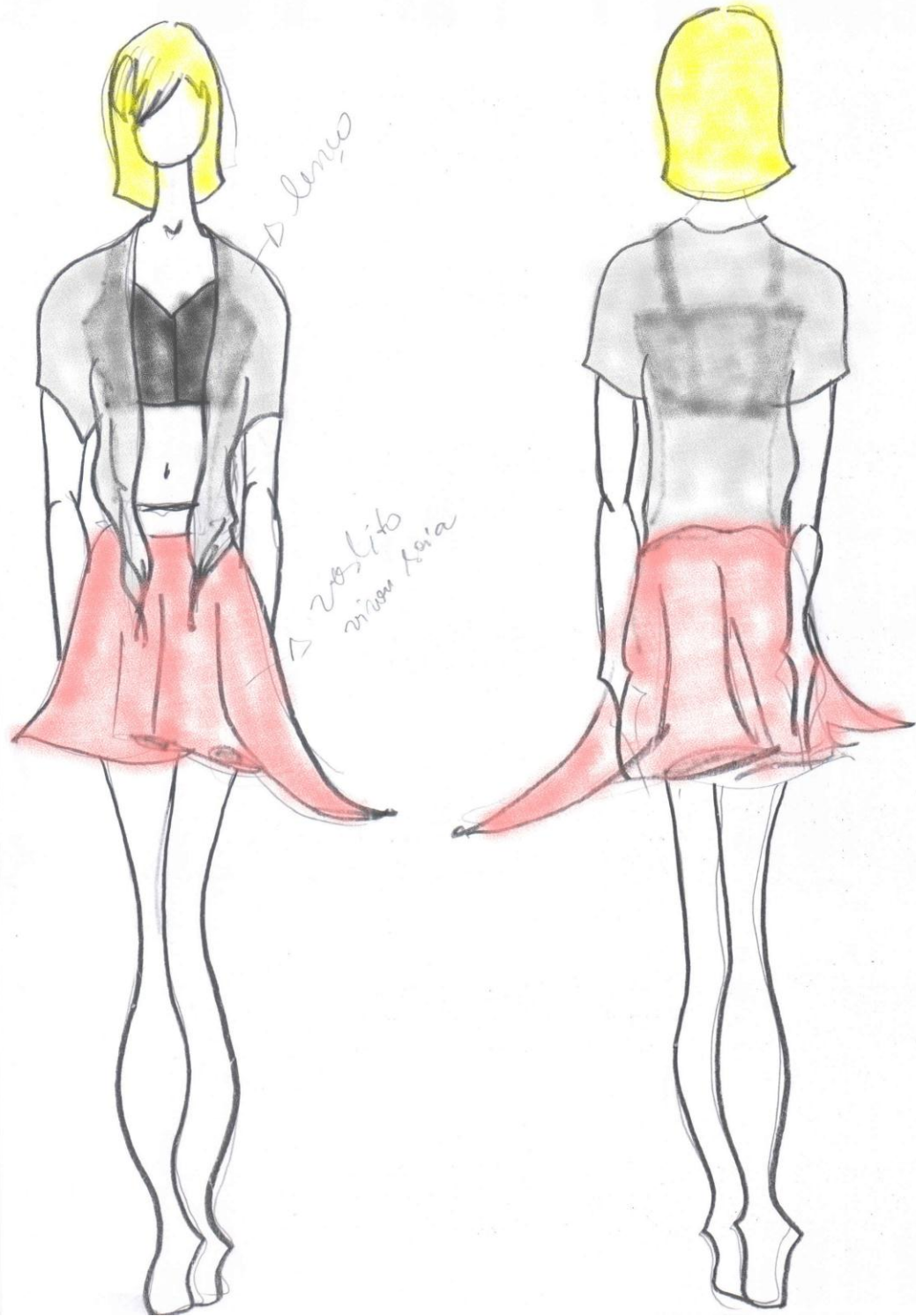


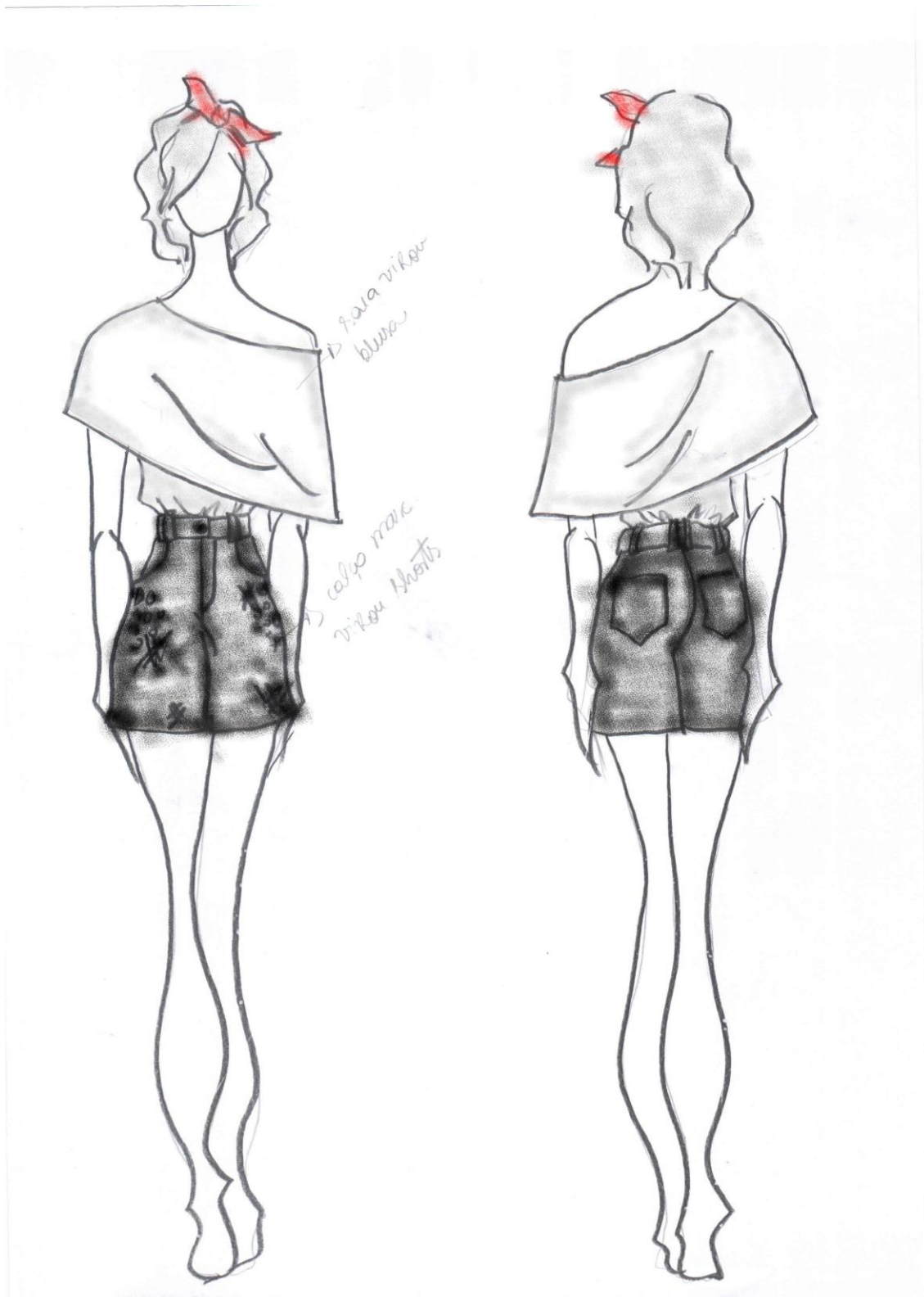


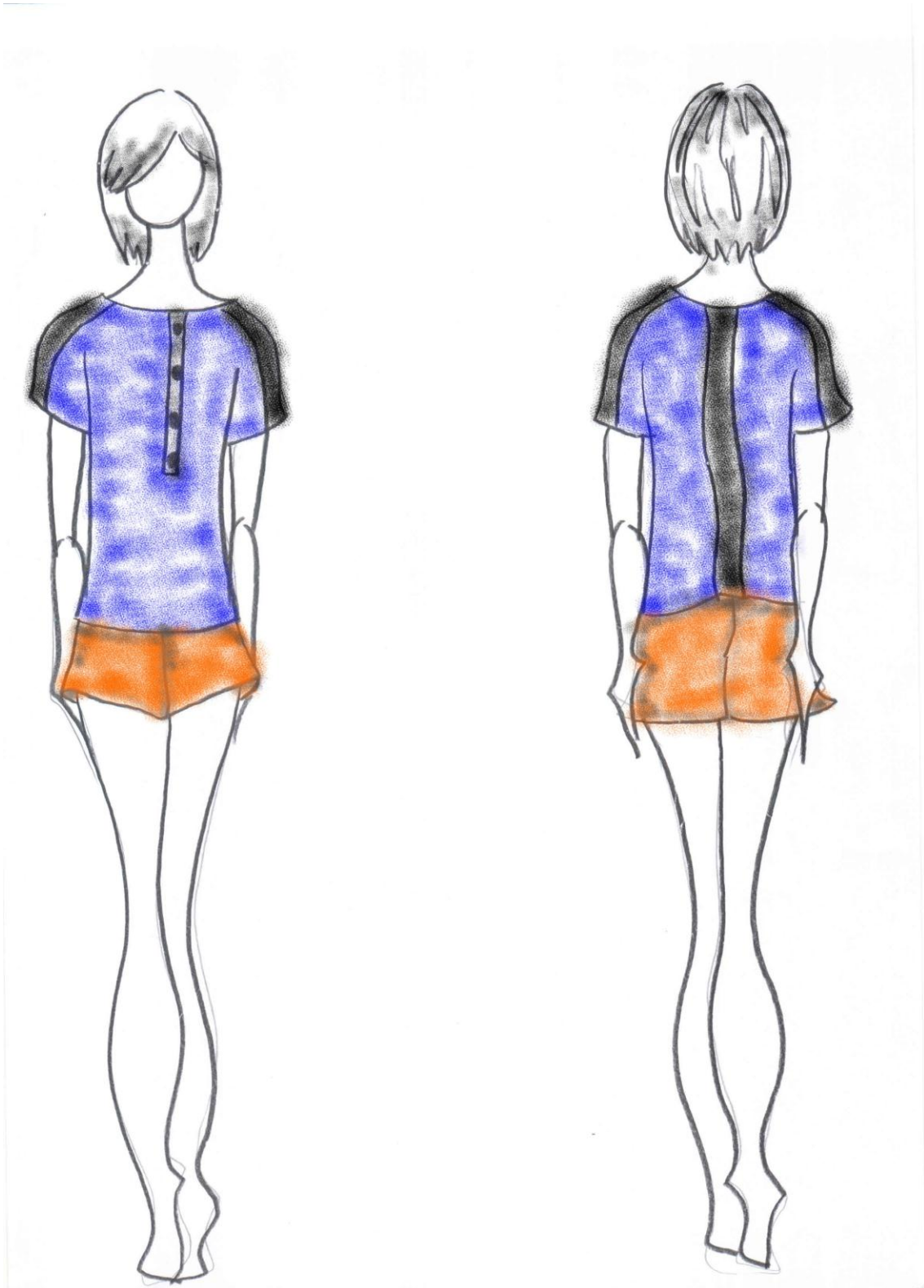
→ Camiolas
max

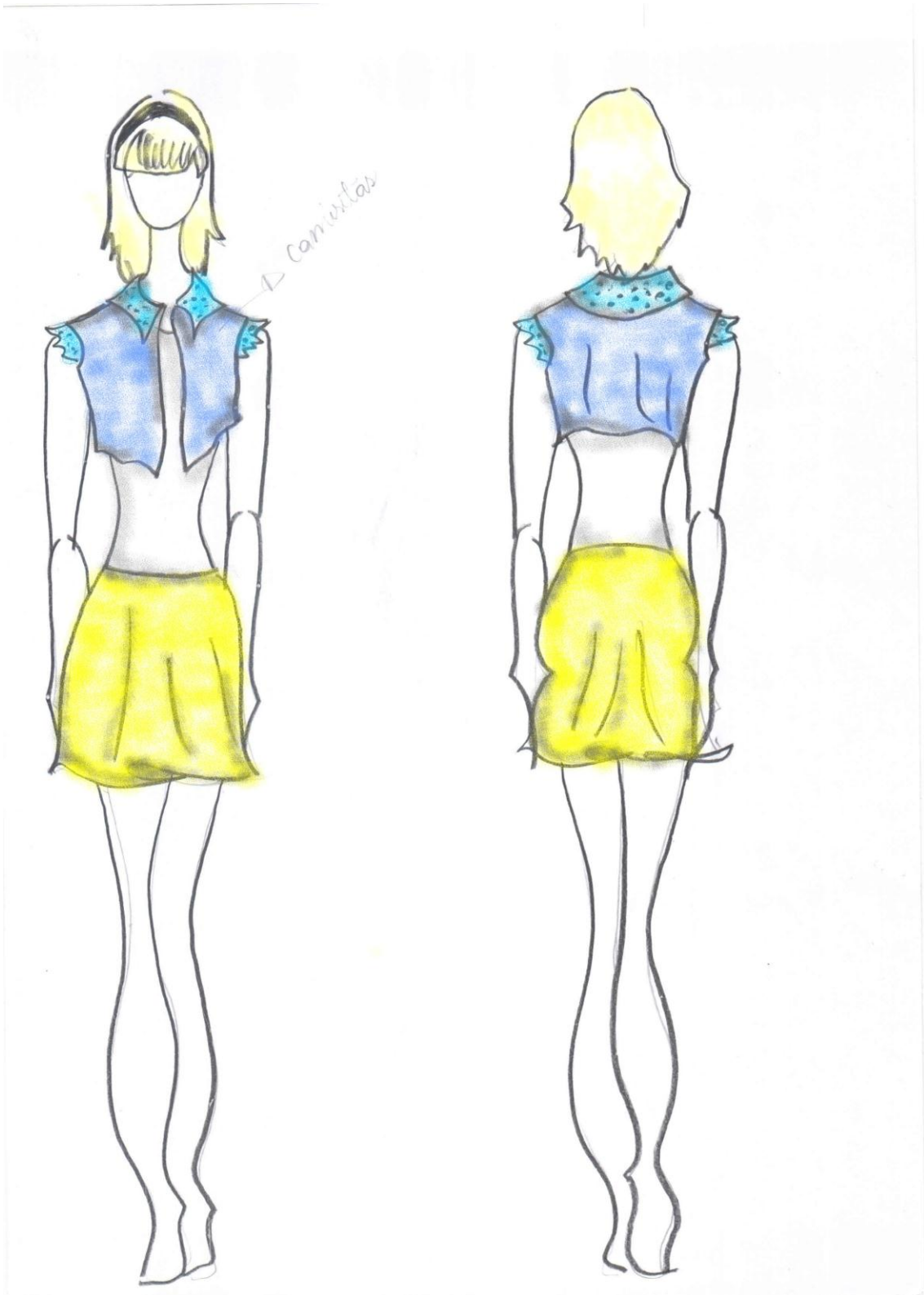
aplicados

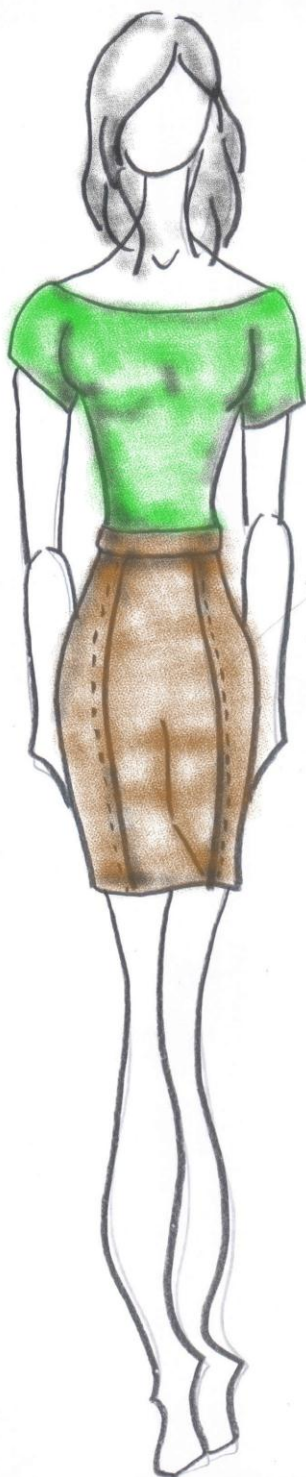




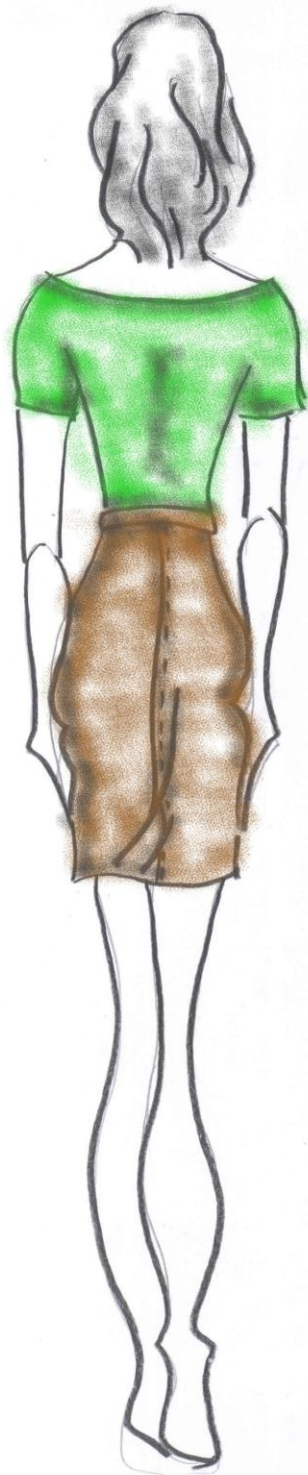


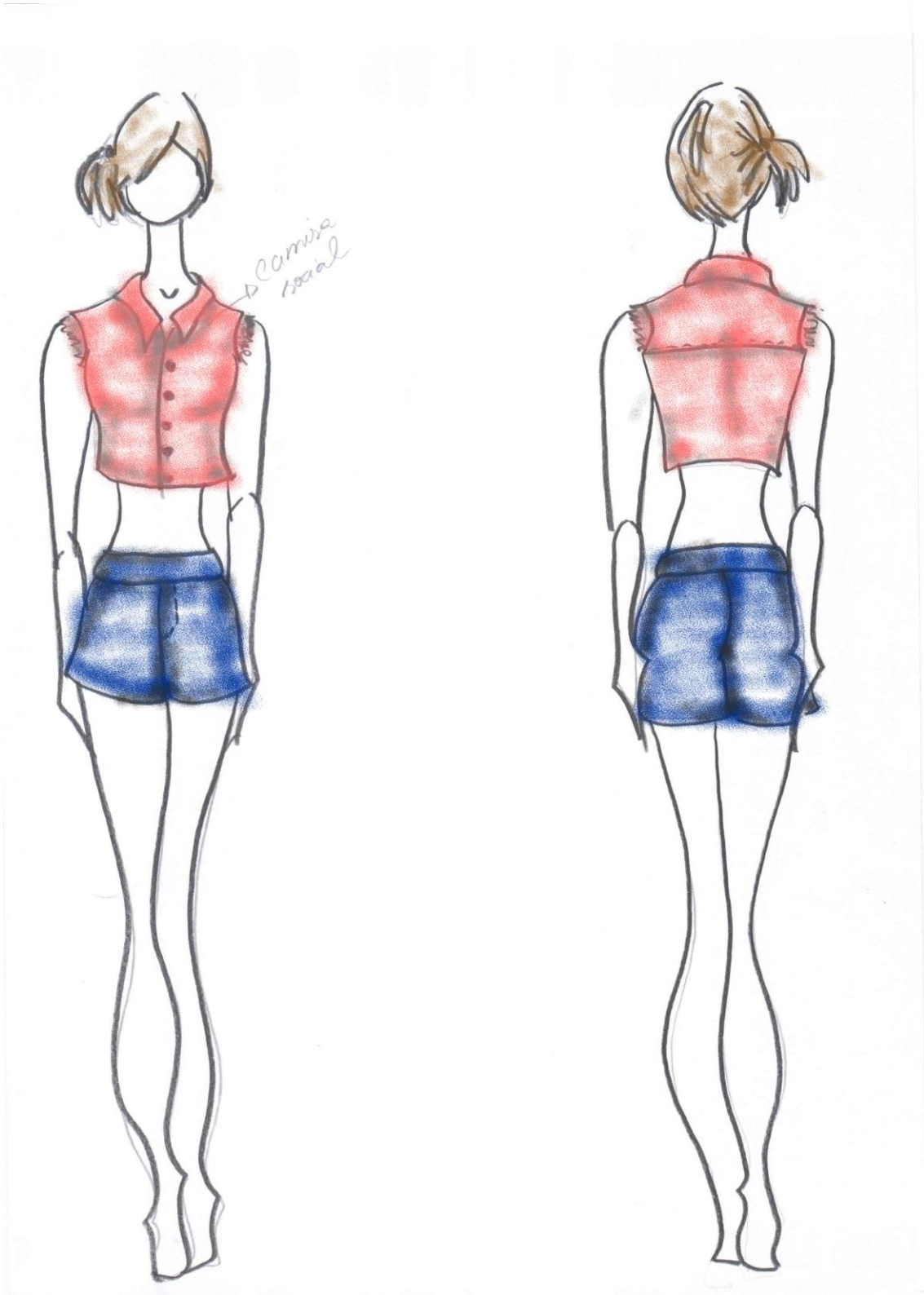




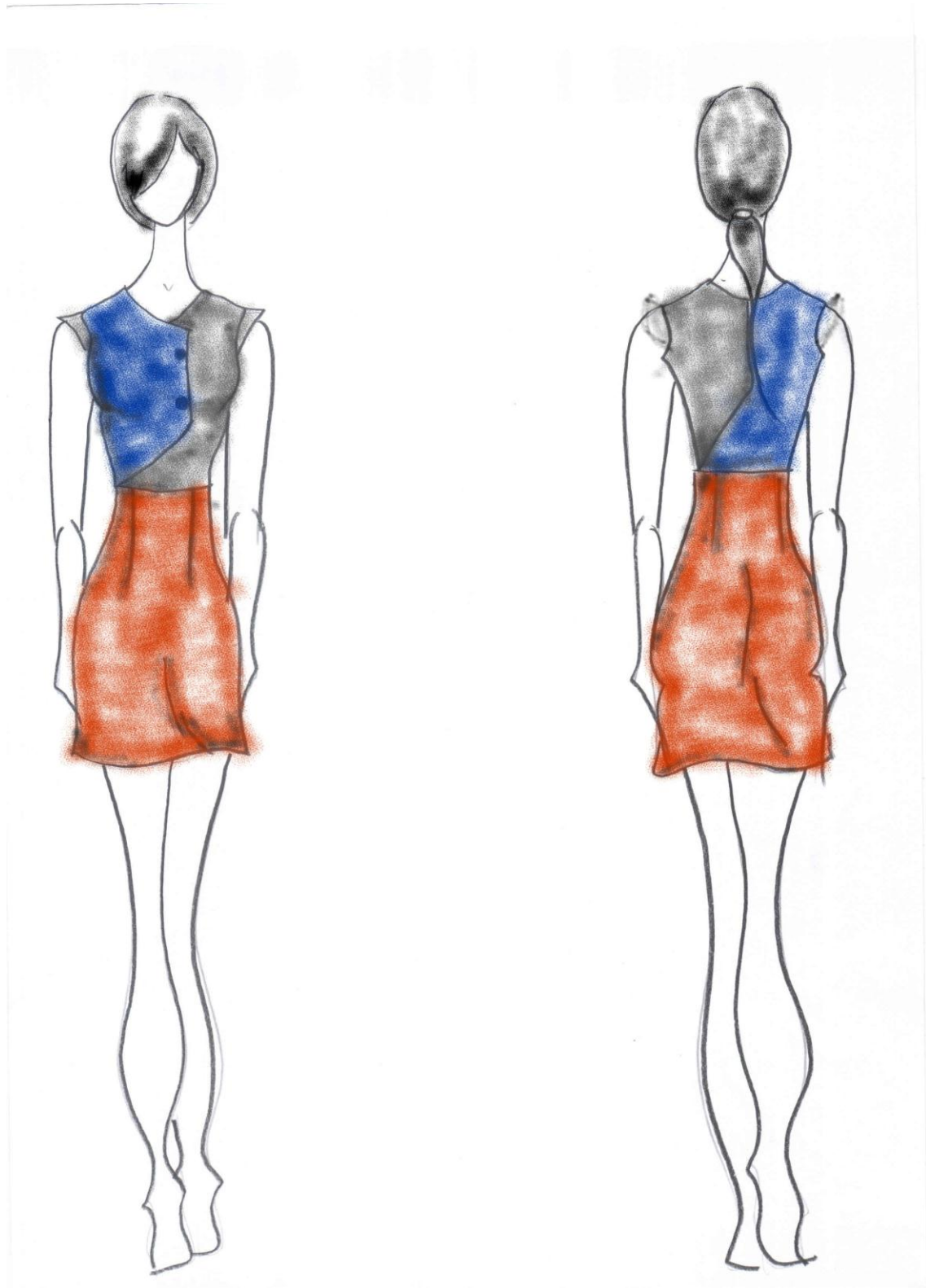


*Pravito
volerigando
Audiogm.*

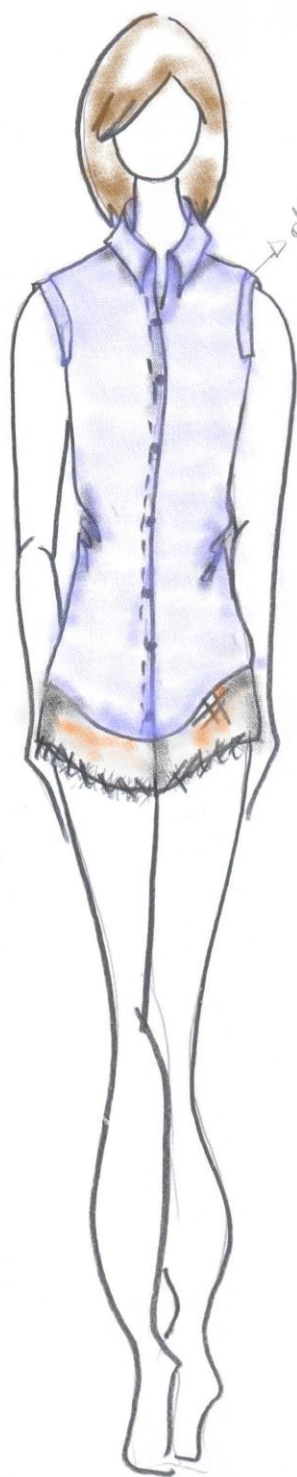












→ detalhe feito
com próprio punho.

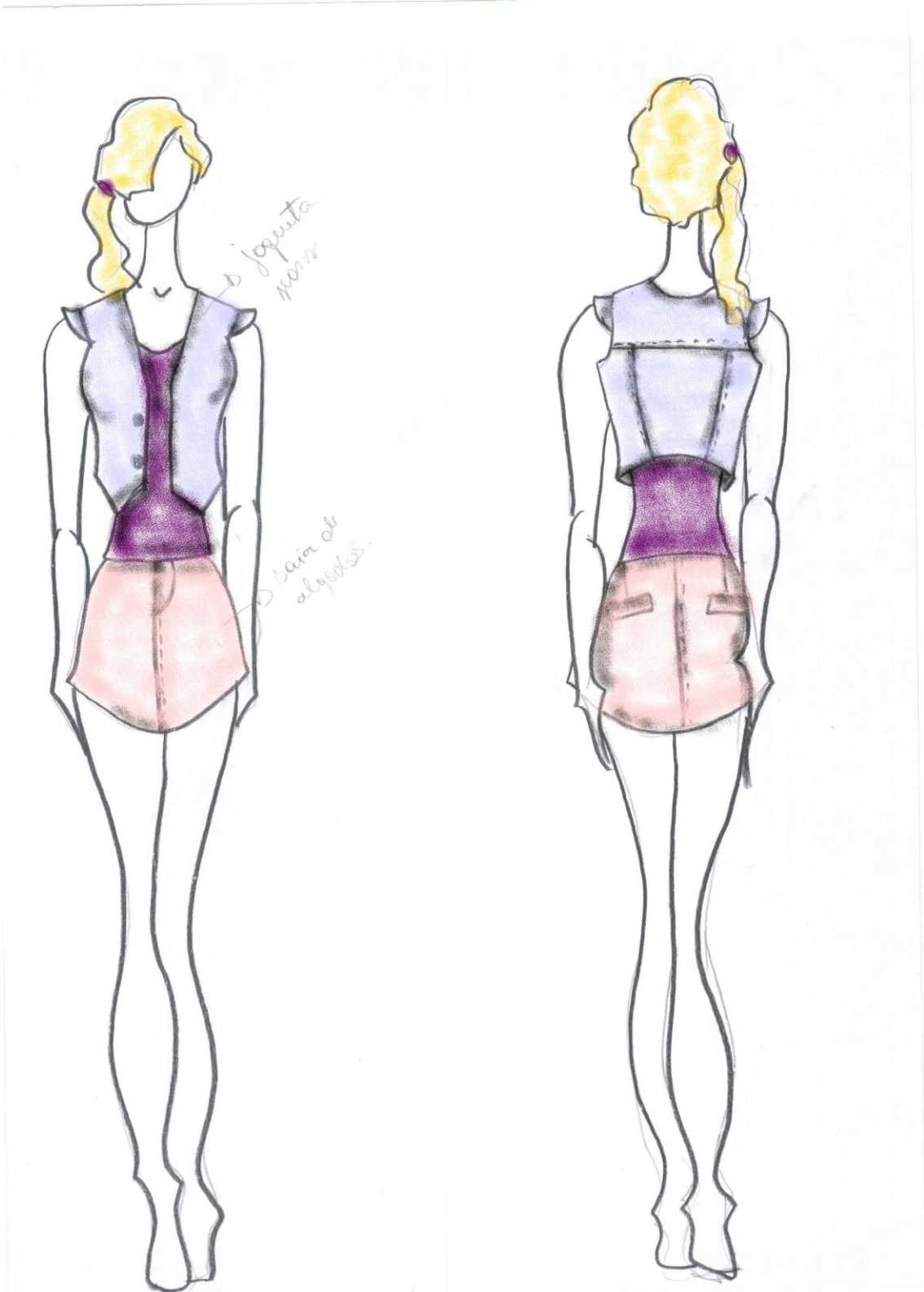


→ Camisa longa
→ decote nos costos
com flaredown
sobre o busto
rasado.

→ capô contida
arruda 1/2 ruada
e desfiada.



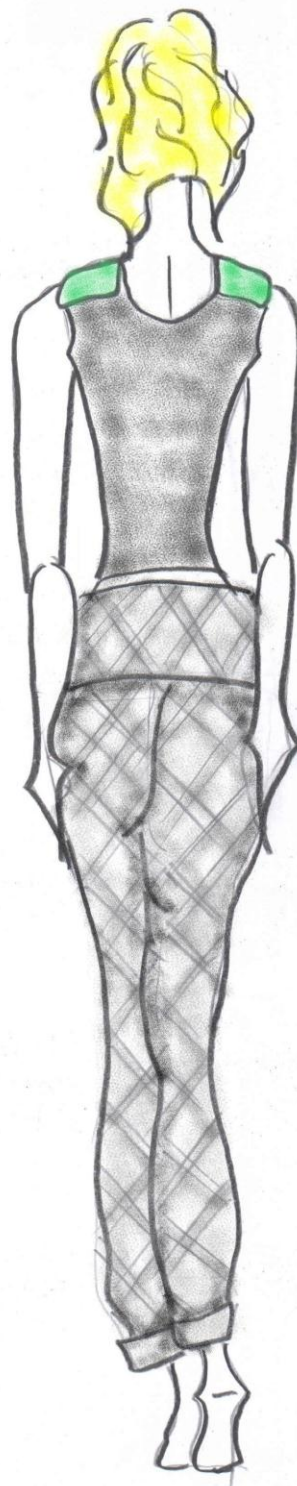
D/ saia fita
C/ calças jeans





→ Ripata / details -

→ Cambia cordeiro / more color

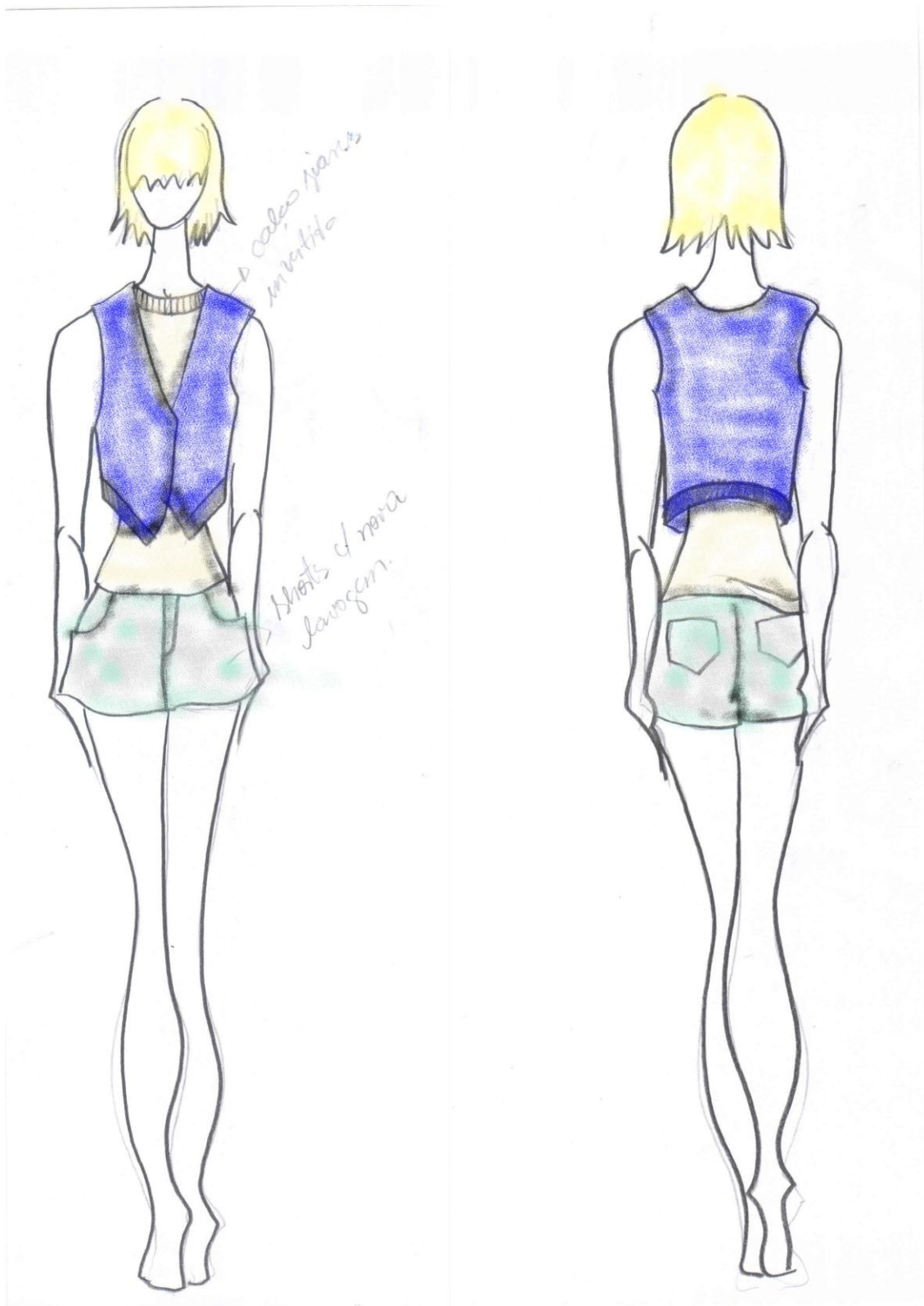






vestido /
pl. mista adoro /
pl. vira / 40/40 /
9 notes



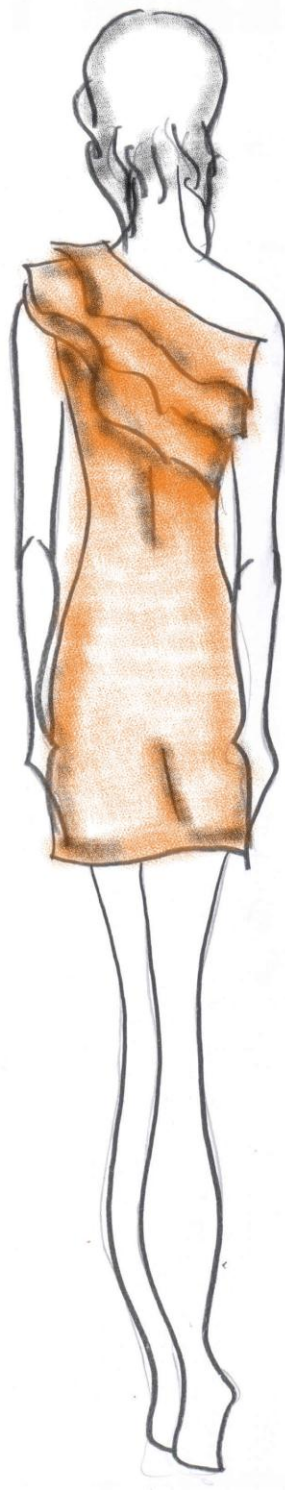


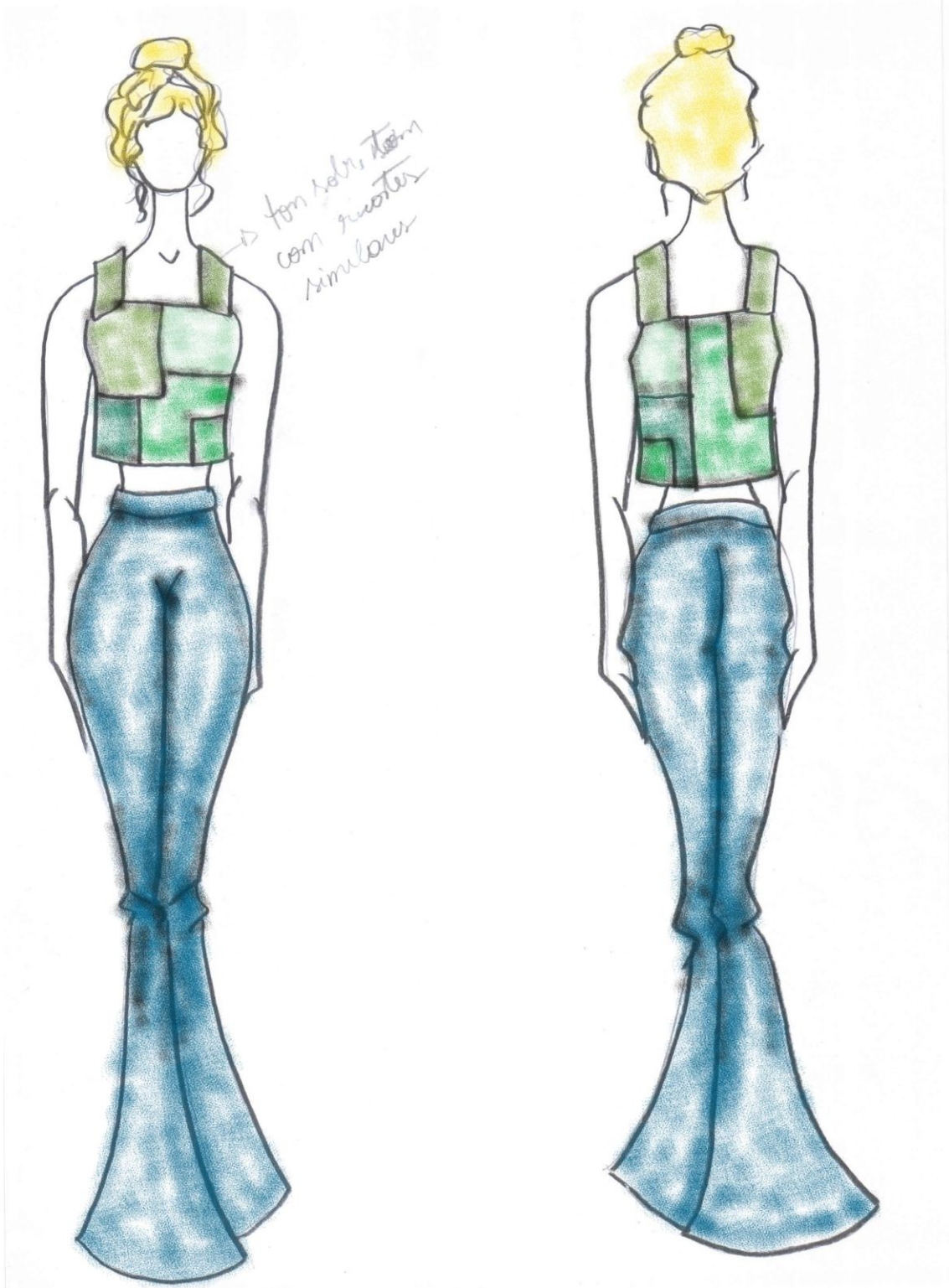
Cales jeans
invertida

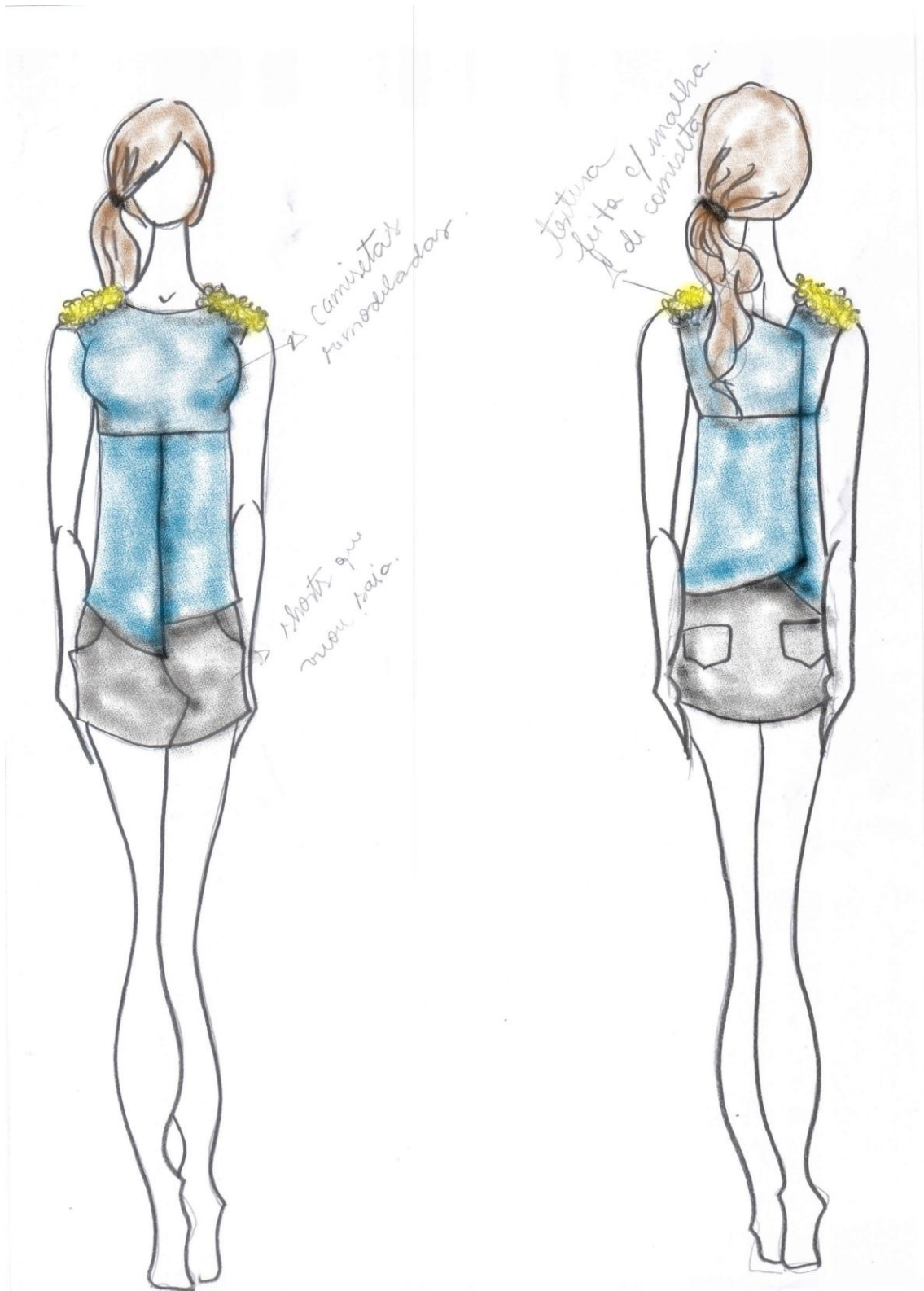
Shorts de nova
lavagem.



Steados
em V. 2

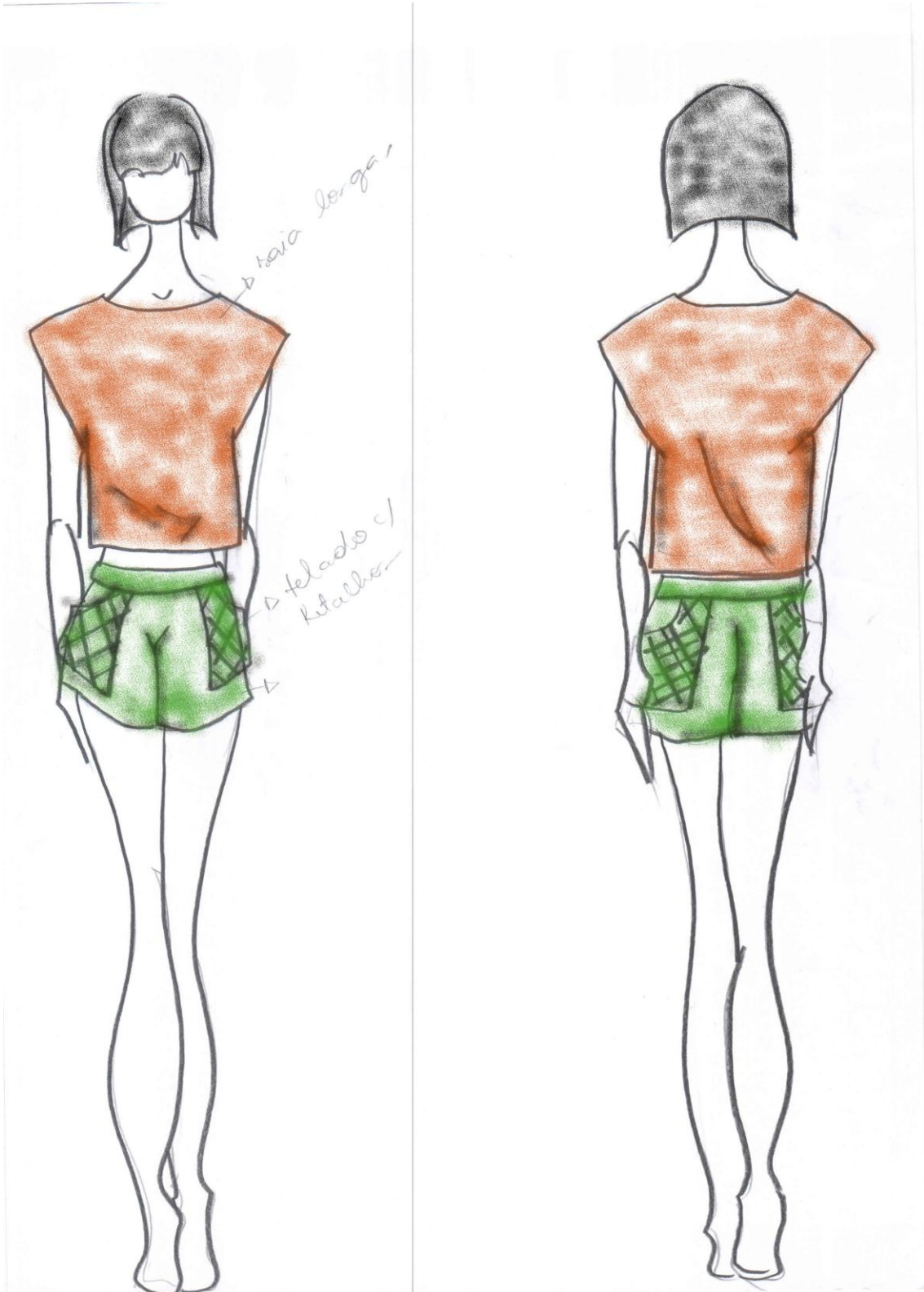












APÊNDICE B- CATÁLOGO



Histórico da marca

A marca Use & reUse é um ateliê de pequeno porte que tem por diferencial atender cada cliente à sua maneira e proporcionar exclusividade a cada peça desenvolvida. Seu público alvo são pessoas interessadas em moda, sustentabilidade, transformação e renovação.

A atração da marca está em oferecer produtos usados totalmente renovados e transformados em outro modelo. Seus clientes buscam por alternativas capazes de evitar o alto consumo vigente em nossa sociedade.

O objetivo da marca é possibilitar um novo produto a partir de outro já usado. Deixando permanecer os ideais e as lembranças vividas enquanto se usou a roupa. Além de incentivar doações de roupas para o desenvolvimento dos trabalhos evitando o acúmulo no guarda roupa.

Conceito da coleção Verão 2014/15

Esta coleção buscou uma ligação entre o urbano e a natureza. A importância do homem e os cuidados com o local em que habita são temas presentes na coleção, expressos por meio de cores vivas e alegres, inspiradas na água, no mar e nos corais, com a presença monocromática do preto, cinza e branco, encontrados em construções dos grandes centros: as formas orgânicas do meio ambiente misturadas à geometria dos prédios e da urbanização. Um conceito baseado em transformação, reuso e renovação.



"QUANDO TIVE O CONVITE FIQUEI SUPER FELIZ
ADOREI A IDÉIA DE REINVENTAR MEU GUARDA-ROUPA"

STEFANI, 23, PROFESSORA.

"A ROUPA ERA DE UMA
AMIGA. ELA NÃO QUERIA MAIS
ENTÃO ACHEI LEGAL MUDAR
A PEÇA PRA NÃO FICAR IGUAL
AO DELA"

R.E.: 277, PROFESSORA DE ACADEMIA



"LINDA !LINDA! ADOREI A SAIA
NEM DEU PRA ACREDITAR NO RESULTADO
FINAL (...) ADOREI TAMBÉM A SEÇÃO DE
FOTOS!"

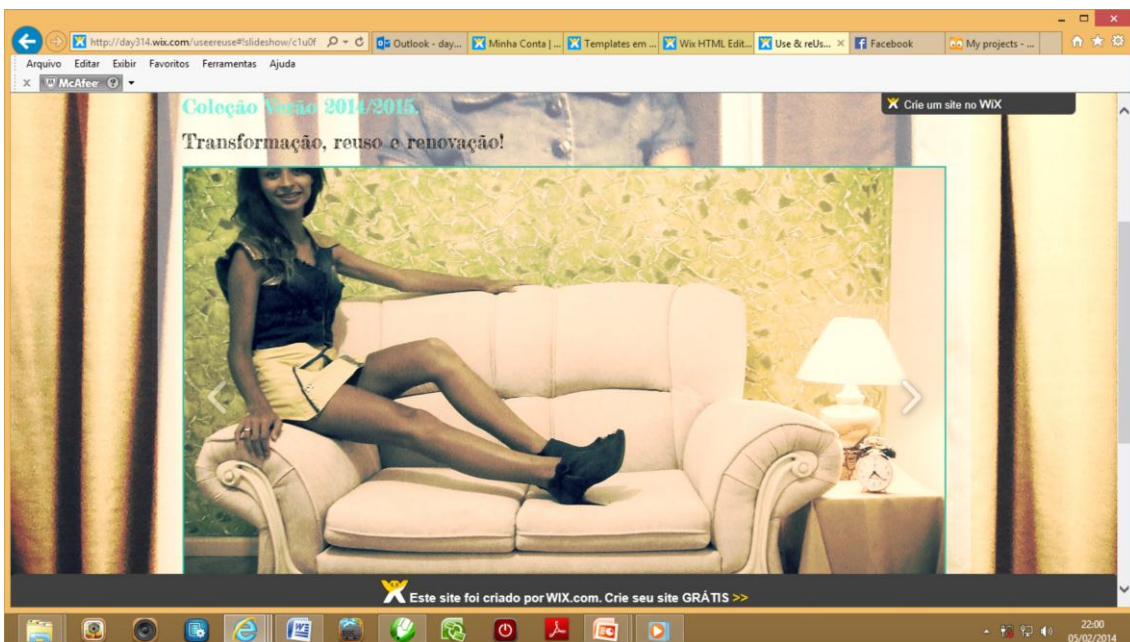
R.E.: 277, DONA DE CASA.





APÊNDICE C- DOSSIÊ ELETRÔNICO





Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

http://day314.wix.com/useereuse#AvianPhoto_1303

Outlook - day... Minha Conta | ... Templates em ... Wix HTML Edit... Use & reUs... Facebook My projects - ...

McAfee

Stéfani, 23, professora.

21:30
05/02/2014

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

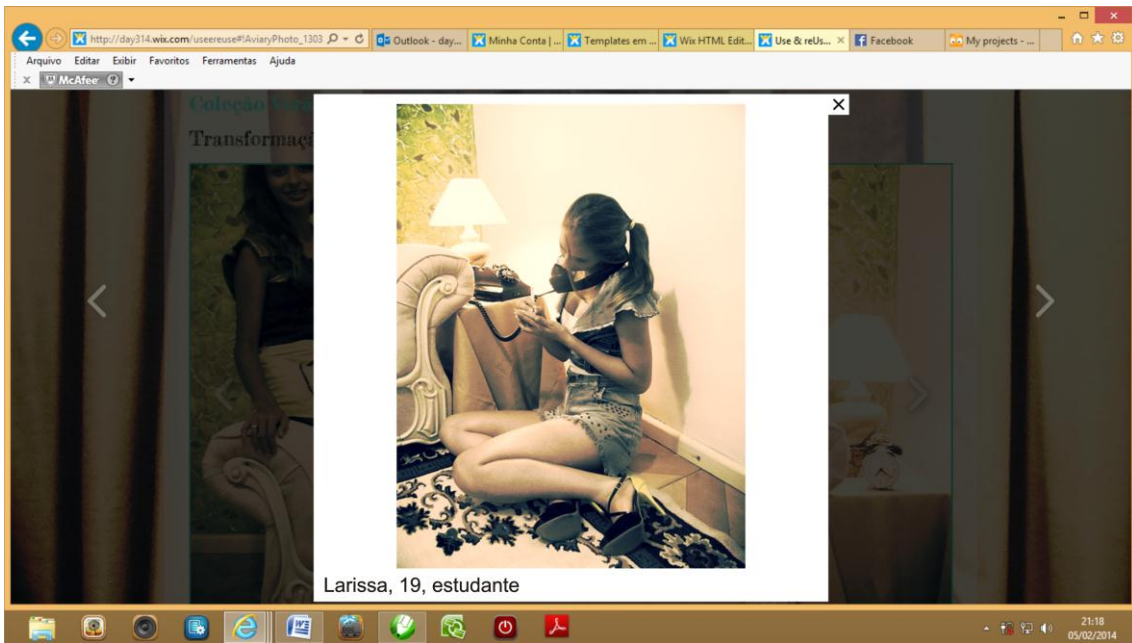
http://day314.wix.com/useereuse#AvianPhoto_1303

Outlook - day... Minha Conta | ... Templates em ... Wix HTML Edit... Use & reUs... Facebook My projects - ...

McAfee

Rê,27, Professora de academia

21:27
05/02/2014



The screenshot displays a web browser window with multiple tabs. The active tab shows a photo gallery page. The main image is a photograph of a woman with long blonde hair, wearing a white sleeveless dress and a necklace, sitting on a white quilted ottoman. She is holding a light-colored folding fan. The background is a textured, light-colored wall. Below the image is a caption: "Sol, 35, mãe e dona de casa". The browser's address bar shows the URL "http://day314.wix.com/...". The Windows taskbar at the bottom shows various application icons and the system tray with the date "05/02/2014" and time "21:28".

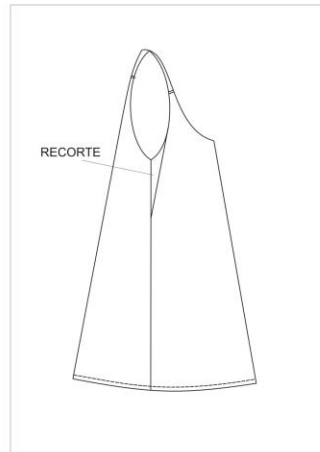
APÊNDICE D- FICHA TÉCNICA

Marca: Use & Reuse Data: 31/01 Coleção: Transforme- se
 Tamanho: M Modelo: Blusa de cetim com bordado
 Estilista: Dayanna N° de peças: 01 Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

bordado manual frontal

TECIDO

DESCRIÇÃO: UMA SAIA FOI UTILIZADA PARA FAZER ESTA BLUSA COM RECORTES E BORDADO MANUAL.	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
	100% POLIÉSTER			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		13,85 M	ROSÊ	ARMARINHOS
FIO OVERLOQUE	2 UNID.		15,15 M	BRANCO	ARMARINHOS
PEDRARIAS	44 UNID.		44 UNID	DOURADO	ARMARINHOS

GRÁDE DO MODELO

PP	P	M	G	GG	EXG				
----	---	---	---	----	-----	--	--	--	--

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

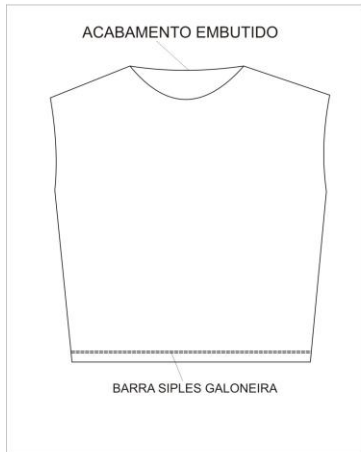
--

OBSERVAÇÕES

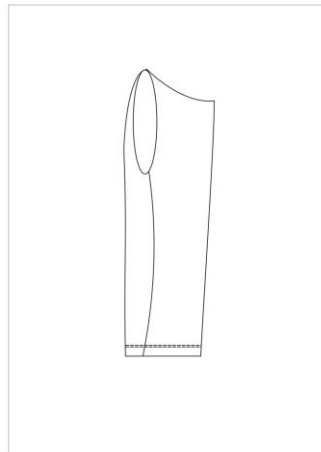
--

Marca: Use & Reuse	Data: 31/01	Coleção: Transforme- se
Tamanho: 36		Modelo: Blusa estampada
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

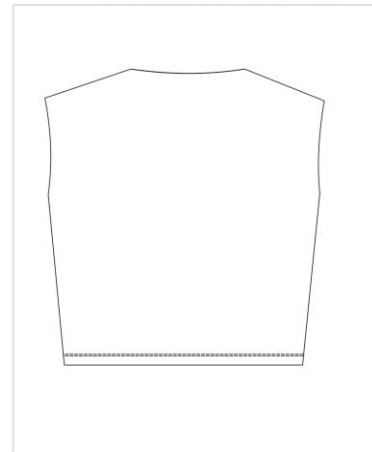
Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

Uma jardineira foi utilizada para fazer o colete com costura simples para desfiar após lavar, bordado manual na ombreira.	

TECIDO

DESCRIÇÃO: saia de malha estampada utilizada pra fazer blusa embutida.	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
	APROX. 100% poliéster	AZUL, BRANCO E VERDE	CLIENTE
* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO			
POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	2 UNID.		1,50M	BRANCO	ARMARINHOS
FIO	2 UNID.		15,20.	BRANCO	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO

34	36	38	40	42	44	46	48	50
----	----	----	----	----	----	----	----	----

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

--

Marca: Use & Reuse	Data: 28/ 11	Coleção: Transforme- se
Tamanho: P		Modelo: Regata com detalhe
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

REGATA FORNECIDA PELO CLIENTE APENAS ACRESCENTADO UM DETALHE NAS COSTAS E HIGIENIZADA PARA RETIRAR "AMARELADO".

TECIDO

DESCRIÇÃO: REGATA COM NOVO DETALHE NAS COSTAS COM PÉROLAS.	RENDIMENTO	CORES BRANCO	FORNECEDOR CLIENTE
	COMPOSIÇÃO APROX. MALHA CANELADA DE ALGODÃO		
* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120	1 UNID.		0,50 M	BRANCO	ARMARINHOS
BOTÕES	4 UNID.		4 UNID.	CREME/ NUDE	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO						
PP	P	M	G	GG	XGG	

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

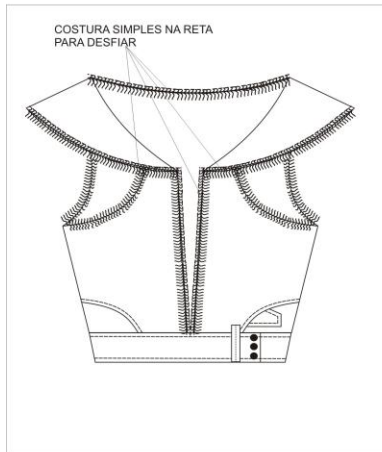
--

OBSERVAÇÕES

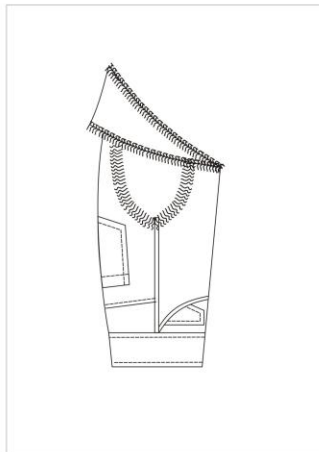
--

Marca: Use & Reuse Data: 31/01 Coleção: Transforme- se
 Tamanho: 38 Modelo: Colete desfiado com babado
 Estilista: Dayanna Nº de peças: 01 Modelista: Dayanna

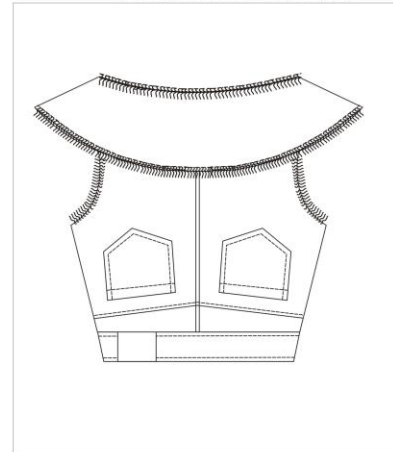
Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

TECIDO

DESCRIÇÃO: caça jeans feminina transformada em um colete desfiado com babado.

* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO
POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES

RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
		AZUL	DOAÇÃO

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		14,20 M	AZUL	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO									
34	36	38	40	42	44	46	48	50	

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

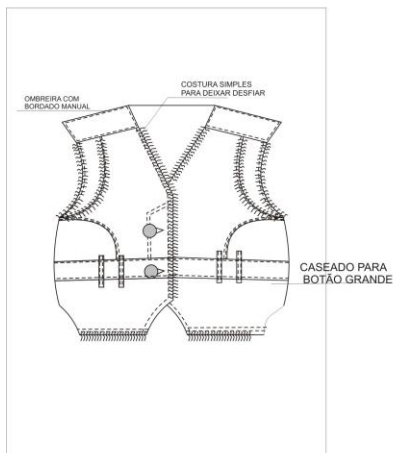
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO	OBSERVAÇÕES
TIPO	

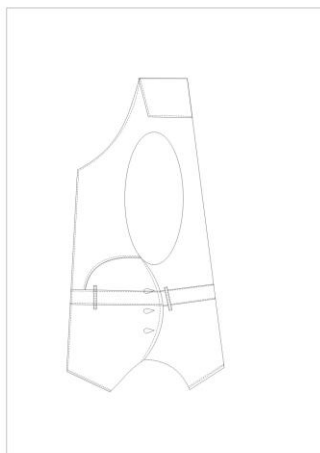
AMOSTRAS	OBSERVAÇÕES

Marca: Use & Reuse	Data: 28/ 11	Coleção: Transforme- se
Tamanho: 36		Modelo: Colete jeans
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

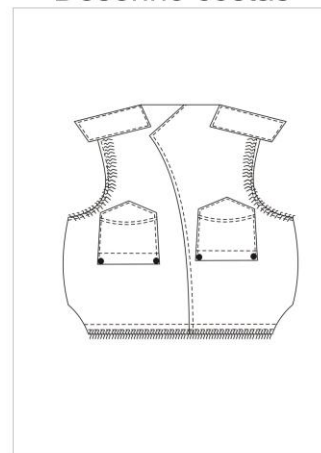
Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

Uma jardineira foi utilizada para fazer o colete com costura simples para desfiar após lavar, bordado manual na ombreira.

TECIDO

DESCRIÇÃO: JARDINEIRA JEANS UTILIZADA PARA FAZER COLETE	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO APROX. 100%ALGODÃO		
* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		14, 35 M	PRETO	ARMARINHOS
BOTÃO	2 UNID.		2 UNID.	PRETO	ARMARINHOS
ENTRETELA INTERNA	35 CM.		35 CM	BRANCO	ARMARINHOS
PÉROLAS	50gm.		50 gm	DOURADO	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO

34	36	38	40	42	44	46	48	50
----	----	----	----	----	----	----	----	----

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

--

Marca: Use & Reuse Data: 31/01 Coleção: Transforme- se
 Tamanho: P Modelo: Regata basica
 Estilista: Dayanna N° de peças: 01 Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

REGATA FOI APENAS HIGIENIZADA.

TECIDO

DESCRIÇÃO: REGATA BÁSICA SEM DETALHES	RENDIMENTO	CORES BRANCO	FORNECEDOR DOAÇÃO
	COMPOSIÇÃO		
	90% POLIAMIDA 10% ELASTANO		

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR

GRADE DO MODELO									
PP	P	M	G	GG	XGG				

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

--

Marca: Use & Reuse Data: 31/01 Coleção: Transforme-se
 Tamanho: 36 Modelo: Saia com bigode prensado
 Estilista: Dayanna Nº de peças: 01 Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

bigodes prensado na frente e pigmento branco

TECIDO

DESCRİÇÃO: shorts masculino foi utilizado para fazer esta saia

RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
100% algodão		AZUL	CLIENTE

AVIAMENTOS

DESCRİÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		9,50 M	AZUL	ARMARINHOS
FIO OVERLOQUE	2 UNID.		13,50 M	AZUL	ARMARINHOS
BOTÃO DO CÓS	1 UNID.		1 UNID	AZUL MARINHO	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO

34 36 38 40 42 44 46 48 50

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO
DIFERENCIADO

OBSERVAÇÕES

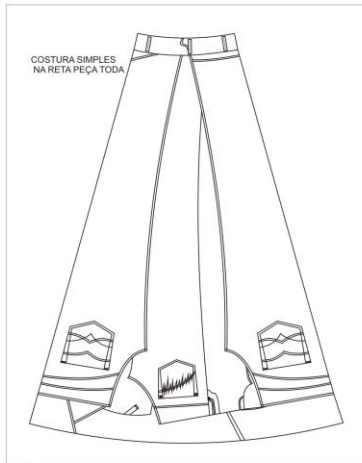
PIGMENTO BRANCO LEVE
BIGODE PRENSADO FRONTAL

AMOSTRAS

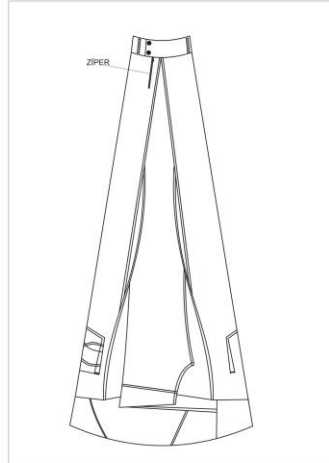
OBSERVAÇÕES

Marca: Use & Reuse	Data: 31/01	Coleção: Transforme-se
Tamanho: 40		Modelo: Saia longa jeans
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

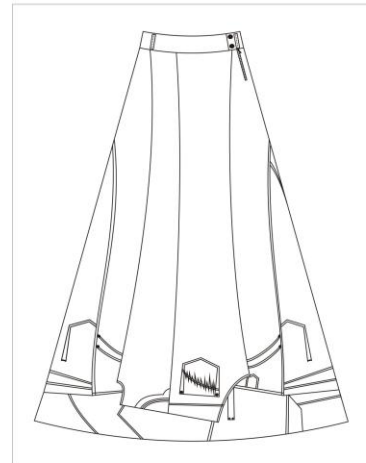
Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

saia longa com abertura nas laterais.

TECIDO

DESCRIÇÃO: TRÊS CALÇAS JEANS FORAM UTILIZADAS PARA FAZER ESTA SAIA.	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
	APROX. ALGODÃO COM ELASTANO CAMISETE	AZUL CLARO	DOAÇÃO
* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO			
POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		21,35M	AZUL	ARMARINHOS
ZÍPER	1 UNID.		1 UNID.	AZUL	ARMARINHOS

GRÁDE DO MODELO									
34	36	38	40	42	44	46	48	50	

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES
LAVAGEM	LAVAGEM CASEIRA: DESBOTAMENTO

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

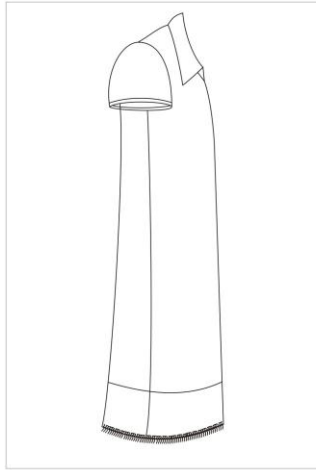
--

Marca: Use & Reuse Data: 31/01 Coleção: Transforme- se
 Tamanho: 38 Modelo: Vestido com decote nas costas
 Estilista: Dayanna Nº de peças: 01 Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

TECIDO

DESCRIÇÃO: CAMISÃO TRANSFORMADO EM UM VESTIDO COM DECOTE NAS COSTAS.
 * NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO
 POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES

RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
	APROX. ALGODÃO COM POLIÉSTER BLUSA	ESTAMPADO	CLIENTE

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO
 LINHA 120 RETA
 FIO OVERLOQUE

RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
1 UNID.		15, 80 M	VERDE	ARMARINHOS
2 UNID.		20,00 M	VERDE	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO									
34	36	38	40	42	44	46	48	50	

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS	OBSERVAÇÕES

Marca: Use & Reuse	Data: 31/01	Coleção: Transforme-se
Tamanho: 36		Modelo: Shorts com rebites
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

calça masculina utilizada para fazer um shorts feminino	

TECIDO

DESCRIÇÃO: CALÇA MASCULINA UTILIZADA PARA FAZER UM SHORTS FEMININO.	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
	100% ALGODÃO			

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		8,30 M	CINZA	ARMARINHOS
FIO OVERLOQUE	1 UNID.		11,15 M	CINZA	ARMARINHOS
REBITES	100 UNID.		70 UNID	OURO VELHO	ARMARINHOS
BOTÃO	1 UNID		1 UNID	OURO VELHO	ARMARINHOS

GRÁDE DO MODELO

34	36	38	40	42	44	46	48	50
----	----	----	----	----	----	----	----	----

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES
LAVAGEM	TINGIMENTO VERMELHO FORNECIDO POR EMPRESA QUE INCENTIVOU O TRABALHO.

AMOSTRAS

	OBSERVAÇÕES

Marca: Use & Reuse	Data: 31/01	Coleção: Transforme- se
Tamanho: 38		Modelo: Shorts jeans desfiado
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

APLICAÇÃO DE REBITES NA FRENTE .	

TECIDO

DESCRİÇÃO: CALÇA JEANS MASCULINA UTILIZADA PARA FAZER O SHORTS.	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
	100% ALGODÃO	AZUL	DOAÇÃO

AVIAMENTOS

DESCRİÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	2 UNID.		10, 35 M	CINZA	ARMARINHOS
FIO OVERLOCKE	2 UNID.		8,65 M	CINZA	ARMARINHOS
REBITES	70 UNID.		70 UNID	OURO VELHO	ARMARINHOS
BOTÃO DO CÓS	1 UNID.		1 UNID	PRATA VELHO	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO

34	36	38	40	42	44	46	48	50
----	----	----	----	----	----	----	----	----

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

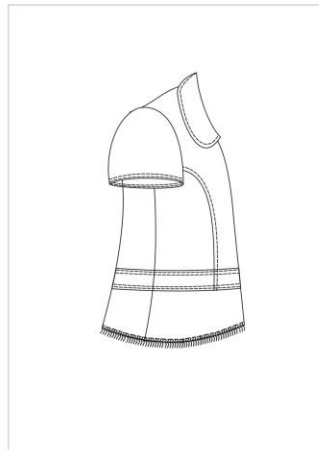
--

Marca: Use & Reuse	Data: 31/01	Coleção: Transforme-se
Tamanho: 36		Modelo: Top jeans desfiado
Estilista: Dayanna	Nº de peças: 01	Modelista: Dayanna

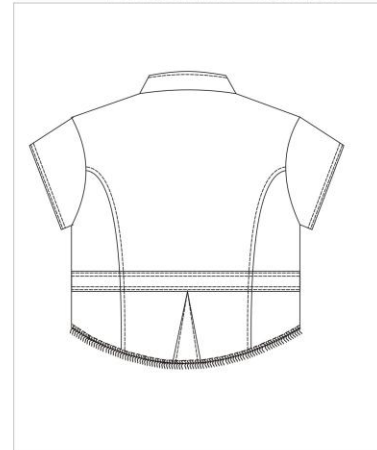
Desenho frente



Desenho lateral



Desenho costas



observações:

TOP COM DESFIADO NA BARRA.	

TECIDO

DESCRİÇÃO: TOP JEANS FEITO A PARTIR DE UMA BATA JEANS.	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
	APROX. ALGODÃO COM ELASTANO	AZUL JEANS	CLINTE
* NÃO SE SABE EXATAMENTE A COMPOSIÇÃO DO TECIDO			
POIS AS PEÇAS FORAM FEITAS A PARTIR DE ROUPAS DO CLIENTE OU DOAÇÕES			

AVIAMENTOS

DESCRİÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA 120 RETA	1 UNID.		9,50 M	AZUL	ARMARINHOS
BOTÃO PARA VISTA FRONTAL	3 UNID		3 UNID	PRATA VELHO	ARMARINHOS

GRADE DO MODELO									
34	36	38	40	42	44	46	48	50	

ETIQUETAS BENEFICIAMENTO

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
SACOLA	1 UNID.	R\$ 1,30			
TAG	1 UNID.	R\$ 0,85			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES
LAVAGEM	DELAVÉ SUAVE+ DESTROYER

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

--