

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN
BACHARELADO EM MODA**

Gabriela Carraro Bouhid

A moda como instrumento de conscientização:
sustentabilidade e design de superfície em uma coleção sobre a Amazônia

Juiz de Fora
2019

Gabriela Carraro Bouhid

A moda como instrumento de conscientização:
sustentabilidade e design de superfície em uma coleção sobre a Amazônia

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientadora: Prof^ª. Ma. Débora Pinguello Morgado

Juiz de Fora

2019

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Bouhid, Gabriela Carraro.

A moda como instrumento de conscientização : sustentabilidade e design de superfície em uma coleção sobre a Amazônia / Gabriela Carraro Bouhid. -- 2019.

117 p. : il.

Orientadora: Débora Pinguello Morgado

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2019.

1. Moda. 2. Sustentabilidade. 3. Design de superfície. 4. Amazônia. I. Morgado, Débora Pinguello, orient. II. Título.

Gabriela Carraro Bouhid

A moda como instrumento de conscientização:
sustentabilidade e design de superfície em uma coleção sobre a Amazônia

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovada em 05 de dezembro de 2019

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Ma. Débora Pinguello Morgado – Orientadora
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dr. Javer Wilson Volpini
Universidade Federal de Juiz de Fora

Prof. Dra. Isabela Monken Magalhães Velloso
Universidade Federal de Juiz de Fora

Dedico este trabalho a todos que me apoiaram e contribuíram para minha formação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que de alguma forma ajudaram na concretização deste trabalho. Primeiramente à minha mãe, Alessandra, pelo companheirismo, ajuda e paciência ao longo do processo; ao meu pai, Paulo, pelo incentivo e pelo apoio financeiro; à minha avó, Graça, por conseguir materiais e utensílios, mesmo com toda a dificuldade; à minha prima, Marcela, pela prontidão em traduzir o resumo. Agradeço também à amiga Juciara pelas dicas e ajuda, não apenas neste trabalho, mas durante todo o curso; à amiga Ana Berenice que está sempre disposta a ajudar mesmo com tantos afazeres e que me ajudou a criar um poema para a coleção desenvolvida neste trabalho e se ofereceu para vestir as roupas confeccionadas.

Agradeço ainda, à orientadora, Prof^a. Ma. Débora Morgado pela atenção, conselhos, paciência e disponibilidade, em qualquer horário ou dia da semana; à Prof^a Dra. Isabela Monken pelas dicas nas reuniões mensais com a turma e pela disponibilidade de participar da banca examinadora; ao Prof. Dr. Javer Volpini, também pela presença na banca examinadora; a todos (as) os (as) docentes do Bacharelado Interdisciplinar em Artes e Design e do Bacharelado em Moda, por compartilharem seus conhecimentos e à Universidade Federal de Juiz de Fora pelo acolhimento nesses mais de 5 anos que frequentei. Por fim, agradeço aos que não foram citados mas que de alguma forma, ajudaram ou tentaram ajudar em alguma etapa deste trabalho.

RESUMO

A partir das discussões sobre moda e sustentabilidade, este Trabalho de Conclusão de Curso traz a criação de uma coleção de moda que trata de um dos temas mais relevantes para o cenário atual: a preservação da floresta amazônica. Para tal, em um primeiro momento, o trabalho apresenta pesquisa teórica que discute as noções de sustentabilidade, consumo e meio ambiente, além do conceito de *slow fashion*, este que busca se contrapor ao modelo vigente de produção de moda, o *fast fashion*. A coleção terá como foco comunicador central o trabalho na superfície dos tecidos, assim, ainda na parte teórica, será abordado o design de superfície têxtil tanto em suas técnicas quanto em seu potencial de comunicação de moda. A parte prática do trabalho consiste no desenvolvimento da coleção intitulada "Desflora", composta por 15 *looks*, dos quais 3 serão confeccionados. Além do foco no design de superfície, a prática buscará se adequar a uma criação e produção com menos impactos ambientais e sociais, trazendo tingimentos naturais, uso de bio aviamentos, tecidos naturais e reaproveitamento de resíduos têxteis deixados na etapa de corte do tecido para aplicações nas peças.

Palavras-chave: Moda. Sustentabilidade. Design de superfície. Amazônia.

ABSTRACT

From the discussions about fashion and sustainability, this final paper brings the creation of a fashion collection that deals with one of the most relevant subjects in the current scenario: the preservation of the Amazon rainforest. To do this, at first, the paper presents theoretical research that discusses the notions of sustainability, consumption and environment, in addition to the concept of slow fashion, which seeks to counteract the current model of fashion production, the fast fashion. The collection will have as its central communicator the work on the surface of the fabrics, so, still in the theoretical part, the textile surface design will be approached both in its techniques and its potential of fashion communication. The practical part of the work is the development of the collection entitled "Desflora", composed of 15 looks, of which 3 will be manufactured. In addition to focusing on the surface design, the practice will seek to adapt to a creation and production with less environmental and social impacts, bringing natural dyeing, use of bio trims, natural fabrics and reuse of textile waste left on the tissue cutting step for the clothes.

Keywords: Fashion. Sustainability. Surface design. Amazon rainforest.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Botões de borra de café	17
Figura 2 – Gráfico de países com menores salários da indústria de vestuário	18
Figura 3 – Diagrama da economia circular	22
Figura 4 – Hyposurface	28
Figura 5 – Design de superfície na moda	30
Figura 6 – Brisa Slow Fashion	32
Figura 7 – Mudha	33
Figura 8 – Leve-me.....	34
Figura 9 – Logo da marca.....	35
Figura 10 – Etiqueta explicativa.....	36
Figura 11 - A produção circular da Âmago	37
Figura 12 – Painel de público-alvo.....	39
Figura 13 – Painel de tendências	42
Figura 14 – Painel de tema da coleção	44
Figura 15 – Cartela de cores	47
Figura 16 – Cartela de materiais para tingimento.....	48
Figura 17 - Cartela de tecidos.....	50
Figura 18 - Cartela de aviamentos.....	51
Figura 19 – Croqui 1.....	54
Figura 20 – Croqui 2.....	56
Figura 21 – Croqui 3.....	58
Figura 22 – Croqui 4.....	60
Figura 23 – Croqui 5.....	62
Figura 24 – Croqui 6.....	64
Figura 25 – Croqui 7.....	66
Figura 26 – Croqui 8.....	68
Figura 27 – Croqui 9.....	70
Figura 28 – Croqui 10.....	72
Figura 29 – Croqui 11.....	74
Figura 30 – Croqui 12.....	76
Figura 31 – Croqui 13.....	78
Figura 32 – Croqui 14.....	80
Figura 33 – Croqui 15.....	82
Figura 34 – Sequência de desfile.....	84
Figura 35 – Produção.....	86

Figura 36 – Produção dos tingimentos	87
Figura 37 – Resultado dos tingimentos	88
Figura 38 – Produção dos demais trabalhos nas superfícies	89
Figura 39 – Look 1 pronto	90
Figura 40 – Look 2 pronto	90
Figura 41 – Look 3 pronto	91
Figura 42 – Ficha técnica BLUSAROSA01	92
Figura 43 – Ficha técnica SAIAROSA01	96
Figura 44 – Ficha técnica VESTAMA01	100
Figura 45 – Ficha técnica TOPBEGE01	104
Figura 46 – Ficha técnica SAIABEGE01	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Parâmetro de produto	53
Quadro 2 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 1	55
Quadro 3 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 2.....	57
Quadro 4 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 3.....	59
Quadro 5 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 4.....	61
Quadro 6 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 5.....	63
Quadro 7 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 6.....	65
Quadro 8 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 7.....	67
Quadro 9 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 8.....	69
Quadro 10 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 9.....	71
Quadro 11 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 10.....	73
Quadro 12 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 11.....	75
Quadro 13 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 12.....	77
Quadro 14 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 13.....	79
Quadro 15 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 14.....	81
Quadro 16 - Quadro de beneficiamentos do Croqui 15.....	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Tabela de custos BLUSAROSA01	95
Tabela 2 - Tabela de custos SAIAROSA01	99
Tabela 3 - Tabela de custos VESTAMA01	103
Tabela 4 - Tabela de custos TOPBEGE01	107
Tabela 5 - Tabela de custos SAIABEGE01	111

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 SUSTENTABILIDADE	15
2.1 A INDÚSTRIA TÊXTIL E SEUS IMPACTOS	15
2.2 MODA E CONSUMO	19
2.2.1 O <i>slow fashion</i> e a moda sustentável	20
2.3 O CONSUMO E A SUA INFLUÊNCIA NA AMAZÔNIA	23
3 DESIGN DE SUPERFÍCIE	26
3.1 DESIGN DE SUPERFÍCIE NO SETOR TÊXTIL	29
4 MERCADO SLOW FASHION E OS SEGMENTOS CASUAL E CITY WEAR	31
4.1 MARCAS DE REFERÊNCIA	31
4.1.1 Brisa Slow Fashion	31
4.1.2 Mudha	32
4.1.3 Leve-me	33
5 ÂMAGO: UMA PROPOSTA PARA MODA <i>SLOW</i>	35
5.1 PÚBLICO-ALVO.....	38
6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	40
7 A COLEÇÃO	43
7.1 TEMA DA COLEÇÃO	43
7.2 TEXTO DE COLEÇÃO.....	45
7.3 CARTELA DE CORES	46
7.4 CARTELAS DE TECIDOS E AVIAMENTOS	49
8 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO	52
8.1 <i>MIX</i> DE MODA E EXTENSÃO DA COLEÇÃO	52
8.2 CROQUIS E DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL.....	53
8.3 SEQUÊNCIA DE DESFILE	84
8.4 PRODUÇÃO	85
8.5 FICHA TÉCNICA DE CONFECÇÃO	92
9 CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
REFERÊNCIAS	114

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea é incentivada ao consumo a todo momento em razão do modelo econômico vigente, o capitalismo, e isso não é diferente na indústria da moda, um mercado que sobrevive de novidade desde a sua origem. Atualmente, desafios são propostos para se produzir e consumir de forma “economicamente viável, socialmente justa e ecologicamente correta” (SCHULTE; LOPES, 2008, p. 32), ou seja, de forma sustentável e na qual, desde os produtores de matéria-prima até os consumidores, todos têm papel fundamental.

Com tantas medidas políticas e econômicas prejudiciais ao meio ambiente, a moda, uma das indústrias que mais polui no mundo (ANICET; RUTHSCHILLING, 2013), se torna um instrumento de conscientização e começa a gerar alternativas sustentáveis em sua produção, embora seja um desafio, pois toda produção gera algum tipo de impacto negativo, seja com contaminação por produtos químicos, com o gasto excessivo de água ou energia, com a insuficiência no lucro ou ainda nas condições de trabalho dos funcionários, tornando-se assim praticamente inviável ser completamente sustentável, pelo menos dentro dos padrões de consumo atuais. Para se ter uma dimensão do quanto a indústria da moda pode gerar de impactos negativos no que diz respeito à poluição, cerca de 10% das emissões globais de gases que causam o efeito estufa são atribuídos ao setor têxtil e de moda, ainda, “um quarto dos produtos químicos produzidos anualmente são usados na produção de tecidos, 92 milhões de toneladas de resíduos têxteis são geradas por ano e 20% da contaminação hídrica é associada à produção de moda” (BEFW, s.d.). Acerca dos resíduos têxteis, ressalta-se que a degradação dos tecidos geralmente é lenta, principalmente aqueles cuja composição é formada por fibras sintéticas. O poliéster, por exemplo, é a fibra mais utilizada no mundo e sua decomposição demora cerca de 200 anos (LOBATO, 2019).

A moda sustentável deve continuar atendendo às necessidades da sociedade, envolvendo uma preocupação socioambiental, em que devem ser respeitados os direitos dos trabalhadores e serem usados métodos de produção que minimizem o impacto ambiental, utilizando de forma consciente os recursos naturais do planeta. Nesse aspecto, pondera junto ao lucro uma preocupação ética nas esferas econômica, social e ambiental.

É preciso, ainda, repensar o consumo, afinal, segundo o relatório “Fixando moda: consumo de roupas e sustentabilidade” lançado em 2019 pelo Parlamento do Reino Unido, cerca de 300.000 toneladas de resíduos têxteis acabam em lixeiras domésticas todos os anos, enviadas para aterrar ou incineradas e menos de 1% do material usado para produzir roupas é

reciclado em roupas novas no final de sua vida útil (ROVIEZZO, 2019). Por isso, deve-se considerar a ideia de reaproveitamento, movimento que cresce junto à onda de produção sustentável. Segundo Lima (2019), o mercado de roupas de segunda mão dobrará até 2022, e em 10 anos as compras em brechós devem superar as de *fast fashion* e corresponder a até 11% do volume de peças do guarda-roupa das pessoas. Uma pesquisa do Instituto Akatu, realizada em 2018, traçou um panorama do consumo consciente no Brasil apontando que a maioria das causas que incentivam o consumo de um produto estão relacionadas às atitudes da empresa. São elas a inclusão de deficientes, a não discriminação de funcionários, o combate ao trabalho infantil, as boas condições de trabalho e a contribuição para o bem estar da comunidade (LOBATO, 2019). Todos esses propósitos fazem parte do movimento *slow fashion*, que preza pelo consumo consciente em relação às esferas social e ambiental.

Isto posto, este trabalho constitui um estudo sobre a moda com foco na sustentabilidade, trazendo uma breve discussão sobre a indústria têxtil e seus impactos ambientais e sociais, sobre a moda e sua relação com o consumo, além de abordar sobre a importância da preservação do meio ambiente. O objetivo do trabalho consiste em utilizar a moda como objeto para a sensibilização quanto ao cenário político atual, no que diz respeito ao meio ambiente, e, especificamente, à Amazônia, confrontando seu caráter de simples mercado. A motivação parte justamente da urgência por soluções tanto por parte da moda quanto pela preservação do meio ambiente. O estilista brasileiro Ronaldo Fraga costuma dizer que a moda é um ato político, portanto, atualmente ela deve existir não somente com a intenção de venda, mas deve também, comunicar, questionar e emocionar.

Posteriormente, será fundamentado o design de superfície têxtil em um capítulo de estudo teórico, abordando suas origens e aplicações, para que, na sequência, as técnicas apresentadas sejam instrumentalizadas como práticas nas peças da coleção, intitulada “Desflora”, que será desenvolvida a partir do tema Amazônia, degradação e preservação. A fim de criar um aspecto emocional e que comunique sobre biodiversidade e os problemas enfrentados na Amazônia, a coleção a ser criada traz um trabalho de aplicações, texturas, tingimentos e bordados na superfície têxtil.

A metodologia utilizada para a pesquisa teórica será a consulta à livros, artigos científicos e sites especializados atualizados acerca do tema. Quanto ao desenvolvimento da coleção, a metodologia utilizada é a apresentada no livro “Inventando moda: planejamento de coleção” de Doris Treptow (2003), que é uma das maiores referências no Brasil acerca das etapas de criação e execução de uma coleção. A metodologia da autora envolve a investigação a partir de pesquisas, sendo elas de tendências, mercado e público; a criação de uma

identidade visual para a marca; a definição dos aspectos da coleção, como tema, parâmetro e mix de moda; e por fim o desenvolvimento criativo e produtivo, buscando sistematizar os custos a fim de viabilizar a comercialização.

A coleção é composta por 15 *looks*, dos quais 3 serão confeccionados. O processo de criação se dá por meio de uma breve pesquisa de mercado, com a apresentação de três marcas com propostas que envolvam a sustentabilidade em sua produção, para assim desenvolver uma marca própria que siga os mesmos princípios, mas mostre um diferencial. O conceito da marca é apresentado e, em seguida, é feita a definição do público-alvo, uma pesquisa de tendências, a elaboração de painel de tema, cartela de cores baseada nos resultados com tingimentos naturais, cartela de materiais, definição de *mix* de moda e extensão da coleção, desenho dos croquis e cartelas de beneficiamento e apresentação das fichas técnicas e tabelas de custo dos *looks* selecionados para confecção.

2 SUSTENTABILIDADE

O termo sustentabilidade está cada vez mais em voga nos últimos anos, mas pouco se discute sobre seu conceito. A palavra sustentabilidade deriva do latim *sustentare* que significa sustentar, apoiar, conservar. Uma maneira mais fácil de entender o conceito e seu uso contemporâneo na produção de bens de consumo é através do tripé: social, econômico e ecológico. Ou seja, deve haver equilíbrio entre esses três aspectos, o que nem sempre é considerado pelas marcas de moda, especialmente as que utilizam o conceito apenas como apelo de marketing e com o foco exclusivamente para o fator ambiental (BERLIM, 2012).

De acordo com Berlim (2012, p. 16), a crise ambiental já estava em debate desde a década de 1960, mas foi na década de 1980 que nasceu o conceito de desenvolvimento sustentável. Segundo a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente (1987), criada pela ONU e presidida pela então primeira-ministra da Noruega Gro Harlem Brundtland, o desenvolvimento sustentável consiste na exploração equilibrada dos recursos naturais, nos limites da satisfação das necessidades e do bem-estar da presente geração, assim como de sua conservação no interesse das gerações futuras. No entanto, os próprios ambientalistas questionam se é possível, de fato, haver desenvolvimento sustentável considerando a noção de desenvolvimento do capitalismo. O que seguramente é possível, dentro de nosso contexto econômico, é a redução de impactos.

Em vista disso, é preciso entender como funciona a indústria têxtil e, conseqüentemente, a moda, seus impactos negativos nas esferas que a sustentabilidade compreende e explorar as iniciativas para se ter uma melhor perspectiva sobre a possibilidade de um futuro sustentável.

2.1 A INDÚSTRIA TÊXTIL E SEUS IMPACTOS

A indústria da moda “é um negócio global e complexo, que movimentava anualmente bilhões de dólares e que contribui com todos os setores envolvidos na cadeia têxtil, gerando empregos e investimentos” (FABRI; RODRIGUES 2015, p. 8), afinal as roupas e acessórios acompanham as pessoas desde o nascimento até a morte. Da matéria-prima, passando pelos processos de fiação, tecelagem, tinturaria, confecção e beneficiamento, e chegando à venda para o consumidor, atravessa-se um longo campo de possibilidades de geração de empregos e renda em áreas variadas como a agricultura, na plantação e cultivo de algodão, linho, bambu e outras fibras têxteis vegetais; a pecuária, na criação de animais para geração de fibras de lã; a

engenharia, na fabricação dos maquinários para as fábricas e na elaboração dos processos de produção; a química, na produção de corantes, pigmentos, solventes, detergentes, umectantes, alvejantes, amaciantes, branqueadores, e outros auxiliares; o design, na área de criação e projeto dos produtos têxteis; a sociologia, no rastreamento de tendências em escritórios de pesquisa; e outras áreas não menos importantes, como a economia, a gestão, o comércio e a comunicação social (BERLIM, 2012, p. 26-27).

Desse modo, essa indústria movimentada grande parte da economia de todo o planeta. Contudo, o setor têxtil, que gera a matéria-prima principal para a moda, é uma das indústrias que mais polui o meio ambiente, pois todos os produtos causam impactos ambientais durante o seu ciclo de vida, de alguma forma, desde a extração da matéria-prima, produção, uso, até o descarte dos resíduos.

A indústria têxtil, assim como a grande maioria das indústrias, conforme dito por Berlim (2012), contribui para a poluição do ar com a emissão do CO₂, principal gás causador do efeito estufa, a partir da queima de combustível fóssil nos maquinários utilizados nas fábricas, aquecimento de caldeiras, transporte, entre outras etapas. Além disso, os produtos químicos utilizados no alvejamento, tinturaria e estamparia são tóxicos e os agrotóxicos utilizados nas plantações, principalmente de algodão, que é uma das fibras mais utilizadas no mundo, contaminam a água, o solo e prejudicam a saúde dos trabalhadores. Há ainda a questão dos resíduos sólidos deixados pela indústria têxtil nas etapas de tecelagem e confecção, devido às sobras de fios e retalhos. No entanto, os consumidores também têm uma parcela de responsabilidade sobre boa parte dos impactos ao meio ambiente, por meio das lavagens e passadoria das peças, que geram um gasto excessivo de energia, água, uso de produtos químicos (no caso das lavagens) e, por fim, no descarte das peças.

Nesse sentido, é importante ressaltar as consequências da utilização de tecidos sintéticos. Além do longo período que levam para se decompor, os tecidos sintéticos são uma das principais fontes de microplásticos que causam danos ao meio ambiente (SALDANHA, 2017). Devido à degradação que sofrem durante as lavagens, esses tecidos soltam microfibras na água, que chegam aos rios e mares e acabam sendo ingeridas pelos peixes, e posteriormente pelas pessoas que consomem esses peixes. Atualmente, estima-se que os consumidores de peixes e frutos do mar ingerem, ao ano, 11 mil pedaços de microplásticos, dos quais muitos vão para a corrente sanguínea (MARTINKO, 2017). Por isso é importante repensar o uso dos sintéticos e preferir as fibras naturais.

Além dos tecidos, os aviamentos utilizados na confecção das peças de roupas, como zíperes, botões, fechos, fivelas, rebites, entre outros, podem gerar um impacto ecológico

significativo pois geralmente são descartados sem reaproveitamento. Em geral, os aviamentos são descartados ou ficam guardados por anos em estoques nas confecções devido à falta de planejamento das empresas e pouca flexibilidade dos fornecedores, que só vendem quantidade mínima, muitas vezes maior do que as confecções realmente necessitam (NARDELLO, 2017). O material utilizado nesses aviamentos deve ser muito bem avaliado, pois pode comprometer a reciclagem ou reutilização da peça, por ser geralmente derivado de metal ou petróleo. Por isso é preciso considerar esses detalhes na hora de confeccionar as peças e pensar em alternativas ecológicas na produção. Já existem marcas que começaram a produzir aviamentos a partir de matérias-primas naturais, como a Recoffee Design, marca brasileira que produz artesanalmente biojóias a partir da borra do café e aglutinantes naturais e que agora produz e vende botões do mesmo material, como mostra a Figura 1 (RECOFFEE, s.d).

Figura 1: Botões de borra de café



Fonte: Recoffe Design.

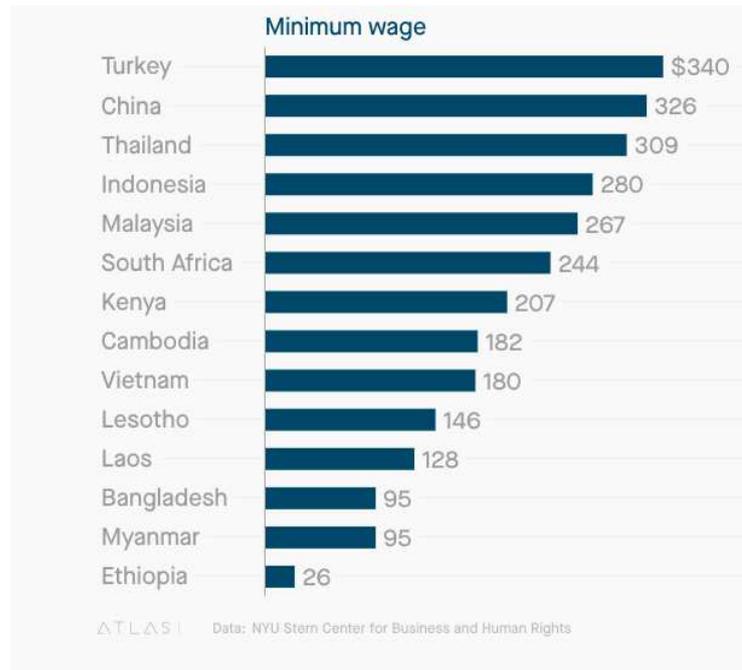
A marca utiliza o conceito de *upcycling* que consiste em ressignificar um material que seria descartado - a borra do café - e transforma em matéria-prima para novos produtos. Nesse processo, o material é utilizado tal como foi encontrado, sem despender mais energia ou adições químicas como na reciclagem, e o produto ganha qualidade e valor. (ANICET, 2011). Já existem algumas empresas que adotam o *upcycling* como método de produção, a exemplo da Comas, marca residente em São Paulo, criada em 2015 pela estilista uruguaia Agustina Comas, que utiliza como elemento principal camisas masculinas rejeitadas nos testes de

controle de qualidade. Segundo a estilista, desde a criação a marca já evitou que mais de 3 mil metros de tecido fossem jogados no lixo (NOGUEIRA, 2017).

A questão dos tingimentos também deve ser analisada, pois, de acordo com Anicet, Bessa e Broega (2011), esta é uma das áreas mais poluentes do processo têxtil devido ao despendimento e poluição de águas ao longo de todo o processo. Contudo, existem várias possibilidades de se obter corantes naturais, através de chás, cascas de frutas e vegetais, raízes, etc. Com o açafrão, por exemplo, consegue-se um amarelo vivo, com o urucum ou cascas de cebola pode-se obter um belo alaranjado, com o hibisco ou a beterraba se obtém tonalidades rosadas, entre muitas outras opções. Apesar das possibilidades, nem sempre as cores conseguidas são extremamente vivas, e, em alguns casos, é necessário o acréscimo de mordentes para ajudar na fixação da cor, o que pode gerar efeitos nocivos ao meio ambiente e ao usuário da peça, além de não tingir todo o tipo de tecido, o que se torna um limitante para a expansão do uso dos corantes naturais pelas marcas de moda.

Outro ponto a ser considerado são os impactos sociais provocados pela indústria. Por trás da compra de uma peça de roupa muito barata pode estar uma forma moderna de trabalho escravo (BERLIM, 2012, p. 29), muito recorrente em países asiáticos, por exemplo, mas que acontece em várias regiões do planeta. Yahn (2019) apresenta um estudo divulgado em maio de 2019 pelo Centro de Business e Direitos Humanos da Universidade de Nova York, que demonstra que a Etiópia tem o menor salário do mundo para trabalhadores da indústria do vestuário atualmente, como mostra o gráfico da Figura 2.

Se por um lado o governo tem atuado para atrair investimentos globais para impulsionar a economia do país, essas ações não têm trazido prosperidade, ao menos aos funcionários que não conseguem sanar suas necessidades básicas com esse salário e reclamam de não receber treinamentos adequados para o serviço e de gerentes estrangeiros que os tratam a base do grito (YAHN, 2019).

Figura 2: Gráfico de países com menores salários da indústria de vestuário

Fonte: Fashion Forward por Camila Yahn.

Desse modo, os funcionários têm remuneração baixa, jornadas de muitas horas de trabalho, muitas vezes é usado trabalho infantil, quase sempre em condições sub-humanas no que diz respeito à segurança e higiene.

Isto posto, para se chegar a conclusões sobre os impactos da indústria têxtil e, conseqüentemente, da moda, é preciso analisar também as formas de consumo e suas conseqüências.

2.2 MODA E CONSUMO

A antropóloga Mary Douglas e o economista Baron Isherwood (2006, p. 26), em seu livro *O mundo dos bens*, tratam o consumo como um uso de posses materiais que vai além do comércio. É “parte integrante do mesmo sistema social que explica a disposição para o trabalho, ele próprio parte integrante da necessidade social de relacionar-se com outras pessoas, e de ter materiais mediadores para essas relações”. Ainda, enfatizam que:

As decisões de consumo se tornam fonte vital da cultura do momento. As pessoas criadas numa cultura particular a veem mudar durante suas vidas: novas palavras, novas ideias e maneiras. A cultura evolui e as pessoas desempenham um papel na mudança. O consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem forma. (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006, p. 102-103).

Assim, o consumo também ajuda a definir os papéis assumidos na sociedade, sendo inerente à construção da identidade. Para os autores, as posses assumem um papel que vai muito além do suprimento de necessidades funcionais mas abarcam a possibilidade de pertencimento ou exclusão de grupos sociais. Além disso, é por meio do consumo que as pessoas conseguem alterar a realidade ao seu redor a partir de rupturas na cultura que o consumo proporciona.

Segundo Alves (2010, p. 26) “existir é, por excelência, igual a consumir” e essa afirmação relaciona-se perfeitamente com a moda, afinal ela nos acompanha durante toda nossa existência. A moda é por tradição uma área efêmera, e segue um ritmo de obsolescência programada que se acentua cada vez mais, em que os produtos têm prazo definido de uso antes de serem descartados. (MARTINS; SANTOS, 2008). Nesse sentido e dentro desse contexto de efemeridade, o consumo é menos um ato reflexivo e transformador e mais um ato visceral e pouco refletido para aqueles que consomem somente aquilo que é a moda do momento, o que é bastante atrelado à aparência do produto (NORMAN, 2019).

O sistema de moda é marcado historicamente pelo lançamento de coleções sazonais, primavera/verão e outono/inverno, mas após transitar pela alta costura e pelo *prêt-à-porter* no século XX, o setor da moda saiu do ritmo imposto pelas estações e aumentou o número de coleções ao longo do ano e evoluiu rapidamente para a produção em larga escala, ou em massa, modelo que se apresenta como um método de produção economicamente mais barato (FABRI; RODRIGUES 2015). Nesse contexto, cresce o consumismo na moda e, conseqüentemente, o aumento no uso de recursos naturais e a geração cada vez maior de resíduos poluentes ao meio ambiente.

Desde o final do século XX, assiste-se à chamada “revolução *fast fashion*”, o fenômeno da moda rápida (SCHULTE, PULS; MONTANHEIRO, 2014, p. 54-55). No modelo *fast fashion* o importante é gerar maior lucratividade atraindo o consumidor com preços baixos e fidelidade quanto às tendências vigentes no momento. Porém, este modelo de mercado geralmente desconsidera qualidade, bom acabamento e durabilidade dos produtos. Deste modo, os consumidores adquirem peças com ‘prazo de validade’ curto, pois, mesmo que a peça venha a ter qualidade, as tendências, por serem bastante efêmeras, tornam o estilo da peça obsoleto em pouco tempo e as descartam rapidamente.

Em um momento em que se discute o futuro do planeta, o *fast fashion* divide espaço com novas alternativas para o desenvolvimento sustentável, com uma produção que concilie o crescimento econômico com a preservação do meio ambiente e a melhoria das condições

sociais (FABRI; RODRIGUES, 2015). O chamado *slow fashion* pode ser um dos caminhos a se trilhar para buscar um futuro mais consciente dentro da indústria da moda.

2.2.1 O *Slow Fashion* e a moda sustentável

O termo *slow fashion* vem do termo *slow design* criado pelo autor Fuad-Luke (2010). “O *slow design* prima pelo processo lento e reflexivo com foco no desenvolvimento dos resultados do projeto e enfatiza a importância de democratizar o processo de design para alcançar um amplo leque de interessados” (ANICET; BESSA; BROEGA, 2011, p. 2). O *slow fashion*, por sua vez, é o conceito que defende a moda numa velocidade menor, com peças perenes, de qualidade, que persistam por mais estações, prezando por uma estética mais atemporal e por técnicas artesanais. É um movimento que incentiva o consumidor a pensar melhor na hora de comprar (SCHULTE; PULS; MONTANHEIRO, 2014).

Além de cuidar dos aspectos de uma produção mais limpa e com quantidades reduzidas, o *slow fashion* traz a noção de um valor emocional agregado às peças. A pesquisadora de moda Alison Gwilt (2014, p. 102, apud FABRI; RODRIGUES, 2016, p. 8) afirma que uma das estratégias de design para a sustentabilidade seria atuar com artesãos de comunidades locais podendo, assim, reduzir alguns dos impactos ambientais negativos que estão sempre associados à produção em larga escala, incluindo o transporte, a propaganda e o marketing. De acordo com Fabri e Rodrigues (2016), criar laços emocionais pode ser uma forma de prolongar a vida de um produto em oposição à obsolescência programada, pois o consumidor pensa melhor e por isso demora mais a descartá-la.

O sistema de *slow fashion* é orientado por abordagens totalmente opostas ao sistema *fast fashion*, tais como: diversidade em oposição à produção em massa; global-local em oposição à globalização; autoconsciência em oposição à imagem; a simbiose em oposição ao parasitismo; confecção e manutenção para um ciclo de vida longo ao invés da novidade constante; preço real incorporando custos sociais e ecológicos em oposição ao custo baseado em mão de obra e materiais; fortalece o tecido social e valoriza o território em oposição à fragilização do tecido social; produção em pequena e média escala em oposição à grande escala; sustentável em oposição ao insustentável (FABRI; RODRIGUES 2015, p. 7).

Com isso, existem maneiras de se reduzir consideravelmente o impacto ambiental e direcionar a sociedade a um consumo mais ético, repensando o descarte. As pesquisas mais atuais acerca do assunto apresentam o conceito de economia circular, pensada para reaproveitar produtos e materiais enquanto for possível, reduzindo ao máximo a geração de

resíduos. Segundo o site Ideia Circular (s.d.), nesse modelo industrial dissocia-se o crescimento econômico e o bem-estar humano do consumo crescente de novos recursos. Com isso, os materiais circulam no máximo de seu valor como nutrientes técnicos ou biológicos em sistemas industriais integrados, restaurativos e regenerativos.

Figura 3: Diagrama da economia circular



Fonte: Ideia Circular.

A Figura 3 ilustra a economia circular e indica que, quanto menor o círculo, mais ecologicamente correto é o processo, pois demanda menor gasto de energia, tempo e intervenção química. Os resíduos gerados se tornam nutrientes em novos processos ao invés de se tornarem literalmente lixo. Esse modelo contrasta com processo produtivo atual, chamado de economia linear, cujo propósito é ‘extrair-produzir-descartar’, gerando um grande volume de resíduos inutilizados e potencialmente tóxicos para os seres humanos e a natureza.

No sistema de circularidade, o destino final de um material deixa de ser uma questão de gerenciamento de resíduos, mas parte do processo de design, considerando-se o lixo um problema de design (RISSANEN, 2013). O designer precisa pensar em uma maneira de seu produto ser reutilizado ou reciclado voltando ao ciclo produtivo. Assim, ainda segundo o site Ideia Circular (s.d.), pode-se eliminar o próprio conceito de lixo: cada material é aproveitado

em fluxos cíclicos, o que possibilita sua trajetória do ‘berço ao berço’, de produto a produto, preservando e transmitindo seu valor.

As empresas que procuram se adequar aos princípios da sustentabilidade ambiental ainda compreendem uma parcela pequena do mercado da moda, mas gradativamente a preocupação com a preservação do meio ambiente passa a fazer parte do sistema da moda. A preferência por tecidos de fibras naturais, o plantio e uso de algodão orgânico, o tingimento com produtos naturais, o consumo de peças feitas por produtores locais, o compartilhamento (rouparia coletiva) ou aluguel de roupas para ocasiões específicas, as compras em brechós, a personalização de peças para maior durabilidade e tempo de uso por parte do consumidor, a produção de roupas e acessórios a partir de restos de materiais descartados por outras empresas; todas essas iniciativas auxiliam no desenvolvimento sustentável.

A moda é o espelho da sociedade, logo, as mudanças na moda dependem da cultura estabelecida e dos ideais sociais que a compõem. “Sustentabilidade tem a ver com a mudança de visão de mundo do cidadão e uma reflexão sobre o que significa desenvolvimento” (BERLIM, 2012, p. 13-14). Diante disso, o consumidor tem papel fundamental na mudança de cenário, pois a partir do momento que diminui o consumo de produtos que não contam com uma preocupação com a sustentabilidade em sua produção, a indústria se sente pressionada a aderir à causa, e, além disso, o cidadão precisa se informar mais sobre as questões ambientais para saber como suas mudanças de hábitos, não apenas no modo de se vestir, atingem o meio ambiente.

No ano de 2019 entrou em discussão, a nível mundial, a questão do consumo e sua influência no desmatamento da Floresta Amazônica, depois das constantes aparições de queimadas na região através dos noticiários. Por isso, é preciso entender melhor esta questão, que será explicada no item a seguir.

2.3 O CONSUMO E A SUA INFLUÊNCIA NA AMAZÔNIA

A Amazônia, maior bioma brasileiro, que abriga a maior floresta tropical do mundo, a Floresta Amazônica, ocupa uma extensa área, que atinge o território de 9 países da América do Sul, tendo sua maior parcela dentro do território Brasileiro. Berço da maior biodiversidade do mundo ao abrigar milhares de espécies de animais (cerca de 20% das espécies de todo o planeta) e de plantas, a floresta, por muitos anos, ficou conhecida como “pulmão do mundo” devido à sua importância para a produção do oxigênio e manutenção do clima do planeta. Apesar desta afirmação ter sido desmentida há alguns anos, ao admitirem que, na verdade, são

as algas marinhas donas deste posto (LOPES, 2012), não se deve desmerecer a grande importância da Floresta Amazônica. Muito pelo contrário, a floresta necessita de atenção e proteção.

Há mais de 50 anos sofrendo com o constante desmatamento, a Amazônia já perdeu aproximadamente 20% da sua área de floresta, aproximando-se do seu “ponto crítico” ou “ponto de não retorno”, caso atinja em torno de 25% de área desmatada, o que significa que “a floresta não será mais capaz de exercer suas funções básicas, iniciando um processo de reação em cadeia irreversível, que mudará para sempre a paisagem e o clima no mundo” (VILLAR, 2019).

A pecuária é o principal agente causador de destruição da Amazônia, sendo responsável por cerca de 80% do desmatamento na região para a conversão em terrenos de pastos para criação de gado (AMAZÔNIA.ORG, 2019). Em 2009, investigações do *Greenpeace* e do Ministério Público Federal descobriram que grandes redes de varejo e famosas multinacionais compravam carne e couro produzidos na região às custas da floresta. Isso gerou um constrangimento que forçou o setor a aderir ao Termo de Ajustamento de Conduta, assinado pelos maiores frigoríficos que atuavam na área na época, comprometendo-se a não comprar de fornecedores que causavam o desmatamento na região. Mas para se ter uma pecuária livre de desmatamento ainda há muito a ser feito, afinal os sistemas de monitoramento ainda apresentam falhas e muitos outros frigoríficos ainda não assumiram o compromisso de monitorar seus fornecedores (GREENPEACE BRASIL, 2019). Logo em seguida à pecuária, está a agricultura como segundo agente responsável pelo desmatamento da floresta, principalmente para plantação de soja, em que grande quantidade é usada para produção de ração para o gado. E, além do desmatamento já ser um grande problema, a forma como ele acontece, com as queimadas, gera o agravante das emissões de gases de efeito estufa, causando danos não apenas na região, mas em todo o país ou, ainda, no planeta.

Com o avanço do modelo econômico predatório e as constantes medidas políticas indo de encontro à preservação, a situação tende a piorar. Segundo dados de alertas do desmatamento, divulgados pelo Inpe (Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), houve um aumento de 88% no número de alertas em junho de 2019, em comparação com o mesmo mês do ano anterior (VILLAR, 2019). O número de queimadas em agosto de 2019 foi 145% maior do que o mesmo mês em 2018, segundo o *Greenpeace* (2019).

Com tudo isso, percebe-se que, apesar de a maior responsabilidade recair sobre o Estado e as empresas, os consumidores também devem estar atentos para o seu papel enquanto agentes ativos da degradação ambiental. O papel do cidadão, além de cobrar as

empresas e o governo quanto à responsabilidade ambiental, é rever seus hábitos, reduzindo ou eliminando o consumo de carne no dia a dia, preferir alimentos orgânicos e comprar de produtores locais. Além disso, deve-se evitar o uso de outros produtos derivados da criação de animais, e, entrando no âmbito da moda, há o exemplo do couro, muito usado em sapatos, mas também em roupas e acessórios, afinal essa consciência sustentável é algo que deve perpassar todos os setores da vida, desde a alimentação, até o modo de se vestir.

Tendo consciência da necessidade da preservação da floresta e também do dever de reduzir os impactos que afetam não somente a Amazônia mas toda a biodiversidade, a coleção a ser realizada neste trabalho trabalhará as superfícies têxteis de suas peças tanto exaltando as belezas deste bioma quanto chamando a atenção para a sua degradação. Buscou-se realizar, na medida do possível, todas as etapas de produção e de tratamento de superfície neste trabalho de formas mais naturais e menos impactantes.

3 DESIGN DE SUPERFÍCIE

As superfícies fazem parte da vida material das sociedades e cotidianamente se colocam sob o olhar e o tato humano. Elas estão no chão onde se pisa, nos objetos manuseados, no vestuário, nos muros e paredes que abrigam ou que separam, enfim, onde quer que o olhar e os sentidos alcancem. A convivência passa quase despercebida, embora presente nos mais diversos objetos do cotidiano. “Mais do que um suporte material de acabamento e proteção do objeto é também um elemento comunicador. Uma interface que transmite informações que podem ser percebidas pelos sentidos” (FETTERMANN, 2016, p. 5) e o homem, ao longo da história, usou as superfícies como suporte para se expressar simbolicamente, a começar pelas pinturas rupestres.

Há registros de desenhos encontrados em cavernas pertencentes ao período Paleolítico da Pré-História (de 5.000.000 a 25.000 anos a. C.), como os grafismos encontrados na gruta de Rodésia, na África, com mais de 40.000 anos. Figuras mais definidas surgem no Mesolítico (25.000 a 10.000 a.C.), tendo como exemplos a caverna de Lascaux, na França (17.000 anos a.C.); a caverna de Altamira, na Espanha (14.000 anos a.C.); no Brasil, o Parque Nacional Serra da Capivara, no Sudeste do Estado do Piauí (11.000 anos a.C.) e do Seridó, no Rio Grande do Norte (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 14).

Rüthschilling (2008) associa a evolução das manifestações decorativas de superfícies das civilizações antigas com a evolução do vestuário, desde o desenvolvimento da costura, da tecelagem, e também com a decoração das cerâmicas, ainda no período Neolítico e posteriormente com estampania e a azulejaria. Desde então, o homem não parou de utilizar as superfícies para se comunicar com o mundo, afinal, segundo Fettermann (2016), nela estão contidas informações sensíveis, sendo responsáveis por mediar a relação entre o interno, o objeto em si, e o externo, o contexto em que está inserido e o sujeito com que ela se relaciona.

Quanto ao termo Design de superfície, Rüthschilling (2008) afirma que a referência mais concreta encontrada foi a partir da fundação da *Surface Design Association* – SDA, em 1977, nos Estados Unidos, responsável pela criação da expressão e uso oficial da nomenclatura *surface design*, sendo traduzida e trazida para o Brasil pela designer Renata Rubim na década de 1980 (RUBIM, 2013) e que apenas em 2005 foi reconhecida como uma área do design pelo Comitê Assessor de Design do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq (SCHWARTZ, 2008).

Para Rüthschilling (2008) esta é uma atividade criativa e técnica responsável pela criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas

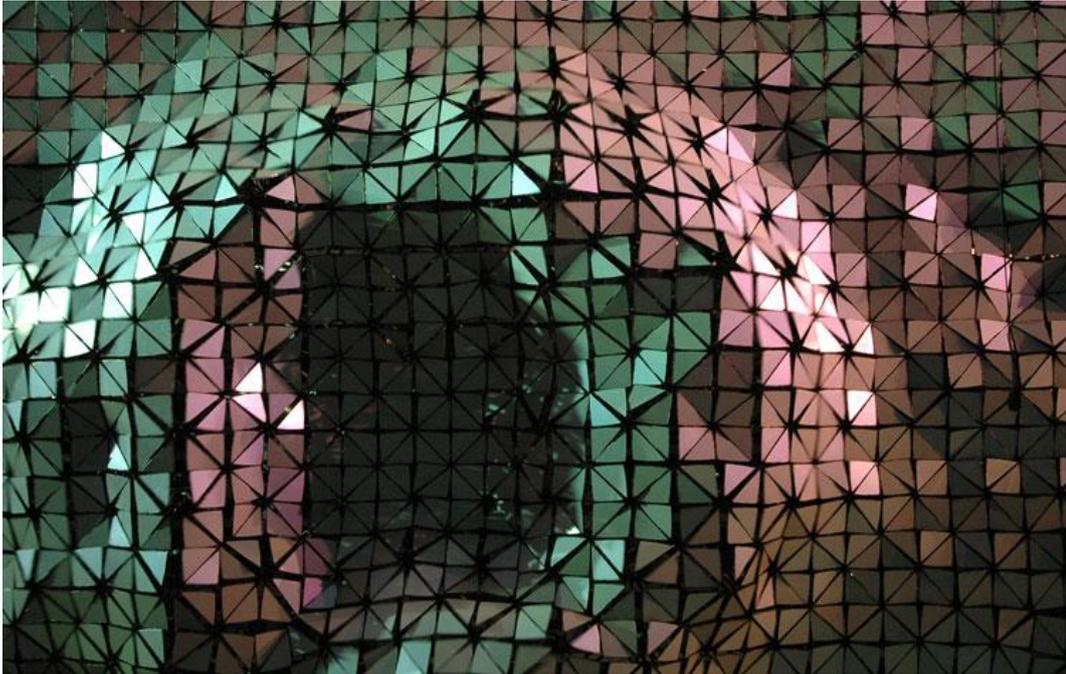
especificamente para constituição ou tratamentos de superfícies, em que o profissional deve sempre adequar os materiais e processos de suas criações à realidade dos usuários considerando aspectos econômicos, sociais, culturais e, até mesmo, emocionais sempre buscando inovação e originalidade.

Freitas (2011) define o design de superfície como um design de interfaces, que existe na pele dos produtos, independente de sua natureza, e que converge com as outras áreas do design, como o design gráfico, de produto e design de moda, afinal, design de superfície pode ser encontrado em uma grande diversidade de situações e objetos. A questão de poder transitar entre uma ampla variedade de áreas e objetos se deve à sua matéria de trabalho, a superfície. Além de permear entre as diferentes áreas do design, muitas vezes também atravessa o território da arte, tornando-se uma atividade multidisciplinar.

Rubim (2013) faz algumas considerações a respeito do design de superfície que devem sempre ser destacadas. A primeira delas é que ele não é superficial, pois acrescenta sempre algo ao produto, mesmo que seja uma função estética. A segunda é que ele não é sempre bidimensional e com os avanços tecnológicos as superfícies puderam receber intervenções de várias maneiras, tornando-as quase sempre tridimensionais. Outra consideração que Rubim (2013) trata com atenção é que o design de superfície não precisa ser um *pattern*, ou seja, não necessariamente será um padrão contínuo. Mais um ponto importante dito pela autora é que a cor também é tratamento de superfície, afinal ela passa por pesquisa de material, de tendência e de mercado antes do produto chegar em mãos de consumidores. A cor é o elemento determinante da atração ou repulsa do objeto pelo espectador sendo o primeiro canal de comunicações entre esses dois polos. E a última questão salientada é que, muitas vezes, design de superfície é design de produto, pois algumas superfícies existem por si só.

Os avanços tecnológicos possibilitaram que as superfícies passassem a transmitir mais que contato visual ou tátil, mas também outros estímulos através de sons ou, ainda, calor possibilitando assim uma interação entre homem e objeto. Desse modo, o usuário interfere e ressignifica o próprio design, conferindo-lhe novas interpretações. Através do meio virtual, o design de superfície conseguiu atingir um campo onde não há limite para a imaginação, onde é possível criar cenários que transmitem a ilusão de atmosferas materiais.

A *Hyposurface* é uma estrutura formada por pequenas partes de metal que não funciona como uma simples projeção audiovisual, mas um display volumétrico que se movimenta fisicamente, como mostra a Figura 4, reagindo a estímulos sonoros, luminosos, táteis, de movimento, de temperatura (RÜTHSCHILLING, 2008).

Figura 4: Hyposurface

Fonte: Couleurblind, 2013.

Percebe-se por este exemplo que é possível uma superfície deixar de ser um revestimento passando a constituir o próprio objeto. “Aqui a superfície é constituída por uma estrutura intrínseca que confere a sua autossustentação, determinando sua existência independente de qualquer outro suporte” (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 43-44), ou seja, ela existe por si só.

Ainda que no Brasil, segundo Rüttschilling (2008), o Design de Superfície esteja relacionado ao design têxtil, ele engloba muitos outros ramos de segmentação de atuação e aplicação, podendo citar o de papelaria, ligado à área de criação de estampas para papéis de embrulho, embalagens, produtos descartáveis, materiais para escritório como capas de agendas e cadernos; a cerâmica, que compreende diversas formas de materiais para revestimentos para construção civil e decoração como pisos, azulejos e lajotas; materiais sintéticos para revestir objetos no geral, sendo o mais conhecido deles a Fórmica, plástico laminado produzido pela Formica Corporation®; e por último o setor têxtil que abrange produtos constituídos de fibras e todos os tipos de tecidos e não tecidos, contribuindo para seu acabamento e embelezamento finais e que talvez seja a área mais rica do design de superfície. Além dos principais exemplos, citados acima, atualmente o design de superfície pode se apropriar dos mais variados meios, técnicas e suportes.

3.1 DESIGN DE SUPERFÍCIE NO SETOR TÊXTIL

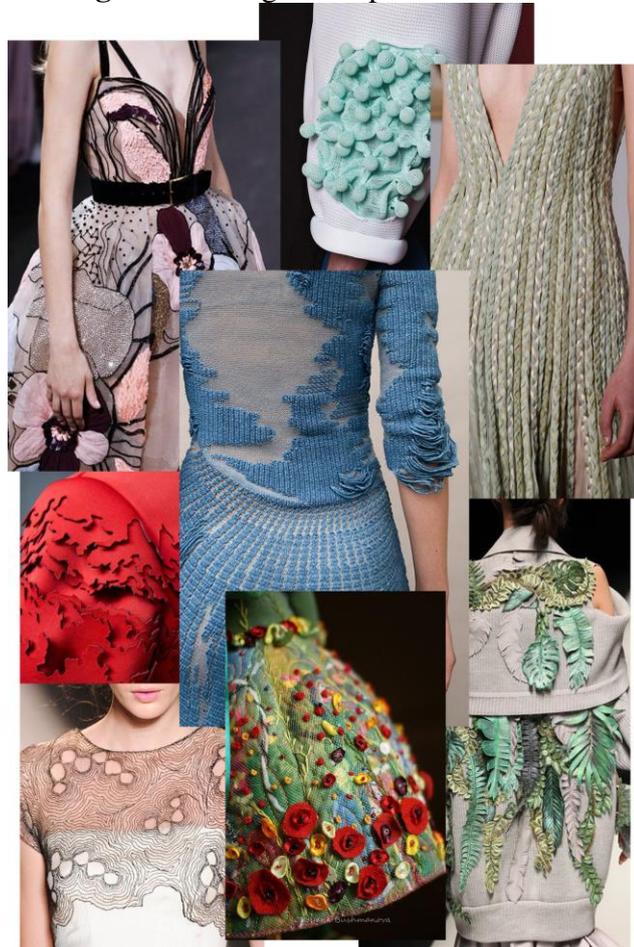
No setor têxtil, percebe-se uma grande variedade de possibilidades para tratamento de superfície. De forma bidimensional através do tingimento, podendo ser industrial ou caseiro, artificial ou natural e com os estampados, com os quais se consegue uma infinidade de desenhos e padronagens, possíveis através de diversas técnicas. A malharia, o crochê e o tricô permitem uma infinidade de pontos existentes, começando a criar uma certa tridimensionalidade através das texturas. Com os bordados, além da variedade de pontos, pode-se incorporar miçangas, contas, pedrarias, paetês e até mesmo sementes, enriquecendo o visual da peça. Com os puídos, consegue-se simular desgastes propositais. Na fase de modelagem e costura, pode-se incorporar relevo através do próprio tecido, com as pregas e plissados, por exemplo. Há, ainda, os tecidos que são projetados já na sua estrutura da trama, como os axadrezados ou com a técnica do jacquard, criada pelo francês Joseph-Marie Jacquard, capaz de criar figuras curvas que os teares comuns não conseguem produzir. Enfim, são infinitas as possibilidades de se aprimorar a aparência dos tecidos através do design de superfície.

Para Harcourt (2002, apud Rùthscilling, 2008, p. 16), o Peru foi o local onde surgiu e coexistia o maior número de técnicas têxteis, tanto de tecelagem, bordado, tricô e os tecidos com padrões axadrezados. Pezzolo (2007) cita que os primeiros registros de tingimento de tecidos, a partir de corantes de origem natural, animal e mineral, datam de 2600 a.C., na China. Com o desenvolvimento da indústria têxtil e da indústria química, foi possível a criação dos corantes artificiais, sendo o primeiro a ser descoberto de cor púrpura, em 1856, na Inglaterra e, desde então, os químicos começaram a desenvolver outros corantes sintéticos ao redor do mundo, aproveitando o crescimento da demanda da indústria.

O design de superfície têxtil foi crescendo com a produção de estamperia, a partir dos movimentos Arts and Crafts no século XIX, posteriormente com Art Nouveau já na virada do século XX e depois com o Art Deco. No século XX surge a Bauhaus, integrando o design e a arte em seu ateliê de tecelagem, onde os alunos criavam estampas entre outros tipos de design têxtil (RÜTHSCHILLING, 2008, p. 20). A estamperia se tornou algo tão extenso e importante que algumas marcas conseguiram criar ou adotar estampas icônicas que viraram clássicos, por exemplo, o tartan da *Burberry*, famoso xadrez nas cores bege, branco, preto e vermelho, que surgiu em 1924, nos forros das capas de chuva da grife e fez sucesso, sendo diretamente associado à marca quando visto (PEZZOLO, 2007).

Atualmente, com a massificação das tendências, há uma constante necessidade de se produzir algo diferenciado, exclusivo, de forma que seu produto tenha identidade, e a moda é um dos campos que traz mais inovações para o design de superfície atualmente. Muitas vezes é através do design de superfície que o criador consegue transmitir a essência de sua coleção.

Figura 5: Design de superfície na moda



Acervo: Da autora, 2019.

Percebe-se com essas reflexões que o design de superfície é uma área rica de possibilidades, tanto no que diz respeito às técnicas quanto às áreas de atuação, que funciona como meio comunicador e que conta histórias, constituindo-se um espaço privilegiado para o exercício da criatividade e também das manualidades. Ao se trabalhar uma superfície têxtil de modo manual, cria-se uma intimidade com o tecido, fazendo dele um espaço para a expressão artística. Bordados, aplicações, texturas e tingimentos naturais feitos artesanalmente são enriquecimentos para o tecido além de uma forma de transmissão de significados para o consumidor, que cria vínculos emocionais e duradouros, contribuindo para o movimento *slow fashion*, este que é aderido pelo presente trabalho.

4 MERCADO *SLOW FASHION* E OS SEGMENTOS CASUAL E *CITY WEAR*

Para a criação de uma nova marca de moda é necessário fazer uma pesquisa de mercado e do público-alvo no qual se pretende trabalhar. Em um mercado cada vez mais competitivo e clientes cada vez mais exigentes, é essencial entender os desejos dos consumidores para que a marca possa assumir o compromisso de suprir tais necessidades e mostrar o seu diferencial. Além disso, o *slow fashion*, como parte de uma tendência de comportamento relativamente nova, exige uma análise mais a fundo de marcas que sigam os princípios da sustentabilidade.

Quanto ao segmento da marca, o segmento *Casual Wear* é o mais comum na área da moda pois consiste em roupas práticas e informais, que geralmente são versáteis e se adequam do dia a dia até algumas ocasiões mais específicas. Já o segmento *City Wear* também é formado por roupas informais, mas com um estilo mais urbano e com fundamento na alfaiataria, através de modelagens menos fluidas e mais estruturadas. A marca que será criada para este trabalho permeia entre esses dois segmentos.

No Brasil, como em quase todo o mundo, as marcas que seguem os princípios de sustentabilidade e *slow fashion* ainda são minoria no geral, mas esse mercado vem crescendo junto com a preocupação com o meio o ambiente como um estilo de vida. Por isso, foi feito um levantamento dessas marcas. A seguir será feita uma breve análise de três marcas com propostas parecidas à marca a ser criada para este trabalho.

4.1 MARCAS DE REFERÊNCIA

As marcas brasileiras selecionadas para análise de mercado são a Brisa Slow Fashion, a Leve-me e a Mudha. Ambas foram escolhidas por trabalhar com os conceitos de sustentabilidade e produção em baixa escala, além de fazerem parte dos segmentos citados acima.

4.1.1 Brisa Slow Fashion

Criada em Porto Alegre-RS, a Brisa Slow Fashion é uma marca de alfaiataria, focada no consumo consciente e no processo feito à mão, trabalhando com tecidos orgânicos, naturais e de baixo impacto ambiental, além de tingimentos naturais, prezando pelo respeito à natureza em suas criações. As peças são projetadas com um design atemporal e com boa

qualidade para que possam durar um longo período de tempo, prolongando a vida útil do produto. A marca possui loja física em Porto Alegre-RS e em São Paulo-SP, além de loja *online*. O estilo da marca é ilustrado na Figura 6.

Figura 6: Brisa Slow Fashion



Fonte: Instagram da marca (@brisa.slowfashion), 2019.

4.1.2 Mudha

A Mudha é uma marca criada em 2016, por duas gaúchas, a partir do interesse mútuo por questões sociais e ambientais, e que trabalha com 6 pilares: produtos veganos; produção justa onde o contato direto com prestadores de serviço possibilita uma relação colaborativa e de benefício mútuo; sustentabilidade; impacto social positivo ao atuar em diversas frentes sociais, como trabalhos voluntários e promoção de oficinas; produção local e *slow fashion*, com o lançamento de apenas duas coleções ao ano. A marca ainda trabalha com a transparência através da *tag* de rastreabilidade que contém todas as informações referentes à produção e composição do tecido de cada uma das peças. Os pontos de venda se distribuem nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo, além da loja *online*. A Figura 7 mostra alguns produtos da marca.

Figura 7: Mudha

Fonte: Site da marca (www.mudha.com.br), 2019.

4.1.3 Leve-me

Mais informal que as duas marcas citadas anteriormente, a Leve-me é uma marca de Juiz de Fora- MG, criada em 2014, que preza por trabalhar a moda sustentável e ética em busca de um estilo de vida com menor impacto social e ambiental. A Leve-me foi criada a partir do desejo de independência. O conceito da marca surgiu das necessidades de um espírito livre. A marca produz roupas exclusivas, artesanalmente, com tingimento natural e tecidos orgânicos, além de serem desenhadas ao gênero fluido (roupas livres de gênero). Suas modelagens prezam pelo conforto e liberdade dos movimentos. Trabalham, ainda, com estamparia manual, valorizando o trabalho artesanal. A marca conta com um a loja *online* (leveme.store). A Figura 8 ilustra o estilo da marca.

Figura 8: Leve-me



Fonte: Site da marca (leveme.store), 2019.

5 ÂMAGO: UMA PROPOSTA DE MODA *SLOW*

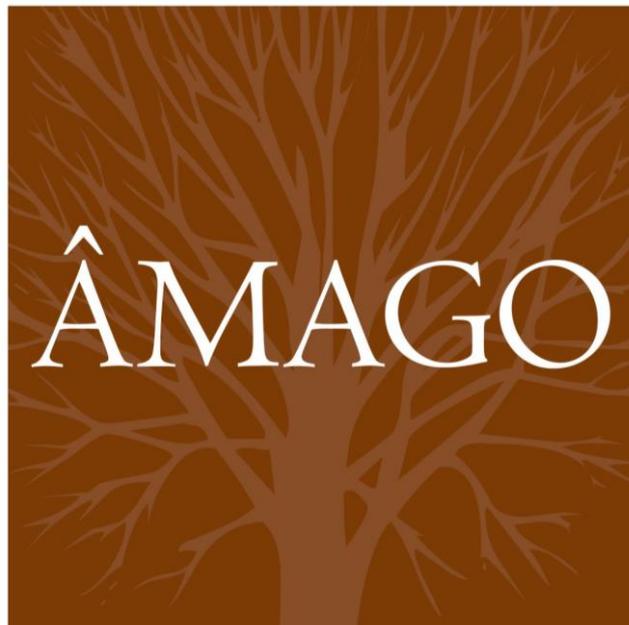
Baseado na pesquisa sobre o mercado casual, o *city wear* e o *slow fashion* no Brasil, foi possível analisar o atual quadro deste nicho de mercado e propor, assim, diferenciais para a criação da marca Âmago.

Para dar início à apresentação da marca, torna-se necessário compreender o significado do nome Âmago. No dicionário, encontra-se a seguinte descrição: o componente, a parte mais particular e íntima de um indivíduo; íntimo, essência ou alma. No sentido botânico, significa o cerne da planta. A marca busca inspiração na natureza e a considera o âmago da vida. Segue os ideais de sustentabilidade e *slow fashion*, respeitando o meio ambiente e valorizando o trabalho artesanal e nacional.

A marca tem o objetivo de estabelecer-se na cidade de Juiz de Fora – MG e atender à cidade e à região, com produção em baixa escala, promovendo duas coleções por ano, uma para outono/inverno e uma para primavera/verão. Para promoção e expansão de seu nome e seu conceito, a Âmago contará com o auxílio das redes sociais como principal meio de divulgação de seus produtos e informações.

A Figura 9 apresenta o logo da marca, constituído pelo nome escrito com uma tipografia na cor branca, mais fina e serifada, transmitindo uma sensação de leveza, em um fundo em tom terroso e um símbolo gráfico de um caule de uma árvore, representando o cerne da planta.

Figura 9: Logo da marca



Fonte: Da autora, 2019.

As peças da marca são acompanhadas de uma etiqueta explicativa que apresenta ao consumidor a narrativa da coleção. As etiquetas das peças da primeira parte da coleção trazem a primeira parte do texto de coleção. Já as peças da segunda parte da coleção, trazem a segunda parte do texto na etiqueta. A Figura 10, a seguir, mostra a frente e os dois possíveis versos da etiqueta.

Figura 10: Etiqueta explicativa

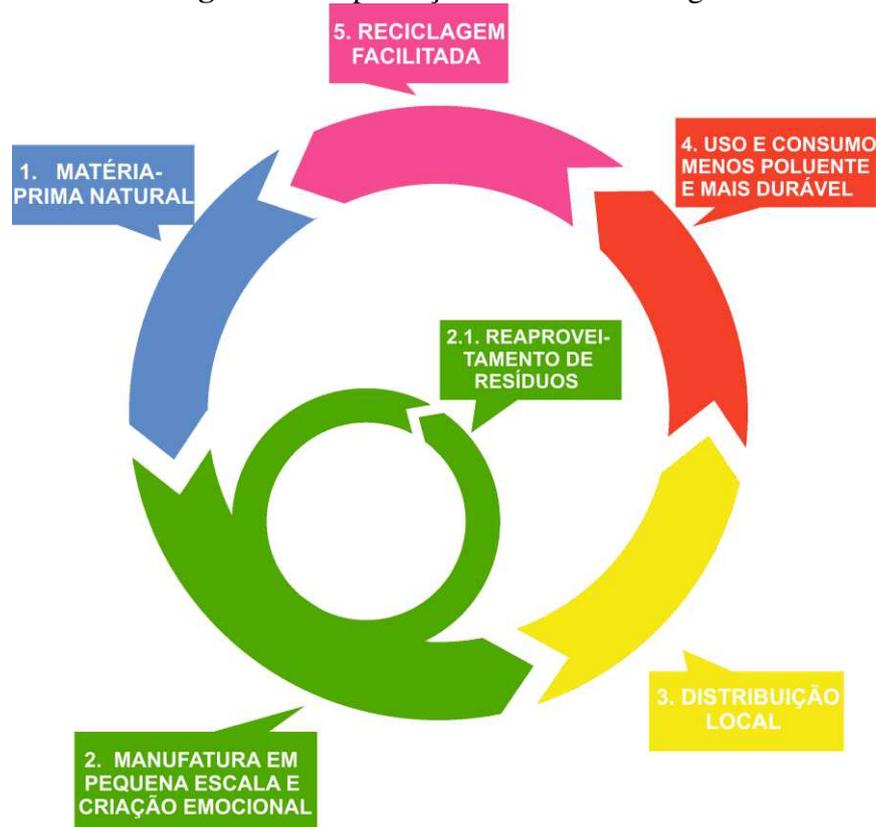


Fonte: Da autora, 2019.

A marca tem a preocupação em trabalhar na redução constante de impactos. A princípio, utilizará somente tecidos provenientes de fibras naturais e, conforme seu crescimento, tem como meta ir acrescentando em sua produção tecidos orgânicos para, por fim, ter uma produção feita com tecidos 100% orgânicos e naturais. Os tingimentos dos tecidos serão sempre naturais e a empresa, futuramente, tem como objetivo investir em estudos e tecnologias que ampliem a criação e fixação de cores a partir de matérias-primas e métodos naturais, afinal este é um processo delicado que exige dedicação. Acrescenta-se, ainda, que a marca tem o objetivo de abranger várias numerações em suas peças para incluir uma maior variedade de clientes com diferentes tipos de corpos.

A partir da ideia de economia circular e do esquema apresentado no primeiro capítulo do trabalho, a Âmago criou o seu próprio círculo produtivo, apresentado na Figura 11, e que será divulgado aos seus clientes por meio de site e redes sociais.

Figura 11: A produção circular da Âmago



Fonte: Da autora, 2019.

Conforme a imagem apresentada, o primeiro item do círculo é a extração da matéria-prima, que é de origem vegetal e por isso causa menos impactos tanto na produção quanto no consumo, por não gerar resíduos microplásticos que poluem os rios e mares. No segundo momento, o da manufatura em pequena escala e criação emocional, gerada a partir da aproximação do consumidor com os temas abordados pela marca em suas coleções, por serem nacionais, há a valorização do artesanal e do trabalhador com uma maior remuneração; ainda, a criação emocional com foco na superfície, por aproveitar os resíduos do corte das peças em aplicações, reduz o lixo gerado nesta etapa. A terceira etapa é a distribuição local, pois a marca abrange a cidade de Juiz de Fora e a região próxima, o que fortalece a economia local e minimiza os impactos do uso de combustíveis fósseis na distribuição. O quarto momento, dado no uso e consumo menos poluente e mais duradouro, se dá tanto pelo uso das fibras naturais quanto pelo aspecto emocional das superfícies. Por fim, a etapa da reciclagem é facilitada e menos poluente, dado que os tecidos não foram tingidos quimicamente e os aviamentos são de matéria-prima natural.

5.1 PÚBLICO-ALVO

A marca tem como público-alvo mulheres com idade entre 20 e 30 anos, que vivem na cidade, mas que gostam de entrar em contato com a natureza. Ao vivenciar o caos do meio urbano, essas mulheres percebem a urgência de se cuidar das questões ambientais, e em suas práticas cotidianas buscam diminuir o consumo de plástico, de produtos químicos e de alimentos com agrotóxicos. São seguidoras do movimento *Slow Fashion*, estão atentas às questões socioambientais e a como suas escolhas de bens de consumo refletem no meio em que vivem. Na compra itens de vestuário, essas consumidoras optam por peças que incorporem processos e materiais mais naturais, e que não sejam provenientes de mão de obra mal remunerada. Ainda, suas roupas devem refletir a sua personalidade e seu comportamento engajado, criando com elas um vínculo emocional a fim de que sejam preservadas. Para isso, preferem investir em peças com valor mais alto e em menor quantidade, desde que sejam roupas duráveis e que apresentem o seu espírito inquieto e devoto ao meio ambiente, evitando excessos e os descartes desnecessários. O painel de referências apresentado pela Figura 12 ilustra o público-alvo.

Figura 12: Painel de público-alvo



Fonte: Da autora, 2019.

6 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

As tendências de moda derivam de pesquisas acerca do comportamento das sociedades, do cenário político, econômico, cultural, das artes, da ciência, entre outros aspectos. As agências de análise consideram as tendências de curto e de longo prazo. As tendências de longo prazo, projetadas para um futuro de dois, cinco e até dez anos, dizem respeito ao consumidor e às formas de consumir atreladas aos desdobramentos sociais, políticos e econômicos. Já as de curto prazo estão atreladas a questões mais passageiras e atingem uma quantidade menor de consumidores (UDALE, 2009). Assim, dentro de uma grande tendência de comportamento, é possível produzir algumas microtendências na forma de cores, formas, estampas, materiais, considerando a diversidade e regionalidade de público existente. É a partir dessas microtendências e dos desfiles das grandes marcas de luxo que as indústrias de vestuário centram suas coleções.

Como todo produto de moda é também um produto do tempo para o qual ele é contemporâneo, não se trata de afirmar que o sistema que se opõe ao *fast fashion*, o *slow fashion*, não absorva tendências em suas coleções. Porém, diferentemente do primeiro, o modelo lento está centrado nas tendências comportamentais de prazo mais estendido, geralmente vinculado aos movimentos sociais que buscam por soluções mais éticas de consumo. Ao estar atrelado a um contexto mais profundo e complexo, que mobiliza o consumidor em várias esferas, o *slow fashion* é capaz de produzir produtos com estilos menos transitórios, relacionados a uma causa, esta que se manifesta em todos os aspectos da peça de vestuário e confirma a produção de sentido.

A WGSN, principal portal de divulgação de tendências do mundo, apresentou as macrotendências que influenciarão no perfil de consumo e economia mundiais a partir de 2020. Uma delas é a preocupação com o meio ambiente e as alterações no clima do planeta (MARIANO, 2019). A partir desse envolvimento com uma economia mais verde, o *slow fashion* ganha espaço para participar do movimento em busca de melhorias climáticas.

Nas roupas produzidas dentro desse contexto e deste trabalho, reflete-se o uso de tecidos naturais, como algodão e linho, preferencialmente orgânicos; as cores associadas aos tingimentos naturais que geralmente conferem uma tonalidade pastel aos tecidos; as texturas e estampas que remetem à natureza e que sejam provenientes de produções mais limpas; e também uma estética que focalize o engajamento e a preocupação com as transformações no clima, pois além da roupa carregar em si processos menos nocivos é preciso que ela comunique os sentimentos, as emoções e os protestos de seus usuários. A partir desses

aspectos, foi gerado o painel visto na Figura 13, cujas referências trazem as cores, as formas e as texturas condizentes com a proposta de coleção deste trabalho.

Figura 13: Painel de tendências



Acervo: Da autora, 2019.

7 A COLEÇÃO

A coleção a ser desenvolvida para este projeto está focada para a temporada primavera/verão 2019/20. As modelagens das peças são, preferencialmente, soltas, prezando pelo conforto de quem veste e, sempre que possível, pelo mínimo de desperdício no corte dos tecidos. Os retalhos que sobram após o corte das peças são reaproveitados para as aplicações. Como já foi mencionado, todo o projeto foi fundamentado na sustentabilidade, e por isso foram utilizados tecidos e aviamentos provenientes de matéria-prima natural e vegetal. O design de superfície se faz presente nos tingimentos naturais, aplicações, bordados, além dos puídos propositais, que transmitem e destacam o tema da coleção.

7.1 TEMA DA COLEÇÃO

O tema da coleção é a Amazônia, a sua biodiversidade e a crítica à sua degradação com o desmatamento recorrente e prejudicial não somente à floresta, mas a toda a vida do planeta. A coleção intitulada Desflora segue uma narrativa que se inicia mostrando a riqueza no que diz respeito à fauna e flora e à importância da Amazônia e, em seguida, as peças começam a demonstrar o cenário de desmatamento e queimadas, enfatizando o contraste de realidades entre a vida no bioma amazônico e a sua destruição. O painel de tema, mostrado na Figura 14, traz à esquerda alguns elementos da região amazônica, como o Bacabá, palmeira nativa da região, muito parecida com o açaí; o Galo-da-serra, pássaro de tom alaranjado bem forte; o boto, muito famoso pela sua lenda, a vitória-régia, que é considerada um símbolo da Amazônia e um índio da tribo Caiapó. À direita, é representado o desmatamento e as queimadas na região. As escolhas de cores, beneficiamentos, aviamentos e tecidos se pautaram sempre na garantia de que o conceito do projeto fosse mantido, com um trabalho autoral e artesanal.

Figura 14: Painel de tema da coleção



Fonte: Da autora, 2019.

7.2 TEXTO DE COLEÇÃO

Desflora

A vida floresce,
No canto dos índios,
No mergulho do boto,
No voar dos pássaros,
No sussurro da selva.
Terra, rio, ar
Amar
Amazônia,
Âmago da vida,
Berço da diversidade.

Mas neste florescer
Cada vez mais afetado
A voz da natureza
Pede proteção
Porque da mata
Só cresce a desmata
O verde some
A chama arde
Devastação

Só fumaça
Alastra, alastra, alastra.
Inibe a luz do dia,
Corrói a harmonia
E a beleza
Dessa rica natureza.

Entre cores, formas e texturas,
Bordados, puídos e aplicações,
A Amazônia se traduz
Na coleção Desflora
Que nos conduz
Pelo caminho da degradação
Desta floresta tão importante
Que clama por atenção.

7.3 CARTELA DE CORES

A escolha das cores foi baseada no painel de tema, em elementos da Amazônia e, também, com base nos resultados de testes com o tingimento natural dos tecidos. Não foram usados tecidos tingidos com corantes artificiais, portanto, houve uma limitação de uso nas cores das peças.

Para obtenção da cor verde, foram testadas várias matérias-primas para tingimento, como a erva-mate, a casca de romã seca com boldo e folhas de repolho, o cravo-da-índia e cascas de cebola roxa. Para isso, foi usado o fixador Alúmen de Potássio, que não é prejudicial ao ambiente e ao usuário da roupa. Apenas a última tentativa resultou no esperado, um tom de verde forte. Para obter a cor amarela foi usado o açafrão-da-terra em pó, que permite uma boa pigmentação, gerando um amarelo bem forte. Nesse caso não foi usado o produto fixador devido à pigmentação forte do açafrão. Para tons alaranjados, foram utilizadas sementes do urucum. No tingimento rosado, usou-se flores secas de hibisco com adição do fixador já citado anteriormente. Para tons de bege a marrom, o café misturado com canela.

Quanto às cores dos bordados, não houve tingimento natural das linhas, para não haver limitação de cores e não comprometer o efeito dos bordados e o visual das peças. A Figura 15 traz a cartela de cores e, em seguida, a Figura 16 mostra os materiais usados para os tingimentos.

Figura 15: Cartela de cores



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 16: Cartela de materiais para tingimento



Fonte: Da autora, 2019.

7.4 CARTELAS DE TECIDOS E AVIAMENTOS

Todos os materiais utilizados foram escolhidos em coerência com o propósito sustentável da marca e com o perfil do mercado consumidor e, por isso, são de origem natural e vegetal, desde tecidos até aviamentos. Portanto, para a escolha dos tecidos, deu-se preferência às fibras naturais e, a partir disso, foi feita uma pesquisa presencial em lojas de tecidos na área central da cidade de Juiz de Fora, devido à facilidade de acesso. Dos tecidos provenientes de fibras naturais, na cor branca, foram encontrados e selecionados o brim, a sarja, o tricoline e a cambraia, ambos de fibras de algodão, e o linho. Para aviamentos, serão usados na coleção os botões de coco, linhas e cordas de algodão e sementes de abóbora como uma alternativa às miçangas de plástico no bordado. As compras foram feitas nas lojas Caçula, Armarinho Carretel, Normandi Tecidos e Sr. A granel. A Figura 17 traz a cartela de tecidos e a Figura 18 a cartela de aviamentos.

Figura 17: Cartela de tecidos



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 18: Cartela de aviamentos

CARTELA DE AVIAMENTOS



CORDA DE
ALGODÃO



BOTÕES DE
COCO



LINHAS DE
CROCHÊ



SEMENTES DE
ABÓBORA



LINHA PARA
COSTURA

8 DESENVOLVIMENTO DA COLEÇÃO

A partir dessa etapa, a coleção começa a ser criada e executada. Primeiro é definido o *mix* de moda e a extensão da coleção para em seguida serem desenhados os croquis. A partir da análise dos croquis, são selecionadas as peças a serem confeccionadas e depois suas respectivas fichas técnicas e tabelas de custo.

8.1 MIX DE MODA E EXTENSÃO DA COLEÇÃO

As peças da coleção permeiam entre o estilo *fashion*, por ser comercial, e o estilo vanguarda, pelo seu diferencial e todas as peças da coleção recebem algum tipo de tratamento na superfície, seja no tingimento, seja em bordado ou aplicação. A coleção é composta por 25 peças, conforme apresentado no parâmetro da coleção indicado no Quadro 1, compondo 15 *looks*.

Quadro 1: Parâmetro de produto

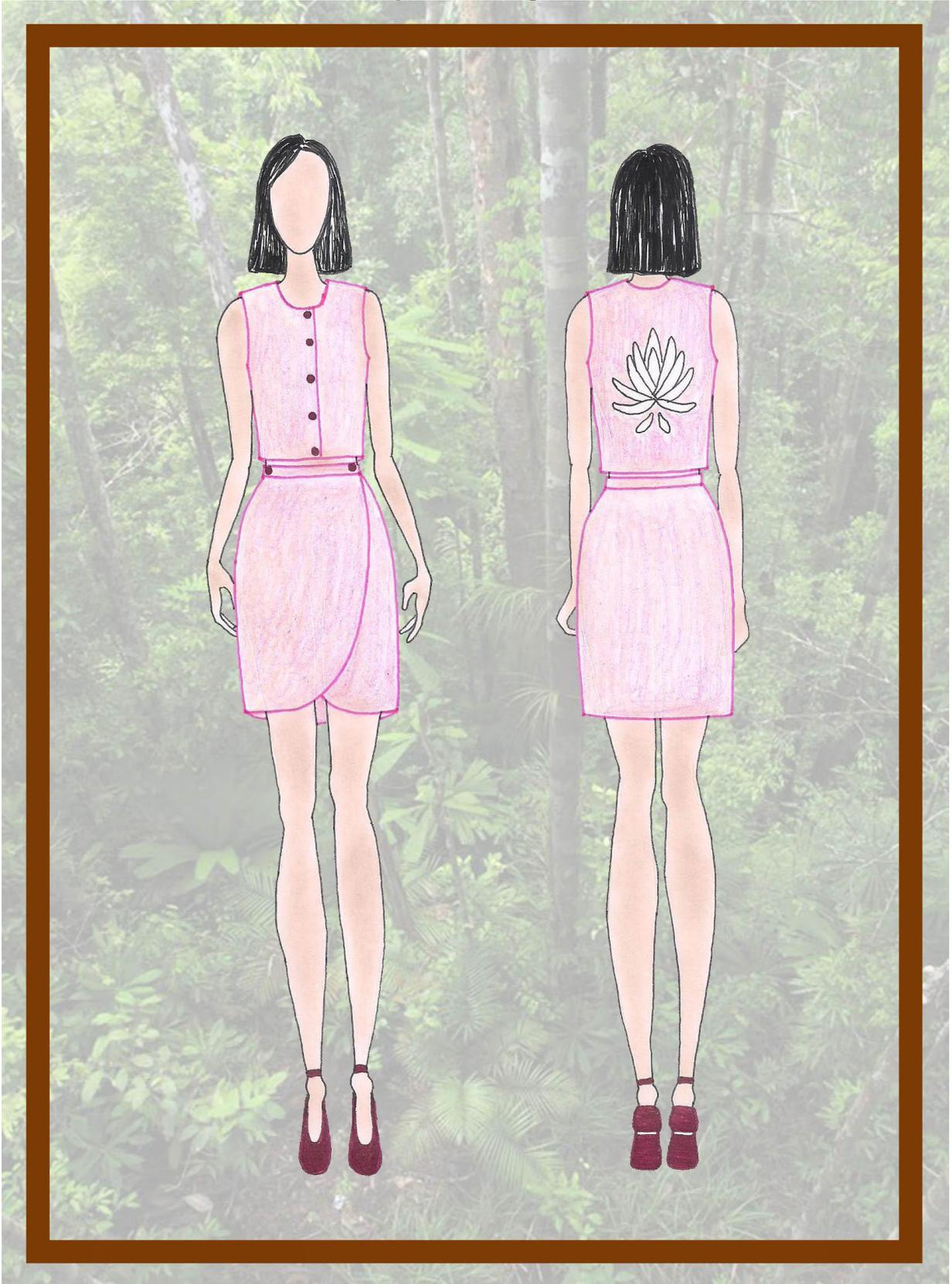
	PEÇAS	TOTAL
PARTE DE CIMA	BLUSA SEM MANGA	3
	BLUSA COM MANGA	2
	BLUSA DE ALÇA DE CORDA	1
	TOP CROPPED COM AMARRAÇÃO	1
PARTE DE BAIXO	SAIA CURTA	2
	SAIA MIDI	1
	SHORT	2
	CALÇA PANTACOURT	1
	CALÇA PANTALONA	1
	CALÇA CLOCHARD	1
PEÇA INTEIRA	VESTIDO CURTO	2
	VESTIDO MIDI	2
	VESTIDO LONGO	1
	MACAQUINHO	2
TERCEIRA PEÇA	QUIMONO	2
	COLETE	1

Fonte: Da autora, 2019.

8.2 CROQUIS E DESIGN DE SUPERFÍCIE TÊXTIL

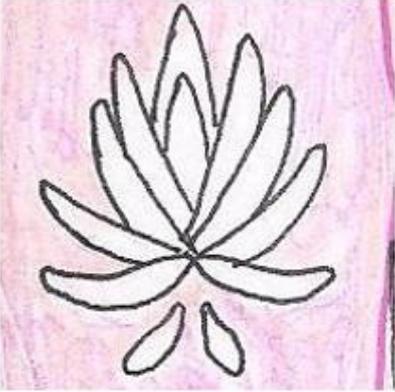
A seguir são apresentados os 15 croquis da coleção e cada um deles é acompanhado de um quadro explicativo contendo informações sobre o design de superfície têxtil de cada peça.

Figura 19: Croqui 1



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 2: Quadro de beneficiamentos do Croqui 1

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 1: Conjunto de blusa e saia Tingimento: Hibisco nas duas peças Mordente: Alúmen de potássio Beneficiamento: Aplicação de pétalas de tecido tricolore branco na blusa</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 20: Croqui 2

Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 3: Quadro de beneficiamentos do Croqui 2

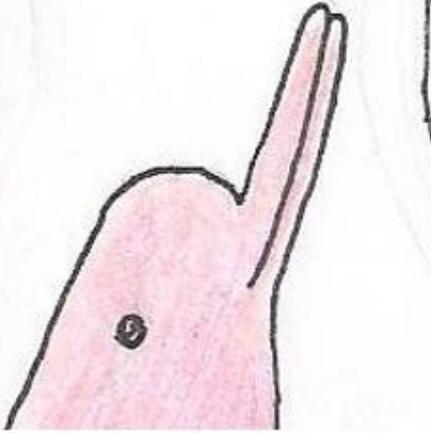
BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 2: Vestido curto acinturado</p> <p>Tingimento: Hibisco</p> <p>Mordente: Alúmen de potássio</p> <p>Beneficiamento: Bordado com linha de crochê na cor Verde Fruto</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 21: Croqui 3

Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 4: Quadro de beneficiamentos do Croqui 3

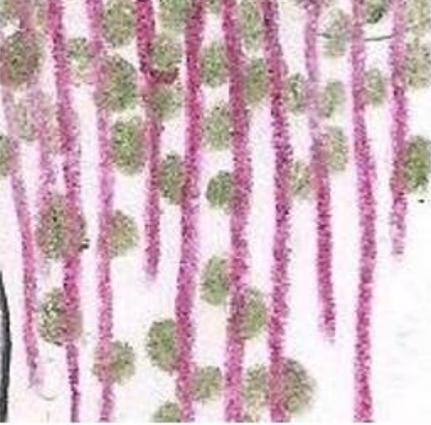
BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 3: Vestido longo Beneficiamento: Aplicação de tecido tingido em formato de boto Tingimento: Hibisco Mordente: Alúmen de potássio</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 22: Croqui 4

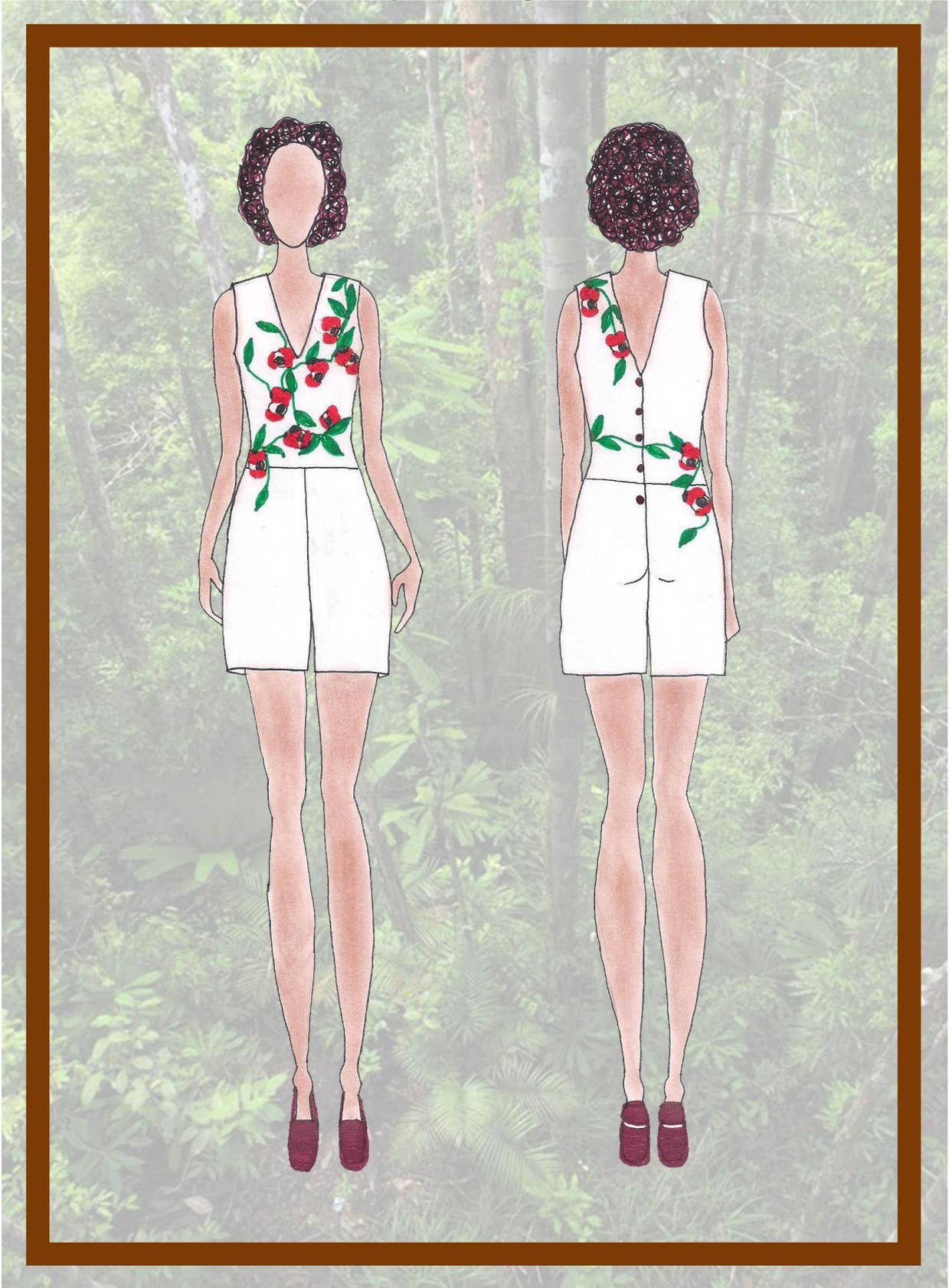
Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 5: Quadro de beneficiamentos do Croqui 4

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 4: Vestido midi Beneficiamento: Bordado com linhas de crochê nas cores Verde Fruto e Rosa Bacabá</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 23: Croqui 5



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 6: Quadro de beneficiamentos do Croqui 5

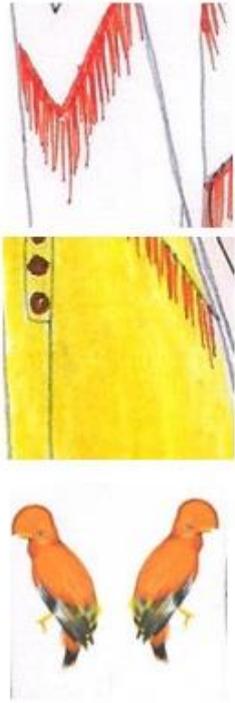
BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 5: Macaquinho Beneficiamento: Bordado com linhas de crochê nas cores Verde Folha, Vermelho Guaraná e Preto Carvão</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 24: Croqui 6

Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 7: Quadro de beneficiamentos do Croqui 6

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 6: Blusa sem manga, short e quimono</p> <p>Tingimento: Açafrão no short.</p> <p>Beneficiamento:</p> <ul style="list-style-type: none">-Franjas de linha de crochê na cor Laranja galo-da-serra nas três peças-Bordado com linhas de crochê nas cores Laranja Galo-da-serra, Amarelo Sol, Branco Âmago e Preto Carvão no quimono.

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 25: Croqui 7



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 8: Quadro de beneficiamentos do Croqui 7

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 7: Conjunto de blusa e saia Tingimento: Cascas de cebola roxa Mordente: Alúmen de potássio Beneficiamento: Bordado com linha de crochê na cor Azul Água e textura com tiras de tecido tingidas costuradas na peça</p>

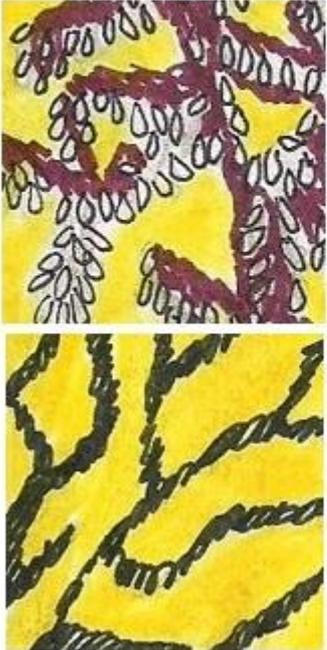
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 26: Croqui 8



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 9: Quadro de beneficiamentos do Croqui 8

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 8: Vestido curto evasê</p> <p>Tingimento: Açafrão e cascas de cebola roxa</p> <p>Mordente: Alúmen de potássio</p> <p>Beneficiamento: Bordado com linha de crochê nas cores Marrom Caule e Preto</p> <p>Carvão e sementes de abóbora tingidas de verde</p>

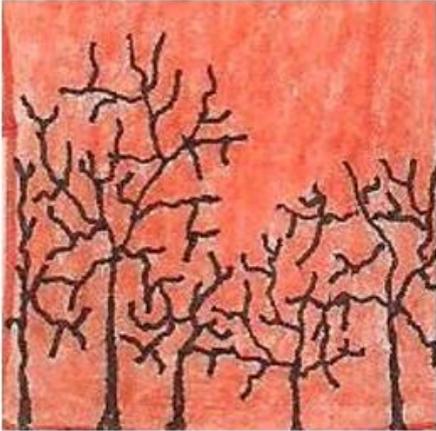
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 27: Croqui 9



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 10: Quadro de beneficiamentos do Croqui 9

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 9: Conjunto de blusa e calça clothard</p> <p>Tingimento: Urucum</p> <p>Mordente: Alúmen de potássio</p> <p>Beneficiamento: Bordado com linha de crochê na cor Preto Carvão.</p>

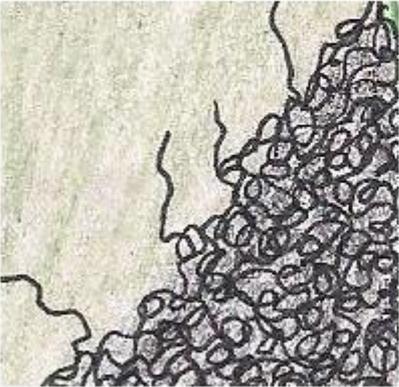
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 28: Croqui 10



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 11: Quadro de beneficiamentos do Croqui 10

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 10: Macaquinho de alça</p> <p>Tingimento: Cascas de cebola roxa</p> <p>Mordente: Alúmen de potássio</p> <p>Beneficiamento: Bordado com linha de crochê na cor Preto Carvão</p>

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 29: Croqui 11



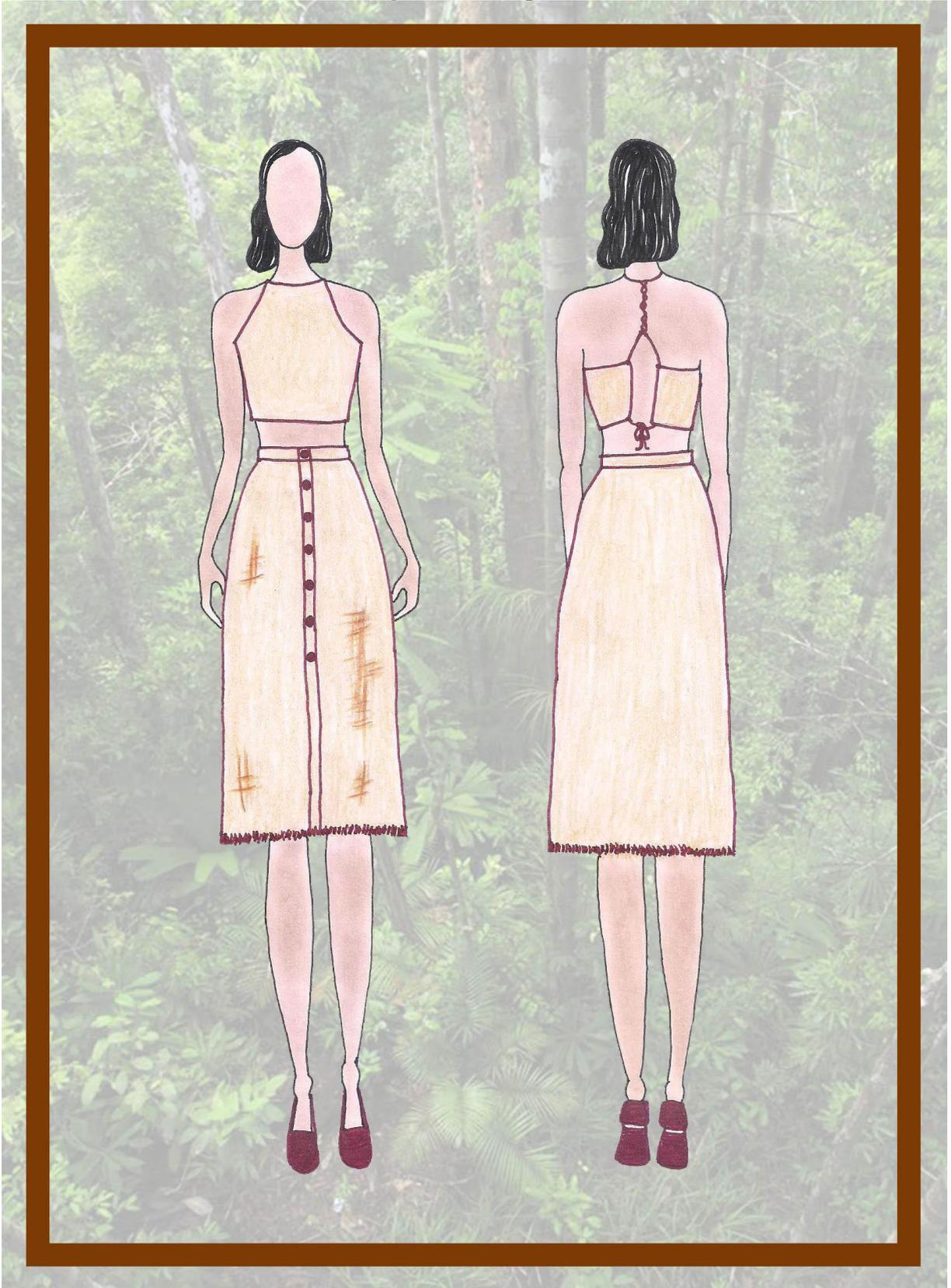
Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 12: Quadro de beneficiamentos do Croqui 11

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 11: Quimono e calça pantacourt</p> <p>Tingimento:</p> <ul style="list-style-type: none">-Cascas de cebola roxa no quimono-Café com canela nas duas peças <p>Mordente: Alúmen de potássio</p> <p>Beneficiamento:</p> <ul style="list-style-type: none">-Puídos nas duas peças- Textura com tiras de tecido tingidas costuradas no quimono

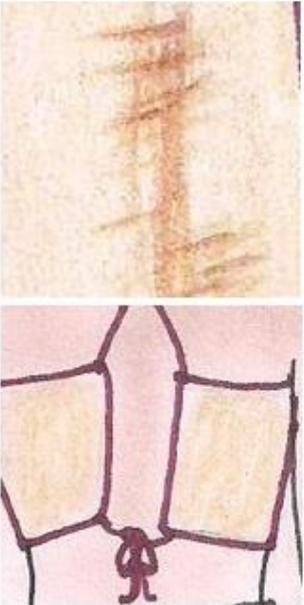
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 30: Croqui 12



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 13: Quadro de beneficiamentos do Croqui 12

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 12: Top com amarração em corda e saia midi</p> <p>Tingimento: Café com canela nas duas peças</p> <p>Beneficiamento:</p> <ul style="list-style-type: none">-Puídos na saia-Corda para amarração no top

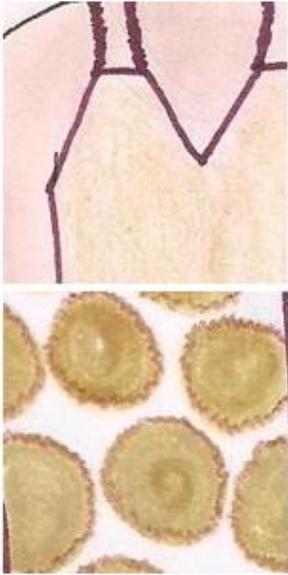
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 31: Croqui 13



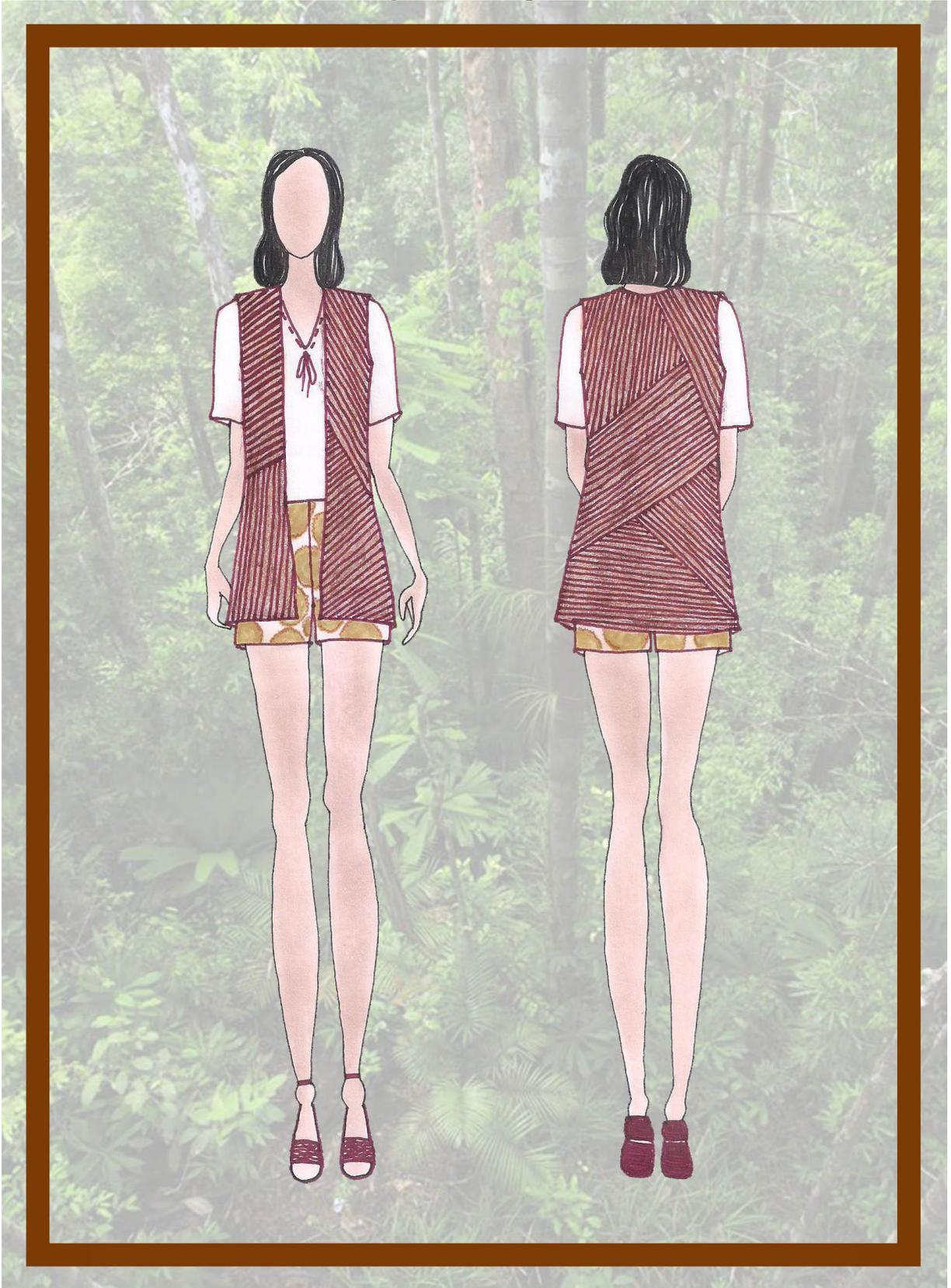
Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 14: Quadro de beneficiamentos do Croqui 13

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 13: Blusa com alça de corda e calça pantalona</p> <p>Tingimento: Café com canela na blusa, na corda e no tecido de aplicação da calça</p> <p>Beneficiamento:</p> <ul style="list-style-type: none">-Alça de corda tingida- Aplicação de tecido tingido contornado com bordado com linha de crochê na cor Marrom Caule na calça.

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 32: Croqui 14



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 15: Quadro de beneficiamentos do Croqui 14

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 14: Blusa de manga, short e colete</p> <p>Tingimento: Café com canela nas cordas do colete e da blusa e no tecido de aplicação do short.</p> <p style="text-align: center;">Beneficiamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Corda tingida no decote da blusa com amarração -Cordas tingidas dispostas lado a lado no colete. -Aplicação de tecido tingido contornado com bordado com linha de crochê na cor Marrom Caule no short.

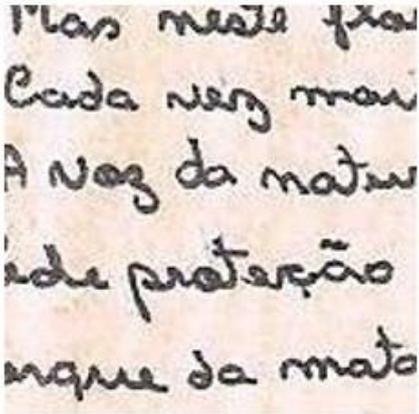
Fonte: Da autora, 2019.

Figura 33: Croqui 15



Fonte: Da autora, 2019.

Quadro 16: Quadro de beneficiamentos do Croqui 15

BENEFICIAMENTOS	
	<p>Croqui 15: Vestido midi com manga</p> <p>Tingimento: Café com canela</p> <p>Beneficiamento: Bordado com linha de crochê na cor Preto Carvão</p>

Fonte: Da autora, 2019.

8.3 SEQUÊNCIA DE DESFILE

Figura 34: Sequência de desfile



Fonte: Da autora, 2019.

8.4 PRODUÇÃO

Antes de qualquer etapa da produção, todos os tecidos a serem utilizados foram mergulhados em água para evitar problemas com encolhimento das peças. Após a secagem, os moldes foram cortados e pesados a fim de realizar o tingimento com as proporções exatas de cada ingrediente. Os *looks* escolhidos para a confecção trazem 3 momentos da coleção.

O primeiro trata das belezas da Amazônia, e traz seu principal símbolo, a Vitória-régia, com as pétalas em aplicação de tecido. As peças desse *look* foram tingidas com hibisco, resultando em um tom rosado, que é uma das cores que a flor pode apresentar no pequeno período em que fica aberta. O processo de produção do *look* se deu da seguinte forma: primeiro foram cortados os moldes e depois foram mergulhados em uma bacia de água com uma quantidade de alúmen de potássio equivalente a 10% do peso do tecido a ser tingido. Depois de aproximadamente 1 hora imersos, os moldes foram colocados na água fervente com hibisco por cerca de 4 horas, mexendo a cada 15 minutos. O primeiro resultado foi uma cor muito clara em que só se podia perceber o tom rosado quando posto em contraste com o tecido branco. Portanto, foi decidido que esta peça seria tingida mais uma vez, com um acréscimo na quantidade do material para tingir e, desta vez, já costurada para evitar que os moldes cortados desfiassem. O resultado foi, ainda assim, um tom rosa bem claro, mas bem mais perceptível que antes. Depois de seco, foi feita a aplicação das pétalas da flor de tecido.

O segundo *look* mostra a transição da floresta viva para a floresta morta, trazendo uma árvore bordada, que na frente tem um caule saudável e é cheia de folhas, e atrás, a árvore está queimada. O vestido foi tingido com açafrão, ficando por cerca de 3 horas na mistura com água fervente, sem a necessidade do uso do mordente devido à sua boa fixação. O bordado foi feito com linha de crochê representando o tronco, e sementes de abóbora representando as folhas. As sementes foram tingidas com as cascas de cebola roxa com uma pequena quantidade de alúmen de potássio.

O terceiro *look* mostra o outro extremo da coleção, em que a cor marrom clara e os puídos e desfiados representam o solo sem árvores, o desmatamento total, a destruição da floresta. O top e a saia foram tingidos com café misturado com canela e, nesse caso, não foi usado o alúmen de potássio. Esse processo foi o mais demorado pois, antes da roupa ser colocada na água para tingir, todo o pacote de café teve que ser coado para não haver acúmulo de pó na roupa.

Figura 35: Produção



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 36: Produção dos tingimentos

TINGIMENTOS



Café com canela



Hibisco



Açafrão

Figura 37: Resultado dos tingimentos



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 38: Produção dos demais trabalhos nas superfícies



Montando a flor para aplicação



Bordado do vestido



Fazendo os puídos

Figura 39: Look 1 pronto



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 40: Look 2 pronto



Fonte: Da autora, 2019.

Figura 41: Look 3 pronto



Fonte: Da autora, 2019.

8.5 FICHA TÉCNICA DE CONFEÇÃO

Figura 42: Ficha técnica BLUSAROSA01

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Desflora	BLUSAROSA01
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Blusa forrada sem mangas com abotoamento frontal	Novembro/2019

FRENTE

COSTAS

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
					1						

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	LARGURA	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Cambráia	100% algodão	Branco	1,5 m	1,10 m	Normandi	R\$ 13,80 (metro)
Tricoline	100% algodão	Branco	1,5 m	20 cm	Normandi	R\$ 16,80 (metro)

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha	100% algodão	Branca	-	Caçula	R\$ 1,71
Botões	Coco	Marrom mesclado	5	Armarinho Carretel	R\$ 0,80

BENEFICIAMENTOS/ OBSERVAÇÕES

Tingimento natural rosa com hibisco
Aplicação de flor de tecido nas costas

AMOSTRAS DE TECIDO

Tabela 1: Tabela de custos BLUSAROSA01

Coleção: DESFLORA		Estação: PRIMAVERA/VERÃO 2020		
Produto: Blusa Rosa		Ref: BLUSAROSA01		Total: R\$ 121,85
Descrição do material	Quantidade/ Unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Cambráia	1,10 m	Normandi	13,80 (metro)	15,18
Tricoline	20 cm	Normandi	16,80 (metro)	1,50
Botões	5	Armarinho Carretel	0,80 (unid.)	4,00
Linha	-	Caçula	1,71 (carretel)	0,17
Hibisco	200g	Armazém Le Gourmet	2,50 (100g)	5,00
Mão de obra	8hs	Costura e tingimento	12/h	96,00
Total				R\$ 121,85

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 43: Ficha técnica SAIAROSA01**FICHA TÉCNICA****COLEÇÃO**

Desflora

REF.

SAIAROSA01

DESCRIÇÃO DO MODELO

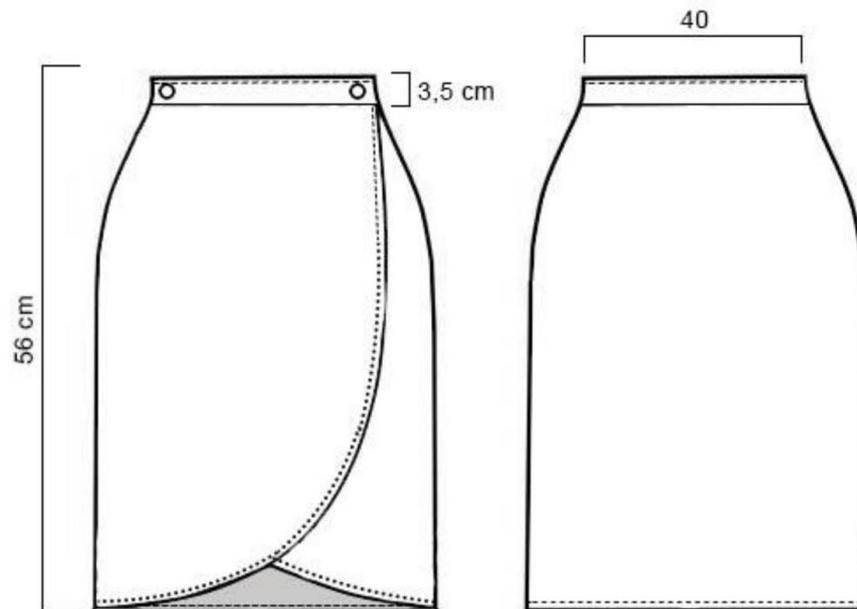
Saia forrada transpassada com abotoamento

DATA

Novembro/2019

FRENTE

COSTAS



GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
					1						

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	LARGURA	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Tricoline	100% algodão	Branco	1,5 m	1,7 m	Normandi	R\$ 16,80 (metro)

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha	100% algodão	Branca		Caçula	R\$ 1,71
Botões	Coco	Marrom mesclado	2	Armarinho Carretel	R\$ 0,80

BENEFICIAMENTOS/ OBSERVAÇÕES

Tingimento natural rosa com hibisco

AMOSTRAS DE TECIDO

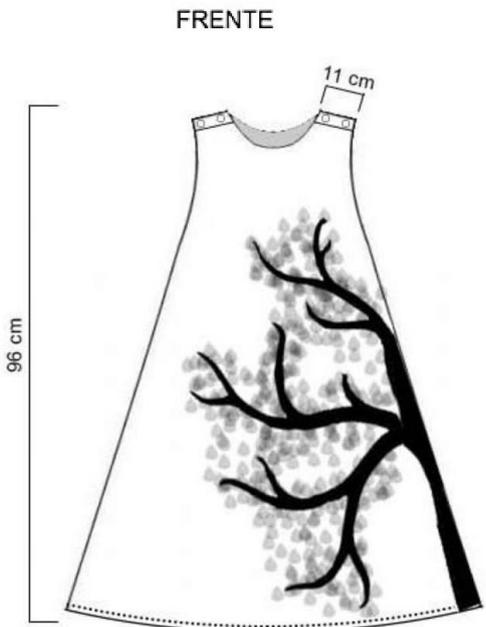
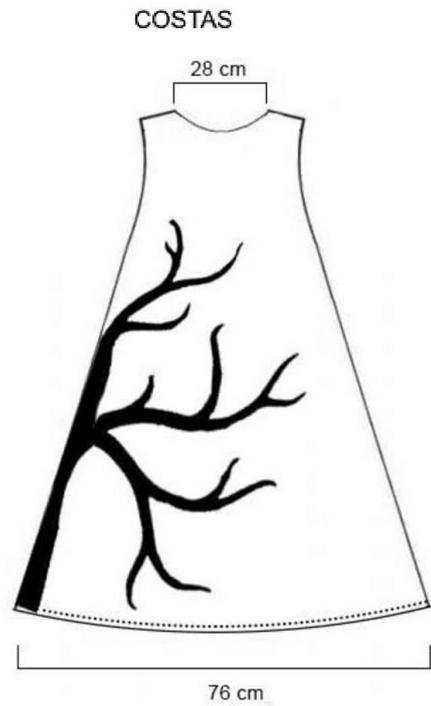
Tabela 2: Tabela de custos SAIAROSA01

Coleção: DESFLORA		Estação: PRIMAVERA/VERÃO 2020		
Produto: Saia Rosa		Ref: SAIAROSA01		Total: R\$ 131,33
Descrição do material	Quantidade/ Unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Tricoline	1,7 m	Normandi	16,80 (metro)	28,56
Botões	2	Armarinho Carretel	0,80 (unid.)	1,60
Linha	-	Caçula	1,71 (carretel)	0,17
Hibisco	200g	Armazém Le Gourmet	2,50 (100g)	5,00
Mão de obra	8hs	Costura e tingimento	12/h	96,00
Total				R\$ 131,33

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 44: Ficha técnica VESTAMA01

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Desflora	VESTAMA01
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Vestido evasê com abotoamento nos ombros e acabamento em revel nas cavas e gola	Novembro/2019

FRENTE	COSTAS
	

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
					1						

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	LARGURA	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Brim	100% algodão	Branco	1,5 m	2 m	Normandi	R\$ 20,80 (metro)
Cambráia	100% algodão	Branco	1,5 m	33 cm	Normandi	R\$ 13,80 (metro)

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha	100% algodão	Branca	-	Caçula	R\$1,71
Botões	Coco	Marrom mesclado	4	Armarinho Carretel	R\$ 0,80
Linha de crochê	100% algodão	Marrom mesclado e preto	2 novelos	Caçula	R\$ 13,74 (novelo)
Sementes de abóbora	Semente	Branca	346g	Sr. A Granel	R\$ 3,25 (100g)

BENEFICIAMENTOS/ OBSERVAÇÕES

Acabamento com revel na gola e na cava
Tingimento natural amarelo com açafraão
Bordado com linhas de crochê e sementes

AMOSTRAS DE TECIDO

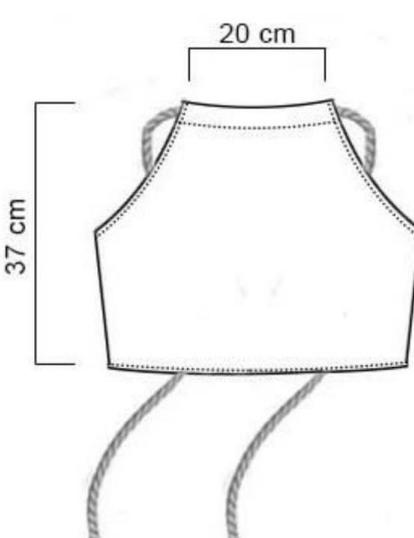
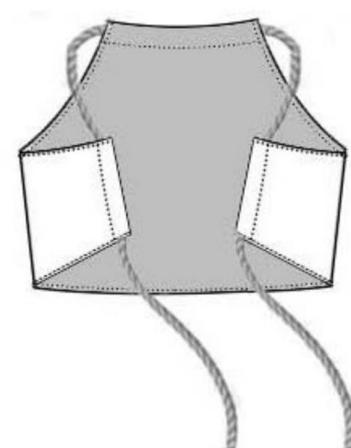
Tabela 3: Tabela de custos VESTAMA01

Coleção: DESFLORA			Estação: PRIMAVERA/VERÃO 2020	
Produto: Vestido Amarelo			Ref: VESTAMA01	Total: R\$ 335,79
Descrição do material	Quantidade/ Unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Brim	2m	Normandi	20,80 (metro)	41,60
Cambráia	33 cm	Normandi	13,80 (metro)	4,60
Botões	4	Armarinho Carretel	0,80 (unid)	3,20
Linha	-	Caçula	1,71 (carretel)	0,17
Linhas de crochê	2 novelos (um de cada cor)	Caçula	13,74 (novelo)	27,48
Sementes de abóbora	346g	Sr. A Granel	3,25 (100g)	11,24
Açafrão	250g	Supermerca- do Mais por Menos	1,50 (50g)	7,50
Mão de obra	20hs	Costura, bordado e tingimento	12/h	240,00
Total				R\$ 335,79

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 45: Ficha técnica TOPBEGE01

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Desflora	TOPBEGE01
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Top forrado com amarração em corda nas costas	Novembro/2019

FRENTE	COSTAS
	

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
					1						

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	LARGURA	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Sarja	100% algodão	Branco	1,5 m	36 cm	Caçula	R\$ 12,30 (metro)
Tricoline	100% algodão	Branco	1,5 m	36 cm	Normandi	R\$ 16,80 (metro)

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha	100% algodão	Branca	-	Caçula	R\$ 1,71
Corde	100% algodão	Bege cru	2,15 m	Caçula	R\$ 0,50 (metro)

BENEFICIAMENTOS/ OBSERVAÇÕES

Tingimento natural bege com café, cascas de cebola e canela

AMOSTRAS DE TECIDO

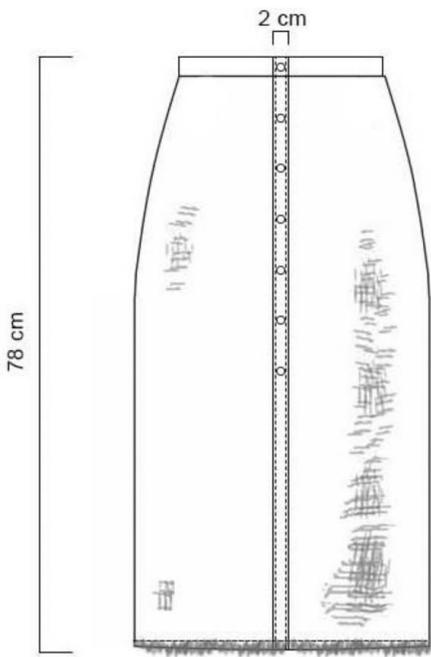
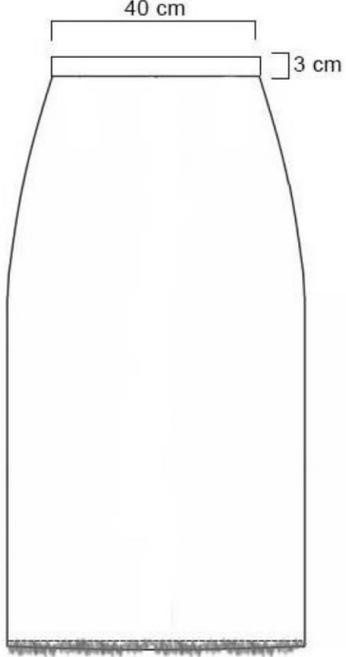
Tabela 4: Tabela de custos TOPBEGE01

Coleção: DESFLORA		Estação: PRIMAVERA/VERÃO 2020		
Produto: Top Bege		Ref: TOPBEGE01		Total: R\$116,72
Descrição do material	Quantidade/ Unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Sarja	36 cm	Caçula	12,30 (metro)	4,42
Tricoline	36 cm	Normandi	16,80 (metro)	6,05
Corda	2,15 m	Caçula	0,50 (metro)	1,08
Linha	-	Caçula	1,71 (carretel)	0,17
Café	500g	Supermerca- do Mais por Menos	9,00 (500g)	9,00
Mão de obra	8hs	Costura e tingimento	12/h	96,00
Total				R\$ 116,72

Fonte: Da autora, 2019.

Figura 46: Ficha técnica SAIABEGE01

FICHA TÉCNICA	
COLEÇÃO	REF.
Desflora	SAIABEGE01
DESCRIÇÃO DO MODELO	DATA
Saia midi reta com abotoamento frontal e puídos	Novembro/2019

	FRENTE	COSTAS
		

GRADE DO MODELO

PP		P		M		G		GG		XXG	
34	36	38	40	42	44	46	48	50	52	54	56
					1						

TECIDOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	LARGURA	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Sarja	100% algodão	Branco	1,5 m	80 cm	Caçula	R\$ 12,30 (metro)

AVIAMENTOS

DESCRIÇÃO	COMPOSIÇÃO	COR	QUANTIDADE	FORNECEDOR	PREÇO
Linha	100% algodão	Branca		Caçula	R\$ 1,71
Botões	Coco	Marrom mesclado	7	Armarinho Carretel	R\$ 0,80

BENEFICIAMENTOS/ OBSERVAÇÕES

Tingimento natural bege com café
Puídos na frente
Desfiados na barra

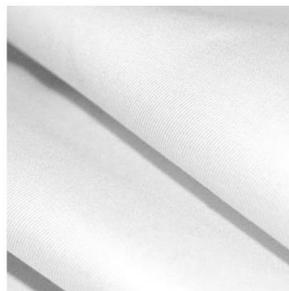
AMOSTRAS DE TECIDO

Tabela 5: Tabela de custos SAIABEGE01

Coleção: DESFLORA			Estação: PRIMAVERA/VERÃO 2020	
Produto: Saia Bege			Ref: SAIABEGE01	Total: R\$ 120,61
Descrição do material	Quantidade/ Unidade	Fornecedor/ Local	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Sarja	80 cm	Caçula	12,30 (metro)	9,84
Botões	7	Armarinho Carretel	0,80 (unid.)	5,60
Linha	-	Caçula	1,71 (carretel)	0,17
Café	500g	Supermerca- do Mais Por Menos	9,00(500g)	9,00
Mão de obra	8hs	Costura e tingimento	12/h	96,00
Total				R\$ 120,61

Fonte: Da autora, 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho é o resultado de um longo processo de pesquisa e desenvolvimento de uma marca de moda baseada no conceito de *slow fashion*, e de uma coleção de roupas que homenageia a Amazônia e sua biodiversidade, além de fazer uma crítica ao desmatamento que vem acontecendo constantemente na região, prejudicando o equilíbrio ambiental de todo o planeta.

Para tanto, primeiramente foi feito um estudo teórico a respeito da sustentabilidade em relação à moda. Constatou-se que o tema está cada vez mais sendo mais abordado por pesquisadores, palestrantes, sites de moda e a mídia em geral. Com todas as descobertas pode-se chegar à conclusão de que a moda sustentável é urgente e o consumo precisa ser desacelerado. Os impactos negativos gerados por essa indústria são alarmantes, tanto no quesito social, quanto no ambiental. Para contextualizar o tema da coleção, também foi feita uma pesquisa sobre a situação atual da Amazônia e a relação disso com o meio ambiente e a sustentabilidade.

Quanto à pesquisa sobre design de superfície, pode-se constatar que esta é uma área rica e que está presente em quase tudo que se olha e, com esses estudos, a percepção do mesmo nos objetos fica muito mais apurada.

O tempo para desenvolvimento do trabalho foi de pouco menos de quatro meses desde a busca por referências textuais à produção e fotografia das peças prontas. As peças da coleção foram modeladas e confeccionadas pela própria criadora em sua residência, com o auxílio de sua mãe em algumas fases, na cidade de Além Paraíba-MG, devido ao espaço na área externa da casa para os testes com tingimento natural. Os desafios encontrados foram justamente em relação aos processos de produção e desenvolvimento das superfícies com os tingimentos, pois este é um processo que demanda bastante tempo, muita paciência, dinheiro e utensílios diversos. Várias pesquisas foram feitas a respeito de matérias-primas que poderiam resultar em pigmento para os tecidos nas cores desejadas, que deveriam estar em consonância com a cartela de tema. Portanto muitos testes foram feitos, alguns sem sucesso, e alguns imprevistos aconteceram mesmo depois da fase de testes, o que acaba por mudar o planejamento e atrasar a produção. Para concluir o relato sobre o processo, este trabalho foi feito com bastante dedicação e atenção aos detalhes para que todo o desenvolvimento ficasse claro para quem o consultasse.

O que fica como lição após toda a pesquisa realizada é a urgência pela preservação ambiental e pela mudança de hábitos de consumo das pessoas, além de um reparo nas formas

de produção, de modo que se diminua o desrespeito ao meio ambiente. Percebe-se que não apenas na moda, mas levar uma vida sustentável, é um desafio a ser enfrentado, afinal existem muitos aspectos a serem considerados no que diz respeito aos impactos ambientais e em alguns momentos tentar resolver um problema acaba gerando outro. Por isso é importante ressaltar a economia circular, de modo que uma produção seja sustentável ao máximo, em todas as suas etapas e não apenas no discurso de marketing que envolve parte do mercado atualmente. É preciso dar visibilidade àqueles que de alguma forma tentam mudar o cenário da moda, elevando seu conceito e seu propósito.

Referências

- ALVES, Lilian. Espaço aberto: O sopro da moda e nossas [eco]lógicas [sus]tentações. **Dobras**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 25-27, 2010. Disponível em: <<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/176/175>> Acesso em ago. 2019.
- AMAZÔNIA.ORG. **Pecuária é responsável por mais de 80% do desmatamento no Brasil**. Amazônia.org, 2016. Disponível em: <<https://amazonia.org.br/2016/09/pecuaria-e-responsavel-por-mais-de-80-do-desmatamento-no-brasil/>>. Acesso em: out. 2019.
- ANICET, Anne; BESSA, Pedro; BROEGA, Ana Cristina. Ações na área de moda em busca de um design sustentável. **Anais do 7º Colóquio de Moda**, Maringá, 2011. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/14959/1/GT89897%20A%C3%A7%C3%B5es%20na%20C3%A1rea%20da%20moda%20em%20busca%20de%20um%20design%20sustent%C3%A1vel.pdf>> Acesso em ago. 2019.
- ANICET, Anne; RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. Relações entre moda e sustentabilidade. **Anais do 9º Colóquio de Moda**, Fortaleza, 2013. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf>. Acesso em set. 2019.
- BEFW. **Nossos Valores**. BEFW. Disponível em: <<https://befw.com.br/o-evento/>>. Acesso em: nov. 2019.
- BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade: Uma reflexão necessária**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2012.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- FABRI, Hélio Prado; RODRIGUES, Luan Valloto. Slow Fashion: perspectivas para um futuro sustentável. **Anais do 11º Colóquio de Moda**, Curitiba, 2015. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8- SUSTENTABILIDADE/CO-8-SLOW-FASHION.pdf>. Acesso em ago. 2019.
- _____. Consumo e moda ética para um futuro sustentável. **Anais do 12º Colóquio de Moda**, 2016. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-08-Sustentabilidade/CO-08_Consumo_Moda-Etica_Futuro_Sustentavel.pdf> Acesso em ago. 2019.
- FETTERMANN, Beatriz Feitoza. **O design de superfície como mediador sujeito-objeto**. Trabalho de conclusão do curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB. Brasília, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/9584/1/21309388.pdf>>. Acesso em set. 2019.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **Design de superfície: ações comunicacionais táteis nos processos de criação.** São Paulo: Blucher, 2011.

GREENPEACE BRASIL. **Amazônia sob ataque: as queimadas têm aumento de 145% em 2019.** Greenpeace, 2019. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/brasil/blog/amazonia-sob-ataque-queimadas-tem-aumento-de-145-em-2019/?gclid=CjwKCAjwlovtBRBrEiwAG3XJ-5_WyN2O-nBeOpKmyEJ5Dlbf_ItrwxB9P7D5A81Rbb34Om9tcvuv_hoChZkQAvD_BwE>. Acesso em: out. 2019.

_____. **Cai a floresta, cresce o pasto.** Greenpeace Brasil, 2019. Disponível em: <<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/cai-a-floresta-cresce-o-pasto/>>. Acesso em: out. 2019.

IDEIA CIRCULAR. **O que é economia circular?.** s.d. Disponível em: <<https://www.ideiacircular.com/economia-circular>>. Acesso em: set. 2019.

LIMA, Estefânia. Disposição para viver. **Revista Urdume.** Curitiba, ano 1, n. 4, pp. 12-17, nov. 2019.

LOBATO, Cristine Bartchewsky. Que moda é essa? Slow fashion, a sustentabilidade na passarela. **Revista Urdume.** Curitiba, ano 1, n. 1, pp. 26-27, fev. 2019.

_____. Upcycling como tendência de mercado: a boa e velha customização chega às grandes marcas. **Revista Urdume.** Curitiba, ano 1, n. 2, pp. 42-43, mai. 2019.

LOPES, Reinaldo José. **Esclarecimento: A Amazônia não é o pulmão do mundo.** Superinteressante, 2012. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/ciencia/a-amazonia-nao-e-o-pulmao-do-mundo/>>. Acesso em: out. 2019.

MARIANO, Marcia. **WGSN mostra tendências para o mercado de consumo em 2020.** Textília.net, 2019. Disponível em: <http://www.textilia.net/materias/ler/moda/moda-vestuario--mercado/wgsn_mostra_tendencias_para_o_mercado_de_consumo_em_2020>. Acesso em: out. 2019.

MARTINKO, Katherine. **“A Plastic Tide” film depicts shocking plastic pollution worldwide.** Tree Hugger, jan. 2017. Disponível em: <<https://www.treehugger.com/ocean-conservation/plastic-tide-film-depicts-shocking-plastic-pollution-worldwide.html>>. Acesso em: set. 2019.

MARTINS, Suzana Barreto; SANTOS, Aguinaldo dos. Estratégias genéricas para a sustentabilidade no setor do vestuário. **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.** São Paulo: AEND, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/272674443_Moda_e_Sustentabilidade_proposta_d_e_sistema_produto-servico_para_Setor_de_Vestuuario>. Acesso em ago. 2019.

MIRANDA, Bruna. **Slow Fashion: o que é esse movimento, que veio para ficar, e transformar.** Portal Review - Slow Living, 2014. Disponível em: <<https://reviewslowliving.com.br/2014/09/24/slow-fashion-o-que-e-esse-movimento-que-veio-para-ficar-e-transformar/>>. Acesso em ago. 2019.

NAÇÕES UNIDAS. **A onu e o meio ambiente**. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>> Acesso em ago. 2019.

NARDELLO, Débora Schmidt. Reaproveitamento de tecidos. In: MAROTTO, Isabela (Org.). **+ Sustentabilidade às marcas de moda: Reflexões e indicadores**. Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<http://porfavormenoslixo.com.br/wp-content/uploads/2018/01/LIVRO-SUSTENTABILIDADE-%C3%80S-MARCAS-DE-MODA.pdf>>. Acesso em: set. 2019.

NOGUEIRA, Lígia. **Sobre nós**, Comas, 2017. Disponível em: <<https://comas.com.br/pages/quem-somos>>. Acesso em set. 2019.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2019.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: história, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

RECOFFEE Design. **Sobre nós**. s.d. Disponível em: <<https://www.recoffeedesign.com.br/pagina/sobre-nos.html>>. Acesso em: set. 2019.

RISSANEN, Timo. **ZERO-WASTE FASHION DESIGN: a study at the intersection of cloth, fashion design and pattern cutting**. 2013. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10453/23384>>. Acesso em set. 2019.

ROVIEZZO, Larissa. **O progresso sustentável da moda**. FFW, 2019. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/blog/sustentabilidade/o-progresso-sustentavel-da-moda/>>. Acesso em: ago. 2019.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2013.

RÜTHSCHILLING, Evelise Anicet. **Design de superfície**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

SALDANHA, Luis Jacques. **Nossos corpos estão se impregnando com plástico**. Nosso Futuro Roubado, 2017. Disponível em: <<https://nossofuturoroubado.com.br/nossos-corpos-estao-se-impregnando-com-plasticos/>>. Acesso em: set. 2019.

SCHULTE, Neide Köhler; PULS, Lourdes Maria; MONTANHEIRO, Adriana Martinez. O vestuário: da moda à Ecomoda. In: PULS, Lourdes Maria (Org.). **Moda Palavra: Moda, sociedade e tecnologia**. Florianópolis, v.9, 2014, pp. 47-60.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana. Sustentabilidade ambiental: um desafio para a moda. **Moda Palavra**. Florianópolis, v. 1, n.2, ago-dez 2008, pp. 30-42. Disponível em: <<http://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7601/5107>>. Acesso em: ago. 2019.

SCHWARTZ, Ada Raquel Doederlein. **Design de superfície: Por uma visão projetual geométrica tridimensional**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Desenho Industrial, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual

Paulista, São Paulo, Bauru, 2008. Disponível em:
<<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89726>> . Acesso em set. 2019.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. São Paulo: Doris Treptow, 2003.

UDALE, Jenny. **Tecidos e Moda** - Coleção Fundamentos do Design de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

VARELA, Thais. **Graças ao tingimento natural, as cores da moda em 2020 serão as da natureza**. Revista Glamour, 2019. Disponível em:
<<https://revistaglamour.globo.com/Glamour-Apresenta/noticia/2019/08/gracas-ao-tingimento-natural-cores-da-moda-em-2020-serao-da-natureza.html?fbclid=IwAR1CFtalhFrSB08iiTWb5rjvJF7ipzNspon6k9p9haG-LkGROjDbhtd9jr4>>. Acesso em: set. 2019.

VILLAR, Rosana. **Florestas**: preservar ou preservar? Greenpeace, 2019. Disponível em:
<<https://www.greenpeace.org/brasil/blog/florestas-preservar-ou-preservar/>>. Acesso em: out. 2019.

WGSN. **Líder mundial em previsão de tendências**. 2019. Disponível em:
<<https://www.wgsn.com/pt/>>. Acesso em: out. 2019.

WWF Brasil. **Por dentro da Floresta Amazônica**. Disponível em:
<https://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/areas_prioritarias/amazonia1/bioma_amazonia/>. Acesso em: out. 2019.

YAHN, Camila. **Novo polo industrial da moda, Etiópia tem o salário mais baixo do mundo**. FFW, 2019. Disponível em: <<https://ffw.uol.com.br/noticias/business/novo-polo-industrial-da-moda-etiofia-tem-o-salario-mais-baixo-do-mundo/>>. Acesso em: set. 2019.