

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE DESIGN DE MODA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

MAGDA CAROLINE VERETA

**ECONOMIA SOLIDÁRIA E A PRODUÇÃO DE PEÇAS
TRANSFORMÁVEIS: UMA PROPOSTA DE INCLUSÃO SOCIAL**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

MAGDA CAROLINE VERETA

**ECONOMIA SOLIDÁRIA E A PRODUÇÃO DE PEÇAS
TRANSFORMÁVEIS: UMA PROPOSTA DE INCLUSÃO SOCIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnólogo em
Design de Moda, do Departamento de
Design de Moda, da Universidade
Tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Prof. Me. Rosimeiri Naomi
Nagamatsu

Co-orientador: Prof. Me. Ronie Galeano

APUCARANA

2015



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 178
Economia solidária e a produção de peças transformáveis: uma proposta de
inclusão social
por

MAGDA CAROLINE VERETA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e seis dias do mês de novembro do ano de dois mil e quinze, às dezenove horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de 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) ROSIMEIRI NAOMI NAGAMATSU – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) LÍVIA LAURA MATTÉ – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) MARIANA DIAS DE ALMEIDA – EXAMINADOR(A)

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

AGRADECIMENTOS

Em meio esse período de pouco mais de quatro anos de uma jornada feita por altos e baixos, sempre há quem nos dê apoio, nos dê forças e nos impulsiona a continuar caminhando até atingirmos cada objetivo.

Agradeço ao nosso Criador pelas inúmeras vezes que me deu força nas situações em que mais precisava.

Minha família merece destaque especial por todos os momentos de apoio, de compreensão, incentivo e por tudo o que fizeram para a concretização deste trabalho.

Ao grande e especial amigo Vitor Thadeu, pela enorme paciência, pela importantíssima ajuda e disposição em todos os momentos da realização deste projeto.

Ao professor Ronie Galeano e à professora Rosimeire Naomi Nagamatsu, pelas orientações quanto aos caminhos a seguir, por todo o auxílio, aprendizado e dedicação.

À Secretária Municipal da Mulher e Assuntos da Família Denise Canesin Moises Machado, ao Renato Munhoz, da Colmeia Projetos Sociais de Londrina pela oportunidade de participar das capacitações referentes à economia solidária e à Bete Berton, Coordenadora do Projeto de Economia Solidária e Protagonismo Feminino de Apucarana e às Redes de Mulheres Solidárias de Apucarana, por toda confiança, reconhecimento e por poder fazer parte deste Projeto, o que me proporcionou um aprendizado e uma paixão constante e crescente sobre essa nova economia.

Aos modelos que se disponibilizaram em desfilas: Gabriella Neves Nicolau; Giuliana Ayuumi Iseri; Mario Brandino Filho; Maurício Norcia, Natalia Penharbel e Renan Terlecki.

Aos amigos: Anderson Magiore, Bárbara Pellizzon Pimentel, Elieser Gomes Balthazar, Josiane Federissis, Ana Paula Balthazar, Célia Campidelli, Rogerio Oliveira, Adriana Coutinho, Pedro Desidério Santos, Ana Paula Zappiello, Lucia Gomes, Tamy Kuroiwa, Mirian Gouveia, Bruna Marques e Dani Rossatto.

Agradeço também aos que direta e indiretamente se relacionaram com minha pesquisa, dando-me acesso a informações, orientações e caminhos para a realização deste complexo trabalho.

“O mundo de carências das populações periféricas, revela a violência do sistema que as cria. No fundo, geradas nas carências impostas e apresentadas como algo natural, para estas populações a vida, quase sempre, é o que há a partir do que sobra. De vez em quando, porém, o sonho ultrapassa os limites do que sobra. Os corpos cansam, mas no coração e nas noites as pessoas praticam, a seu modo, os sonhos de uma existência em que a vida não seja apenas o que há a partir do que sobra.”

(FREIRE, Paulo, 1921-1997)

RESUMO

VERETA, Magda Caroline. Economia solidária e a produção de peças transformáveis: uma proposta de inclusão social. 2015. Trabalho de Conclusão de Curso – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana. 2015.

O presente trabalho consiste em analisar os efeitos causados no corpo social pelo sistema vigente – capitalismo. No entanto, é apresentado um novo modo de produção conhecido como economia solidária, cuja finalidade é a inserção social dos que são considerados desnecessários economicamente. O objetivo consiste em criar uma cooperativa que atenda aos princípios e diretrizes da economia solidária para a produção de peças transformáveis, verificando sua viabilidade para possível implementação na cidade de Apucarana - Paraná. Contudo, além da inserção social e econômica de pessoas no mercado de trabalho para a produção de produtos de moda, estes serão qualificados de acordo às características e demanda do mercado, observando-se os impactos que serão gerados na cidade escolhida.

Palavras-chave: Capitalismo. Economia solidária. Roupas transformáveis.

ABSTRACT

VERETA, Magda Caroline. Solidarity economy and the production of convertible clothing: a proposal for social inclusion. 2015. Work of Course Conclusion - Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Paraná. Apucarana. 2015.

The present work consists in analyzing the effects on the governing body by the current system - capitalism. However, a new production method is presented, known as solidarity economy, whose purpose is the social inclusion of those who are considered economically unnecessary. The goal is to create a cooperative that serves the principles and guidelines of the solidarity economy for the production of convertible items of clothing, securing their viability for a possible implementation in the city of Apucarana - Paraná. However, in addition to social and economic inclusion of people in the labor market for the production of fashion products, they will be qualified according to the characteristics and market demand, observing the impacts that will be generated in the selected city.

Keywords: Capitalism. Solidarity economy. Convertible clothes.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo	74
Figura 2: Embalagem produzida a partir de material reciclado para uso diário.....	77
Figura 3: Ecobags destinadas aos clientes fieis.....	78
Figura 4: Tags	79
Figura 5: Público alvo	80
Figura 6: Tendência da próxima estação	83
Figura 7: Referência da coleção.....	86
Figura 8: Shapes	87
Figura 9: Painel semântico da coleção.....	89
Figura 10: Cartela de cores Pantone Fashion+Home	90
Figura 11: Cartela de materiais	91
Figura 12: Geração de alternativas – Look 01	92
Figura 13: Geração de alternativas – Look 02	93
Figura 14: Geração de alternativas – Look 03.....	93
Figura 15: Geração de alternativas – Look 04.....	94
Figura 16: Geração de alternativas – Look 05.....	94
Figura 17: Geração de alternativas – Look 06.....	95
Figura 18: Geração de alternativas – Look 07.....	95
Figura 19: Geração de alternativas – Look 08.....	96
Figura 20: Geração de alternativas – Look 09.....	96
Figura 21: Geração de alternativas – Look 10.....	97
Figura 22: Geração de alternativas – Look 11.....	97
Figura 23: Geração de alternativas – Look 12	98
Figura 24: Geração de alternativas – Look 13	98
Figura 25: Geração de alternativas – Look 14	99
Figura 26: Geração de alternativas – Look 15	99

Figura 27: Geração de alternativas – Look 16	100
Figura 28: Geração de alternativas – Look 17.....	100
Figura 29: Geração de alternativas – Look 18.....	101
Figura 30: Geração de alternativas – Look 19.....	101
Figura 31: Geração de alternativas – Look 20.....	102
Figura 32: Geração de alternativas – Look 21.....	102
Figura 33: Geração de alternativas – Look 22.....	103
Figura 34: Geração de alternativas – Look 23.....	103
Figura 35: Geração de alternativas – Look 24.....	104
Figura 36: Geração de alternativas – Look 25.....	104
Figura 37: Aspectos contemplados – Look 01.....	105
Figura 38: Aspectos contemplados – Look 02.....	106
Figura 39: Aspectos contemplados – Look 03	106
Figura 40: Aspectos contemplados – Look 04	107
Figura 41: Aspectos contemplados – Look 05.....	107
Figura 42: Aspectos contemplados – Look 06.....	108
Figura 43: Aspectos contemplados – Look 07.....	108
Figura 44: Aspectos contemplados – Look 08.....	109
Figura 45: Aspectos contemplados – Look 09.....	109
Figura 46: Aspectos contemplados – Look 10.....	110
Figura 47: Aspectos contemplados – Look 11.....	110
Figura 48: Aspectos contemplados – Look 12.....	111
Figura 49: Aspectos contemplados – Look 13	111
Figura 50: Aspectos contemplados – Look 14.....	112
Figura 51: Aspectos contemplados – Look 15.....	112
Figura 52: Aspectos contemplados – Look 16.....	113
Figura 53: Aspectos contemplados – Look 17.....	113
Figura 54: Aspectos contemplados – Look 18.....	114
Figura 55: Aspectos contemplados – Look 19	114

Figura 56: Aspectos contemplados – Look 20.....	115
Figura 57: Aspectos contemplados – Look 21.....	115
Figura 58: Aspectos contemplados – Look 22.....	116
Figura 59: Aspectos contemplados – Look 23.....	116
Figura 60: Aspectos contemplados – Look 24	117
Figura 61: Aspectos contemplados – Look 25.....	117
Figura 62: Ficha técnica - vestido que se transforma em conjunto de bolero com saia (folha 1).....	118
Figura 63: Ficha técnica - vestido que se transforma em conjunto de bolero com saia (folha 2).....	119
Figura 64: Ficha técnica - vestido que se transforma em conjunto de bolero com saia (folha 3).....	120
Figura 65: Ficha técnica - blusa que se transforma em sobretudo (folha 1).....	121
Figura 66: Ficha técnica - blusa que se transforma em sobretudo (folha 2).....	122
Figura 67: Ficha técnica - blusa que se transforma em sobretudo (folha 3).....	123
Figura 68: Ficha técnica - calça masculina (folha 1)	124
Figura 69: Ficha técnica - calça masculina (folha 2)	125
Figura 70: Ficha técnica - calça masculina (folha 3)	126
Figura 71: Ficha técnica - casaco que se transforma em vestido (folha 1)	127
Figura 72: Ficha técnica - casaco que se transforma em vestido (folha 2)	128
Figura 73: Ficha técnica - casaco que se transforma em vestido (folha 3)	129
Figura 74: Ficha técnica - colete com touca/cachecol (folha 1).....	130
Figura 75: Ficha técnica - colete com touca/cachecol (folha 2).....	131
Figura 76: Ficha técnica - colete com touca/cachecol (folha 3).....	132
Figura 77: Ficha técnica - calça masculina (folha 1)	133
Figura 78: Ficha técnica - calça masculina (folha 2)	134
Figura 79: Ficha técnica - calça masculina (folha 3)	135
Figura 80: Ficha técnica - casaco com capa que vira saia (folha 1).....	136
Figura 81: Ficha técnica - casaco com capa que vira saia (folha 2).....	137
Figura 82: Ficha técnica - casaco com capa que vira saia (folha 3).....	138

Figura 83: Ficha técnica - casaco com capa que vira saia (folha 3).....	139
Figura 84: Ficha técnica - macacão comprido que vira curto (folha 1).....	140
Figura 85: Ficha técnica - macacão comprido que vira curto (folha 2).....	141
Figura 86: Ficha técnica - macacão comprido que vira curto (folha 3).....	142
Figura 87: Prancha visual do look confeccionado - 01	143
Figura 88: Prancha visual do look confeccionado - 02.....	144
Figura 89: Prancha visual do look confeccionado - 03.....	145
Figura 90: Prancha visual do look confeccionado - 04.....	146
Figura 91: Prancha visual do look confeccionado - 05.....	147
Figura 92: Prancha visual do look confeccionado - 06.....	148
Figura 93: Look confeccionado 01	149
Figura 94: Look confeccionado e transformado 01	149
Figura 95: Look confeccionado 02	150
Figura 96: Look confeccionado e transformado 02	150
Figura 97: Look confeccionado 03	151
Figura 98: Look confeccionado e transformado 03	151
Figura 99: Look confeccionado 04	152
Figura 100: Look confeccionado e transformado 04	152
Figura 101: Look confeccionado 05	153
Figura 102: Look confeccionado e transformado 05	153
Figura 103: Look confeccionado 06	154
Figura 104: Look confeccionado e transformado 06	154
Figura 105: Home do site da Comodat.....	155
Figura 106: Segunda página do site da Comodat - Coleção.....	156
Figura 107: Terceira página do site da Comodat - LookBook	157
Figura 108: Quarta página do site da Comodat – Conceito da marca.....	158
Figura 109: Quinta página do site da Comodat – Contato	158
Figura 110: Capa e primeira página do catálogo.....	159
Figura 111: Segunda e terceira página do catálogo.....	160

Figura 112: Quarta e quinta página do catálogo	160
Figura 113: Sexta e sétima página do catálogo	161
Figura 114: Oitava e nona página do catálogo.....	161
Figura 115: Décima e décima primeira página do catálogo	162
Figura 116: Décima segunda e décima terceira página do catálogo.....	162
Figura 117: Décima quarta e décima quinta página do catálogo	163
Figura 118: Décima sexta e décima sétima página do catálogo	163
Figura 119: Décima oitava e décima nona página do catálogo.....	164
Figura 120: Vigésima e vigésima primeira página do catálogo	164
Figura 121: Vigésima segunda página e contracapa do catálogo.....	165
Figura 122: Maquiagem e Cabelo	166
Figura 123: Sequência da 1ª entrada para o desfile	167
Figura 124: Sequência da 2ª entrada para o desfile	167

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Dados coletados na pesquisa de campo – (1ª pergunta)	68
Gráfico 2: Dados coletados na pesquisa de campo – (2ª pergunta)	68
Gráfico 3: Dados coletados na pesquisa de campo – (3ª pergunta)	69
Gráfico 4: Dados coletados na pesquisa de campo – (4ª pergunta)	69
Gráfico 5: Dados coletados na pesquisa de campo – (5ª pergunta)	70
Gráfico 6: Dados coletados na pesquisa de campo – (6ª pergunta)	70
Gráfico 7: Dados coletados na pesquisa de campo – (7ª pergunta)	71
Gráfico 8: Dados coletados na pesquisa de campo – (8ª pergunta)	71

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Plano de Negócios	60
Quadro 2: Classificação de uma empresa quanto à receita bruta anual	72
Quadro 3: Classificação de uma empresa quanto ao número de empregados	73
Quadro 4: Macrotendências	81
Quadro 5: Microtendências 2015/2016	82

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	16
1.2 OBJETIVOS	17
1.2.1 Objetivo geral.....	17
1.2.2 Objetivos específicos	17
1.3 JUSTIFICATIVA	18
1.4 HIPÓTESE	18
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 CAPITALISMO	19
2.1.1 O Capitalismo e a História do Trabalho.....	20
2.1. 2 O Capitalismo e seus Efeitos Sociais.....	23
2.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA.....	26
2.2.1 Origem e Evolução da Economia Solidária	29
2.2.2 Empreendimentos Econômicos Solidários	32
2.2.3 Cooperativismo	34
2.2.4 Redes de Economia Solidária no Setor de Confecções.....	36
2.2.5 Desafios da Economia Solidária.....	39
2.3 MODA.....	42
2.3.1 A Moda na Economia Solidária	42
2.3.2 Moda Sustentável.....	44
2.4 DESIGN.....	47
2.4.1 Definição	47
2.4.2 O <i>designer</i> de moda e seu papel na economia solidária.....	49
2.4.3 <i>Design</i> Transformável	51
2.4.4 <i>Design</i> Colaborativo	55
2.5 ROUPAS TRANSFORMÁVEIS	58
3 PLANO DE NEGÓCIOS	60
4 METODOLOGIA	65
4.1 TIPO DE PESQUISA	65
4.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	65
4.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	66
4.4 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	66
4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	67
5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	72
5.1 EMPRESA	72

5.1.1 Nome da Empresa	72
5.1.2 Porte.....	72
5.1.3 Marca	73
5.1.4 Conceito da Marca	74
5.1.5 Segmento	74
5.1.6 Distribuição.....	75
5.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	75
5.1.8 Sistemas de Vendas.....	75
5.1.9 Pontos de Vendas	76
5.1.10 Preços Praticados	76
5.1.11 Promoção	76
5.1.12 Propaganda e Marketing	76
5.1.13 Planejamento de Visual e Embalagem.....	77
5.2 PÚBLICO ALVO	80
5.2.1 Perfil do Consumidor	80
5.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	81
5.3.1 Macrotendências	81
5.3.2 Microtendências	82
5.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	84
5.4.1 Delimitação Projetual.....	84
5.4.2 Especificações do Projeto	84
5.4.2.1 Conceito da Coleção	84
5.4.2.2 Nome da Coleção.....	85
5.4.2.3 Referência da Coleção	85
5.4.2.4 Cores.....	86
5.4.2.5 Materiais.....	87
5.4.2.6 Formas e Estruturas (<i>shapes</i>).....	87
5.4.2.7 Tecnologias	87
5.4.2.8 Mix da Coleção.....	88
5.5 PAINEL SEMÂNTICO	89
5.6 CARTELA DE CORES.....	87
5.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	91
5.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	92
5.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	105
5.10 FICHAS TÉCNICAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS	118
5.10.1 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 01	118
5.10.2 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 02	121
5.10.3 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 02	124
5.10.4 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 03.....	127
5.10.5 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 04	130
5.10.6 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 04	133

5.10.7 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 05.....	136
5.10.8 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 06.....	140
5.11 PRANCHAS VISUAIS DOS LOOKS CONFECCIONADOS	143
5.12 LOOKS CONFECCIONADOS	149
6 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE).....	155
7 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO.....	159
8 PLANEJAMENTO DO DESFILE.....	166
8.1 MAKE-UP E HAIR.....	166
8.2 TRILHA SONORA.....	16666
8.3 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE.....	167
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	168
REFERÊNCIAS.....	169
9	

1 INTRODUÇÃO

Trabalho, mais do que um meio de sobrevivência para inúmeras pessoas, é uma das mais expressivas manifestações do ser humano. É através dele que se pode aprender, crescer e amadurecer e, todas essas oportunidades são oferecidas dentro da gestão da economia solidária, na qual não há distinção a todo e qualquer trabalhador, cuja razão do seu crescimento vigoroso no país é justamente pela sua função social, a qual insere pessoas tanto na produção quanto na vida social. (OLIVEIRA, 2008).

Sabe-se que ainda pequenas, as crianças são ensinadas a competir, sem o devido incentivo ou preparação para o trabalho em equipe e cooperação para com seus colegas, os quais, após inúmeras tentativas malsucedidas de entendimento, optam por fazer trabalhos sozinhos, o que reforça logo cedo o individualismo presente em nosso meio. (CADERNO N°1, CEFURIA, 2005).

Desta forma, graves efeitos foram causados no corpo social, excluindo inúmeras pessoas, vítimas de uma competição desigual e injusta. A sociedade como um todo é convocada a dar conta das mazelas sociais que o sistema impõe, e o caminho é devolver a tantos seres humanos a capacidade de sonhar, de criar, de ter voz e vez na construção de um novo mundo, cada um sendo responsável pelo bem-estar do outro, pela valorização do trabalho de cada um, pelo diálogo entre as pessoas, pela maior conscientização de direitos, eliminando-se gradativamente o assistencialismo, findando o autoritarismo e praticando a autogestão. Para que se tenha uma sociedade em que predomine a igualdade entre todos os seus membros, é preciso que a economia seja solidária e não competitiva. (SINGER, 2002).

Esse novo modo de produção conhecido como economia solidária, tem como principal característica a questão da igualdade, além da função da inserção de pessoas na produção e na vida social, levando em consideração o desenvolvimento humano, a cooperação, o crescimento, amadurecimento e a aprendizagem constante de seus atores. (OLIVEIRA, 2008).

Outra questão que o trabalho aborda é o atual modelo de crescimento econômico, que vem produzindo enormes desequilíbrios quanto à poluição e a degradação ambiental. Diante disso, surge a necessidade cada vez maior do desenvolvimento sustentável, buscando a conciliação entre o desenvolvimento

econômico, preservação ambiental e o fim da miséria no mundo. (NAIME; ASHTON; HUPFFER, 2012). E em se tratando de produtos de moda, surge o desígnio de um vestuário que atenda aos desejos do consumidor como conforto, estética, inovação, preocupação com o meio ambiente e responsabilidade social.

O trabalho está segmentado da seguinte forma, as cinco primeiras referem-se à fundamentação teórica: a primeira parte aborda questões sobre o capitalismo, a história do trabalho e seus efeitos sociais. A segunda trata sobre a economia solidária, sua origem e evolução, citando também alguns exemplos e definições de empreendimentos econômicos solidários, cooperativismo, modelos de redes de economia solidária no setor de confecções, encerrando com os desafios da economia solidária. Na sequência, o trabalho reporta a moda na economia solidária e na sustentabilidade. Em seguida, é tratado o *design* e sua definição, sobre o *designer* de moda e seu papel na economia solidária, algumas definições do *design* transformável e do *design* colaborativo. A fundamentação teórica é encerrada através de um estudo sobre roupas transformáveis.

A sexta parte é composta de um plano de negócios que contém todos os dados do empreendimento econômico solidário denominado Comodat. A seguir, o trabalho traz a metodologia utilizada, o tipo de pesquisa, o instrumento utilizado para a coleta de dados, a delimitação do objeto de estudo, a estruturação da pesquisa e a análise dos resultados. Na sequência, é demonstrado todo o direcionamento mercadológico da empresa como a marca e seu conceito, nicho de mercado, pontos de vendas, política de preços e estratégias de marketing. São tratadas ainda todos os aspectos referentes ao desenvolvimento da coleção.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Diante da atual conjuntura que revela riqueza de um lado, miséria e desigualdades de outro, somados à degradação ambiental, como tentar minimizar esses problemas?

A criação de uma cooperativa que atenda aos princípios e diretrizes da economia solidária, preocupada com o meio ambiente, procurando satisfazer as necessidades humanas com os recursos que estão disponíveis e que produza peças de vestuário com o mínimo de degradação ambiental, revela que é possível sim pensar em outras possibilidades de organização da economia e do trabalho que não sejam orientados somente pela ganância e pela sede de lucros.

Portanto, como criar uma cooperativa de moda, de acordo com os princípios e diretrizes da economia solidária, para a produção de peças transformáveis gerando um impacto menor ao meio ambiente?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Criar uma cooperativa de moda para a produção de peças transformáveis, atendendo aos princípios e diretrizes da economia solidária.

1.2.2 Objetivos específicos

- Inserir socialmente e economicamente pessoas no mercado de trabalho para a produção de produtos de moda.
- Qualificar profissionais apropriados às características e demanda do mercado.
- Verificar os impactos gerados na cidade escolhida para sua implementação – Apucarana - Pr.
- Criar peças que possam ser transformadas na sua modelagem, permitindo ao usuário outras opções de uso para a mesma roupa, com o mínimo impacto ambiental.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho justifica-se pela necessidade de busca por alternativas que venham a contribuir com a sociedade apucaranesa, visando ganho ou aumento de renda aos que carecem de condições e conhecimento para criar, manter e produzir um determinado produto ou serviço.

Localizada na região conhecida como Vale do Ivaí, Apucarana é referência nacional em confecções, principalmente quando se trata da fabricação de bonés, sendo um dos mais importantes pólos produtores no país. A escolha para implantação de uma cooperativa deve-se ao fato de que, há iniciativas e projetos de economia solidária na cidade apoiadas pelo atual prefeito e que, através do Fundo Diocesano de Solidariedade, há investimentos e financiamentos para projetos sociais de comunidades carentes.

Segundo o Artigo 5º da Constituição Federal de 1988 – todo indivíduo é considerado igual perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, o que nos é garantido o direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade. No caso do Brasil, nota-se que a concentração de renda e poder está nas mãos da minoria, são fatores avessos ao crescimento e posterior desenvolvimento do país.

No entanto, o desafio de transformar problemas sociais em oportunidades faz-se necessário visto que, nos últimos anos, a economia solidária vem se apresentando como uma alternativa inovadora na geração de renda, trabalho e inclusão social. Desta forma, em se tratando de negócios de moda, uma alternativa viável é a criação de uma cooperativa e a sua inserção na economia solidária para a produção de peças transformáveis, aquelas cuja funcionalidade é a sua transformação.

1.4 HIPÓTESE

Essa cooperativa de moda será criada com a participação das chamadas Mulheres Solidárias. Essas mulheres são capacitadas nas mais diferentes áreas de trabalhos manuais e fazem parte do Projeto de Economia Solidária e Protagonismo Feminino de Apucarana, um projeto da Prefeitura em parceria com a Secretaria da Mulher e Assuntos da Família.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CAPITALISMO

Para melhor compreensão da economia solidária, será relatado sobre o capitalismo e seus efeitos na sociedade.

As crianças desde cedo, são estimuladas a competir com os demais. Não bastasse isso, nas escolas quase não há práticas e ou atividades que permitam que os alunos percam o medo de se expor, que possam ser incentivados ao diálogo, ao questionamento, à capacidade de decisão, exercitando assim a crítica e seu posicionamento, esquecendo de que a verdadeira educação é justamente aquela que forma cidadãos capazes de argumentar, de questionar, de dialogar e de transformar a realidade em que vivem (CADERNO N°1, CEFURIA, 2005).

Nesse meio extremamente competitivo, no qual vigora a “lei da selva” onde os mais poderosos “engolem” os mais fracos, nem sempre é possível que todos tenham as mesmas chances e oportunidades de estarem qualificados profissionalmente, atendendo a todos os requisitos que o mercado exige como boa aparência, escolaridade, idade, sexo, dentre outros (CADERNO N°1, CEFURIA, 2005).

Vários autores têm demonstrado que a exclusão se reporta aos grupos sociais que foram desalojados socialmente: os chefes de família desempregados, as minorias étnicas, os jovens sem possibilidades de entrar para o mercado de trabalho, as mulheres em ocupações precárias e com tempo parcial, os migrantes, os velhos desprovidos de seguridade social, etc. Esse seria o perfil dos novos pobres. São assim chamados não em razão dos baixos rendimentos, aquém de suas necessidades de sobrevivência, mas em razão de lhe serem vedadas as oportunidades de incorporação no tecido social, gerando as bases para a exclusão dos seus direitos (ANTUNES; SILVA, 2010, p. 10).

Para Antunes e Silva (2010), o sistema global do capital “exclui” e “inclui” seguindo uma lógica perversa, não levando em consideração a experiência e a

história dos trabalhadores, cuja taxa de desemprego não recua, mas se amplia explosivamente.

Entre as situações descritas como de exclusão, encontram-se pessoas idosas, minorias étnicas ou de cor, deficientes, desempregados de longa duração, jovens que não conseguem o primeiro emprego, mendigos e pedintes, moradores de rua, sem teto, sem-terra, catadores de papel e pessoas com dependência química. São todos aqueles rejeitados e sem direito a uma vida digna, os considerados desnecessários economicamente e que não possuem condições de competir nem de consumir (CADERNO N°5, CEFURIA, 2004).

Já os pouquíssimos vencedores da competição capitalista sempre se destacam: empresários bem-sucedidos, latifundiários e os que acumulam força, dinheiro e poder. Os que detêm as melhores “armas” para competir como boa aparência, escolaridade, experiência profissional, saúde, etc. (CADERNO N°5, CEFURIA, 2004).

Para Cunha e Laudares, (2009), o mercado de trabalho, visto como o lugar para o alcance de cidadania, de reconhecimento social e de estabilidade econômica através de seu esforço e de sua competência profissional, tem se mostrado excludente, competitivo e elitizado.

As relações entre o capital e o trabalho possuem uma grande diversidade e complexidade. Ao lado dos processos de enriquecimento de tarefas, flexibilização do trabalho e hiperqualificação de postos de trabalho, reproduz-se as tendências da dinâmica capitalista como o desemprego pela velocidade de introdução de inovações tecnológicas, a desqualificação geral, a fragmentação e alienação do trabalho (CUNHA; LAUDARES, 2009).

2.1.1 O Capitalismo e a História do Trabalho

A história do trabalho começou quando o homem procurava formas para satisfazer suas necessidades biológicas de sobrevivência, as quais à medida em eram satisfeitas, deram lugar ao surgimento de outras (LIMA; SECONI, 2009).

Com o passar do tempo, a produção que antes era limitada somente às necessidades diárias, passou a ser maior que o necessário, gerando então um

excedente, o que acabou fazendo com que fosse despertado em alguns indivíduos, o desejo e a possibilidade da detenção do poder. A partir daí tudo o que era produzido passou a ser disputado e a terra que antes era de todos, passou a ser repartida, tornando-se então propriedade privada e exterminando assim a igualdade entre todos, uma vez que apenas uma minoria foi beneficiada (Caderno Nº 2, CEFURIA, 2005).

Ainda para o autor, quando se estabelece a divisão entre as famílias “proprietárias” e as “não proprietárias”, surgem então as desigualdades e as classes sociais. E a divisão do trabalho que no início era feita principalmente por gênero, na qual as atividades de plantio para a subsistência ficavam sob a responsabilidade das mulheres e a caça, uma atividade predominantemente masculina, passou então a ser feita por profissões.

Com novas técnicas e em lugares férteis onde a produção era maior que a necessidade local, aumentaram as disputas sobre quem ficaria com o excedente e, os vencedores, passaram então a controlar os recursos, transformando-se em ricos e poderosos governantes que dominavam os pobres (CADERNO Nº2, CEFURIA, 2005).

A partir da divisão social do trabalho, desapareceu a possibilidade de se desenvolver um ponto de vista universal, espontaneamente comum a todos os homens. As conveniências dos indivíduos pertencentes às classes dominantes – que exploravam o trabalho alheio – fizeram com que eles fossem levados a acreditar que o seu ponto de vista particular era a expressão natural, automática, do ponto de vista universal conveniente a todos os homens (KONDER, 1999, p. 54).

Para Cunha e Laudares, (2009), “a manifestação mais cristalina dessas múltiplas formas de dominação é a precarização do trabalho, seja pelo desemprego ou pelos diversos mecanismos de exploração da força de trabalho.”

Esse foi o início do trabalho individual, da propriedade privada e da exploração do trabalho de outros. Porém, devido às lutas e as várias formas de resistência das classes que eram excluídas da ordem vigente, surgiram novos modos de produção, no qual o escravismo antigo passou a ser superado pelo feudalismo, cuja base econômica fundamental era o trabalho nos campos (CADERNO Nº2, CEFURIA, 2004).

As trocas dos excedentes que eram produzidos nos feudos foram se transformando em pequenos centros urbanos, surgindo assim o capitalismo – a implantação das manufaturas e a divisão do trabalho entre quem projetava e quem executava a produção de uma mercadoria, no qual o trabalhador perdia definitivamente o controle sobre o que produzia, como, quando e também para quem produziria, já que isso é realizado pelo capitalista e seus quadros de confiança (supervisores, gerentes, administradores, etc) (CADERNO N°2, CEFURIA, 2004).

Para o autor, o capitalismo nasceu dentro do feudalismo a partir do momento em que alguns mercadores que compravam os produtos dos artesãos e revendiam, acumulando capital, tornaram-se donos das primeiras máquinas industriais, passando a produzir mais e melhor que os artesãos com seus ofícios, os quais tiveram de fechar sua pequena oficina e ir trabalhar nas fábricas dos burgueses como assalariados, passando a executar apenas uma parte do trabalho, reduzindo suas possibilidades de desenvolvimento.

E essa fragmentação de tarefas permitiu a introdução das máquinas no processo produtivo, destruindo grande parte dos postos de trabalho, criando o chamado desemprego estrutural, no qual inúmeros trabalhadores são submetidos a empregos precários e salários baixíssimos, quando não se entregam à alternativas criminosas (CADERNO N°3, CEFURIA, 2004).

Em vez de o mesmo artífice executar as diferentes operações dentro de uma sequência temporal, elas são desprendidas umas das outras, isoladas, justapostas no espaço, cada uma delas confiada a um artífice diferente e todas executadas ao mesmo tempo pelos cooperadores. Essa divisão accidental se repete, mostra suas vantagens peculiares e ossifica-se pouco a pouco em divisão sistemática do trabalho. Do produto individual de um artífice autônomo, que faz muitas coisas, a mercadoria transforma-se no produto social de uma união de artífices, cada um dos quais realiza ininterruptamente uma mesma tarefa parcial (MARX, 1996, p.454).

Para Pereira (2012), o desemprego continua como um dos problemas sociais mais agudos, proporcionando entre os seus efeitos maléficos, o aumento nas relações informais de trabalho.

Para Cunha e Laudares, (2009), com o crescimento do desemprego, o fechamento dos postos de trabalho e a dificuldade de incorporação dos trabalhadores ao processo produtivo, muitos desses buscaram no setor informal alternativas de geração de renda.

O capitalismo dividiu então a sociedade em duas classes, a dos donos do capital e a classe dos trabalhadores, que só tinha a força do braço para vender. Esses capitalistas usam e exploram os trabalhadores para produção de mercadorias obtendo assim cada vez mais lucros para viverem luxuosamente, melhorando suas fábricas, comprando máquinas cada vez mais modernas, as quais acabavam substituindo e explorando ainda mais a mão de obra, aumentando o desemprego, a informalidade e a distância entre ricos e pobres (CADERNO N°3, CEFURIA, 2004).

Para Marx (2008, p. 57), “a riqueza das sociedades onde rege a produção capitalista configura-se em “imensa acumulação de mercadorias”, e a mercadoria, isoladamente considerada, é a forma elementar dessa riqueza.

No capitalismo, os proprietários das riquezas são os que não produzem nada, são os que apenas controlam a produção. E toda essa riqueza produzida pelos trabalhadores é vendida a preços muito superiores ao valor que os proprietários pagavam pelo trabalho de seus operários, isso porque, do total da jornada diária, eles cediam uma parte para o lucro do patrão (CADERNO N°3, CEFURIA, 2004).

No entanto, ainda para o autor, percebe-se que a junção homem-máquina aumentou a produtividade, porém não reverteu em melhorias para os trabalhadores, ficando claro que a multiplicação do capital só é possível devido à apropriação de grande parte dos frutos do trabalho assalariado, que gera riquezas superiores ao salário que recebe, explorando-se o trabalho humano.

2.1. 2 O Capitalismo e seus Efeitos Sociais

A competição no meio capitalista segundo Singer (2002) é positiva a partir de dois pontos de vista, permitindo aos consumidores a escolha daquilo que os satisfazem pelo menor preço e fazendo com que o melhor vença, uma vez que as empresas que mais lucram e mais crescem são as que mais vendem.

E as que deixam de vender e de conquistar novos clientes, que não possuem mais condições de concorrer no mercado? O que acontece com

empresários e empregados dessas empresas? E com os pretendentes que não conseguem emprego, os vestibulandos que não ingressam na universidade? Certamente uma provável resposta: eles devem continuar tentando competir para tentar se sair melhor da próxima vez (SINGER, 2002).

Assim, enquanto os ganhadores acumulam vantagens, capital, galgam posições e avançam nas carreiras, os perdedores acumulam desvantagens nas competições futuras, ficam desempregados, empobrecem com o acúmulo das dívidas e acabam socialmente excluídos, o que explica o motivo do capitalismo produzir uma desigualdade crescente (SINGER, 2002).

Já nas indústrias o trabalho aliena, pois, a pessoa é desumanizada por perder o contato com a realidade a ser transformada, não transformando nem a si mesmo (KONDER, 1999).

O desenvolvimento do trabalho criador para Marx aparece como uma condição necessária para que o homem seja cada vez mais humano, livre e mais dono de si próprio. Para ele, o mundo atual do trabalho assumiu características desumanas, pois aqueles que produzem os bens materiais necessários à vida, não se realizam em suas atividades. O trabalho então, na indústria moderna do capitalismo, é odiado pelos trabalhadores, que o encaram como uma obrigação, como uma atividade que lhes é imposta e que oprime (KONDER, 1999).

Para ele, não é apenas o trabalhador que se desumaniza pela alienação de seu saber, pois, como os capitalistas não se envolvem na atividade criadora, já que na divisão social do trabalho sua função é administrar, gerenciar, mandar, controlar quem trabalha, eles também acabam não se transformando, não se fazendo melhores, não se humanizando, no qual o correto seria projetar e executar bens úteis às necessidades humanas e ao mesmo tempo, se transformar também como pessoas (KONDER, 1999).

Outra consequência do capitalismo foi a participação cada vez maior da mulher no espaço produtivo. Se por um lado esse ingresso foi uma conquista, de outro, permitiu que fosse ampliada a exploração da força de trabalho através do universo feminino, cuja atual configuração da divisão do trabalho diferencia e muito a remuneração entre homens e mulheres (CADERNO N°3, CEFURIA, 2004).

“O que importa entender é que a desigualdade não é natural e a competição generalizada tampouco o é. Elas resultam da forma como se organizam as atividades econômicas e que se denomina modo de produção” (SINGER, 2002,

p.10). Sendo assim, o modo de produção capitalista tem como princípios o direito de propriedade individual aplicado ao capital e o direito à liberdade individual, dividindo a sociedade em classes cujo resultado natural é a competição e a desigualdade.

2.2 ECONOMIA SOLIDÁRIA

Com a globalização da economia alguns avanços foram positivos, porém, nos últimos anos algumas crises econômicas como a de 1990 trouxe grandes incertezas e consequências, uma delas afetou diretamente o sistema produtivo, aumentando assim o nível de desemprego e de desigualdade social.

Segundo o IBGE, no Brasil ainda perdura uma grande parcela de pessoas que vivem em situação de extrema miséria. O governo tem tentado diminuir esta desigualdade através de ações com o Programa Bolsa Família, que atende hoje quase 14 milhões de famílias que recebem um benefício médio mensal de R\$ 152,35. O benefício é concedido às famílias que mantêm seus filhos na escola ao cumprimento de uma série de contrapartidas pelas famílias, uma delas é a frequência escolar dos filhos (BIBLIOTECA IBGE, 2014).

Singer (2002) define a economia solidária como um modo de produção caracterizado pela igualdade de direitos, cujos meios de produção são de posse coletiva dos que trabalham com eles, sendo esses empreendimentos geridos pelos próprios trabalhadores de forma democrática, ou seja, praticam desta forma a autogestão, no qual cada trabalhador ou sócio tem direito a um voto e são proprietários de tudo o que é produzido, inclusive dos prejuízos.

Já para Mance (2000), a solidariedade é uma das suas características peculiares, difundindo participação, autogestão, democracia, igualitarismo, cooperação, autossatisfação, desenvolvimento humano, responsabilidade social e a preservação do equilíbrio dos ecossistemas.

A economia solidária também é um jeito de estar no mundo e de consumir produtos locais (produzidos na própria cidade) e saudáveis, que não afetam o meio ambiente, desprovidos de transgênicos e que não beneficiam grandes empresas. É um movimento social que luta pela mudança da sociedade, por uma forma diferente de desenvolvimento que não seja baseado nas grandes empresas nem nos latifúndios, mas sim, construída pela população (CARTILHA ECONOMIA SOLIDÁRIA: OUTRA ECONOMIA A SERVIÇO DA VIDA ACONTECE, 2010).

Para o Ministério do Trabalho e Emprego (2014), a economia solidária é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver, sem

exploração de terceiros, sem a possibilidade de levar vantagem e sem destruição ambiental, apresentando-se como uma inovadora alternativa de geração de trabalho e renda a favor da inclusão social, que compreende uma diversidade de práticas econômicas e sociais organizadas sob a forma de cooperativas, associações, clubes de trocas, empresas autogestionárias, redes de cooperação e dentre outras que realizam atividades de produção de bens, prestação de serviços, finanças solidárias, trocas, comércio justo e consumo solidário.

Seu avanço não depende inteiramente do apoio do Estado e do fundo público para o resgate de comunidades miseráveis, destituídas do mínimo de recursos que permita seu processo de autoemancipação, mas para uma ampla faixa da população, a construção de uma economia solidária depende dela mesma, de sua disposição de aprender e experimentar, aderindo aos princípios de solidariedade, igualdade e democracia (SINGER, 2002).

Ainda para o autor, essa reinvenção não se deve apenas aos próprios desempregados e marginalizados, sendo também uma obra de inúmeras entidades ligadas aqui no Brasil à Igreja Católica e a outras igrejas, sindicatos e universidades.

As mudanças de ordem econômica e social ocorridas no mundo nas últimas décadas fragilizaram o modelo capitalista de trabalho, com o aumento da informalidade e a precarização das relações formais de trabalho, gerando desemprego em massa. Por outro lado, o aprofundamento dessa crise abriu espaço para o surgimento e avanço de outras formas de organização do trabalho, consequência da necessidade dos trabalhadores encontrarem alternativas de geração de renda (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2014).

Também é resultado direto da falência de empresas capitalistas e do desemprego em massa, sendo concebida para proporcionar às pessoas que a adotam, enquanto produtoras, poupadoras, consumidoras etc., uma vida melhor, não apenas de que possam consumir mais com menor dispêndio de esforço produtivo, mas também para que melhorem os relacionamentos entre familiares, amigos, vizinhos e colegas, com liberdade na escolha de um trabalho que lhe dê mais satisfação, com direito à autonomia em sua atividade produtiva e participação de decisões importantes (SINGER, 2002).

É a concepção de que é possível criar um novo ser humano a partir de um meio social em que cooperação e solidariedade não apenas serão possíveis entre todos os seus membros, mas serão formas racionais de comportamento em função de regras de convívio que produzem e

reproduzem a igualdade de direitos e de poder de decisão e a partilha geral de perdas e ganhos da comunidade entre todos os seus membros (SINGER, 2002, p. 116).

Para Cruz (2011), a economia solidária não é apenas um fenômeno econômico resultante das condições e tendências históricas do mercado de trabalho brasileiro, ela também é um resultado do acúmulo do movimento popular dos anos 1970 e 1980. Para o autor, ela é ao mesmo tempo um fenômeno econômico e um movimento social.

Uma de suas características é a autogestão, para que ela aconteça, é preciso que todos os sócios tenham informações sobre o que ocorre na empresa e quais alternativas são disponíveis para a resolução de cada problema. No entanto, isso exige de cada trabalhador um esforço adicional já que, além de cumprir as tarefas oriundas de seu cargo, cada um tem de se preocupar com os problemas gerais da organização, que tem como mérito principal o desenvolvimento humano, educando, conscientizando, tornando a pessoa mais realizada, autoconfiante e segura (SINGER, 2002).

A cooperação, existência de interesses e objetivos comuns, união de esforços, partilha de resultados e a solidariedade, expressos nas oportunidades que levam ao desenvolvimento de capacidades e melhorias nas condições de vida dos participantes também lhes são peculiares (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2014).

Em relação à repartição dos ganhos na empresa solidária, os sócios não recebem salário e sim retirada, que varia conforme a receita obtida. Em assembleia eles decidem coletivamente se elas devem ser iguais ou diferenciadas, o que têm por objetivo assegurar retiradas que sejam boas para todas as partes, principalmente para os que menos recebem, promovendo a economia solidária tanto para empregar e gerar renda a quem precisa, como para difundir de forma nacional ou internacional, um mundo democrático e igualitário de se organizar atividades econômicas (SINGER, 2002).

A economia solidária é um poderoso instrumento de combate à exclusão social, pois trata-se de uma alternativa viável para a geração de trabalho, renda e para a satisfação das necessidades de todos, provando a possibilidade de organizar a produção e a reprodução na sociedade de modo que sejam eliminadas as

desigualdades materiais, difundindo os valores da solidariedade humana (INTECOOP, 2014).

2.2.1 Origem e Evolução da Economia Solidária

Pode-se dizer que uma das primeiras fontes de economia solidária é constatado na cultura indígena que desde sempre praticam sua economia com base na partilha e na solidariedade (CARTILHA ECONOMIA SOLIDÁRIA: OUTRA ECONOMIA A SERVIÇO DA VIDA ACONTECE, 2010).

Singer (2002, p. 24) afirma que “a economia solidária nasceu pouco depois do capitalismo industrial, como reação ao espantoso empobrecimento dos artesãos provocado pela difusão das máquinas e da organização fabril da produção”.

Ainda para o autor, após a Revolução Industrial, a qual levou a exploração de trabalhadores, inclusive mulheres e crianças com elevadas jornadas de trabalho que ameaçavam a reprodução biológica do proletariado, surgiu na Grã-Bretanha a primeira tentativa de construção de um sistema produtivo solidário. Foi a partir desse contexto que Robert Owen, grande empresário do setor têxtil, em vez de explorar seus trabalhadores, resolveu limitar a jornada e proibir o emprego de crianças, construindo escolas para estas, o que resultou em uma maior produtividade do trabalho, tornando sua empresa bastante lucrativa.

Em 1817 Robert Owen apresentou um plano ao governo britânico para financiar a construção de Aldeias Cooperativas autogestionárias, para que os pobres pudessem produzir sua própria subsistência, o que, após a ajuda inicial, essas cooperativas se manteriam por conta própria e em pouco tempo, não haveria necessidade de continuar subsidiando os mesmos. O governo britânico se negou a implementar esse plano e, ao perder seus admiradores da classe alta, partiu para os Estados Unidos com a intenção de erguer uma Aldeia Cooperativa que seria um modelo da sociedade do futuro. Ela foi estabelecida em 1825 em *New Harmony*, mas foi um fracasso. Enquanto isso, seus discípulos começaram a pôr em prática suas ideias, criando então sociedades cooperativas por toda a parte (SINGER, 2002).

Robert Owen rejeitava o comércio visando lucro e as sociedades owenistas passaram então a criar bazares como o atual “clube de troca”, que cria mercado entre seus membros mediante moeda própria. Quando retornou à Inglaterra, impulsionou esse comércio sem intermediários. As trocas nessas bolsas eram feitas por notas de trabalho, cuja unidade eram horas de trabalho, isso significa que cada bem oferecido à venda era avaliado pelo tempo de trabalho médio que um operário padrão levaria para produzi-lo. E essa avaliação era feita por um comitê formado por profissionais do ramo correspondente (SINGER, 2002).

Os clubes de troca foram inventados mais ou menos ao mesmo tempo no Canadá (ilha de Vancouver) e na Argentina (Bernal), em meados da década de 1980. Para facilitar o intercâmbio entre a compra de bens ou serviços alheios, esses clubes promovem reuniões e feiras de troca periodicamente, onde cada membro se apresenta, descrevendo o que pode oferecer para a venda e o que precisa comprar. Ao final de todas as apresentações, os membros se encontram e efetuam as trocas, usando a moeda do clube (moeda social batizada de acordo com um nome representativo de cada entidade) como meio de pagamento, gerando vantagens a todos, favorecendo novos contatos e o fato de que, aqueles que estavam parados passam a trabalhar e a ganhar e os que estavam carentes, satisfazem suas necessidades (SINGER, 2002, p. 105-106).

No Brasil a ideia de construção de uma ES, sobretudo a partir dos anos 90, começa a ganhar força mediante o grande número de experiências associativas que passam a ser organizadas pelos trabalhadores, no meio urbano e rural, em distintos contextos econômicos e sociais, junto a experiências em empresas falidas ou em crise, recuperadas pelos trabalhadores; grupos e associações comunitárias de caráter formal ou informal; associações e cooperativas constituídas por agricultores/as familiares e assentados da reforma agrária; cooperativas urbanas (de trabalho, consumo e serviços); grupos de finanças solidárias, dentre outros. Frente a esse contexto, o movimento social da ES, no Brasil, organiza-se junto aos movimentos populares durante a redemocratização do país e ganha visibilidade a partir da década de 90 (SINGER, 2002).

A construção das práticas de economia solidária no Brasil ao longo da década de 90, tiveram um campo de articulação social e política no qual a mobilização social em torno da construção desta forma de economia reuniram os mais diversos agentes: ONGs, organizações sindicais, acadêmicos de diversas áreas, religiosos, gestores públicos, organizações de apoio e de articulação como as

Incubadoras Universitárias Tecnológicas de Cooperativas Populares, a Associação Nacional de Trabalhadores em Empresas de Autogestão e de Participação Acionária (ANTEAG), a Confederação Nacional das Cooperativas de Reforma Agrária do Brasil (CONCRAB), a Agência de Desenvolvimento Solidário da Central Única dos Trabalhadores (ADS-CUT), organizações ligadas à Igreja Católica como a Cáritas Brasileira e o Instituto Marista de Solidariedade (IMS), além de ONGs como o Instituto Brasileiro de Análises Socioeconômicas (IBASE), a Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional (FASE) e o Instituto de Políticas Alternativas para o Cone Sul (PACS), dentre outras (AVANÇOS E DESAFIOS PARA AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO GOVERNO FEDERAL 2003/2010, 2012).

Em 2000 foi criado na França o Secretariado de Estado para economia solidária com poderes de ministério em uma época em que a crise do desemprego e as taxas de quedas de produtividade alcançavam seu ápice histórico até então, desencadeando uma grave crise econômica na França, governada na época por Leonel Jospin. Nos anos seguintes, com Luiz Inácio Lula da Silva na presidência da República do Brasil, a economia solidária ganhou estatuto de política pública federal e ingressou no âmbito do Ministério do Trabalho e Emprego através da Secretaria Nacional de Economia Solidária (SENAES) – Lei n. 10.683 de 28 de maio de 2003; Decreto n. 4764 de 24 de junho de 2003. Na mesma época foi criado o Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES), que serve como representante das experiências em economia solidária perante aos governos e fóruns nacionais e internacionais (BARBOSA, 2007).

A SENAES colabora com a missão do Ministério do Trabalho e Emprego fomentando e apoiando os Empreendimentos Econômicos Solidários por meio de ações diretas ou por meio de cooperação e convênios com outros órgãos governamentais (federais, estaduais e municipais) e com organizações da sociedade civil que atuam com a economia solidária (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2015).

Um importante salto ocorreu em 2001 com a criação do Grupo de Trabalho Brasileiro de Economia Solidária nos Fóruns Sociais Mundiais, o que trouxe visibilidade e propiciou a troca de experiências e integração entre as diferentes práticas de economia solidária no país e em diversas partes do mundo (CARTILHA

ECONOMIA SOLIDÁRIA: OUTRA ECONOMIA A SERVIÇO DA VIDA ACONTECE, 2010).

O apoio à Campanha Nacional de Divulgação da Economia Solidária está entre as prioridades estratégicas da SENAES em parceria com o Fórum Brasileiro de Economia Solidária, cuja intenção é informar e sensibilizar a população brasileira sobre o que é a Economia Solidária, seus valores, princípios, suas potencialidades e seus desafios na promoção de um novo modelo de desenvolvimento incluyente, sustentável e solidário (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2015).

Em 2010 foi criado no âmbito da SENAES o Sistema de Comércio Justo e Solidário (SCJS) pelo decreto nº 7358, cujo objetivo é a promoção de relações comerciais mais justas e solidárias (HICKENBICK; FELÁCIO, 2014).

A economia solidária também vem recebendo nos últimos anos um crescente apoio de governos municipais e estaduais, no qual o número de programas voltado a este movimento tem aumentado, com destaque para os bancos do povo, empreendedorismo popular solidário, capacitação, centros populares de comercialização, etc. (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2015).

2.2.2 Empreendimentos Econômicos Solidários

Empreendimentos Econômicos Solidários são os diversos grupos de pessoas que produzem e comercializam seus produtos com base nos princípios da economia solidária (ITECSOL – UNIJUÍ, 2015).

Pode-se citar como exemplos de empreendimentos econômicos solidários:

- a) Associações, cooperativas de consumo, clubes de troca, redes e complexos cooperativos.
- b) Agricultores que se reúnem, trocam ideias e crescem, passando a produzir mais e melhor.
- c) Grupos de costureiras, bordadeiras e doceiras.

d) Cooperativas de catadores (coletores de materiais recicláveis) cujo objetivo é coletar, reciclar e transformar o lixo.

e) Pessoas e grupos que trocam entre si o que cada qual produz.

f) Trabalhadores de fábricas falidas que formam novas empresas solidárias e que juntos, em igualdade de condições são responsáveis pela recuperação, administração e funcionamento dessas empresas renovadas.

g) Colegas de trabalho, amigos e vizinhos que se organizam para fazer compras solidárias.

h) Comunidades que usam moeda social em clubes de troca e que emprestam dinheiro sem juros ou a juros baixíssimos em bancos solidários para financiamento de outros empreendimentos econômicos solidários.

i) Cadeias de produção solidária em que um grupo coopera produzindo, vende a outro grupo que coopera comprando (ITECSOL – UNIJUÍ, 2015).

Para o Ministério do Trabalho e Emprego (2015), os empreendimentos econômicos solidários são organizações:

a) Coletivas e suprafamiliares (associações, cooperativas, empresas autogestionárias, grupos de produção, clubes de troca, etc), cujos trabalhadores exercem autogestão das atividades e podem ser do meio urbano e rural.

b) Permanentes (não são práticas eventuais), além dos empreendimentos em operação, deve-se incluir os que estão em processo de implantação (quando os participantes e sua atividade econômica já estiverem definidos).

c) Dispostas ou não de registro legal, prevalecendo a existência real ou a vida regular da organização.

d) Que realizam atividade econômica de produção de bens, prestação de serviços, fundos de crédito, de comercialização e de consumo solidário, cuja razão de ser da organização deve ser sua atividade econômica.

e) Singulares ou complexas, consideradas de acordo com os diferentes graus e níveis.

O objetivo de um empreendimento econômico solidário é a obtenção da quantidade e da qualidade do produto ou serviço que venha a atender a demanda social, não apenas para maximizar o lucro e cujo excedente terá destino decidido pelos trabalhadores em assembleia (VERONESE, 2009).

Segundo o Dicionário Popular de Economia Solidária (2014), um empreendimento econômico solidário deve ter uma atividade econômica e outras atividades que promovam uma vida melhor e com qualidade aos seus membros, lembrando que todos os seus trabalhadores além da sua força de trabalho, auxiliam com aquilo que sabem ou que possuem mais facilidade para que todos possam aprender, ter renda, cidadania e que, com a união participativa e comunitária desses grupos de trabalhadores, é que favorece a sobrevivência das pessoas e suas famílias, bem como auxiliam-nas no mais diversificado aprendizado, pontuando suas opiniões sobre algo e melhorando assim os seus bairros, seu trabalho, os espaços comunitários, valorizando a cultura e tradição de uma forma geral.

2.2.3 Cooperativismo

As cooperativas têm como base os valores de ajuda mútua, responsabilidade, democracia, igualdade, equidade e solidariedade (PORTAL COOP, 2015).

O desafio do setor cooperativista brasileiro é mostrar à sociedade que, por ser um movimento solidário, é capaz de implantar um modelo com fortes bases calcadas no conceito de sustentabilidade, ou seja, promover o desenvolvimento econômico, respeitando o meio ambiente e inserindo o ser humano na repartição das riquezas geradas no processo (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2015).

Nascido no final do século XIX na Inglaterra nos tempos da Revolução Industrial, o cooperativismo nasceu quando vinte e oito tecelões se uniram a fim de fundar uma sociedade com uma visão diferente de mercado, buscando ser uma alternativa econômica ao capitalismo acelerado da época que causava aumento exagerado nos preços, desemprego e jornadas de trabalho cansativas para mulheres e crianças (PORTAL COOP, 2015).

Já no Brasil as primeiras experiências de cooperativismo vieram por meio de ações de padres jesuítas no sul do país que, utilizando-se de persuasão e movidos pelo princípio do auxílio mútuo (mutirão) que os índios brasileiros já praticavam, fundaram as reduções jesuíticas: comunidades solidárias fundamentadas no

trabalho coletivo e cujo objetivo era promover o bem-estar dos membros da comunidade (SISTEMA OCERGS SESCOOP/RS, 2012).

Uma cooperativa é formada pela associação voluntária de vinte pessoas no mínimo que se unem em torno de objetivos comuns de caráter econômico. Esta empresa é de propriedade e controle coletivo, com organização da produção e comercialização de bens e serviços produzidos, dividindo-se benefícios materiais e sociais advindos das atividades, gerando renda e oportunidade de trabalho entre os cooperados (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2015).

A cooperativa de trabalho destaca-se do modelo de outras cooperativas, pois além de serem proprietários da cooperativa, os sócios cooperados também são provedores de força de trabalho, caracterizando uma duplicidade de identidade do cooperado (BARBOSA, 2007).

Reunidos em assembleia, os cooperados discutem e votam nos objetivos e metas de trabalho conjunto e elegem os representantes que irão administrar a sociedade. Cada cooperado deve participar ativamente da cooperativa e dispõe de uma série de direitos e deveres bem definidos, representando apenas um voto, independentemente da quantidade de cotas (PORTAL COOP, 2015).

Todos os membros da cooperativa contribuem igualmente para a formação do capital da empresa, isso significa que, caso ela obtenha uma receita maior que as despesas, o excedente será dividido entre os cooperados proporcionalmente ao volume de operações de cada um e o restante poderá ser destinado a investimentos na própria cooperativa ou em aplicações, sempre de acordo com a decisão tomada em assembleia (PORTAL COOP, 2015).

As cooperativas trabalham para o bem-estar de suas comunidades, com programas de responsabilidade social que podem ser realizados isoladamente ou em parceria com o governo e outras entidades civis. Seu objetivo também é de destinar ações e recursos para formar seus cooperados, capacitando-os para a prática cooperativista, além de informar o público sobre as vantagens da cooperação organizada, estimulando o ensino do cooperativismo nas escolas. Para o fortalecimento do cooperativismo é importante que haja intercâmbio de informações, produtos e serviços entre as cooperativas (PORTAL COOP, 2015).

Com o trabalho cooperativo, as pessoas tendem a descobrir seu potencial, desenvolvendo valores e atitudes de respeito que contribuem para melhorar a qualidade de vida, percebendo que não estão sozinhas e que, tanto suas atitudes

quanto seus pensamentos estarão em contato com as atitudes e pensamentos de outras pessoas e que, juntas partilharão do mesmo sucesso como verdadeiros empreendedores (COOPERATIVISMO: PRIMEIRAS LIÇÕES, 2007).

2.2.4 Redes de Economia Solidária no Setor de Confeccões

Quando se fala em redes, refere-se às formas de integração entre diversas organizações. Uma rede econômica integra grupos de consumidores, comércio, produção e serviço. Quando os consumidores dão preferência aos produtos da economia solidária, os empreendimentos econômicos solidários vendem toda sua produção gerando excedentes, que são reinvestidos de maneira solidária. Com esse reinvestimento é possível gerar outras cooperativas ou empresas sociais que produzirão o que na rede ainda não é produzido, o que gera crescimento para a rede em relação a sua diversidade de produtos e serviços, fortalecimento, geração de postos de trabalho e expansão (MANCE, 2003).

A seguir serão apresentadas algumas redes de economia solidária no setor de confeccões;

A UNIVENS – Cooperativa de Costureiras Unidas Venceremos Ltda. está localizada na cidade de Porto Alegre (RS). Constituiu-se formalmente em 1996 como iniciativa de propriedade e gestão coletiva. Desde 2002 está associada à ECOSOL/CUT (Cooperativa Central de Crédito e Economia Solidária – Central Única de Trabalhadores), que tem como princípio a cooperação e não o lucro dos associados.

A cooperativa surgiu com um objetivo empreendedor, como alternativa de trabalho e renda em um momento de grande desemprego na região. Em 1995, trinta e cinco mulheres entre dezenove e setenta e dois anos, reuniram-se para criar uma cooperativa. Muitas sabiam costurar, cuidavam dos filhos e precisavam gerar renda, já que estavam fora do mercado de trabalho por vários motivos tais como: idade avançada, aposentadoria, doenças, filhos pequenos, baixa escolaridade e pouca qualificação. Por frequentarem o posto de saúde da região, o coordenador deste sugeriu que elas costurassem para um grupo hospitalar, cuja formalização só

poderia ocorrer após o grupo estar constituído legalmente como cooperativa. Inicialmente costuravam qualquer peça e o seu primeiro cliente foi o Sindicato dos Metalúrgicos, pois, ao abrirem licitação para confecção de camisetas, a UNIVENS ganhou a concorrência.

O trabalho funcionava da seguinte forma: cortavam coletivamente as peças todos os dias e costuravam individualmente, cada uma na sua casa e, quando o produto estava pronto, reuniam-se para o organizar e entregar. Atualmente está constituída por vinte e duas trabalhadoras com nove anos de existência. Tem nove cooperativadas, sócias fundadoras que continuam na cooperativa e é uma referência de cooperativa que consegue gerar trabalho e renda dentro do movimento da economia solidária. Neste percurso o grupo recebeu apoio técnico e financeiro de diversas instituições como Secretaria Municipal de Indústria e Comércio – Prefeitura Municipal de Porto Alegre, Cáritas, Agência Central de Crédito e Economia Solidária – ADS/Central Única dos Trabalhadores (ECOSOL ADS/CUT) (BARFKNECHT, 2005).

- Rede de Confecção Estrela de Iracema

A Rede de Confecção Estrela de Iracema reúne sete cooperativas de Fortaleza (CE) que trabalham com atividades ligadas à confecção, desde costureiras que produzem moda adulta até tecelãs que fabricam com teares manuais, redes e tapetes de algodão cru. A iniciativa é da Prefeitura da cidade através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico (SDE). Segundo o gerente da célula de economia solidária da SDE Marcos Arcanjo, o trabalho articulado pela rede traz benefícios para os empreendimentos que isolados, não conseguiriam. Além disso, afirma que o trabalho conjunto oferece melhores condições de mercado, que é muito competitivo e exigente.

Cursos de aperfeiçoamento são promovidos para as mulheres a fim de proporcionar maior qualidade aos produtos. Também oferecem assistência técnica, linhas para obtenção de capital de giro e maquinários, além da organização de feiras para que as cooperativas possam mostrar seus produtos e alcançar novos mercados. Ao todo são beneficiadas setenta mulheres. No ano de 2008, O Conselho Gestor da Rede de Confecção Estrela de Iracema, formada por representantes das

sete cooperativas que permite um maior controle social das ações do grupo, estava em fase de consolidação.

O próximo passo estava em receber consultoria em design para lançamento de uma coleção de roupas e artigos de confecção próprios, produzidos pelas cooperativas, com marca e estratégia de marketing específicos para esses produtos (FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA, 2008).

- Coopersol Confecções

Localizada em Chapecó, a Cooperativa Mista Solidária de Chapecó – Coopersol Confecções nasceu em 1995 como uma alternativa de complementação de renda. Na época três professoras idealizaram o projeto, restando apenas uma que iniciou as atividades na busca por pessoas que estivessem desempregadas ou donas de casa interessadas em trabalhar. Em 1996 o grupo foi formado e então iniciaram-se os trabalhos. Durante oito anos haviam poucas pessoas trabalhando e em 2004, com o aumento da demanda, houve a necessidade de formar um grupo maior e transformar essa iniciativa em uma cooperativa.

Em 2005 foi desenvolvido um processo de formação sobre o cooperativismo, contando também com o apoio de programas e instituições como a Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCPS) da Unochapecó, a Cáritas Brasileira, Unisol Brasil, Cresol Base Cescoper e a Cresol Credi Chapecó. As atividades realizadas são norteadas pelos valores do trabalho coletivo e autogestionário, cooperação, solidariedade, ética, honestidade, qualidade dos produtos, transparência e equilíbrio socioambiental, buscando qualidade de vida na geração de renda, na inclusão das pessoas com respeito às diferenças individuais e com a justa distribuição dos resultados da atividade econômica.

Atualmente o grupo é formado por vinte e cinco associados que trabalham na produção de uniformes em geral, atuando no processo de venda, organização de pedidos, compra de matéria-prima e produção.

Em relação às expectativas para o futuro, com o patrocínio do Programa Petrobrás Desenvolvimento e Cidadania, suas prioridades são ampliar o espaço físico e montar a própria serigrafia para gerar mais oportunidades de emprego e controlar todos os níveis de produção, havendo também o projeto de recolhimento e

reciclagem de óleo de cozinha para a fabricação de sabão e a confecção de artesanato a partir de retalhos que sobram das costuras, representando a reutilização de materiais, mais emprego e renda.

O espírito da cooperação, a união e a solidariedade mostram, mais uma vez, que as experiências da economia solidária dão certo e que os empreendimentos deste setor geram muito mais do que negócios, geram oportunidades, valorização, reconhecimento e trabalho coletivo (ASSESSORIA DE IMPRENSA DA CRESOL CENTRAL SC/RS, 2012).

Para Mance (2003), as condições básicas para que uma rede de economia solidária funcione são as seguintes:

- Difusão do consumo solidário, ou seja, a compra de produtos da rede;
- Reinvestimento dos excedentes, é preciso haver solidariedade entre as cooperativas pois sem reinvestimentos coletivos, as redes não crescem;
- Colaboração solidária entre todos.

2.2.5 Desafios da Economia Solidária

Para Mance (2003), se o fluxo econômico de um empreendimento econômico solidário permanece isolado de outros com o mesmo propósito, porém conectado a empresas capitalistas, seja na compra de insumos ou utilizando serviços financeiros, seus valores econômicos vão alimentar a concentração capitalista, deixando de lado a distribuição dos valores da economia solidária. Ou seja, para ele é preciso entender e reorganizar os fluxos econômicos, fluxos de produtos, de matérias-primas, de valores econômicos e fluxos de representação de valor.

Para que os fluxos de valores não escapem do circuito solidário que distribui renda e não sejam acumulados pelo circuito capitalista que concentra a renda que nele circula, todos os produtos finais, serviços e matérias-primas que essas cadeias necessitam deve ser servidos pela própria economia solidária; toda necessidade logística, de comercialização, necessita ser atendida dentro da economia solidária (MANCE, 2003).

Porém, atualmente é impossível substituir tudo isso pelo simples fato de não haver oferta e segundo o autor, trata-se de avançar nesse sentido, corrigindo ao máximo possível a fuga desses valores, substituindo provedores não solidários por provedores de economia solidária, atendendo as necessidades dentro desta. Para ele, “com essa remontagem progressiva das cadeias produtivas, vão sendo fortalecidos e consolidados os circuitos econômicos solidários.”

O autor ainda afirma que a economia solidária é antes de tudo, uma atividade econômica que possui um importante desafio em difundir a prática do consumo solidário, que é o consumo de bens e serviços produzidos pelos empreendimentos econômicos solidários, cujo propósito é promover o bem viver da coletividade, sem degradar o ecossistema e sem explorar outras pessoas, sendo possível difundí-la conectando os empreendimentos econômicos solidários aos consumidores finais.

Outra questão importante é a conexão entre consumo e produção, ou seja, consumo e atendimento sob demanda pois, se há uma demanda de pequena quantidade, produzir-se-á pequena quantidade para garantir o bem viver de quem irá consumir o produto e de quem trabalha comercializando e produzindo, criando um circuito econômico local em pequena escala, que seja sustentável e com preço justo (MANACE, 2003).

Para que a economia solidária se torne uma alternativa superior ao capitalismo, ela terá de alcançar os mesmos níveis de eficiência na produção e distribuição de mercadorias da atual economia capitalista, oferecendo à população oportunidades concretas de autossustento, cuja forma mais provável de crescimento será continuar integrando mercados em que competem tanto com empresas capitalistas como com outros modos de produção (SINGER, 2002).

Segundo Gallo (2004), outro dilema refere-se à organização do trabalho, da produção e da tecnologia empregada na cooperativa, pois o desafio está em elencar as diversas tarefas e pessoas a executá-las, preparando-as para o trabalho, utilizando técnicas de organização como o rodízio de pessoas, o que gera aumento das qualificações profissionais aos seus integrantes e acima de tudo, cria uma cultura organizacional coletiva de trabalho, de integração e respeito aos valores cooperativistas, da autogestão, da democracia e da solidariedade, superando a cultura individualista e seguindo os princípios e diretrizes da economia solidária.

Segundo a autora, também é preciso superar as dificuldades que os cooperados possam apresentar ao participarem das assembleias, pois, como são pessoas humildes, tornam-se resistentes ao discutir e opinar acerca dos assuntos, esperando que as decisões sejam tomadas pela diretoria, conforme estão acostumados. É preciso que criem autonomia, rompendo com a cultura da subordinação, participando ativamente de todo o processo de organização e tomada de decisões para que, juntos, construam uma possibilidade de emancipação social.

Outro desafio acontece devido aos consumidores enxergarem a economia solidária apenas como um meio encontrado por produtores de baixa renda ou desempregados para sobreviver e, com essa visão, a tendência é acreditar que adquirir produtos provenientes de cooperativas, associações, empresas autogestionárias e feiras de troca não passa de caridade. Isso acontece porque poucos sabem que esse novo modelo de produção vai muito além da geração de renda, pois traz propostas de mudanças nas relações interpessoais e com o meio ambiente, cooperação, não competição, preservação dos recursos naturais, sem exploração dos trabalhadores, igualdade de poder na tomada de decisões na empresa e responsabilidade com a comunidade local onde o empreendimento está inserido. Portanto, se o consumidor prioriza bens e serviços gerados a partir da economia solidária, está contribuindo para que os modelos econômicos, políticos e sociais sejam repensados e reconstruídos (PLANETA SUSTENTÁVEL, 2008).

2.3 MODA

Moda é uma maneira ou costume predominante em um determinado grupo e em um determinado momento, que designa a forma como cada um vem a se vestir e uma tendência de consumo na atualidade.

O termo moda, do latim *modus*, em seu significado mais amplo significa uma escolha, ou melhor, mecanismos de escolhas realizadas, tendo como base critérios de gosto. Ainda podemos entendê-la como um processo de regulamentação social no qual o gosto individual se ajusta ao social, que dita regras, as quais deve-se fazer referência; essas determinam periodicamente o que, em cada época, está na moda (CONTI, 2008, p. 223).

Ainda para a autora, ela exprime o espírito do tempo, sendo um dos sinais mais imediatos e visíveis de mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais, contribuindo para recontar a evolução do costume, das ideias e dos comportamentos coletivos, constituída essencialmente de intuição, criatividade e gosto.

A moda é uma importante área de produção e expressão da cultura contemporânea, sendo um reflexo da sociedade, permitindo a disseminação de costumes e que também diz respeito à forma com que as pessoas elegem e utilizam os produtos gerados pela indústria não só do vestuário, mas de uma forma geral (MOURA, 2008, p. 37).

Silva e Valencia (2012), afirmam que conforme as mudanças passaram a ser muito mais aceleradas, a consciência ambiental passou a ser um estilo de vida, sendo marcada por duas tendências, a que “nada se cria, tudo se copia” e a “moda vem e vai”, hoje caracterizada como despadronizada, oferecendo através de um amplo leque modelos, versões e infinitas escolhas, transformando-se em um território sem fronteiras, continuamente renovável e infinitamente interpretável.

2.3.1 A Moda na Economia Solidária

O sistema de moda tem passado por mudanças significativas, como é o caso da “moda solidária” e vem crescendo no Brasil nos últimos anos. A partir de

uma iniciativa da Agência de Desenvolvimento Solidário (ADS), surgiu no Ceará o projeto Conexão Solidária, que busca facilitar a comercialização da produção desenvolvida por empreendimentos econômicos solidários, atuando na interface entre a demanda gerada pelas empresas e as diversas cooperativas solidárias, promovendo a inclusão social, o desenvolvimento de negócios justos e sustentáveis, e a democratização econômica (SILVA; SCHULTE, 2014).

O projeto Conexão Solidária congrega setores com competências diferenciadas e inclui desde a reciclagem, a agricultura familiar até a indústria têxtil, com confecções e artesanato, promovendo a geração de renda, a valorização da cultura local e a redução dos impactos ambientais (SILVA; SCHULTE, 2014).

Há também outras iniciativas importantes como o evento Dragão Fashion, maior evento de moda do nordeste brasileiro que também contribui para a disseminação de trabalhos produzidos por empreendimentos econômicos solidários. O objetivo do evento consiste em mostrar ao mercado da moda peças que valorizam o *ecodesign* (cujo objetivo é o desenvolvimento de produtos que contribuem para a sustentabilidade através da redução do seu impacto ambiental), e as técnicas realizadas pelos artesãos, utilizando conceitos de responsabilidade socioambiental (compromisso por parte dos empresários na adoção de uma postura e ações de mercado justo, aliando desenvolvimento econômico com qualidade de vida de seus clientes internos e externos) e comércio justo (SILVA; SCHULTE, 2014).

Outro empreendimento na área da moda no sul do país, que fundamenta suas ações de produção e comercialização nos princípios da economia solidária e da sustentabilidade (social, ambiental e econômica), é o caso da Justa Trama, uma associação que congrega cooperativas de todo o território nacional sob a tutela de uma mesma marca, atuando em etapas diferentes da cadeia produtiva, efetuando um trabalho em rede, sendo regidas por princípios comuns ao modo de produção, valorização do trabalho, qualidade e preocupação com o meio ambiente (SILVA; SCHULTE, 2014).

A marca trabalha com algodão orgânico, cujas etapas do processo de produção são realizadas por duas cooperativas que plantam o algodão (Ceará e Mato Grosso do Sul) e quatro que ficam responsáveis pela fiação e tecelagem (Minas Gerais), livre do uso de produtos químicos como alvejantes, amaciantes e tingimentos, mantendo a cor original da fibra e, a confecção das peças do vestuário,

são feitas em Porto Alegre e Itajaí/SC, utilizando-se de aviamentos feitos da casca de côco.

Os resíduos da confecção são utilizados para confeccionar jogos educativos e bonecas. Agricultores, fiadores, tecedores, coletores, beneficiadores de sementes e costureiras fazem parte do processo de produção. Já a parte da criação dos produtos é feita a partir da contratação de estilistas e designers de moda, cuja comercialização das peças é feita por meio de comércio *online*. Com esta análise, as autoras verificaram que as cooperativas têm obtido êxito em seus propósitos de prover autonomia aos cooperados em todas as etapas de produção e distribuição, mantendo um alinhamento em seus valores centrais, fundamentados nos princípios da economia solidária.

2.3.2 Moda Sustentável

A moda sustentável apresenta novas técnicas e maneiras de produção que vão desde o reaproveitamento de materiais ao desenvolvimento de novas fontes têxteis, cujo conceito ganha destaque ao apresentar uma nova forma de se pensar moda, combinando *design*, tecnologia e ecologia de forma criativa e inovadora (PENSAMENTO VERDE, 2014).

Nesse quesito, observa-se iniciativas como as “coleções ecológicas”, feitas com fibras orgânicas como algodão orgânico, o qual durante os últimos anos tornou-se mais global, o que melhorou a qualidade da fibra, expandindo sua produção, o comércio, sua aceitação e procura, fruto de uma nova geração de fibras capaz de suprir as necessidades atuais sem comprometer o futuro (MARTINS, 2009).

Há também a fibra de soja, denominada fibra têxtil verde, uma fibra artificial proteica que possui qualidades superiores a muitas fibras naturais e sintéticas, apresenta toque e brilho muito próximos da seda, permitindo a criação de artigos confortáveis, com ótimo toque e de fácil manutenção. Os materiais reciclados como as garrafas PET, transformam-se em tecido, cujas fibras obtidas durante todo o processo de reciclagem permite sua utilização sozinha ou misturada a outras fibras como a seda e o algodão, dentre outros (MARTINS, 2009).

Alguns exemplos de marcas que aderiram à tendência de moda ecológica, como é o caso de Giorgio Armani que em 1995 trabalhou com reciclagem de jeans velhos transformando-os em novos. Em 1996/97 utilizou em suas coleções lã e algodão tingidos com o menor impacto ambiental e nas coleções recentes, tem trabalhado com jeans “ecologicamente corretos”, feitos com algodão orgânico (MARTINS, 2009).

A Osklen, marca brasileira que também visa sustentabilidade e a valorização do trabalho local, trabalha com algodão orgânico, materiais reciclados, couro de peixe, lã orgânica e entre outros materiais, todos certificados com o selo e-fabrics, que tem por objetivo o respeito aos critérios de comércio justo e de desenvolvimento sustentável como a preservação da biodiversidade, o resgate das tradições culturais do Brasil e o controle do impacto do processo produtivo sobre o meio ambiente (MARTINS, 2009).

Grandes marcas e grifes nacionais utilizaram nas passarelas, de forma inteligente e inovadora, materiais como juta da Amazônia, couro pirarucu, malha pet e seda orgânica, aderindo a tendência de causarem menos impacto do que a produção têxtil convencional e cuja confecção destes tecidos gera renda às famílias (PENSAMENTO VERDE, 2014).

O *designer* pernambucano Gustavo Silvestre, que passou a desfilas suas peças na Casa dos Criadores em 2004, começou a incorporar o “ecologicamente correto” em suas criações, usando lona de caminhão reaproveitada, PET reciclado e tinturaria natural na composição de suas malhas e jeans. Ele produz através de três sistemas sustentáveis: reaproveitamento, usando materiais que seriam jogados fora; reciclagem, transformação de materiais para utilização e; *upcycling*, usando materiais descartáveis para criar itens de valor agregado maior do que o produto original, como o uso dos tecidos de paraquedas para criar vestidos (SOCIETE PERRIER, 2014).

A estilista Flavia Aranha trabalha apenas com corantes naturais obtidos pela combinação de ingredientes como casca de noqueira, urucum, hibisco e açafrão. A origem de cada uma das matérias-primas com que trabalha são provenientes de Maringá – a seda produzida manualmente de casulos descartados pela indústria convencional. Do Rio Grande do Sul sai toda a lã artesanal e de Goiás, encontram-se as quarenta famílias que plantam algodão no quintal de casa fornecendo-lhe os

tecidos. Além do algodão e do linho, ela também utiliza em suas peças duas fibras tecnológicas de origem vegetal, o liocel e o modal (BRAVO ONLINE, 2013).

Há também a Patagônia, uma empresa norte-americana que trabalha com roupas desportivas e ecológicas, um referencial na prática do “vestir consciente” ao criar seus produtos com grande longevidade e facilitando aos clientes, a devolução de peças usadas a fim de serem recicladas, colocando nas etiquetas dos produtos a seguinte pergunta: “você realmente precisa disso?” (MARTINS, 2009).

A empresa têxtil *EcoSimple* lançou uma linha de tecidos criados a partir de retalho e garrafas PET, cuja aliança com grandes companhias têxteis e comunidades permite a criação de um tecido de alta qualidade e 100% responsável. A empresa coleta sobras de tecidos e garrafas PET e as encaminha até as pequenas cooperativas. Os tecidos são separados por cor e enviados pela comunidade de volta para a empresa, passando por vários processos, todos livres de qualquer tratamento químico. Depois de catalogados e devidamente separados por cor, esses tecidos seguem para as etapas de moagem e desmanche, limpeza e transformação em polímero, fiação e tecimento, sem adição de qualquer espécie de tinta ou corante (VILA MULHER, 2011).

Também há eventos sustentáveis como a Esthetica, feira de moda ética que acompanha o evento principal da Semana de Moda de Londres, reunindo marcas com preocupações éticas e ecológicas, estilistas que utilizam materiais reciclados, fibras orgânicas e cultivadas de forma sustentável ou que produzem suas coleções garantindo condições justas aos trabalhadores e fornecedores (MARTINS, 2009).

No Brasil destaca-se o SP-Ecoera, evento que foca a sustentabilidade na moda, reaproveitamento, reciclagem, comprar melhor e gastar menos, promovendo o diálogo entre a indústria da moda, gastronomia e beleza integradas com a sustentabilidade. O evento tem por finalidade a promoção da economia criativa no país, mostrando que é possível fazer moda com qualidade conectada às questões sociais e ambientais, valorizando o empreendedorismo, o artesanato com *design*, materiais naturais e a cultura do consumo consciente e criativo (PROJETO CONTEM, 2014).

2.4 DESIGN

2.4.1 Definição

O *design* pode ser definido como uma atividade que se preocupa com a identificação das necessidades do consumidor para que, através de um planejamento correto, venha a suprir também os desejos do produtor, tentando evitar problemas e minimizando perdas e prejuízos para ambos, ou seja, identificando carências do consumidor e quais as melhores formas de produção industrial para atendê-los, o que envolve conhecimento sobre custos, materiais, formas de produção, comportamentos do consumidor, gestão de projetos, dentre outros, respondendo aos desejos do seu público e analisando as necessidades do mercado (CHRISTO, 2008).

Independente das estratégias adotadas, o *design* agrega valor ao produto, aumentando sua qualidade, os atributos valorizados pelos consumidores como desempenho e aparência, além da possibilidade de redução de itens referentes a formação de preço com a economia de insumos, matéria-prima, racionalização da produção e otimização do processo (RECH, 2007).

Em relação ao profissional de *design*, para Libânio (2011), ele deve trabalhar de maneira integrada, interagindo com todas as equipes que de alguma maneira, participam dos projetos durante todas as etapas do desenvolvimento de produtos, desde a definição de diretrizes até o acompanhamento do produto no mercado.

Só assim haverá troca efetiva de informações e intercâmbio de conhecimentos entre esse profissional e seus interlocutores pois segundo ela, por vezes, nas organizações as equipes de trabalho desenvolvem suas atividades de maneira isolada, sem compartilhamento de informações com os demais participantes de um projeto. E para a promoção de uma atividade multidisciplinar, as áreas e equipes de trabalho devem compartilhar informações constantemente, trabalhando de forma flexível e integrada, pensando de forma diferente e rompendo com padrões pré-estabelecidos.

Perceber que o *design* faz parte de um processo anterior à concretização da forma é o passo inicial no entendimento deste processo como uma atividade multidisciplinar, que age diretamente na estrutura e nas relações funcionais das empresas e que integra as diversas equipes de trabalho envolvidas em determinado projeto. Defende-se o envolvimento do *designer* ao longo de todo o processo de desenvolvimento de um produto, desde a determinação de diretrizes iniciais de projeto até o lançamento e acompanhamento desse produto no mercado. Não só o profissional de *design*, mas todas as equipes envolvidas em determinado projeto devem compartilhar informações, incentivado um ambiente de trabalho colaborativo e participativo (LIBÂNIO, 2011, p. 11).

Ainda para Libânio (2011), para que o *designer* participe das decisões sobre o lançamento ou não de um determinado produto, é fundamental que este profissional tenha competências requeridas para o projeto e atue no nível estratégico da companhia, pois, enquanto os administradores de empresas têm uma visão mais prática, os *designers* têm uma maneira de pensar diferente. Portanto, o papel do *designer* também deve ser o de incentivar o trabalho integrado entre as equipes.

Tendo em vista os desafios no campo do *design* no tocante a promoção de melhorias efetivas ao meio ambiente e aos indivíduos, já foram identificadas importantes iniciativas para a reformulação de projetos, orientadas entre *design*, preservação social, econômica e ambiental. As soluções em *design* partem para uma atuação sistêmica e estratégica, que busca articular e projetar toda a cadeia de valor envolvida nas etapas de desenvolvimento de produtos ou serviços (SILVA; SCHULTE, 2014).

Moura (2008) comenta que os *designers* normalmente atendem a demandas da indústria, do comércio ou do setor de serviços para a resolução de problemas, cabendo atualmente ao *designer* propor soluções inovadoras antes de uma solicitação de demanda, pois o profissional dessa área, a partir de um panorama cultural e social, é aquele que apresenta propostas visando melhorias da qualidade de vida do ser humano em seus núcleos socioculturais e econômicos, cujo cenário atual também propõe a ele, ciente da profunda preocupação com o futuro das gerações, que se oriente para uma nova compreensão de mundo, tecnologia, produção, consumo e educação.

2.4.2 O *designer* de moda e seu papel na economia solidária

O *designer* de moda é só um dos muitos profissionais na indústria da moda e, sua tarefa começa com o *briefing*, guiando todo o processo de pesquisa e *design*. A necessidade de coletar e pesquisar materiais para usar no processo criativo é essencial para alimentar a imaginação, sendo uma jornada que muitas vezes pode levar semanas ou até meses para ser organizada e processada, o que possibilita a busca pela cartela de cores que irá utilizar, texturas, silhuetas, detalhes, estampas, definição de tema, conceito, tendências, questões sociais e políticas, influências histórias e sociais, dentre outros (SEIVEWRIGHT, 2009).

Após essa etapa é preciso criar mapas mentais (*brainstorming*), que consistem em listar todas as palavras que ele associa ao *briefing* do projeto, definindo a partir disso o tema e o conceito da coleção. Todas as pesquisas realizadas devem estar compiladas em *books* de pesquisa, um caderno de esboços, imagens, fotografias, desenhos, tecidos e colagens que registram a evolução de uma coleção. Depois disso, as ideias da pesquisa são transformadas em formas e estruturas sobre o corpo com técnicas de modelagem e *moulage*. Outra questão importante refere-se ao mercado para o qual se está criando (alta-costura, *prêt-à-porter*, super marcas de luxo, moda de rua, etc.) e gêneros de moda (vestuário feminino, masculino, infantil) (SEIVEWRIGHT, 2009).

Desenvolver uma coleção harmoniosa é o passo seguinte, identificando peças-chave e de acordo com a tendência escolhida. Depois que a coleção é desenhada e confeccionada, é preciso mostrá-la, o que pode ser feito através de um desfile de passarela, uma vez que as roupas são mais valorizadas no corpo em movimento, mostrando seu caimento (SEIVEWRIGHT, 2009).

Seu trabalho também está relacionado em conhecer a cadeia produtiva, as matérias-primas e os tecidos, compreender a linguagem e a simbologia visual, compreender a montagem da roupa e acabamentos, em um ciclo que se renova e no qual o produto tem tempo de vida pré-estabelecido pela cadeia de consumo, ou seja, ele é responsável pelas etapas do processo de desenvolvimento de produto de moda, suprindo necessidades (SANTOS; SANTOS, 2010).

Atualmente, o trabalho do *designer* de moda inclui não somente a criação de linhas de produtos, mas também a consultoria sobre criação, manutenção e eliminação de novos produtos no mercado sobre a antecipação das necessidades e desejos dos usuários, sobre as noções de conhecimentos ecológicos, social e cultural, e de uma forma mais aberta, a orientação quanto aos novos caminhos a serem escolhidos e seguidos na sociedade pós-industrial (RECH, 2001).

Ainda segundo a autora, os *designers* de moda devem possuir conhecimento de todos os maquinários e equipamentos da empresa, aliando à capacidade de trabalho em equipes multidisciplinares em um processo de interação entre os profissionais responsáveis pelo projeto e pelo processo. E isso só é possível através da formação específica na área de moda, quando o *designer* possuir uma visão ampla do contexto têxtil.

Tratando-se do papel do *designer* de moda dentro das iniciativas da economia solidária, Andrade e Merino (2010), perceberam que, “o entendimento da atuação do *design* integrado às esferas de decisão das organizações possibilita compreender de que forma pode-se integrá-lo no desenvolvimento de comunidades urbanas produtivas.”

Ainda afirmam que a gestão do *design* aplicada nessas comunidades na busca por melhorias em qualidade de vida e na geração de renda, é um campo não só viável, mas também aberto para a atuação dos *designers*, cujo desafio está na sua formação profissional que ainda carece de conhecimentos na área de gestão, sustentabilidade e nas áreas sociais relacionadas a comunidades em situação de vulnerabilidade, acreditando-se portanto que, além da formação acadêmica voltada para a atuação no mercado formal em empresas e agências, o *designer* precisa ter abertura para esse tipo de trabalho em organizações não governamentais e comunidades.

O que as empresas desejam em relação ao *designer* de moda está relacionado à melhoria do produto, da imagem do produto e da imagem da empresa perante os clientes e posicionamento no mercado. Quanto à sua formação, elas desejam que eles possuam uma visão generalista, que tenham conhecimento de custos e produção. Vale lembrar nesse caso que os *designers* de moda possuem em seu currículo uma disciplina específica que engloba todos os requisitos necessários para administrar uma empresa (MONTEIRO; ALENCAR, 2009).

No entanto, segundo abordagens realizadas, percebe-se que o papel do *designer* dentro da economia solidária deve estar ligado ao desenvolvimento de

projetos comuns aos dos atores, atendendo aos propósitos de melhoria da qualidade de vida e de fortalecimento local, econômico e ambiental, com troca de saberes, inserção dos membros socialmente, disseminação de conhecimentos, todos fundamentados dentro da economia solidária, como agentes da transformação social.

2.4.3 *Design* Transformável

Para Saltzman (2008), “o processo do *design* começa na proposição de um objeto imaginário e culmina na realização de um objeto material: nasce de uma ideia e se concretiza numa forma,” sendo então necessário pesquisar no conhecimento anatômico do corpo, na capacidade do têxtil de criar formas e sobre ele, nas qualidades estruturais e superficiais do material e nos recursos construtivos para conseguir os efeitos desejados.

Ainda para a autora, a natureza da indumentária e os diferentes recursos materiais e construtivos possibilitam pensar a vestimenta em função da capacidade de transformação do *design*, projetando um objeto versátil, flexível e com múltiplas formas. A transformação demanda a passagem de uma dada forma a outra, definindo uma nova missão para o *design*.

Manipulações como desarticular, unir, inserir, rebater e ajustar possibilitam o desenvolvimento de um design aberto e interativo, conforme são incorporadas além dos mecanismos de acesso e término da roupa (SALTZMAN, 2008).

Hoberman Associates (2014) é uma empresa com prática multidisciplinar, especializada em desenvolvimento de *design* transformável de produtos, estruturas e ambientes que mudam de tamanho e forma, pois acreditam que em um mundo em fase de acelerada transformação, necessita de uma abordagem interativa para projetar, que significa inventar um abrigo rapidamente implementável, redefinindo portabilidade para produtos infantis ou colaborando com arquitetos para desenvolver a geração de edifícios adaptáveis.

Ainda segundo Hoberman, esse projeto provoca e inspira equipes criativas de pensar em novas formas, sendo a curiosidade um requisito para a colaboração, ressaltando que diferentes pessoas dispostas em uma mesa não é suficiente, cada um precisa internalizar o ponto de vista do outro para um grau, aliando à

colaboração contínua. Ele revela que “nosso meio de projeto é o próprio comportamento”, “nossas criações são experiências no comportamento adaptativo”, no qual elegância e economia são valores preeminentes de um bom *design* e que a sustentabilidade os obriga a fazerem mais com menos.

Manuel e Lemos (2006) em seu trabalho apresentam objetos que aproveitam melhor e economizam o espaço pelo simples fato de mudarem de tamanho e função já que, quando o objeto configura estados complementares, possui características versáteis, podendo combinar diferentes formas de utilização em função das necessidades do usuário.

As estratégias de funcionamento mostram diferentes métodos de alteração geométrica dos objetos, os quais muitas vezes, caracterizam-se pela utilização de mais do que um princípio, definidos em dois conjuntos: um baseado em objetos com partes geralmente rígidas que possuem elementos de ligação e articulação, incluindo princípios como articular, reticular, montar, empilhar e o outro compreende objetos alteráveis pela flexibilidade dos materiais que os constituem como comprimir, dobrar, vincar, enrolar, tipo fole e insuflar, os quais serão vistos a seguir de acordo com os autores.

- Articular - um objeto articulável possui um corpo formado por duas ou mais partes móveis com junções articuladas entre as partes de seu esqueleto, cujas junções flexíveis geralmente chamadas dobradiças, permitem a aplicação repetida do princípio, sujeitos a desgaste. Citamos como exemplo a estrutura de uma cadeira de praia tipo espreguiçadeira, o guarda-chuva, óculos e o computador portátil.
- Reticular é a estratégia de funcionamento caracterizada pelo conseqüente estender e distender, como o exemplo dos toldos de proteção contra o sol, que podem ser estendidos para evitar a incidência solar e recolhidos quando desejável.
- Montar – significa dispor, preparar, implica a existência de um conjunto de peças separadas que podem ser ligadas como um todo e posteriormente desmontadas para serem facilmente armazenadas. Podemos citar como exemplo os andaimes utilizados em obras
- Empilhar significa dispor em pilhas, amontoar ou acumular, a exemplo de utensílios de cozinha como pratos, copos e talheres, algumas mesas e cadeiras.

- Comprimir – os objetos quando comprimidos podem ser armazenados com maior facilidade por ocuparem menos espaço. Um exemplo é o saco cama que é comprimido para transporte e armazenamento e estendido quando para utilização.
- Dobrar é um dos princípios mais comuns de redução do tamanho dos objetos que significa virar de modo que uma ou mais partes de um objeto fiquem sobrepostas a outras, porém nesse caso, é importante lembrar que, um objeto ao ser dobrado para reduzir espaço ao ser transportado ou armazenado, torna seu funcionamento limitado, pois assim, não há possibilidade de ser usado e, ao estar desdobrado, encontra-se passível de ser utilizado. Citamos nesse caso a tenda que são montadas e desmontadas, dobradas e acomodadas em um saco para seu transporte.
- Vincar – para vincar é necessário dobrar até esta ficar marcada, sendo o vinco então uma marca deixada pela execução de uma dobra, como os mapas de localização.
- Enrolar consiste em envolver um corpo numa forma cilíndrica ou esférica mais compacta, como a exemplo de fios de lã enrolados em novelo.
- Há também princípios que no tocante ao seu funcionamento assemelham-se a um leque, onde a estrutura se movimenta graças a um pivô, que prende as várias varetas em folhas sobrepostas e explanadas, visíveis ao mesmo tempo.
- Tipo fole (espécie de saco retrátil e extensível), dobrável pelos vincos constituintes, com sua flexibilidade também permite a extensão e retração. Nos aeroportos utilizam-se mangas em fole para acesso aos aviões.
- Insuflar – significa encher de ar, como balões de ar e air-bags.

Diante disso, esses objetos crescem e decrescem, expandem-se e contraem-se, transformando-se em função de necessidades. E essa possibilidade de serem repetidamente ajustados é que os definem como objetos economizadores de espaço (MANUEL; LEMOS, 2006).

As modificações podem fazer-se de modos distintos: gradual, quando a alteração compreende maior número de operações, ou de forma contínua, quando a operação é mais simples e feita rapidamente. Por exemplo, uma cadeira pode ser desdobrada com um único movimento de forma contínua enquanto que a montagem de um sofá implica várias operações que são feitas gradualmente (MANUEL; LEMOS, 2006).

Os autores ainda comentam que, um conjunto de instruções visuais, ilustrações, símbolos e outros elementos comunicacionais quando bem executados, indicam como montar, rodar, apertar ou executar outras ações importantes para o correto manuseio desses objetos em estudo.

Para Ribeiro (2012), “um *design* adaptável é transformável, multifuncional e por isso flexível.” Ele adapta-se à mudança sendo desta forma mais eficiente, prático e versátil, reunindo forma e função, culminando em um *design* “holístico”, fazendo com que o produto permaneça na vida do consumidor por mais tempo e os impactos econômico, social e ambiental sejam reduzidos.

Ainda em relação a mesma autora, seu trabalho aborda a questão do mobiliário infantil adaptável ao crescimento da criança, como cadeiras, berços, fraldários, camas, afirmando que o “*design* adaptável é inovador, dinâmico, não estático, interage e participa nas necessidades do usuário e, responde às preocupações sustentáveis da atualidade”, merecendo atenção na possibilidade de aumentar sua prática e eficiência. Também reconhece que o *design* tem evoluído cada vez mais no sentido de melhoria da qualidade de vida do ser humano e que a tendência para o multifuncional e o modular permite a flexibilidade de soluções que podem poupar os recursos naturais do planeta.

A *designer* Lucy Orta desenvolveu um “vestuário de refúgio”, são casacos reversíveis que se convertem em tendas ou sacos de dormir (RIBEIRO, 2012).

Ribeiro (2012) comenta que para que o *design* consiga atingir seus objetivos, necessita recorrer a várias ciências, sendo a ergonomia uma delas e que tem por objetivo estudar os parâmetros relacionados com a melhoria do bem-estar humano, inclusive no conforto e usabilidade das roupas, cuja produção em massa muitas vezes não leva em consideração as diferentes anatomias.

Uma característica muito importante assenta na escolha dos materiais, que não determinará somente a qualidade do produto, mas também a possibilidade de o tornar transformável, já que qualidade, resistência às diversas mudanças da peça,

fácil manutenção e usabilidade são alguns dos itens que definem um bom *design* (RIBEIRO, 2012).

Atualmente se verifica a existência de inúmeros produtos que utilizam a funcionalidade e a versatilidade para atender aos desejos e necessidades dos consumidores que muda constantemente. Cita-se ainda o exemplo das bicicletas dobráveis cujos fabricantes também salientam a sustentabilidade do produto. Há também estante e mesa extensível e dobrável, mesa de trabalho que se transforma em quadro, banco que se converte em cama, sofá individual que se converte em um de três e até quatro lugares, cadeira que se transforma em mesa, carrinho de mão dobrável, enfim, exemplos de que os produtos devem se adequar ao que o cotidiano necessita, levando praticidade aos seus usuários (MANUEL; LEMOS, 2006).

Para permitir a adaptação às necessidades humanas, o *design* deve seguir determinados princípios que possibilitam sua transformação e, analisando os conceitos do *design* moveleiro e de alguns objetos transformáveis, o próximo passo é a aplicação destes no desenvolvimento de produtos de moda, verificando através da prática o que ou qual poderá ser utilizado na concepção de roupas transformáveis.

Na moda, o intuito do *design* transformável é literalmente fazer com que uma peça se transforme em outra. Essa transformação será feita a partir de manipulações em sua estrutura, por meio de zíperes e botões de pressão que farão com que uma parte da roupa se desprenda da outra. Em outros casos, serão utilizados os mesmos meios para fazer a união dessas partes, configurando mais de um propósito de uso para o mesmo produto.

2.4.4 *Design* Colaborativo

É comum ouvir a respeito de colaboração e processos coletivos de trabalho, uma característica contemporânea, fruto de uma era em que as pessoas atuam em rede, compartilhando referências tanto no ambiente físico quanto no virtual (SAMPAIO, 2013).

A constante necessidade de ampliar a quantidade e as formas de interação na concepção de novos produtos e serviços têm feito com que aumentasse a complexidade projetual e a capacitação não só dos *designers*, mas também, de

todos os envolvidos no processo, gerando resultados positivos para todos (FONTANA, ET AL, 2012).

Os cenários mutantes e complexos exigem que o *design* interaja de forma transversal com disciplinas cada vez menos objetivas e exatas, confluindo-se com outras que compõem o âmbito do comportamento humano. Toda essa complexidade é proveniente da abundância de informações facilmente disponíveis e desconectadas e que, através de bruscas transformações, impõe que sejam feitas contínuas adaptações e que haja uma reorganização do sistema em nível de produção, vendas e consumo, visto que, as novas práticas em *design* alinham-se com as novas formas de inovação da tecnologia (MORAES, 2014).

O *design*, portanto, se apresenta como uma disciplina transversal (e até mesmo “atravessável”) ao aceitar e propor interações multidisciplinares que se relacionam com a precisão das áreas exatas, passando pelas reflexivas áreas humanas e sociais até chegar à liberdade de expressão das artes. Na verdade, o *design* amplia ainda o seu diálogo com as disciplinas tecnológicas, econômicas e humanas, bem como com as do âmbito da gestão, da semiótica e da comunicação (MORAES, 2014, p.03).

Para Martins e Silva (2009), o *design* colaborativo propõe a multiplicidade de pensamentos e a intervenção daqueles que estão em contato direto com a sua própria realidade, sustentando o ato de refletir sobre essa realidade e sobre suas condições, com foco na própria vida e sobre a imagem que deseja transmitir aos outros, o que o diferencia e ao mesmo tempo, o identifica.

Sampaio (2013) afirma que pensar em um modo colaborativo de conduzir projetos parte de um pensamento em *design* ilimitado à lógica “projetista-cliente”, estendendo-se para outros públicos e contextos, possibilitando que as ferramentas e processos possam ser apropriados, a fim de que os próprios sujeitos e grupos construam representações sobre sua atuação e inserção na realidade atual.

Ainda para o autor, essa possibilidade de envolvimento de múltiplos atores em projetos de *design* possibilita fontes diversas de conhecimentos, repertórios e saberes sobre todos os aspectos envolvidos na concepção dos produtos. Em caso de grupos com base comunitária, o envolvimento do *designer* e de outros especialistas daria lugar também aos próprios membros do grupo que são estimulados a participar ativamente na concepção dos projetos, evidenciando aspectos relativos à origem, existência e atuação das iniciativas de caráter comunitário.

O recurso mais importante para qualquer negócio ou organização são as pessoas e, dar voz aos envolvidos torna-os ativos em relação ao seu próprio futuro. Um importante desafio imposto ao *designer* é resolver o antagonismo existente entre o tempo real de trabalho de uma comunidade por exemplo e o tempo acelerado do mercado, sendo esse olhar um dos requisitos necessários à compreensão das diferenças culturais que existem entre o *designer* e o grupo. No entanto, o profissional de *design* além de ouvir, deve compreender, valorizar, trabalhar com e não trabalhar para, sendo um tradutor, agente mediador, transformador. Ele deve usar as ferramentas do *design* e aliar às metodologias participativas na criação de marcas e estratégias de comunicação, inserindo grupos ou comunidades em um mercado globalizado, favorecendo a ampliação da autoestima, do reconhecimento e da valorização de sua identidade cultural (MARTINS; SILVA, 2009).

A especificidade de cada grupo pede um olhar cuidadoso e a percepção de que a solução está no próprio grupo. Comparações são importantes no processo, mas a aplicação de modelos prontos não se coloca como a melhor solução. Cada grupo é um grupo, e suas realidades são muito diferentes, fluídas, mutantes. Em função disso é necessário que o *designer* tenha a sensibilidade de mudar de estratégia quando suas escolhas não dão certo (MARTINS; SILVA, 2009, p. 09).

Ainda para as autoras, trabalhar o *design* de forma participativa pressupõe mudança de postura por parte do designer e, o principal desafio nessa mudança de abordagem é a questão do tempo pois trabalhos colaborativos são difíceis e demorados. “É preciso estruturar uma rede de profissionais que trabalhem com os mesmos princípios, em especial em busca de um pensamento original e constituído coletivamente”. É preciso que este profissional articule realidades, pessoas, produtos e serviços, estar aberto a novos cenários, experimentar, sair do casulo, conectar, viver em rede, desacelerar, revalorizar o tempo e abrir a mente para novas posturas.

2.5 ROUPAS TRANSFORMÁVEIS

Para Schulte e Rosa, (2010 p. 42), a moda enquanto reflexo da cultura estabelecida e dos ideais sociais que a compõem é passível de mudanças, devendo ser projetada de acordo com os novos parâmetros desejáveis para o desenvolvimento sustentável, o paradigma do século XXI.

É nesse contexto que se justifica a busca por novas propostas visando a redução do consumo e um ciclo de vida mais longo aos produtos. É aí que surge a necessidade de um vestuário passível de ser transformável, proporcionando ao usuário versatilidade na hora de compor seu *look*.

“Abrir e fechar, ajustar, regular, prender são ações relativas aos mecanismos que possibilitam a facilidade de assimilação no manuseio dos componentes e aviamentos da roupa.” (MARTINS, 2008, p.324).

Para Treptow (2007), aviamentos são os materiais utilizados para a confecção de uma roupa além do tecido base, como por exemplo zíperes, botões funcionais, etiquetas de composição, de tamanho, de CNPJ, instruções de conservação, etc., cada um com sua função e que serão de grande valia para as transformações das peças.

Os princípios de compatibilidade com o usuário, clareza no manuseio e controle do usuário estão relacionados às tarefas de vestir e desvestir, que implicam abrir, fechar, ajustar os componentes, os aviamentos e as peças que compõem o produto de moda (MARTINS, 2008, p. 326).

Ainda para a autora, “a usabilidade representa a interface que possibilita a utilização eficaz dos produtos, tornando-os agradáveis e prazerosos durante o uso. Em síntese, a usabilidade é fundamental para avaliar a relação produto-usuário.”

Ela também comenta que com esses princípios aliados às propriedades ergonômicas, é possível atender às necessidades individuais do usuário e o produto de moda responderia à adequação e qualidade requerida pelos consumidores. Isso significa atribuir aos produtos a sua facilidade de uso, sem esquecer do seu valor estético, contribuindo para que o resultado do projeto de um produto seja esteticamente agradável e inovador, funcional, ergonômico e economicamente viável.

O fato de passar boa parte do tempo fora do ambiente domiciliar, sujeitos às diversas intempéries e diversos compromissos no decorrer do dia, permite que a vestimenta também venha a se adequar nessa rotina. No entanto, o presente trabalho tem por finalidade a criação de peças que, de acordo com a vontade e necessidade do usuário, possa ser transformada seguindo especificações de sua funcionalidade, com a possibilidade de que, após a sua transformação, a peça volte ao seu estado original.

Os fechos, as molas, o velcro, são formas de acabamento que não apenas cumprem uma função no vestuário, a função de dispositivos que permitem a transformação, mas tem também uma carga estética que se coaduna com a anterior definição da estética desconstruída do vestuário. Ao realizar-se o processo de transformação está-se de certo modo a desconstruir um *design* para o converter numa segunda alternativa estética. É neste processo de mudança que se pode considerar que se opera uma reconstrução do vestuário, onde o agente de construção será o utilizador (MACHADO, 2011, p. 12-13).

De acordo com as estratégias que permitem alteração nos objetos e mobiliários, entende-se que essa mesma lógica pode ser aplicada ao vestuário no sentido de promover peças que permitam sua adaptação a vários ambientes e circunstâncias diferentes, através da sua transformação, em diferentes utilizações e com diferentes funcionalidades, transformando também a aparência das pessoas de modo prático e preservando seu conforto e bem-estar (PEREIRA, 2008).

3 PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócios é o instrumento ideal para quem quer iniciar uma empresa, pois traça um retrato fiel do mercado, do produto e das atitudes do empreendedor, propiciando segurança e maiores condições de êxito em vencer os constantes desafios do mercado. Ele também tem por finalidade conferir a viabilidade das ideias para o negócio pretendido, buscando informações mais detalhadas sobre o ramo, os produtos e sobre os serviços que serão oferecidos, bem como a clientela, concorrentes, fornecedores, pontos fortes e fracos do negócio (SEBRAE, 2013).

Um plano de negócio é um documento que descreve por escrito os objetivos de um negócio e quais passos devem ser dados para que esses objetivos sejam alcançados, diminuindo os riscos e as incertezas. Um plano de negócio permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado (SEBRAE, 2013).

O plano de negócios também contribui para conseguir novos sócios, fazer parcerias com fornecedores e consumidores e para a solicitação de financiamentos ou empréstimos (CARTILHA: OUTRA ECONOMIA EM NOSSAS MÃOS: GESTÃO E VIABILIDADE ECONÔMICA, 2011).

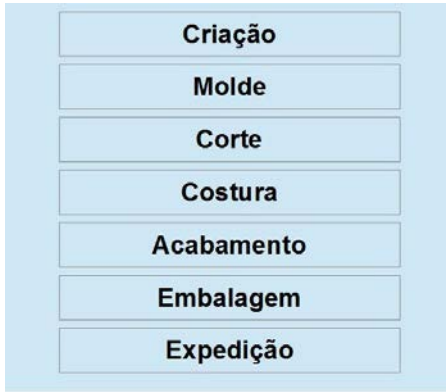
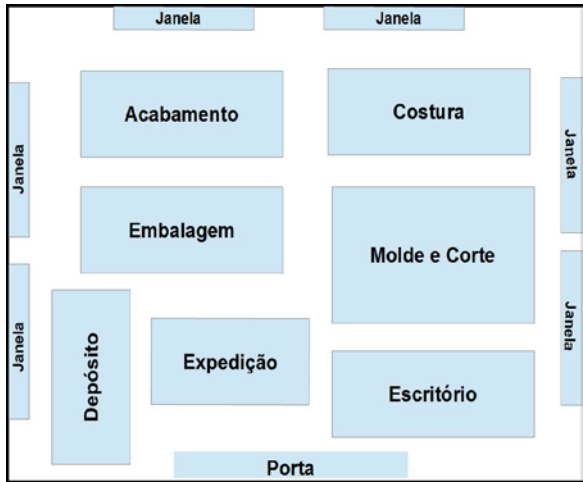
O quadro a seguir apresenta o plano de negócios com as principais informações referentes ao empreendimento econômico solidário denominado Comodat.

Quadro 1: Plano de Negócios

<p>Dados dos Empreendedores</p>	<p>A COMODAT terá como empreendedoras as Mulheres Solidárias, que fazem parte do Projeto de Economia Solidária e Protagonismo Feminino de Apucarana. Este Projeto é desenvolvido pela Prefeitura da cidade em parceria com a Secretaria da Mulher e Assuntos da Família de Apucarana.</p> <p>Para fazer parte das Redes de Mulheres Solidárias, é necessário passar por uma capacitação acerca dos princípios e</p>
--	---

	valores desta nova forma de economia. Depois de feita essa capacitação, as mulheres estão aptas a criarem o seu próprio Empreendimento Econômico Solidário ou podem fazer parte da COMODAT, que é um dos Empreendimentos Econômicos Solidários do projeto.
Dados do Empreendimento	A COMODAT (Cooperativa de Moda Transformável) é uma empresa de pequeno porte situada na cidade de Apucarana – Pr.
Missão da Empresa	A missão da COMODAT é oferecer roupas versáteis ao público jovem, contribuindo com a praticidade no seu cotidiano, prezando pelos princípios da economia solidária como autogestão, respeito ao meio ambiente e consciência de consumo solidário.
Fonte de Recursos	Para o início das atividades, os recursos para a implantação da empresa virão de recursos próprios e de terceiros, como por exemplo empréstimos junto a instituições financeiras que são parceiras desta nova forma de economia.
Público-Alvo Perfil dos Clientes	O perfil do consumidor da COMODAT compreende homens e mulheres com idade entre 25 e 35 anos, residentes na cidade de Apucarana e região. São pessoas com alto grau de instrução, que almejam demonstrar sua independência e prosperidade na carreira escolhida. São antenados às tendências de moda, tecnologia e adoram novidades. Fazem parte da classe social média alta, com alto poder aquisitivo e vida social ativa. Diante disso, sua opção pelos produtos da COMODAT está relacionada aos seguintes critérios: bom atendimento e valorização do cliente, qualidade e <i>design</i> diferenciado das peças.
Concorrentes	A Hipknoties®, a TwelveWays e a YAY são marcas internacionais que propõem essa inovação de um vestuário multi e facilmente conversível, todas empenhadas em inspirar somente o

	público feminino a simplificarem o guarda-roupa.
Fornecedores	EcoSimple: A <i>EcoSimple</i> é uma empresa de Americana – SP que produz tecidos 100% sustentáveis. Os tecidos são ecologicamente corretos pois a cada metro de tecido produzido, retira do meio ambiente cerca de 8 garrafas pet e 480 gramas de aparas e retalhos, com produção isenta de água, corantes, produtos químicos e emissão zero de carbono no meio ambiente.
Produtos, Preços e Estratégias promocionais	<p>A COMODAT atende ao público feminino e masculino no segmento <i>casualwear</i>, cuja linha de produtos é de cunho próprio, evidenciando o <i>design</i>, conforto e a elegância em suas peças.</p> <p>Os preços praticados serão diversificados de acordo com a peça desenvolvida, entre o mínimo de R\$ 400,00 e o máximo de R\$ 900,00.</p> <p>A divulgação da marca será realizada em três etapas: a primeira se utilizando de <i>outdoors</i> na entrada da cidade de Apucarana e polos <i>fashion</i> como Maringá e Londrina. Na segunda etapa serão produzidos catálogos para distribuição em feiras e exposições regionais e nacionais, promoções em eventos e internet (redes sociais e banners interativos que levem o consumidor até a página na <i>web</i>). E a terceira etapa, será feita através de revistas locais, regionais e propaganda na mídia televisiva.</p>
Estrutura de Comercialização	A comercialização dos produtos da COMODAT será feita pelas próprias empreendedoras, com a exposição dos produtos no Espaço Mulher (local destinado à comercialização dos produtos produzidos pelas Redes de Mulheres Solidárias de Apucarana), em feiras e eventos de moda ou economia solidária, e posteriormente, conforme a necessidade

	<p>e demanda, através de uma loja própria, contando também com um <i>e-commerce</i> com foco em pessoas jurídicas e redes de varejo.</p>
<p>Localização do Negócio</p>	<p>As vendas serão realizadas na região central da cidade, no Espaço Mulher e através do <i>e-commerce</i>.</p> <p>Já os produtos serão confeccionados em um lugar próximo ao centro e que atenda a todas as condições necessárias de trabalho como iluminação, ventilação, higiene, limpeza, segurança e que seja de fácil acesso, cujo valor de aluguel esteja ao alcance das empreendedoras.</p>
<p>Processos Operacionais</p>	
<p>Layout</p>	

Fonte: Adaptado do SEBRAE (2013).

O plano de negócios deve ser consultado e acompanhado constantemente, já que o mundo e o mercado estão sujeitos a constantes mudanças, que podem proporcionar novas oportunidades e ameaças ao empreendimento. Empreender é sempre um risco e o plano de negócios, mesmo não garantindo o sucesso do

empreendimento, auxilia as tomadas de decisões mais acertadas e faz com que os objetivos não sejam desviados (SEBRAE, 2013).

4 METODOLOGIA

4.1 TIPO DE PESQUISA

O presente trabalho trata-se segundo seus objetivos de uma pesquisa explicativa, “que tem como propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos”, aprofundando o conhecimento da realidade porque explica a razão, o porquê das coisas (GIL, 2010, p. 28).

Ainda para o autor, pode-se dizer que o conhecimento científico está assentado nos resultados oferecidos pelos estudos explicativos, o que não significa que as pesquisas exploratórias e descritivas tenham menor valor, pois quase sempre constituem etapa prévia e indispensável para que se possa obter explicações científicas. A pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva, já que a identificação dos fatores que determinam um fenômeno exige que este seja suficientemente descrito e detalhado.

Para Almeida (2011), esse tipo de pesquisa “tem foco na identificação de fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de determinados fenômenos, explicando a razão de tal ocorrência (causas e efeitos).”

Quanto ao tipo de abordagem, a pesquisa é considerada qualitativa segundo o mesmo autor, já que esse tipo de estudo possui como fonte direta de dados o ambiente natural e o pesquisador atua como instrumento fundamental, utilizando o enfoque indutivo na análise de dados e dando maior importância aos significados atribuídos pelas pessoas às coisas e à vida, sem necessidade de utilização de ferramentas estatísticas de análise de dados.

4.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

O questionário é considerado um instrumento de coleta de dados constituído por uma série ordenada de perguntas descritivas (perfis socioeconômicos como por exemplo renda, idade, escolaridade, profissão, dentre outros), comportamentais (padrões de consumo, comportamento social, econômico e pessoal) e preferenciais

(opinião e avaliação de alguma condição ou circunstância). Sua aplicação é de suma importância pois permite que o pesquisador levante informações referente ao objeto de estudo, cujo propósito é a identificação de aspectos que podem ser utilizados na estruturação do direcionamento mercadológico e no desenvolvimento da coleção para a marca criada.

4.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo foi delimitado em um grupo de 9 homens e 11 mulheres residentes na cidade de Apucarana e região, com idade entre 25 e 35 anos, de classe social média alta e que possuem vida social ativa.

Através de questionário aplicado via internet, foram indagadas questões primeiramente de identificação como idade, gênero e ocupação. O próximo passo foi perceber se o entrevistado saberia diferenciar uma peça modular de uma transformável. Em seguida, era necessário responder se a peça com essa funcionalidade teria aceitação pelo usuário e, em caso negativo, que fosse justificado o motivo e caso a resposta fosse positiva, em que ocasiões dentre balada, eventos sociais, dia a dia, trabalho e estudos o indagado usaria. As últimas questões referem-se à opinião e importância do entrevistado a esse tipo de vestuário e até qual valor ele estaria disposto a pagar por uma peça, variando entre os valores de R\$ 400,00 a acima de R\$ 900,00.

4.4 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

O desenvolvimento desse estudo foi organizado conforme as seguintes fases:

1ª: pesquisa bibliográfica para determinação dos conceitos em questão, realizada através de materiais constituído por livros, artigos, sites e outros materiais disponibilizados na internet, cujo objetivo é conhecer as diferentes contribuições

científicas disponíveis sobre os temas, fazendo o levantamento de abordagens já trabalhadas por outros estudiosos, assimilando os conceitos e explorando os aspectos já publicados.

2ª: pesquisa de campo com aplicação de questionários a um grupo de 9 homens e 11 mulheres para coleta de dados pertinentes ao direcionamento mercadológico e ao desenvolvimento do projeto de coleção.

3ª: pesquisa experimental com elaboração de estudos de modelagem, aplicando conhecimentos relacionados à ergonomia cujo propósito é a materialização das peças, atendendo a funcionalidade de praticidade no dia a dia dos consumidores.

4.5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados da coleta de dados do levantamento de campo foram organizados por meio de gráficos que demonstram as respostas concedidas pelos participantes da investigação.

Esses gráficos são apresentados seguidos de um texto com breve análise dos resultados, considerando essas informações de contribuição para os aspectos referentes ao direcionamento mercadológico e ao desenvolvimento do projeto da coleção.

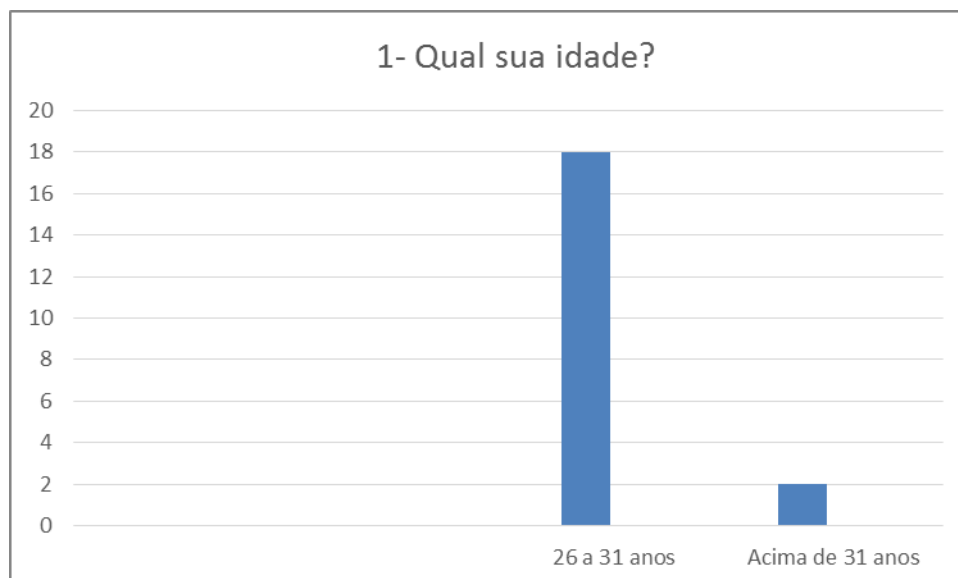


Gráfico 1 – Dados coletados na pesquisa de campo – (1ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 1ª pergunta: De acordo com os dados apresentados no gráfico 1, observa-se que a faixa etária que se sobressaiu na pesquisa encontra-se entre 26 a 31 anos.

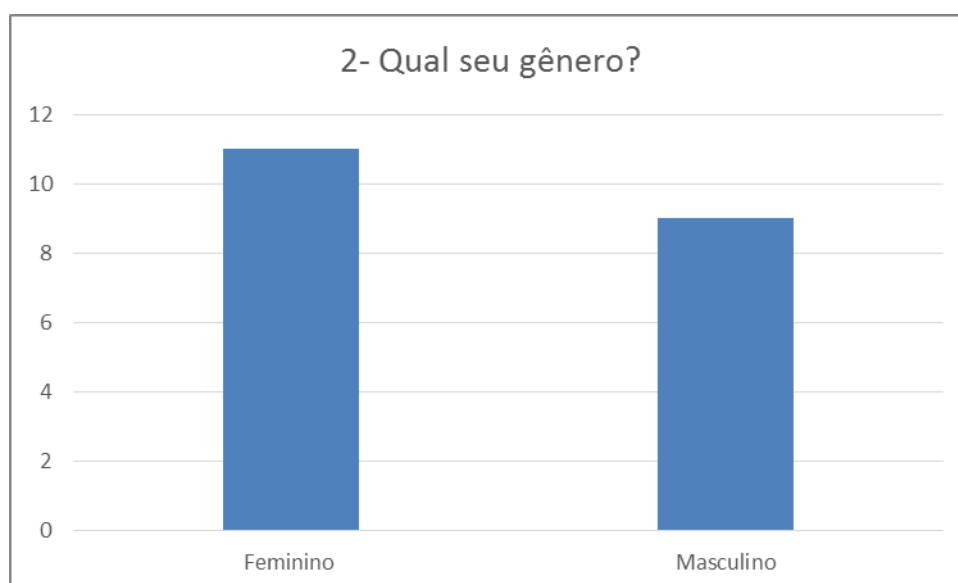


Gráfico 2 – Dados coletados na pesquisa de campo – (2ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 2ª pergunta: Na pesquisa realizada, o sexo feminino encontra-se em evidência entre os entrevistados.

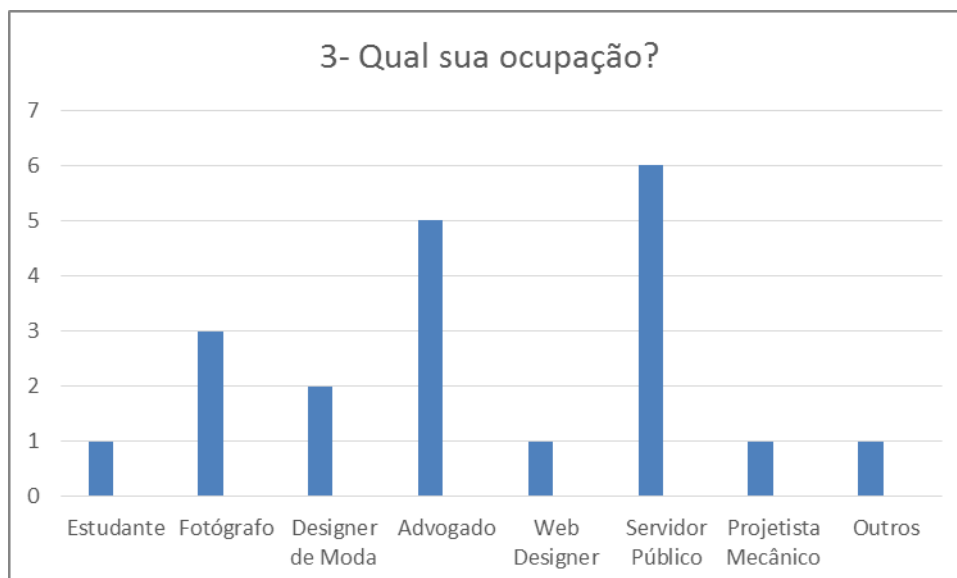


Gráfico 3 – Dados coletados na pesquisa de campo – (3ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 3ª pergunta: Dentre os entrevistados, percebe-se que a maioria já é graduado.

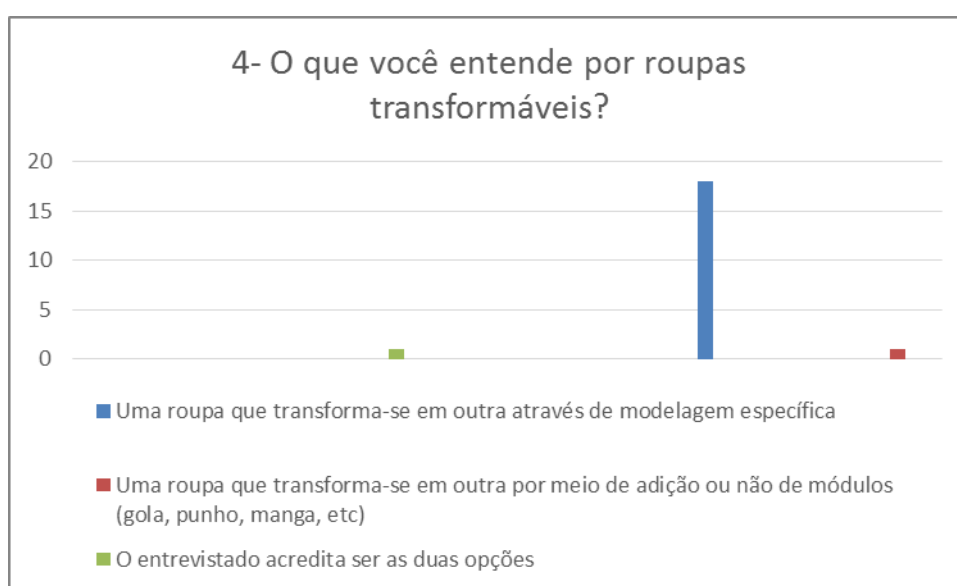


Gráfico 4 – Dados coletados na pesquisa de campo – (4ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 4ª pergunta: Um dos propósitos dessa questão era detectar se o participante sabia distinguir uma roupa transformável de uma modular. Percebe-se que a maioria mesmo com pouco conhecimento, soube identificar e diferenciar uma peça da outra. Houve um caso em que o entrevistado acredita que ambas as opções são verdadeiras na questão da transformação.

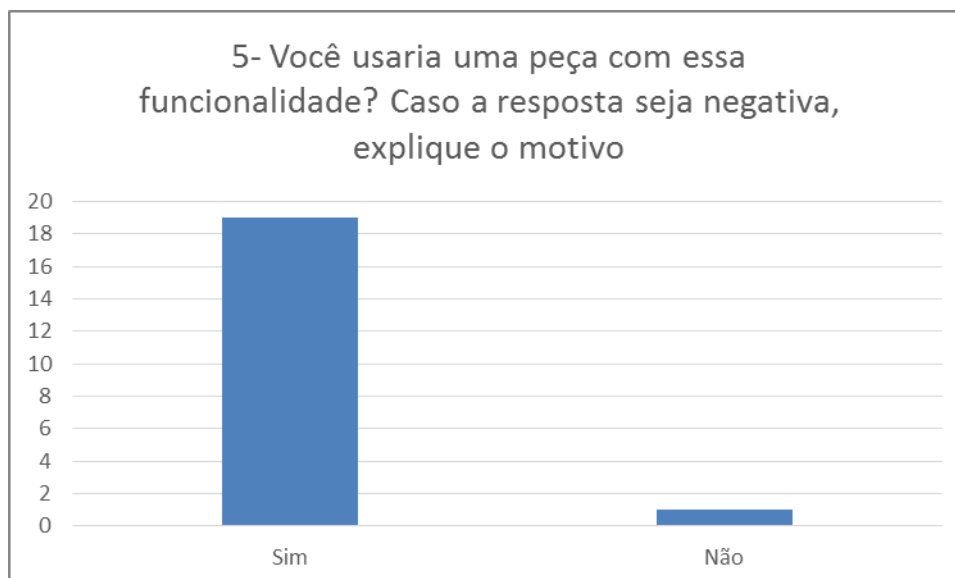


Gráfico 5 – Dados coletados na pesquisa de campo – (5ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 5ª pergunta: Houve grande aceitação das peças com essa funcionalidade por parte dos entrevistados, exceto o caso em que um usuário afirmou não usar esse tipo de vestuário por não fazer parte do seu estilo, mas que mesmo assim considera importante e interessante.

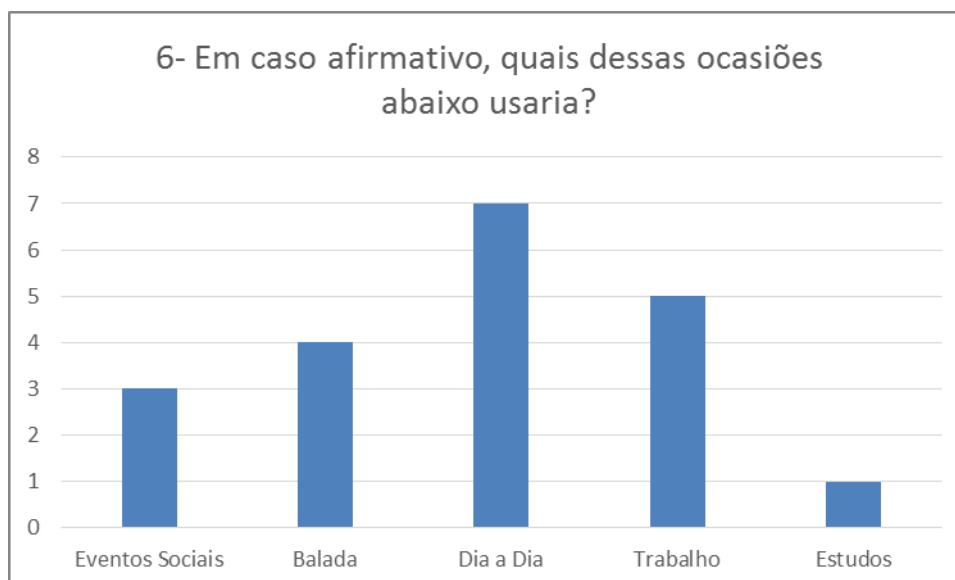


Gráfico 6 – Dados coletados na pesquisa de campo – (6ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 6ª pergunta: Conforme os dados coletados na pesquisa, identificamos que a ocasião mais escolhida para o uso dessa vestimenta refere-se ao dia a dia, seguido por trabalho, balada, eventos sociais e por último estudos.

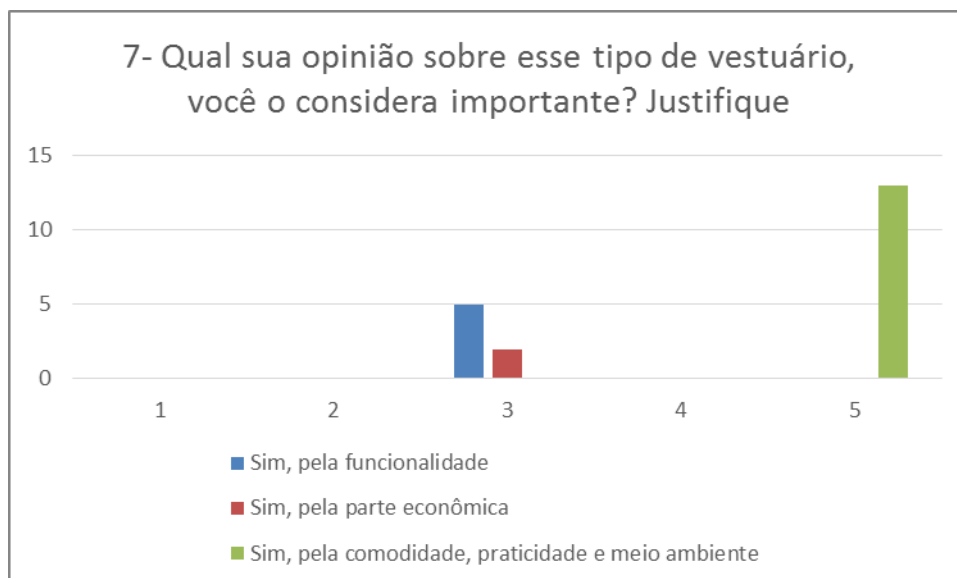


Gráfico 7 – Dados coletados na pesquisa de campo – (7ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 7ª pergunta: Todos os entrevistados são unânimes em afirmar que esse tipo de vestuário é importante, principalmente pela questão da praticidade e comodidade na correria do dia a dia, o que ainda beneficia e respeita a questão ambiental.

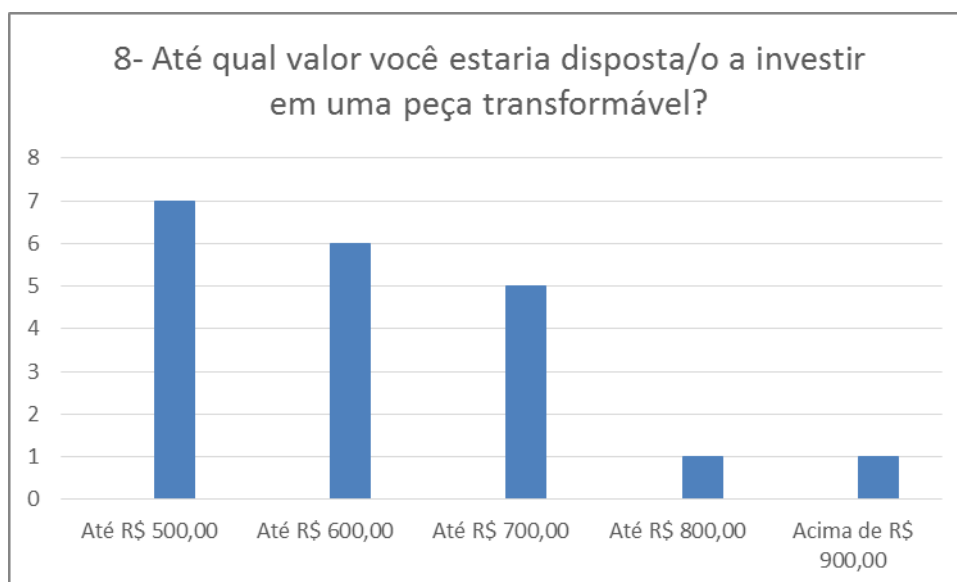


Gráfico 8 – Dados coletados na pesquisa de campo – (8ª pergunta)
Fonte: Da autora (2015).

Análise da 8ª pergunta: A maioria dos entrevistados afirmou estarem dispostos a investir até R\$ 500,00 pelas peças da COMODAT.

5 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

5.1 EMPRESA

5.1.1 Nome da Empresa

A razão social da empresa é Cooperativa de Moda Transformável. Possui como nome fantasia a denominação de COMODAT.

5.1.2 Porte

De acordo com o SEBRAE (2015), a classificação de uma empresa pode ser definida de acordo com alguns critérios:

Quanto à receita bruta anual:

Quadro 2 – Classificação de uma empresa quanto à receita bruta anual

Empreendedor Individual (EI) – até R\$ 60.000,00.
Microempresa (ME) – até R\$ 360.000,00.
Empresa de Pequeno Porte (EPP) – de R\$ 360.000, 01 até R\$ 3.600.000,00.

Fonte: Adaptado do site do SEBRAE (2015).

Quanto ao número de empregados:

Quadro 3 – Classificação de uma empresa quanto ao número de empregados

Indústria	Comércio e Serviços
Micro: com até 19 empregados	Micro: até 9 empregados
Pequena: de 20 a 99 empregados	Pequena: de 10 a 49 empregados
Média: 100 a 499 empregados	Média: de 50 a 99 empregados
Grande: mais de 500 empregados	Grande: mais de 100 empregados

Fonte: Adaptado do site do SEBRAE (2015).

Com base nesses critérios estabelecidos pelo SEBAE, a COMODAT encaixa-se quanto à receita bruta anual como Empresa de Pequeno Porte e quanto ao número de empregados, por se tratar de uma cooperativa, ela está enquadrada como Pequena Empresa, pois necessita de um número mínimo de vinte colaboradores para sua existência.

5.1.3 Marca

A COMODAT é uma marca que surgiu a partir da constante necessidade de inovação no mundo da moda e que também é fruto do desejo de inserção social de pessoas afastadas do mercado de trabalho, valorizando a cooperação, os princípios da economia solidária e o cuidado com o meio ambiente, cujo diferencial encontra-se na versatilidade das peças, auxiliando no cotidiano dos seus clientes.

O logotipo da COMODAT tem como ponto de partida a fonte *Helvetica Neue*, modificada de forma que certas características da empresa sejam inseridas de forma subliminar: o fato da COMODAT ser formada predominantemente por mulheres está representado pelo “m” destacado. Os dois “O” cortados representam o ofício de corte e costura. A forma “estrelada” na ponta direita é uma flor estilizada, representando a delicadeza e perfeição sempre buscadas na realização dos produtos dentro da marca.

Quanto aos produtos provenientes de ordem gráfica e / ou estamperia, o logotipo utilizado será uma variação em cor chapada, afim de facilitar e economizar na confecção desses produtos.



Figura 1 – Logotipo
Fonte: Da autora (2015)

5.1.4 Conceito da Marca

A COMODAT é uma marca criada para atender um público jovem, maduros, ávidos por novidades e ativos no seu dia a dia. A ideia de trabalhar com roupas versáteis que atendem a mais de uma utilidade reflete esse panorama de consumo, no qual a correria entre trabalho, balada e demais atividades torna a tarefa de trocar o vestuário um tanto quanto desconfortável. A proposta da COMODAT é justamente contribuir com a praticidade no cotidiano dessas pessoas, bem como prezar pela economia solidária e seus princípios como autogestão, respeito ao meio ambiente e consciência de consumo solidário. Todos os esforços da COMODAT devem convergir para a satisfação de nossos clientes, atendendo suas reais necessidades, garantindo qualidade, variedade em produtos, rapidez e cortesia.

5.1.5 Segmento

A COMODAT é uma marca que atende ao público feminino e masculino no segmento *casualwear*, peças básicas que evidenciam o *design*, o conforto e a elegância.

5.1.6 Distribuição

A distribuição dos produtos da COMODAT será viabilizada por meio da contratação de um motorista para a realização das entregas dos produtos, cujo prazo varia entre 30 e 45 dias úteis.

5.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

A Hipknoties® é uma marca internacional que propõe essa inovação de um vestuário multi e facilmente conversível, denominado “30 maneiras de embelezar a sua figura e estilo de vida”. Ela está empenhada em inspirar as mulheres de todas as idades e tamanhos, simplificando o guarda-roupa com versáteis peças de vestuário e acessórios.

A TwelveWays é outra marca projetada para revolucionar o guarda-roupa das mulheres. São “12 maneiras” de usar uma mesma peça, alterando o *look* do dia para a noite para que a mulher possa escolher entre sentir-se sexy, forte, elegante ou simplesmente bem vestida.

A YAY roupa conversível foi criada para acompanhar uma mulher moderna, que não acredita em conformidade com um estilo de vida monótono, mas que prefere ser sua própria estilista, diferenciando sua aparência.

5.1.8 Sistemas de Vendas

A comercialização dos produtos da COMODAT será feita pelas próprias empreendedoras, com a exposição dos produtos no Espaço Mulher (local destinado à comercialização dos produtos produzidos pelas Redes de Mulheres Solidárias de Apucarana), em feiras e eventos de moda e de economia solidária nacionais e internacionais, conforme as oportunidades. Posteriormente, conforme a necessidade e demanda, através de uma loja própria, contando também com um *e-commerce* com foco em pessoas jurídicas e redes de varejo.

5.1.9 Pontos de Vendas

Os pontos de vendas da COMODAT serão o Espaço Mulher, local destinado à comercialização dos produtos das Redes de Mulheres Solidárias de Apucarana e posteriormente, conforme a necessidade e demanda, através de loja própria na região central da cidade e expandindo-se nacionalmente.

5.1.10 Preços Praticados

Os preços praticados serão diversificados de acordo com a peça desenvolvida, o que ficará entre o mínimo de R\$ 500,00 para as peças mais simples e as mais elaboradas terão valor máximo de R\$ 900,00, justificando-se pela qualidade dos produtos desenvolvidos.

5.1.11 Promoção

Na virada da estação, a marca realizará promoções em peças das coleções anteriores, oferecendo margens de descontos que poderão variar entre 5% e 6%.

Para os modelos da coleção da estação, serão efetuados descontos que funcionarão da seguinte forma:

-Pessoas físicas: para compras acima de R\$ 1.500,00 (à vista), desconto de 3% ou em 3x no cartão de crédito.

-Pessoas jurídicas: para compras acima de R\$ 3.500,00 (à vista), desconto de 4%.

Em épocas de datas comemorativas, serão feitas ofertas especiais em todos os produtos da loja com direito a sorteio de brindes no Dia das Mães, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Natal.

5.1.12 Propaganda e Marketing

A divulgação da marca será realizada em três etapas: a primeira utilizando-se *outdoors* na entrada da cidade de Apucarana e pólos *fashion* como Maringá e

Londrina. Na segunda etapa serão produzidos catálogos para distribuição em feiras e exposições regionais e nacionais, promoções em eventos e internet (redes sociais e banners interativos que levem o consumidor até a página na *web*). E a terceira etapa, será feita através de revistas locais, regionais e propaganda na mídia televisiva.

5.1.13 Planejamento de Visual e Embalagem

A COMODAT trabalhará com dois tipos de embalagens em seus pontos de vendas. Uma (figura 2), será produzida a partir de material reciclado (papel) e utilizada diariamente, a outra embalagem será a ecobag (figura 3), destinada aos nossos clientes fiéis. Para os cartões de visita, catálogos e *flyers*, seguiremos a mesma linha de material reciclado.



Figura 2 – Embalagem produzida a partir de material reciclado para uso diário
Fonte: Da autora (2015)



Figura 3 – Ecobags destinadas aos clientes fieis
Fonte: Da autora (2015)

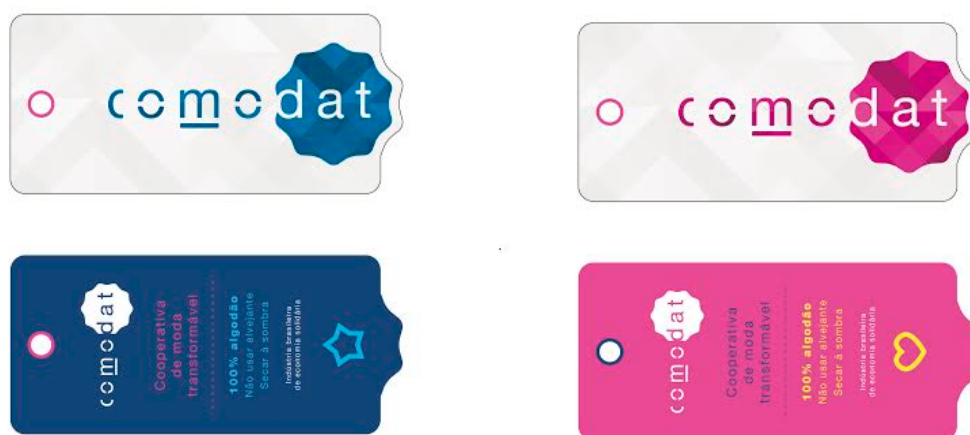


Figura 4 – Tags
Fonte: Da autora (2015)

5. 2 PÚBLICO-ALVO



Figura 5 – Público-alvo
Fonte: Imagem comprada em br.123rf.com (2015)

5.2.1 Perfil do Consumidor

O perfil do consumidor da COMODAT compreende homens e mulheres com idade entre 25 e 35 anos, residentes na cidade de Apucarana e região. São pessoas com alto grau de instrução, que almejam demonstrar sua independência e prosperidade na carreira escolhida. São antenados às tendências de moda, tecnologia e adoram novidades. Fazem parte da classe social média alta, com alto poder aquisitivo e vida social ativa. Diante disso, sua opção pelos produtos da COMODAT está relacionada aos seguintes critérios: bom atendimento e valorização do cliente, qualidade e *design* diferenciado das peças.

5.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

5.3.1 Macrotendências

Segundo a British Broadcasting Corporation (BBC), uma emissora pública de rádio e televisão, as macrotendências de comportamento e consumo serão marcadas pelas seguintes características:

Quadro 4 – Macrotendências

Macrotendência	Descrição
Consciência Social e Ambiental	<p>As pessoas parecem demonstrar maior consciência sobre o que estão levando para casa, preocupando-se também com o meio ambiente e com o valor social, ligado ao consumo de produtos e marcas que adotam práticas de negócios éticas e sustentáveis.</p> <p>Já as empresas por sua vez também se preocupam com a responsabilidade social, de modo a não perder sua cartela de clientes com ações voltadas em prol do meio ambiente e do consumo sustentável.</p>
Importância do Ambiente Comunitário	<p>O mundo hoje assiste a um renascimento de consumo voltado para o ambiente familiar e comunitário, cujas mercadorias produzidas localmente apresentam-se como antídoto ao mercado global.</p>

Fonte: Adaptado do site BBC (2015)

5.3.2 Microtendências

Segundo o site *fashionbubbles*, o SENAC Moda Informação revela as principais tendências do outono inverno 2015/2016:

Quadro 5 – Microtendências 2015/2016

Microtendência	Descrição
<p>Zona de Conforto – Elegância Descomplicada</p>	<p>A zona de conforto traz influência do mundo ameaçado constantemente por diversos conflitos e pela procura por segurança, tranquilidade e simplicidade. As formas volumosas e aconchegantes abraçam o corpo e proporcionam calor e aconchego.</p> <p>Palavras-chave: desconstrutivismo, luxo simples, prático, utilitário.</p>
<p>Streetstyle – Urbano Esportivo</p>	<p>O efervescente e veloz mundo das redes sociais provoca misturas de influências relativas às múltiplas expressões culturais do mundo urbano atual, criando moda e modismos que falam diretamente ao universo jovem.</p> <p>Entre as peças que se destacam com essa influência estão o suéter de moletom, jaquetas e calças justas.</p> <p>Cores: laranja, preto, cinza e pink.</p>

Fonte: Adaptado do site *fashionbubbles* (2015)

Vestidos compridos, capas, ponchos, pelerines, roupas em couro e veludo como as imagens a seguir também estarão em alta para o próximo inverno (BUYER & BRAND, 2015).



Figura 6 – Tendência da próxima estação
Fonte: Site Buyer & Brand (2015)

5.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.4.1 Delimitação Projetual

Dentro da proposta para o desenvolvimento do projeto de coleção de vestuário transformável, a delimitação projetual contempla valores dentro dos seguintes aspectos:

Funções práticas:

- Modelagem apropriada que torne eficiente os movimentos do corpo independente da transformação efetuada na peça, levando em consideração aspectos ergonômicos;
- Funcionalidade e conforto que tornem as peças agradáveis de serem usadas.
- Uso de tecidos apropriados de acordo com a sua transformação.

Funções estético-simbólicas:

- Aplicação de elementos e detalhes diferenciados como recortes, aviamentos, etc., que valorizem as peças.
- Utilização de cores e materiais que estejam de acordo com as últimas tendências de moda.

5.4.2 Especificações do Projeto

5.4.2.1 Conceito da Coleção

A coleção outono/inverno 2015/2016 da COMODAT tem como conceito a sofisticação da arquitetura, que se materializa diante das formas e texturas encontradas nas peças.

Assim como a arquitetura tem o objetivo de planejar, projetar e desenhar os espaços urbanos visando melhorar a qualidade de vida das pessoas que nele convivem, a COMODAT também tem como objetivo o de planejar, projetar e

desenhar cada peça, seguindo os critérios de estética, conforto e funcionalidade, visando praticidade no cotidiano de seus usuários, revelando assim a identidade da marca.

5.4.2.2 Nome da Coleção

A coleção outono/inverno 2015/2016 da COMODAT denomina-se “Desconstrução”, em referência à arquitetura. Toda obra de desconstrução requer um modelo de construção, que causa uma estimulante imprevisibilidade.

5.4.2.3 Referência da Coleção

A grande influência da Coleção “Desconstrução” da COMODAT é a arquitetura.

Essa referência é traduzida visualmente por meio da arquitetura do *Denver Art Museum*, do arquiteto Daniel Libeskind, cujo diálogo entre a ousadia de construção e o romantismo da paisagem cria um lugar único no mundo.

O visual desse estilo pode encantar a alguns e causar estranheza a outros, com traços e formas que trazem inquietação com o intuito de deslocar e não destruir, além de imprimir a sensação de buscar o diferente inserido no familiar.



**Figura 7 – Referência da coleção
*Denver Art Museum***

5.4.2.4 Cores

A coleção “Desconstrução” outono/inverno 2015/2016 apresenta em sua cartela de cores tons mais sóbrios como o preto e o cinza chumbo. Para tornar as peças com mais *glamour*, o *pink*, o laranja e o cinza claro também foram utilizados.

5.4.2.5 Materiais

Os tecidos utilizados pela COMODAT variam entre o couro sintético, sarja resinada, pele baixa, veludo, veludo italiano, lã, malha neoprene, plush aveludado, malha canelada.

Para que haja a transformação nas peças, serão utilizados botões e zíperes, que promoverão também uma sensação de riqueza e sofisticação nas peças.

5.4.2.6 Formas e Estruturas (*shapes*)




Figura 8 – *Shapes*
Fonte: Da autora (2015)

5.4.2.7 Tecnologias

As tecnologias utilizadas pela COMODAT para a confecção de seus produtos consistem em maquinários industriais denominados como máquinas de costura do tipo “reta”, “overloque” e “galoneira”.

No processo de criação e desenvolvimento, será adotado o uso de softwares gráficos como CorelDraw e Photoshop para representar os desenhos planejados das fichas técnicas.

5.4.2.8 Mix da Coleção

 COLEÇÃO “DESCONSTRUÇÃO” – OUTONO/INVERNO 2015/2016				
PRODUTO	MODELO	REFERÊNCIA	MIX	QUANTIDADE
TOP	BLAZER	BLA 01	FASHION	2
		BLA 02	FASHION	
	COLETE	COL 01	FASHION	3
		COL 02	FASHION	
		COL 03	FASHION	
	TOP	TOP 01	BÁSICO	4
		TOP 02	BÁSICO	
		TOP 03	FASHION	
		TOP 04	BÁSICO	
	BLUSA	BLU 01	FASHION	4
		BLU 02	FASHION	
		BLU 03	VANGUARDA	
		BLU 04	BÁSICO	
	CASACO	CAS 01	FASHION	4
CAS 02		FASHION		
CAS 03		FASHION		
CAS 04		FASHION		
PONCHO	PON 01	BÁSICO	1	
CAPA	CAP 01	FASHION	1	
BOTTOM	CALÇA	CAL 01	FASHION	8
		CAL 02	BÁSICO	
		CAL 03	BÁSICO	
		CAL 04	FASHION	
		CAL 05	BÁSICO	
		CAL 06	BÁSICO	
		CAL 07	BÁSICO	
		CAL 08	FASHION	
	SAIA	SAI 01	BÁSICO	7
		SAI 02	BÁSICO	
		SAI 03	BÁSICO	
		SAI 04	BÁSICO	
		SAI 05	BÁSICO	
		SAI 06	BÁSICO	
SAI 07		FASHION		
DRESS	VESTIDO	VES 01	FASHION	6
		VES 02	FASHION	
		VES 03	FASHION	
		VES 04	FASHION	
		VES 05	VANGUARDA	
		VES 06	FASHION	
	MACACÃO	MAC 01	VANGUARDA	1
CONJUNTO	CON 01	FASHION	1	
TOTAL:				42

Fonte: Da autora (2015)

5.5 PAINEL SEMÂNTICO

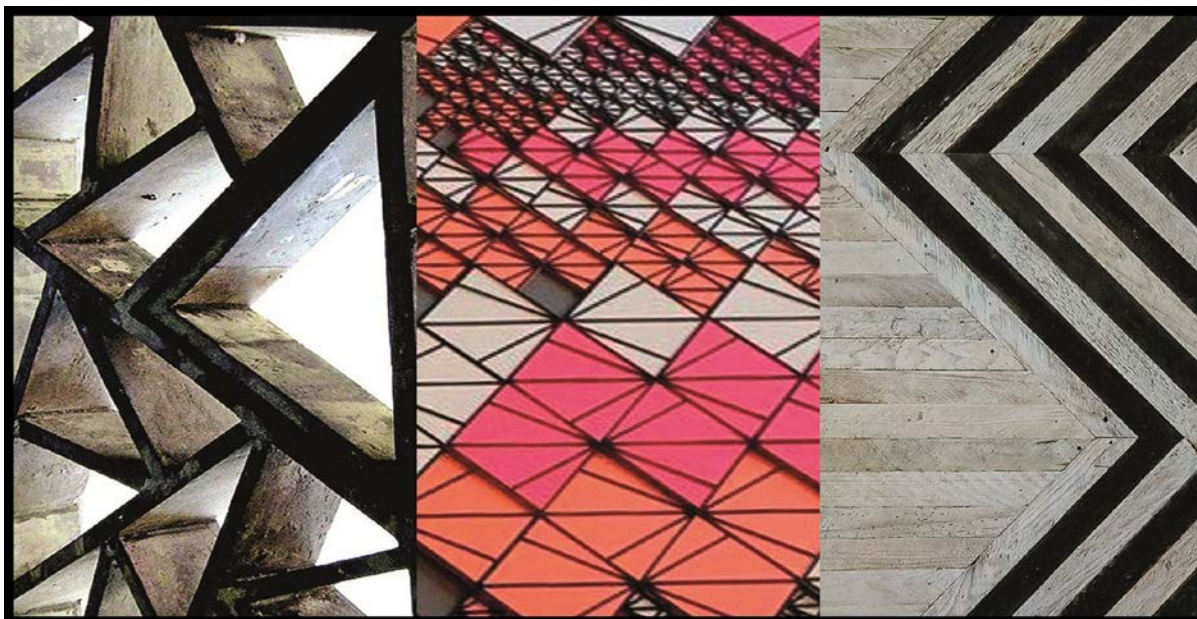


Figura 9 – Painel semântico da coleção
Fonte: Google imagens

5.6 CARTELA DE CORES



Figura 10 – Cartela de cores *Pantone Fashion+Home*
Fonte: Da autora (2015)

5.7 CARTELA DE MATERIAIS

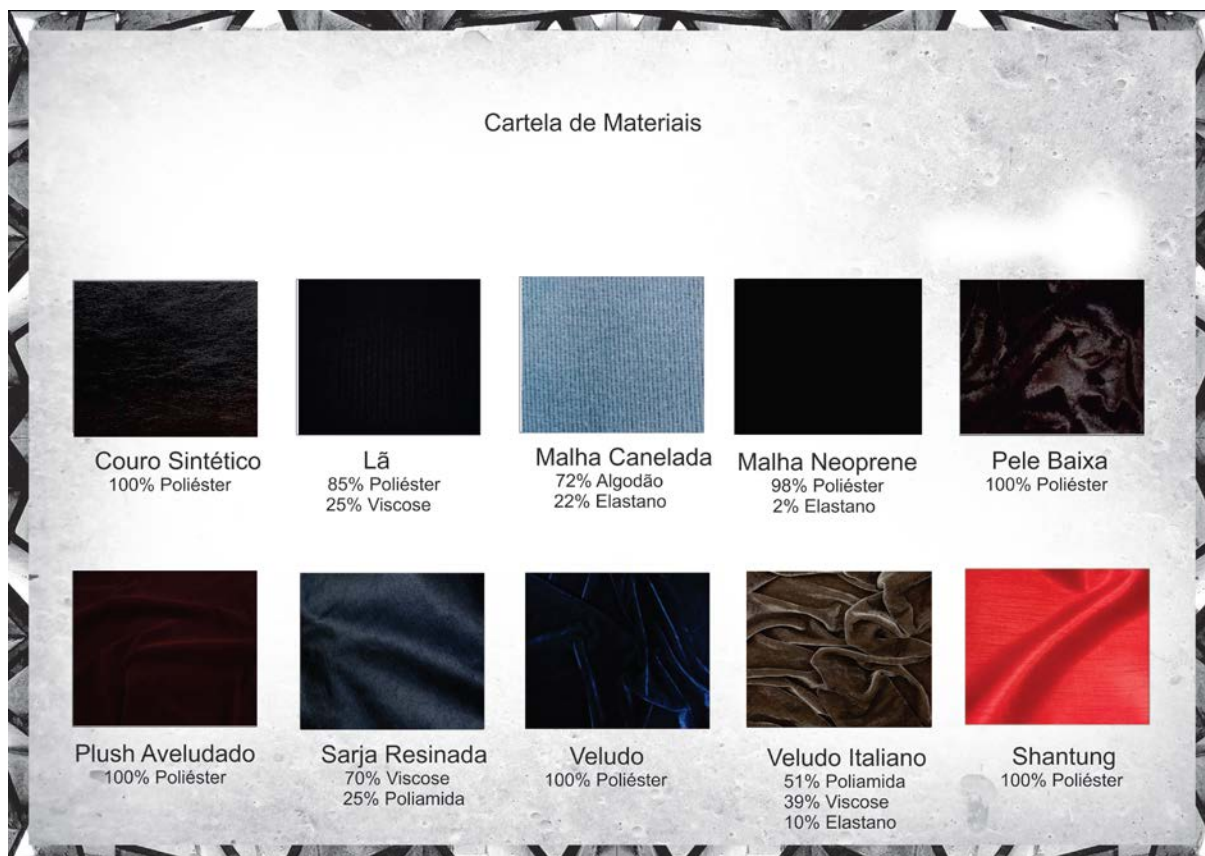
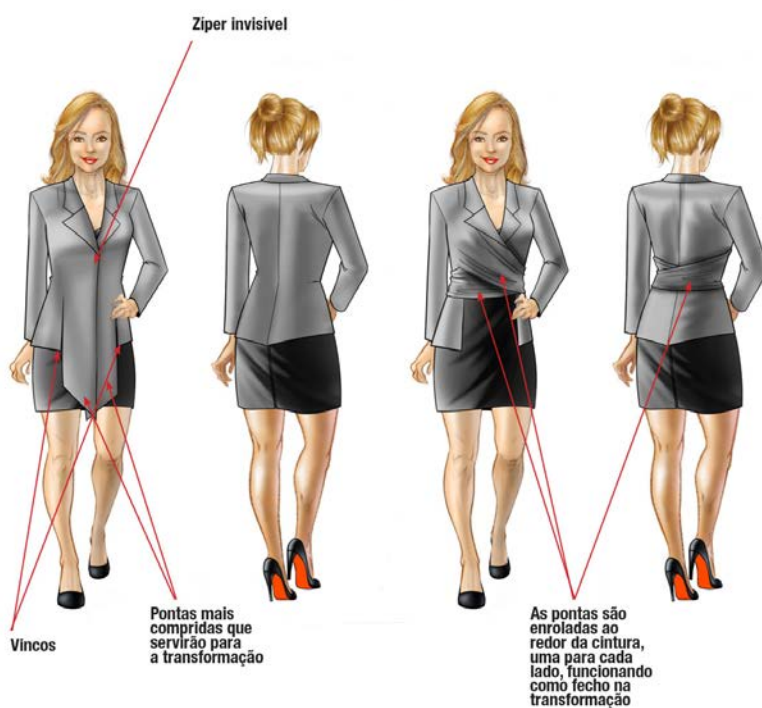


Figura 11 – Cartela de materiais
Fonte: Da autora (2015)

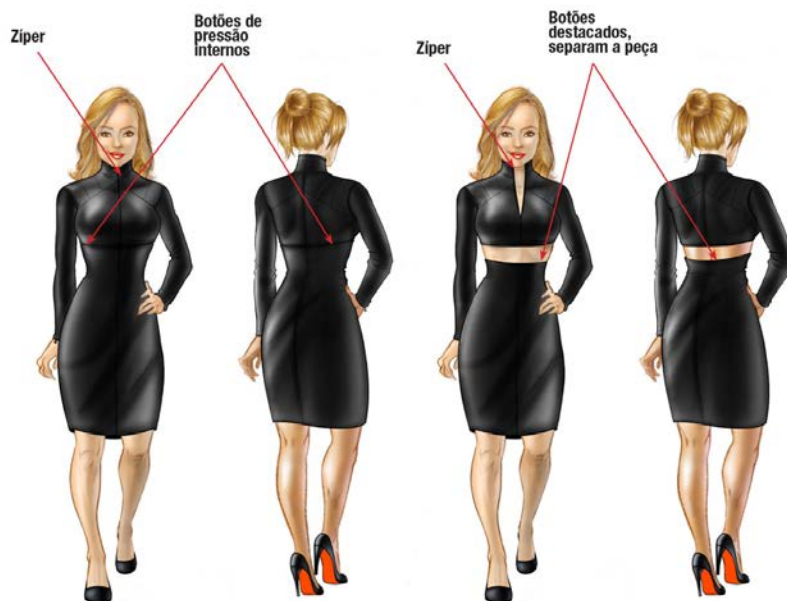
5.8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

LOOK 01 - BLAZER DESPOJADO COM PONTAS**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta linda peça poderá ser usada tanto como um blazer comum quanto um blazer mais fashion, enrolando suas pontas na cintura.



Figura 12 – Geração de alternativas – Look 01
 Fonte: Da autora (2015)

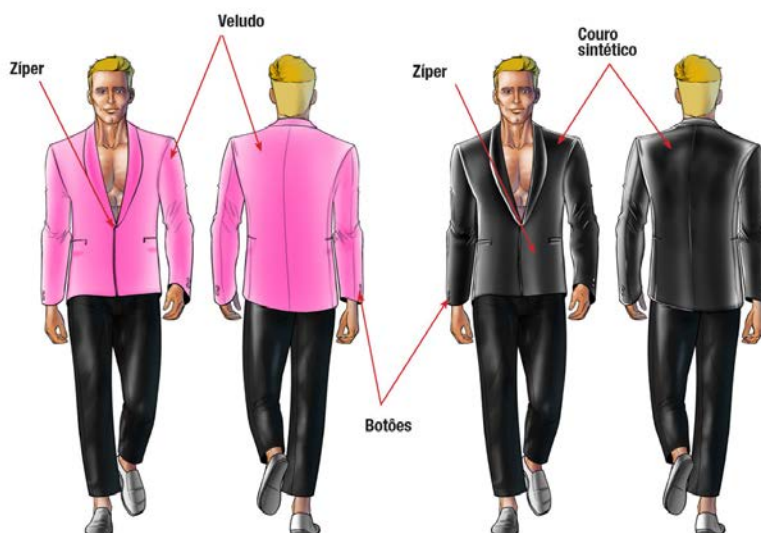
LOOK 02 - VESTIDO QUE SE TRANSFORMA EM CONJUNTO DE BOLERO COM SAIA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta bellissima peça poderá ser usada como um vestido, ou então, ao separar a saia pelos botões de pressão, você pode obter um bolero e uma saia.

comodat

Figura 13 – Geração de alternativas – Look 02

Fonte: Da autora (2015)

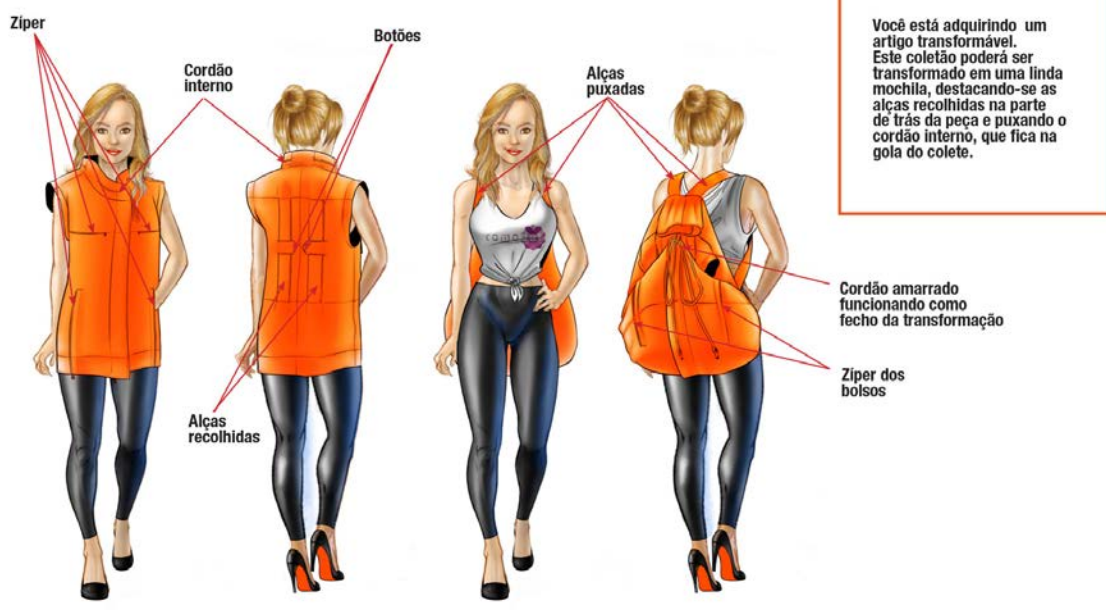
LOOK 03 - BLAZER DUPLA FACE (VELUDO/COURO SINTÉTICO)**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta glamourosa peça pode ser utilizada em ambos os lados.

comodat

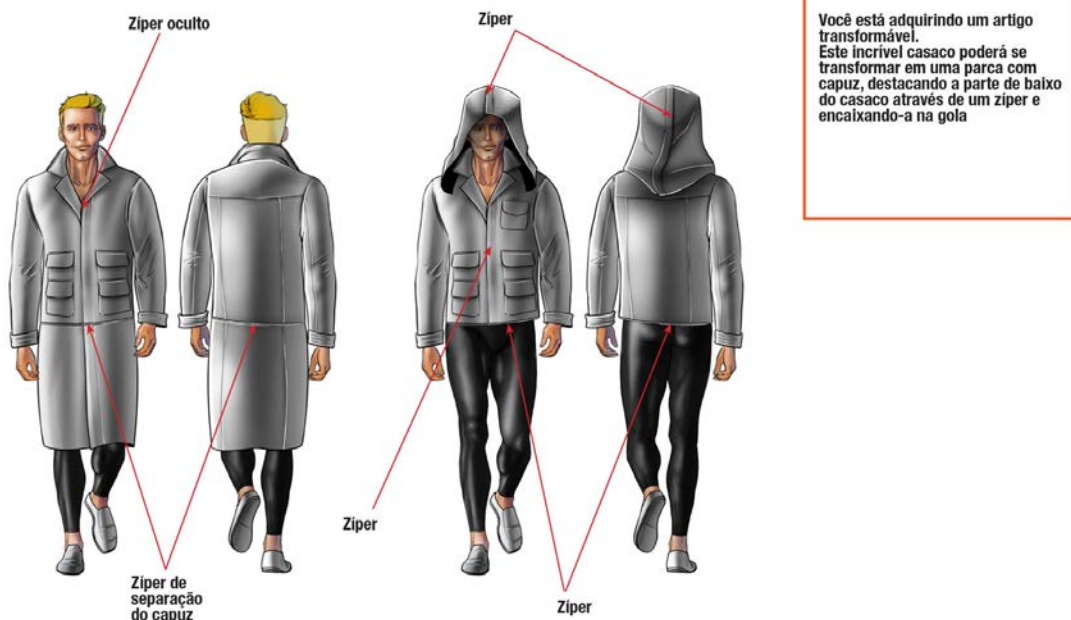
Figura 14 – Geração de alternativas – Look 03

Fonte: Da autora (2015)

LOOK 04 - COLETÃO DOBRÁVEL QUE SE TRANSFORMA EM MOCHILA

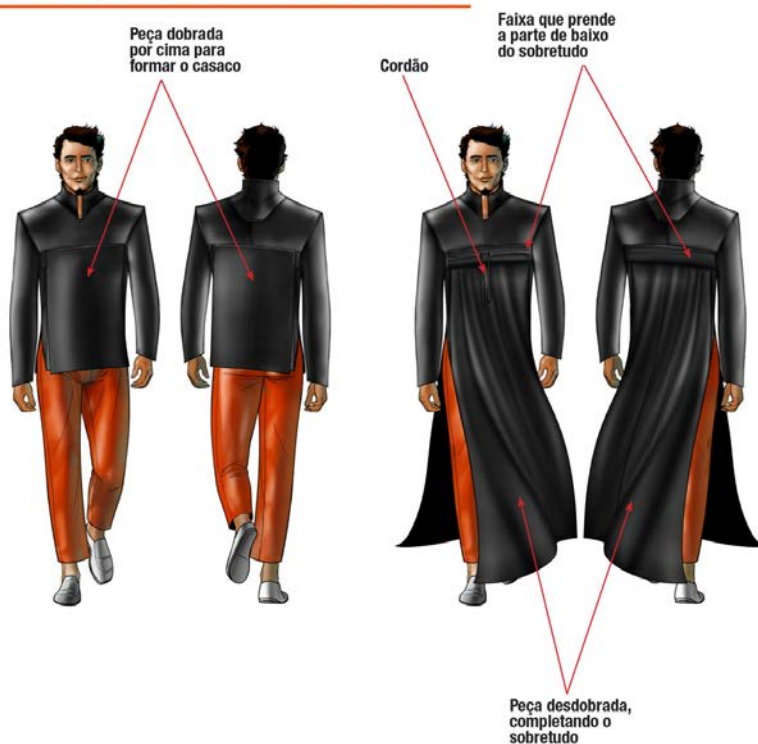
comodat

Figura 15 – Geração de alternativas – Look 04
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 5 - CASACO QUE SE TRANSFORMA EM PARCA COM CAPUZ

comodat

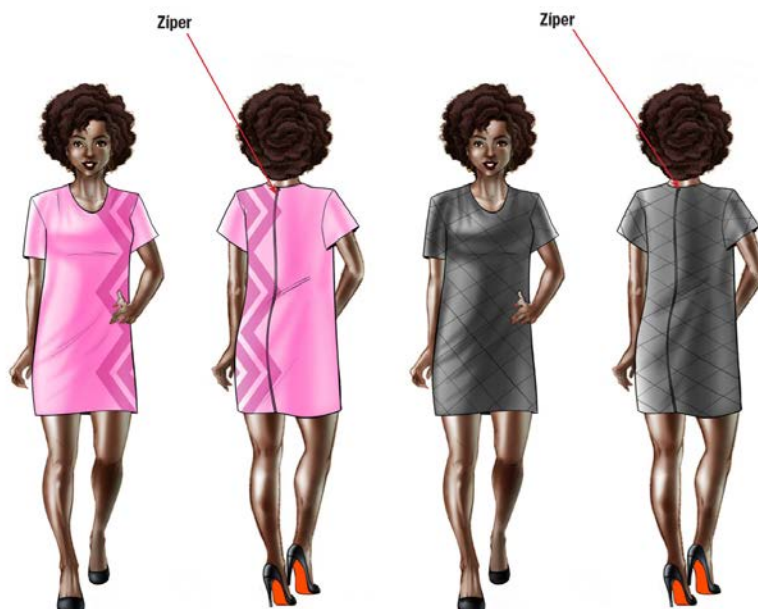
Figura 16 – Geração de alternativas – Look 05
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 06 - BLUSA QUE SE TRANSFORMA EM SOBRETUDO**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta peça pode se transformar em um maravilhoso sobretudo, soltando o restante do tecido que está preso nas faixas.



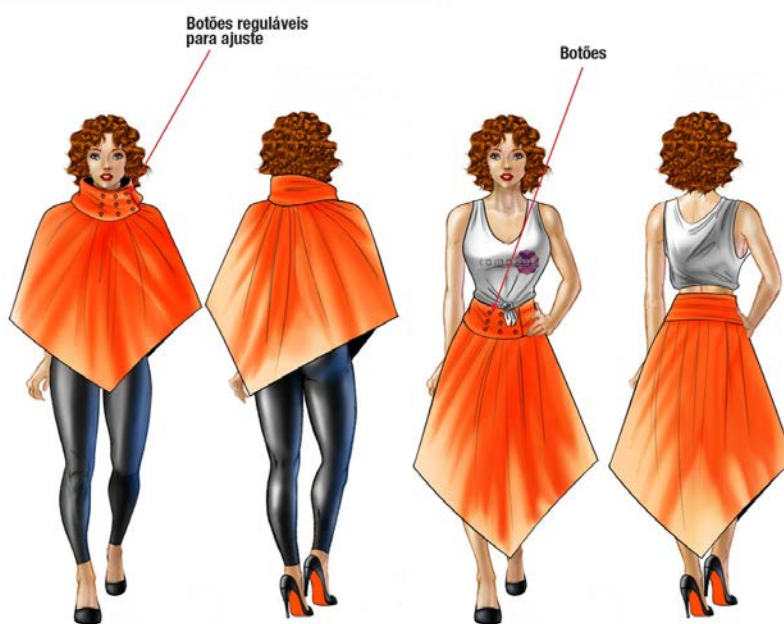
Figura 17 – Geração de alternativas – Look 06
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 7 - VESTIDO DUPLA FACE**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este bellissimo vestido dupla face permite que você escolha a cor que mais se encaixa no seu dia a dia.



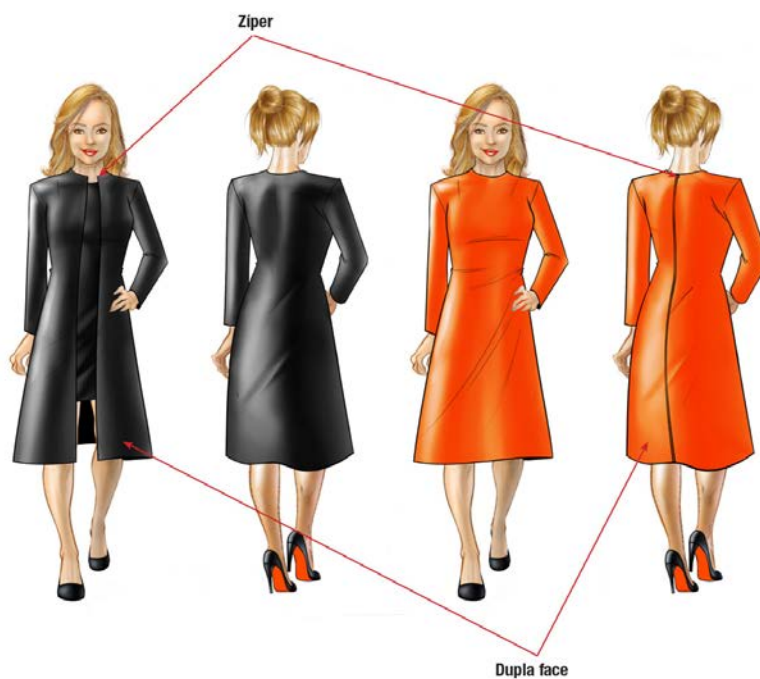
Figura 18 – Geração de alternativas – Look 07
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 8 - PONCHO QUE SE TRANSFORMA EM SAIA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este incrível poncho pode se transformar em uma saia, que pode ser ajustada pelos botões reguláveis.



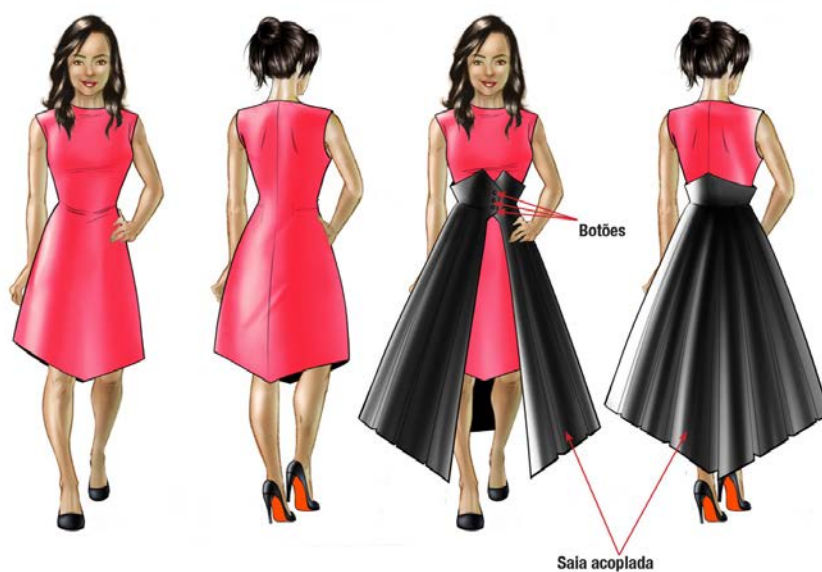
Figura 19 – Geração de alternativas – Look 08
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 9- CASACO QUE SE TRANSFORMA EM VESTIDO**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este deslumbrante casaco permite que você além de alterar a cor da peça, ainda a transforme em um vestido.



Figura 20 – Geração de alternativas – Look 09
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 10- VESTIDO COM SAIA ACOPLADA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este vestido permite que você o deixe mais ousado acoplando a ele esta belíssima saia.

comodat

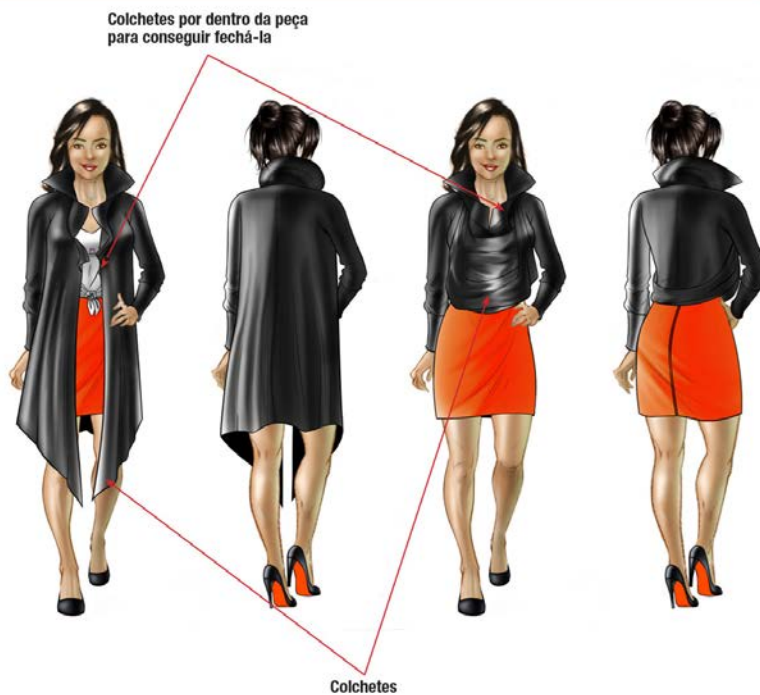
Figura 21 – Geração de alternativas – Look 10
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 11 - COLETE QUE SE TRANSFORMA EM CACHECOL**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este belo colete permite que você o use de uma forma mais despojada como um cachecol, basta dobrar e enrolar no pescoço, aproveite.

comodat

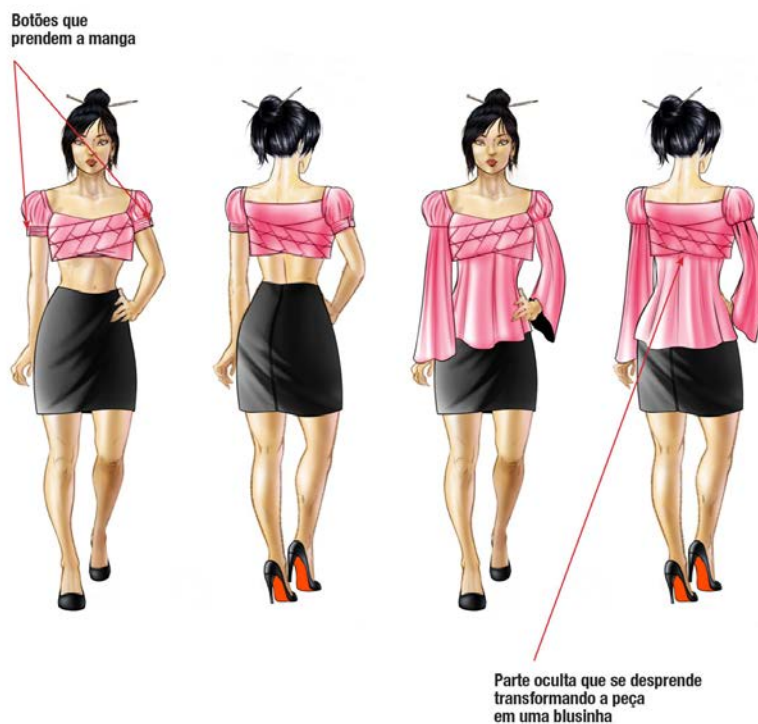
Figura 22 – Geração de alternativas – Look 11
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 12 - CASACO COMPRIDO COM PONTAS QUE SE FECHAM PRÓXIMO AO PESCOÇO**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este fantástico casaco, permite que você dobre suas pontas, prendendo-as em forma de "X" ao redor do pescoço, deixando-o ainda mais fashion.

comodat

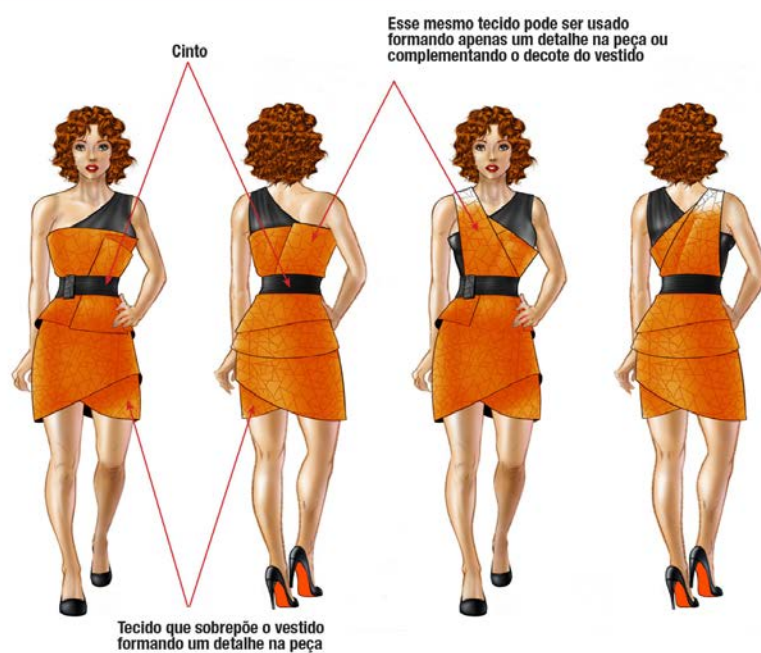
Figura 23 – Geração de alternativas – Look 12
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 13 - TOP CROPPED QUE SE TRANSFORMA EM BLUSINA LONGA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este lindo "top cropped" permite que você o deixe mais comprido, transformando-o em uma blusinha. Basta desprender os botões de pressão que ligam a peça.

comodat

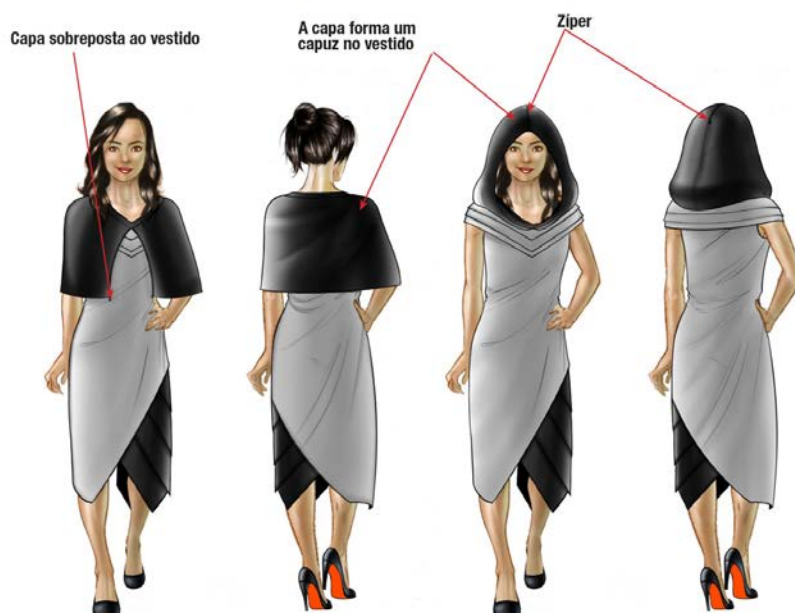
Figura 24 – Geração de alternativas – Look 13
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 14 - VESTIDO MULA MANCA COM DETALHE**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este maravilhoso vestido mula manca vem com um detalhe que pode ser usado como uma segunda alça, basta tirar a faixa presa com o cinto e prendê-la por cima do ombro, na parte de trás.



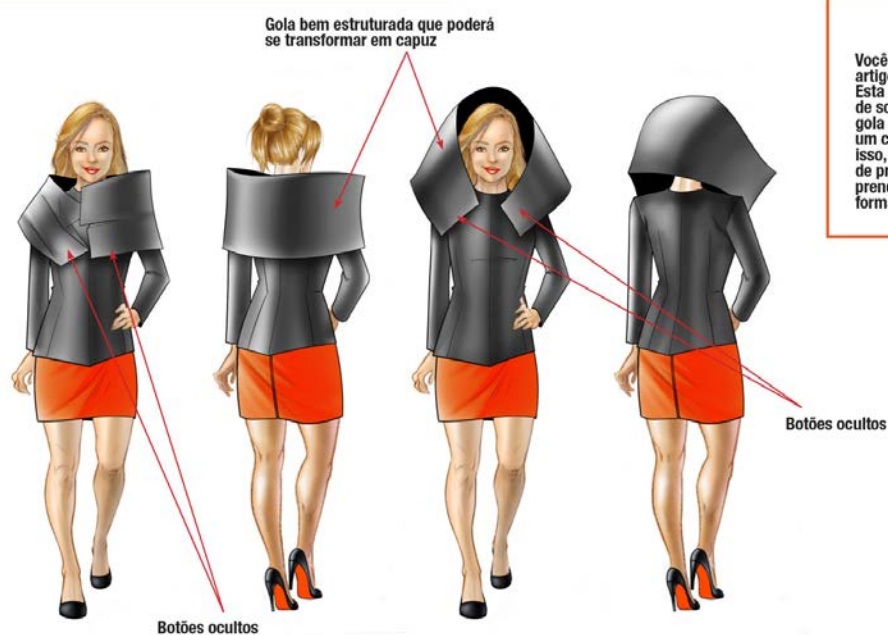
Figura 25 – Geração de alternativas – Look 14
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 15 - VESTIDO COM CAPUZ**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este bellissimo vestido vem com um detalhe especial. A parte dos ombros é solta, e permite que você o transforme em capuz, basta fechar o zipper e passar o capuz fechado sobre a cabeça.



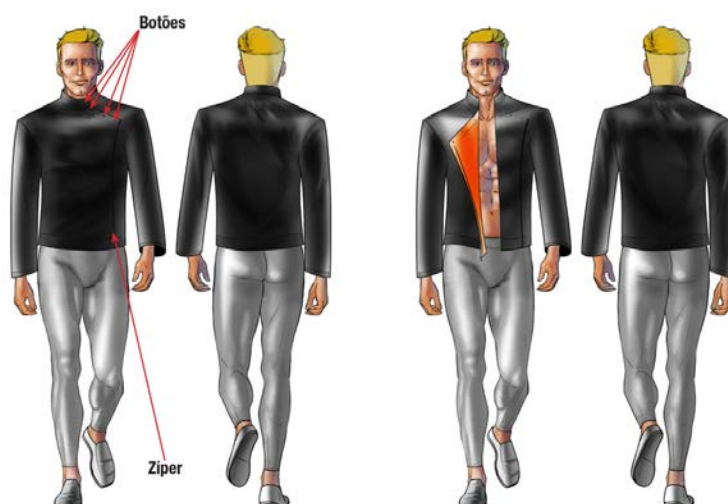
Figura 26 – Geração de alternativas – Look 15
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 16 - BLUSA COM GOLA QUE FORMA UM CAPUZ**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta linda blusa tem um tom de sofisticação a mais. Sua gola é solta e se transforma em um capuz diferenciado, para isso, basta soltar os botões de pressão nos ombros, e prendê-los em botões laterais formando o capuz.



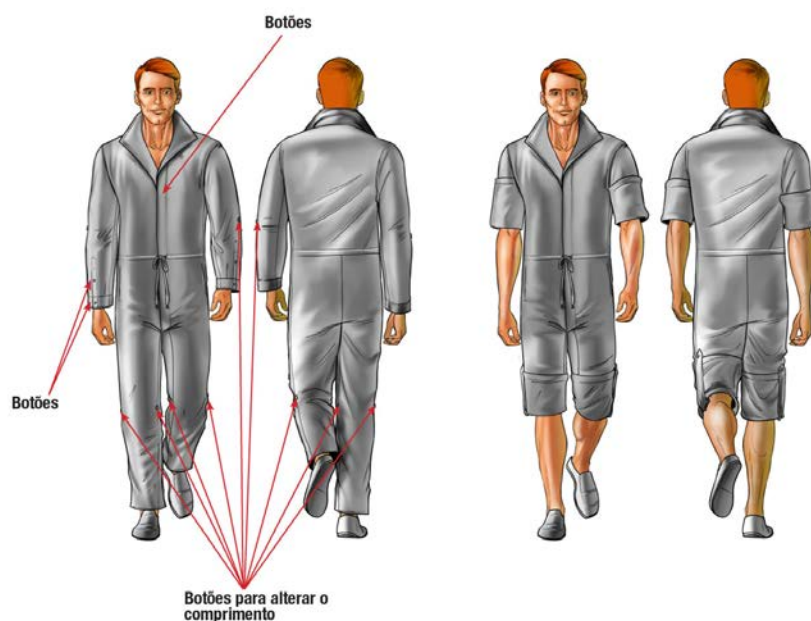
Figura 27 – Geração de alternativas – Look 16
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 17 - BLUSA ESTILO MOLETOM QUE VIRA CASACO**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este belo moletom pode ser usado também como um casaco aberto. Basta desprender os botões de pressão da clavícula, e abrir o zíper oculto na lateral.



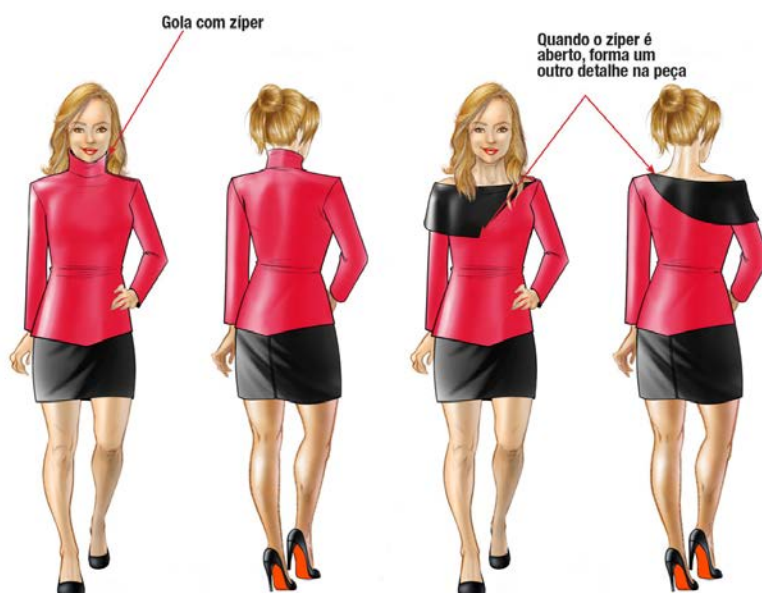
Figura 28 – Geração de alternativas – Look 17
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 18 - MACACÃO COMPRIDO QUE VIRA CURTO**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este glamoroso macacão comprido pode ser alterado, deixando-o mais curto para quando você precisar.



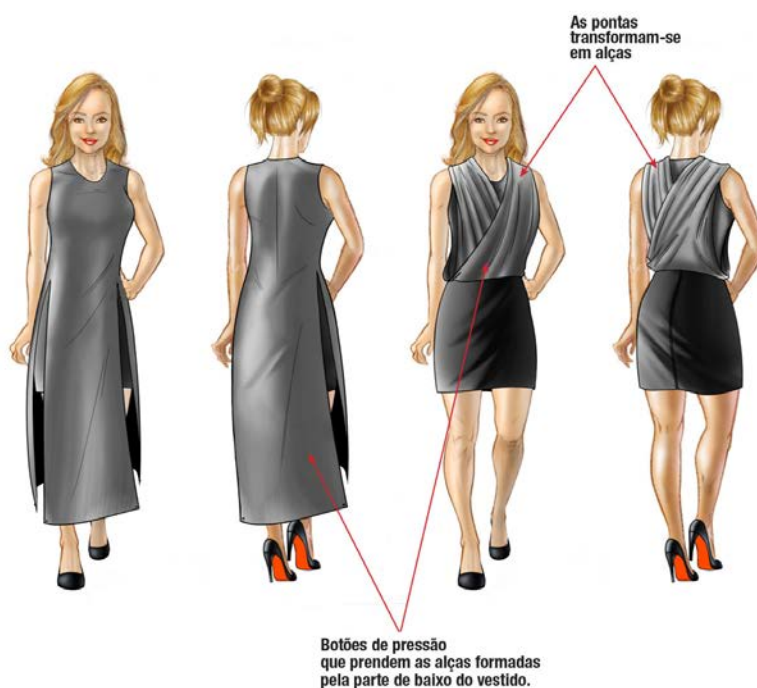
Figura 29 – Geração de alternativas – Look 18
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 19 - BLUSA COM DETALHE NA GOLA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta blusinha pode ser usada de duas maneiras: com a gola fechada até o pescoço, ou abrindo o zíper da lateral, deixando a gola cair sobre o colo, um detalhe de charme.



Figura 30 – Geração de alternativas – Look 19
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 20 - CAPA COMPRIDA QUE VIRA BLUSA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta linda capa pode ser usada como uma blusinha fashion, basta puxar suas pontas sobre os ombros, e prender em botões de pressão na frente e atrás.



Figura 31 – Geração de alternativas – Look 20

Fonte: Da autora (2015)

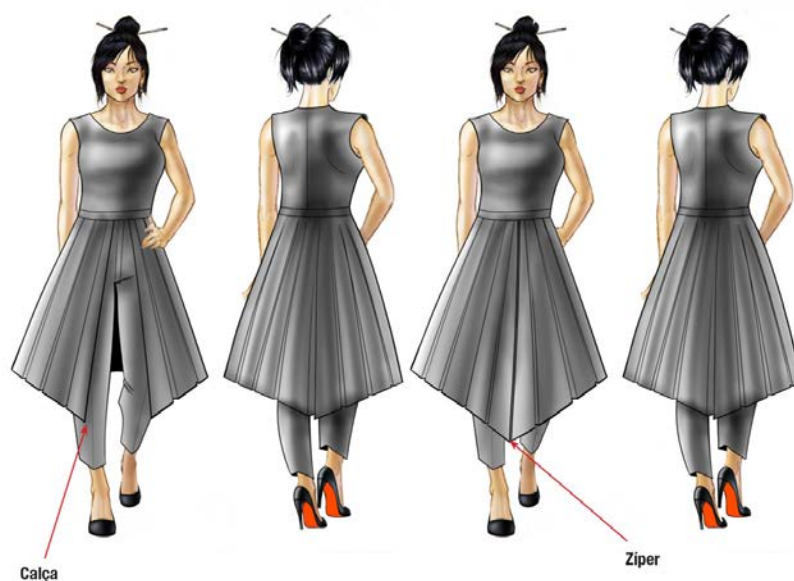
LOOK 21 - COLETE COM TOUCA/CACHECOL**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este incrível colete pode ser usado com a touca, ou como cachecol, soltando suas pontas.



Figura 32 – Geração de alternativas – Look 21

Fonte: Da autora (2015)

LOOK 22 - CONJUNTO DE MACACÃO COM SAIA MIDI**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este conjunto de macacão com saia "midi" pode ser transformado em um detalhe fashion, abrindo-se o zipper frontal da saia.

comodat

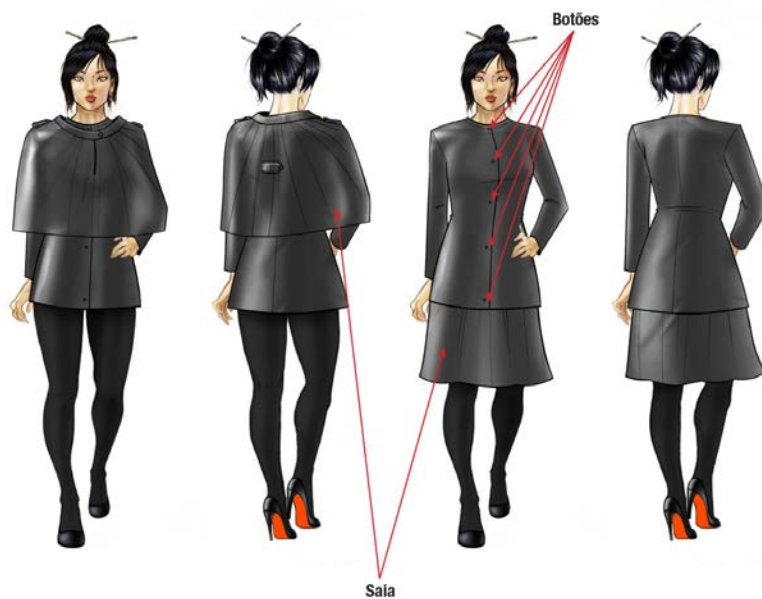
Figura 33 – Geração de alternativas – Look 22
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 23 - VESTIDO COM DETALHE ABERTO NA LATERAL**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este incrível vestido, possui um detalhe fashion em sua lateral, basta abrir o zipper e arrasar por aí.

comodat

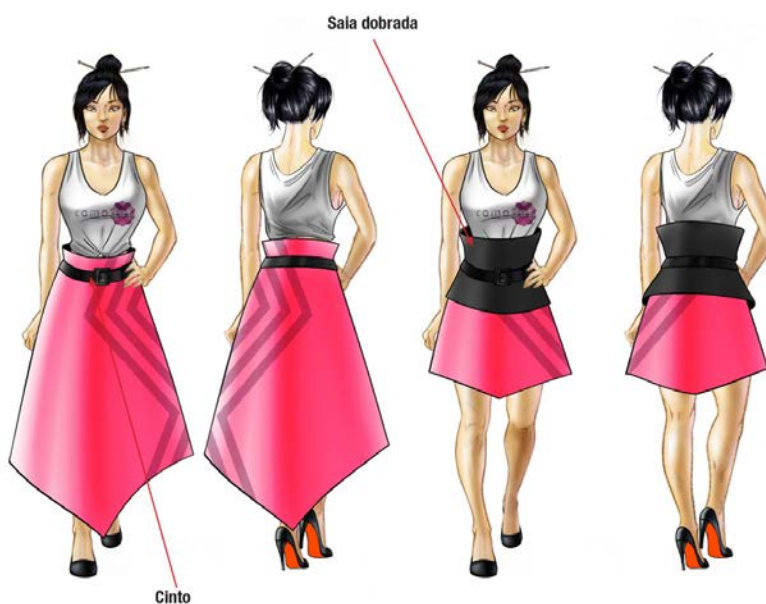
Figura 34 – Geração de alternativas – Look 23
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 24 - CASACO COM CAPA QUE VIRA SAIA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Este lindo conjuntinho pode ser usado de duas formas: com a capa por cima do blazer, ou usando a capa como saia, basta ajustar a gola em sua cintura e abusar do charme desta peça.



Figura 35 – Geração de alternativas – Look 24
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 25 - SAIA LONGA QUE SE TRANSFORMA EM SAIA CURTA**ETIQUETA**

Você está adquirindo um artigo transformável. Esta belíssima saia longa pode diminuir de tamanho de acordo com sua vontade. Basta dobrá-la sob o cinto e prendê-la com ele.



Figura 36 – Geração de alternativas – Look 25
Fonte: Da autora (2015)

5.9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

LOOK 01 - ASPECTOS CONTEMPLADOS



FUNÇÕES PRÁTICAS:

Esta peça pode ser transformada por uma simples amarração ao redor da cintura, tornando-a fashion de uma forma bem simples, sem causar desconforto ao usuário.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

As pontas mais compridas na parte da frente tornam a peça diferenciada e com um detalhe a mais da transformação.



Figura 37 – Aspectos contemplados – Look 01
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 02 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada por botões de pressão internos, que fazem com que a peça desprenda-se uma da outra, trazendo facilidade e conforto ao usuário na hora da transformação da peça.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado (neoprene) é confortável e valoriza as curvas femininas.



Figura 38 – Aspectos contemplados – Look 02
 Fonte: Da autora (2015)

LOOK 03 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça dupla face pode ser facilmente transformada alterando-se seus lados.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Os tecidos utilizados, de um lado couro sintético e do outro veludo, tornam a peça com um aspecto diferenciado.



Figura 39 – Aspectos contemplados – Look 03
 Fonte: Da autora (2015)

LOOK 04 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça possui as alças recolhidas na parte de trás do colete e um cordão interno na gola que, destacando-os transforma-se em uma linda mochila.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

A cor laranja e o design diferenciado garantem um ar moderno à peça, tornando-a irreverente, sua principal funcionalidade é servir como apoio na correria do cotidiano sem deixar de ser uma peça de vestuário.

Figura 40 – Aspectos contemplados – Look 04
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 5 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Este casaco transforma-se em uma parca através de um simples zíper, que faz com que a parte de baixo retrada seja colocada na gola e vire um capuz de acordo com a vontade e necessidade do usuário.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado garante conforto e charme ao look do usuário.

Figura 41 – Aspectos contemplados – Look 05
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 06 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta blusa transforma-se em um sobretudo por meio de uma faixa que prende/solta a parte mais alongada da peça. A abertura na lateral permite que o usuário consiga se locomover normalmente.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado, a modelagem e o caimento garantem conforto e glamour ao usuário.



Figura 42 – Aspectos contemplados – Look 06
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 07 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser utilizada em ambos os lados, adaptando-se a várias ocasiões, o que a torna prática para o cotidiano. A mudança é feita por um simples zíper que fica na parte de trás do vestido.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

A estampa que remete à arquitetura, dá a peça um ar moderno e ao mesmo tempo sofisticado.



Figura 43 – Aspectos contemplados – Look 07
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 08 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser modificada através do ajuste de botões, tanto quando usado na cintura quanto no pescoço.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado garante conforto e versatilidade, permitindo seu uso em diversas ocasiões.



Figura 44 – Aspectos contemplados – Look 08

Fonte: Da autora (2015)

LOOK 09 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser utilizada de ambos os lados, de dupla função. Seja como casaco em dias frios, seja como um vestido sofisticado.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Os tecidos utilizados trazem conforto, elegância e durabilidade, conferindo sofisticação pela modelagem clássica e arrojo pelas cores empregadas.



Figura 45 – Aspectos contemplados – Look 09

Fonte: Da autora (2015)

LOOK 10 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser utilizada com ou sem o complemento fashion, ambas garantindo conforto.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

As cores utilizadas possuem aspecto jovial, cujo plissado da saia que complementa a peça promove efeito estético diferenciado à peça.



Figura 46 – Aspectos contemplados – Look 10
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 11 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ter seu uso diversificado sem complexidade, valendo-se do minimalismo para sua transformação.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Modelagem que exalta a força e o poder da masculinidade, inerentes a homens de bom gosto.



Figura 47 – Aspectos contemplados – Look 11
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 12 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada através do uso de colchetes ocultos nas partes interiores do modelo, que por sua vez formam um "X".

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Além de ser uma peça com identidade própria, o aspecto fashion permanece em ambas as formas de uso. Valendo-se de múltiplas combinações possíveis de looks que podem ser utilizados sem dificuldade.



Figura 48 – Aspectos contemplados – Look 12
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 13 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada por botões de pressão internos, que aumentam o comprimento de diversas partes do modelo.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

A cor confere um aspecto sensual ao modelo, trazendo também facilidade ao usuário quando ocorrem mudanças na temperatura no decorrer do dia.



Figura 49 – Aspectos contemplados – Look 13
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 14 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada através do uso de um complemento que age como um coringa para a diversificação de seu uso.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

As várias configurações possíveis para seu uso, tornam este modelo extremamente versátil.



Figura 50 – Aspectos contemplados – Look 14
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 15 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

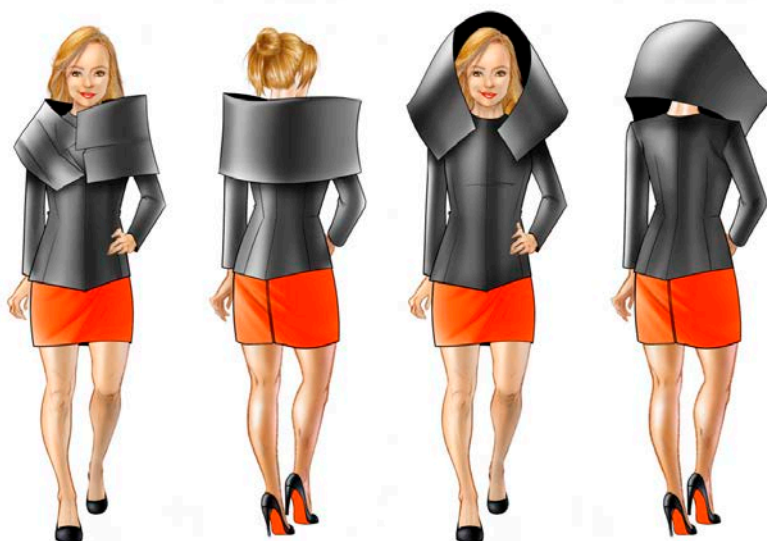
Esta peça pode ser transformada com a utilização de zíperes, o que faz com que além de uma capa, ela possa ser utilizada como um capuz.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Esta peça une praticidade e sofisticação. A capa, um charme na peça pode também ser usada como proteção na cabeça, em situações climáticas adversas.



Figura 51 – Aspectos contemplados – Look 15
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 16 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada por botões de pressão, modificando o design da peça marcado principalmente pela gola.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Modernidade, sofisticação e exclusividade marcam o design deste modelo.



Figura 52 – Aspectos contemplados – Look 16
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 17 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta blusa estilo moletom pode ser transformada em um casaco por meio da abertura de botões que ficam na parte da clavícula e por meio de um zíper na lateral da peça.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Modernidade e sofisticação são reforçados pelo corte exclusivo da peça.



Figura 53 – Aspectos contemplados – Look 17
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 18 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada por botões de ajuste nos membros superiores e inferiores, o que altera seu comprimento.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado (veludo italiano) confere leveza, sofisticação e modernidade ao look, além do toque macio e do acabamento da melhor qualidade.



Figura 54 – Aspectos contemplados – Look 18
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 19 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada com o emprego de um zíper na altura do ombro, deixando seu uso aberto à preferência do usuário.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

As cores escolhidas conferem um aspecto jovial e ao mesmo tempo clássico ao modelo.



Figura 55 – Aspectos contemplados – Look 19
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 20 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada por botões de pressão que, ao subir as pontas da capa, deixam a peça mais curta e com um design diferenciado.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

A modelagem e caimento conferem ao look modernidade e sensualidade



Figura 56 – Aspectos contemplados – Look 20
 Fonte: Da autora (2015)

LOOK 21 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada modificando-se o uso de seu complemento, podendo ser utilizado como capuz e como cachecol.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Valorizando o corpo masculino, a peça possui excelente caimento, bem como leveza e praticidade no dia-a-dia.

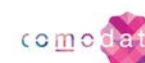


Figura 57 – Aspectos contemplados – Look 21
 Fonte: Da autora (2015)

LOOK 22 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada através de um zíper que alcança todo o comprimento da saia do conjunto.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

A modelagem exclusiva desta peça além de lhe conferir identidade própria, une praticidade e conforto na mobilidade do usuário.



Figura 58 – Aspectos contemplados – *Look 22*
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 23 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta peça pode ser transformada através de um zíper lateral, que revela um detalhe oculto sob a camada superficial de tecido.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O zíper torna a peça mais charmosa, cuja combinação de cores impõe requinte ao modelo.

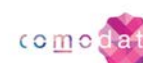


Figura 59 – Aspectos contemplados – *Look 23*
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 24 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Este maravilhoso casaco com capa pode ser transformando em um conjunto, no qual a capa configura-se em uma saia e cujos botões permitem que sejam feitos os ajustes necessários para esta transformação.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

O tecido utilizado (pele baixa) e a cor garantem sofisticação ao look. Permitindo seu uso nas mais diversas situações.



Figura 60 – Aspectos contemplados – Look 24
Fonte: Da autora (2015)

LOOK 25 - ASPECTOS CONTEMPLADOS**FUNÇÕES PRÁTICAS:**

Esta saia pode ser transformada com o emprego de um cinto que tem a função de mudar seu comprimento.

FUNÇÕES ESTÉTICO-SIMBÓLICAS:

Aliado a uma modelagem contemporânea o uso versátil deste look consiste na facilidade em se modificar seu tamanho e utilidade, podendo ser utilizado tanto em eventos mais requintados quanto em uma festa mais simples.

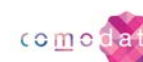


Figura 61 – Aspectos contemplados – Look 25
Fonte: Da autora (2015)

5.10 FICHAS TÉCNICAS DOS LOOKS CONFECCIONADOS

5.10.1 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 01

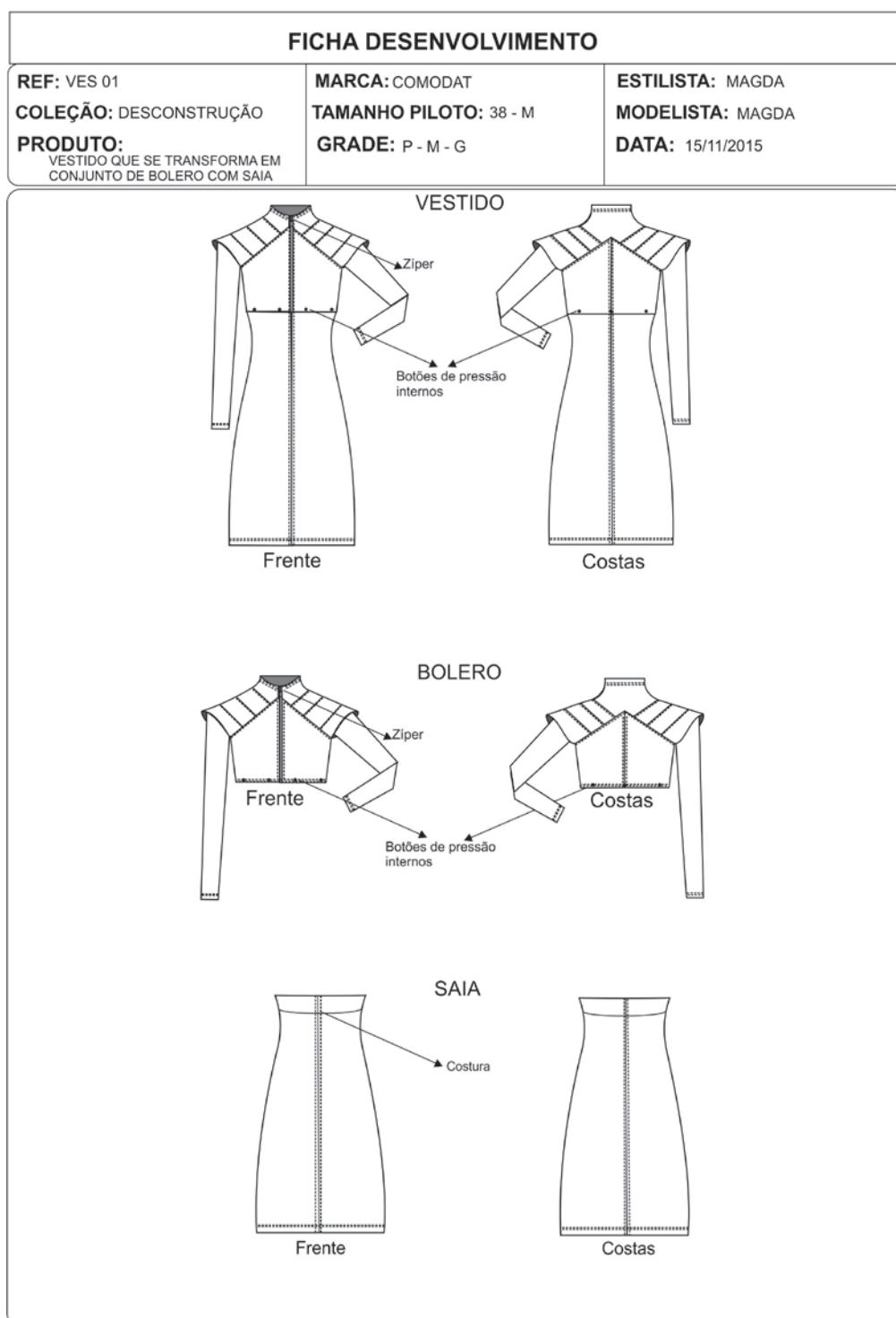


Figura 62 – Ficha técnica – vestido que se transforma em conjunto de bolero com saia (folha 1)
 Fonte: Da autora (2015)


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA NEOPRENE	INDIRETO	91% poliéster 9% elastano	1,70M	R\$ 29,90
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZÍPER	INDIRETO	PRETO	1	R\$ 1,50
LINHA	INDIRETO	PRETO	250M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	PRETO	40M	R\$ 1,80
BOTÕES	INDIRETO	PRETO	7	R\$ 0,15
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM ROSA	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				
MODELO SEM VARIAÇÕES DE COR				

Figura 63 – Ficha técnica – vestido que se transforma em conjunto de bolero com saia (folha 2)
Fonte: Da autora (2015)


5.10.2 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 02

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: BLU 01	MARCA: COMODAT	ESTILISTA: MAGDA
COLEÇÃO: DESCONSTRUÇÃO	TAMANHO PILOTO: 40 - G	MODELISTA: MAGDA
PRODUTO: BLUSA QUE SE TRANSFORMA EM SOBRETUDO	GRADE: P - M - G	DATA: 15/11/2015

BLUSA

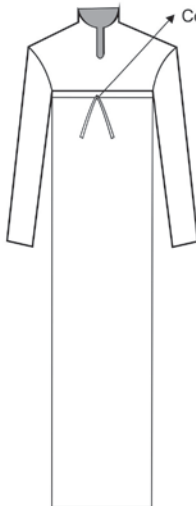


Frente

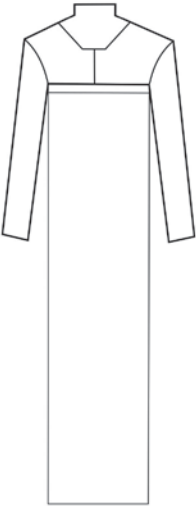


Costas

SOBRETUDO



Frente



Costas

Cordão

Figura 65 – Ficha técnica – blusa que se transforma em sobretudo (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
LÃ	INDIRETO	85% POLIÉSTER 25% VISCOSE	1,80M	R\$ 45,80
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	INDIRETO	PRETO	250 M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	PRETO	180 M	R\$ 1,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM AZUL	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 66 – Ficha técnica – blusa que se transforma em sobretudo (folha 2)
Fonte: Da autora (2015)

5.10.3 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 02

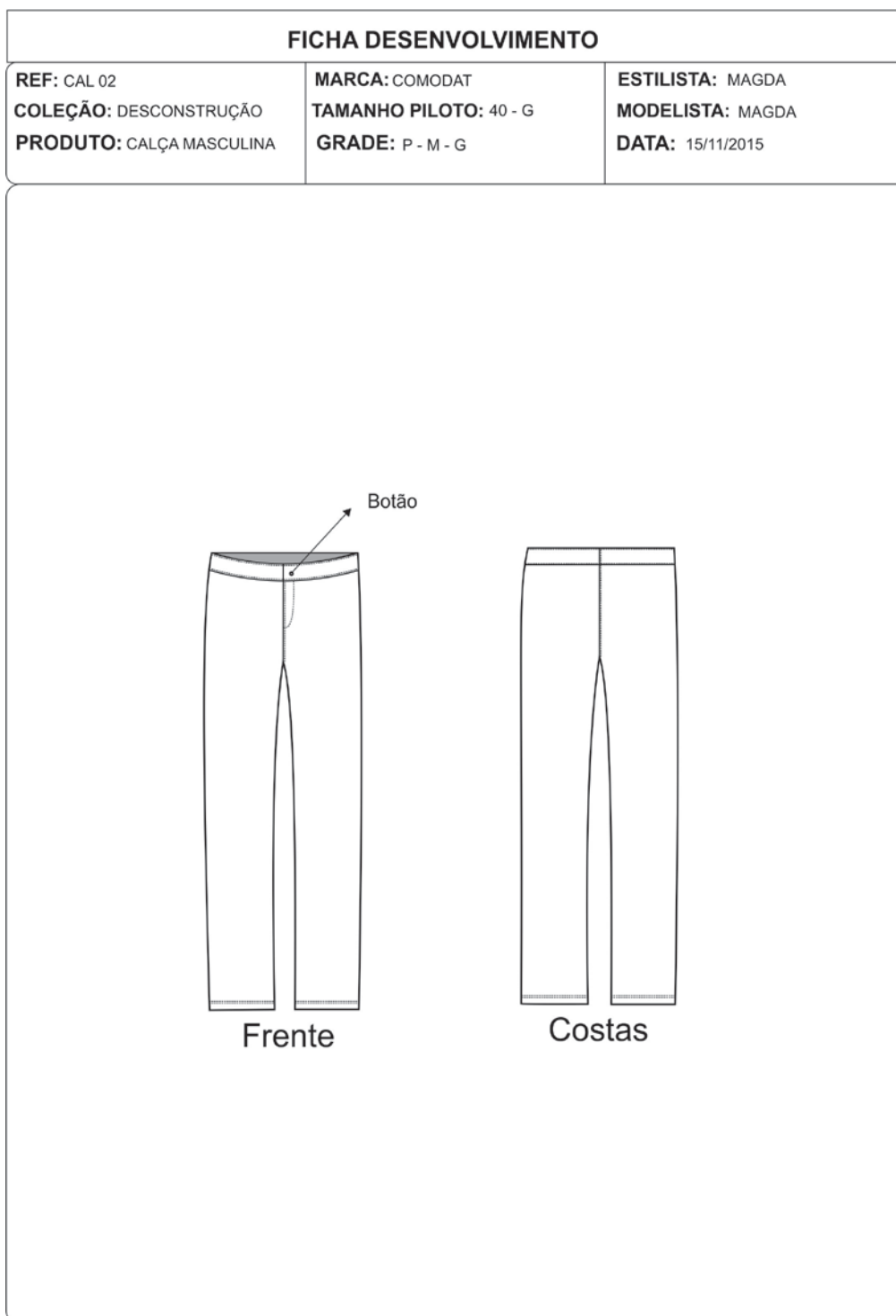


Figura 68 – Ficha técnica – calça masculina (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
SARJA RESINADA	INDIRETO	70% VISCOSE 25% POLIAMIDA 5% ELASTANO	1,30m	R\$ 45,80
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	INDIRETO	LARANJA	250 M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	LARANJA	180 M	R\$ 1,50
ZÍPER	INDIRETO	LARANJA	1	R\$ 1,00
BOTÕES	INDIRETO	PRATA	1	R\$ 0,40
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM AZUL	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 69 – Ficha técnica – calça masculina (folha 2)
Fonte: Da autora (2015)

5.10.4 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 03



Figura 71 – Ficha técnica – casaco que se transforma em vestido (folha 1)
 Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
LÃ	INDIRETO	85% POLIÉSTER 25% VISCOSE	0,80M	R\$ 45,80
SHANTUNG	INDIRETO	100% POLIÉSTER	0,80M	R\$ 24 ,80
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZÍPER DUPLA FACE	INDIRETO	PRETO	1	R\$ 1,50
LINHA	INDIRETO	PRETO	2,10M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	PRETO	1,10M	R\$ 1,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM ROSA	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				

Figura 72 – Ficha técnica – casaco que se transforma em vestido (folha 2)
 Fonte: Da autora (2015)

5.10.5 FICHAS TÉCNICAS DO TOP LOOK 04

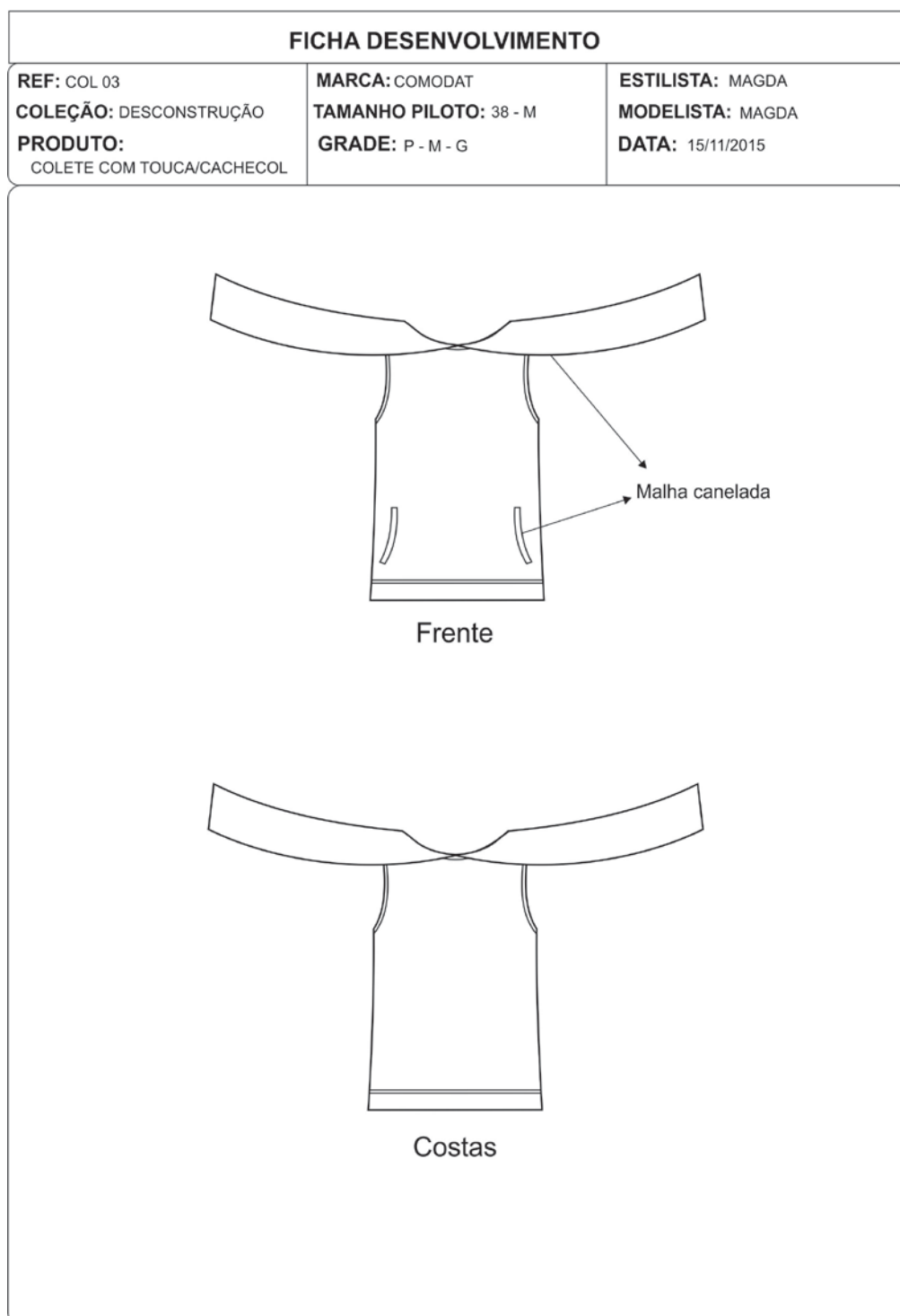


Figura 74 – Ficha técnica – colete com touca/cachecol (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
PLUSH AVELUDADO	INDIRETO	100% POLIÉSTER	0,90M	R\$ 32,80
MALHA CANELADA	INDIRETO	72% ALGODÃO 22% ELASTANO	1,20M	R\$ 12,80

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	INDIRETO	PRETO	120M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	PRETO	100M	R\$ 1,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM AZUL	1	R\$ 1,00

VARIAÇÃO CORES




Figura 75 – Ficha técnica – colete com touca/cachecol (folha 2)
 Fonte: Da autora (2015)

5.10.6 FICHAS TÉCNICAS DO BOTTOM LOOK 04

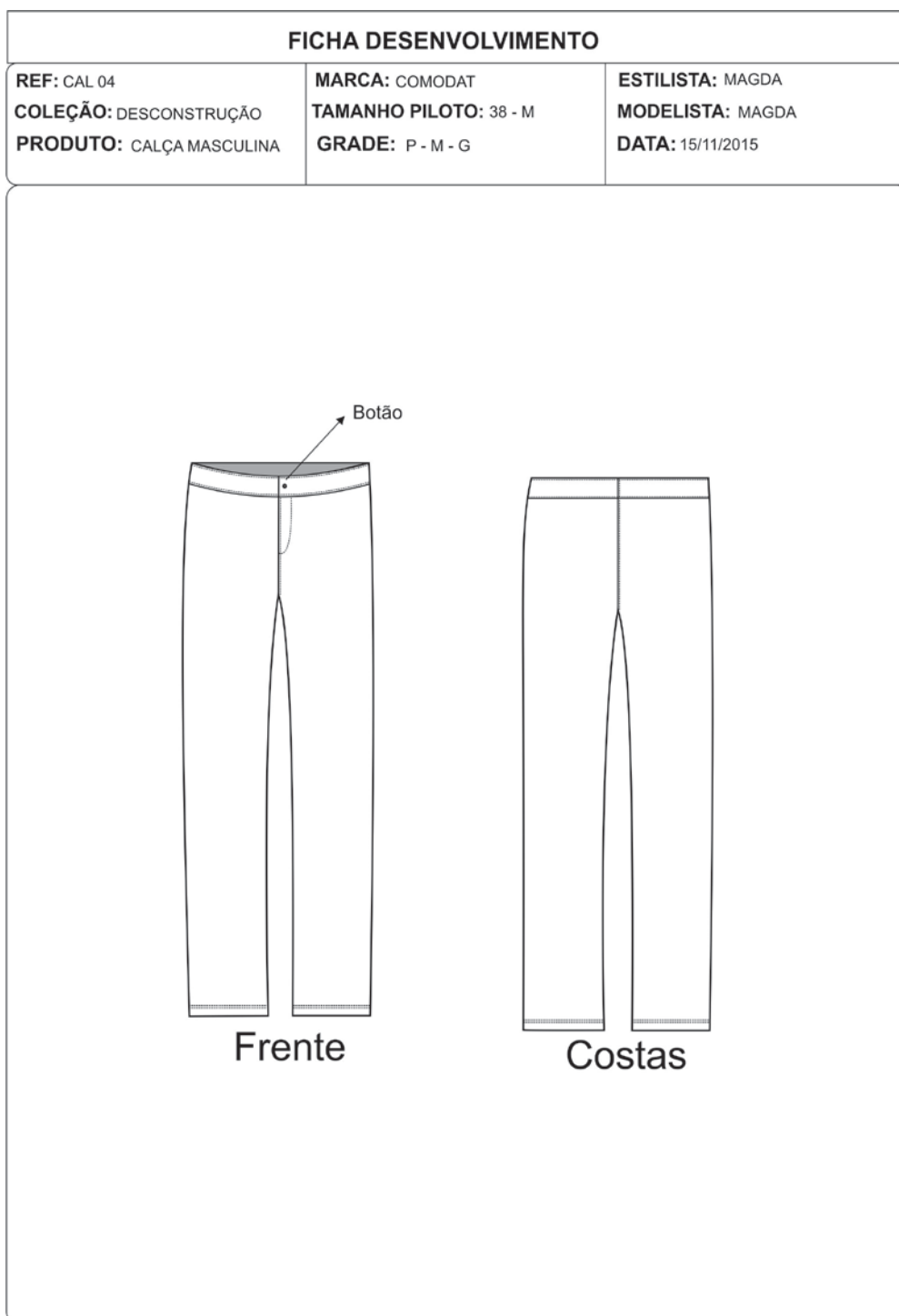


Figura 77 – Ficha técnica – calça masculina (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
COURO SINTÉTICO	INDIRETO	100% POLIÉSTER	1,10m	R\$ 39,80
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA	INDIRETO	PRETO	250M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	PRETO	180M	R\$ 1,50
BOTÕES	INDIRETO	PRATA	1	R\$ 1,00
ZÍPER	INDIRETO	PRETO	1	R\$ 0,40
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM AZUL	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				
MODELO SEM VARIAÇÕES DE COR				

Figura 78 – Ficha técnica – calça masculina (folha 2)
Fonte: Da autora (2015)

5.10.7 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 05

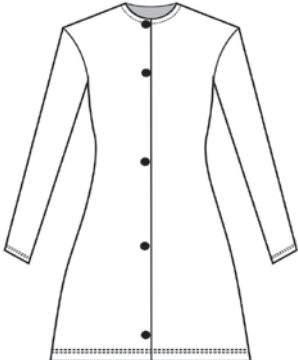
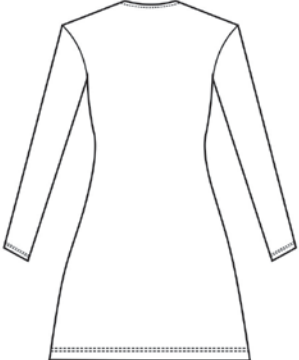


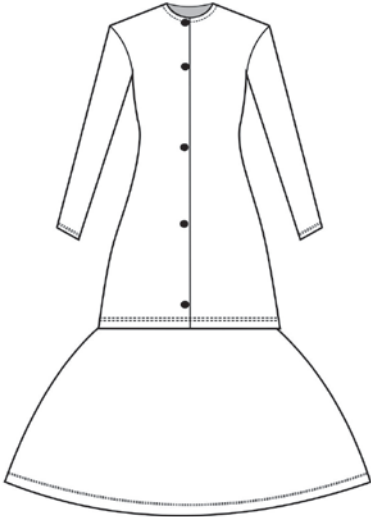
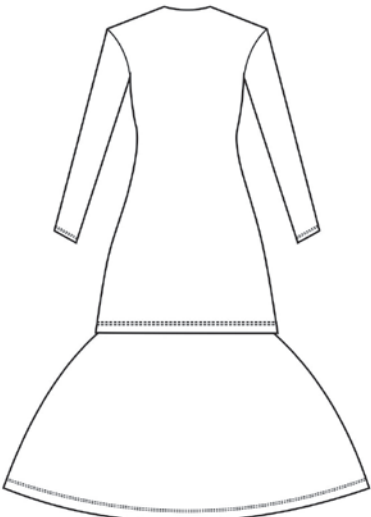
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: CAS 04	MARCA: COMODAT	ESTILISTA: MAGDA
COLEÇÃO: DESCONSTRUÇÃO	TAMANHO PILOTO: 40 - G	MODELISTA: MAGDA
PRODUTO: CASACO COM CAPA QUE VIRA SAIA	GRADE: P - M - G	DATA: 15/11/2015
		
Frente		
		
Costas		
		
Frente		
		
Costas		
		
Frente		
		
Costas		

Figura 80 – Ficha técnica – casaco com capa que vira saia (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
PELE BAIXA	INDIRETO	100% POLIÉSTER	1,60M	R\$ 45,80
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZÍPER	INDIRETO	CINZA CHUMBO	1	R\$ 1,50
LINHA	INDIRETO	CINZA CHUMBO	1,30M	R\$ 1,80
FIO	INDIRETO	CINZA CHUMBO	1,10M	R\$ 1,80
BOTÕES	INDIRETO	CINZA CHUMBO	9	R\$ 0,60
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ETIQUETA	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 0,15
EMBALAGEM	INDIRETO	BRANCO	1	R\$ 3,00
TAG	INDIRETO	BRANCO COM ROSA	1	R\$ 1,00
VARIAÇÃO CORES				
<p>MODELO SEM VARIAÇÕES DE COR</p>				

Figura 81 – Ficha técnica – casaco com capa que vira saia (folha 2)
Fonte: Da autora (2015)

5.10.8 FICHAS TÉCNICAS DO LOOK 06

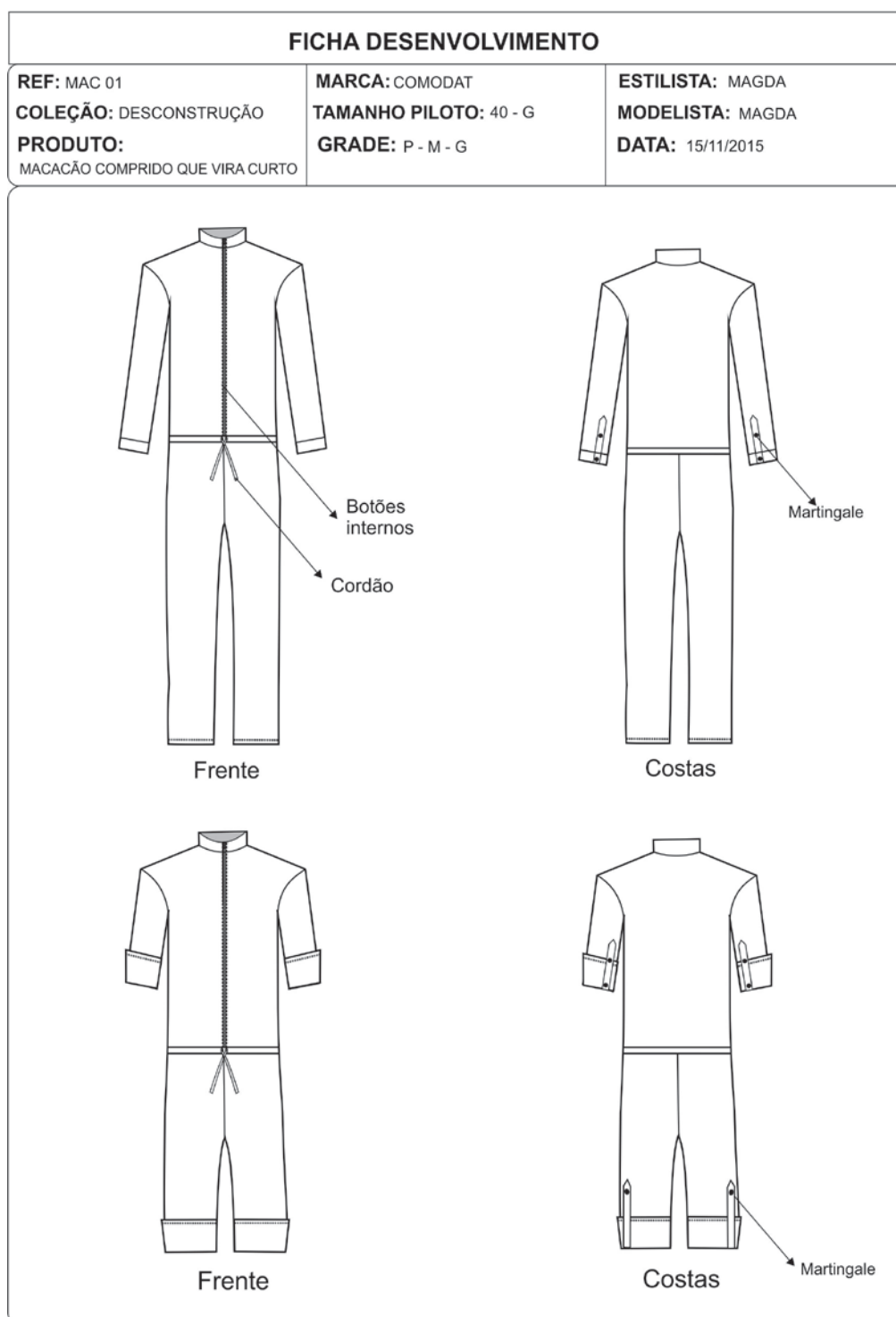


Figura 84 – Ficha técnica – macacão comprido que vira curto (folha 1)
Fonte: Da autora (2015)

5.11 PRANCHAS VISUAIS DOS LOOKS CONFECCIONADOS

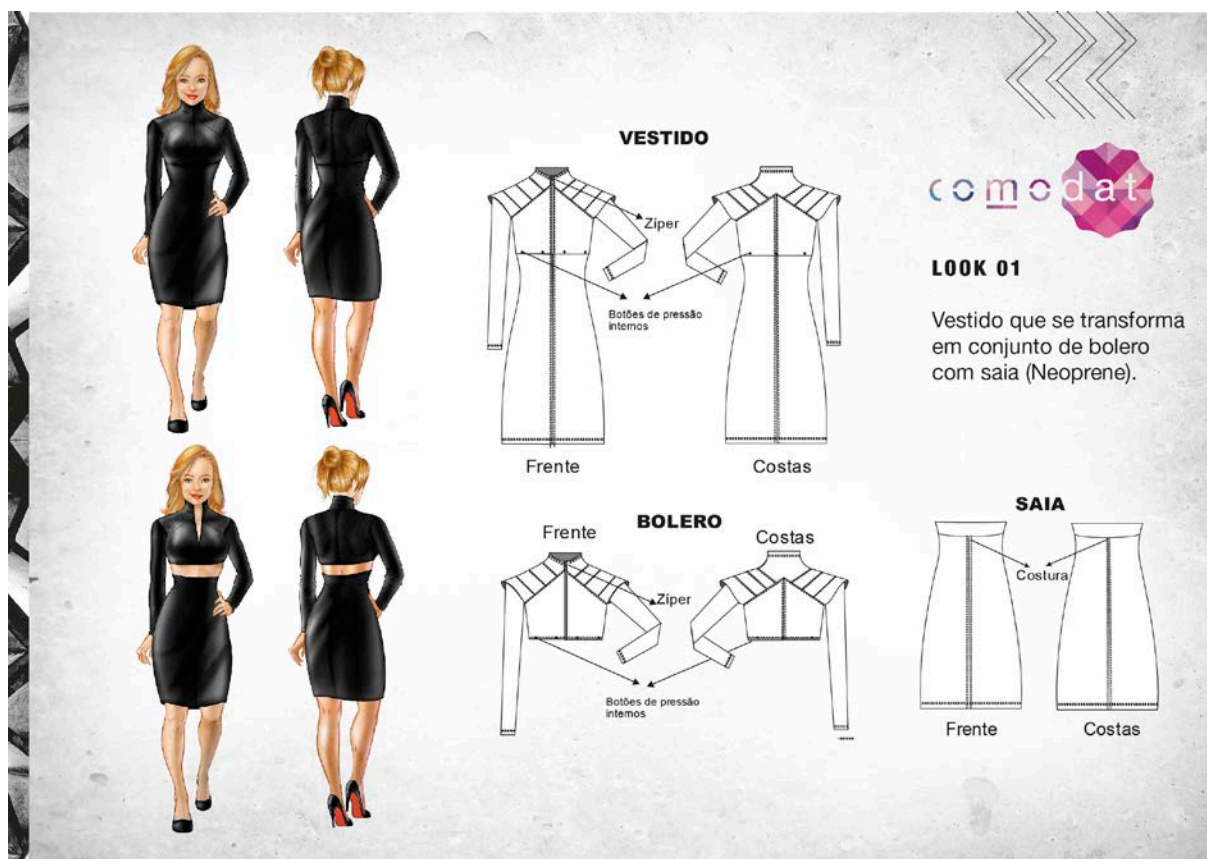


Figura 87 – Prancha visual do *look* confeccionado – 01
Fonte: Da autora (2015)



Figura 88 – Prancha visual do *look* confeccionado – 02
Fonte: Da autora (2015)



Figura 89 – Prancha visual do *look* confeccionado – 03
Fonte: Da autora (2015)

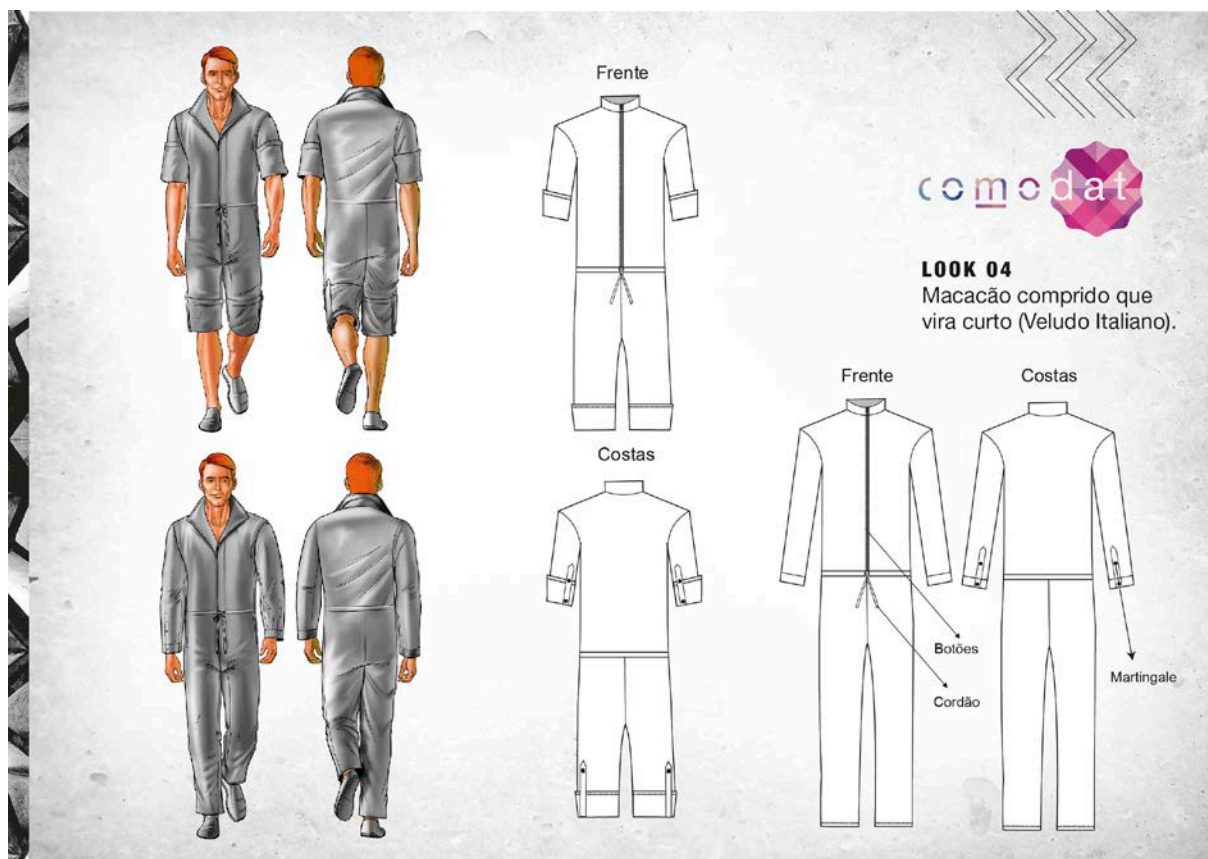


Figura 90 – Prancha visual do *look* confeccionado – 04
Fonte: Da autora (2015)

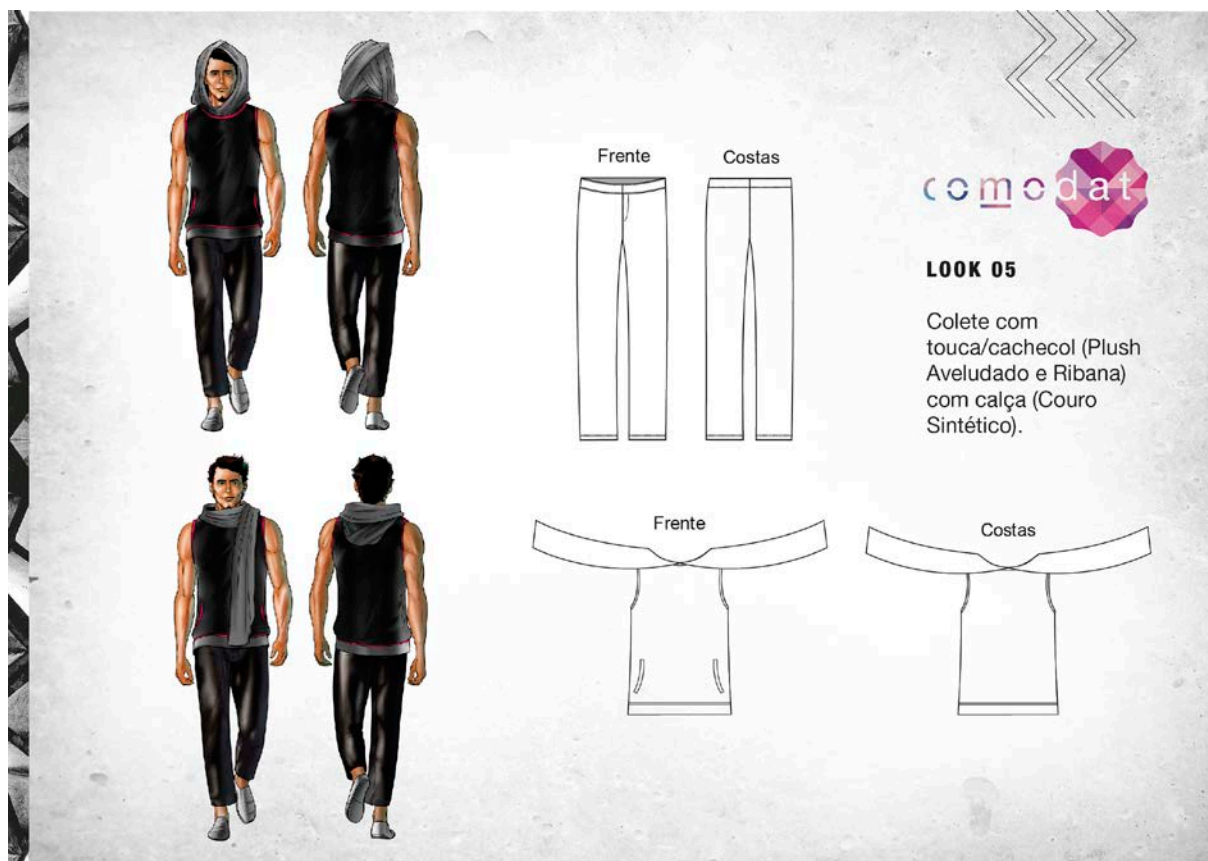


Figura 91 – Prancha visual do *look* confeccionado – 05
Fonte: Da autora (2015)

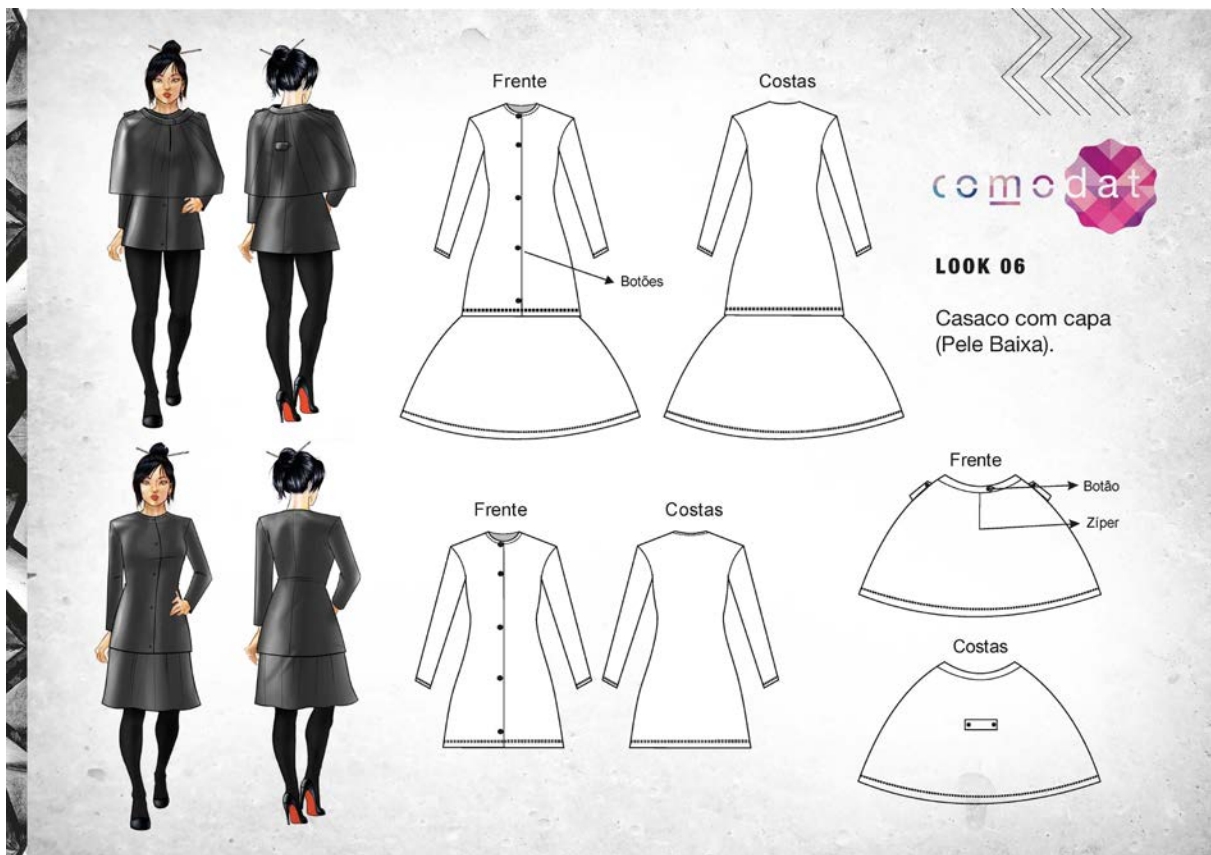


Figura 92 – Prancha visual do *look* confeccionado – 06
Fonte: Da autora (2015)

5.12 LOOKS CONFECIONADOS



Figura 93 – Look confeccionado 01



Figura 94 – Look confeccionado e transformado 01



Figura 95 – Look confeccionado 02



Figura 96 – Look confeccionado e transformado 02



Figura 97 – Look confeccionado 03



Figura 98 – Look confeccionado e transformado 03



Figura 99 – Look confeccionado 04



Figura 100 – Look confeccionado e transformado 04



Figura 101 – Look confeccionado 05



Figura 102 – Look confeccionado e transformado 05



Figura 103 – Look confeccionado 06



Figura 104 – Look confeccionado e transformado 06

6 DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

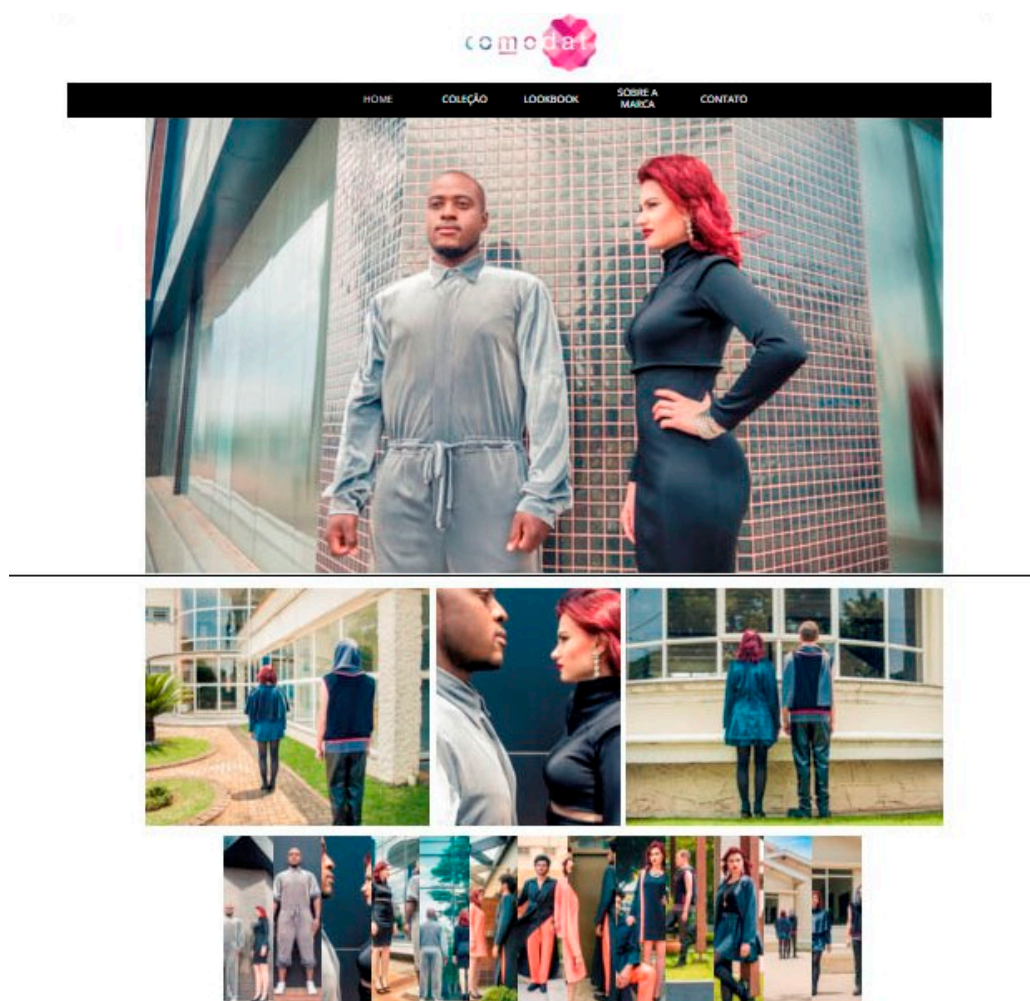


Figura 105 – Home do site da Comodat

Coleção Outono/Inverno 2016

A coleção outono/inverno 2016 da COMODAT tem como conceito a sofisticação de arquitetura, que se materializa diante das formas e linhas encontradas nas peças. Assim como a arquitetura tem o objetivo de planejar, projetar e desenvolver os espaços urbanos visando melhorar a qualidade de vida das pessoas que nele convivem, a COMODAT também tem como objetivo o de planejar, projetar e desenvolver cada peça, seguindo os critérios de estética, conforto e funcionalidade, visando praticidade no cotidiano de seus usuários, revelando assim a identidade da marca.



Figura 106 – Segunda página do site da Comodat - Coleção

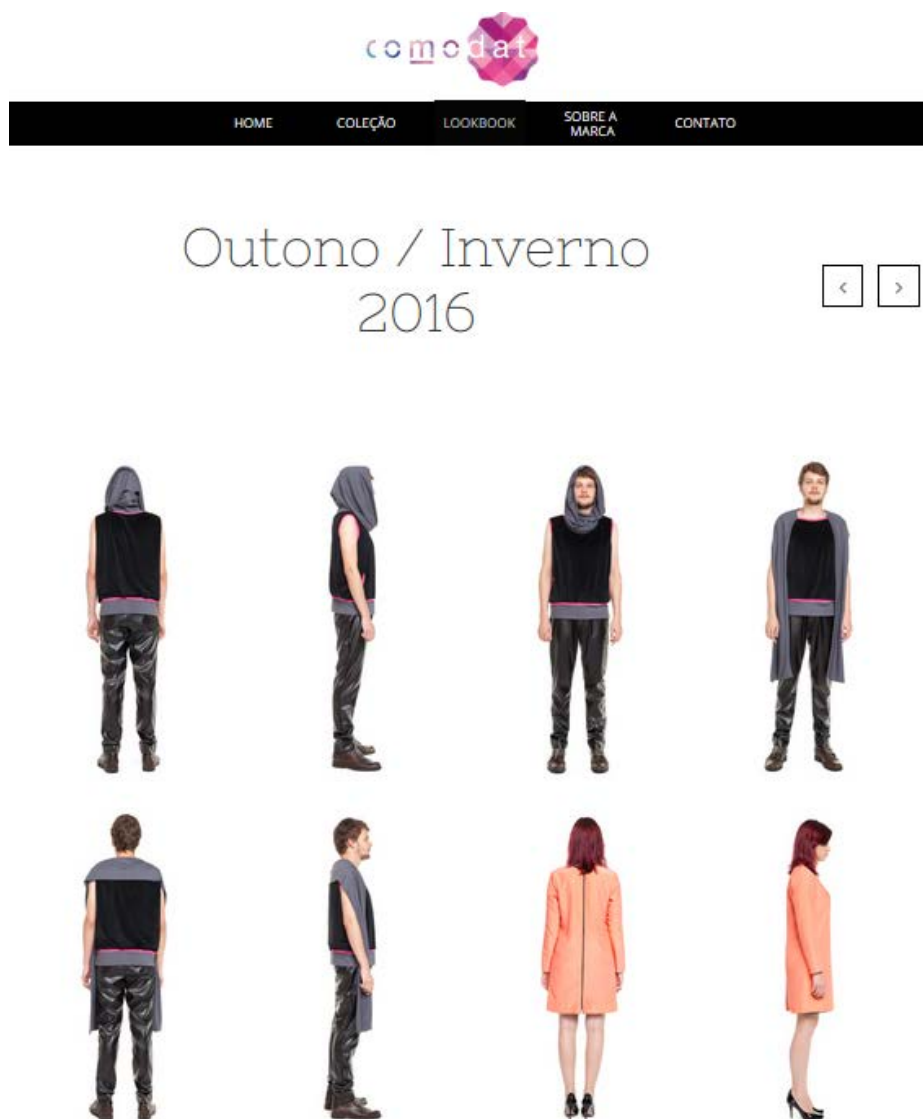


Figura 107 – Terceira página do site da Comodat - LookBook



Figura 108 – Quarta página do site da Comodat – Conceito da marca

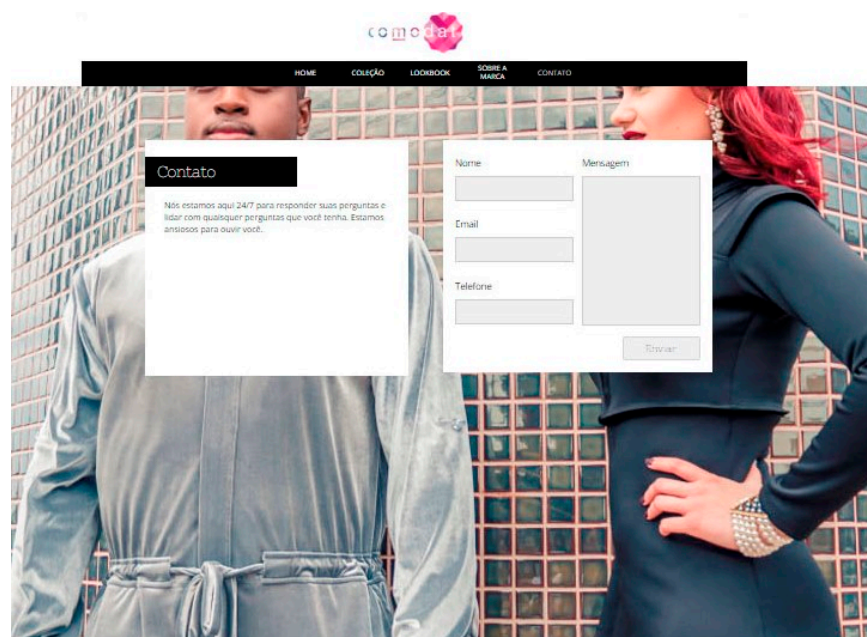


Figura 109 – Quinta página do site da Comodat - Contato

7 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

O catálogo foi confeccionado em papel couchê brilho tanto na capa quanto nas folhas internas, impressão frente e verso 4x4 cores, em papel tamanho A3 de gramatura 240g, com as páginas fixadas por grampos. O material consiste em apresentar a marca na capa e contracapa, contendo internamente o editorial da coleção.



Figura 110 – Capa e primeira página do catálogo

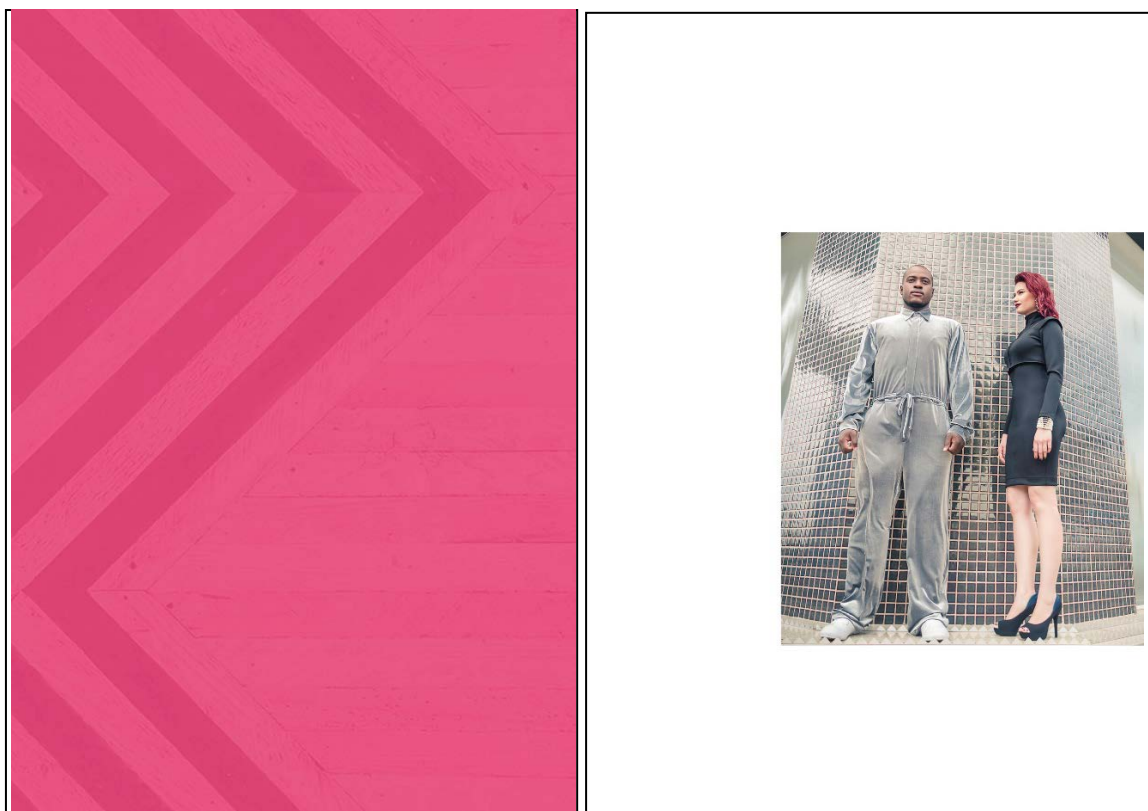


Figura 111 – Segunda e terceira página do catálogo



Figura 112 – Quarta e quinta página do catálogo

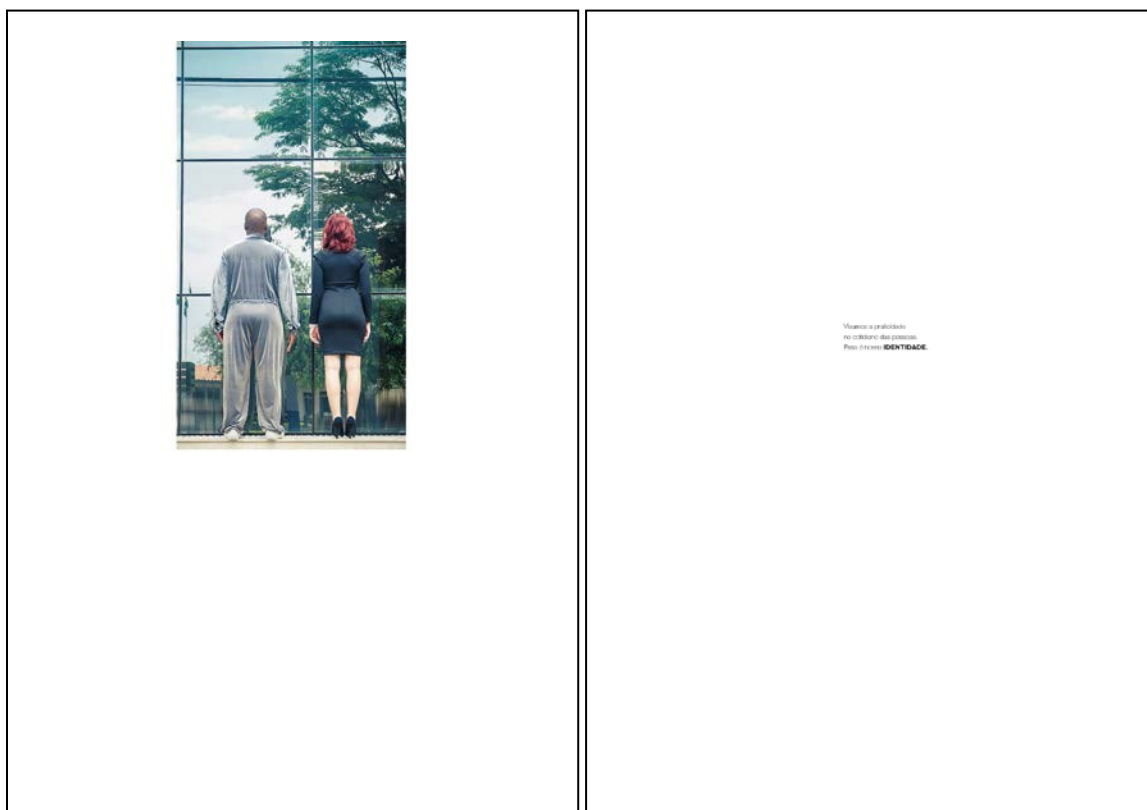


Figura 113 – Sexta e sétima página do catálogo



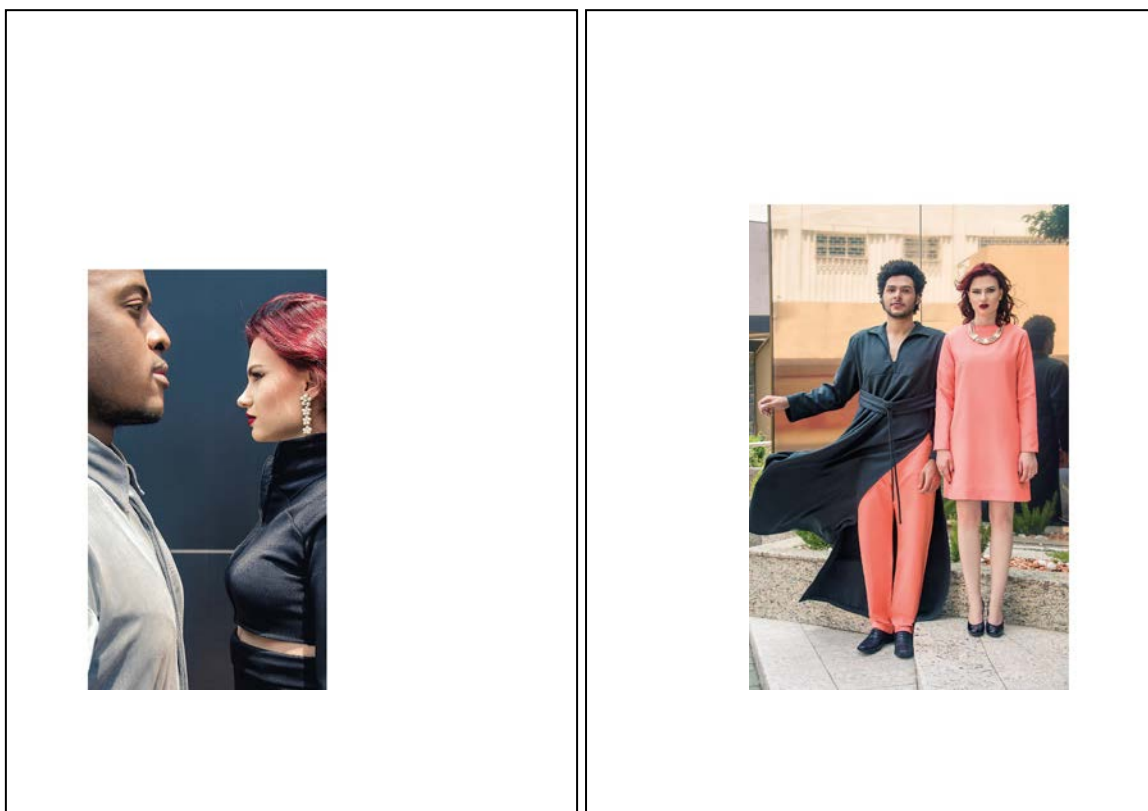


Figura 115 – Décima e décima primeira página do catálogo



Figura 116 – Décima segunda e décima terceira página do catálogo



Figura 117 – Décima quarta e décima quinta página do catálogo



Figura 118 – Décima sexta e décima sétima página do catálogo



Figura 119 – Décima oitava e décima nona página do catálogo

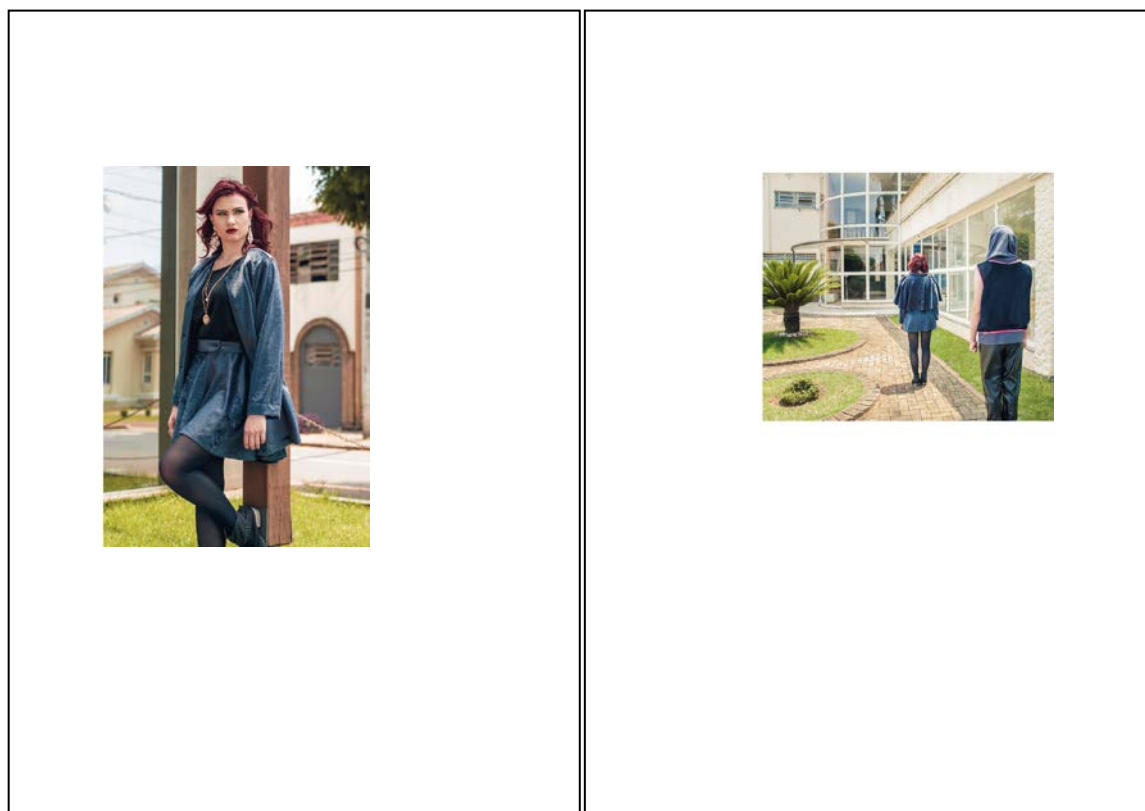


Figura 120 – Vigésima e vigésima primeira página do catálogo

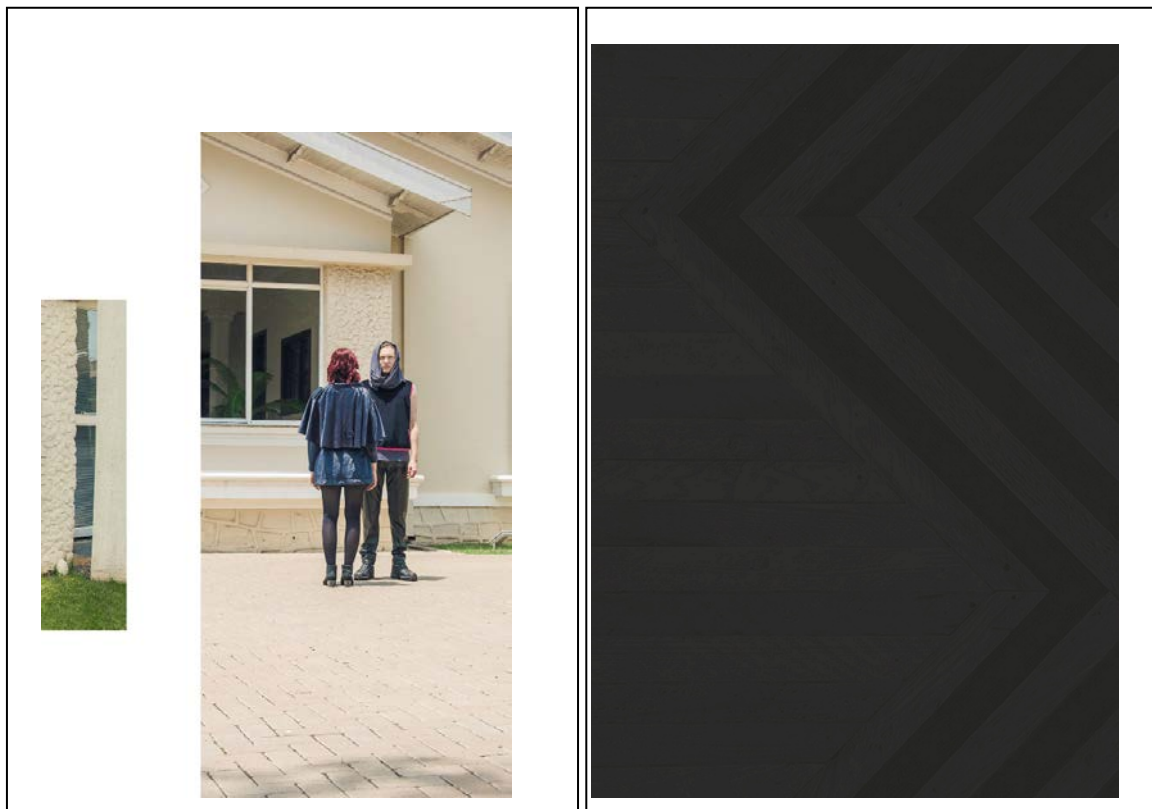


Figura 121 – Vigésima segunda página e contracapa do catálogo

8 PLANEJAMENTO DO DESFILE

8.1 MAKE-UP E HAIR

Os homens usarão maquiagem apenas para uniformizar a pele do rosto e o penteado será de acordo com o cabelo natural de cada um.

Já as modelos usarão maquiagem com tons mais escuros, já que a estação nos permite abusá-la. Os olhos serão realçados com um delineador preto e o batom será da cor vinho, conferindo ao *look* uma aparência sensual e ao mesmo tempo exótica, além de ser super sofisticado. Já no cabelo, as modelos estarão com um coque para que todas as peças possam ser visualizadas durante o desfile.



Figura 122 – Maquiagem e Cabelo

8.2 TRILHA SONORA

A música escolhida para o desfile chama-se “*Hit The Lights (Official Instrumental-Karaoke) - Selena Gomez & The Scene*”.

A escolha de uma música instrumental para o desfile foi movida pelo seu ritmo, ascendente e com pontos altos, cuja levada eletropop marca a influência contemporânea da coleção apresentada.

A letra traduzida revela compatibilidade ao desfile quando se refere a “apague as luzes, deixe a música mover você, perca-se hoje à noite, venha vivo, deixe o momento levá-lo”.

8.3 SEQUÊNCIA DE ENTRADA PARA DESFILE

O desfile ocorrerá a partir de duas entradas devido às transformações que ocorrerão nas peças.

A primeira entrada começará com a seguinte sequência, sendo mantida na segunda, na qual cada *look* mostrará sua respectiva transformação:

- 1° vestido que vira bolero com saia (modelo feminino).
- 2° Sobretudo que diminui de tamanho (modelo masculino).
- 3° Vestido que se transforma em casaco (modelo feminino).
- 4° Colete que intercala entre capuz e cachecol (modelo masculino).
- 5° Casaco com capa que se transforma em conjunto (modelo feminino).
- 6° Macacão comprido que diminui de tamanho (modelo masculino).



Figura 123 – Sequência da 1ª entrada para o desfile



Figura 124 – Sequência da 2ª entrada para o desfile

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se perceber que o trabalho em economia solidária não é totalmente desvinculado do contexto capitalista, mas diferencia-se dessa experiência pela sua metodologia até o regime de divisão de lucros, o que faz emergir um novo ator social, formado por trabalhadores e consumidores conscientes e solidários, envolvidos ativamente na construção do seu próprio destino.

O grande desafio da economia solidária se dá em virtude de que os consumidores a enxergam apenas como um meio de sobrevivência encontrado por produtores de baixa renda ou desempregados, o que faz com que venham a adquirir os produtos dos empreendimentos econômicos solidários apenas por caridade. E isso acontece porque poucos sabem que esse novo modelo de produção vai muito além da geração de renda, pois traz propostas de mudanças nas relações interpessoais e com o meio ambiente, cooperação, não competição, preservação dos recursos naturais, sem exploração dos trabalhadores, igualdade de poder na tomada de decisões na empresa e responsabilidade com a comunidade local onde o empreendimento está inserido.

Tratando-se de roupas transformáveis, o público-alvo se mostrou muito receptivo pela funcionalidade das peças, pelo *design*, pelas questões econômicas, ambientais, comodidade e pela praticidade que o vestuário proporcionará no seu cotidiano.

Ao longo da realização deste trabalho, percebeu-se a necessidade de pensar em roupas que atendam a essa funcionalidade, visto que podem trazer vários benefícios aos usuários e que como há poucas marcas no mercado, o desenvolvimento deste trabalho serve como um caminho, para o estudo mais aprofundado e para a produção de produtos de moda que tragam praticidade e comodidade ao usuário, pensando também na questão ambiental.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva.** São Paulo: Atlas, 2011.

ANDRADE, Erica Ribeiro de; MERINO, Eugenio. **Gestão de design aplicada a comunidades urbanas produtivas.** In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2010, São Paulo. Anais P&D 2010. São Paulo: PPPG em Design, Mestrado Universidade Anhembi Morumbi, 2010. v. 1. p. 1-5950. Disponível em: < <http://www.ngd.ufsc.br/files/2012/04/Gest%C3%A3o-de-Design-Comunidades-Urbanas.pdf> >. Acesso em: 15 jan. 2014.

ANTUNES, Ricardo; SILVA, Maria Aparecida Moraes (Orgs). **O avesso do trabalho.** 2 ed. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

ASSESSORIA DE IMPRENSA DA CRESOL CENTRAL SC/RS. **Coopersol Confeções**, 2012. Disponível em: < <http://www.cresolcentral.com.br/noticia/477> >. Acesso em: 15 jan. 2014.

AVANÇOS E DESAFIOS PARA AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA NO GOVERNO FEDERAL 2003/2010. Secretaria Nacional de Economia Solidária. Ministério do Trabalho e Emprego. Brasília, 2012.

BARBOSA, Rosangela Nair de Carvalho. **A economia solidária como política pública: uma tendência de geração de renda e resignificação do trabalho no Brasil.** São Paulo: Cortez, 2007.

BARFKNECHT, Kátia Salete. **Economia solidária, saúde mental e trabalho em uma cooperativa de confecção de Porto Alegre.** 2005. 137 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social e Institucional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5000/000507700.pdf?sequence=1> >. Acesso em: 22 jan. 2014, 15:08.

BBC BRASIL (BRITISH BROADCASTING CORPORATION). **As dez tendências globais de consumo em 2014.** Disponível em: < http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/01/140115_relatorio_euromonitor_dez_tendencias_globais_de_consumo_lgb >. Acesso em: 06 mar. 2015.

BIBLIOTECA IBGE. Disponível em: < <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv66777.pdf> >. Acesso em: 12 fev. 2014.

BRASIL. Constituição (1988). Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm >. Acesso em: 10 dez. 2013.

BRAVO ONLINE. **Nossa aposta...** Flávia Aranha. Revista. Artes visuais. Edição 188, abril 2013. Disponível em: < <http://bravonline.abril.com.br/materia/nossa-aposta-flavia-aranha> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

BUYER & BRAND. **Resumo das tendências internacionais de inverno 2015-2016.** Marcia Paron, março 2015. Disponível em: < <http://www.buyerandbrand.com.br/resumo-das-tendencias-internacionais-de-inverno-2015-2016/> >. Acesso em: 01 set. 2015.

Caderno nº 1 da série “História Social do Trabalho”, publicado pelo CEFURIA com o título: “**A pedagogia de Paulo Freire: uma pedagogia humanizadora**”. Curitiba, 2005.

Caderno nº 2 da série “História Social do Trabalho”, publicado pelo CEFURIA com o título: “**O trabalho humano: das sociedades comunais ao modo de produção feudal**”. Curitiba, 2005.

Caderno nº 3 da série “História Social do Trabalho”, publicado pelo CEFURIA com o título: “**O trabalho no capitalismo: alienação e desumanização**”. Curitiba, 2004.

Caderno nº 4 da série “História Social do Trabalho”, publicado pelo CEFURIA com o título: “**As utopias em torno do trabalho: liberdade e criação**”. Curitiba, 2004.

Caderno nº 5 da série “História Social do Trabalho”, publicado pelo CEFURIA com o título: “**Economia popular solidária: que mundo estamos construindo?**”. Curitiba, 2004.

CARTILHA **ECONOMIA SOLIDÁRIA: OUTRA ECONOMIA A SERVIÇO DA VIDA ACONTECE.** Campanha da Fraternidade Ecumênica 2010. Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil (CONIC). Fórum Brasileiro de Economia Solidária (FBES). Disponível em: < <http://pt.slideshare.net/mariabernadete/cartilha-sobre-economia-solidaria> >. Acesso em: 30 jan. 2015.

CARTILHA: **OUTRA ECONOMIA EM NOSSAS MÃOS: GESTÃO E VIABILIDADE ECONÔMICA.** Org. FAVARIN, Roque Ademir et al. Florianópolis: Cáritas Brasileira Regional Santa Catarina, 2011.

CHRISTO, Deborah Chagas; In:PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de Moda: olhares diversos.** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

COELHO, Suzana Lanna Burnier; In: CUNHA, Daisy Moreira; LAUDARES, João Bosco (Orgs). **Trabalho: diálogos multidisciplinares.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

CONTI, Giovanni Maria; In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de Moda: olhares diversos.** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

COOPERATIVISMO: PRIMEIRAS LIÇÕES. GAWLAK, Albino; RATZKE, Fabiane. SESCOOP - Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo. 3ª edição. Brasília: Sescop, 2007. Disponível em: < <http://www.ocbmt.coop.br/TNX/storage/webdisco/2009/12/28/outros/f2acdd6df5f27518fd2c908db92a1275.pdf> >. Acesso em: 31 jan. 2015.

CRUZ, Antônio. **Uma contribuição crítica às políticas públicas de apoio à economia solidária.** 2011. Artigo (Programa de Pós-Graduação) – FEA-USP, 2011.

DICIONÁRIO POPULAR DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. LANZA, Líria Maria Bettiol et al. Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2014.

FASHION BUBBLES. **Senac Moda Informação inverno 2015 – confira as principais tendências em cores, tecidos e padronagens.** Disponível em: < <http://www.fashionbubbles.com/destaque/senac-moda-informacao-inverno-2015-confira-principais-tendencias/> >. Acesso em: 12 abr. 2015.

FILHO, Domingos Leite Lima; In: CUNHA, Daisy Moreira; LAUDARES, João Bosco (Orgs). **Trabalho: diálogos multidisciplinares.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

FONTANA, Isabela Mantovani, et al. **Design Colaborativo: Fatores Críticos para o Sucesso do Co-design.** Artigo – Universidade Federal do Paraná, 2012. Disponível em: < <http://blogs.anhembiblogs.br/isa2012/anais/artigos/26.pdf> >. Acesso em: 05 jan. 2015.

FÓRUM BRASILEIRO DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Rede de Confecção Estrela de Iracema.** Jun. 2008. Disponível em: < http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=3222&Itemid=1 >. Acesso em: 12 jan. 2014.

GALLO, Ana Rita. **Empreendimentos econômicos solidários: alternativas organizacionais de (re)inserção social e econômica.** ORG & DEMO, v. 5, n. 2, p. 149-166, 2004. Disponível em: < <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/orgdemo/article/viewFile/409/309> >. Acesso em: 01 fev. 2014.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

HICKENBICK, Claudia; FELÁCIO, Rafael Matos. **Economia solidária e arranjos produtivos locais.** Especialização: Educação Profissional Integrada à Educação Básica na Modalidade de Educação de Jovens e Adultos – PROEJA. Florianópolis: IFSC, 2014.

HOBERMAN ASSOCIATES. **Transformable design.** Disponível em: < <http://www.hoberman.com> >. Acesso em: 05 fev. 2014.

ITECSOL – UNIJUÍ (Incubadora de Economia Solidária, Desenvolvimento e Tecnologia Social). **O que são Empreendimentos de Economia Solidária?**

Disponível em: < <http://www.projetos.unijui.edu.br/cidadania/itecsol/index.php/o-que-sao-empreendimentos-de-economia-solidaria> >. Acesso em: 07 jan. 2015.

INTECOOP. Universidade Federal de Itajubá. Cartilha de formação de grupos. Módulo I. **O trabalho humano, história do capitalismo e economia solidária**. Disponível em: < <http://www.intecoop.unifei.edu.br/cartilha.pdf> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

KONDER, Leandro. **Marx: vida e obra**. 7. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999. Disponível em: < <http://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/konder-l-marx-vida-e-obra.pdf> >. Acesso em: 5 jan. 2014.

LIBÂNIO, Cláudia de Souza. **O papel do profissional de design e suas interfaces na gestão de design: um estudo de caso**. 2011. 117 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/31397/000780171.pdf?sequence=1> > Acesso em: 28 jan. 2014, 15:18.

LIMA, Fernanda Gozzi Pereira; SECONI, Fernando Penhalbel. **A economia solidária no contexto das grandes transformações no mundo do trabalho ao longo da história**. 2009. Artigo – Universidade Estadual de Maringá, Maringá.

MACHADO, Ana Margarida Dias. **Vestuário transformável: o contributo de um novo sistema modular**. 2011. 169 f. Dissertação (Mestre em Design de Moda) – Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 2011.

MANCE, Euclides André. **Economia Solidária** – Relato de experiências no Paraná. Seminário Catarinense de Economia Solidária. Florianópolis, 2000. Disponível em: < <http://www.solidarius.com.br/mance/biblioteca/balanco1999.htm> >. Acesso em: 29 jan. 2014.

MANCE, Euclides. **Redes de Economia Solidária**. Capítulo VI. Cadernos da Fundação Luís Eduardo Magalhães nº 5 com o título: “**Economia Solidária: desafios para um novo tempo**”. Salvador: FLEM, 2003. Disponível em: < <http://www.flem.org.br/paginas/cadernosflem/pdfs/CadernosFLEM5-VersaoCompleta.pdf> >. Acesso em: 16 fev. 2015.

MANUEL, Sérgio; LEMOS, Coimbra. **Artefactos economizadores de espaço**. 2006. 127 f. Dissertação (Mestre em Design) – Universidade de Aveiro, 2006.

MARTINS, Fernanda O.; SILVA, Sâmia B. **Identidade & Sustentabilidade: a abordagem participativa em design como ferramenta de reflexão sobre a Identidade de associações de base comunitária**. 2009, 11p. Artigo. Disponível em: < <http://portal.anhembri.br/sbds/anais/ISSD2009-P-08.pdf> >. Acesso em: 05 jan. 2015.

MARTINS, Raquel Paranhos. **Moda comprometida com a responsabilidade ecológica e social** – várias abordagens. 2009. 116 f. Dissertação (Mestrado em Design de Moda) – Faculdade de Artes e Letras, Universidade da Beira Interior, 2009. Disponível em: <

<https://ubithesis.ubi.pt/bitstream/10400.6/1248/1/Moda%20Comprometida%20com%20a%20Responsabilidade%20Ecol%C3%B3gica%20e%20Social%20-%20V%C3%A1rias%20Abordagens.pdf> > Acesso em: 31 jan. 2014, 13:14.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1996. Disponível em: < http://www.histedbr.fae.unicamp.br/acer_fontes/acer_marx/ocapital-1.pdf >. Acesso em: 11 jan. 2014.

MARX, Karl. **O capital**: crítica da economia política. Tradução: Reginaldo Sant'Anna. 25ª ed. Rio de Janeiro: civilização Brasileira, 2008.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Cooperativismo**. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/cooperativismo-associativismo/cooperativismo> >. Acesso em: 27 jan. 2015.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA. **Cooperativismo e Associativismo**. Disponível em: < <http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/Internet-MAPA/pagina-inicial/cooperativismo-associativismo> >. Acesso em: 27 jan. 2015.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. **O que é economia solidária?** Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/o-que-e-economia-solidaria.htm> >. Acesso em: 28 fev. 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Economia Solidária. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Histórico**. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/historico.htm> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Economia Solidária. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **As origens recentes da Economia Solidária no Brasil**. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/as-origens-recentes-da-economia-solidaria-no-brasil.htm> >. Acesso em: 06 jan. 2015.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Economia Solidária. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **A Economia Solidária no Ministério do Trabalho e Emprego**. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/a-economia-solidaria-no-ministerio-do-trabalho-e-emprego.htm> >. Acesso em: 06 jan. 2015.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Economia Solidária Programas e Ações. **Campanha Nacional de Divulgação e Mobilização Social da Economia Solidária**. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/campanha-nacional-de-divulgacao-e-mobilizacao-social-da-economia-solidaria.htm> >. Acesso em: 07 jan. 2015.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Economia Solidária. A Economia Solidária. **Os Empreendimentos Econômicos Solidários**. Disponível em: < <http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/os-empreendimentos-economicos-solidarios.htm> >. Acesso em: 08 jan. 2015.

MONTEIRO, Cláudia Cirineo Ferreira; ALENCAR, Francisco de. **O papel do designer de moda no desenvolvimento de produtos:** a indústria de confecção de Cianorte (PR), 2009. Disponível em: < <http://books.scielo.org/id/mw22b/pdf/menezes-9788579830426-08.pdf> >. Acesso em: 29 jan. 2014.

MORAES, Dijon de. **Pós-graduação em design no Brasil:** cenários e perspectivas. Estudos em Design. Revista (online). Rio de Janeiro: v. 22. n. 3. 2014, p.01-12. Disponível em: < file:///C:/Users/Magda/Documents/Downloads/116-227-1-SM.pdf >. Acesso em: 05 jan. 2015.

MOURA, Mônica; In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de Moda:** olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

NAIME, Roberto; ASHTON, Elisa; HUPFFER, Haide Maria. **Do design ao ecodesign:** pequena história, conceitos e princípios. Revista Brasileira de Gestão Ambiental ISSN 2317 – 3122, vol. 6, n. 1, 2012.

NEVES et al; In: CUNHA, Daisy Moreira; LAUDARES, João Bosco (Orgs). **Trabalho:** diálogos multidisciplinares. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

OLIVEIRA, Paulo de Salles. **Entrevista com Paul Singer.** Estud. av. vol. 22 n° 62 São Paulo Jan/Apr. 2008. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-40142008000100020&script=sci_arttext >. Acesso em: 10 dez. 2013.

PAULA, João Antônio de; In: CUNHA, Daisy Moreira; LAUDARES, João Bosco (Orgs). **Trabalho:** diálogos multidisciplinares. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009

PENSAMENTO VERDE. **Sustentabilidade.** Disponível em: < <http://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/conheca-o-conceito-de-moda-sustentavel/> >. Acesso em: 25 fev. 2014.

PEREIRA, Ana Rita Aguiar Soares. **Multi-look:** vestuário multifuncional. Metodologia de criação em design. 2008. 194 f. Tese (Mestrado em Design e Marketing Têxtil) - Universidade do Minho, 2008.

PEREIRA, Meire Joisy Almeida. **Trabalho e renda versus desemprego e informalidade:** uma avaliação da implantação da Lei Geral da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. RARR, ed 2, vol 2, p 95 – 113, 2º sem – Boa Vista, 2012.

PLANETA SUSTENTÁVEL. Desenvolvimento. Cooperação. **Economia Solidária: futuro do desenvolvimento?** PRADO, Thays. 2008. Disponível em: < http://planetasustentavel.abril.com.br/noticia/desenvolvimento/conteudo_282947.shtml >. Acesso em: 30 jan. 2015.

PORTAL COOP. **Você sabe o que é cooperativismo?** Disponível em < <http://www.portalcoop.com.br/conheca/o-que-e-cooperativismo#adesao-voluntaria-livre> >. Acesso em: 27 jan. 2015.

PROJETO CONTEM. **Um novo olhar sobre sustentabilidade.** Disponível em: < <http://www.projetocontem.com.br/noticias/moda-e-beleza/vem-ai-a-3a-edicao-do-sp-ecoera/> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

RECH, Sandra Regina. **Qualidade na criação e desenvolvimento de produto de moda nas malharias retilíneas.** 2001. 209 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001. Disponível em: < <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/80310/181121.pdf?sequence=1> > Acesso em: 31 jan. 2014, 17:22.

RECH, Sandra Regina. **O gestor de design de moda: agente diferenciador no mercado globalizado.** 2007. Disponível em: < <http://pt.scribd.com/doc/182735593/RECH-2007-O-Gestor-Design-de-Moda-Encontro-de-Palermo> >. Acesso em: 29 jan. 2014.

RIBEIRO, Liliana Figueiredo. **Design de mobiliário adaptável ao crescimento da criança.** 2012. 121 f. Dissertação (Mestrado em Design Industrial) – Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, 2012.

SALTZMAN, Andrea; In: PIRES, Dorotéia Baduy (Org). **Design de Moda: olhares diversos.** Barueri, SP: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SAMPAIO, Ronei. **Design Colaborativo.** Blog Design Sem Sobrenome. 2013. Disponível em: < <http://designsemsobrenome.blogspot.com.br/2013/06/design-colaborativo-ronei-sampaio.html> >. Acesso em: 05 jan. 2015.

SANTOS, Caroline Zanardo Gomes dos; SANTOS, Joyce Ribeiro dos. **Design de moda: o corpo, a roupa e o espaço que os habita.** Revista Multidisciplinar da Uniesp. Junho 2010. Disponível em: < <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista9/pdf/artigos/17.pdf> >. Acesso em: 06 fev. 2014.

SCHULTE, Neide; ROSA, Lucas da; In: SANT'ANNA, Mara Rúbia (Org). **Moda e produto.** Série Modapalavra. Vol.6. Florianópolis/Barueri/SP: UDESC/Estação das Letras, 2010. 256p. Disponível em: < http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao10/modapalavra_livro_6.pdf >. Acesso em: 02 fev. 2014.

SEBRAE – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. **Critérios de classificação de empresas: EI – ME – EPP.** Disponível em: < <http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154> >. Acesso em: 08 jan. 2015.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como elaborar um plano de negócios.** Brasília, 2013. Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf >. Acesso em: 25 mai. 2015.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Fundamentos de design de moda:** pesquisa e design. Tradução: Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SILVA, Jucelia S. Giacomini da; SCHULTE, Neide Köhler. **O caso Justa Trama:** contexturas entre a economia solidária e as estratégias orientadas para a sustentabilidade no processo de Life Cycle Design. Ano 7, n. 13, Jan-Jun 2014, ISSN 1982-615x. Disponível em: < http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao13/Moda%20Palavra_Edicao_13.pdf >. Acesso em: 24 jan. 2014.

SILVA, Angela A. Gimenes; VALENCIA, Maria Cristina Palhares. **História da Moda:** da idade média à contemporaneidade do acervo bibliográfico do Senac – Campus Santo Amaro. Revista CRB-8 Digital, São Paulo, v. 1, n. 5, p. 102-112, jan 2012. Disponível em: < <http://revista.crb8.org.br/index.php/crb8digital/article/viewFile/73/75> > . Acesso em: 07 fev. 2014.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária.** 1ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SISTEMA OCERGS SESCOOP/RS. **História do Cooperativismo.** 2012. Disponível em < <http://www.ocergs.coop.br/index.php/cooperativismo/historia-do-cooperativismo50> >. Acesso em: 27 jan. 2015.

SOCIETE PERRIER. **A moda sustentável de Gustavo Silvestre.** Disponível em: < <http://societeperrier.com/brazil/articles/sao-paulo/moda-sustentavel-gustavo-silvestre/#.UwwvuldVVU> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. 4. ed. Brusque: D. Trepow, 2007.

VERONESE, Marília Veríssimo. **Subjetividade, trabalho e economia solidária.** Revista Crítica de Ciências Sociais, 2009. Disponível em: < <http://rccs.revues.org/416> >. Acesso em: 31 jan. 2015.

VILA MULHER. Artesanato. Tendências. **Tecido sustentável confeccionado com retalhos.** 2011. Disponível em: < <http://vilamulher.com.br/artesanato/tendencias/tecido-sustentavel-confeccionado-com-retalhos-17-1-7886461-63.html> >. Acesso em: 26 fev. 2014.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

