

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

**TATIANA MARINS ESTEVES**

**O DESIGN COLABORATIVO DIRECIONADO À SUSTENTABILIDADE**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**APUCARANA**  
**2014**

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

TATIANA MARINS ESTEVES

**O DESIGN COLABORATIVO DIRECIONADO À SUSTENTABILIDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – URFPR, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda.

Orientadora: Profa. Me. Josiany Oenning

**APUCARANA  
2014**



Ministério da Educação  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**  
Câmpus Apucarana  
CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia  
em Design de Moda



**TERMO DE APROVAÇÃO**  
**Título do Trabalho de Conclusão de Curso N° 92**  
**O design colaborativo direcionado a sustentabilidade**  
por

TATIANA MARINS ESTEVES

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

---

PROFESSOR(A) JOSIANY OENNING – ORIENTADOR(A)

---

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

---

PROFESSOR(A) CARLA HIDALGO CAPELASSI – EXAMINADOR(A)

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

## RESUMO

ESTEVES, Tatiana Marins. **O design colaborativo direcionado à sustentabilidade**. 2014. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

O *design* colaborativo atua como facilitador, trazendo mudanças e a quebra de paradigmas de forma que ocorra uma interação do consumidor com o *designer*.

Neste projeto, buscou-se compreender o papel do *designer* como comunicador e transmissor do processo criativo do produto de moda, facilitando a compreensão do consumidor e repassando seu conhecimento já estabelecido, com a finalidade de mudança de sistemas, criando uma atitude mais positiva e construtiva para com a moda.

Assim, associando a sustentabilidade aos conceitos buscados, compreendendo as incontáveis inter-relações que vinculam os sistemas econômicos, materiais e socioculturais à natureza, com a finalidade de reconstruir as relações entre moda e os sistemas ecológicos, repassando valores e princípios sustentáveis aos produtos, em atitudes positivas, transmitindo conhecimento.

**Palavras-chave:** *Design* colaborativo, sustentabilidade, ciclo de vida do produto.

## ABSTRACT

ESTEVEES, Tatiana Marins. **The collaborative design focused on sustainability.** 2014. 68 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2014.

The collaborative design acts as a facilitator, bringing changes as well as broken conventional rules in order to provide an interaction between the consumer with the *designer*.

In this project, was intent to understand the attribution of profile of the designer as communicator and transmitter of the creative process of fashion products, facilitating consumer understanding and passing on his knowledge already established with the purpose of changing systems, creating an attitude more positive and constructive regarding fashion.

Thereby, associating to sustainability to fetched concepts, understanding countless interrelationships which link the economic system, materials and sociocultural to nature, in order to rebuild relations between fashion and ecological systems, passing on values and sustainable principles to products, with positive attitudes, transmitting knowledge.

**Keywords:** Collaborative design, sustainability, product life cycle.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Principais acontecimentos relacionados ao desenvolvimento sustentável.....	12
Figura 2: Objetivo do desenvolvimento sustentável.....	13
Figura 3: O ciclo de vida do sistema-produto.....	16
Figura 4: Cronograma.....	23
Figura 5: Respostas ao questionário – pergunta 01.....	24
Figura 6: Respostas ao questionário – pergunta 03.....	25
Figura 7: Respostas ao questionário – pergunta 04.....	25
Figura 8: Respostas ao questionário – pergunta 05.....	26
Figura 9: Respostas ao questionário – pergunta 06.....	26
Figura 10: Respostas ao questionário – pergunta 07.....	27
Figura 11: Respostas ao questionário – pergunta 08.....	28
Figura 12: Respostas ao questionário – pergunta 09.....	28
Figura 13: Respostas ao questionário – pergunta 10.....	29
Figura 14: Respostas ao questionário – pergunta 11.....	30
Figura 15: Logo.....	31
Figura 16: Concorrente direto – Flavia Aranha (lookbook).....	34
Figura 17: Concorrente indireto – Casa Juisi.....	35
Figura 18: Cartão de visitas da marca.....	37
Figura 19: Etiqueta interna de marca.....	37
Figura 20: <i>Tag</i> de marca.....	38
Figura 21: Modelo de embalagem.....	38
Figura 22: Imagem do público-alvo.....	39
Figura 23: Painel de estilo de vida do público-alvo.....	40
Figura 24: Macrotendência.....	41
Figura 25: Macrotendência.....	42
Figura 26: Balmain, Inverno 2014-2015.....	43
Figura 27: Dolce & Gabbana, Outono-Inverno 2014-2015.....	44
Figura 28: Detalhe dos bordados, desfile Dolce & Gabbana, Outono-Inverno 2014-2015.....	45
Figura 29: Referência da coleção – captura de tela do filme <i>La science des rêves</i> (2006).....	46
Figura 30: Cartela de cores.....	48
Figura 31: Cartela de materiais.....	49
Figura 32: BORDADOS.....	50
Figura 33: Shapes.....	51
Figura 34: Painel Semântico.....	53
Figura 35: Geração de alternativas 01.....	54
Figura 36: Geração de alternativas 02.....	54
Figura 37: Geração de alternativas 03.....	55
Figura 38: Geração de alternativas 04.....	55
Figura 39: Geração de alternativas 05.....	56
Figura 40: Geração de alternativas 06.....	56
Figura 41: Geração de alternativas 07.....	57
Figura 42: Geração de alternativas 08.....	57
Figura 43: Geração de alternativas 09.....	58
Figura 44: Geração de alternativas 10.....	58
Figura 45: Geração de alternativas 11.....	59
Figura 46: Geração de alternativas 12.....	59
Figura 47: Geração de alternativas 13.....	60
Figura 48: Geração de alternativas 14.....	60
Figura 49: Geração de alternativas 15.....	61

Figura 50: Geração de alternativas 16 .....	61
Figura 51: Geração de alternativas 17 .....	62
Figura 52: Geração de alternativas 18 .....	62
Figura 53: Geração de alternativas 19 .....	63
Figura 54: Geração de alternativas 20 .....	63
Figura 55: Geração de alternativas 21 .....	64
Figura 56: Geração de alternativas 22 .....	64
Figura 57: Geração de alternativas 23 .....	65
Figura 58: Geração de alternativas 24 .....	65
Figura 59: Geração de alternativas 25 .....	66
Figura 60: Geração de alternativas 01 .....	67
Figura 61: Geração de alternativas 02 .....	68
Figura 62: Geração de alternativas 03 .....	68
Figura 63: Geração de alternativas 04 .....	69
Figura 64: Geração de alternativas 05 .....	69
Figura 65: Geração de alternativas 06 .....	70
Figura 66: Geração de alternativas 07 .....	70
Figura 67: Ficha técnica – look 5 p.1 saia .....	71
Figura 68: Ficha técnica – look 5 p. 2 saia .....	72
Figura 69: Ficha técnica – look 5 p.3 saia .....	73
Figura 70: Ficha técnica – look 5 p.4 saia .....	74
Figura 71: Ficha técnica – look 1 p.1 calça .....	75
Figura 72: Ficha técnica – look 1 p.2 calça .....	76
Figura 73: Ficha técnica – look 1 p.3 calça .....	77
Figura 74: Ficha técnica – look 1 p.4 calça .....	78
Figura 75: Ficha técnica – look 1 p.1 blusa .....	79
Figura 76: Ficha técnica – look 1 p.2 blusa .....	80
Figura 77: Ficha técnica – look 1 p.3 blusa .....	81
Figura 78: Ficha técnica – look 1 p.4 blusa .....	82
Figura 79: Ficha técnica – look 1 p.1 jaqueta .....	83
Figura 80: Ficha técnica – look 1 p.2 jaqueta .....	84
Figura 81: Ficha técnica – look 1 p.3 jaqueta .....	85
Figura 82: Ficha técnica – look 1 p.4 jaqueta .....	86
Figura 83: Ficha técnica – look 3 p.1 calça .....	87
Figura 84: Ficha técnica – look 3 p.2 calça .....	88
Figura 85: Ficha técnica – look 3 p.3 calça .....	89
Figura 86: Ficha técnica – look 3 p.4 calça .....	90
Figura 87: Ficha técnica – look 3 p.1 blusa .....	91
Figura 88: Ficha técnica – look 3 p.2 blusa .....	92
Figura 89: Ficha técnica – look 3 p.3 blusa .....	93
Figura 90: Ficha técnica – look 3 p.4 blusa .....	94
Figura 91: Ficha técnica – look 5 p.1 blusa .....	95
Figura 92: Ficha técnica – look 5 p.2 blusa .....	96
Figura 93: Ficha técnica – look 5 p.3 blusa .....	97
Figura 94: Ficha técnica – look 5 p.4 blusa .....	98
Figura 95: Ficha técnica – look 4 p.1 jaqueta .....	99
Figura 96: Ficha técnica – look 4 p.2 jaqueta .....	100
Figura 97: Ficha técnica – look 4 p.3 jaqueta .....	101
Figura 98: Ficha técnica – look 4 p.4 jaqueta .....	102
Figura 99: Ficha técnica – look 4 p.1 blusa .....	103

Figura 100: Ficha técnica – look 4 p.2 blusa.....	104
Figura 101: Ficha técnica – look 4 p.3 blusa.....	105
Figura 102: Ficha técnica – look 6 p.1 blusa.....	106
Figura 103: Ficha técnica – look 6 p.2 blusa.....	107
Figura 104: Ficha técnica – look 6 p.3 blusa.....	108
Figura 105: Ficha técnica – look 4 p.1 shorts.....	109
Figura 106: Ficha técnica – look 4 p.2 shorts.....	110
Figura 107: Ficha técnica – look 4 p.3 shorts.....	111
Figura 108: Ficha técnica – look 6 p.1 macacão .....	112
Figura 109: Ficha técnica – look 6 p.2 macacão .....	113
Figura 110: Ficha técnica – look 6 p.3 macacão .....	114
Figura 111: Ficha técnica – look 6 p.4 macacão.....	115
Figura 112: Ficha técnica – look 2 p.1 macacão .....	116
Figura 113: Ficha técnica – look 2 p.2 macacão .....	117
Figura 114: Ficha técnica – look 2 p.3 macacão .....	118
Figura 115: Ficha técnica – look 2 p.4 macacão .....	119
Figura 116: Ficha técnica – look 2 p.1 blusa.....	120
Figura 117: Ficha técnica – look 2 p.2 blusa.....	121
Figura 118: Ficha técnica – look 2 p.3 blusa.....	122
Figura 119: Ficha técnica – look 2 p.4 blusa.....	123
Figura 120: Ficha técnica – look 7 p.1 vestido.....	124
Figura 121: Ficha técnica – look 7 p.2 vestido.....	125
Figura 122: Ficha técnica – look 7 p.3 vestido.....	126
Figura 123: DOSSIE ELETRONICO: Informações sobre o produto. ....	127
Figura 124: DOSSIE ELETRONICO: Opções de cores para compra. ....	127
Figura 125: FANPAGE DA MARCA.....	128
Figura 126: Catálogo, look 01. ....	128
Figura 127: Catálogo, look 02. ....	129
Figura 128: Catálogo, look 03. ....	129
Figura 129: Catálogo, look 04. ....	130
Figura 130: Catálogo, look 05. ....	130
Figura 131: Catálogo, look 06. ....	131
Figura 132: Catálogo, look 07. ....	131
Figura 133: Ordem do desfile.....	132

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 TEMA.....	8
1.1.1 PROBLEMA .....	8
1.2 OBJETIVOS.....	9
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	9
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
1.3 JUSTIFICATIVA .....	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	11
2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	11
2.2 <i>SLOW FASHION</i> .....	14
2.2.1 CICLO DE VIDA DO PRODUTO.....	15
2.2.2 <i>SLOW FASHION X FAST FASHION</i> .....	16
2.3 OS 3RS DA SUSTENTABILIDADE.....	17
2.3.1 <i>UPCYCLING</i> .....	18
2.4 RESÍDUOS TÊXTEIS .....	19
2.5 DESIGN COLABORATIVO .....	20
2.5.1 COLABORAÇÃO.....	21
2.5.2 INTERVENÇÃO .....	21
3 MATERIAIS E MÉTODOS .....	22
3.1 CRONOGRAMA .....	23
3.2 PESQUISA DE CAMPO.....	23
3.3 COLETA DE DADOS.....	23
3.4 ANÁLISE DA PESQUISA.....	30
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO .....	30
4.1 EMPRESA.....	30
4.1.1 NOME DA EMPRESA .....	31
4.1.2 PORTE.....	31
4.1.3 CONCEITO DA MARCA.....	31
4.1.4 SEGMENTO .....	32
4.1.5 DISTRIBUIÇÃO .....	32
4.1.6 CONCORRENTES (DIRETO E INDIRETOS).....	33
4.1.7 SISTEMAS DE VENDA.....	35
4.1.8 PONTOS DE VENDA .....	36
4.1.9 PREÇOS PRATICADOS .....	36
4.1.10 PROMOÇÃO .....	36
4.1.11 PLANEJAMENTO.....	36

4.1.12 VISUAL E EMBALAGEM .....	37
4.2 PÚBLICO-ALVO .....	39
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS .....	40
4.3.1 SOCIOCULTURAIS (Macrotendências) .....	41
4.3.2 ESTÉTICAS (Microtendências).....	42
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO .....	45
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL .....	45
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	45
5.2.1 CONCEITO DA COLEÇÃO.....	45
5.2.2 NOME DA COLEÇÃO .....	46
5.2.3 REFERÊNCIAS DA COLEÇÃO .....	46
5.4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	53
5.5 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS .....	67
5.6 FICHAS TÉCNICAS .....	71
5.6 DOSSIÊ ELETRÔNICO .....	127
5.5 CATÁLOGO.....	128
5.6 DESFILE .....	132
5.6.1 PLANEJAMENTO PARA EXECUÇÃO DO <i>MAKE-UP E HAIR</i> .....	132
5.6.2 TRILHA SONORA .....	132
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	133
REFERÊNCIAS .....	134

## 1 INTRODUÇÃO

A escassez de matéria-prima para se produzir novos materiais, a poluição do ar, da água e a falta de energia são situações vigentes que estão relacionadas ao consumo inapropriado de bens e serviços. Este consumo, muitas vezes, acontece devido à falta de informação do próprio consumidor que, na maioria das vezes, encontra o produto pronto e não tem o comprometimento com a procedência ou a sua finalidade.

Neste projeto foram criados objetivos cuja finalidade é aplicar a prática do *design* junto ao usuário de forma que haja uma interação de ambas as partes. Outro foco é a inserção de valores sustentáveis aos produtos, usando os princípios fundamentais dos 3 Rs (reutilizar, reciclar e reduzir) pensando em atitudes que serão decisivas para um futuro melhor.

Em conjunto com essa prática, torna-se importante promover a elaboração de peças que sejam confeccionadas com matéria-prima sustentável, buscando fornecedores que prezam por qualidade, criando um relacionamento transparente com produtos ecologicamente corretos, assim auxiliando na elaboração de novos produtos de moda.

A metodologia consiste na pesquisa em textos científicos da área que versam sobre o design colaborativo e sustentabilidade. Também foi utilizada a coleta de dados sobre o público-alvo para a criação de uma marca que atenda as suas necessidades, de acordo com suas escolhas, fazendo com que o designer seja um facilitador no desenvolvimento do produto.

### 1.1 TEMA

O *design* colaborativo direcionado à sustentabilidade.

#### 1.1.1 PROBLEMA

Até que ponto o *designer* atua como facilitador na hora de criar um produto de moda?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma coleção de moda sustentável a partir da prática do *design* colaborativo para a criação de produtos em conjunto com o público-alvo.

### 1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudar o comportamento, costumes e valores que o público-alvo agrega às suas vestimentas, com a finalidade de desenvolver uma coleção que atenda às necessidades deste consumidor;
- Agregar valores no produto por meio do *design* inovador, criando conforto e qualidade com matéria-prima sustentável;
- Estabelecer um método de colaboração na hora da criação, fazendo com que o processo criativo seja mais assertivo;
- Criar uma coleção de moda onde o *design* colaborativo esteja inserido no processo de desenvolvimento do produto.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

A abordagem dessa pesquisa justifica-se pela relevante importância da influência do consumidor no produto de moda. Essa influência afeta em desiguais aspectos o processo em que é desenvolvido o produto de moda, tendo como finalidade satisfazer seu consumidor.

Como uma via de mão única, os consumidores têm poucas opções além de serem os receptores finais do produto da indústria da moda. As redes de lojas são quase sempre homogêneas, enfraquecendo a expressão individual, restringindo a imaginação dos consumidores e limitando suas certezas quanto ao que uma roupa pode ser. O produto de moda passa pela cadeia de fornecimento em uma única direção, do produtor ao consumidor, limitando o usuário.

Ao criar um produto, o *designer* faz pesquisas com o intuito de compreender o que o consumidor necessita, porém, mesmo com o público-alvo

direcionado, as peças desenvolvidas podem não ser tão assertivas quanto deveriam ser. No processo colaborativo, além das pesquisas, existe a participação do usuário desde a primeira etapa de desenvolvimento, interagindo com a criação do produto.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Sustentabilidade é sem dúvida o tema do século XXI. Na moda, as questões sobre como ser sustentável abrangem desde o abuso no trabalho até o uso de produtos químicos na indústria têxtil e o consumo exagerado (FLETCHER; GROSE, 2011).

A definição de desenvolvimento sustentável apareceu pela primeira vez em 1987. Ele foi estabelecido pela Comissão Mundial para o Ambiente pela ONU, sob direção de Gro Harlem Brundtland. A comissão de Brundtland caracterizou o Desenvolvimento Sustentável como “aquele que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das futuras gerações de satisfazer suas próprias necessidades” (BRIAN, 2008, p. 20).

A ideia de Desenvolvimento Sustentável vem sendo aprimorado ao decorrer das décadas. Em 1972, ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, em Estocolmo. Em 2012, no Rio de Janeiro a Rio+20, foi possível compreender que este conhecimento é gradativo e atualizado com o passar do tempo, pois novas ideias surgem a partir das teorias que são elaboradas, de acordo com a declaração final da conferência das nações unidas sobre desenvolvimento sustentável:

[...] Erradicar a pobreza é o maior desafio global que o mundo enfrenta hoje, e um requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável. Neste sentido temos o compromisso de libertar a humanidade, urgentemente, da pobreza e da fome. (ONU, 2012, p. 3).

Estabelecendo uma linha do tempo, abaixo na figura 1, estão relacionados os acontecimentos mais importantes no desenvolvimento sustentável.

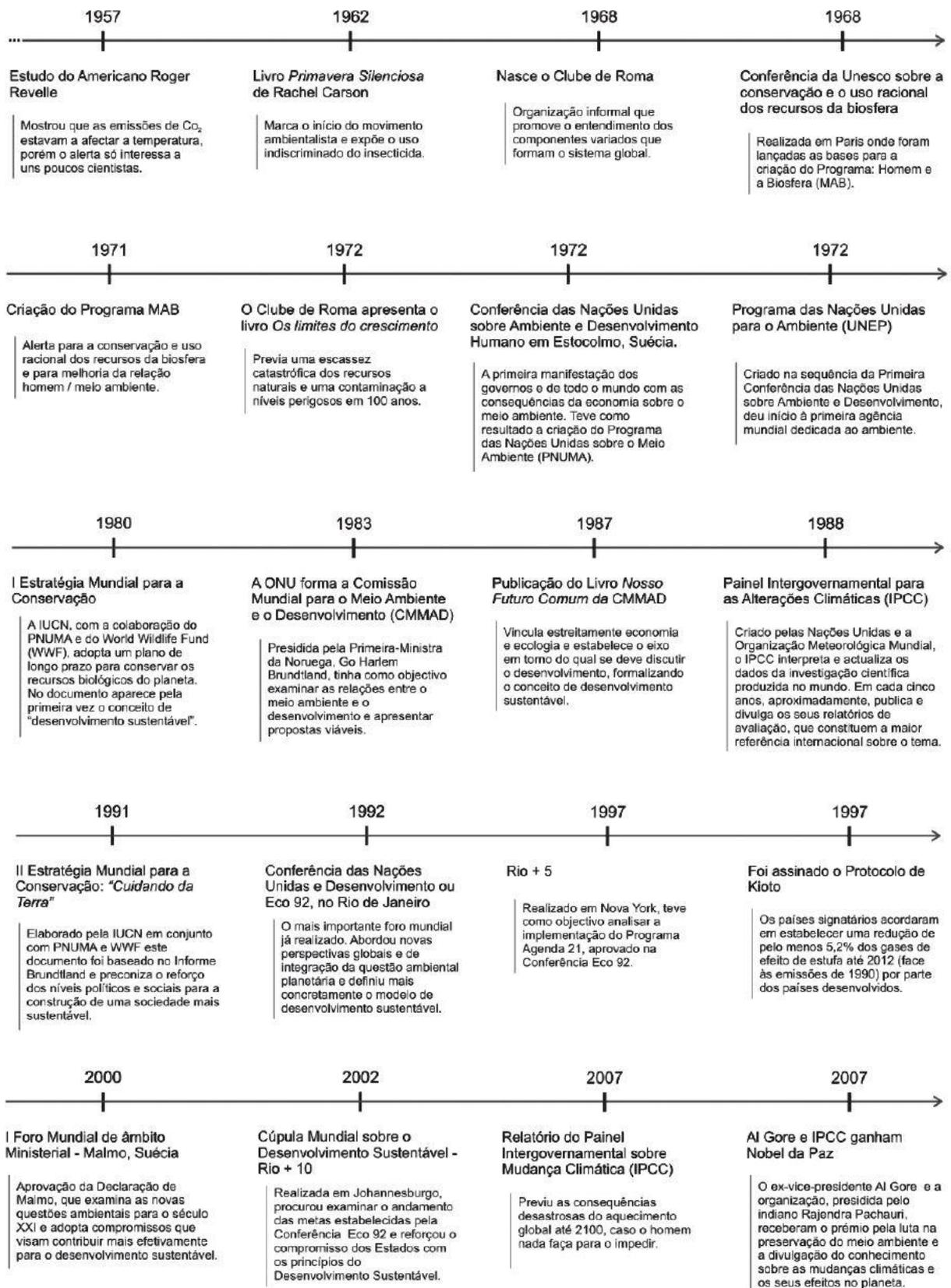


Figura 1: Principais acontecimentos relacionados ao desenvolvimento sustentável.

Fonte: Pereira (2009, p. 118).

Entre os anos de 1950 e 1960, as questões ambientais começaram a ser contestadas, mas só a partir da década de 1970 que a humanidade tomou convicção de que os recursos naturais eram limitados e a hipótese do fim de alguns destes recursos era real.

Para Cavalcante *et al* (2012), a sustentabilidade tem seu método, no cuidado com o ambiente, a cultura e a integridade social das gerações. Seu funcionamento se dá do alicerce dos três pilares do desenvolvimento sustentável – o ambiental, o social e o econômico. O pilar social implica na neutralidade da participação de todos, cada movimento social, mantendo o equilíbrio do sistema, sem desigualdades sociais, isto é, trazendo direitos e deveres. No caráter ambiental está a preocupação com as influências que cada setor do comércio possa trazer de danos. O setor econômico compreende a atuação do mercado, com competência econômica de fins lucrativos (LORENZETTI 2008; ELKINGTON 1999).

A estabilidade ágil entre os três pilares (econômico, social e ambiental) influenciam o desenvolvimento sustentável, como se pode ver na figura 2. Conforme o *Dictionary of Environment and Sustainable Development* (GILPIN, 1997), o desenvolvimento sustentável garante um proveito econômico, social e ambiental em longo prazo, atendendo os desejos atuais e das gerações futuras.

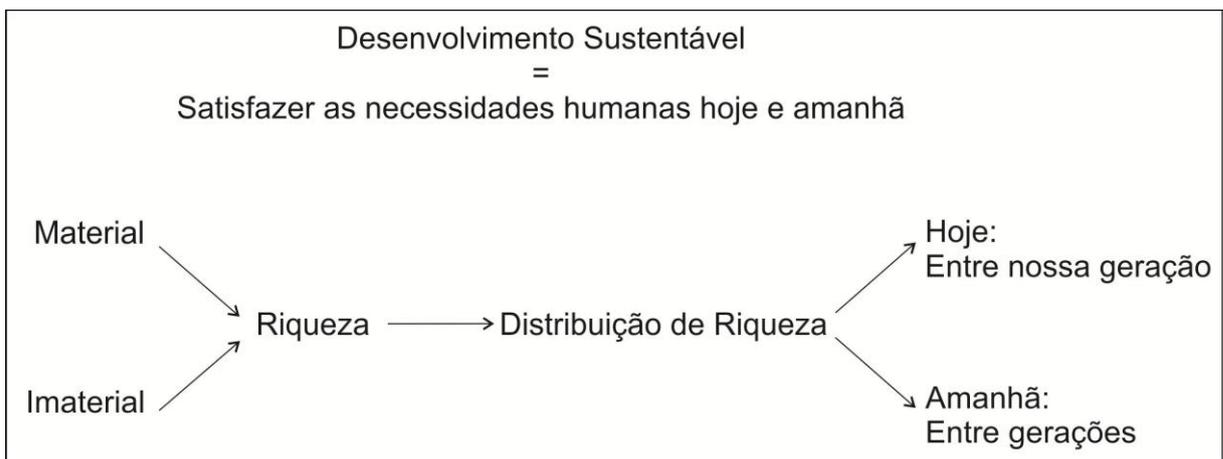


Figura 2: Objetivo do desenvolvimento sustentável  
Fonte: Spangenberg (2001, p. 27).

A sustentabilidade deve ser um propósito a ser atingido. Manzini e Vezzoli (2002, p. 28), explicam que, para ser sustentável, é preciso responder a condições como: não acumular lixo, utilizar recursos renováveis, aperfeiçoar o emprego de recursos não renováveis e, como citado por Holmberg (1995), para que

os pobres possam desfrutar de seu espaço o qual de fato tem direito, as sociedades ricas devem também manter-se nos limites de seu ambiente.

Para Platcheck (2012), o segmento de produtos sustentáveis busca tanto a inclusão de características ambientais no projeto, base fundamental, quanto as tradicionais, como funcionalidade, usabilidade e segurança. O pensamento ambiental deve fazer parte da construção geral do produto, tendo em foco todos os sistemas e fatores sociais associados ao *design* de produto.

## 2.2 SLOW FASHION

O termo *slow fashion* foi criado em 2007 pela Dr. Kate Fletcher, que comparou a indústria da moda para o movimento *Slow Food*, destacando a semelhança em termos de processos de produção (FLETCHER, 2008). Este conceito procede do *slow design* e está ligada à desaceleração da moda, com roupas permanentes e esteticamente utilizadas em mais de uma estação.

Destacar-se o *slow fashion* como “atitude sem pressa” não representa fazer menos, ou menor capacidade de produção, mas sim o rendimento com qualidade e criatividade, restabelecendo o método como aliado do meio ambiente, conservando os recursos naturais (BLACK, 2008).

Ao contrário dos produtos comuns e semelhantes oferecidos pelas redes de *fast fashion*, os produtos resultam em uma moda clássica e durável, com maior qualidade.

Com um tratamento diferente, os responsáveis pelo ciclo produtivo estão mais conscientes dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, comunidades e ecossistemas. Outro fator considerável é o respeito às fontes orgânicas e éticas, a partir da tentativa de preservar as tradições locais. Contudo, o fator tempo não pesa tanto, visto que a programação é feita em longo prazo, não sendo necessárias subcontratações, trabalhadores temporários ou horas extras para puxar a produção (FLETCHER, 2008).

Para que haja uma quebra de paradigmas no sistema da moda, o termo *slow fashion*, traduz claramente alteração de métodos que possam influenciar nas mudanças necessárias ao longo do processo de desenvolvimento de uma linha de produção.

Esse comportamento compreende todos os métodos que ajudam a agregar os produtos de moda aos conceitos de um *design* mais positivo em seu processo ativo. Essa análise compõe toda etapa do produto, até sua finalidade, que consiste em ir desde o início até seu fim (COSTA JUNIOR *et al*, 2010).

É possível um progresso mais saudável de produção, o que significa que o meio e as pessoas podiam saudavelmente coexistir, com isso a terra teria tempo para se recuperar durante os ciclos de produção (FLETCHER, 2008).

Reconhecido como um meio para alcançar a sustentabilidade, o *slow fashion* incentiva a tomada de tempo para garantir a produção responsável, que agrega valor ao produto por meio de um projeto de qualidade, considerando seu vínculo com o meio ambiente (FLETCHER, 2008; HONORÉ, 2004).

A indústria da moda enfrentou alguns desafios de iniciativa de execução, que estão relacionadas a um sistema enraizado na crescente cadeia do consumismo, contrapondo o crescimento populacional, a diminuição dos recursos naturais e as mudanças climáticas. Assim surgem os princípios “eco”, com *designers* que trabalham com moda sustentável, marcas e varejistas. Porém, a conscientização dos consumidores sobre os impactos da indústria da moda é muito baixa colocando a moda sustentável como uma lacuna no mercado (Defra 2008).

### 2.2.1 CICLO DE VIDA DO PRODUTO

O Ciclo de Vida do Produto pode ser caracterizado pela ideia do *Life Cycle Design* (LCD) elaborada por Manzini e Vezzoli. De acordo com eles, (MANZINI; VEZZOLI 2002, p. 91) o *Lyfe Cycle Design* considera desde a procedência dos recursos essenciais para a produção dos materiais que constituem (começo) até o final do tratamento (fim) desses materiais após o uso do produto. Essa definição refere-se também às trocas (*inputs* e *outputs*) entre o ambiente e o conjunto de processos que fazem parte da “vida” do produto – pré-produção, produção, distribuição, uso e descarte. Contudo, explorar o ciclo de vida do produto consiste em explorar a união de *inputs* e *outputs* de cada um dos processos, com a finalidade de estabelecer as resultantes ambientais, conceituando também os impactos indiretos à sustentabilidade econômica e social.

A figura 3 apresenta uma análise das associações de possíveis “relações físicas e químicas” presentes em todas as etapas do ciclo de vida do “sistema-produto”.

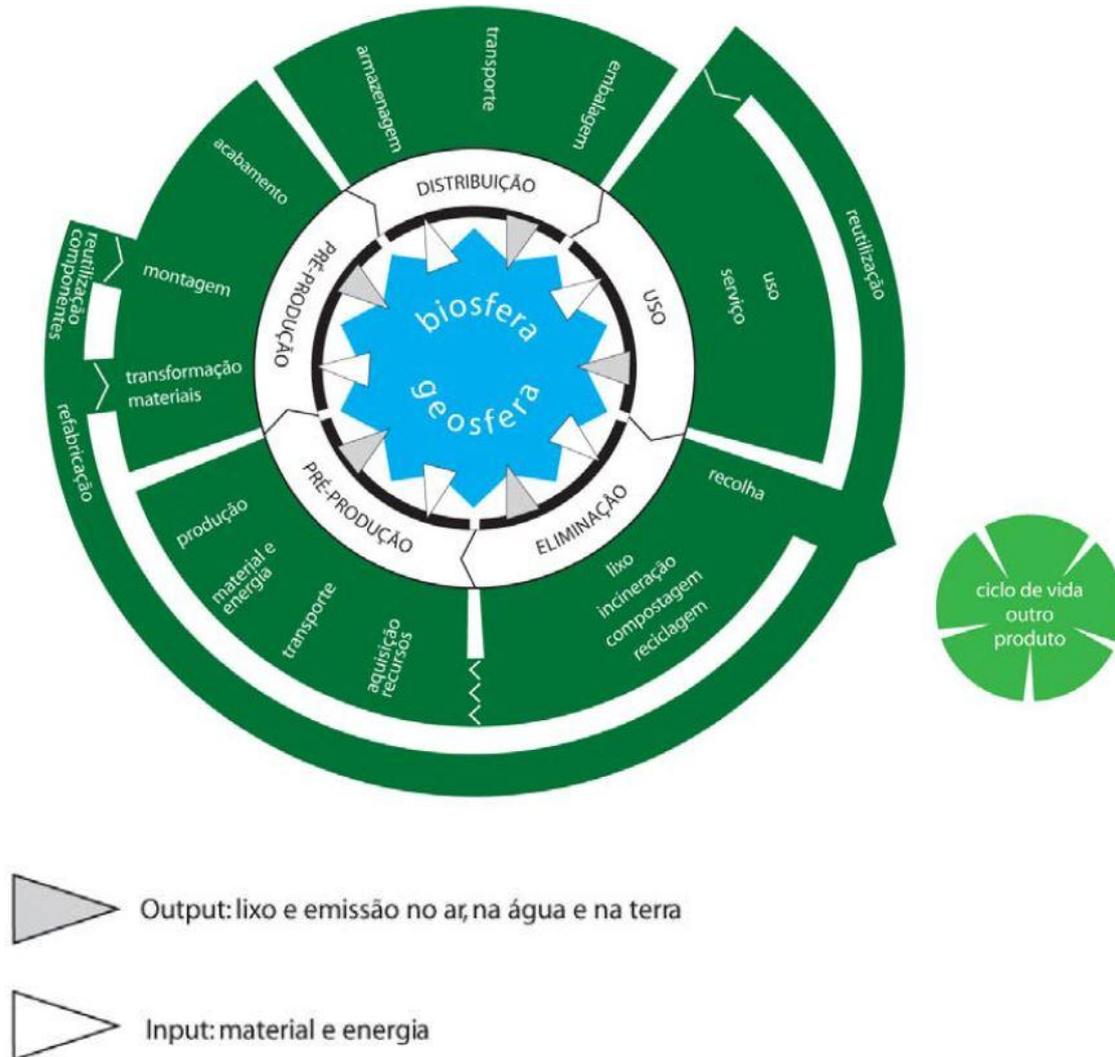


Figura 3: O ciclo de vida do sistema-produto.  
Fonte: Manzini; Vezzoli (2002, p. 92).

Tendo menor e mais frágil vida útil, os produtos de moda são criados dentro da lógica desse ramo: um sistema que dignifica o presente e a efemeridade (LIPOVETISKY, 1989). Segundo Cobra (2007), é necessário entender cada processo do ciclo de vida de um produto, não tendo somente como foco a venda, mas visando facilitar a construção de estratégias de *marketing*.

### 2.2.2 SLOW FASHION X FAST FASHION

Podemos considerar o *fast fashion* como a tendência de agilidade de produção, com informação e custo abaixo da média e que segue tendências que têm por finalidade estabelecer um progresso de obsolescência programada muito acelerada, antecipando o descarte dos produtos na maioria das vezes em perfeitas condições (MARTINS; SANTOS, 2008).

Para que as empresas de varejo, os “*magazines*”, obtenham seu propósito, as vendas são constantes e eficientes quando, desde o processo de desenvolvimento, busca-se por produtos de maior sucesso, atingindo assim o propósito da compra (CIETTA, 2010).

Do termo “*slow design*”, o *slow fashion*, destaca-se pela importante popularização dos processos, obtendo diversos profissionais interessados por esta modalidade (FUAD-LUKE, 2010).

No *fast fashion* os produtos em geral são feitos com o objetivo de maiores lucros e aceleração de produção, muitas marcas buscam por produtos de baixa qualidade, sem pensar no meio ambiente, com produtos descartáveis, alcançando seus objetivos, mesmo que isso agrave ainda mais o meio ambiente aumentando os números de descarte devido a produtos irrelevantes. Durante a revolução industrial, um dos critérios para se determinar o desenvolvimento humano era a produção em larga escala, com o controle da tecnologia, sendo constante, ocasionando aumento de capital (CALDAS, 2004).

Tendo como cuidado o foco nas pessoas e o proveito sociocultural e ambiental, o *slow design* é um projeto centralizado nas pessoas, tendo a intenção de diminuir o metabolismo humano, econômico, industrial e urbano, com o conceito de capacidade para pensar, reagir e sonhar (*SLOW DESIGN*, 2011).

## 2.3 OS 3RS DA SUSTENTABILIDADE

Inúmeras são as discussões sobre sustentabilidade, entre elas, Daniel Pereira (2013) faz o seguinte comentário:

Coisas muito simples podem ser feitas para diminuir o impacto ao meio ambiente proveniente de nossas ações, mas simples não quer dizer que seja fácil de fazer. O fato é que para isto é necessário conscientização e vontade.

Reduzir, Reutilizar e Reciclar, eles se tornaram princípios, para serem executados, nessa ordem, trazem em sua ideia a redução da produção de lixo para evitar o desgaste, tendo em vista seus dois outros fundamentos, comprando menos e melhor, mudando o ciclo, esta seria a premissa dos 3Rs da sustentabilidade.

Muitos profissionais, como os *designers*, ao criarem ou desenvolverem um produto, ajustam seus projetos aos princípios dos 3Rs, tendo como objetivo a elaboração de um “*design* sustentável”.

Segundo EPA (*Environment Protection Agency*) a redução é um dos primeiros princípios selecionados, reduzindo a fonte, isto é, a redução dos produtos fabricados e seu consumo. Contudo, a reutilização, aproveita peças prontas, ou apenas pedaços, renovando o produto com um novo *design*. Afim de aproveitar a matéria-prima, a reciclagem busca a restaurar a origem dos produtos, com o intuito de desenvolver novos a partir dessa matéria-prima reaproveitada.

Repetidamente, a reciclagem vem sendo conceituada como sendo uma das opções sem finalidade, com os piores índices de ser ecologicamente correta se comparada às escolhas de redução e reutilização, pois, para se reciclar um produto, há consumo de energia de fontes não renováveis (MANZINNI; VEZZOLI, 2008; CHEHEBE, 2002).

### 2.3.1 *UPCYCLING*

O termo *Upcycling* pode ser definido como uma prática que dá utilidade aos objetos que já estão no término de sua vida útil ou sendo descartados, transformando e agregando valor e maior utilidade, buscando diminuir a perda de “matérias-primas virgens” (SHOUP, 2008).

“O objetivo é passar a ideia de que você pode reciclar, mas usar o material para fazer um produto superior” (LEE, 2009). Divergente do processo da reciclagem, pois é mantida a origem do material, tal qual ele é (LOBO, 2010).

O contraponto entre um produto de menor valor agregado e um produto mais caro faz com que o “*high-low*”, do tradicional e o popular caminhem na mesma direção.

## 2.4 RESÍDUOS TÊXTEIS

Os problemas enfrentados nos países desenvolvidos, com questões ligadas à poluição, mudanças climáticas e sustentabilidade, tornaram-se importantes iniciativas da sociedade na viabilização de um mundo economicamente próspero, ambientalmente saudável e socialmente correto.

A indústria tem seu grande papel, com gerações de empregos, mas também acarreta no universo produtivo com um grande desafio para os problemas ambientais. Segundo dados do SindTextil-SP:

Em 2011, o Brasil importou 13,47 mil toneladas de trapos ao valor de U\$\$ 13 milhões. Com tudo, somente no Bom retiro, em São Paulo, são geradas 6 toneladas diárias de resíduos têxteis. O Brasil é o quarto maior produtor mundial de algodão e o quinto maior produtor têxtil do planeta, gerando aproximadamente 170 mil toneladas mensais de resíduos.

O setor têxtil investe R\$ 2 bilhões por ano na produção, e boa parte desses aportes destina-se ao desenvolvimento de novas tecnologias ambientais (BONDUKI, 2012 p. 39).

A moda, em sua ascensão da criatividade, expressa todo individualismo e desejos pessoais. No processo de produção, tal ascensão acarreta num desgaste social e ambiental, pois a necessidade de acompanhar a demanda do consumismo não acompanha o ciclo. Nos países mais desenvolvidos, é visto que o estilo de vida do consumidor influencia nas escolhas dos produtos. Há dados que apontam as influências entre o consumo e as consequências ambientais, refletindo uma dura crítica ao capitalismo e à economia de crescimento industrial (FLETCHER; GROSE, 2011).

“A moda, em particular, é muitas vezes colocada em primeiro plano para ilustrar como são frívolos e banais nossos desejos por variedade, em uma era em que 20% da população mundial consome 80% dos recursos naturais da Terra” (FLETCHER; GROSE, 2011 p. 138).

Das etapas que compõem o processo de criação de uma peça em uma confecção – tais como pesquisa, criação, modelagem, pilotagem, enfiar, encaixe, risco, corte, costura e acabamento – é possível identificar que, durante a fase do corte, os resíduos são mais significativos, pois devido aos moldes serem feitos de acordo com medidas que se encaixem em um padrão, não há como utilizar toda dimensão do tecido (MESACASA; CUNHA; MELLO, 2012).

## 2.5 DESIGN COLABORATIVO

O *Design* colaborativo ocorre a partir da criação de novos produtos em parceria com o consumidor. Em um processo simples, o *design* colaborativo oferece uma escolha com base em ordens diferentes. Mais democracia, mais autonomia e menos dominação, buscando a inserção do consumidor final naquilo que lhe será proporcionado de maneira mais colaborativa, alterando seu critério, com menos autoridade de escolha e mais liberdade. De maneira que o *design* possa ganhar qualidade na técnica de suas novas criações, sua ideia inicial é a de que quem possa usufruir do produto possa colaborar em sua criação, proporcionando o direito de escolha a quem possa criar e utilizar o produto, tendo em vista os elementos interessados e seus interesses, formando o processo do *design* (FLETCHER; GROSE, 2011, p.144).

Recorrendo a uma pesquisa bibliográfica que, para se caracterizar a colaboração, observam-se diferentes significados relevantes que traduzem o termo. Mehlecke e Tarouco (2003) alegam que, já em 1867, o termo “trabalho colaborativo” foi definido por Karl Marx como sendo a atividade em conjunto de maneira elaborada de ambas as partes, tanto em um plano conjunto quanto individual. Houveram definições variadas que confrontaram a definição de Marx.

Com a propagação, em decorrência do processo de globalização, em que as pessoas que experimentam cenários diferentes acabam a ocupar-se em conjunto, East *et al* (2007) constatam desse entendimento, definindo a colaboração como o trabalho em conjunto por meio de um esforço em comum. Isto é, definem que a necessidade para o trabalho colaborativo depende da interação dos indivíduos. A consequência é a confiança entre elas e o esforço de cada parte.

Divergentes variações ocorrem e podem estar associadas aos sentidos das palavras, que sofrem transformação de acordo com a cultura ou com o idioma. O conceito é formado desde o ato até seus resultados. É válido considerar a intervenção das diversas disciplinas relacionadas ao trabalho humano. O sentido da colaboração pode variar de acordo com a área do conhecimento em que se estuda o fenômeno (HEEMANN; LIMA; CORRÊA, 2008).

### 2.5.1 COLABORAÇÃO

De acordo com o dicionário de língua portuguesa (FERREIRA, 2004), a colaboração é o ato, processo ou efeito de laborar, colaborar, de trabalhar conjuntamente com uma ou mais pessoas. Ela é o empenho de um indivíduo que contribui para a realização do algo conjunto ou para ajudar alguém; auxílio ou trabalho conjunto (FERREIRA, 2004, p. 494).

De maneira abrangente, a definição de colaboração é utilizada para determinar quando ocorre auxílio entre indivíduos, isto é, um trabalho coletivo, ao invés de individual, com finalidade. O conceito de colaboração apresenta-se, assim, bastante, visto que pode ser adaptado em diversos contextos e se aprimorar em variados níveis de solidificação. Seu significado pode facilmente fundir-se aos conceitos de compartilhamento, interação, cooperação e trabalho em equipe (HEEMANN; LIMA; CORRÊA, 2008).

### 2.5.2 INTERVENÇÃO

A intervenção na moda assemelha-se aos *hackers* de computação, que decifram produtos eletrônicos comuns, de maneira edificante, avaliam como uma ação direta, de maneira eletrônica que possa intervir da prática ao raciocínio crítico. De maneira não tão nociva, a prática dos *hackers* também pode ser vista de maneira produtiva e não destrutiva, sua finalidade não é a destruição e mudança radical, mas sim compor algo a mais ao produto final, sobre a intervenção, Fletcher e Grose (2011, p. 150) corroboram informando que:

Alinhadas com a natureza fortemente política das ações de *design* participativo, a intervenção e a produção de moda podem aumentar a promessa de envolvimento com uma roupa, ao desafiar o controle e o poder do sistema da moda. A manipulação de uma peça pode proporcionar solução rápida ou engenhosa para uma questão específica, como caimento; a intervenção pode envolver a modificação de um artigo, de seu processo de produção ou de sua publicidade e semiótica, para subvertê-la com fins políticos, ou, em termos mais práticos, para dar aos usuários acesso a funções que do contrário estariam indisponíveis.

Deste modo, é possível afirmar que a intervenção tem uma intenção diretamente relacionada tanto ao processo quanto aos resultados. Ela tem uma elegância assim descrita pelo jornalista Steven Levy: “O feito deve estar imbuído de

inovação, estilo e virtuosidade técnica”. Define aquilo que se faz o *design* colaborativo específico que compara técnica ou processo. Para Anne Galloway (2004), as atividades de intervenção podem envolver:

- Acesso à tecnologia e conhecimento a respeito (transparência);
- Promoção de autonomia dos usuários;
- Descentralização do controle;
- Criação de beleza e superação de limitações.

### 2.5.2.1 INTERVENÇÃO NO CENÁRIO DA MODA

Diferente da customização, a intervenção abrange todo sistema, tornando o produto de moda algo que supere as intenções originais do design, diferenciando a origem do produto. Otto Von Bush, em sua tese de doutorado, dá forma ao que algumas dessas coisas podem fazer sentido na moda, pois o novo ciclo das roupas já fabricadas poderiam ter sua finalidade mais simples e prática, com normas já pré-estabelecidas, aplicadas por *designers*, em que é apenas complementado o papel do criador, agregando valores, gerando atributos ao produto (FLETCHER; GROSE, 2011).

## 3 MATERIAIS E MÉTODOS

Neste trabalho foi usada para o desenvolvimento a fundamentação teórica com referências bibliográficas que, segundo Severino (2007), têm como fonte primordial os registros impressos decorrentes de pesquisas anteriores, ou seja, livros, artigos ou teses que contêm textos analiticamente processados pelos seus autores. Essa fonte de pesquisa é amplamente utilizada nos estudos exploratórios devido à sua facilidade para obtenção de informações a partir das produções acadêmicas sobre o tema.

Também será feita uma pesquisa aplicada, onde serão preestabelecidos os segmentos para desenvolver a coleção. Buscando compreender “o consumo de peças sustentáveis”. Serão abordados os processos de fabricação da área de confecção e as influências que trazem ao meio ambiente.

A pesquisa envolverá consumidores e futuros *designers*, com coletas de dados, e observação de como seria o comportamento do consumidor ao adquirir

um produto de moda sustentável. Foi realizada também a pesquisa de campo, utilizando questionários com a intenção de considerar o consumidor com o produto que ele mesmo consome.

Com o público-alvo definido, será desenvolvida uma coleção com a colaboração do consumidor de moda, delimitando cores, formas, texturas e bordados. Tendo em vista suas necessidades, preocupações e seu conhecimento acerca de tudo que acarreta seu consumismo.

### 3.1 CRONOGRAMA

Etapa	fev.	mar.	abr.	maio	jun.	jul.
Referencial Teórico	X	X	X	X	X	X
Pesquisa de campo			x			
Análise da pesquisa			x			
Desenvolvimento do protótipo				x		
Pré-banca				x		
Alterações e confecção da coleção					x	x
Banca final						x

Figura 4: Cronograma.  
Fonte: Autoria própria.

### 3.2 PESQUISA DE CAMPO

Foi desenvolvido um questionário com 11 perguntas, com alternativas de respostas com intuito de buscar informações, sobre o público-alvo e suas decisões na hora de comprar uma peça de roupa.

### 3.3 COLETA DE DADOS

O questionário foi publicado por meio do software aplicativo Google Docs, sendo este via internet. Obteve-se resposta de 35 mulheres, entre 20 e 30 anos. O resultado pode ser demonstrado através relatórios, contendo gráficos e as suas considerações (GIL, 2009).

A primeira pergunta da pesquisa tinha como objetivo analisar a idade que melhor se encaixa o público-alvo, a princípio foi publicado o questionário para mulheres de 20 a 30 anos.

Conforme o gráfico abaixo, das 35 respostas recebidas, 9 eram de mulheres com a idade de 22 anos, 26% do total.



Figura 5: Respostas ao questionário – pergunta 01.  
Fonte: Autoria própria.

A segunda pergunta era definida como: Qual sua profissão? Com o intuito de conhecer o público e seu nível de conhecimento. Foram obtidas diversas respostas, havia estudantes, *designers*, professoras, estagiárias, entre outras.

A terceira pergunta analisou o perfil de compra do público-alvo. Como mostra a figura 5, foi verificado que, dentre as 35 questionadas, 12 mulheres compram conforme necessidade se tiver um evento que necessite de uma roupa específica elas compram; 11 mulheres optam por produtos duráveis, não se importam com o preço, o que importa é a qualidade; 10 mulheres só informaram comprar se forem realmente usar, não compram por impulso. O restante não se enquadra no perfil, pois não se preocupam com a qualidade do produto.



Figura 6: Respostas ao questionário – pergunta 03.  
Fonte: Autoria própria.

Na quarta pergunta foi analisado se o consumidor, na hora de comprar uma roupa, conhece sobre seu tecido, sua procedência. Tal pergunta foi elaborada com o intuito de perceber se elas sabiam o que são tecidos ecológicos.

### **Você sabe o que são tecidos ecológicos?**

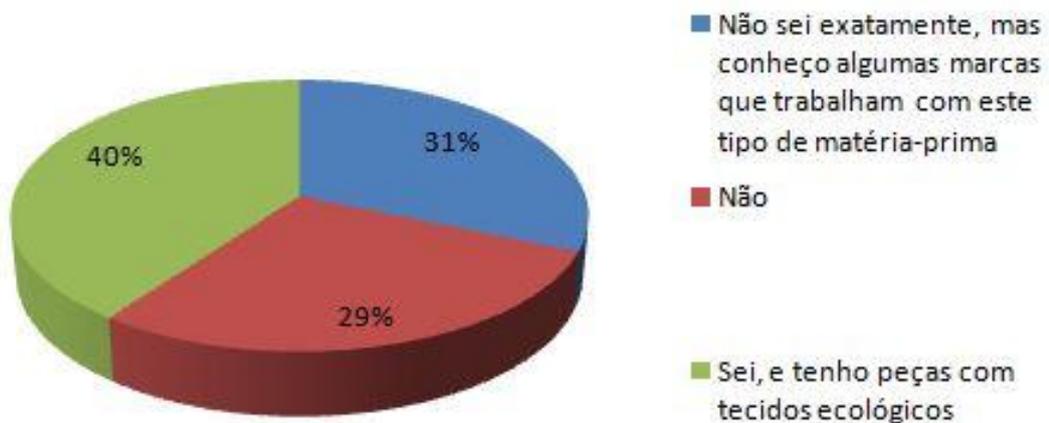


Figura 7: Respostas ao questionário – pergunta 04.  
Fonte: Autoria própria.

Na quinta pergunta foi verificado o que elas faziam com as peças (roupas) que não usam mais, a fim de verificar se este público, além de analisar antes de comprar um produto, verifica depois o fim que dão às peças.

### O que você faz com as peças (roupas) que não usa mais?

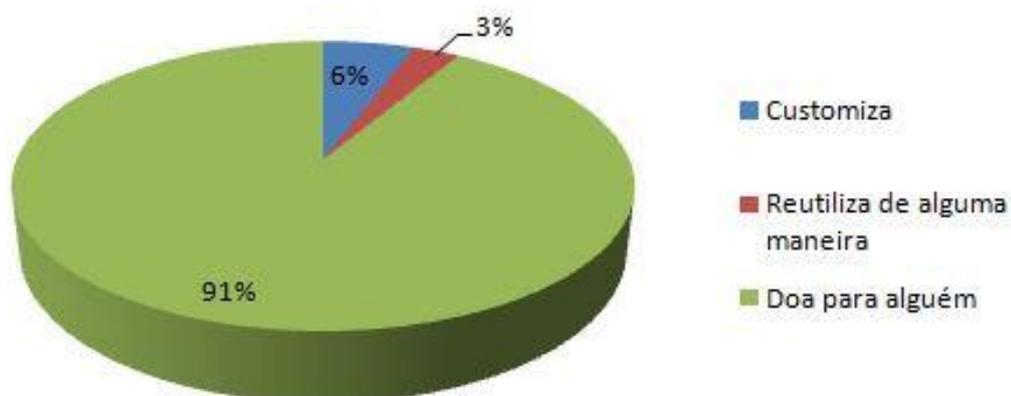


Figura 8: Respostas ao questionário – pergunta 05  
Fonte: Autoria própria.

Na sexta pergunta questionou-se o público com a intenção de saber se eles já ouviram falar em sustentabilidade, de 35 respostas, 34 pessoas afirmaram que sim, e que sabiam o que é, apenas 1 pessoa não sabia o que era.

### Você já ouviu falar em sustentabilidade?

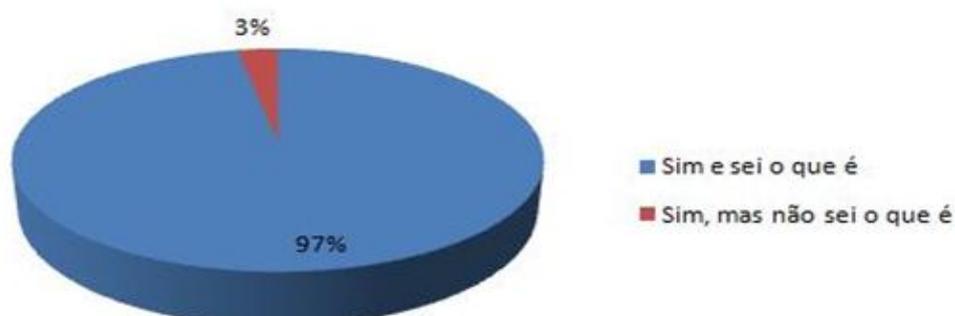


Figura 9: Respostas ao questionário – pergunta 06  
Fonte: Autoria própria.

Na sétima questão foi indagado o que elas entendiam por sustentabilidade.

### O que você entende por sustentabilidade?

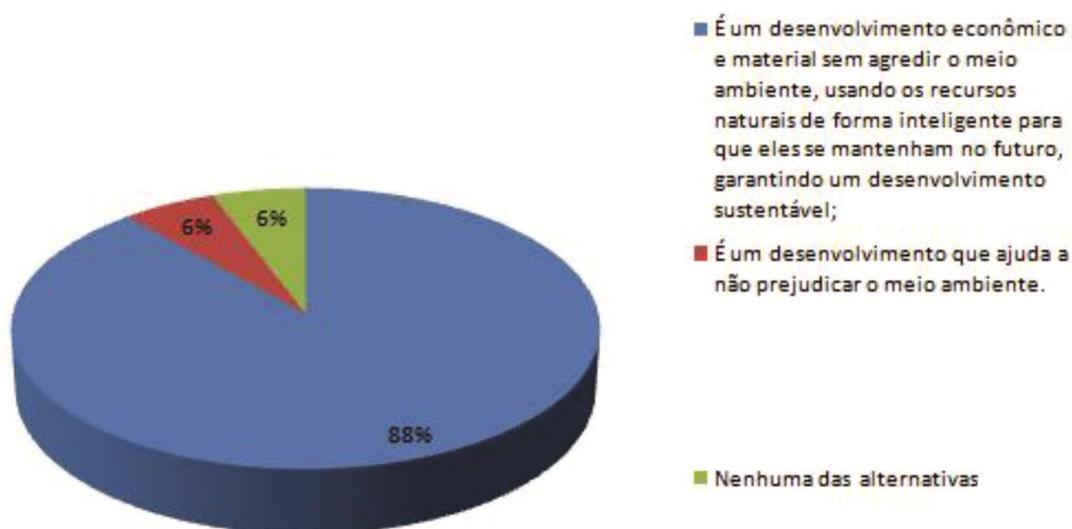


Figura 10: Respostas ao questionário – pergunta 07  
Fonte: Autoria própria.

A oitava pergunta, buscava conhecer a rotina diária do público-alvo, explicando os princípios dos 3Rs da sustentabilidade, com um texto de apoio: *Reduzir significa comprar bens e serviços de acordo com nossas necessidades para evitar desperdícios. Reutilizar significa dar um novo uso para as coisas, evitando que estas virem lixo. Reciclar é o processo que visa transformar materiais usados em novos produtos visando sua reutilização.* Por este processo, materiais que seriam destinados ao lixo permanente podem ser reaproveitados.

## Os 3Rs são pilares que envolvem a sustentabilidade, Reutilizar, Reduzir e Reciclar. O que isso representa em sua rotina diária?



Figura 11: Respostas ao questionário – pergunta 08  
Fonte: Autoria própria.

Na nona questão as entrevistadas foram perguntadas se já ouviram falar em “*slow fashion*”.

## Você já ouviu falar em *slow fashion*?



Figura 12: Respostas ao questionário – pergunta 09  
Fonte: Autoria própria.

Na décima questão, foi perguntado o que esse público entendia por *design* colaborativo. A maioria das entrevistadas já tinha ouvido falar, mas não sabiam o que seria. De 35 mulheres, 10 nunca tinham ouvido falar; porém, das 35, 2 mulheres estão satisfeitas com os produtos que encontram nas redes de lojas.



Figura 13: Respostas ao questionário – pergunta 10  
Fonte: Autoria própria.

Na última questão, décima primeira pergunta, foi questionado se, como consumidor, as entrevistadas se sentiam satisfeitas com os produtos que encontram nas lojas.

Foi dado o questionamento: *na hora de comprar uma calça jeans, antes de encontrar ela na loja, se você gostaria de ter a oportunidade de dar sua opinião sobre o design, o material e o modelo*, das respostas:

**Você como consumidor se sente satisfeito com os produtos que encontra? Na hora de comprar uma calça jeans, por exemplo antes de encontrar ela na loja se você tivesse a oportunidade de dar sua opinião, sobre o design, o material e o modelo,...**



Figura 14: Respostas ao questionário – pergunta 11  
Fonte: Autoria própria.

### 3.4 ANÁLISE DA PESQUISA

Após receber as repostas do questionário, pôde-se verificar que as entrevistadas de 20 a 30 anos são mulheres atentas, que buscam por produtos com qualidade e inovação. Estão preocupadas com os aspectos ambientais e têm opinião formada sobre o tipo de produto que vão consumir.

Das 35 respostas obtidas, 70% gostam da ideia do design colaborativo, acreditando que seja a oportunidade de se ter mais autonomia nas escolhas, podendo ter a oportunidade de opinar sobre um produto que deseja consumir.

## 4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

### 4.1 EMPRESA

Empresa de segmento de moda feminina colaborativa. Criada em 2014, a TIME TO SEW, tem com objetivo oferecer roupas sustentáveis com um

*design* diferenciado. A marca se baseia em quatro pilares: sustentabilidade, inovação, *design* e qualidade.

A nossa missão é trabalhar com o conceito sustentável, buscando fazer com que o seu público-alvo seja o principal desenvolvedor do produto final.

A TIME TO SEW, prioriza trabalhar com tecidos ecologicamente corretos, buscando criar peças que tenham qualidade, fazendo com que o produto tenha sua vida útil totalmente aproveitada.

#### 4.1.1 NOME DA EMPRESA

O nome da empresa compõe-se de dois itens: o primeiro seria a Razão social, que leva o nome de Hora de costurar Indústria e Confecções LDTA. O Segundo item seria o nome fantasia, TIME TO SEW. Abaixo apresentamos a logo criada.



Figura 15: Logo.  
Fonte: Autoria própria.

#### 4.1.2 PORTE

A empresa atua como ateliê com projetos de elaboração de coleção, com *design* colaborativo através do *site* da marca e pesquisa de campo.

#### 4.1.3 CONCEITO DA MARCA

Localizada em Londrina, no estado do Paraná, desde 2014 a marca busca utilizar tecidos orgânicos e preservar em seus produtos o conceito de peças-

chave, que o público feminino busca, com algumas inovações e ideias para satisfazer seu consumidor, agregando qualidade e *design* a produtos já vistos.

#### 4.1.4 SEGMENTO

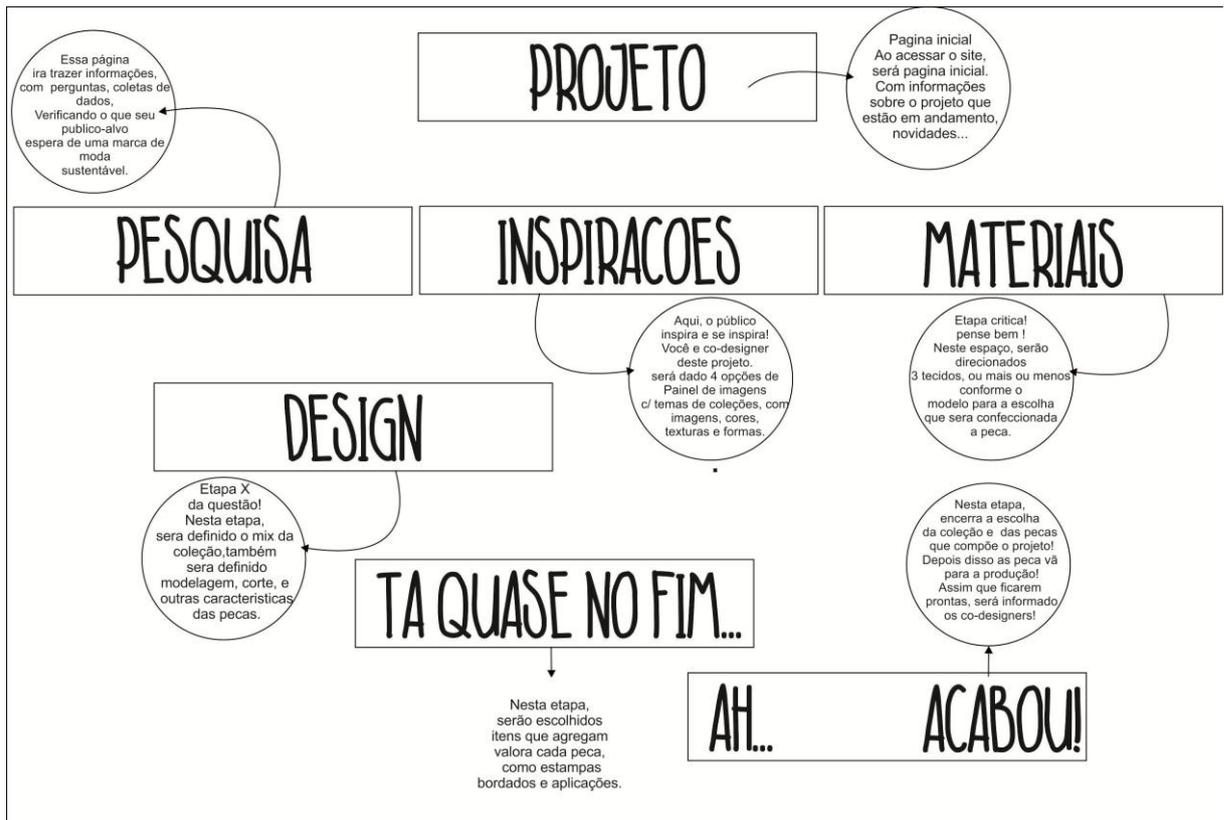
O segmento da empresa é moda feminina, *casualwear* e *dailywear*.

#### 4.1.5 DISTRIBUIÇÃO

A empresa situa-se no norte do Paraná, em Londrina. Sua venda ocorre de forma virtual, pelo *site* da marca, que é divulgado por parceiros da marca, como *blogs*, lojas de tecidos e armarinhos da região.

O consumidor atua como designer cooperativo (co-designer). Por exemplo, se ele procura uma camiseta para comprar, ao acessar o site temos a opção de uma simples camiseta, mas oferecemos mais de uma opção de tecido. O site também oferece que o consumidor faça alterações na modelagem, se houver estampa e se ele deseja o produto com ou sem estampa, ou até mesmo um bordado, de acordo com interesse do cliente. A marca trabalha através das etapas do desenvolvimento, fazendo com que ocorra uma interação da marca para com seu consumidor.

Abaixo segue a plataforma de como funcionará a interação do designer com o consumidor, as etapas que o consumidor encontrará no site da marca, desde o início do projeto.



#### 4.1.6 CONCORRENTES (DIRETO E INDIRETOS)

Flavia Aranha (direto)



Figura 16: Concorrente direto – Flavia Aranha (lookbook).  
Fonte: FLAVIAARANHA (c. 2013).

Na marca que leva seu nome, sediada em um casarão antigo na Vila Madalena, em São Paulo, todas as peças são feitas de fibras biodegradáveis e materiais como lã, algodão orgânico, couro de tilápia e seda rústica, obtidos em comunidades de várias partes do Brasil. O tingimento das peças é inteiramente feito com pigmentos naturais de origem vegetal, a exemplo de urucum, casca de pau-brasil, açafrão e acácia. Segundo Aranha, "As roupas só recebem cor depois de prontas, pois assim evitamos o desperdício".

### Casa Juisi (indireto)



Figura 17: Concorrente indireto – Casa Juisi.  
 Fonte: Pedroso (2013).

Com um acervo recheado de raridades e peças de grifes históricas, é um dos brechós mais celebrados entre os fashionistas. A loja reinou durante os últimos dez anos no bairro do Jardim Paulista, na capital paulista, e acaba de mudar para um casarão no centro da cidade. O novo endereço culminou também em uma nova visão de negócio. Hoje, os sócios, Simone Pokropp e Junior Guarnieri não apenas garimpam como também realizam o *upcycling* das peças. Na prática, isso significa que eles reformam e atualizam itens antigos (PEDROSO, 2013).

#### 4.1.7 SISTEMAS DE VENDA

Na Time do Sew, os produtos são definidos de acordo com a a escolha de cada consumidor, onde o cliente é o *co-designer*. Para a primeira coleção foi feito uma pesquisa de campo com as imagens da coleção e de acordo com a escolha da maioria foram definidos quais *looks* serão confeccionados. Após as definições do projeto da coleção, as peças são confeccionadas e estarão disponíveis no site de vendas da marca.

#### 4.1.8 PONTOS DE VENDA

A marca só trabalha com loja virtual. Após escolhido os tecidos as peças tem um prazo de até 30 dias para estarem disponíveis no site.

#### 4.1.9 PREÇOS PRATICADOS

Os valores agregados aos produtos variam de acordo com as escolhas do cliente. Como será feita uma colaboração, os preços não serão colocados a cada mudança que é feita no produto, mais sim será estipulado pela quantidade de mudanças agregadas.

Uma camiseta simples (sem estampa/ bordado) já terá seu preço X, se houver alguma alteração de modelagem o preço será o mesmo, o tecido pode variar de acordo com a matéria-prima, se houver acréscimo de um bordado ou uma estampa, terá outro preço, de acordo com cada técnica. É contabilizado o valor de cada item de acordo com os materiais utilizados em cada peça, variando entre R\$ 50,00 e R\$ 200,00.

#### 4.1.10 PROMOÇÃO

Não há prática de ofertas de produtos em promoção. As promoções serão feitas com o intuito de promover a marca, ofertando oficinas e ideias de customização nos produtos vendidos.

#### 4.1.11 PLANEJAMENTO

A marca Time to Sew sazonalmente, por meio de pequenas coleções cria peças chaves para suas clientes, com o intuito de promover uma desaceleração do consumo exagerado dos produtos. Não trabalha com estoque de produtos, divulga seus produtos por meio de parceiros e “*fanpages*” da marca.

## 4.1.12 VISUAL E EMBALAGEM



Figura 18: Cartão de visitas da marca.  
Fonte: Autoria própria.



Figura 19: Etiqueta interna de marca.  
Fonte: Autoria própria.



Figura 20: Tag de marca.  
Fonte: Autoria própria.



Figura 21: Modelo de embalagem.  
Fonte: Carimbo + Embalagens (2014).

## 4.2 PÚBLICO-ALVO



Figura 22: Imagem do público-alvo.  
Fonte: Decorviva (2014)

Em relação ao público, a marca atenderá mulheres de 20 a 30 anos, com estilos variados, mas com o mesmo ideal, a mesma proposta. São mulheres que buscam por produtos com qualidade e *design* elaborado.

Antenadas às tendências, esse público busca peças que componham seu guarda-roupa e que se encaixem no seu dia a dia. Gostam de se envolver na construção das peças, como projetos artesanais, colaborando e opinando sobre cada peça que procuram.

São mulheres que acessam *blogs*, estudam e conhecem o produto que vão comprar, são adeptas do “faça você mesmo”, pesquisando e criando suas próprias tendências.

A preocupação com o processo segundo o qual cada peça é feita, possibilita que esse público busque marcas sustentáveis que buscam a procedência de cada item que as compõe.



Figura 23: Pannel de estilo de vida do público-alvo.  
Fonte: Google imagens.

#### 4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

Para Caldas (2004, p. 22), “o conceito de tendência que se generalizou na sociedade contemporânea foi construído com base nas ideias de movimento, mudança, representação de futuro, evolução e sobre critérios quantitativos”.

#### 4.3.1 SOCIOCULTURAIS (Macrotendências)



Figura 24: Macrotendência.  
Fonte: Diana (2013).

A macrotendência abordada é a *Industrial Revolution*, que lidera de forma única cada indivíduo. Esta tendência reforça a ideia do “faça você mesmo” e possibilita a reinvenção do ser humano frente ao domínio das máquinas. Com as máquinas evoluindo a cada dia mais, o mundo se “encheu de possibilidades”, contribuindo para que as pessoas se tornassem autossuficientes.



Figura 25: Macrotendência.  
Fonte: Lu Gastal (2011).

Sinônimo de inovação, a *crafter* é o que se chama de artesã contemporânea e moderna. Esta macrotendência expressa paixão em transformar uma matéria-prima num objeto exclusivo cheio de personalidade.

“Uma crafter busca conhecimento nos links da web, aprende técnicas e faz vídeos no youtube, estão rotineiramente conectadas em redes sociais, locais em que mostram, captam clientes e vendem suas peças.” (PIAI, 2012)

Este nome dado às artesãs põe fim aos “clichês” preconcebidos durante anos: de que “costura é coisa de vovó”, “tricotar e bordar é para senhoras aposentadas”, “artesanato é para curar depressão”. A definição de *crafter* veio apagar tais afirmações generalizadas. Fazer arte com as mãos independe da idade.

#### 4.3.2 ESTÉTICAS (Microtendências)

Os Bordados e efeitos de costura foram grandes destaques dos desfiles das marcas Balmain e Dolce & Gabbana. As Cores e estampas bordadas se destacaram na moda casual.



Figura 26: Balmain, Inverno 2014-2015.  
Fonte: Marangon (2013).



Figura 27: Dolce & Gabbana, Outono-Inverno 2014-2015.  
Fonte: Ferreira (2014).



Figura 28: Detalhe dos bordados, desfile Dolce & Gabbana, Outono-Inverno 2014-2015. Fonte: Ferreira (2014).

## 5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

O presente trabalho tem como finalidade, desenvolver de forma colaborativa produtos de moda, tais como camisetas, calças, saias, *shorts* e outros produtos da linha casual e peças-chave.

Todas as peças que compõem a marca serão feitas com tecidos ecológicos e aplicações de bordado, conforme a definição no desenvolvimento de cada peça.

### 5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

#### 5.2.1 CONCEITO DA COLEÇÃO

A marca Time to Sew, em sua primeira coleção, apresentará as costurices e inspirações de artesanatos e técnicas de trabalhos manuais e computadorizados, como bordados, em suas primeiras peças.

Inspirada no filme, *The Science of Sleep* (2006), com o uso de animação stop motion, o filme cria um universo visualmente interessante, com cores e objetos cênicos selecionados, que em cada detalhe mostra objetos feitos a mão e ilusórios, que fazem parte do contexto do filme.

Com peças chave, que são uteis para seu dia a dia, com técnicas diferenciadas, a maior finalidade da marca é o *design* colaborativo, desde sua primeira coleção, as peças serão definidas conforme a necessidade de seus clientes.

## 5.2.2 NOME DA COLEÇÃO

Quem costura: Seus males cura...

## 5.2.3 REFERÊNCIAS DA COLEÇÃO



Figura 29: Referência da coleção – captura de tela do filme *La science des rêves* (2006).  
Fonte: Gondry (2006).

*La science des rêves* (*Science of Sleep* em inglês) é um filme de imaginação, um banquete visual, divertido e melancólico e, tal como os sonhos,

cheio de símbolos, para digerir com a devida atenção. Mas os sonhos não são apenas um processo de fuga, deles pode também depender a sanidade. São detalhes feitos à mão, com tesoura, cola e muito amor.

Sem explicações ou concessões, Gondry (autor) utiliza a fantasia para falar da realidade do amor. Ele consegue representar visualmente a confusão, o delírio e a magia de estar apaixonado, de querer viver a realidade, mas não conseguir dominar a imaginação.

A dificuldade de Stéphane (ator principal) em separar os seus sonhos da realidade prende-se com a sua incapacidade de lidar com um mundo onde as pessoas erram e se magoam, ou seja, um mundo adulto. Sem aviso, Michel Gondry leva-nos para dentro da mente de Stéphane, materializada num estúdio em cartão de onde é emitida a StéphaneTV.

A coleção é inspirada no pequenos detalhes, e nos feitos à mão, que saem da imaginação.

#### 5.2.3.1 CORES

As cores foram inspiradas no filme que é a referência da coleção, com suas variações de tons e as cores vibrantes que compõem o contexto da coleção.

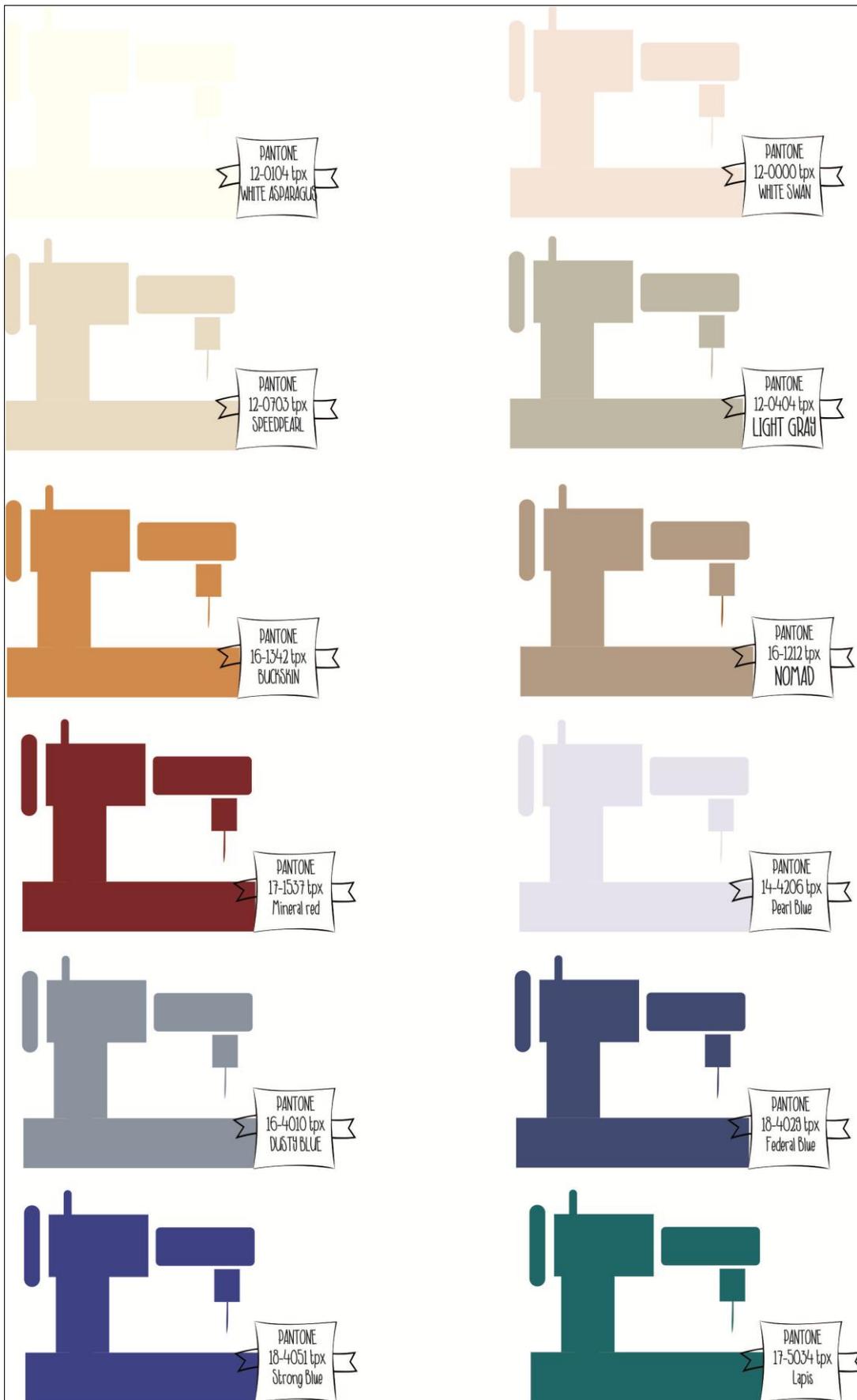


Figura 30: Cartela de cores  
Fontes: Autoria própria.

### 5.2.3.2 MATERIAIS

Os materiais são compostos por tecidos ecológicos, de diversos fornecedores. São fibras ainda mais finas de poliéster reciclado, com tecidos diferenciados, buscando conforto e qualidade.

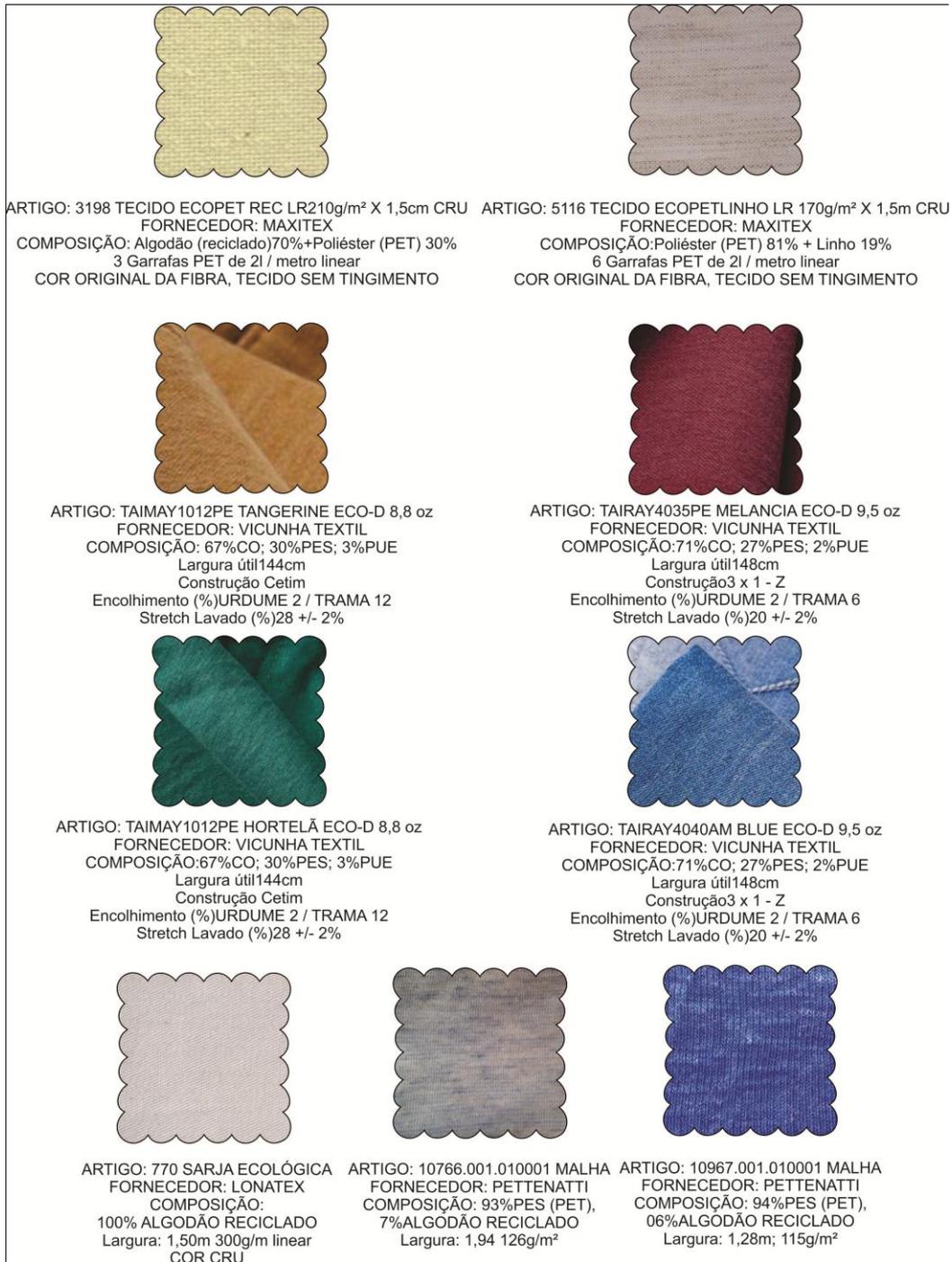


Figura 31: Cartela de materiais

Fonte: Autoria própria.

## 5.2.3.3 BORDADOS

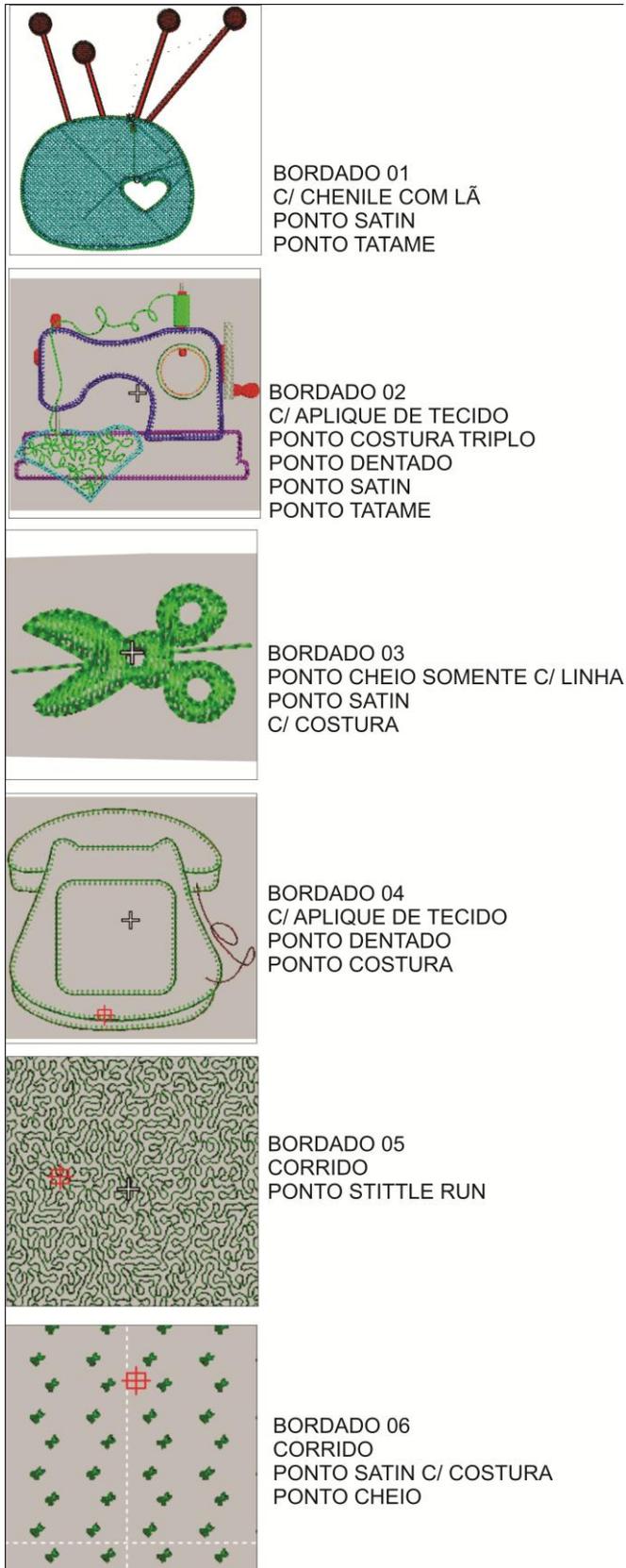


Figura 32: BORDADOS  
Fontes: Autoria própria.

### 5.2.3.4 FORMAS E ESTRUTURAS (SHAPES)

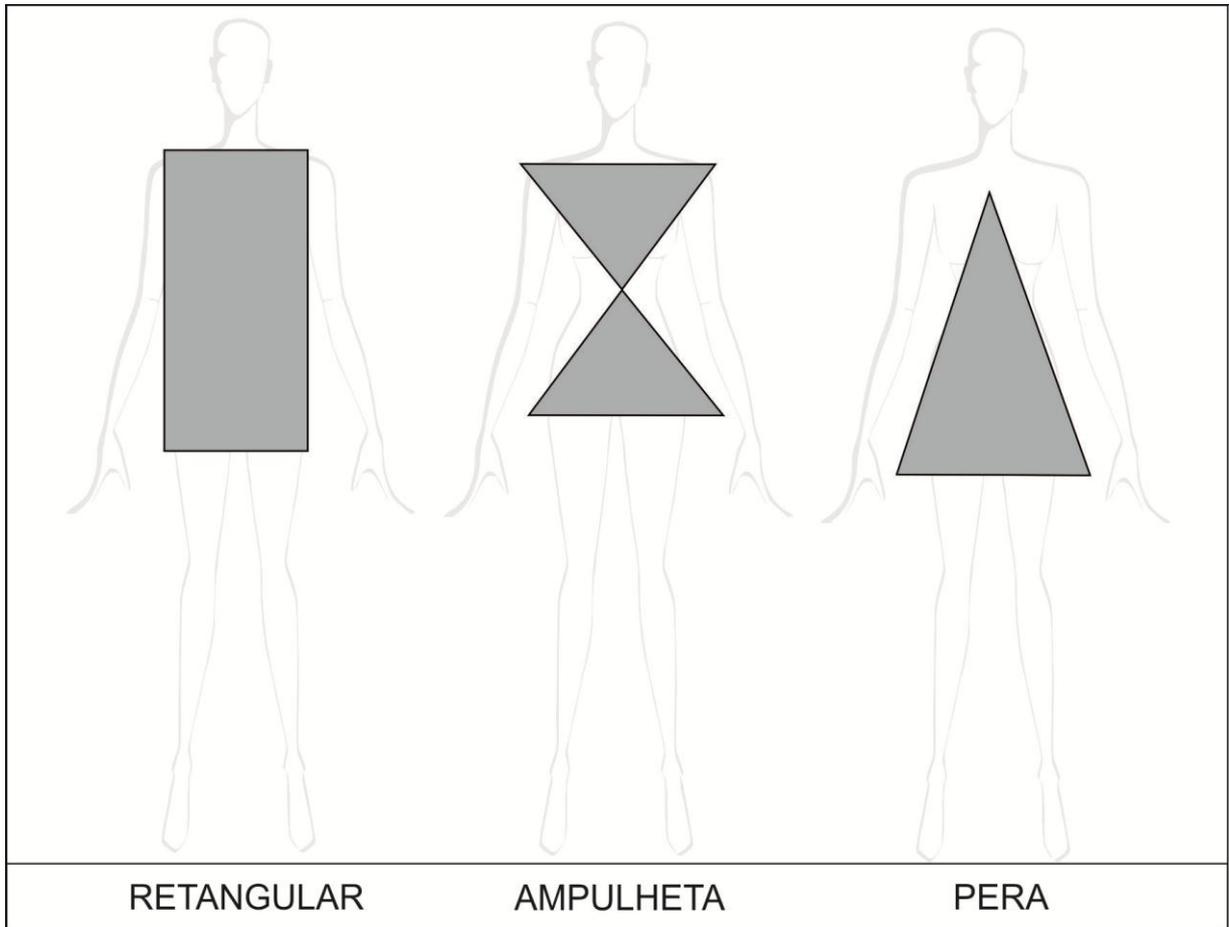


Figura 33: Shapes.  
Fontes: Autoria própria.

### 5.2.3.5 TECNOLOGIAS

Na primeira coleção colaborativa da marca, será feito o uso de bordados manuais e computadorizados. A modelagem será feita através do programa Audaces, e o corte será manual.

### 5.2.3.6 DIMENSIONAMENTO DA COLEÇÃO

<b>MIX DE COLEÇÃO</b>	
<b>PEÇAS</b>	<b>QUANTIDADES</b>
<i>BLAZER</i>	<b>02</b>
BLUSA	<b>18</b>

CALÇA	<b>08</b>
CAMISA	<b>01</b>
JAQUETA	<b>03</b>
JARDINEIRA/ MACACÃO	<b>02</b>
SHORTS/ SAIA	<b>05/04</b>
VESTIDO	<b>06</b>
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>

Quadro 1: Mix de coleção – peças.  
Fonte: Autoria própria.

#### 5.2.3.6.1 DIMENSIONAMENTO

A coleção primavera/verão 2015 será dividida em 3 aspectos, conforme a tabela abaixo:

<b>MIX DE COLEÇÃO</b>	
<b>PEÇAS</b>	<b>QUANTIDADES (%)</b>
BÁSICO	<b>30%</b>
<i>FASHION</i>	<b>55%</b>
VANGUARDA	<b>15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Quadro 2: Mix de coleção – estilos.  
Fonte: Autoria própria.

#### 5.3 PAINEL SEMÂNTICO

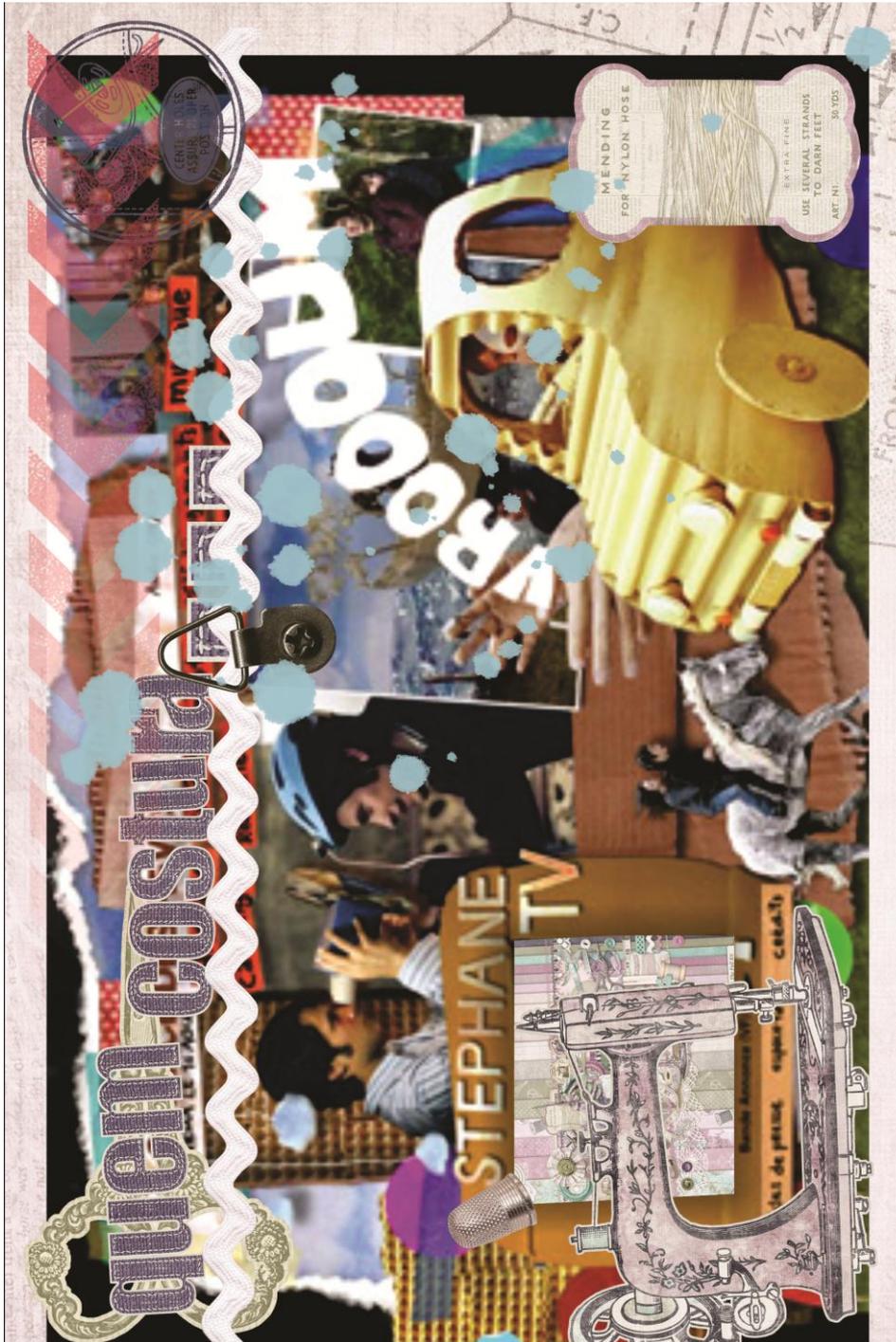


Figura 34: Painel Semântico  
 Fonte: Autoria Própria.

#### 5.4 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Foram desenvolvidos 25 looks para a primeira coleção da marca, com croquis frente e costa, seguindo o tema da coleção. As imagens que seguem mostram os looks da coleção: “Quem costura, seus males cura”.



Figura 35: Geração de alternativas 01  
Fontes: Autoria própria.



Figura 36: Geração de alternativas 02  
Fontes: Autoria própria.



Figura 37: Geração de alternativas 03  
Fontes: Autoria própria.

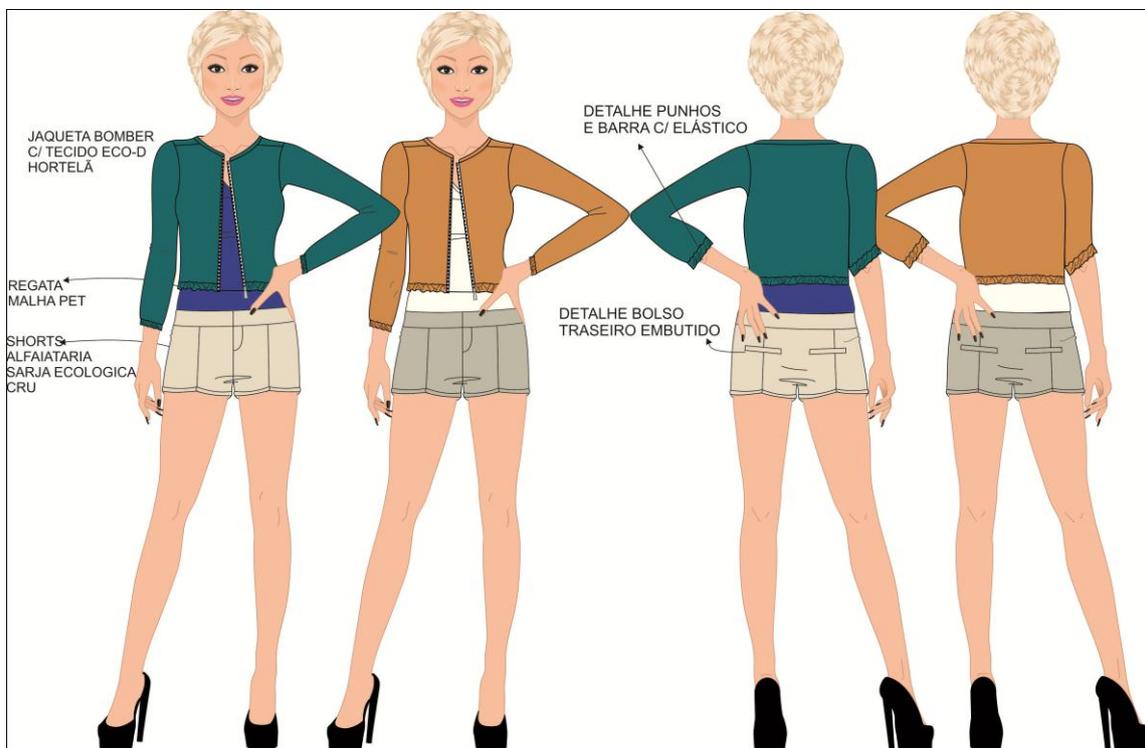


Figura 38: Geração de alternativas 04  
Fontes: Autoria própria.



Figura 39: Geração de alternativas 05  
Fontes: Autoria própria.



Figura 40: Geração de alternativas 06  
Fontes: Autoria própria.



Figura 41: Geração de alternativas 07  
Fontes: Autoria própria.



Figura 42: Geração de alternativas 08  
Fontes: Autoria própria.

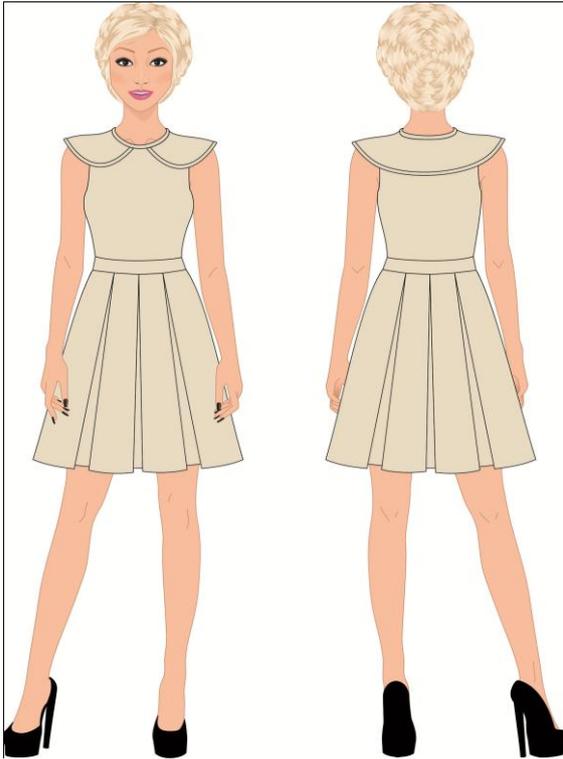


Figura 43: Geração de alternativas 09  
Fontes: Autoria própria.



Figura 44: Geração de alternativas 10  
Fontes: Autoria própria.



Figura 45: Geração de alternativas 11  
Fontes: Autoria própria.



Figura 46: Geração de alternativas 12  
Fontes: Autoria própria.



Figura 47: Geração de alternativas 13  
Fontes: Autoria própria.



Figura 48: Geração de alternativas 14  
Fontes: Autoria própria.



Figura 49: Geração de alternativas 15  
Fontes: Autoria própria.



Figura 50: Geração de alternativas 16  
Fontes: Autoria própria.

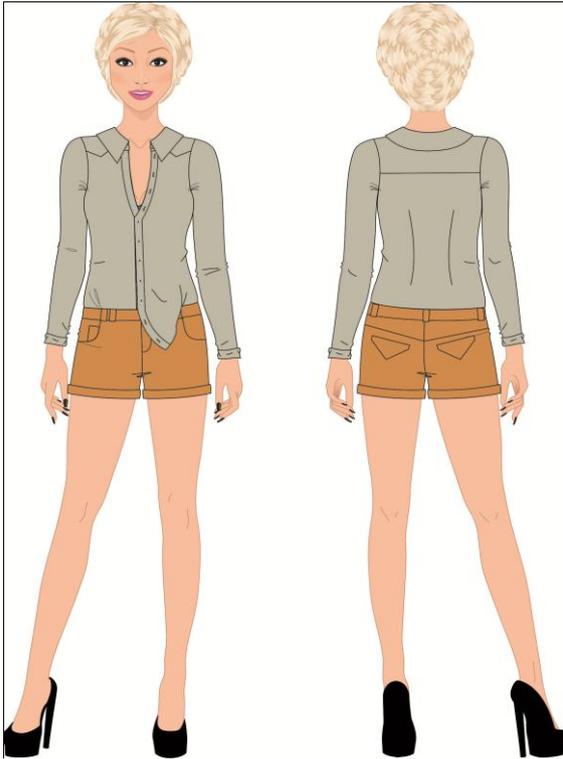


Figura 51: Geração de alternativas 17.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 52: Geração de alternativas 18.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 53: Geração de alternativas 19  
Fontes: Autoria própria.



Figura 54: Geração de alternativas 20.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 55: Geração de alternativas 21  
Fontes: Autoria própria.



Figura 56: Geração de alternativas 22  
Fontes: Autoria própria.



Figura 57: Geração de alternativas 23.  
Fontes: Autoria própria.

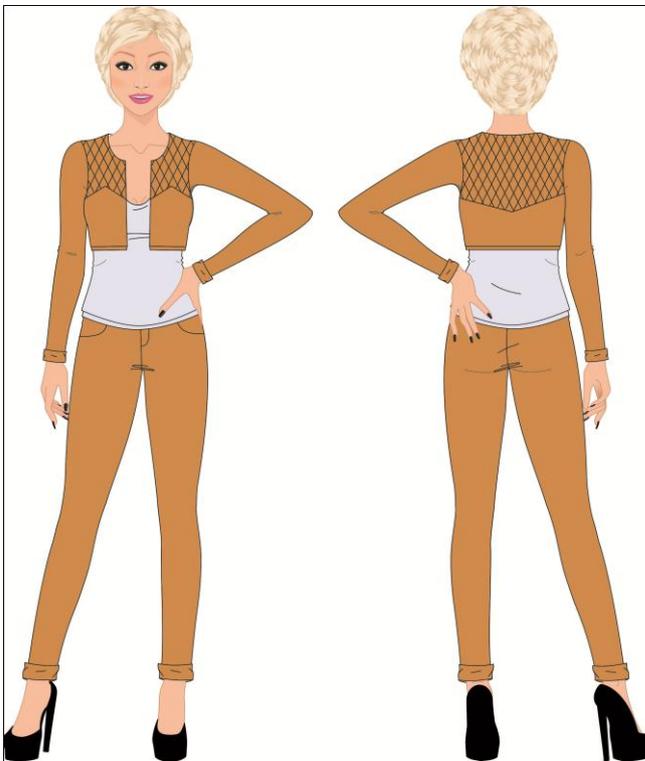


Figura 58: Geração de alternativas 24.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 59: Geração de alternativas 25  
Fontes: Autoria própria.

## 5.5 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

Foram desenvolvidos 25 looks, e dentre eles de acordo com o conceito da primeira coleção, foram escolhidos 12 looks (imagens da geração de 01 a 12) e confeccionados 7 (imagens da geração 7 primeiros).

Dos 7 looks confeccionados, foi feita uma pesquisa de campo afim de ter o consumidor como colaborador foi mostrado 2 tecidos para o desenvolvimento do produto, conforme aas primeiras 7 imagens da geração.

Abaixo os looks escolhidos pelo público-alvo.

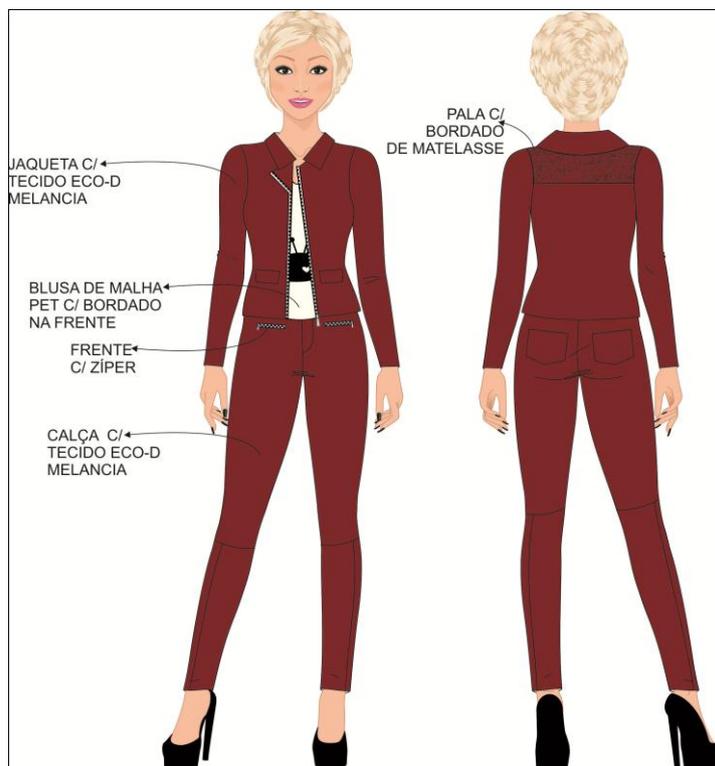


Figura 60: Geração de alternativas 01  
Fontes: Autoria própria.

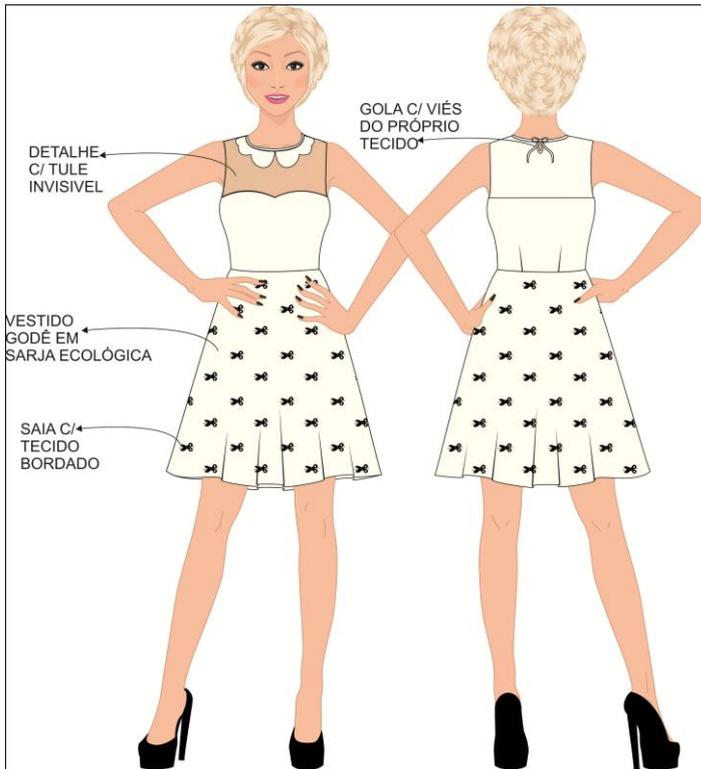


Figura 61: Geração de alternativas 02  
Fontes: Autoria própria.

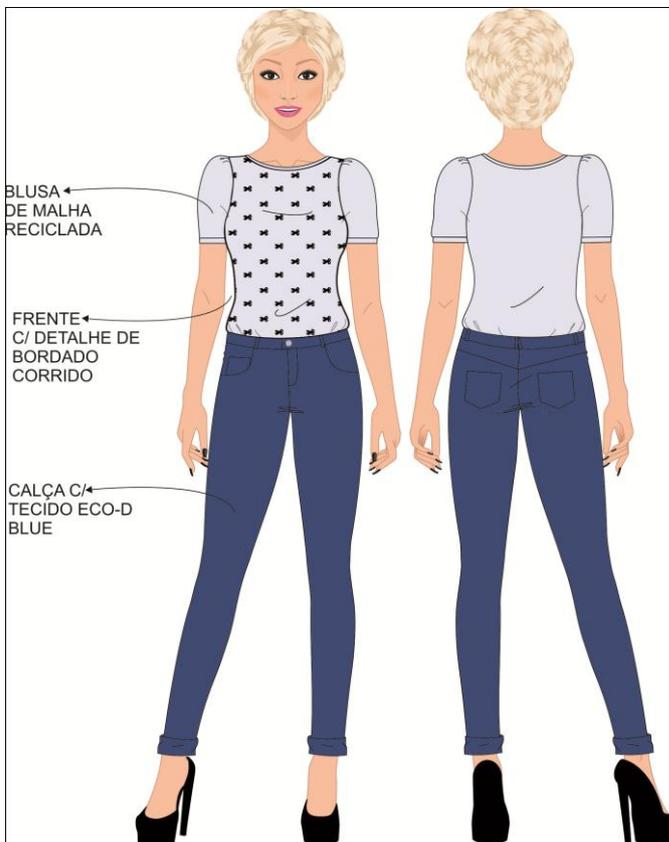


Figura 62: Geração de alternativas 03  
Fontes: Autoria própria

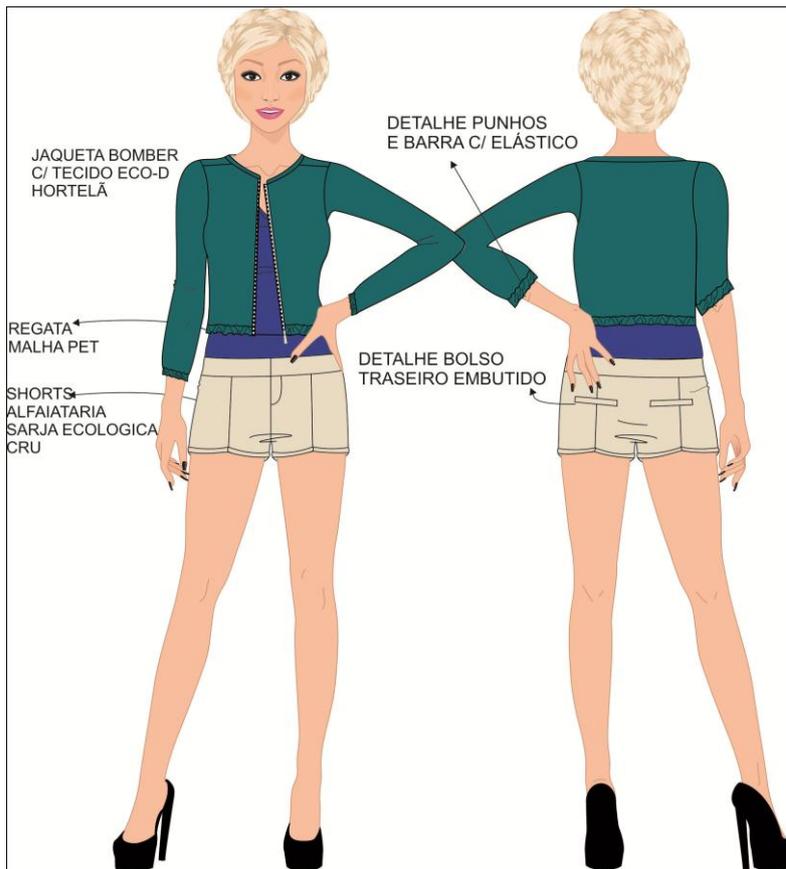


Figura 63: Geração de alternativas 04  
Fontes: Autoria própria.

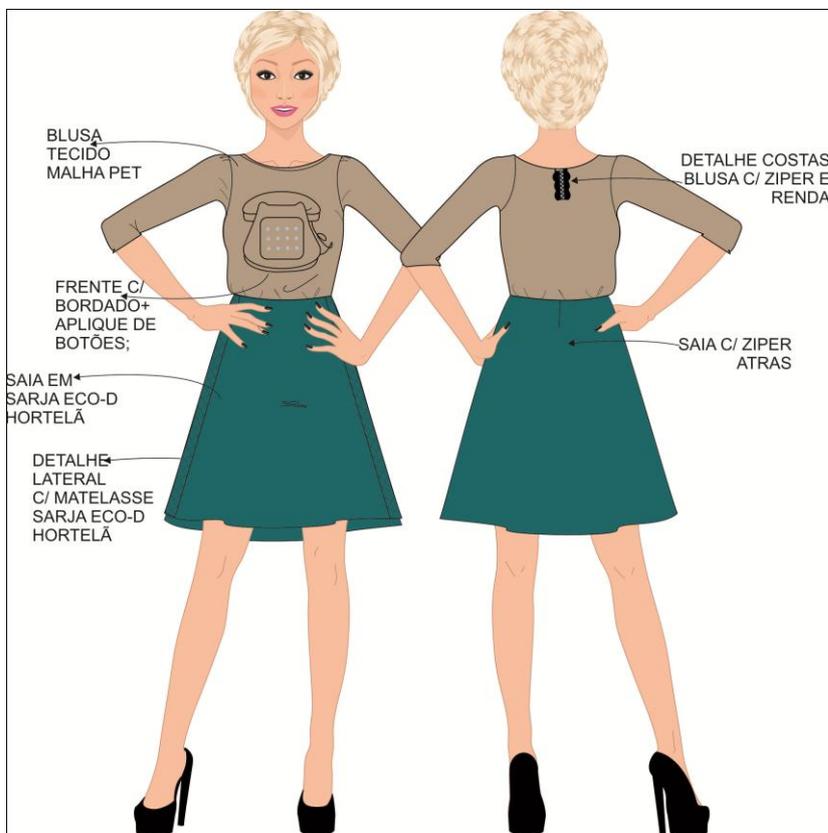


Figura 64: Geração de alternativas 05  
Fontes: Autoria própria.

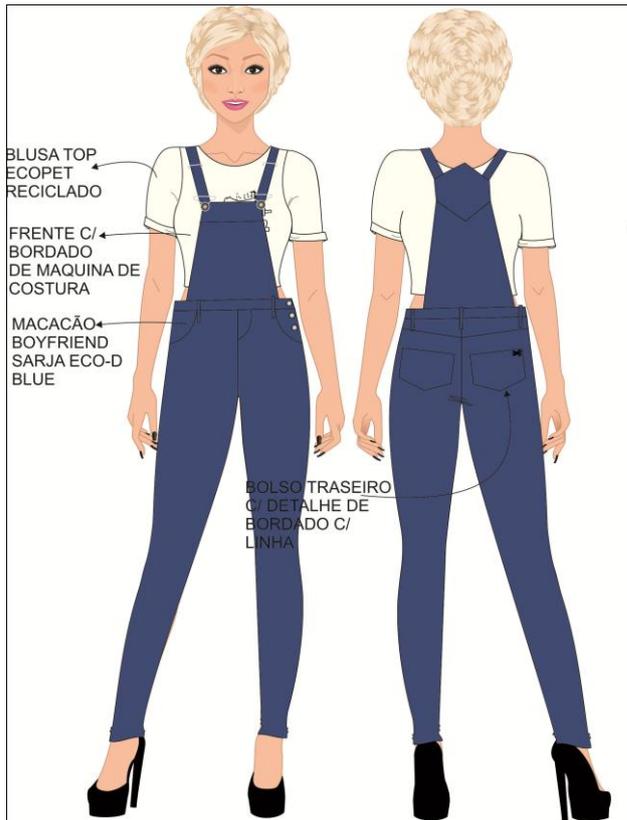


Figura 65: Geração de alternativas 06  
Fontes: Autoria própria.

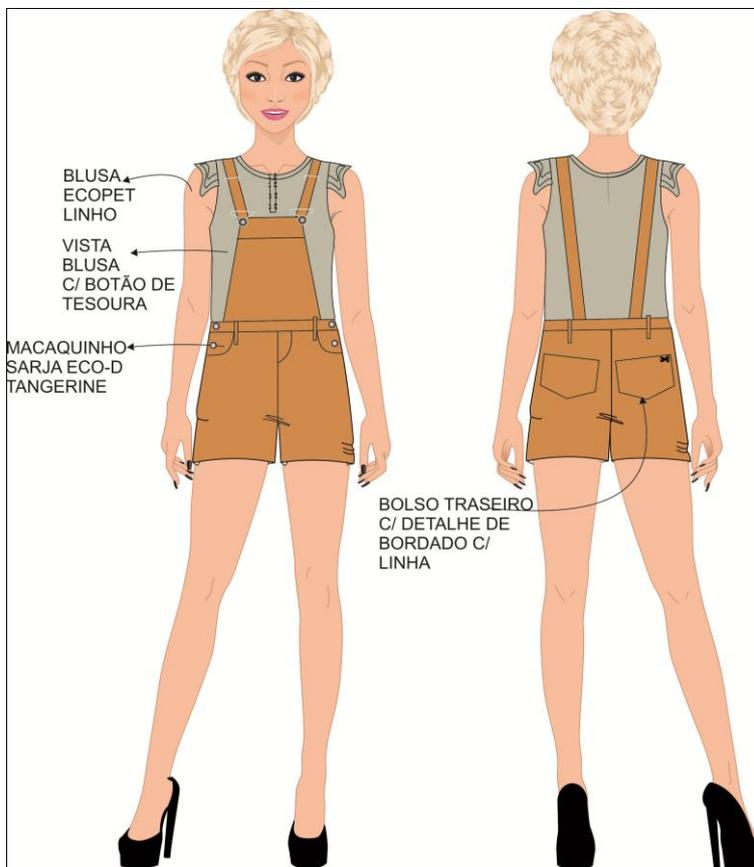


Figura 66: Geração de alternativas 07  
Fontes: Autoria própria.

## 5.6 FICHAS TÉCNICAS

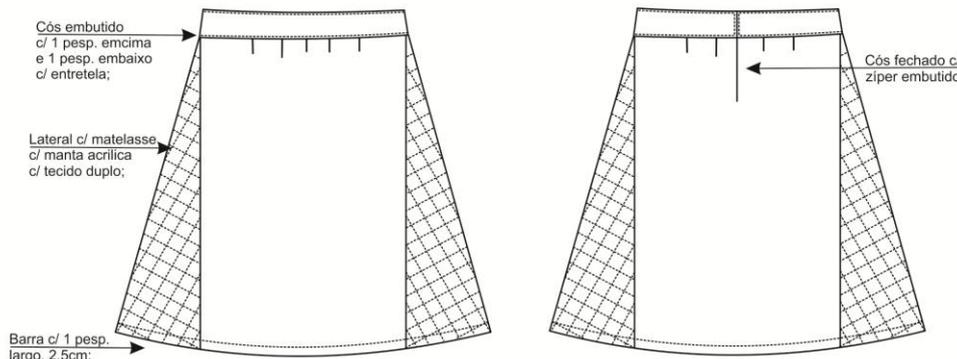
<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.01</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA,</b> <b>SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: SAIA HORTELÃ</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: 38</b> <b>GRADE: 36-46</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 30/05/2014</b>
 <p> <b>Cós embutido</b>  c/ 1 pesp. emcima  e 1 pesp. embaixo  c/ entreteia; </p> <p> <b>Lateral c/ matelasse</b>  c/ manta acrílica  c/ tecido duplo; </p> <p> <b>Barra c/ 1 pesp.</b>  largo, 2,5cm; </p> <p> <b>Cós fechado c/</b>  ziper embutido </p> <p style="text-align: center;"><b><u>COMPRIMENTO TOTAL 53 cm</u></b></p>		

Figura 67: Ficha técnica – look 5 p.1 saia  
Fontes: Autoria própria.



SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	FAZER MATELASSE DAS LATERAIS	RETA
02	UNIR RECORTE LATERAIS C/ A PEÇA	RETA
04	FRANZIR CÓS	RETA
05	FIXA ZIPER	RETA
06	PREGAR CÓS	MAQUINA DE CÓS
06	FAZER PONTA DO CÓS	RETA
07	COLOCAR GANCHINHO NO CÓS	A MÃO

Figura 69: Ficha técnica – look 5 p.3 saia  
Fontes: Autoria própria.

<b>LAVANDERIA:</b>										
<b>LAVAGEM:</b> SUPER STONE+LIXADO LONGO+USED LONGO										
<b>VALOR:</b> R\$3,20										
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>										
34	36	38	40	42	44	46				
8	8	10	10	12	12	12				
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>				<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>		
<b>Cintura:</b>				<b>67</b>				<b>65</b>		
<b>Quadril:</b>				<b>58</b>				<b>56</b>		
<b>Barra:</b>				<b>84</b>				<b>82</b>		
<b>Comp. total</b>				<b>53</b>				<b>51</b>		

Figura 70: Ficha técnica – look 5 p.4 saia  
 Fontes: Autoria própria.

<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.02</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA,</b> <b>SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: CALÇA MELANCIA</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: 36</b> <b>GRADE: 36-46</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 27/05/2014</b>
<p>Cós com 4,3cm</p> <p>Frente c/ bolso embutido e zíper;</p> <p>Vista c/ bitola estreita;</p> <p>Perna c/ recorte lateral c/ 2 pespontos</p> <p>Barra simples de 1,5cm</p>		<p>Passantes com 1,5cm</p> <p>Pala com 3 resp. sendo o do meio na cor marinho 1119</p> <p>Bolso chapado com 2 resp. bitola 1/8; boca de bolso c/ recorte e tecido no avesso;</p>

Figura 71: Ficha técnica – look 1 p.1 calça  
 Fontes: Autoria própria.

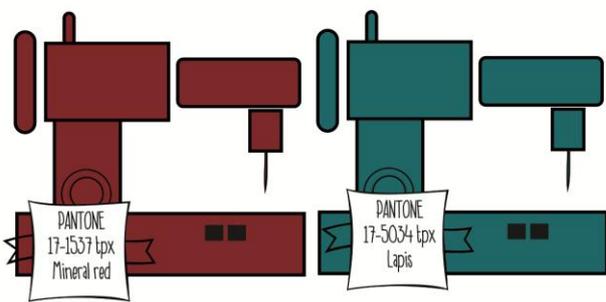
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
TAIRAY4035PE MELANCIA ECO-D 9,5 oz	VICUNHA TEXTIL	71%CO; 27%PES; 2%PUE	1,10CM	R\$12,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTÃO 01	EBERLE	DOURADO	01UNID	R\$0,30
ZIPER10CM	ARMARINHOS25	VERMELHO	02UNID	R\$0,60
LINHA EXTERNA	FILOTEX	1136/403/1119	-----	
LINHA INTERA	FILOTEX	403	-----	
FIO OVERLOQUE	FILOTEX	403	-----	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 72: Ficha técnica – look 1 p.2 calça  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR RECORTES	FECHADOR
02	UNIR PALA TRASEIRA	FECHADOR
03	UNIR GANCHO TRASEIRO	FECHADOR
04	MONTAR VISTA C/ ZÍPER	RETA
05	PREGAR ZÍPER FRENTE	RETA
06	FECHAR GANCHO DIANTEIRO	PESPONTEIRA
07	PREPARAR BOLSO(PASSADORIA)	FERRO
08	PREPARAR PASSANTES	PESPONTEIRA
09	PREGAR BOLSO TRASEIRO	PESPONTEIRA
10	UNIR RECORTES PERNA	INTERLOQUE
11	UNIR RECORTES NA PEÇA	INTERLOQUE
12	UNIR LATERAL	INTERLOQUE
13	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
14	FAZER BARRA	RETA
15	FIXAR CÓS	MAQUINA DE CÓS
16	FAZER PONTA DO CÓS	RETA
17	TRAVETAR TODA PEÇA	TRAVETE
18	CASEAR CÓS	CASEADEIRA
19	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA

Figura 73: Ficha técnica – look 1 p.3 calça  
 Fontes: Autoria própria.

<b>LAVANDERIA:</b>									
<b>LAVAGEM:</b> AMACIADO									
<b>VALOR:</b> R\$1,20									
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>									
34	36	38	40	42	44	46			
8	8	10	10	12	12	12			
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>		
<b>Cintura:</b>			<b>40</b>				<b>39</b>		
<b>Quadril:</b>			<b>49</b>				<b>48</b>		
<b>Gancho frente:</b>			<b>20</b>				<b>19</b>		
<b>Gancho Traseiro:</b>			<b>33</b>				<b>32</b>		
<b>Barra:</b>			<b>16</b>				<b>15</b>		
<b>Entreperna:</b>			<b>83</b>				<b>81,5</b>		

Figura 74: Ficha técnica – look 1 p.4 calça

Fontes: Autoria própria.

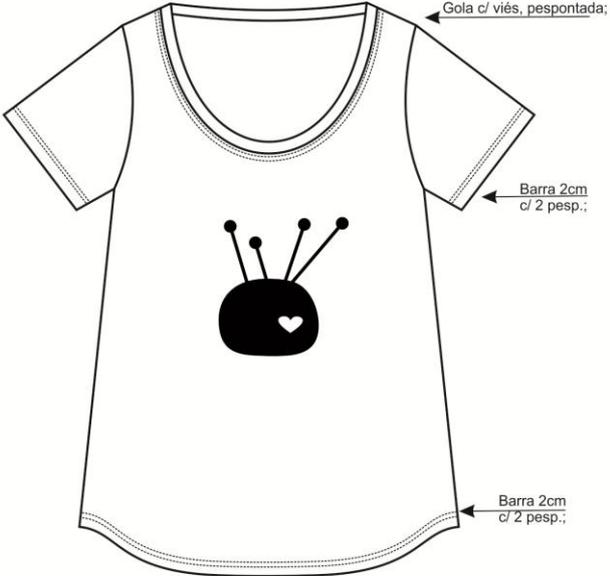
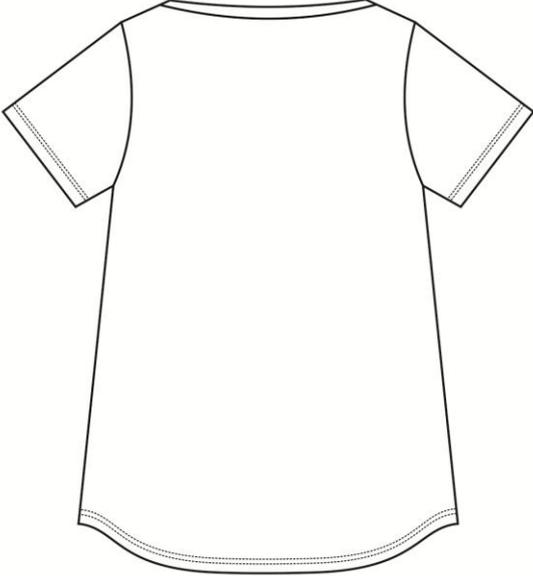
<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.03</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: T-shirt agulheiro</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: M</b> <b>GRADE: P,M,G,GG</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 27/05/2014</b>
 <p style="text-align: center;"><b>FRENTE C/ BORDADO</b></p> 		

Figura 75: Ficha técnica – look 1 p.1 blusa  
 Fontes: Autoria própria.

<b>TECIDOS</b>				
<b>TECIDOS</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COMPOSIÇÃO</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
MALHA	PETENATTI	93%PES(PET) 07%CO REC	0,65cm	R\$12,00
<b>AMOSTRAS</b>				
<b>AVIAMENTOS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT.</b>
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	403	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	403	35MTS	
<b>ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS</b>				
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>COR</b>	<b>CONSUMO/PEÇA</b>	<b>R\$ UNIT</b>
<b>VARIAÇÃO CORES</b>				

Figura 76: Ficha técnica – look 1 p.2 blusa  
 Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	BORDAR FRENTE	BORDADO
02	UNIR OMBRO	OVERLOQUE
03	UNIR MANGAS	OVERLOQUE
05	FECHAR LATERAL	OVERLOQUE
06	PREPARAR GOLA	OVERLOQUE
07	FAZER BARRA MANGAS	GALONEIRA
08	REBATER A GOLA	GALONEIRA
09	FAZER BARRA	GALONEIRA

Figura 77: Ficha técnica – look 1 p.3 blusa  
Fontes: Autoria própria.

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** tati

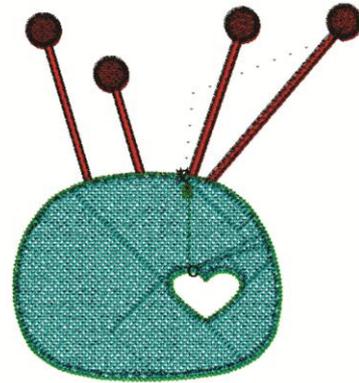
**QUANT. PONTOS:** 8.662 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto SATIN  
Ponto TATAME

**LOCALIZAÇÃO:** FRENTE CENTRALIZADA

**OBS:** Bordado c/ linha e bordado chenile c/lã

**VALOR:** R\$15,00



**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Manga:</b>			14,5							
<b>Cintura:</b>			40							
<b>comprimento lateral:</b>			54							
<b>Ombro:</b>			36							
<b>Barra:</b>			43							

Figura 78: Ficha técnica – look 1 p.4 blusa

Fontes: Autoria própria.

<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.03</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA,</b> <b>SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: JAQUETA</b> <b>MELANCIA</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: M</b> <b>GRADE: P-GG</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 27/05/2014</b>
<p>The technical drawing consists of two parts. The top part is a front view of a long-sleeved jacket with a notched lapel collar, a front zipper placket, and two chest pockets. Labels with arrows point to: 'Ombro c/ 2 pesp.' (Shoulder with 2 stitches), 'gola com peps afastado' (Collar with notched lapels), 'vista com zipper destacavel' (View with detachable zipper), 'frente c/ bolso falso, somente a lapela;' (Front with fake pocket, only the lapel), and 'recorte com 2 pesp.' (Cut with 2 stitches). The bottom part is a back view of the jacket, showing a double-lined collar with a decorative pattern and a hem. Labels with arrows point to: 'SEPARAR PALA P/ BORDADO' (Separate collar for finishing), 'Pala dupla c/ bordado;' (Double collar with embroidery), and 'barra de 2,5cm;' (2.5cm hem bar).</p>		

Figura 79: Ficha técnica – look 1 p.1 jaqueta  
 Fontes: Autoria própria.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
TAIRAY4035PE MELANCIA ECO-D 9,5 oz	VICUNHA TEXTIL	71%CO; 27%PES; 2%PUE	1,10CM	R\$12,00
<b>AMOSTRAS</b>				
<b>AVIAMENTOS</b>				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZIPER 45CM	ARMARINHOS25	CRU	01UNID	R\$0,60
LINHA EXTERNA	FILOTEX	1136/403	-----	
LINHA INTERA	FILOTEX	403	-----	
FIO OVERLOQUE	FILOTEX	403	-----	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				

Figura 80: Ficha técnica – look 1 p.2 jaqueta  
 Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	BORDAR PALA TRASEIRA	BORDADO
02	MONTAR PALA	PESPONTEDEIRA
03	UNIR RECORTES FRENTE	FECHADOR
05	OVERLOCAR REVEL FRENTE	OVERLOQUE
06	PREPARAR GOLA	RETA
07	PREPARAR LAPELA FRETE	RETA
08	PREGAR BOLSOS FRENTE	RETA
09	UNIR OMBROS	PESPONTEDEIRA
10	PREGAR MANGAS	PESPONTEDEIRA
11	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
12	PREGAR GOLA	RETA
12	PREGAR ZIPER	RETA
13	FIXAR REVEL FRENTE C/ ZIPER	RETA
14	PESPONTAR GOLA/REVEL	RETA
15	FAZER BARRA	RETA

Figura 81: Ficha técnica – look 1 p.3 jaqueta  
Fontes: Autoria própria.

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** 05

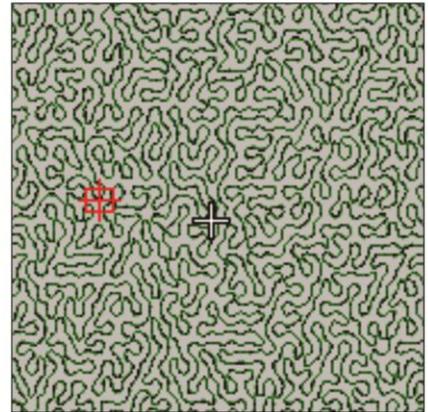
**QUANT. PONTOS:** 16195 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto STITTLE RUN

**LOCALIZAÇÃO:** PALA

**OBS:** BORDADO CORRIDO, PEÇA CORTADA DEPOIS DE BORDAR

**VALOR:** R\$10,00



**LAVANDERIA:**

**LAVAGEM:** SUPER STONE+LIXADO LONGO+USED LONGO

**VALOR:** R\$3,00

**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46				
8	8	10	10	12	12	12				
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Cintura:</b>			44				41			
<b>Ombro:</b>			16				13			
<b>Frente:</b>			59				56			
<b>Pala costas:</b>			39				33			
<b>Cava:</b>			25				22			
<b>Manga:</b>			59				56			

Figura 82: Ficha técnica – look 1 p.4 jaqueta  
Fontes: Autoria própria.

<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF:T2014.05</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA,</b> <b>SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO:CALÇA BLUE</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: 40</b> <b>GRADE: 36-46</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 30/05/2014</b>
<p>Cós com 4.3cm</p> <p>Lateral c/ 2 pesp. bitola 1/4;</p> <p>Vista c/ bitola 1/4;</p> <p>Entrepernas com 1 pesp.</p> <p>Barra simples de 1,5cm, c/ viés listrado na lateral;</p>	<p>Passantes com 1,5cm COLOCAR PASSANTE DO MEIO EM V;</p> <p>Pala com 2 pesp.</p> <p>Bolso chapado com 2 pesp.bitola 1/8 c/ recorte e 2 pesp. c/ ponto corrente; <b>PONTO CORRENTE</b> <b>C/ LINHA 128</b></p>	

Figura 83: Ficha técnica – look 3 p.1calça  
 Fontes: Autoria própria.



SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR PALA TRASEIRA	FECHADOR
02	UNIR GANCHO TRASEIRO	FECHADOR
03	UNIR RECORTE BOLSO TRASEIRO	FECHADOR
04	PREPARAR BOLSO TRASEIRO	FERRO
05	PREGAR ZÍPER FRENTE	FERRO
06	MONTAR VISTA(PREGAR ZIPER)	RETA
07	PASSAR VIÉS NAS ENTREMIDADES LATERAIS DAS DUAS PERNAS	RETA
08	OVERLOCAR REVEL FRENTE	OVERLOQUE
09	PREGAR BOLSO RELÓGIO	PESPONTEDEIRA
10	MONTAR BOLSO FRENTE	PESPONTEDEIRA
11	PESPONTAR RECORTE BOLSO TRASEIRO	PESPONTEDEIRA
12	PREGAR BOLSO TRASEIRO	PESPONTEDEIRA
13	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
14	PESPONTAR ENTREPERNAS	PESPONTEDEIRA
15	UNIR LATERAL	INTERLOQUE
16	PESPONTAR LATERAIS	PESPONTEDEIRA
17	FAZER BARRA	RETA
18	FIXAR CÓS	MAQUINA DE CÓS
19	FAZER PONTA DO CÓS	RETA
20	TRAVETAR TODA PEÇA	TRAVETE
21	CASEAR CÓS	CASEADEIRA
22	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA
23	PREGAR REBITES	BOTONEIRA

Figura 85: Ficha técnica – look 3 p.3 calça  
 Fontes: Autoria própria.

<b>LAVANDERIA:</b>										
<b>LAVAGEM:</b> SUPER STONE+LIXADO LONGO+FINE PIN+USED LONGO										
<b>VALOR:</b> R\$3,50										
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>										
34	36	38	40	42	44	46				
8	8	10	10	12	12	12				
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>				<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>		
<b>Cintura:</b>				<b>43</b>				<b>41</b>		
<b>Quadril:</b>				<b>50</b>				<b>49</b>		
<b>Gancho frente:</b>				<b>26</b>				<b>25</b>		
<b>Gancho Traseiro:</b>				<b>38</b>				<b>37</b>		
<b>Barra:</b>				<b>17</b>				<b>15,5</b>		
<b>Entreperna:</b>				<b>84</b>				<b>82</b>		

Figura 86: Ficha técnica – look 3 p.4 calça  
Fontes: Autoria própria.

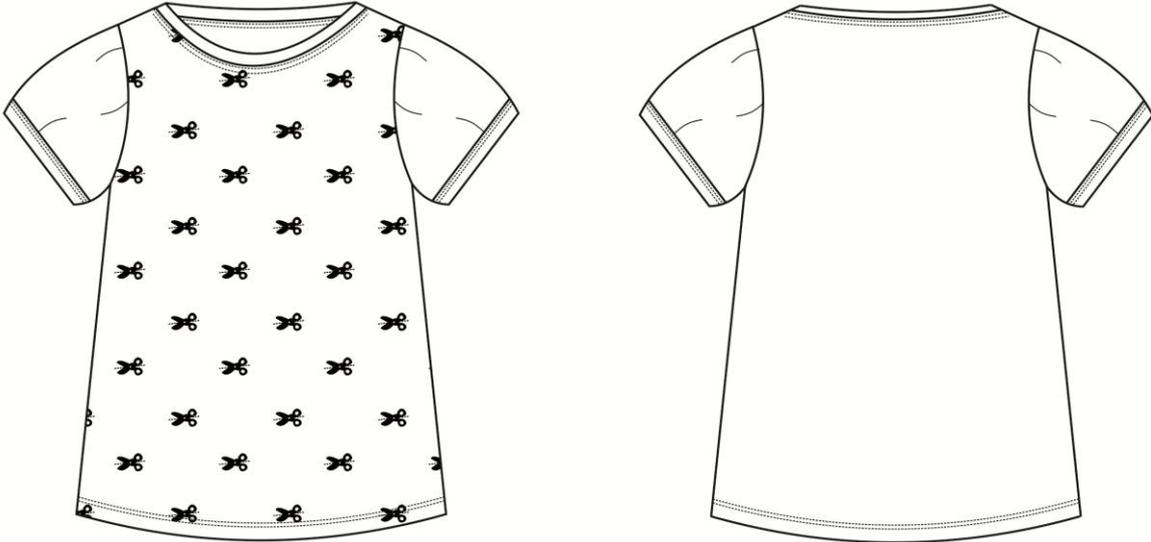
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: T2014.06 COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA! PRODUTO: T-shirt TSOURA	MARCA: TIME TO SEW TAMANHO PILOTO: M GRADE: P,M,G,GG	ESTILISTA: TATIANA MODELISTA: CLEISON DATA: 30/05/2014
		

Figura 87: Ficha técnica – look 3 p.1 blusa  
Fontes: Autoria própria.

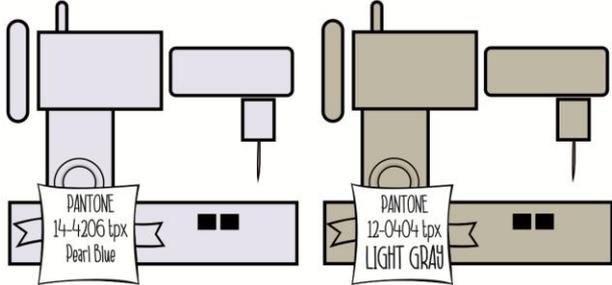
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA	PETENATTI	94%PES(PET) 06%CO REC	0,65cm	R\$12,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	1120	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	403	35MTS	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 88: Ficha técnica – look 3 p.2 blusa  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	BORDAR FRENTE	BORDADO
02	UNIR OMBRO	OVERLOQUE
03	UNIR MANGAS	OVERLOQUE
05	FECHAR LATERAL	OVERLOQUE
06	PREPARAR GOLA	OVERLOQUE
07	FAZER BARRA MANGAS	GALONEIRA
08	REBATER A GOLA	GALONEIRA
09	FAZER BARRA	GALONEIRA

Figura 89: Ficha técnica – look 3 p.3 blusa  
Fontes: Autoria própria.

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** 06

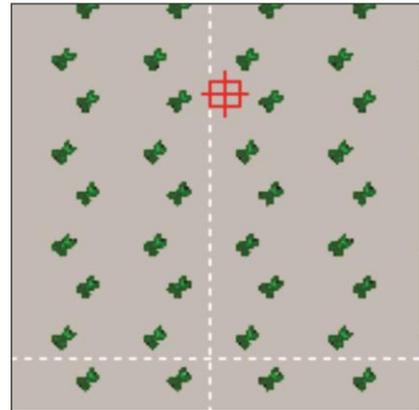
**QUANT. PONTOS:** 51237 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto SATIN C/ COSTURA  
Ponto CHEIO CORRIDO

**LOCALIZAÇÃO:** CORRIDO

**OBS:** Bordado tecido antes de cortar a peça

**VALOR:** R\$15,00



**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Manga:</b>			14,5							
<b>Cintura:</b>			40							
<b>comprimento lateral:</b>			54							
<b>Ombro:</b>			36							
<b>Barra:</b>			43							

Figura 90: Ficha técnica – look 3 p.4 blusa

Fontes: Autoria própria.

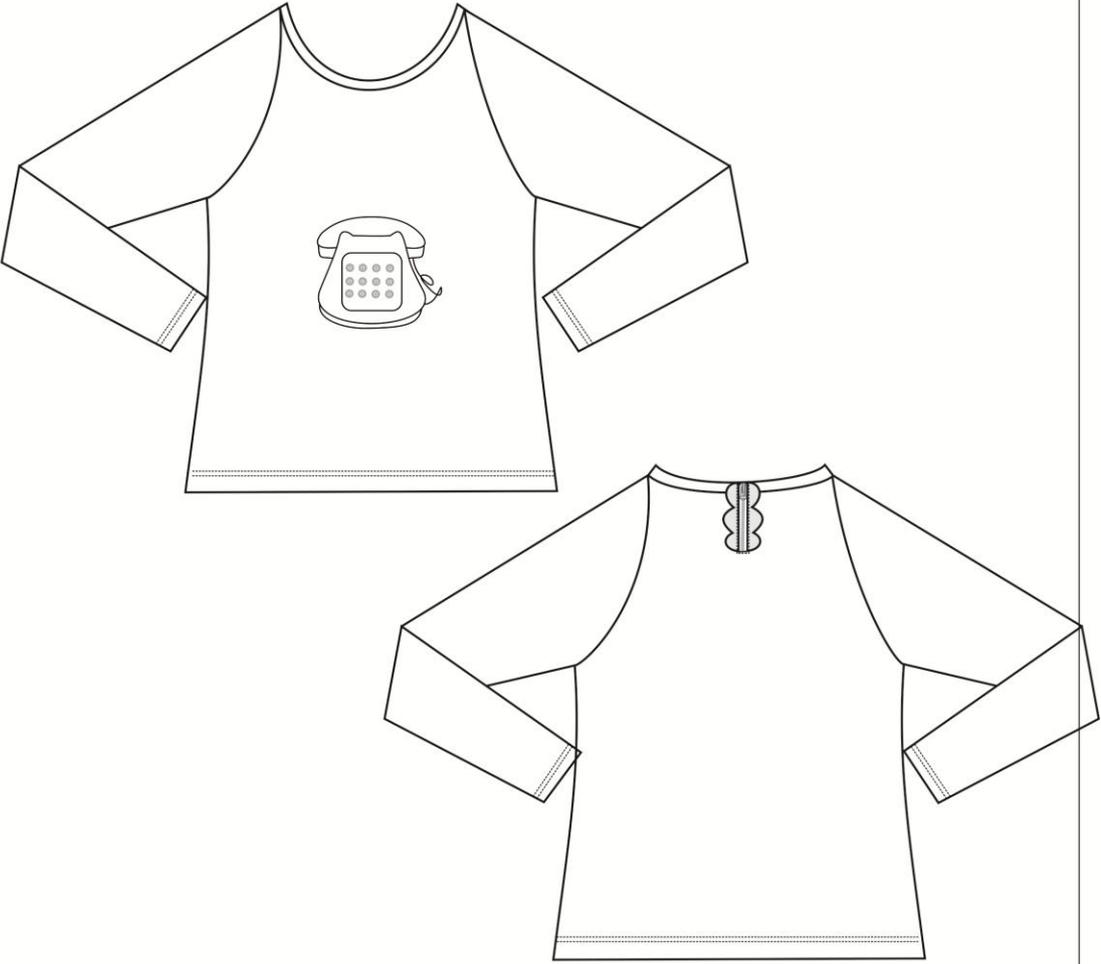
<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.07</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: T-shirt CALL</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: M</b> <b>GRADE: P,M,G,GG</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 30/05/2014</b>
 <p>The image shows two technical line drawings of a long-sleeved t-shirt. The top drawing is a front view showing a crew neck, long sleeves with ribbed cuffs, and a hemmed bottom. A graphic of a rotary telephone is centered on the chest. The bottom drawing is a back view showing a decorative element at the neckline, which appears to be a small, vertically oriented, scalloped or button-like detail. The rest of the back view matches the front view's construction details.</p>		

Figura 91: Ficha técnica – look 5 p.1 blusa  
Fontes: Autoria própria.

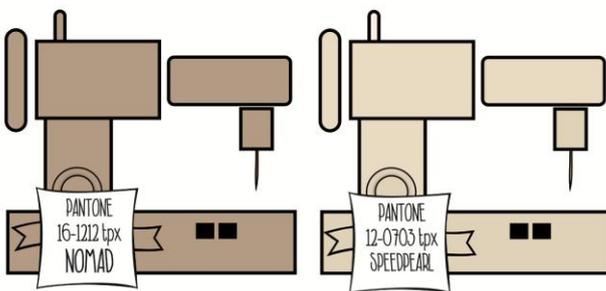
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA	PETENATTI	93%PES(PET) 07%CO REC	0,65cm	R\$12,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	403	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	403	35MTS	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 92: Ficha técnica – look 5 p.2 blusa  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	BORDAR FRENTE	BORDADO
02	UNIR MANGAS	OVERLOQUE
03	FECHAR LATERAL	OVERLOQUE
04	PREPARAR GOLA	OVERLOQUE
05	FAZER BARRA MANGAS	GALONEIRA
08	REBATER A GOLA	GALONEIRA
09	FAZER BARRA	GALONEIRA
10	PREGAR ZIPER C/ RENDA NAS COSTAS	RETA

Figura 93: Ficha técnica – look 5 p.3 blusa  
Fontes: Autoria própria.

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** 07

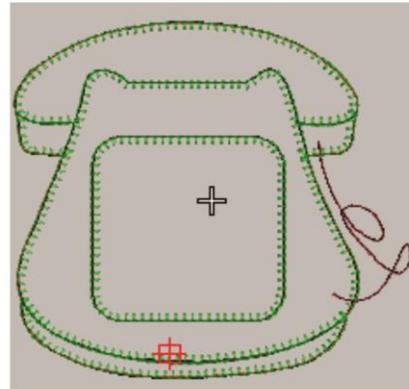
**QUANT. PONTOS:** 8.662 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto DENTADO  
Ponto COSTURA

**LOCALIZAÇÃO:** FRENTE CENTRALIZADA

**OBS:** Bordado c/ APLIQUE

**VALOR:** R\$6,00



**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Manga:</b>			14,5							
<b>Cintura:</b>			40							
<b>comprimento lateral:</b>			54							
<b>Ombro:</b>			36							
<b>Barra:</b>			43							

Figura 94: Ficha técnica – look 5 p.4 blusa

Fontes: Autoria própria.

<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF:</b> T2014.08 <b>COLEÇÃO:</b> QUEM COSTURA, <b>SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO:</b> JAQUETA <b>HORTELÃ</b>	<b>MARCA:</b> TIME TO SEW <b>TAMANHO PILOTO:</b> P <b>GRADE:</b> P-GG	<b>ESTILISTA:</b> TATIANA <b>MODELISTA:</b> CLEISON <b>DATA:</b> 30/05/2014
<p>Ombro c/ recorte e 2 pesp.;</p> <p>Cava c/ 2 pespontos rentes;</p> <p>Vista c/ zíper e 2 pespontos;</p> <p>Punho c/ elástico pesp.;</p> <p>Barra c/ elástico pespontada;</p>	<p style="text-align: right;">Gola do próprio tecido c/ pesponto rente ;</p>	

Figura 95: Ficha técnica – look 4 p.1 jaqueta  
 Fontes: Autoria própria.

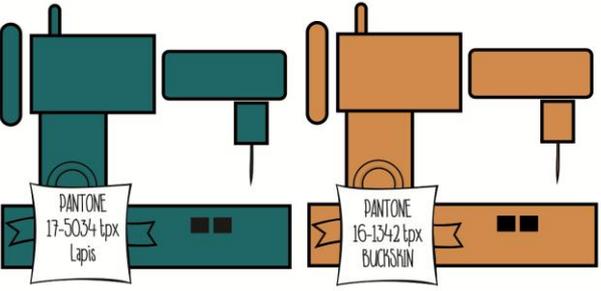
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
TAIMAY1012PE HORTELÃ ECO-D 8,8 oz	VICUNHA TEXTIL	67%CO; 30%PES; 03%PUE	0,65CM	R\$8,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZIPER 45CM	ARMARINHOS25	PT	01UNID	R\$0,80
LINHA EXTERNA	FILOTEX	163	-----	
LINHA INTERA	FILOTEX	163	-----	
FIO OVERLOQUE	FILOTEX	163	-----	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 96: Ficha técnica – look 4 p.2 jaqueta  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR RECORTES OMBRO	OVERLOQUE
02	PREGAR MANGA	OVERLOQUE
03	REBATER RECORTE OMBRO	PESPONTADEIRA
05	REBATER CAVA	PESPONTADEIRA
06	FECHAR LATERAIS	INTERLOQUE
07	OVERLOCAR REVEL	OVERLOQUE
08	PREGAR GOLA	RETA
09	FIXAR ELÁSTICO CÓS	RETA
10	FIXAR CÓS NA PEÇA	RETA
12	PREGAR ZIPER	RETA
13	FIXAR REVEL FRENTE C/ ZIPER	RETA
14	PESPONTAR GOLA/REVEL	RETA
16	FAZER PONTA CÓS FRENTE	RETA

Figura 97: Ficha técnica – look 4 p.3 jaqueta  
Fontes: Autoria própria.

<b>LAVANDERIA:</b>										
<b>LAVAGEM:</b> SUPER STONE+LIXADO LONGO+USED LONGO										
<b>VALOR:</b> R\$3,20										
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>										
34	36	38	40	42	44	46				
8	8	10	10	12	12	12				
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>				<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>		
<b>Cintura:</b>				<b>44</b>				<b>41</b>		
<b>Ombro:</b>				<b>16</b>				<b>13</b>		
<b>Frente:</b>				<b>59</b>				<b>56</b>		
<b>Pala costas:</b>				<b>39</b>				<b>33</b>		
<b>Cava:</b>				<b>25</b>				<b>22</b>		
<b>Manga:</b>				<b>59</b>				<b>56</b>		

Figura 98: Ficha técnica – look 4 p.4 jaqueta  
 Fontes: Autoria própria.

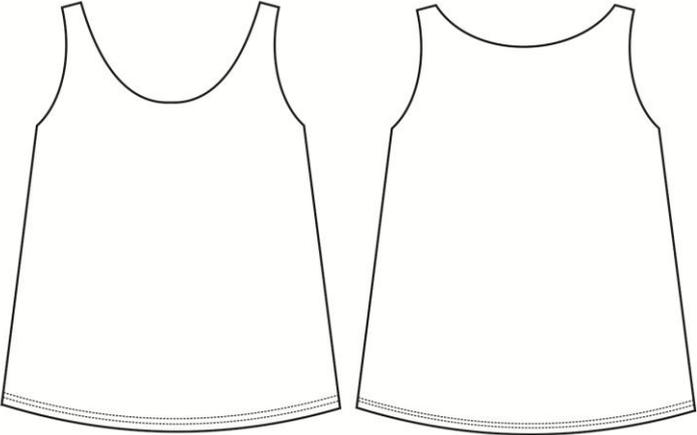
<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.09</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: BASIC</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: M</b> <b>GRADE: P,M,G,GG</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 30/05/2014</b>
		

Figura 99: Ficha técnica – look 4 p.1 blusa  
Fontes: Autoria própria.

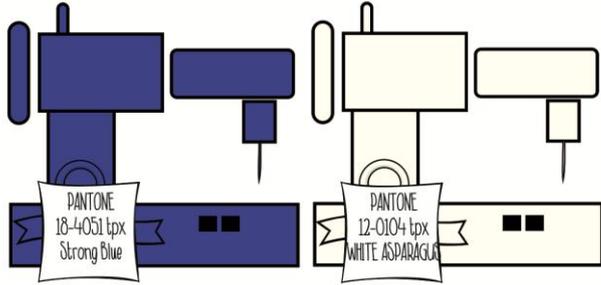
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA	PETENATTI	94%PES(PET) 06%CO REC	0,50cm	R\$7,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	1120	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	1120	35MTS	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 100: Ficha técnica – look 4 p.2 blusa  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	Operação							Máquina		
01	UNIR OMBRO							OVERLOQUE		
02	FECHAR LATERAL							OVERLOQUE		
03	FAZER BARRA							GALONEIRA		
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Cintura:</b>			45							
<b>comprimento total:</b>			69							
<b>Ombro:</b>			0,5							
<b>Barra:</b>			43							
<b>Cava:</b>			50							

Figura 101: Ficha técnica – look 4 p.3 blusa  
 Fontes: Autoria própria.

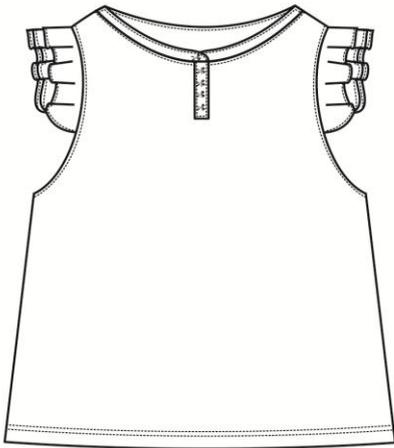
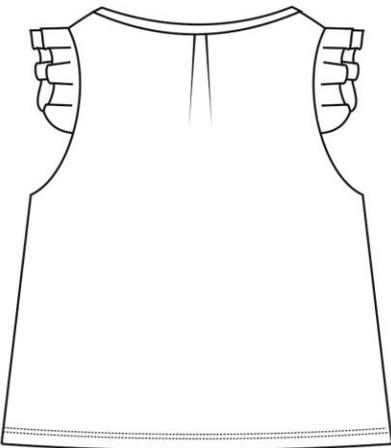
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: T2014.10 COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA! PRODUTO: BLUSA BABADO TSOURA	MARCA: TIME TO SEW TAMANHO PILOTO: M GRADE: P,M,G,GG	ESTILISTA: TATIANA MODELISTA: CLEISON DATA: 30/05/2014
 		

Figura 102: Ficha técnica – look 6 p.1 blusa  
Fontes: Autoria própria.

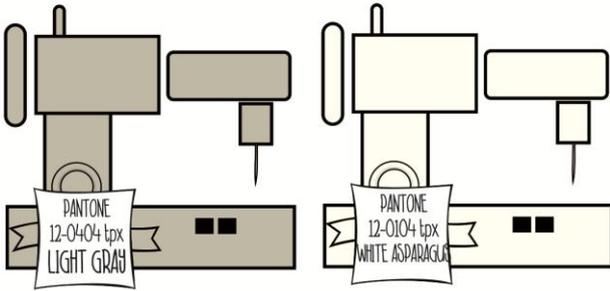
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MALHA	PETENATTI	94%PES(PET) 06%CO REC	0,65cm	R\$12,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	1119	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	1119	35MTS	
BOTÃO DE TESOURINHAS				
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 103: Ficha técnica – look 6 p.2 blusa  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR OMBRO	OVERLOQUE/RETA
02	FRANZIR BABADOS DAS MANGAS	RETA
03	FAZER BARRA DOS BABADOS	RETA
05	PREGAR MANGAS FRANZIDAS	RETA
06	OVERLOCAR MANGA	OVERLOQUE
07	FECHAR LATERAL	OVERLOQUE
08	REBATER A CAVA	RETA
09	PREPARAR GOLA	RETA
10	PREPARAR VISTA	RETA
11	FAZER PREGA DAS COSTAS	RETA
12	PREGAR GOLA	RETA
13	REBATER LATERAL	RETA
14	FAZER BARRA	RETA
15	CASEAR VISTA (/4 CASEADOS)	CASEADEIRA
16	PREGAR BOTÕES	A MÃO

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
TABELA DE MEDIDAS				ANTES				DEPOIS		
<b>Manga:</b>				14,5						
<b>Cintura:</b>				40						
<b>comprimento lateral:</b>				54						
<b>Ombro:</b>				36						
<b>Barra:</b>				43						

Figura 104: Ficha técnica – look 6 p.3 blusa  
 Fontes: Autoria própria.

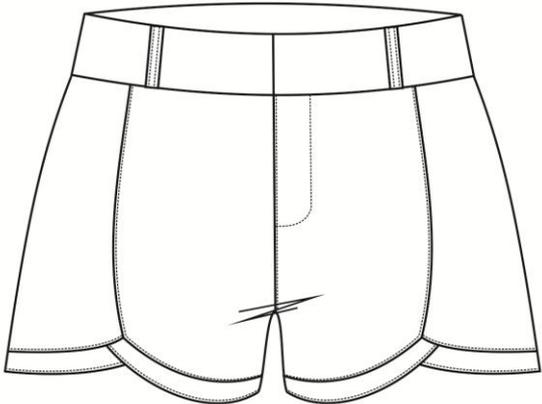
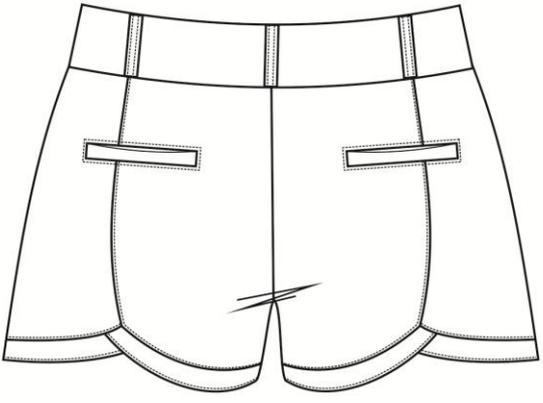
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF:T2014.11 COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA! PRODUTO: SHORTS ALFAITARIA	MARCA: TIME TO SEW TAMANHO PILOTO: 38 GRADE: 36-46	ESTILISTA: TATIANA MODELISTA: CLEISON DATA: 30/05/2014
 		

Figura 105: Ficha técnica – look 4 p.1 shorts  
Fontes: Autoria própria.



SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	OVERLOCAR RECORTES DA BARRA	OVERLOQUE
02	MONTAR RECORTES BARRA	RETA
03	UNIR RECORTES DA PEÇA	INTERLOQUE
04	UNIR GANCHO TRASEIRO	INTERLOQUE
05	PESPONTAR RECORTES PEÇA	RETA
05	PESPONTAR RECORTES BARRA	RETA
05	PESPONTAR TRASEIRO	RETA
05	PESPONTAR RECORTES	RETA
06	MONTAR BOLSO EMBUTIDO	RETA
07	FECHAR LATERAL	INTER LOQUE
08	REBATER LATERAIS	RETA
09	PREPARAR VISTA (PREGAR ZIPER)	RETA
10	FECHAR GANHO FRENTE	PESPONTADEIRA
11	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
12	PREGAR PASSANTES C/CÓS	RETA
13	FAZER PONTA CÓS	RETA
14	PREGAR GANCHINHO CÓS	A MÃO

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46				
6	6	8	8	10	10	10				
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Cintura:</b>			40							
<b>Quadril:</b>			51							
<b>Gancho frente:</b>			23							
<b>Gancho Traseiro:</b>			33							
<b>Barra:</b>			28,5							
<b>Entreperna:</b>			10							

Figura 107: Ficha técnica – look 4 p.3 shorts  
Fontes: A autoria própria.

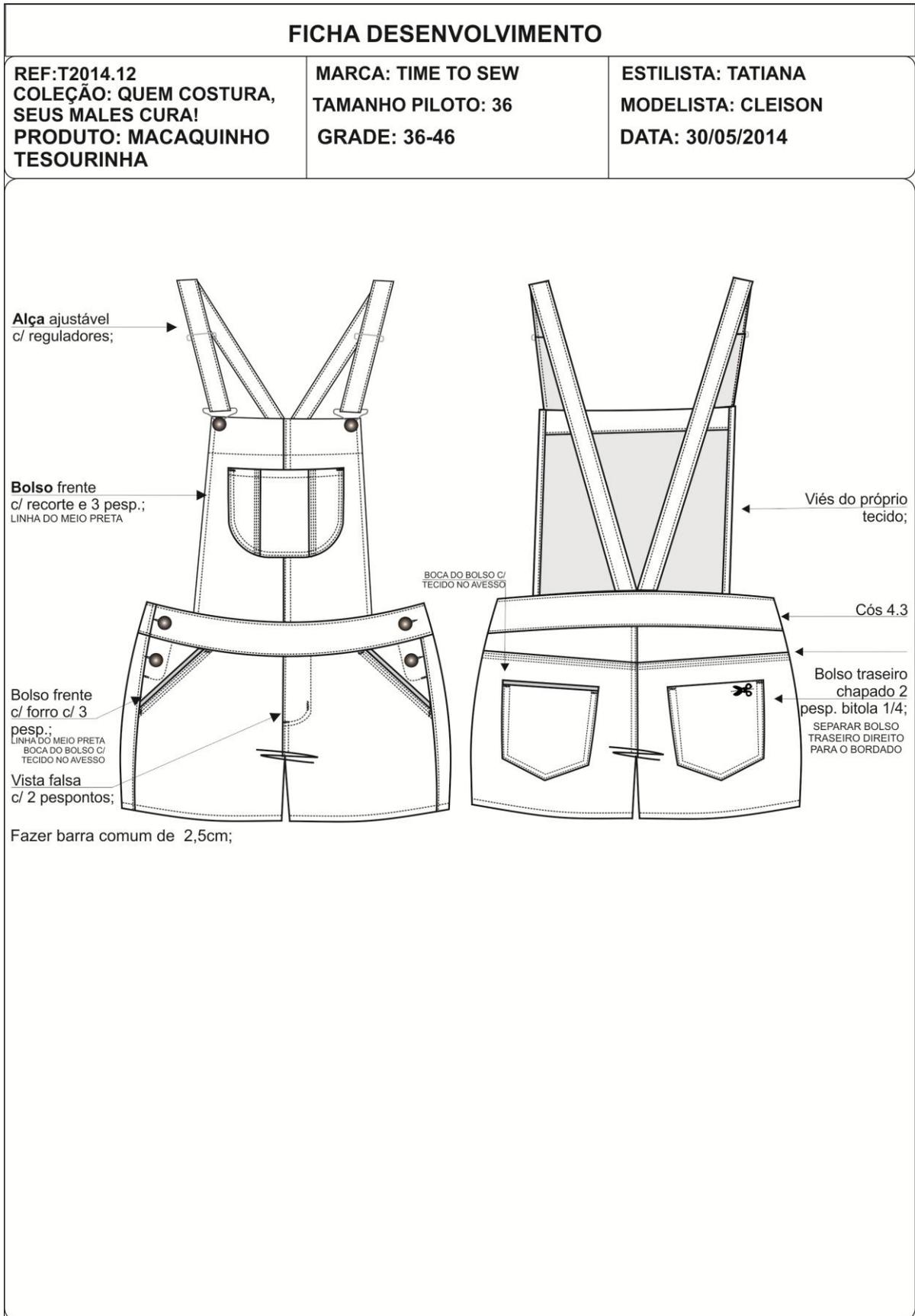


Figura 108: Ficha técnica – look 6 p.1 macacão  
 Fontes: Autoria própria.



SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR RECORTES	FECHADOR
02	UNIR PALA TRASEIRA	FECHADOR
03	UNIR GANCHO TRASEIRO	FECHADOR
04	PREPARAR BOLSOS(PASSADORIA)	FERRO
05	PREGAR BOLSO TRASEIRO	PESPONTEIRA
06	PREGAR BOLSO FRENTE PEITILHO	PESPONTEIRA
07	OVERLOCAR REVEL BOLSO FRENTE	OVERLOQUE
08	MONTAR BOLSO FRENTE	PESPONTEIRA
09	FECHAR FORRO DE BOLSO	OVERLOQUE
10	MONTAR VISTA FALSA	PESPONTEIRA
11	FECHAR LATERAL	INTERLOQUE
12	PESPONTAR LATERAL	PESPONTEIRA
13	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
14	FAZER ALÇAS	MAQUINA DE CÓS
15	PASSAR CÓS, PREGANDO FIXANDO AS ALÇAS	MAQUINA DE CÓS
16	FAZER PONTAS DO CÓS	RETA
17	FAZER BARRA	RETA
18	TRAVETAR TODA PEÇA	TRAVETE
19	CASEAR CÓS	CASEIDEIRA
20	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA
BOLSO TRASEIRO ESQUERDO C/ BORDADO		

Figura 110: Ficha técnica – look 6 p.3 macacão  
 Fontes: Autoria própria.

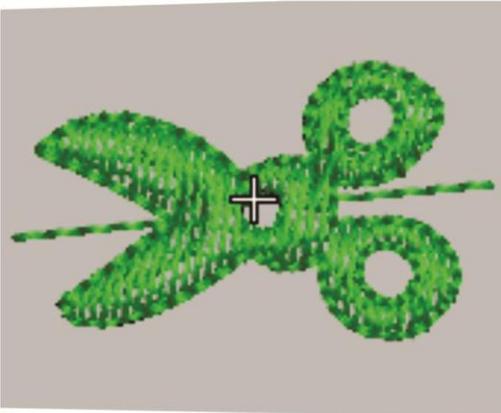
<b>LAVANDERIA:</b>										
LAVAGEM: SUPER STONE+PUIDOS BBB										
VALOR: R\$2,50										
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>										
34	36	38	40	42	44	46				
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			64				39			
<b>Quadril:</b>			86				48			
<b>Gancho frente:</b>			22				20			
<b>Gancho Traseiro:</b>			33				31			
<b>Barra:</b>			26				24			
<b>Entrepernas:</b>			10				0,8			
<b>Peitilho frente:</b>			29				27			
<p><b>BORDADO: KIWAY</b></p> <p>REF: 12</p> <p>QUANT. PONTOS: 536 Pontos</p> <p>TIPO DE PONTOS: Ponto SATIN c/ costura</p> <p>LOCALIZAÇÃO: BOLSO TRASEIRO ESQUERDO</p> <p>OBS: Bordado cheio somente c/ linha</p> <p>VALOR: R\$2,00</p>										
										

Figura 111: Ficha técnica – look 6 p.4 macacão  
Fontes: Autoria própria.

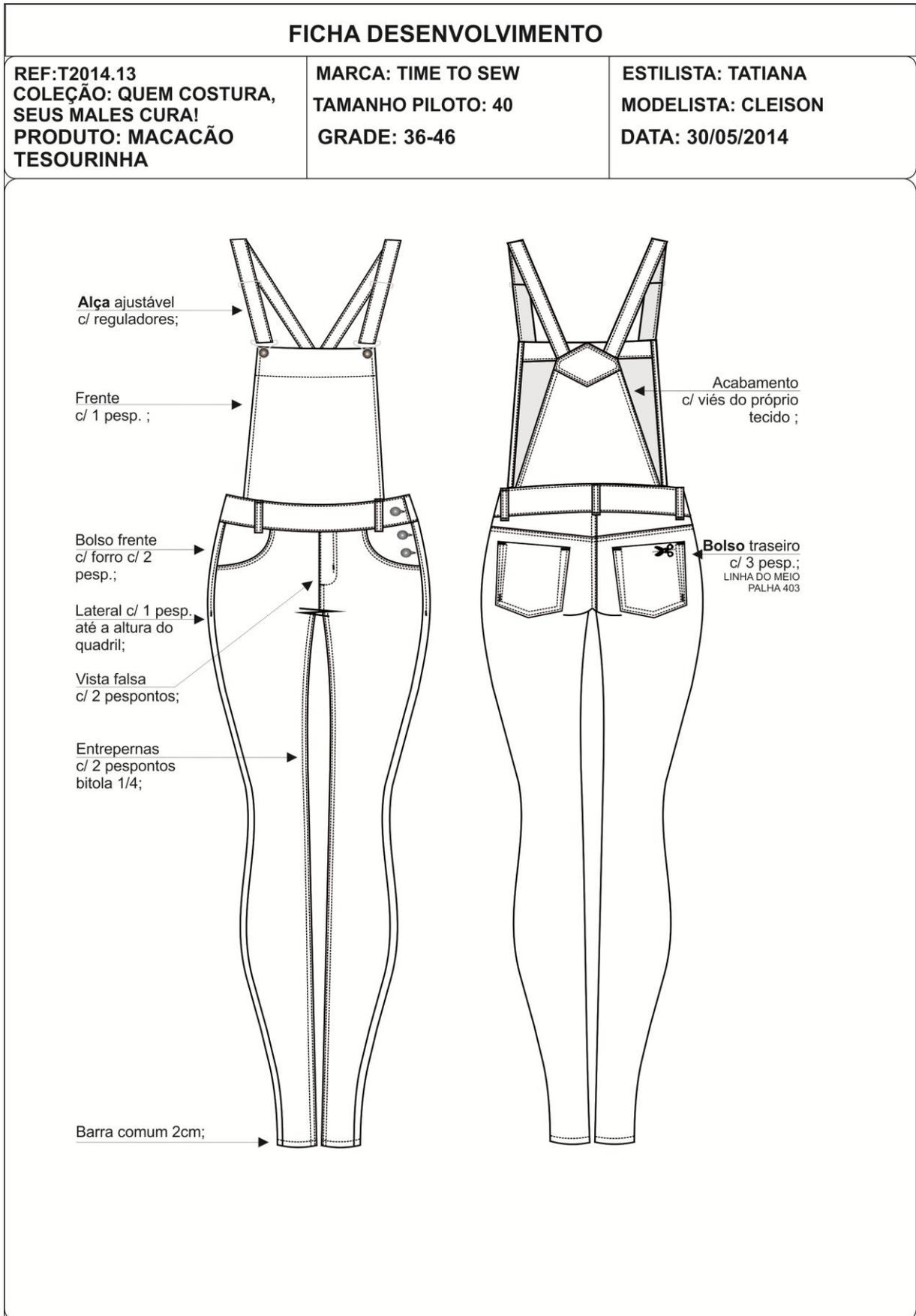


Figura 112: Ficha técnica – look 2 p.1 macacão  
 Fontes: Autoria própria.

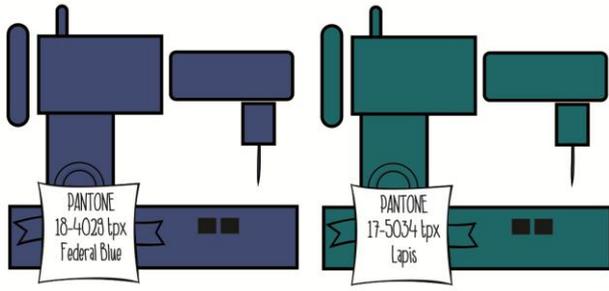
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
TAIMAY1012PE BLUE ECO-D 9.5oz	VICUNHA TEXTIL	71%CO;27%PES; 02%PUE	1,50CM	R\$18,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTÃO	EBERLE	NIQUEL	06 UNID	R\$0,30
REGULADOR DE ALÇA	ARMARINHOS25	NIQUEL	02UNID	R\$0,60
LINHA EXTERNA	FILOTEX	128/196/ 403	-----	
LINHA INTERA	FILOTEX	403	-----	
FIO OVERLOQUE	FILOTEX	403	-----	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 113: Ficha técnica – look 2 p.2 macacão  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	UNIR RECORTES	FECHADOR
02	UNIR PALA TRASEIRA	FECHADOR
03	UNIR GANCHO TRASEIRO	FECHADOR
04	PREPARAR BOLSOS(PASSADORIA)	FERRO
05	PREGAR BOLSO TRASEIRO	PESPONTEIRA
06	OVERLOCAR REVEL BOLSO FRENTE	OVERLOQUE
07	MONTAR BOLSO FRENTE	PESPONTEIRA
08	FECHAR FORRO DE BOLSO	OVERLOQUE
09	MONTAR VISTA FALSA	PESPONTEIRA
10	FECHAR LATERAL	INTERLOQUE
11	PESPONTAR LATERAL	PESPONTEIRA
12	FECHAR ENTREPERNAS	INTERLOQUE
13	FAZER ALÇAS	MAQUINA DE CÓS
14	PASSAR CÓS, PREGANDO FIXANDO AS ALÇAS	MAQUINA DE CÓS
15	FAZER PONTAS DO CÓS	RETA
16	FAZER BARRA	RETA
17	MONTAR PASSANTES	PESPONTEIRA
18	TRAVETAR TODA PEÇA	TRAVETE
19	CASEAR CÓS	CASEIDEIRA
20	PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA
BOLSO TRASEIRO ESQUERDO C/ BORDADO		

Figura 114: Ficha técnica – look 2 p.3 macacão  
 Fontes: Autoria própria.

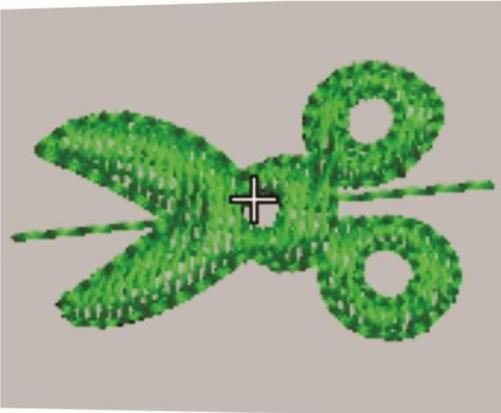
<b>LAVANDERIA:</b>										
LAVAGEM: SUPER STONE+ FINE PIN+ LIXADO LONGO+ USED LONGO										
VALOR: R\$4,00										
<b>TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)</b>										
34	36	38	40	42	44	46				
<b>TABELA DE MEDIDAS</b>			<b>ANTES</b>				<b>DEPOIS</b>			
<b>Cintura:</b>			44				42			
<b>Quadril:</b>			52				49			
<b>Gancho frente:</b>			24				21			
<b>Gancho Traseiro:</b>			34				32			
<b>Barra:</b>			18				16			
<b>Entrepernas:</b>			85				83			
<b>Peitilho frente/costas:</b>			30/31				29/30			
<b>BORDADO: KIWAY</b>										
REF: 12										
QUANT. PONTOS: 536 Pontos										
TIPO DE PONTOS: Ponto SATIN c/ costura										
LOCALIZAÇÃO: BOLSO TRASEIRO ESQUERDO										
OBS: Bordado cheio somente c/ linha										
VALOR: R\$2,00										

Figura 115: Ficha técnica – look 2 p.4 macacão  
Fontes: Autoria própria.

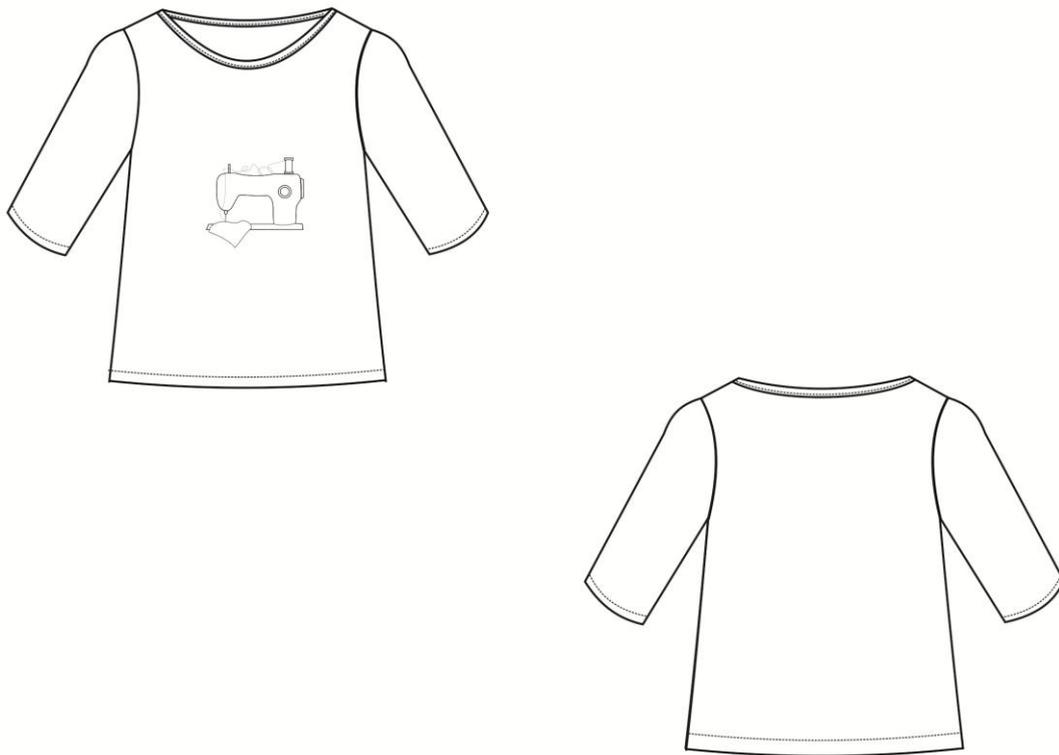
<b>FICHA DESENVOLVIMENTO</b>		
<b>REF: T2014.14</b> <b>COLEÇÃO: QUEM COSTURA, SEUS MALES CURA!</b> <b>PRODUTO: TOP MÁQUINA</b>	<b>MARCA: TIME TO SEW</b> <b>TAMANHO PILOTO: M</b> <b>GRADE: P,M,G,GG</b>	<b>ESTILISTA: TATIANA</b> <b>MODELISTA: CLEISON</b> <b>DATA: 27/05/2014</b>
		

Figura 116: Ficha técnica – look 2 p.1 blusa  
Fontes: Autoria própria.

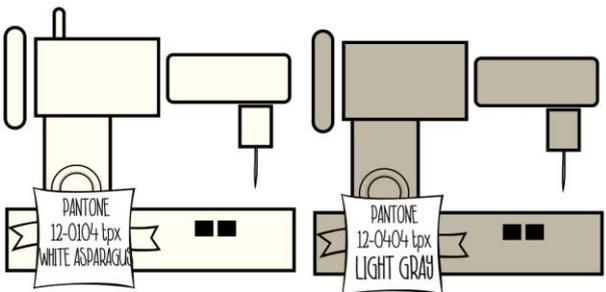
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
ECOPET REC	MAXITEX	70%CO REC 30%PES(PET)	0,50cm	R\$10,00
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
LINHA EXT./INT. 120	FILOTEX	403	40MTS	
FIO OVERLOQUE 50	FILOTEX	403	35MTS	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 117: Ficha técnica – look 2 p.2 blusa  
Fontes: Autoria própria.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	BORDAR FRENTE	BORDADO
02	UNIR 1 OMBRO	OVERLOQUE
02	PASSAR VIÉS GOLA	RETA
03	UNIR O OUTRO OMBRO	OVERLOQUE
05	PREGAR MANGAS	OVERLOQUE
06	FECHAR LATERAL	OVERLOQUE
07	FAZER BARRA MANGAS	RETA
09	FAZER BARRA	RETA

Figura 118: Ficha técnica – look 2 p.3 blusa  
Fontes: Autoria própria.

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** 14

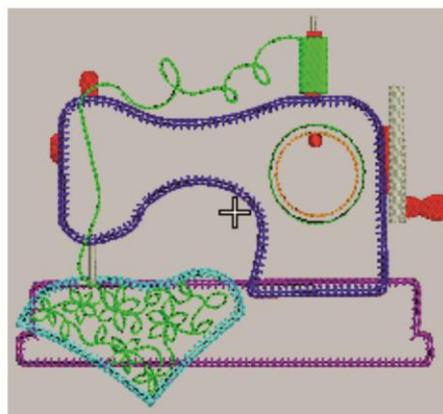
**QUANT. PONTOS:** 8.339 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto COSTURA TRIPLO  
Ponto DENTADO  
Ponto SATIN  
Ponto TATAME

**LOCALIZAÇÃO:** FRENTE CENTRALIZADA

**OBS:** Bordado c/ aplique de tecido

**VALOR:** R\$10,00



**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
<b>Manga:</b>			14,5							
<b>Cintura:</b>			40							
<b>comprimento lateral:</b>			54							
<b>Comprimento total:</b>			36							
<b>Ombro:</b>			43							
<b>Barra:</b>										

Figura 119: Ficha técnica – look 2 p.4 blusa

Fontes: Autoria própria.

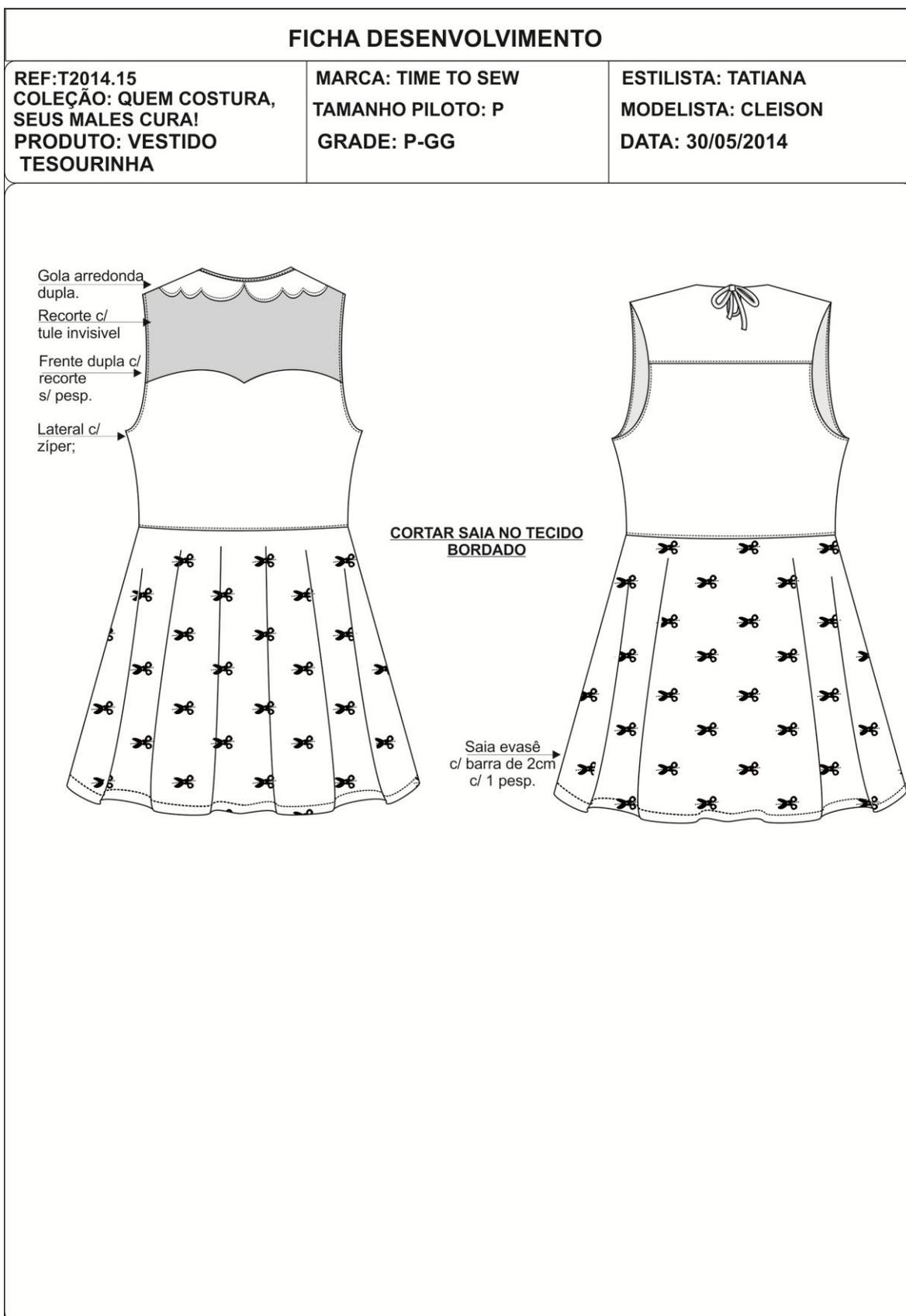


Figura 120: Ficha técnica – look 7 p.1 vestido  
 Fontes: Autoria própria.



SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	PREPARAR GOLAS	RETA
02	FIXAR GOLA NA PARTE DE CIMA	RETA
03	UNIR RECORTES DA PEÇA	RETA
04	UNIR PEITILHO COM TULE	RETA
05	UNIR OMBROS	INTERLOQUE
05	PESPONTAR RECORTES BARRA	RETA
05	PASSAR VIÉS	RETA
05	FECHARSOMENTE 1 LATERAL	INTERLOQUE
06	FECHAR LATERAL SAIA	INTERLOQUE
07	UNIR SAIA E PARTE DE CIMA	INTER LOQUE
08	PREGAR ZÍPER LATERAL	RETA
09	FECHAR LATERAL C/ZÍPER	INTERLOQUE
10	FAZER BARRAPERNAS	RETA

**BORDADO:** KIWAY

**REF:** 06

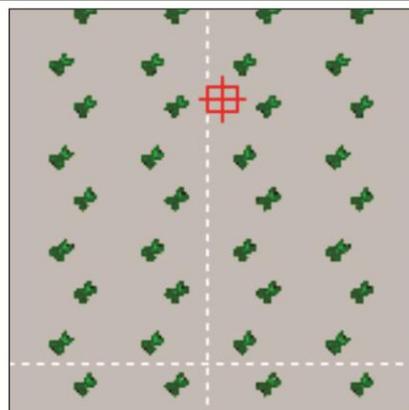
**QUANT. PONTOS:** 51237 Pontos

**TIPO DE PONTOS:** Ponto SATIN C/ COSTURA  
Ponto CHEIO CORRIDO

**LOCALIZAÇÃO:** CORRIDO

**OBS:** Bordado tecido antes de cortar a peça

**VALOR:** R\$15,00



**TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)**

P	M	G	GG						
35	37	39	39						
TABELA DE MEDIDAS				ANTES			DEPOIS		
<b>Cintura:</b>				71					
<b>Quadril:</b>				95					
<b>Busto:</b>				86					
<b>Cava:</b>				22					
<b>Comprimento total</b>				82					

Figura 122: Ficha técnica – look 7 p.3 vestido  
Fontes: Autoria própria.

## 5.6 DOSSIE ELETRÔNICO

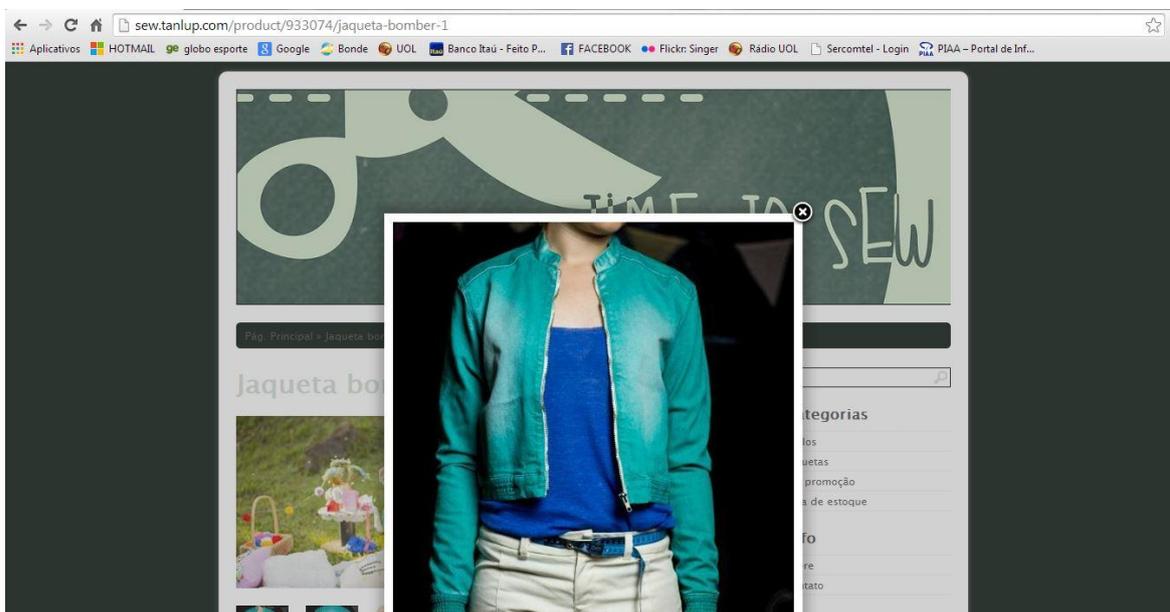


Figura 123: DOSSIE ELETRÔNICO: Informações sobre o produto.  
Fontes: Autoria própria.

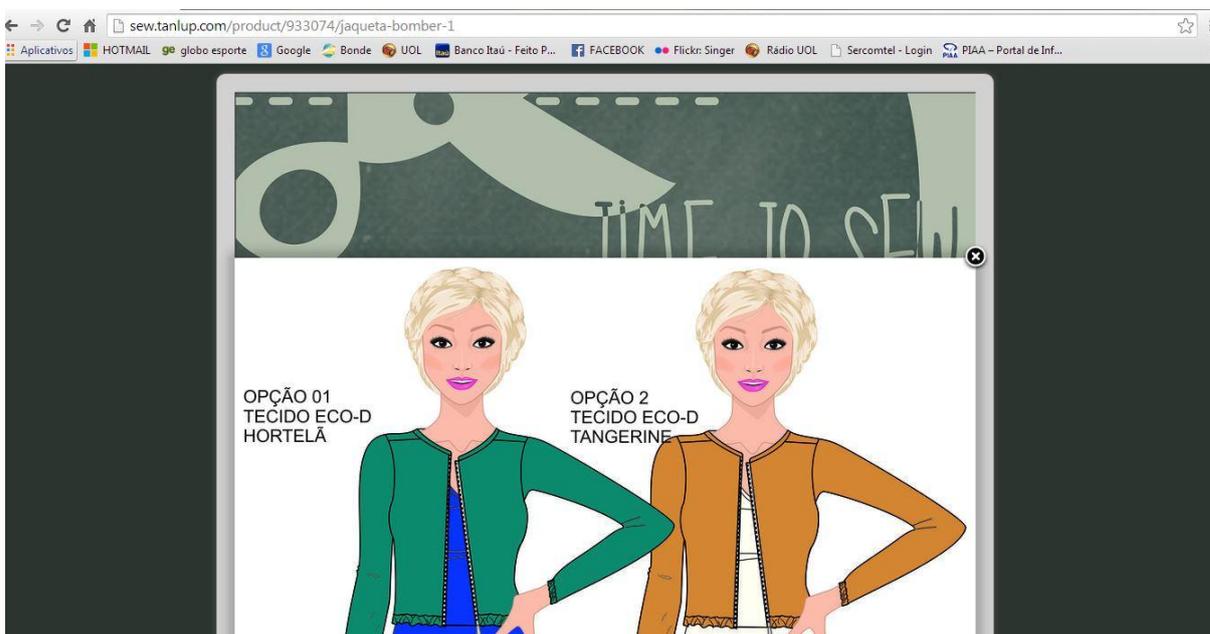


Figura 124: DOSSIE ELETRÔNICO: Opções de cores para compra.  
Fontes: Autoria própria.

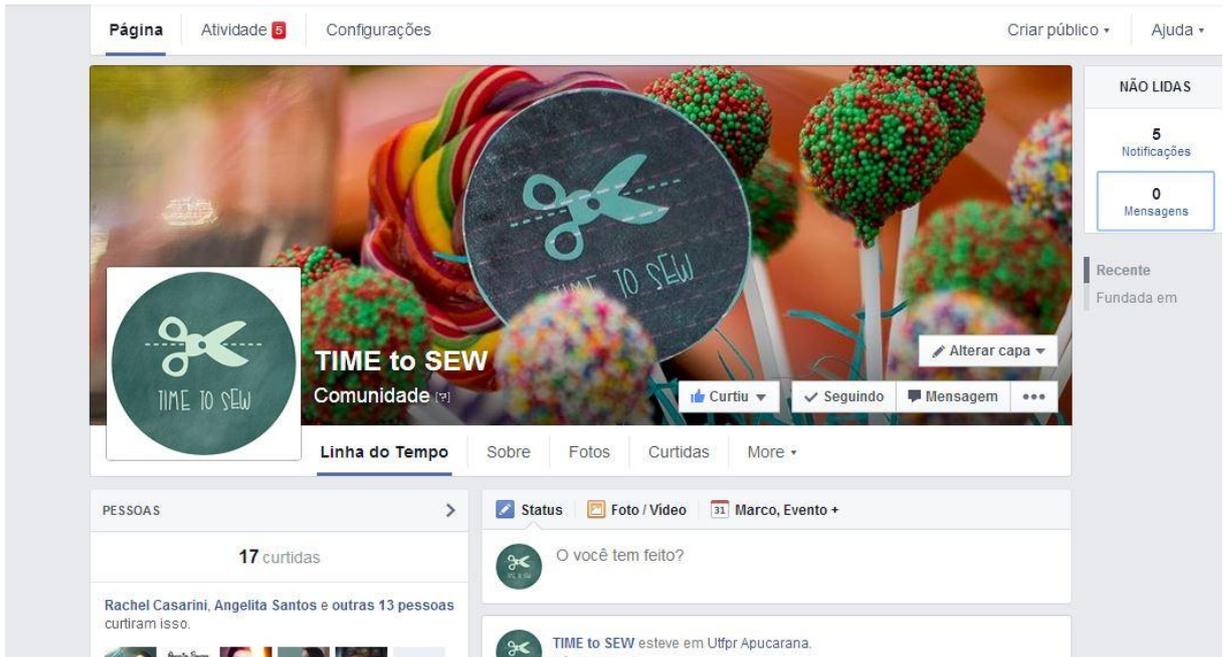


Figura 125: FANPAGE DA MARCA.  
Fontes: Autoria própria.

## 5.5 CATÁLOGO



Figura 126: Catálogo, look 01.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 127: Catálogo, look 02.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 128: Catálogo, look 03.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 129: Catálogo, look 04.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 130: Catálogo, look 05.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 131: Catálogo, look 06.  
Fontes: Autoria própria.



Figura 132: Catálogo, look 07.  
Fontes: Autoria própria.

## 5.6 DESFILE

### 5.6.1 PLANEJAMENTO PARA EXECUÇÃO DO MAKE-UP E HAIR

De acordo com o cronograma a hora prevista para apresentação, começará por volta das 21:00h, com 7 modelos para fazer a produção do *make-up* e *hair*, começara as 16:30h.

Os cabelos serão feitos penteados trançados, no estilo que foi feito a produção para o catálogo, acompanhando a mesma linha.

Abaixo segue a sequência dos *looks* para o desfile.



Figura 133: Ordem do desfile  
Fontes: Autoria própria.

### 5.6.2 TRILHA SONORA

A música escolhida é do álbum da *Feist*, *The Reminder* (2007), *I feel it all*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho se propôs a apresentar alguns conceitos relevantes para o entendimento do design para a sustentabilidade, demonstrando sua interdisciplinaridade, com o design colaborativo.

Dentro dos conceitos buscados, um deles era a elaboração de peças com tecidos ecológicos, fazendo isso ser o maior desafio do mesmo. Além de desenvolver de maneira diferenciada seguindo outros métodos para a elaboração da coleção.

Pode ser analisado que este método de desenvolvimento é bastante plausível e por parte do consumidor é satisfatório para ele saber que fez parte de todo o processo.

Dos objetivos buscados pode-se dizer que foram assertivos, pois pode-se estudar o comportamento, costumes e valores que o público-alvo e agregar valores no produto por meio do *design* inovador, criando conforto e qualidade com matéria-prima sustentável

Por fim foi estabelecido um método de colaboração na hora da criação e criada uma coleção de moda onde o *design* colaborativo esteve inserido no processo de desenvolvimento do produto.

## REFERÊNCIAS

- BRIAN, Edwards. **O guia básico para a sustentabilidade**. Barcelona: Gráficas 92, 2008.
- BLACK, Sandy. **Eco-chic. The fashion paradox**. London, UK: Black Dog Publishing, 2008.
- CALDAS, D. **Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac, 2004.
- CARIMBO + Embalagens, 2014. Disponível em:  
<<http://www.veionamala.com/product/785113/carimbo-embalagens>>. Acesso em 13 jul. 2014.
- CHEHEBE, José Ribamar B. **Análise do ciclo de vida de produtos: ferramenta gerencial da ISO 14000**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- CIETTA, Enrico. **A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 263 p.
- COSTA JUNIOR, J. *et al.* Sistema Produto+Serviço para o cozinhar sustentável: Estudo de Caso Projeto Monno. **Projética Revista Científica de Design**, v. 1, n. 1, p. 146-161, Londrina, 2010.
- DECORVIVA, Laura e sua casa de pano, 2011. Disponível em:  
<[http://www.decorviva.com.br/2011\\_06\\_19\\_archive.html](http://www.decorviva.com.br/2011_06_19_archive.html)>. Acesso 22 julh. 2014.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade e sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.
- DIANA. Macrotendências WGSN: Industrial Evolution, 2013. Disponível em:  
<<http://vestirdesentido.blogspot.com.br/2013/08/wgsn-industrial-evolution.html>>. Acesso em 13 jul. 2014.
- EAST, E. W. *et al.* Verification and validation of a project collaboration tool. **Automation in Construction**, v. 17, n. 2, p. 201-214, 2007.
- FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo, 2004.
- FERREIRA, I. Dolce&Gabbana "Once upon a time, in Sicily" - Milan Fashion Week - fall/winter 2015, 2014. <<http://enfaseconnection.blogspot.com.br/2014/03/dolce-once-upon-time-in-sicily-milan.html>>. Acesso em 13 jul. 2014.
- FLAVIA ARANHA coleção Flora, c. 2013. Disponível em:  
<[http://www.flaviaaranha.com/FLAVIA\\_ARANHA/Flavia\\_Aranha\\_Colecao\\_FLORA.html](http://www.flaviaaranha.com/FLAVIA_ARANHA/Flavia_Aranha_Colecao_FLORA.html)>. Acesso em 13 jul. 2014.

FLETCHER, K; GROSE, L. **A moda & Sustentabilidade**: Design para mudança. São Paulo: Senac, 2011.

FLETCHER, Kate. **Sustainable Fashion and Textiles**: Design Journeys. Earth Scan. Londres: Stylus Publishing, 2008.

FUAD-LUKE, Alastair. **EcoDesign: The Sourcebook**. São Francisco, CA: Chronicle Books, 2010.

GALLOWAY, Anne, 2004, apud O.von Busch, Fashion- able: Hacktivism and Engaged Fashion Design, cit., p.63.

GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

HEEMANN, A. L., LIMA, P. J. V., CORRÊA, J. S. **Compreendendo a Colaboração em Design de Produto**. Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Produto. Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina, 2008.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves**: *design* e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Senac, 2005.

GONDRY, M. **La science des rêves**. França/Itália: Europa Filmes, 2006. (105 min) DVD.

LEE, M. ECO CHIC: **O guia de moda ética para a consumidora consciente**. São Paulo: Larousse, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia da Letras, 1989.

LOBO, A. **Moda ética, muito além do reciclado**. O Estado de São Paulo, São Paulo, 26fev. 2010. Caderno Especial, p.5.

LU GASTAL. artesanato X craft, 2011. Disponível em:  
<<http://www.lugastal.com.br/2011/10/artesanato-x-craft.html#.U8MP5pRdW6M>>.  
Acesso em 13 jul. 2014.

MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: EDUSP, 2002.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**: os requisitos ambientais dos produtos industriais. 1. ed. 2 reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MARANGON, A. P. Tendência bordados verão 2014/2015, 2013. Disponível em:  
<<http://blogluribeiro.com.br/index.php/tendencia-de-moda/tendencia-bordados-verao-20142015/>>. Acesso em 13 jul. 2014.

MEHLECKE, Q. T. C.; TAROUCO, L. M. R. **Ambiente de suporte para educação à distância**: a mediação para aprendizagem cooperativa. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Centro Interdisciplinar de Novas Tecnologias na Educação, Porto Alegre, 2003.

MESACASA, A; CUNHA, M. A. A; MELLO, N. A. **Proposta de desenvolvimento de produtos de moda a partir do reaproveitamento de resíduos têxteis oriundos das indústrias de confecção do vestuário do município de Pato Branco – PR**. In: Anais do 4º Simpósio Paranaense de Design Sustentável, 2012, Curitiba, p. 111.

OENNING, J. **Slow Fashion**: um caminho possível para o *Design* de Moda Sustentável. 2012, 150f., Tese (Mestrado em Design e Marketing) – Universidade do Minho Escola de Engenharia, Portugal, 2012.

ONU. O Futuro que queremos, 2012. Disponível em: <[http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/OFuturoqueQueremos\\_rascunho\\_zero.pdf](http://www.onu.org.br/rio20/img/2012/01/OFuturoqueQueremos_rascunho_zero.pdf)>. Acesso em 13 jul. 2014.

PEDROSO, M. Moda verde: treze marcas sustentáveis que você precisa conhecer. Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/fotos/ta-na-moda/13-marcas-sustentaveis-voce-precisa-conhecer-761091.shtml#8>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

PEREIRA, Daniel. **Os três R's (erres) do consumo consciente**, 2013. Disponível em: <<http://www.sermelhor.com.br/ecologia/os-tres-rs-do-consumo-consciente.html>>. Acesso em: 13 jul. 2014.

PEREIRA, J. V. N Sustentabilidade: diferentes perspectivas, um objetivo comum. **Economia Global e Gestão**, v. 14, n. 1, p. 115-126, abr. 2009.

PIAI, Paula. O que é ser um crafter, 2012. Disponível em: <<http://atelierjujuteteia.com.br/o-que-e-ser-uma-crafter/>>. Acesso em: 22 julh. 2014.

PLATCHECK, E. R. **Design Industrial – Metodologia de Ecodesign para o Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. São Paulo: Atlas, 2012.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SHOUP, K. **Rubbish! Reuse your Refuse**. New Jersey: Wiley Publishing, 2008.

SPANGENBERG, J. H. Sustainable development: from catchwords to benchmarks an operational concepts. In: CHARTER, M.; TISCHER, U. (Org.). **Sustainable development**: Developing Products and Services for the Future. Eastbourne: Publicações Greenleaf, p. 24-46.

VEZZOLI, Carlo. **Cenário do design para uma moda sustentável**. In: PIRES, Dorotéia B. (Org.). Design de moda: olhares diversos. São Paulo: Estação das letras e cores, 2008.