

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

MARCELLE PRINCIPE BIÉ VIANA

Conectar

Desenvolvimento de uma coleção autoral de *upcycling*

Rio de Janeiro

2022

Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil

Faculdade SENAI/CETIQT

Curso de Bacharelado em Design

Marcelle Príncipe Bié Viana

Conectar

Desenvolvimento de uma coleção autoral de *upcycling*

Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

Prof.^a Barbara Valle Poci

Rio de Janeiro

2022

1. *Upcycling*. 2. Sustentabilidade. I Título.

Ficha catalográfica

Principe Bié Viana, Marcelle

Trabalho - Sustentabilidade na Moda: Desenvolvimento de uma coleção autoral inspirada no *Upcycling* / Marcelle Principe Bié Viana. – Rio de Janeiro, 2022.

98 p.

Projeto de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI-CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

1. *Upcycling*. 2. Sustentabilidade. I. Sustentabilidade na Moda.

Marcelle Príncipe Bié Viana

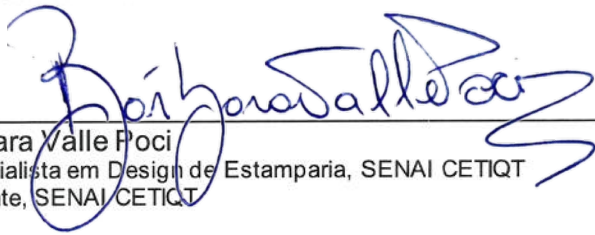
Sustentabilidade na Moda

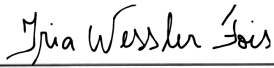
Desenvolvimento de uma coleção autoral inspirada no *upcycling*

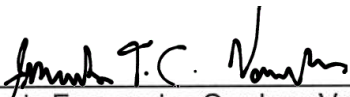
Trabalho de Conclusão de Curso a ser submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Design, da Faculdade SENAI CETIQT, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design.

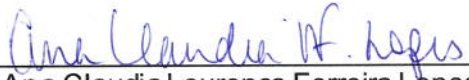
Data de Aprovação: 30/06/2022.

Banca Examinadora:


Barbara Valle Poci
Especialista em Design de Estamparia, SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT


Iria Wessler Fois
Especialista em Docência de Ensino Superior, UCAM
Docente, SENAI CETIQT


Amanda Fernandes Cardoso Vasconcelos
Especialista em Design de Estamparia, SENAI CETIQT
Docente, SENAI CETIQT


Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes
Coordenador do Bacharelado em Design

SENAI CETIQT

 **SENAI** 
*Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria*

"A mudança não virá se esperarmos por
outra pessoa ou outro momento.
Somos aqueles que esperávamos.
Somos a mudança que precisamos
buscar."

(Barack Obama)

Resumo

Este trabalho apresenta o desenvolvimento do processo criativo de uma coleção cápsula de moda feminina sustentável que tem como base a técnica do *upcycling*. A temática escolhida para a pesquisa objetiva estudar o ciclo de vida dos produtos, dando um novo olhar ao que seria descartado pelo consumidor. Este estudo foi construído a partir da pesquisa de marcas de moda que trabalham ou não no segmento de moda sustentável, e que apresentam produtos do vestuário atemporais. Além disso, para o desenvolvimento da coleção foi necessário fazer uma curadoria de peças descartadas, onde em sua maioria foram camisas sociais masculinas de vários tamanhos.

Palavras-chave: Design. Moda Sustentável. *Upcycling*. Consumo consciente. Moda Circular.

Abstract

This work presents the development of the creative process of a sustainable women's fashion capsule collection based on the upcycling technique. The theme chosen for the research aims to study the life cycle of products, giving a new look at what would be discarded by the consumer. This study was built from the research of fashion brands that work or not in the sustainable fashion segment, and that present timeless clothing products. In addition, for the development of the collection it was necessary to curate discarded pieces, most of which were men's dress shirts of various sizes.

Key-words: *Design. Sustainable Fashion. Upcycling. Conscious Consumption. Circular Fashion.*

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1.1 Economia e Moda Circular	14
1.1.1 Certificações Verdes.....	17
1.2 Movimento <i>Slow Fashion</i>	23
1.3 <i>Upcycling</i>	26
1.4 <i>Redesign</i>	32
2. Estudo das marcas de inspiração	34
2.1 Público e suas características	52
2.2 Definição do público alvo	54
2.2.1 Persona.....	56
3. Curadoria de materiais e análise das técnicas de reaproveitamento	59
3.1 Estudo de técnicas e materiais utilizados	59
3.2 Materiais escolhidos para o processo criativo da coleção	62
3.3 Detalhamento do processo criativo	65
4. A coleção	75
4.1 Proposta temática	75
4.2 Definição de formas e modelos.....	76
4.3. Fichas de criação (desenho técnico)	80
4.4 Ficha técnica e protótipo.....	97
6. Considerações Finais	105
Referências.....	107

SENAI CETIQT

 **SENAI** 
*Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria*

INTRODUÇÃO

O consumo desenfreado e demanda por peças novas a todo tempo precisa parar, a indústria da moda produz em um ritmo acelerado e isso contribui para a geração de uma necessidade constante por novidades. O que acaba tornando de forma cada vez mais rápida as peças em obsoletas. Precisamos parar por um momento e repensar esse ciclo insustentável que é movido pelo consumo de bens.

A roupa é feita para durar, é uma continuação da sua história, suas roupas te representam e em muitos momentos se comunicam, mesmo sem falar. Esse é o poder da famosa comunicação não verbal. Por isso a proposta temática desta pesquisa permeia o consumo consciente a partir do estudo de técnicas sustentáveis voltadas para os produtos de moda.

Seguindo a trilha do caminho sustentável na moda, o objetivo desta pesquisa é criar uma coleção de moda sustentável com peças únicas e especiais que serão elaboradas a partir das técnicas de *upcycling* e *redesign*, técnicas que visam a confecção feita de forma manual e individualizada. Tendo como base as marcas Argalji que explora modelagens diferenciadas com uma pitada de exagero e a marca Ventana, nascida do *upcycling* e que explora toda criatividade de sua idealizadora, Gabrielle Pilotto na hora de criar peças lindas e totalmente repaginadas dando uma nova vida ao que foi descartado por alguém.

O fundamento base que move essa pesquisa é apresentar uma coleção de moda feminina, buscando aproveitar tudo aquilo que já existe, seja no nosso guarda roupa, nas peças adquiridas em brechós ou mesmo em algo herdado, que possui um valor sentimental para o consumidor. Cada vez mais a sazonalidade está em declínio, podemos e devemos pensar no nosso guarda roupa direcionado para quem somos, quais são as nossas demandas rotineiras e então construir ou como prefiro dizer, reconstruir nosso guarda roupa tendo isso como base. Adeus

as estações, olá aproveitamento e adaptação. As palavras bases para o projeto que está sendo apresentado aqui são: Resignificar, melhorar e reutilizar.

O trajeto percorrido na pesquisa partiu não só de um levantamento iconográfico e bibliográfico, como também, de uma pesquisa de mercado para desvendar o consumo e o percurso que o direciona, e como resultado apresentamos uma coleção de moda sustentável com a possibilidade de experimentar a construção de alguns produtos reutilizados.

1. Sustentabilidade na moda

A sustentabilidade na moda é um tema que está em desenvolvimento e sendo implementado de maneira cada vez mais efetiva, seja pelas indústrias, iniciativas do micro e pequeno empreendedor ou mesmo por exigência dos consumidores, alguns eventos como a pandemia do corona vírus, que começou em fevereiro/março de 2020 e se arrastou até o ano de 2022, os variados escândalos de utilização de mão de obra escrava pela indústria, o fato de ser a segunda indústria mais poluente do mundo entre outros grandes e pequenos eventos/incidentes. (GLOBO, 2017)

Sustentabilidade não está apenas relacionada a ações de filantropia, gestão de resíduos ou plantio de árvores, mas a uma reorganização da visão de mundo de cada cidadão. É algo que requer uma profunda e íntima reflexão sobre o que é considerado desenvolvimento e para onde esse desenvolvimento está levando a humanidade, quais são suas consequências, que preço estamos pagando por ele e como temos nos relacionado com a natureza, da qual fazemos parte. (BERLIM, 2012, p. 15).

O mercado da moda sempre foi conhecido por poluir e degradar a natureza, de acordo com o relatório da AFP, cerca de 59.000 toneladas de roupas acabam no

porto do Chile todos os anos. Desse total, pelo menos 39.000 toneladas são levadas para aterros no deserto, além das questões de uso de mão de obra escrava. No cenário atual no qual estamos inseridos, não há espaço para empresas que não possuem um posicionamento voltado para as questões de sustentabilidade, melhoramento dos seus processos e cautela ao fazer o descarte de seus resíduos têxteis, mas ainda assim a indústria da moda é responsável por 8 a 10% das emissões mundiais de carbono, de acordo com a ONU (2018). Em 2018, a indústria da moda também consumiu mais energia do que as indústrias de aviação e navegação juntas. Os pesquisadores estimam que o equivalente a um caminhão de lixo de roupas é queimado e enviado a um aterro a cada segundo. (EXAME, 2021)

Berlim (2012) mencionou que raramente o consumidor tem a percepção de que as peças de preço baixo, com a etiqueta *made in china* são fruto de exploração de mão de obra mal remunerada. Mas essa realidade pode começar a mudar se o consumidor for introduzido à realidade da confecção têxtil mundial, que utiliza muitas vezes, mão de obra constituída de imigrantes que trabalham em situações precárias, sem segurança e higiene adequadas. Pessoas essas que possuem turnos de mais de 12 horas por dia, onde as leis trabalhistas não existem, não para elas, não há dignidade humana. Práticas essas que configuram a escravidão moderna e geram grandes impactos sociais com danos profundos à sociedade, refletindo um sistema que precisa de revisão.

A sustentabilidade deve ser nosso tema central quando pensarmos em moda, não há tempo, não há seres humanos saudáveis e nem planeta que se sustente se a relação de consumo não for revista e consequentemente reformulada, em estudo feito na Universidade de Cambridge, na Inglaterra se produz 30 quilos anuais de resíduos têxteis por pessoa. Rodríguez et al. (2006, apud Berlin, 2012) portanto o consumo sustentável precisa ser implementado. Reutilizar, reduzir e reciclar, são as três palavras chaves que devem fazer parte da vida de todos que

se preocupam com questões sustentáveis. A junção delas forma a regra básica para se alcançar a sustentabilidade.

Quando se pensa na utilização de técnicas para elaboração de produtos de cunho sustentáveis as possibilidades são diversas, no século XIX surgiu um movimento chamado *Arts and Crafts*, que reforçava a importância do trabalho manual e a relevância que ele traz para a vida dos homens, podemos nos reportar a uma realidade bem próxima que prima pela sustentabilidade baseada no reaproveitamento de produtos descartados, trazendo estes de volta a vida através de técnicas artísticas. (RODRIGUES e FABRI, 2016)

Práticas como o *redesign* se tornam ainda mais pertinentes e relevantes, não existe justificativa para se explorar ainda mais nossos recursos naturais visto que já produzimos em demasia, porque não concentrar as energias nas práticas de aproveitamento do que temos para gerar itens novos, afinal a moda é cíclica.

Ao invés de um consumo relacionado a uma ética rasa, fácil, em que o consumidor encontra os produtos com rapidez e os descarta rapidamente, sem responsabilidade. Uma ética profunda deve ser percebida, pensada, na qual o consumidor questiona e percebe holisticamente o rastro das coisas. Isso pode causar grande transformação social, ambiental, econômica, cultural, ecológica, educacional e espiritual. (RODRIGUES E FABRI, 2016, p. 7 e 8).

Muitos caminhos são possíveis para mudar a estrutura atual de consumo pautada pelo acúmulo e fácil descarte, mas o ponto inicial vem da percepção e conscientização dos consumidores para com as gerações futuras e com eles mesmos.

Existem empresas que propagam um discurso pautado nos preceitos da sustentabilidade, mas que na verdade praticam *greenwashing*, um falso verde, ou seja, se vendem como sustentáveis, mas na verdade não são. O termo só está presente em suas propagandas, levando o consumidor a acreditar que está

consumindo de uma empresa engajada na filosofia sustentável, mas não são tomadas medidas efetivas de minimização dos problemas ambientais, inclusive os impactos ocasionados por elas podem estar refletindo de forma negativa no meio ambiente. (Politize 2020)

Por outro lado, já temos diversos conceitos sendo implementados que vão contra essa maré de consumo incoerente e exagerado e vamos começar a falar de algumas práticas que estão ocorrendo e desencadeando um movimento positivo e contrário aos excessos e exploração de mão de obra.

1.1 Economia e Moda Circular

Em nosso modelo de economia atual, utilizamos diversos materiais do planeta Terra, fazemos produtos a partir deles e, eventualmente, os descartamos como lixo – em um processo linear. Já na economia circular, todos os processos desde a idealização, concepção e descarte fazem parte do processo e são de responsabilidade coletiva, ou seja, paramos de produzir resíduos pois tudo é reaproveitado, trata-se de um modelo sem desperdícios.

De acordo com Macarthur, Ellen (2022) a economia circular é baseada em três princípios básicos, impulsionados pelo design:

- Elimina o lixo e a poluição.
- Circulação de produtos e materiais. (no seu valor mais alto)
- Regenera a natureza.

É sustentado por uma transição para energias e materiais renováveis. Uma economia circular dissocia a atividade econômica do consumo de recursos finitos. É um sistema resiliente que é bom para os negócios, para as pessoas e para o meio ambiente. (Elle Macarthur Foundation, 2022)
Já a moda circular consiste no trabalho coletivo entre designers, produtores,

retalhistas e consumidores durante todo ciclo de vida de um produto. De acordo com o site Close the loop (2022), podemos definir o ciclo de vida do produto, de forma resumida, da seguinte maneira:

- Recursos - prioriza materiais de baixo impacto optando por fibras recicladas ou recicláveis.
- Design - pensado para durar, minimizando os desperdícios e visando sempre vida longa, com o objetivo de não deixar um design se tornar obsoleto.
- Produção - que haja cuidado com o ambiente, prezando por uma produção local coordenando oferta e procura, e claro, visando vida longa e durabilidade.
- Varejo - sempre buscando novas técnicas, para repensar a concepção de propriedade, consumir de formas alternativas como empréstimo, aluguel, troca etc.
- Consumo - planejar melhor o seu guarda-roupa, utilizando técnicas como *upcycling* e *redesign* para aplicar suas peças e poder dar nova vida a elas. Considere a possibilidade de trocar e/ou alugar peças.
- Fim do ciclo - Compreenda cada final como um recomeço, seja através da reciclagem, prolongamento da vida útil do produto através de intervenções ou organização de sistemas de coleta e devolução. (Close the loop,2022)

Conforme ilustrado no gráfico abaixo:

Imagem 1: Fluxo da moda circular.



Fonte: Close the Loop, 2022.

Dentro do sistema de moda circular existem algumas atitudes que são de responsabilidade dos produtores, na moda sustentável que consiste em algumas atitudes que são de responsabilidade dos fabricantes, como por exemplo, utilizar corantes naturais (urucum, cúrcuma, crajiru, erva mate, jatobá, pau brasil, tanino e outros), utilizar tecidos *eco-friendly*, aqueles que não utilizam grande quantidade de agrotóxicos ou nenhum em seu processo de produção) são fibras orgânicas como, algodão e linho, praticar a reciclagem e o reaproveitamento de materiais sempre que possível, tem como base a durabilidade das peças, há a preocupação com a responsabilidade social em todo seu processo, o que significa garantia da qualidade de vida dos envolvidos, mão de obra remunerada de forma justa. (NATUREZA, 2019). Quando pensamos na responsabilidade dos consumidores, ou seja, algumas atitudes práticas que podem ser tomadas para mover a moda por um caminho mais responsável, consciente e viável economicamente podemos mencionar a relação de consumo de bens. Segundo Natureza, 2019 ao adotar algumas atitudes como, manter no guarda roupa

somente o que realmente usa, ao comprar uma peça nova, doar duas. Questionar-se, será que eu realmente preciso disso, adotar práticas como comprar em brechós, visitar o armário dos avós, fazer trocas com as amigas, customizar suas peças, escolher peças atemporais e priorizar consumir de pequenos artesões e produtores. São atitudes que refletem a atitudes que fomentam uma moda mais conscientes.

Ainda falando de pontos que devemos deter atenção no processo de consumo e escolha de bens, existem algumas formas de conferência quanto a origem do que consumimos.

1.1.1 Certificações Verdes

O mercado tem buscado de inúmeras formas se adaptar as demandas que vem surgindo, com intuito de fiscalizar e fazer com que as empresas se adequem aos novos formatos e prezem sempre por uma moda mais correta e que visa o mínimo ou mesmo nenhum impacto negativo para o mundo e para as gerações futuras. As certificações são um meio para buscar organizar e fiscalizar a conduta das empresas que as adquirem. Satisfazendo a demanda de consumidores atentos as mudanças, sejam elas climáticas, sociais ou ambientais.

Para facilitar a conferência do quanto uma empresa é sustentável e pratica uma moda circular existem hoje algumas certificações, que se aplicam para a indústria têxtil, e, para outros segmentos. Uma instituição de alta relevância é a *cradle to cradle*, seu programa de certificação reconhece cinco níveis de realização do produto: Básico, Bronze, Prata, Ouro, Platina. Para ser certificado em um determinado nível, um produto deve atender aos critérios mínimos para esse nível em todas as cinco categorias de critérios. Os critérios em cada categoria tornam-se cada vez mais exigentes a cada nível de certificação. (MBDC, 2022)

Imagem 2: Certificações *Cradle to Cradle*.



Fonte: MBDC, 2022.

Segue abaixo uma breve explicação sobre cada item apresentado na imagem acima. (MBDC, 2022)

1. Garantir que os materiais sejam seguros para os seres humanos e o meio ambiente.
2. Possibilitar uma economia circular por meio do design de produtos e processos.
3. Estar gerando energia limpa e protegendo o clima.
4. Proteger os recursos do ar, da água e do solo.

5. Adotar práticas trabalhistas seguras, justas e equitativas que promovam os direitos humanos e comunidades fortes.

Para a fibra natural uma certificação importante é a ABR, algodão brasileiro responsável, que qualifica o algodão.

Imagem 3: Certificação ABR.



Fonte: Abrapa, 2022.

ABR: a sigla que nomeia a Algodão Brasileiro responsável é um programa da ABRAPA que fomenta três pilares na produção e cultivo do algodão no Brasil: social, ambiental e econômico.

O programa prevê um cultivo mais sustentável do insumo e uma boa visão do algodão nacional dentro do mercado nacional e internacional. Com metas de preservação do meio-ambiente, o foco está na proteção de nascentes, cursos e reservas de água, além da preservação dos biomas, do solo e a qualidade do ar.

O programa prevê também as adequações, garantindo uma evolução do setor de forma responsável. (Abrapa, 2022)

Uma outra certificação importante é o selo *bluesign*.

Imagem 4: Selo Bluesign.



Fonte: Bluesign, 2022.

Blue Sign®: Automeado como um sistema holístico, a certificação *Blue Sign* busca soluções em toda a cadeia para uma produção mais sustentável, para que a indústria promova de maneira continua ambientes de trabalho mais seguros, níveis crescentes de responsabilidade ambiental, gerando assim uma confiança maior para o consumidor.

Responsáveis pelo rastreio de têxteis durante todo o processo, eles sugerem melhorias em etapas desde o chão de fábrica até o produto final para mudar o impacto do têxtil durante sua manufatura. O órgão independente faz audições para verificar a confiabilidade das soluções apresentadas, encorajando a indústria a se tornar mais sustentável em cada etapa. (*Blue Sign*, 2022)

O selo, *Forests for all forever* diferente dos demais é um pouco mais abrangente, cobrindo outros setores além do têxtil.

Imagem 5: Selo FSC



Fonte: FSC, 2022.

Forest For All Forever (FSC): Busca certificação de matérias-primas não agressivas ao meio-ambiente. A auditoria é feita por órgãos competentes que avaliam os 10 princípios gerais da instituição e 57 critérios que se aplicam a florestas certificadas. Os princípios vão dos direitos de povos indígenas à redução de impacto na manipulação da floresta. (FSC, 2022)

O selo *Global organic textile* certifica os têxteis orgânicos.

Imagem 6: Selo *Global organic textile standard* (GOTS).



Fonte: *Gobal Standard*, 2022.

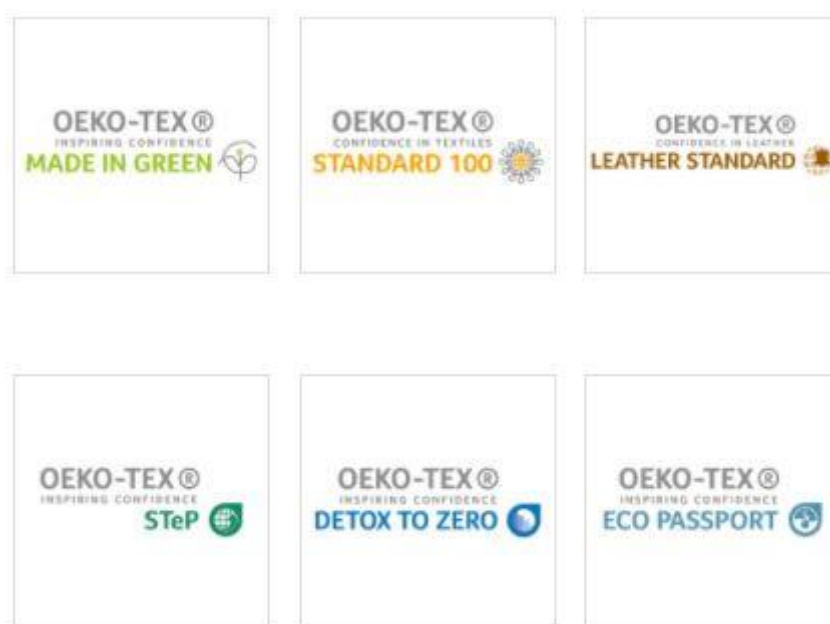
GOTS: A sigla corresponde ao padrão internacional para certificação de têxteis orgânicos. A verificação prevê que apenas produtos com 70% de fibras orgânicas podem ser certificados, além da necessidade dos insumos químicos

(como corantes, por exemplo) que devem atender aos critérios ambientais e toxicológicos da certificadora.

São avaliados: tratamento de água residual para quaisquer procedimentos úmidos, com uma estação que cumpra critérios sociais. O selo é bastante comum no mercado europeu, e pode ser uma excelente entrada a padrões internacionais de venda. (GOTS, 2022)

E por último, mas não menos importante existem os selos *Oeko-tex* que buscam garantir uma compra segura no quesito ambiental e social.

Imagem 7: Selos *OEKO - TEX*.



Fonte: *Oeko-tex*, 2022.

OEKO TEX®: A certificação tem diferentes níveis. As etiquetas *STANDARD 100* da *OEKO-TEX®* e *LEATHER* da *OEKO-TEX®* são concedidas a marcas e processos que passam no teste de substâncias nocivas e, portanto, são seguros do ponto de vista ecológico e humano. Com a etiqueta *MADE IN GREEN by OEKO-TEX®*, o padrão identifica tecidos que foram testados para substâncias nocivas e também fabricados sob condições de trabalho sustentáveis. A

certificação *STeP by OEKO-TEX®* e a análise *DETOX TO ZERO* da *OEKO-TEX®* otimizam o processo de fabricação da produção de têxteis e couro ecológica e socialmente responsável. O *ECO PASSPORT* da *OEKO-TEX®* identifica produtos químicos, auxiliares e corantes ecológicos usados na indústria têxtil e de couro. (oeko-tex, 2022)

Muitos tem sido os esforços em prol de uma reavaliação de valores por parte dos consumidores e também da indústria, que estão buscando se adequar ainda que de maneira disforme aos novos paradigmas. A exemplo podemos mencionar o movimento *Slow fashion*.

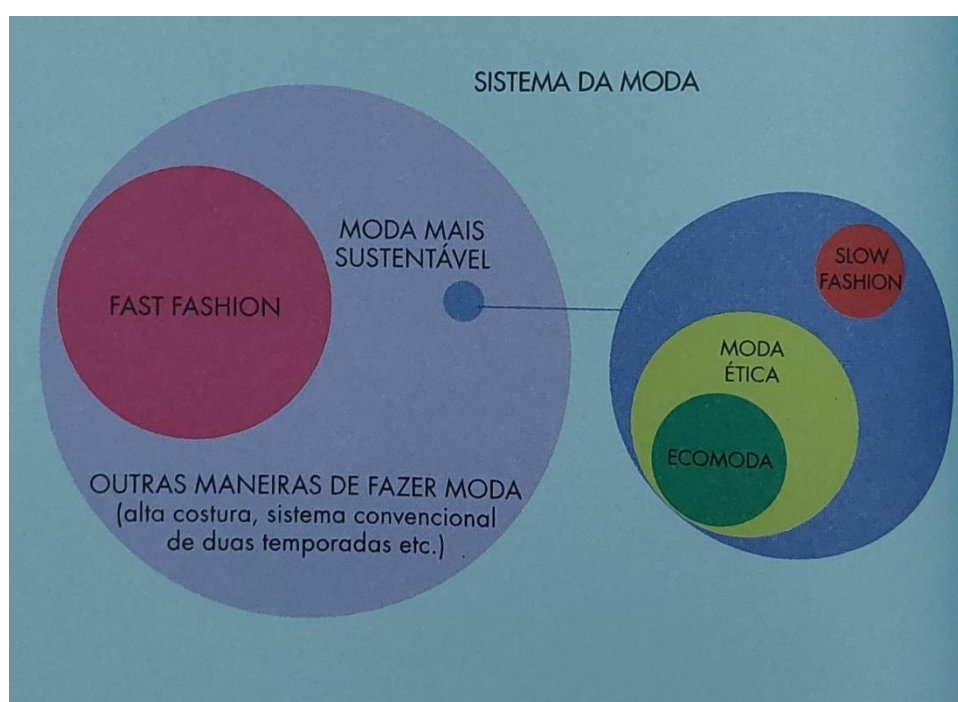
1.2 Movimento *Slow Fashion*

Em um mundo obcecado pela imagem e totalmente voltado para a conexão através das redes sociais, local onde o que mais atrai é o último lançamento e mais sofisticada tecnologia, pessoas buscam soluções rápidas e vão desenvolvendo uma necessidade constante pelo imediatismo, incentivando a cultura do movimento *fast fashion*. O contrário disto é o movimento que chamamos de *slow fashion*, que visa uma fabricação mais lenta respeitando o tempo de produção e enfraquecendo a cultura do imediatismo tão potencializada pelo modelo *fast fashion*. (BERLIM, 2012)

O movimento *slow* é pautado pela produção lenta respeitando todo ciclo de produção e remunerando de forma justa todos os envolvidos no processo, embora as roupas possam acabar custando um pouco mais elas têm uma durabilidade maior e incorporam um estilo atemporal permanecendo sempre com um alto nível de relevância no guarda roupas. Diferentemente do *fast fashion* onde o foco está no lucro e produção acelerada independentemente do que está envolvido no percurso para adquirir tais vantagens. O que geralmente ocorre é uma má remuneração dos envolvidos, além dos excessos de horas trabalhadas e demasiada quantidade de itens desperdiçados. O foco aqui não é a cadeia produtiva justa, valores sustentáveis, respeito aos ciclos e mão de obra, na verdade é o contrário disto. (BERLIM, 2012)

Valores sustentáveis devem estar incluídos em todo o processo, começando pelo plantio da fibra que vai gerar o fio, toda a mão de obra envolvida no processo, elaboração do produto, processo de fabricação e remuneração da mão de obra, todo o processo é importante para caracterizar a produção como *slow*.

Imagem 8: Tipos de moda mais sustentáveis.



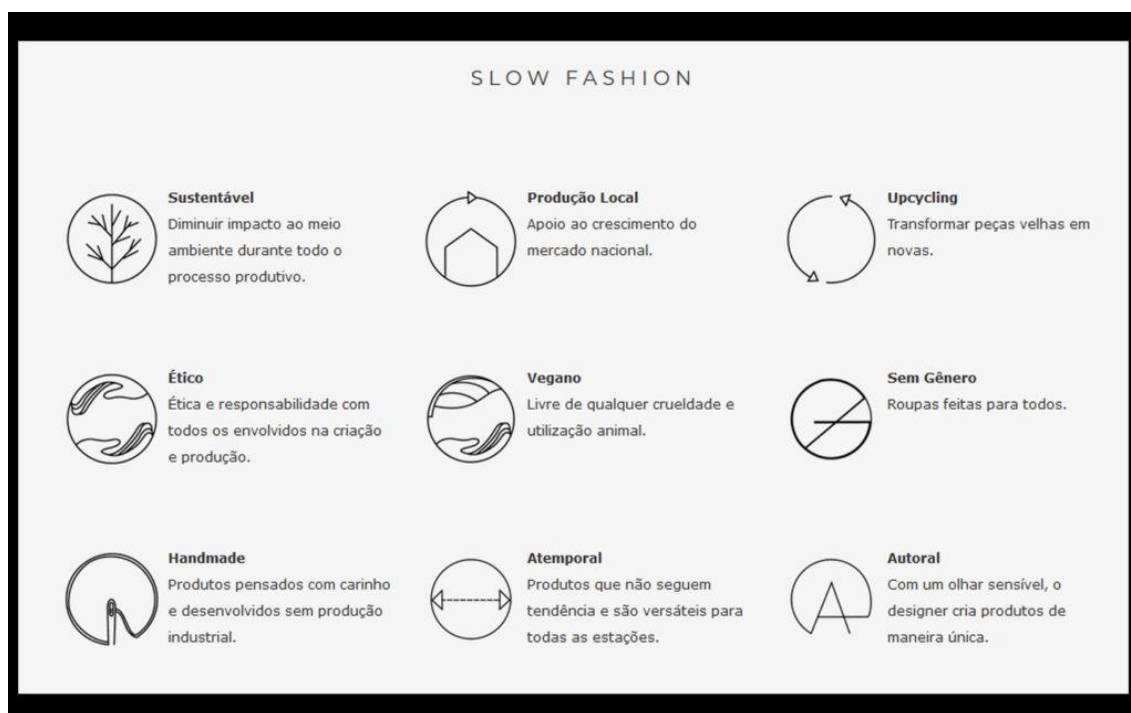
Fonte: Moda ética para um futuro sustentável. (2014)

A moda *Slow fashion* ainda é uma parte pequena quando considerado o todo como mostra a imagem acima que ilustra o sistema da moda. Ainda assim, é uma movimentação importante para o mercado e o desenvolvimento de um pensamento mais ecologicamente correto por parte dos consumidores em geral.

Vale ressaltar a importância em transmitir ao grande público consumidor o verdadeiro custo da moda barata produzida pelo esquema *fast fashion* e reforçar a importância de se financiar a moda engajada nos preceitos sustentáveis e ajudar o consumidor a se informar com relação a essas práticas. Além disso,

eles devem continuar a enfatizar as práticas responsáveis do movimento *slow fashion* e as contribuições para a sustentabilidade e uma reorientação do *fast fashion* para tipos mais sustentáveis de design, *sourcing*, produção e marketing. As políticas governamentais, órgãos da indústria e outras partes interessadas devem trabalhar com a indústria para destacar as vantagens da moda lenta, enquanto desencoraja os excessos da moda rápida.

Imagem 9: Características que configuram o movimento Slow Fashion.



Fonte: Site Powerlook.

De acordo com a ilustração acima, podemos entender algumas definições de práticas sustentáveis que caracterizam o movimento *Slow fashion*:

Práticas sustentáveis -Diminuição dos impactos ao meio ambiente durante o processo produtivo

Práticas Éticas - Responsabilidade com todos os envolvidos no processo.

Práticas *Handmade* - Produtos feitos à mão, com carinho e zelo.

Produção Local – Utilizar o que temos em território nacional, principalmente de alguma comunidade local.

Produção Vegana – Sem qualquer utilização de animais seja na composição ou nos testes.

Produtos Atemporais - Não priorizam tendências, são versáteis e se aplicam a diversas estações do ano.

Produtos *Upcycling* - São itens reconfigurados, vão de antigos a novos com algumas alterações.

Produtos Agênero - Vão bem para pessoas, sem distinção de gênero.

Design Autoral – O designer cria sobre sua perspectiva, de maneira singular.

Desta forma, podemos perceber que o movimento *slow fashion* abrange uma série de práticas que podem ajudar na concepção sustentável para o produto de moda. Ainda que se trate de criação de um novo produto, trata-se de uma conscientização tanto por parte do criador quanto do consumidor possibilitando uma moda mais lenta e atenta as reais necessidades de seu público consumidor que valoriza qualidade, durabilidade e respeito de todos os envolvidos no processo.

1.3 Upcycling

Partindo da tradução da palavra, trata-se de elevar o ciclo, ou seja, estender a vida daquela peça dando uma nova proposta de configuração ou de uso, agregar

valor ao que já existe de forma que promova um *upgrade* em seu potencial, seja no visual ou na usabilidade para um determinado indivíduo.

O fundamento dessa técnica consiste na utilização de materiais que estejam com a sua vida útil em declínio, ou seja, em processo de obsolescência real ou percebida seja na forma, função ou mesmo por seu dono não conseguir mais perceber valor naquela peça. (p.BERLIM, 2012).

Trazer nova vida, reformular, melhorar são algumas das características basilares no processo que envolve o *upcycling*. É importante destacar que no decorrer do processo criativo, onde em muitos casos ocorre de maneira espontânea, a aplicação da técnica deve ser algo pensado previamente, pois é necessário ter o mínimo de conhecimento sobre cor, texturas, caimento de tecidos, tipos de modelagens, corte e costura além de um bom senso estético que será fundamental para elaboração das peças e mistura dos materiais. Esta é uma das técnicas abordadas no escopo deste trabalho.

Uma marca que trabalha muito bem o *upcycling* é a Ventana, que utiliza essa técnica como base para a criação de quase todas as suas coleções, a marca gosta de trabalhar muito com o *rework*¹ também.

¹ [*rework*](#), trata-se de um retrabalho, ou seja, a peça é modificada para ter um novo design, um novo significado.

Imagem 10: Vestido elaborado a partir de retalhos de catálogos de sofá.



Fonte: Instagram Ventana, 2020.

O vestido da imagem acima é uma das peças da marca Ventana e foi elaborado a partir de retalhos de catálogos de modelos de estofado de sofá. Aqui o tecido

foi reaproveitado, a partir de recortes que juntos se transformaram na forma de um vestido, dando uma nova chance de vida ao que seria descartado.

Imagem 11: Camisa Vestido, trabalho de *rework*.



Fonte: Instagram Ventana.

A camisa de botão *oversized* acima, também da marca Ventava, foi reconfigurada para ser um vestido curto ou mesmo uma blusa longa. Foi utilizada a técnica de costura com lastex² na parte de inferior.

Um outro bom exemplo de marca de moda que pratica o *upcycling* é a Patagonia. Em escala industrial, a marca tem pontos de recolhimento de itens usados da marca que são utilizados para fazer novos produtos. Eles têm um programa de

² Trata-se de um fio elástico que confere elasticidade a peça, dando um efeito de sanfona.

recompensas para estimular os consumidores a participarem dessa iniciativa e chamam essa linha de produtos elaborados a partir do *upcycling* de *recrafted*. Sendo assim, projetaram alguns modelos que incluem sacolas, jaquetas, coletes e camisetas. A marca fez parceria com uma empresa de Los Angeles chamada Suay Sew Shop, que tem expertise em *upcycling*, para fabricar as peças. (Fast Company, 2021)

Imagem 12: T-shirt da linha *ReCrafted*, marca Patagonia.



Fonte: Fast Company (2019).

A imagem acima traz uma t-shirt elaborada a partir do aproveitamento de outras peças da marca que seriam descartadas.

Imagem 13: Colete da linha ReCrafted, marca Patagonia.



Fonte: Fast Company, 2019.

Já o colete foi elaborado a partir do aproveitamento de outras peças da marca que seriam descartadas.

Sabemos que a técnica de *upcycling* está em processo de implementação, mas constatar que já é uma realidade tanto no território nacional quanto internacional, em pequena e grande escala traz uma grande satisfação. Ainda há um longo caminho a ser percorrido, iniciativas como a da Patagonia ainda tem caráter de exceção no mercado, mas mostra que é possível sim basta se organizar e inovar.

1.4 Redesign

Desconstruir para reconstruir, Brezet e Rocha (2001) esclarecem que no processo de *redesign*, o conceito do produto continua o mesmo, porém os seus componentes são melhorados de acordo com critérios, como: utilizar materiais

não tóxicos; considerar o uso de materiais reciclados e recicláveis; facilitar a desmontagem do produto; o reuso dos componentes; a redução de energia, entre outros. É um processo que requer paciência e apego estético. Já que se trata mais de um processo de reforma que de criação de algo totalmente novo, o *redesign* permite pequenas alterações. Geralmente são peças com alguma ligação emocional entre o dono e a simbologia que aquela roupa tem. Considerando os ciclos da moda, não é um problema a questão do estilo.

O *redesign* refere-se à criação de peças com base naquelas já existentes, ou seja, uma readequação em vista da modernização. Pode acontecer com a troca de detalhes como botões, aviamentos e acabamentos, assim como, à remodelagem, que pode ser feita com o aproveitamento de peças diferentes. (Bemglo, 2018)

Os conceitos são similares ao *upcycling* aproveitam peças que estão sem uso ou que seriam descartadas por seus donos. Logo, podemos perceber que a diferença entre elas é que no *upcycling* a peça é totalmente alterada, muitas vezes são criadas a partir de duas ou mais peças, são adicionados aviamentos, mistura-se tecidos e diversas técnicas enquanto no *redesign* há uma intenção de preservação e pequenas alterações visando melhoramentos.

Muitas são as possibilidades para fazer uma moda mais sustentável, consciente e viável a longo prazo, mas como toda grande mudança é preciso esforço e nesse caso um esforço coletivo, partimos da conscientização da população através da informação e disseminação da ideia de que aproveitar é bom, reformar é bom, consumir com consciência e de acordo com a necessidade é bom! Criar, recriar e cocriar traz personalidade e singularidade aos produtos de moda.

2. Estudo das marcas de inspiração

Através de pesquisa exploratória foi possível fazer o levantamento de dados das marcas de moda que foram selecionadas como fonte de inspiração para a construção deste trabalho. São elas: Argalji que apresenta uma essência pouco convencional e a Ventana, que nasceu do *upcycling*. A escolha das marcas ocorreu da união do estilo estético da Argalji, levando em consideração os shapes e visual explorados pela marca, unidos a proposta de fazer uma moda mais sustentável e que trabalha com *upcycling* como a marca Ventana, explorando técnicas de aproveitamento para desenvolver uma coleção autoral de moda sustentável.

ARGALJI

A marca de moda homônima da designer e modelista Monique Argalji, está no mercado desde 2019, tem um design maximalista, explora muito os volumes e apresenta uma moda que tem um equilíbrio entre o comercial e conceitual. Suas coleções são pequenas capsulas, algumas parcerias e criações para pessoas ou ocasiões específicas, Monique não visa distribuição em larga escala, seu estilo está mais para a produção de um ateliê, inclusive seu escritório/ateliê funciona em casa, no jardim botânico, Rio de Janeiro. Integrante do projeto Novos Designers, do Shop2gether, Monique já desenhou uma linha gráfica e de *patchworks* feita a quatro mãos com a NK Store, de Natalie Klein, e lançou uma coleção com a multimarcas Pinga, de Catharina Johannpeter e Gabriella Paschoal, com pegada resort e foco na lycra. (Vogue, 2022)

Para esta coleção desenvolveu aproximadamente 60 peças de *beachwear* urbano, que são produtos que podem ser usados além da praia, criadas com a matéria-prima que ela conseguiu nos estoques da fábrica de moda íntima da sua família, a Duloren, fundada por seu avô Marco em 1962. (Vogue, 2022) Seu trabalho em geral não é definido como sustentável, mas em entrevistas como

esta que deu a revista de moda vogue ela admite ter usado materiais que estavam parados em estoque, sem nenhum uso. Conta também que seus tecidos favoritos são a seda, o linho e o tafetá. Monique conta que é adepta do *upcycling*, mas sua justificativa não se baseia num discurso sustentável e sim no fato de não ter um grande orçamento.

A marca tem o hábito de explorar as referências de moda dos anos 80. Suas coleções apresentam muitas mangas bufantes super dimensionadas, assimetria, drapeados, gosta muito de paetês, tecidos brilhosos e estruturados como o tafetá. Costuma usar e abusar do maximalismo e não tende a ser muito convencional. A seguir algumas peças que representam a estética da marca.

Imagem 14: Top Bufante moulage.



Fonte: Argalji, 2021.

Cropped top com mangas maximalistas e fecho nas costas. A peça não possui especificações de que foi desenvolvida a partir de tecidos usados, o que quero explorar é como a modelista manipulou o tecido de forma que criasse esse volume exuberante e imponente. O foco deve ser o estilo e inspirações da década de 80 que são constantemente exploradas pela designer.

Imagem 15: Conjunto *patchwork*



Fonte: Argalji, 2021.

Conjunto elaborado a partir da técnica do patchwork, que consiste em criar uma colcha de retalhos, formando assim um novo tecido. Modelagem com mangas bufantes, característica da marca, que gosta de exagerar nos volumes principalmente nos membros superiores. E uma mini saia reta no mesmo tecido.

Imagem 16: Top rosa spike + Calça franzida tafetá.



Fonte: Argalji, 2021.

Top rosa com *spikes*, modelo tipo soutien com parte dos seios formada por uma rosa modelada em tecido. Calça *jogger* em tafetá.

É possível perceber que a marca não apresenta um estilo muito comercial, usa e abusa de volumes e *shapes* superdimensionados, o que dá forma a construção de um dna³ muito forte e facilmente reconhecível mesmo que a marca esteja ainda construindo uma trajetória, eu acredito que já se enquadra nos novos formatos, não trabalha com coleções, sua produção é majoritariamente sob

³ DNA Atributos relacionados a marca que constituem sua essência e singularidade.

demanda e a venda ocorre pelo seu site, multimarca ou feiras em que a marca participa. Tem um pé no aproveitamento e valoriza os processos, faz uma produção sem pressa e que evita os desperdícios.

VENTANA

É uma marca brasileira que nasceu do *upcycling*. A trajetória da sua fundadora Gabrielle Pilloto, começou pelo interesse que tinha em brechós, inclusive foi o empreendimento que veio antes, antecedendo a criação da sua marca voltada para o *upcycling*. A marca nasceu em 2012, em entrevista ao FFW Gabrielle disse, “Nosso propósito é fazer moda a partir do excesso, do que já está no mundo. Criar somente produtos feitos com materiais descartados”. Existem muitas formas de se fazer moda, para ela seu processo passa por criar novas histórias, desmontar e remontar e assim estender o ciclo, trazendo novo sentido e forma. Desmontar para recriar, como a marca gosta de usar em seu discurso: Não existe destino final, faça ser cíclico.

A marca trabalha muito com o lastex, camisaria, sarja, jeans, colchas de sofá e mantas, gravatas, as possibilidades são diversas. Em seu discurso afirma que objetiva, através do processo criativo desacostumar o olhar ao óbvio e transformar peças e tecidos do cotidiano em arte. (Ventana, 2022)

Em sua coleção mais recente fez uso do *rework*, termo bem similar ao *upcycling*, mas consiste em intervenções mais sutis, funciona como um retrabalho, em português. Abaixo seguem algumas peças da marca para que possamos entender a sua proposta estética.

Imagem 17: Camisa *Rework* elástico.



Fonte: Ventana, 2022.

Camisa social *cropped* com elástico. Considera-se *rework* porque poucas intervenções foram feitas, um corte alterando o comprimento e aplicação de elástico na barra.

Imagem 18: Blusa Polo regulagem, *rework*.



Fonte: Ventana, 2022.

Blusa polo com franzido nas laterais e utilização de cadarço para regulagem no acabamento da bainha.

Imagem 19: Calça alfaiataria lã *Rework*.



Fonte: Ventana, 2022.

Calça social de lã com aplicação de ilhós e cadarço nas laterais. Blusa *cropped*, *redesign*.

A parceria entre a marca Ventana e Aluf surgiu da necessidade que a marca tinha em fazer com que algumas peças únicas de seu estoque ganhassem nova vida. A marca não trabalha com liquidações e queria ressignificar alguns produtos trazendo um novo olhar para suas coleções com o objetivo de torná-las mais atrativas. Foram um total de 30 peças criadas nessa parceria. Á seguir podemos conferir algumas peças que foram fruto desta parceria. (Revista Exame, 2021)

Imagem 20: Blusa Blazer, Ventana + Aluf.



Fonte: Ventana, 2022.

Peça desenvolvida em parceria com a marca Aluf, anteriormente era um blazer que foi reformulado para virar essa peça que pode ser usada como blusa ou mini vestido.

Imagem 21: Conjunto alfaiataria, parceria Ventana + Aluf.



Fonte: Ventana, 2022.

Blazer que virou duas peças, top *cropped* e mini saia.

Imagem 22: Top Sanfona, Ventana + Aluf.



Fonte: Ventana, 2022.

Top sanfona, elaborado a partir de resíduos de outras peças. Calça com mistura de jeans e sarja

Imagem 23: Turtle neck sanfona, *rework*.



Fonte: Ventana, 2022.

Blusa gola alta com aplicação de elástico na parte da cintura, o que traz um novo visual, trata-se de *redesign*. Calça com aplicação de elástico na cintura e adição de alguns aviamentos como alfinetes no cócs que não estão evidentes nesta foto.

Imagem 24: *Cropped top sanfona, upcycling e saia alfaiataria, rework.*



Fonte: Ventana, 2022.

Cropped top sanfona, elaborado de uma blusa e saia alfaiataria *rework*, que era uma calça que foi reconfigurada para ser saia, trazendo um novo visual ao que possuía avaria.

Imagem 25: Corsets Gravata.



Fonte: Ventana, 2022.

Mini coleção de *corsets* elaborados a partir de gravatas masculinas.

Imagem 26: Mini coleção colaborativa com a marca Brocki.



Fonte: Ventana, 2020.

Blazers reconfigurados, assimetria e mistura de duas peças para formar um conjunto de saia e mini blazer.

Imagens 27: Esboços + conjunto



Fonte: Ventana.

Podemos concluir, portanto, que a marca Ventana utiliza bastante da técnica de costura que gera o efeito sanfona, que consiste em aplicar elástico à roupa para dar o efeito franzido que podemos ver no top caqui, na *turtle neck* e no top tomara que caia mostarda. Gabrielle, a designer utiliza também bastante cadarços, como podemos observar na blusa polo bege, na calça social cinza, entre outras peças não listadas aqui. Como base para seus projetos utiliza muitas peças sociais como camisas, calça de alfaiataria, blazers, gravatas, etc. Utiliza também muitas peças de malha em seus projetos. Utiliza também muitas peças em jeans e sarja.

2.1 Público e suas características

O caminho para desvendar o público real de uma marca nem sempre é fácil, ainda mais para uma marca que nasceu com intuito de promover e trabalhar com uma concepção diferente da maioria das marcas de moda, o segmento moda sustentável ainda tem um longo caminho a trilhar. Em contrapartida, a pandemia teve um impacto significativo nas concepções das pessoas em geral, que se viram obrigadas a repensar a vida e conseqüentemente sua relação com o consumo. Acarretou em um aumento significativo das compras online, e também, impactou na forma como as pessoas consomem, o cliente hoje em dia está muito interessado em se informar sobre a origem do que compra, como é feito, por quem etc.

Em entrevista feita por Luiza Jobim (2021), para seu trabalho de conclusão de curso, com Gabrielle Pilloto, dona da marca Ventana, foi questionado o perfil de público da marca e a entrevistada admitiu que não sabe ao certo, mas que quando pensa sobre esse público idealiza que são pessoas que buscam mudanças na moda, que refletem sobre onde e de quem estão consumindo. E que a certeza que tem é que a maioria é composta por mulheres, na faixa de 17 à 36 anos. (JOBIM, 2021)

Na mesma entrevista, quando questionada em relação ao processo e tempo de produção, Gabrielle afirma que não é engessado. Passa pelo garimpo das peças e posterior armazenamento em seu *ateliê*, onde as peças são penduradas para melhor visualização, e a partir daí vai pensando e montando. Conta que priorizava adquirir peças no tamanho médio, mas que hoje em dia fica mais atenta e procura variar porque quer atender a diversos tamanhos. (JOBIM, 2021)

Com relação ao trajeto criativo, Gabrielle explica como acontece com ela. Recebemos informações o tempo todo e de toda parte de forma física ou virtual e que em decorrência disso suas peças são resultado de suas experiências. De toda forma possui uma pasta com referências, faz alguns desenhos, e conta

sobre as músicas que gosta de ouvir e da forma como cria figurinos que dialoguem com elas. No geral não existe um único caminho, há possibilidades. Gabriele também conta sobre uns projetos mais extensos como os *corsets* de gravatas e as peças com utensílios de casa que são trabalhos mais extensos e que gosta de criar todo um enredo, diferente dos *drops* normais. (JOBIM, 2021)

Pesquisando sobre o público na rede social, *instagram*, principal canal de comunicação da marca com seus consumidores e admiradores, foi possível perceber que o público que consome a marca se importa com questões ambientais, muitos são ligados ao veganismo ou causas de cunho feminista. A maioria é de mulheres, e também, atinge o público LGBTQIA+. Suas áreas de atuação profissional são marketing, design, *styling*, áudio visual, fotografia e empreendedorismo. Em resumo, artes visuais e comunicação. Podemos concluir que são pessoas mais informadas e conscientes das mudanças que vem ocorrendo no mundo com relação a forma de se consumir. Grande parte das pessoas pesquisadas são de Curitiba, capital do Paraná e local de origem da marca.

Já na marca Argalji o público é um pouco diferente. Pesquisando sobre o público na rede social, *instagram*, é possível ter uma boa noção do seu *lifestyle*. Essas pessoas consomem arte, gostam de viajar, frequentar bons restaurantes e festas com pessoas influentes. São influenciadores digitais, donas de marcas já conceituadas no mercado, pessoas ligadas ao meio da moda como por exemplo, editoras de revistas de moda, apresentadoras, produtoras de moda, *stylist* e bastante pessoas famosas. Seu público consome marcas que se configuram no segmento de luxo. A marca participa de diversos editoriais de moda em revistas como Vogue, Glamour, Elle, Harper's Bazaar onde veste celebridades em geral e participa de matérias de revista onde a marca e sua fundadora Monique Argalji são o foco.

De acordo com a coleção atual da marca, suas peças variam de R\$680,00 a R\$2880,00 reais. Argalji vende também através do site Shop2gether, na seleção de novos designers. Na Pinga Store, e na Gallerist duas multimarcas no Rio de Janeiro, São Paulo e *ecommerce*. No Rio vende também na Casa Soma.

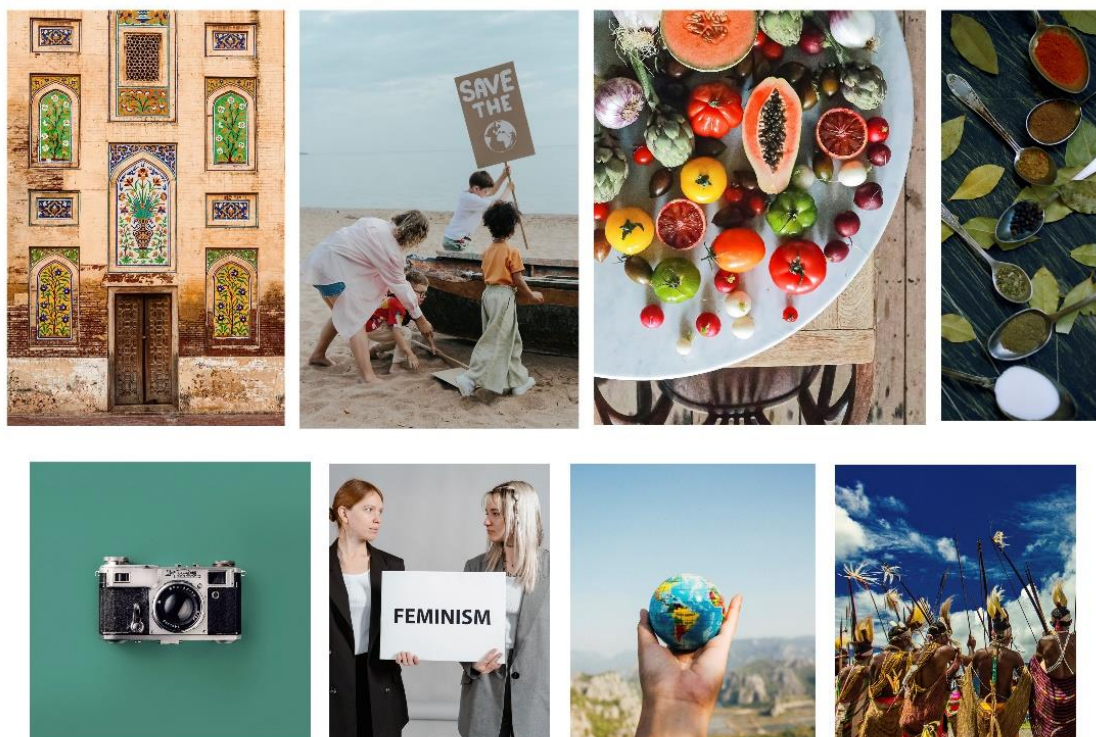
Os interesses dos públicos das marcas apresentadas são relativamente distintos, porém, possuem alguns pontos em comum como a valorização da arte, cultura, processo de construção dos produtos, valorização da mão de obra e a busca pela diferenciação. Já com relação a faixa etária ambas as marcas abrangem um público similar. A partir destes dados, vamos explorar as características apresentadas neste capítulo, para o processo de criação da coleção autoral que será apresentada ao final deste projeto de pesquisa.

2.2 Definição do público alvo

A coleção deste projeto vai trabalhar com a técnica do *upcycling*, *redesign* e *rework* para criar peças novas, cheias de informação de moda e capricho para ajudar a fomentar a ideia de que podemos e devemos repensar nossa relação com o consumo e o desperdício que geramos quando vivemos apenas para adquirir itens novos. Valorizando o retrabalho e tendo como base peças que de alguma forma não fazem mais sentido em serem como são, é melhorar o que não faz mais sentido de ser. Para isso, iremos unir o estilo criativo da marca Argalji, que explora *shapes* super dimensionados, babados, mangas bufantes e até mesmo paetês e tecidos acetinados, uma moda bem anos 80. Para criar uma coleção de moda sustentável tendo como base a técnica do *upcycling* muito bem utilizada pela marca de moda Ventana, que utiliza peças antigas, tanto femininas quanto masculinas, utensílios do lar como cortinas, roupas de cama etc, para criar peças novas com informação de moda e totalmente repaginadas, remunerando de forma justa os funcionários e difundindo a ideia do consumo de itens que seriam descartados.

Logo, a partir da análise do público das marcas mapeamos o público alvo da coleção autoral elaborada para o projeto, como mulheres jovens engajadas em fazer do mundo um lugar melhor praticando atitudes que fomentem a desaceleração do consumo desenfreado, dando lugar para um processo calmo, assertivo e sustentável, desenvolvendo peças únicas e autorais. São socialmente conscientes, e caracterizadas por consumidoras de moda que valorizam, não só o processo de criação dos produtos, mas também, uma produção mais lenta de peças que traduzem valores desde a idealização, passando pelo processo de construção, finalização e uma posterior manutenção dessa relação entre cliente e marca.

Imagem 28: Pannel de público alvo



Fonte: Compilado pela autora, 2022.

O público acredita que nós somos agentes das mudanças que queremos ver no mundo e nas pessoas. Segundo a plataforma de pesquisa de tendências e comportamento do consumidor, WGSN,2020 as pessoas estão buscando cada vez mais analisar os valores das marcas antes de comprar, priorizando aquelas que possuem uma visão de mundo similar as suas. Sentem-se empoderados e propensos a tomar suas decisões de compra baseadas em valores éticos, responsáveis e se preocupam com os impactos sociais. Portanto, valoriza práticas artesanais e peças antigas, que contam uma história. Acredita e pratica ações como limpeza das praias, reciclagem, diminuição do uso de descartáveis, desaceleração do consumo de itens novos entre outras práticas de cunho social e ambiental. É constituído por jovens mulheres, possivelmente mães que adotam uma postura feminista e igualitária, acreditam que podem contribuir para criar um futuro melhor para seus filhos. Amam viajar e viver experiências com diferentes culturas, aproveitam para registrar tudo de forma analógica. Praticam exercícios, preferencialmente ao ar livre e prezam por uma alimentação saudável e livre de agrotóxicos. Procuram viver a vida de forma leve, são pessoas que buscam o autoconhecimento e estão sempre bem informadas. Eventualmente vão a festas, mas independente disso gostam de estar bem vestidas e comunicando quem são através de suas roupas e atitudes.

2.2.1 Persona

De acordo com o site ecommerce na prática (2019) persona, é um termo utilizado para definir o personagem criado para representar tipos de clientes, ou seja, uma idealização fictícia de usuário e cliente, o que facilita o entendimento de comportamentos e personalidades. Tal definição auxilia no processo de estabelecimento de um relacionamento, diálogo, mais assertivo com esse grupo de pessoas. A partir do momento que o profissional de marketing, relações

públicas e principalmente o time de vendas entende essa persona consegue se comunicar através das mesmas visões de mundo, prioridades e necessidades do cliente. Isto faz com que ambos, cliente e profissional de venda/marketing, dialoguem tendo como base os valores do indivíduo.

Imagem 29: Persona



Fonte: Compilado pela autora, 2022.

A persona definida para a coleção feminina autoral deste projeto de pesquisa é Paola Brasil, formada em design gráfico e fotografa por paixão, trabalha de forma autônoma, possui 31 anos e um filho de três anos, vive com seu companheiro há seis anos. Paola mora no Rio de Janeiro, no bairro de Santa Teresa, como boa carioca ama frequentar a praia, de preferência bem cedinho pois é uma pessoa um pouco reservada e não gosta de lugares muito cheios. Suas paixões são viajar, ler, passar tempo de qualidade com os amigos e família, fazer alguns

passeios culturais e registrar tudo que detém sua atenção com a câmera analógica. Acredita que a moda é veículo de comunicação e protesto, por isso escolhe suas peças com muita atenção e busca respeitar os processos.

3. Curadoria de materiais e análise das técnicas de reaproveitamento

Para o desenvolvimento dessa coleção cápsula trabalhamos com peças acabadas, tais como: camisas masculinas e femininas, blazers e vestidos. Foram utilizados alguns aviamentos adicionais descritos no decorrer do capítulo. Para o desenvolvimento desta coleção mapeamos algumas técnicas que são comumente utilizadas por marcas que já trabalham com o *upcycling*.

3.1 Estudo de técnicas e materiais utilizados

Hoje quando pensamos em trabalhar com o *upcycling* nos deparamos com diversas opções de técnicas que podem ser utilizadas nos mais diversos tipos de tecidos. Dentre elas vamos ver algumas utilizadas por marcas mencionadas no decorrer desta pesquisa e algumas outras que também trabalham com a técnica.

Imagem 30: *Moodboard* inspiracional sobre técnicas de *upcycling*



Fonte: Compilado pela autora, 2022.

Analisando as referências apresentadas no painel acima, entendemos que o *patchwork* é uma técnica que utiliza alguns pedaços de tecido para formar um tecido maior que poderá ser utilizado na criação de outras peças. Já a costura com lastex é bastante utilizada pelas marcas que trabalham com *upcycling* em geral, pois possibilita novas construções, e até mesmo, reconfigurações de peças do vestuário. Esta técnica com o látex pode ser utilizada em diversos tecidos. Tem também, a costura aparente que é a técnica que utiliza costuras expostas feitas na máquina overlock para unir as partes do tecido, que além de ser uma opção funcional traz estilo para os produtos de moda. Por fim, destacamos outros recursos também apresentados no painel com a utilização de alguns aviamentos como ilhós, cadaços e correntes que são inseridos tanto por necessidade, quanto para dar um novo visual as peças.

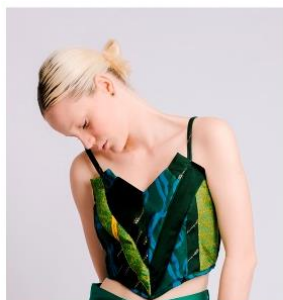
Imagem 31: Possibilidades com peças de alfaiataria.



Fonte: Compilado pela autora, 2022.

Peças de alfaiataria são reconfiguradas para um novo formato. Neste painel temos dois maxis blazers reconfigurados para formar um conjunto composto por um blazer *cropped* e mini saia (figura 1), botões foram reposicionados e partes do blazer foram utilizadas para estender o comprimento da saia. Também foram adicionados alguns detalhes como ilhós e correntes no segundo conjunto (figura 2). A terceira peça (figura 3) é a parte inferior de um blazer transformado em um *cropped* com acabamento de *corset* nas costas. A marca Brocki fez da camisa social (figura 4) preta um *cropped* social com decote nas costas.

Imagem 32: Possibilidades inusitadas



Ventana



Brocki



Brocki



Ventana



Brocki

Fonte: Copilado pela autora, 2022.

No painel a cima a marca ventana utilizou gravatas para criar *corsets* enquanto a Brocki utilizou peças de sarja, corrente, ilhós e cadarço. Ambas as marcas utilizaram mantas para formar conjuntos de *cropped* e saia.

3.2 Materiais escolhidos para o processo criativo da coleção

Para o desenvolvimento desta coleção de moda sustentável que tem como base a técnica do *upcycling* foram utilizadas camisas sociais masculinas *oversized*, camisas femininas, vestidos e blazers. Todas as peças escolhidas como matéria-prima para a coleção são usadas, algumas foram adquiridas em brechós, outras herdadas de algum membro da família e outras vieram de desapegos beneficentes.

Imagem 33: Peças selecionadas para o desenvolvimento da coleção.



Fonte: compilado pela autora, 2022.

A base de peças para criação foi em maioria camisas, dentre essas a maioria é masculina e em tamanhos grandes, vão desde o tamanho 1 até o tamanho 5. Somente duas das camisas são femininas, uma listada preto e cinza, tamanho p

e uma verde tamanho m, as demais peças são vestidos, sendo o estampado no tamanho p e o de renda no tamanho g e blazers, sendo o preto no tamanho médio e o areia no tamanho p como apresentamos no painel acima. A cartela é predominantemente azul em tons diferentes, algumas peças são na cor preta, cinza, areia, verde, amarela e rosa. A estampa predominante é o listrado, duas peças na estampa *vichy*, um vestido floral *liberty* e um *kaftan*(vestido) de renda. O critério utilizado para seleção dos produtos foram camisas sociais e algumas peças que estavam sem uso, as cores coordenam entre si. E para o desenvolvimento das modelagens foi escolhida a tabela de medidas que segue abaixo.

Imagem 34: Tabela de medidas

TABELA DE MEDIDAS (em centímetros)

	36	38	40	42	44	46
BUSTO	80	84	88	92	96	100
CINTURA	62	66	70	74	78	82
QUADRIL	88	92	96	100	104	108
OMBRO	12,5	12,5	13	13	13,5	13,5
PESCOÇO	33	34	35	36	37	38
DIST. BUSTO	18	19	20	21	22	23

	P	M	G
ESTATURAS APROX.	158	163	170
ALTURA JOELHO	56	58	60
ALT.FRENTE/DECOTE	36	38	40
COMP.MANGA	58	60	62
COTOVELO	33	35	37
ALTURA GANCHO	24	25	27
COMP.CALÇA	100	105	110

Fonte: Tabela de medidas, Livro de modelagem – Rosa Marly.

3.3 Detalhamento do processo criativo

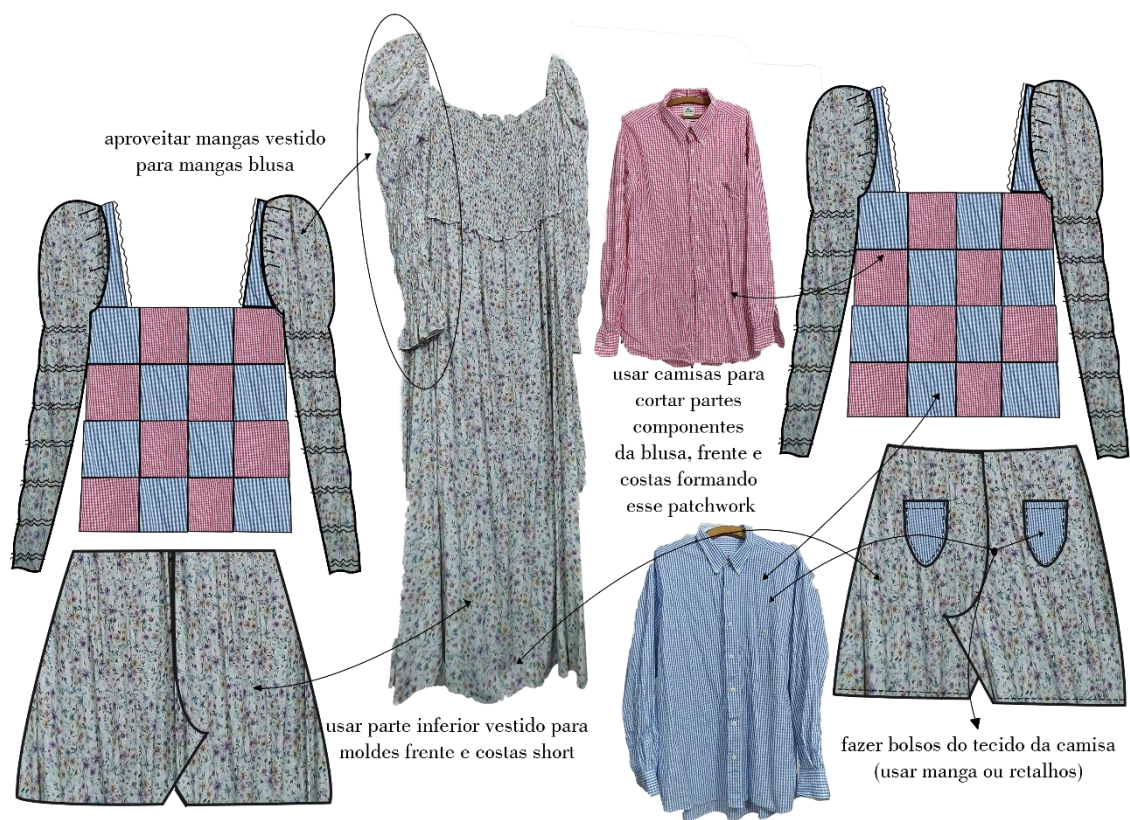
O processo criativo ocorreu de forma bastante intuitiva, o ponto de partida foi a pesquisa de técnicas. Seleccionamos o que as marcas que trabalham com o *upcycling* estão fazendo, depois filtramos somente as técnicas apontadas como mais interessantes, de acordo com a persona apresentada no escopo do trabalho. As peças bases são todas *oversized* ou possuem bastante tecido devido ao modelo, e em sua maioria serão desenvolvidas no tamanho 36 com exceção do protótipo que foi desenvolvido no tamanho 38.

Imagem 35: Pranchas de criação e detalhamento.





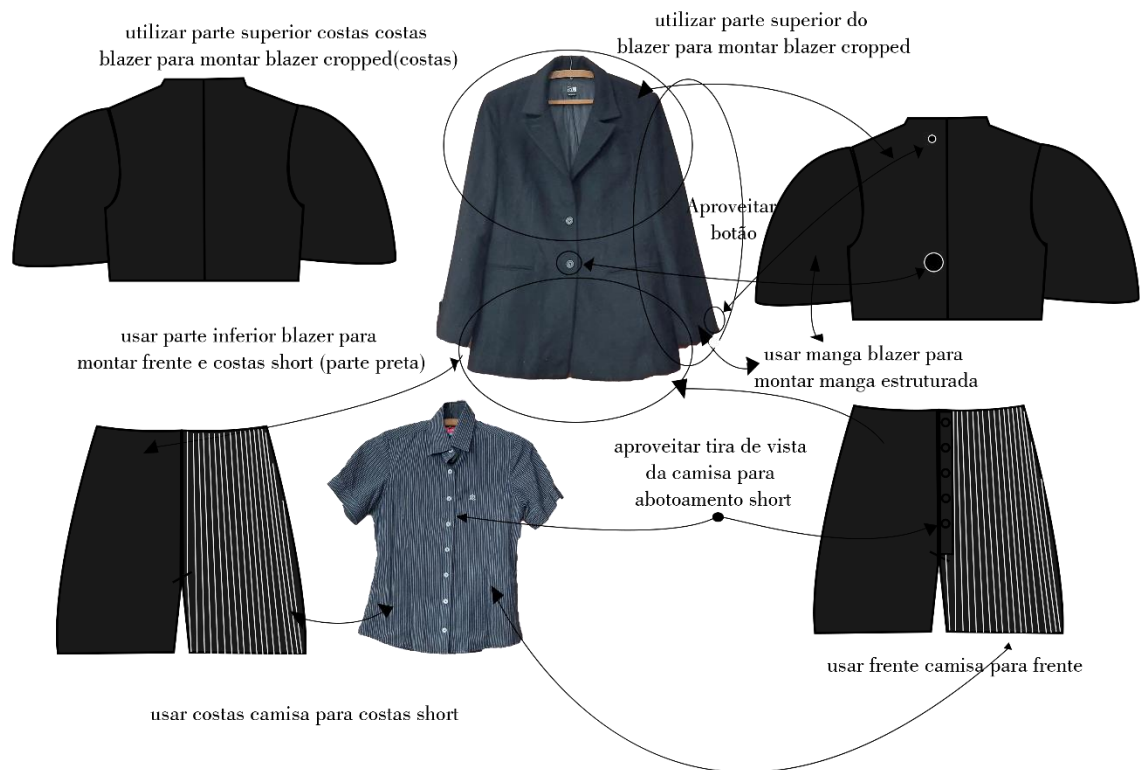


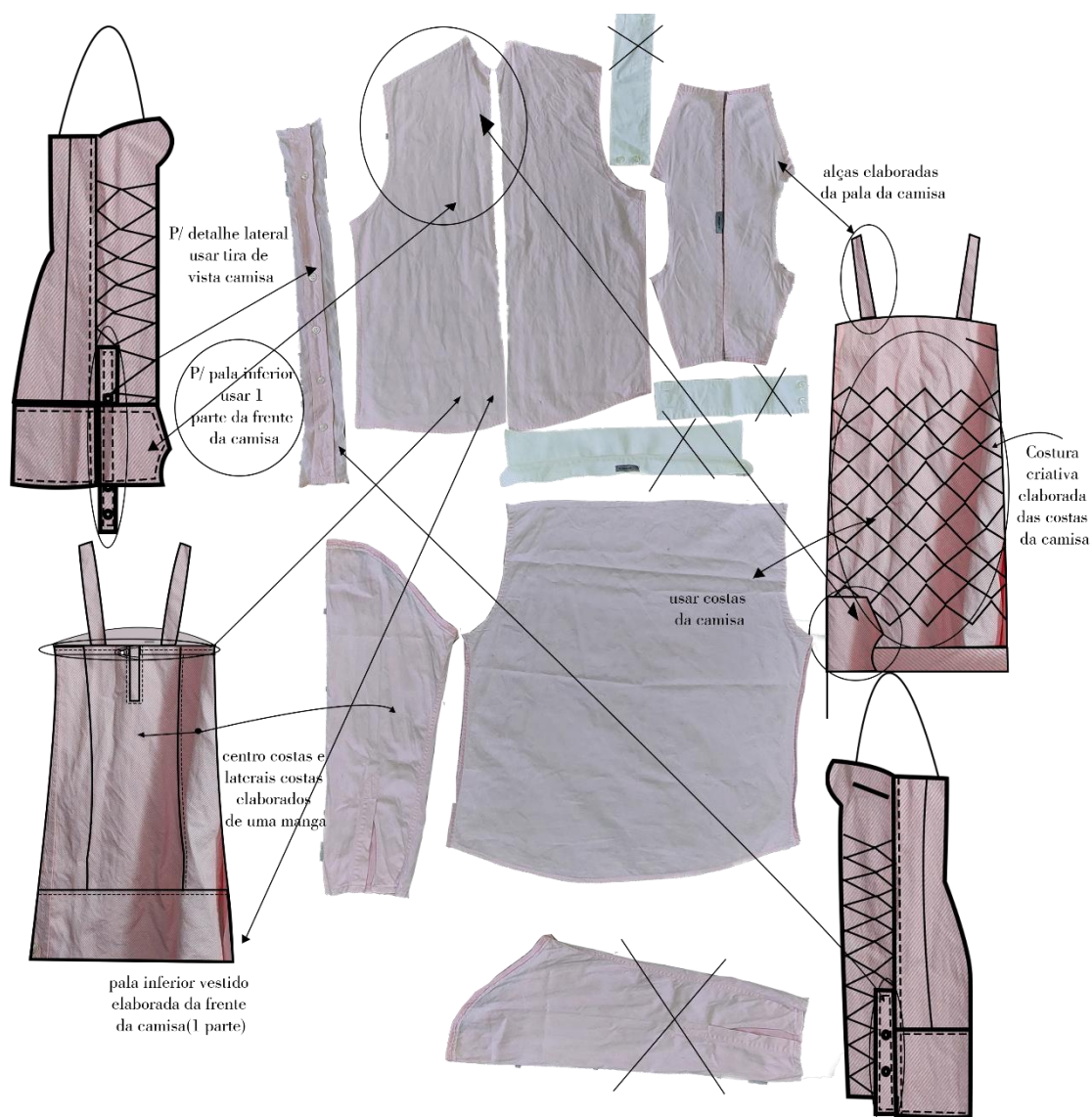












Fonte: Compilado pela autora, 2022.

4. A coleção

Este capítulo apresenta todo o desenvolvimento da coleção Conectar, contemplado todas as suas etapas desde a escolha da proposta temática, definição das formas e dos modelos, fichas de criação, prototipagem e ficha técnica.

Conectar, é uma temática que envolve o público alvo da marca, buscando uma imersão em si, reconectando-se com a natureza e explorando formas e tecidos que expõem a preocupação com o aproveitar, utilizando-se do que já possui para criar o novo, com beleza e certo conforto.

4.1 Proposta temática

A proposta temática para esta pesquisa criativa deriva do significado de conexão. Conectar, propõe olhar para si, uma imersão profunda com o seu eu interior. O processo de busca pelo autoconhecimento e reconexão com o que temos de mais simples e particular. Dar o valor que se deve as pequenas coisas do dia a dia. Tempo de qualidade com amigos e família.

Conectar vislumbra novos começos e também recomeços. Vestir é conectar-se, vestir é expressar-se de maneira singular. A nostálgica lembrança dos anos noventa (WGSN, 2022), e a busca por familiaridade e conforto são parte do *lifestyle* do nosso consumidor, que vê valor no analógico e na vida simples.

Imagem 36: Moodboard Coleção Conectar



Fonte: Compilado pela autora, 2022.

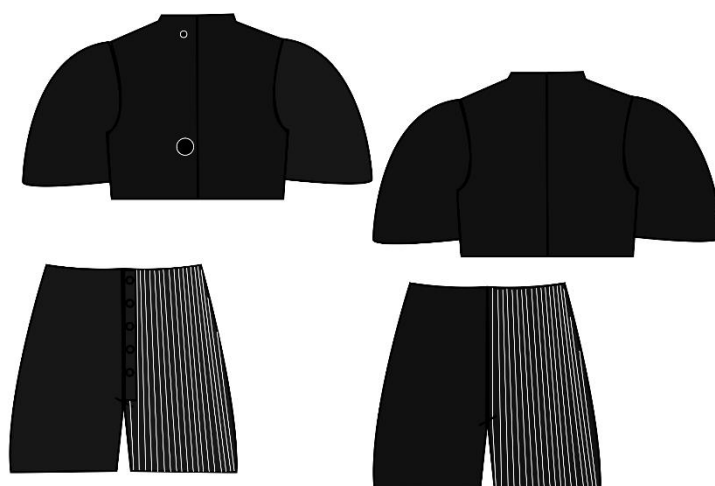
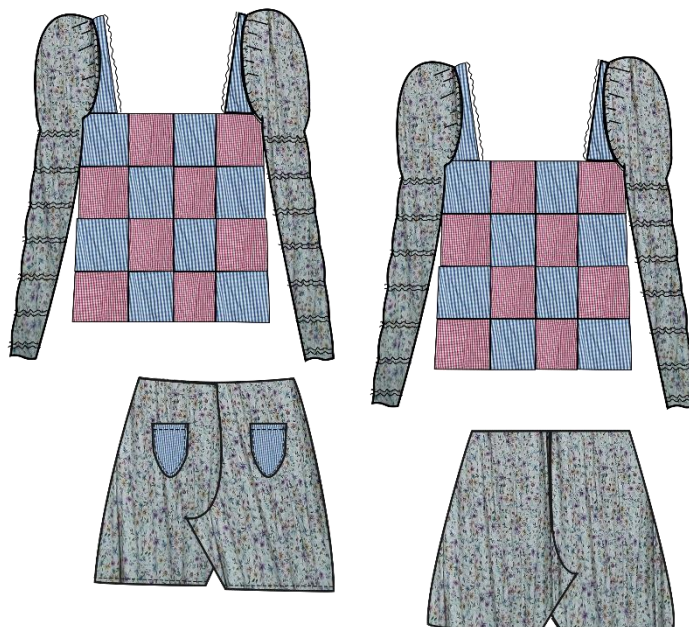
Conectar propõe ligação, união e conexão com nosso íntimo.

4.2 Definição de formas e modelos

Conectar vem para propor uma nova configuração para o que não faz mais sentido de ser como era antes, o processo passou por transformação e conexão com o seu novo usuário. Conectar veste uma mulher consciente, mas que também é apaixonada por moda e gosta de se expressar através de suas roupas.



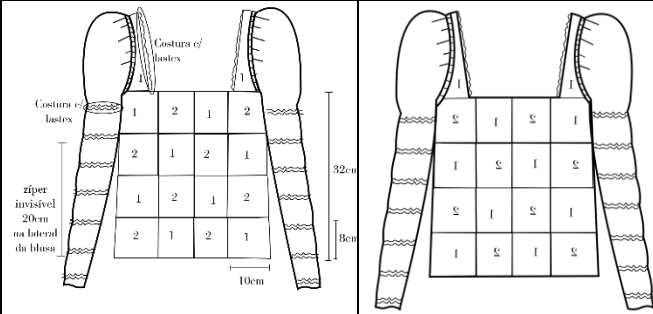
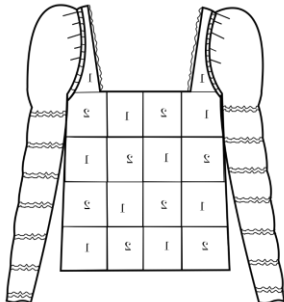




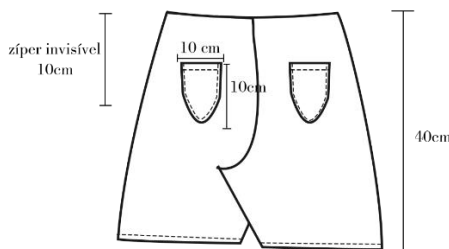
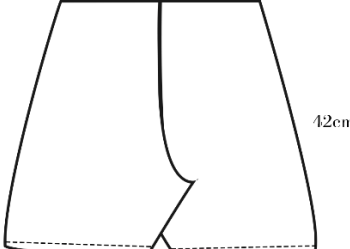


4.3. Fichas de criação (desenho técnico)

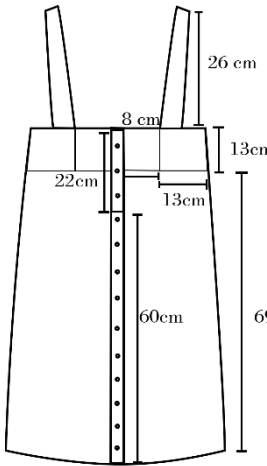
Após apresentar os modelos definidos para a coleção Conectar, seguimos com a apresentação das fichas de criação, que se caracteriza como um documento que consolida a viabilidade técnica de cada modelo projetado, contemplado a escolha de matéria-prima, aviamentos, acabamentos, definição de tamanhos e cores.

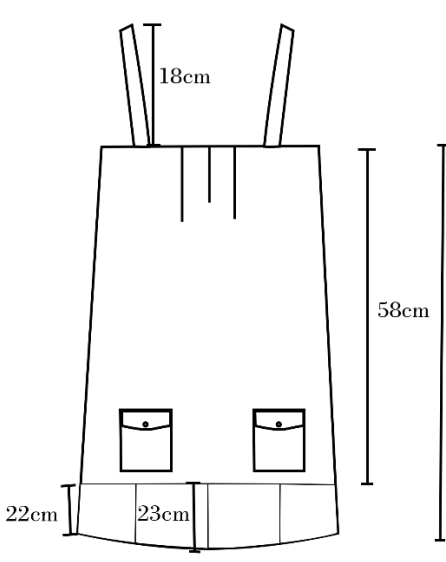
Ficha de Desenvolvimento			Referência: BL 3
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe			Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022			Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Blusa manga lastex floral liberty + pachwork vichy (pedaços cortados em quadrados que serão unidos para formar o tecido que será usado na montagem da blusa)			
Frente		Costas	Observações sobre os acabamentos
			1- Aproveitar manga do vestido para manga blusa
			2- Vichy azul claro e branco (1) tam 8x10cm
			3 - Vichy rosa e branco (2) tam 8x10cm
			4 - Alças com lastex
			5 - Usar fio de lastex para alça interna
			6 - Bainha simples
			7 - Zíper lateral invisível 20cm
Composição Tecido			Peças(s) base
Camisas: 100% algodão Vestido:100% Viscose			
Aviamentos	Quantidade	Cor	
Fio e Linha		Azul Claro	
zíper invisível 20 cm	1	Azul Claro	

				Observações
				NÃO POSSUI FORRO.

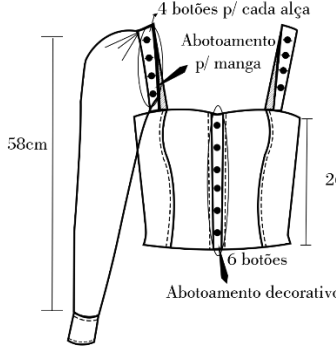
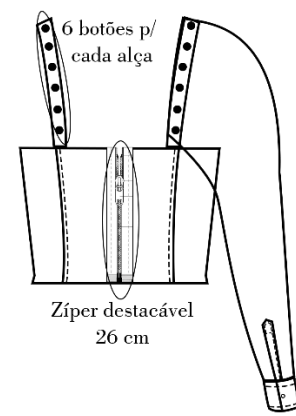
Ficha de Desenvolvimento				Referência: SH 1
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe				Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022				Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Short floral liberty (elaborado com o vestido) + bolso vichy (elaborado com a blusa)				
Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos 1- Short floral liberty (usar saia do vestido) 2- Bolsos vichy (elaborado com a camisa) 3 - Pespontar bolsos 4 - Zíper lateral invisível c/ 10 cm 5 - Bainha lenço 6 - Limpeza no cóc
				
Composição Tecido 100% algodão		Peças(s) base		
Aviamentos	Quantidade	Cor		

Fio e Linha		Azul Claro		
Zíper invisível 10cm	1	Azul Claro		
Observações				
Usar saia do vestido e manga da blusa para cortar os moldes				

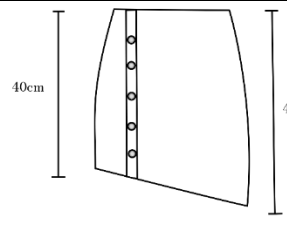
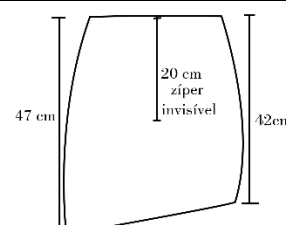
Ficha de Desenvolvimento		Referência: VC 1
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe		Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022		Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Vestido curto verde, elaborado a partir de uma camisa social		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Frente possui franzido (costas da camisa, peça origem)
		2- Para complementar e elevar o comprimento usar mangas para fazer os quadrados da barra frente
		3 - Aproveitar bolsos da peça original
		4 - Cotas no desenho técnico
		5 - Aproveitar tira de vista da peça original e complementar com os punhos adicionando os

		botões de pressão quando necessário para formar o abotoamento costas	
		6 - Para complementar e elevar o comprimento usar mangas para fazer os quadrados da parte superior costas e bainha frente	
		7 - Para alças usar manga da camisa	
		Peças(s) base	
		Frente 	Costas 
Composição Tecido			
Botões de pressão	6	ouro velho	
Fio e Linha		verde	
Observações			
NÃO POSSUI FORRO.			

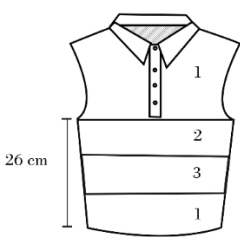
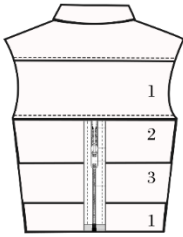
Ficha de Desenvolvimento	Referência: BL1-
Modelista/Pilotista: Marcelle Principe	Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022	Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Blusa com manga destacável e abotoamento frontal decorativo elaborada a partir de uma camisa social masculina.	

Frente		Costas	Observações sobre os acabamentos	
			1- Frente possui 4 partes + abotoamento decorativo	
			2- Pespontar os recortes para assentar o caimento da peça no corpo	
			3 - Manga destacável, somente lado direito com uma abertura na parte de baixo	
			4 - Costas possui 4 partes + Zíper	
			5 - Zíper destacável nas costas	
			6 - Carcela c/ botão. Aproveitar da peça origem.	
			7 - 4 botões em cada alça frente e 6 botões em cada alça costas.	
Composição Tecido			Peças(s) base	
100 % algodão				
			Observações	
			NÃO POSSUI FORRO.	

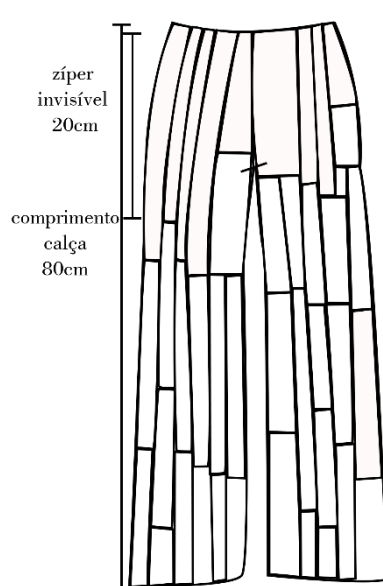
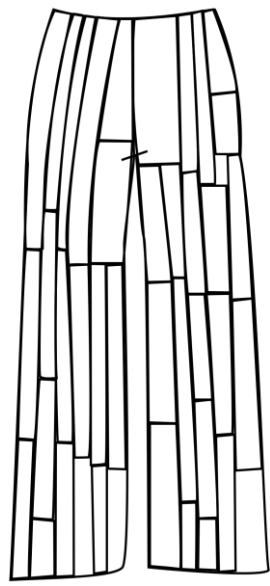
Ficha de Desenvolvimento	Referência: SA 1
Modelista/Pilotista: Marcelle Principe	Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022	Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Saia assimétrica de camisas sociais	

Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos
				1- Usar frente da camisa p/ frente
				2- Usar tira de vista da camisa amarela listrada para detalhe botões
				2- Fechar acabamento de botões, deixar apenas o último com a possibilidade de abrir
				4 - Zíper invisível de 20 cm (centralizado)
				5 - Colocar forro 100% algodão de cor clara.
Tecido		Composição		Peças(s) base
100% algodão				
				Observações
				NÃO POSSUI FORRO.

Ficha de Desenvolvimento	Referência: BL2-
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe	Coleção: CONECTAR

Data: 23/05/2022			Tam Piloto: P (36)		
Descrição do Produto: Blusa gola camisa + faixas listradas elaboradas a partir de três camisas sociais masculinas.					
Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos	
				1- Parte superior de uma camisa social listrada, sem manga	
				2- Três tiras de tecido listrado, listras na horizontal	
				3 - Pespontar pala costas	
				4 - zíper destacável nas costas	
				5 -Bainha fraldada frente e bainha simples costas	
				Obs: atenção nas orientações de montagem, partes estão enumeradas de acordo com as peças.	
Composição Tecido				Peças(s) base	
100% algodão					
					
Aviamentos	Quantidade	Cor			
Botões 2 cm	4	Transparente			

Fio e Linha		Azul Claro	
Zíper comum 15cm	1	Azul Claro	

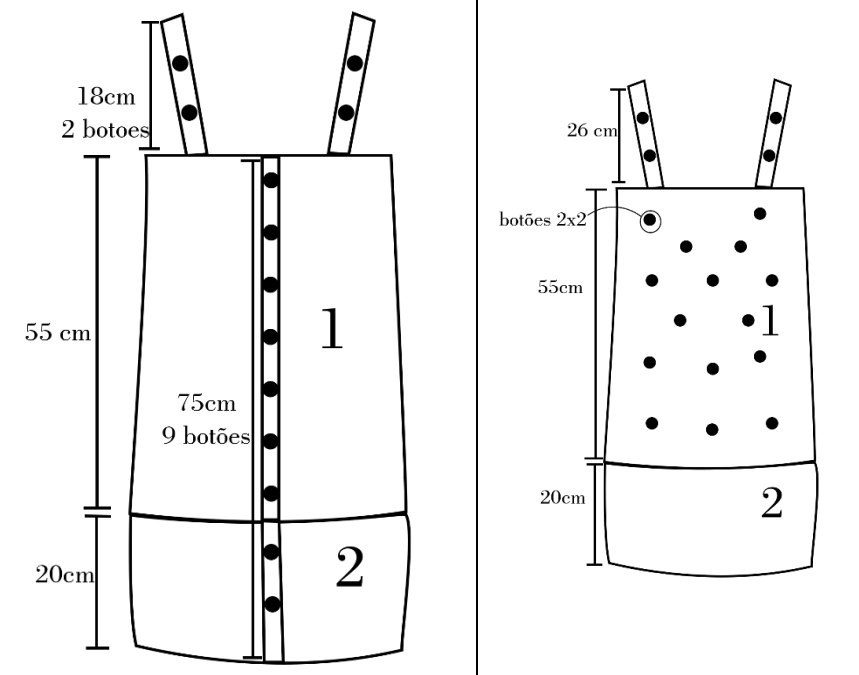
Ficha de Desenvolvimento		Referência: CL 2
Modelista/Pilotista: Marcelle Principe		Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022		Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Calça pantalonas curta, mix de listras (Patchwork)		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Mix de pedaços pequenos das camisas listradas, organizar de forma aleatória.
		2- Zíper lateral invisível (10 cm)
		3 - Comprimento calça 50 cm
		4 - Elaborar limpeza para cós da calça
		5 - Bainha simples
Composição Tecido		Peças(s) base

100% algodão			
Aviamentos	Quantidade	Cor	
Zíper invisível 10 cm	1	Azul Claro	
Fio e Linha		Azul Claro	

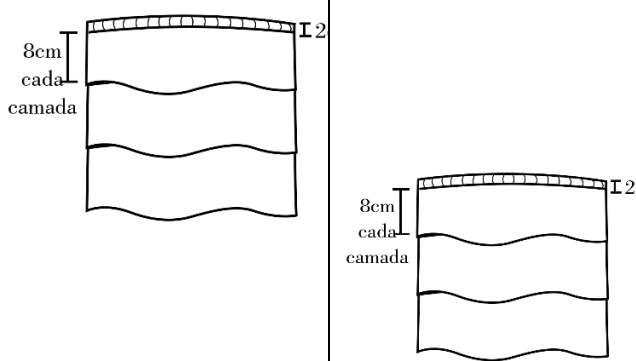
Diversas camisas (ver prancha)

Não possui forro

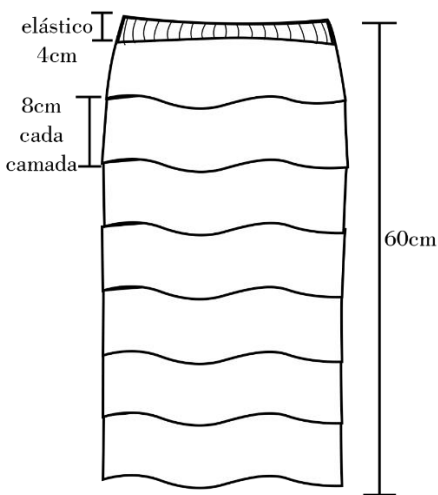
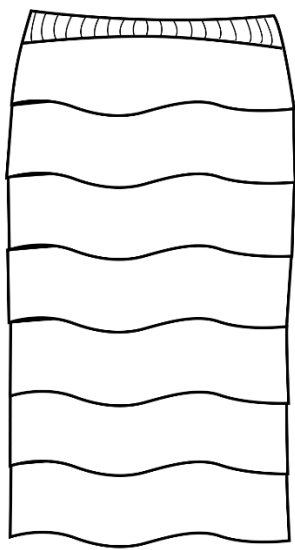
Ficha de Desenvolvimento		Referência: VC 2
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe		Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022		Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Vestido reto elaborado de duas camisas sociais masculinas		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Abotoamento frontal
		2 - 55 cm parte cinza (1)
		3 - 20cm parte azul (2)
		4 - Distribuir botões nas costas para efeito decorativo
		5 - Alça com botões decorativos
		6 - Comprimento total frente e costas 75cm

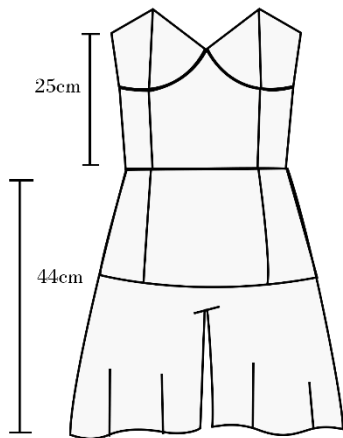
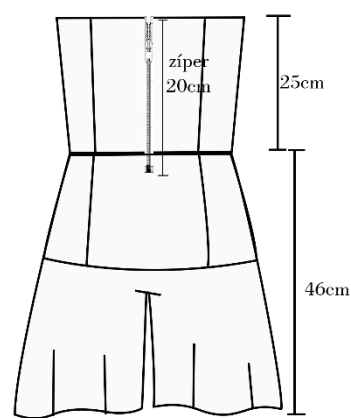
		7 - Bainha fraldada
Composição Tecido		Peças(s) base
Aviamentos	Quantidade	Cor
Fio e Linha		branco
		Camisa zinha e camisa azul (ver prancha)
		Observações
		Não possui forro

Ficha de Desenvolvimento		Referência: BL 4
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe		Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022		Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Blusa tomara que caia com elástico e camadas elaboradas do vestido		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Elástico rebatido na colarete de 2 cm

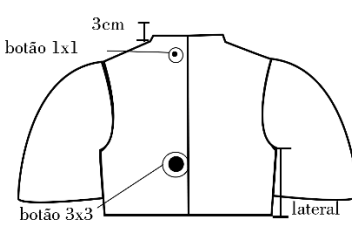
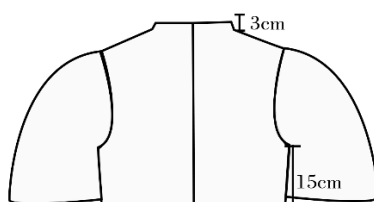
				2 - Três camadas de tecido com 8 cm + margem de costura
				3 - Bainha simples
Composição Tecido				Peças(s) base
Vestido 100% linho				Vestido linho preto
Aviamentos	Quantidade	Cor		
Elástico 2cm	1metro	branco		
Fio e Linha		Preto		

Ficha de Desenvolvimento	Referência: SA 2
Modelista/Pilotista: Marcelle Principe	Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022	Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Saia midi cintura média camadas em renda com elástico na cintura	

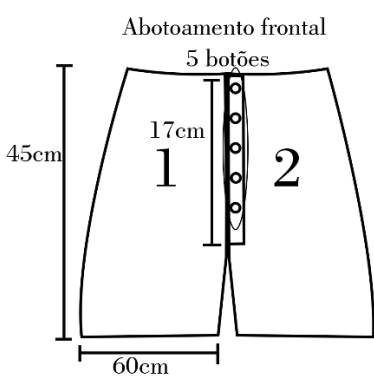
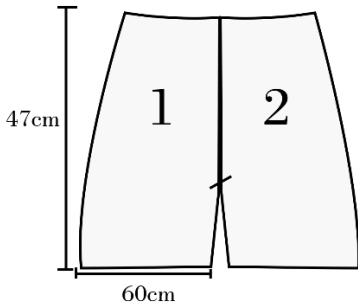
Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos	
				1- Elástico de 4 cm na cintura, rebater na colarete	
				2 - Camadas de tecido com 8 cm + margem de costura	
				3 - Bainha na overlock	
				4 - Usar uma base bege reta para aplicar as camadas de tecido de renda	
				5 - Comprimento final 60cm	
				6 - Usar as mesmas cotas para costas	
Composição Tecido				Peças(s) base	
renda 100% poliéster				Kaftan renda	
Aviamentos	Quantidade	Cor			
Elástico 4cm	1metro	bege			
Fio e Linha		Branco			
				Observações	
				Não possui forro	

Ficha de Desenvolvimento				Referência: MC 1	
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe				Coleção: CONECTAR	
Data: 23/05/2022				Tam Piloto: P (36)	
Descrição do Produto: Macaquinho preto linho elaborado do vestido					
Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos	
				1- Macaquinho ajustado até o quadril	
				2 - Parte do short com volume, corte evasê	
				3 - Usar zíper nas costas (20cm)	
				4 - Aproveitar parte superior do vestido para montar parte superior do macaquinho	
				5 - Usar saia do vestido para fazer short do macaquinho	
				6 - Colocar um ferrinho no contorno do busto para ficar estruturado	
				7 - Bainha simples	
Composição Tecido				Peças(s) base	
Vestido 100% linho				Vestido linho preto	
Aviamentos	Quantidade	Cor			
Zíper comum 15 cm	1	preto			
Fio e Linha		Pret o			

ferrinho p/ busto	1 par	Pret o		
				Observações
				não possui forro

Ficha de Desenvolvimento				Referência: BZ 1	
Modelista/Pilotista: Marcelle Principe				Coleção: CONECTAR	
Data: 23/05/2022				Tam Piloto: P (36)	
Descrição do Produto: Blazer curto com mangas volumosas elaborado do blazer, rework					
Frente		Costas		Observações sobre os acabamentos	
				1- Abotoamento duplo	
				2 - Gola levemente alta, aproximadamente 3 cm	
				3 - Mangas estruturadas elaboradas das mangas	
				4 - Lateral com 15 cm	
				5 - Utilizar parte superior do blazer	
				6 - Bainha simples	
Composição Tecido				Peças(s) base	
desconhecida (está em japonês) parece uma lã				Blazer preto	
Aviamentos		Quantidade			
Botão 3x3		1			
Fio e Linha		Preto			

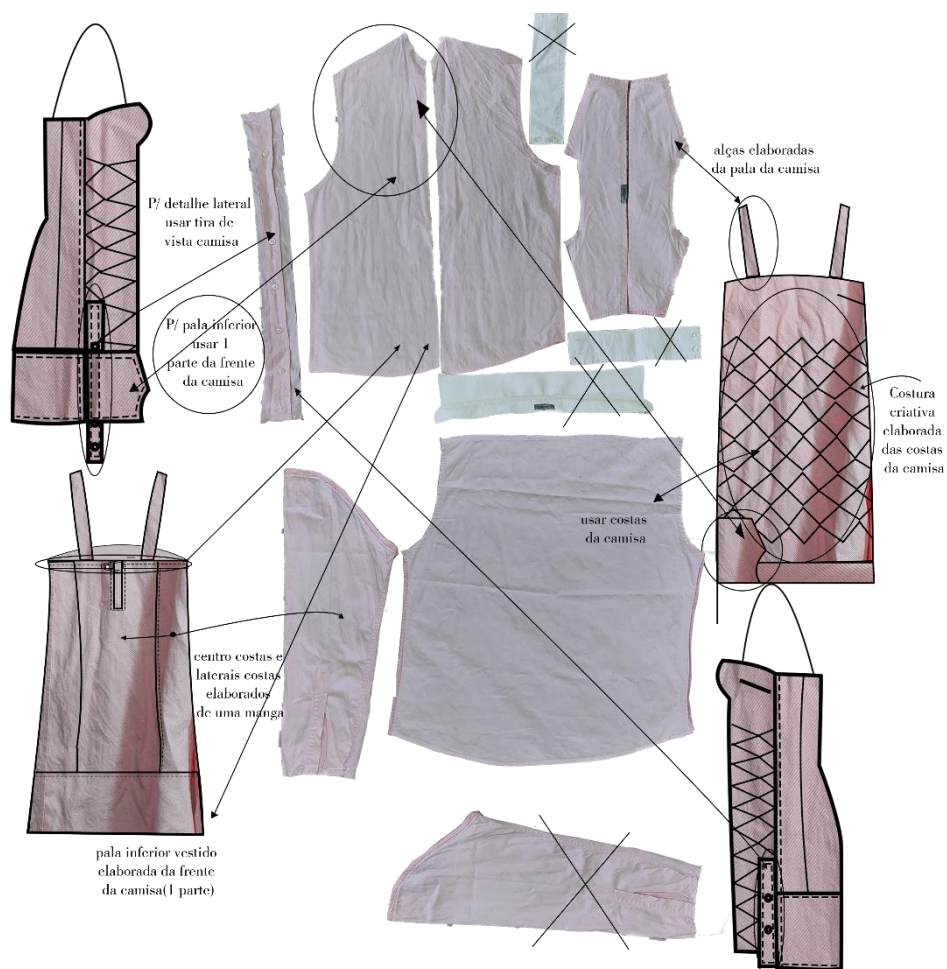
Botão 1x1	1	preto	

Ficha de Desenvolvimento		Referência: SH 2
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe		Coleção: CONECTAR
Data: 23/05/2022		Tam Piloto: P (36)
Descrição do Produto: Short preto + listras p&b elaborados de parte do blazer e camisa listras		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Abotoamento frontal com 17 cm
		2 - Preto (1) utilizar parte inferior do blazer.
		3 - Listras p&b (2) utilizar frente camisa
		4 - Bainha simples
		5 - Elaborar limpeza para o cós

Composição Tecido			Peças(s) base
Blazer: desconhecida (está em japonês) parece uma lã. Camisa 100% algodão			Blazer preto e blusa listrada
Aviamentos	Quantidade	Cor	
Fio e Linha		Preto	
Botão 1x1	5	branco	

4.4 Ficha técnica e protótipo

Desenvolvimento de um vestido curto a partir de uma camisa masculina, importante sinalizar que nem todas as partes foram utilizadas por isso algumas estão riscadas. Na prancha abaixo, demonstração do planejamento e de todo processo, indicando as partes usadas para construção do vestido.



O processo de desenvolvimento da modelagem foi feito no *draping*, por mim como demonstrado na imagem abaixo.



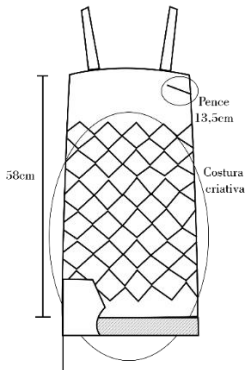
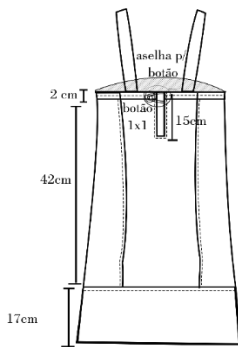
Registros do processo de
modelagem no draping

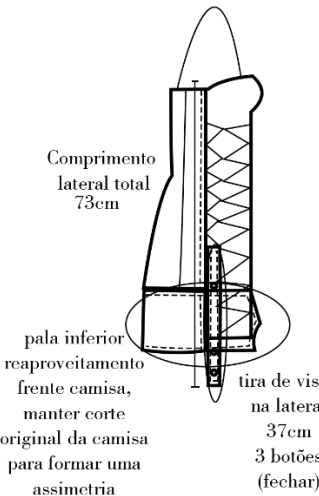
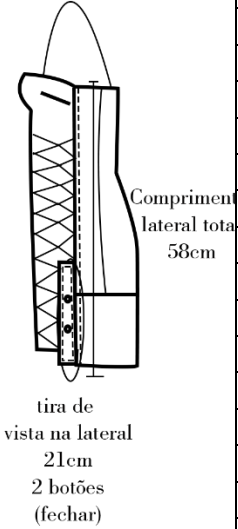
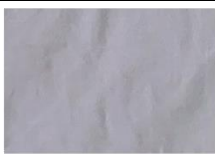
Peça base foi uma camisa
social masculina oversized

Marcelle Principe

Na parte da frente foi realizado uma costura manual criativa que forma esses losangos no tecido, costas cinturadas, alças elaboradas da pala da camisa social, o comprimento é assimétrico assim como a modelagem pois tem lados desiguais e comprimentos diferentes para frente e costas.

Segue ficha de desenvolvimento.

Ficha Técnica		Referência: VC 2022
Modelista/Pilotista: Marcelle Príncipe		Coleção: CONECTAR
Data: 20/06/2022		Tam Piloto: P (38)
Descrição do Produto: Vestido curto elaborado a partir de uma camisa social oversized		
Frente	Costas	Observações sobre os acabamentos
		1- Elaborar costura criativa (feito à mão) na parte das costas da camisa (trata-se de torcer o tecido de forma que faça um redemoinho, esse diversos redemoinhos formam losangos)
		2- Elaborar alças (3,5 de largura) a partir da pala da camisa (preservar etiqueta da marca)
		3 - Costas (lado esquerdo e direito) elaborados de uma das mangas da camisa
		4 - Centro costas elaborado de 1 das mangas da camisa social.
		5 - Pala inferior vestido elaborada da parte da frente da camisa (apenas 1 lado da camisa) 65cm, preservar o contorno de ombro e pescoço pois será um detalhe do vestido
		6 - Pence busto lado esquerdo para dar uma melhor vestibilidade
		7 - Usar tira de 3,5 x18 cm para acabamento vestido costas. (costurar do lado avesso, para um contraste de tons de rosa) Usar parte da manga
		8 - Abertura de 14cm no centro costas para possibilitar o vestimento

		9 - Lado esquerdo, para detalhe usar tira de vista da camisa (21cm comprimento) 10 - Lado direito, para detalhe usar tira de vista da camisa (38cm comprimento) 11 - Bainha frente simples 12 - Bainha costas pespontada 13 - Pespontar lateral e pala costas
Lateral direita	Lateral esquerda	
		
Composição Tecido		Amostra de Tecidos
100% algodão		

6. Considerações Finais

O desenvolvimento deste trabalho de conclusão de curso foi desafiador pois a matéria prima utilizada para elaborar as peças da coleção, que utiliza técnicas de *upcycling*, *redesign* e *rework*, são peças já usadas, ou seja, é necessário ter uma atenção maior aos detalhes e estar atento aos acabamentos de cada produto, o que torna cada projeto único mesmo que possam existir alguns aspectos em comum. É fundamental ter uma boa noção de modelagem e costura. Mesmo elaborando todo o processo de pesquisa e desenvolvimento de ideias, no momento de execução algumas etapas não saem conforme planejado. E acaba sendo necessário fazer algumas adaptações. O que reforça a concepção que eu já tinha, o processo de ideação precisa ser realizado junto com os testes de viabilidade de cada peça, muitas vezes é a peça que vai nos guiar, além de tudo aquilo que temos como referência, por isso a importância de construir registros. No desenvolvimento dessa coleção busquei aproveitar tudo que foi possível evitando que novos resíduos fossem gerados. A calça elaborada a partir da técnica de patchwork se encarregou de utilizar muitos dos resíduos gerados das outras peças desenvolvidas. Através da pesquisa de marcas foi possível perceber que mesmo entre as marcas sustentáveis existe uma certa tendência, e mesmo que estas não sejam orientadas por estações do ano, ou últimos lançamentos, as ideias acabam sendo similares em alguns momentos. O público alvo traçado no desenrolar da pesquisa está muito preocupado com questões voltadas para a sustentabilidade e devido a isso tem em si noções muito fortes dos impactos da indústria têxtil hoje no nosso cotidiano. Para eles o estilo é importante, mas ter atitudes práticas para movimentar as pessoas por essa onda é o que realmente os conduz e reforça sua escolha de consumir marcas sustentáveis e engajadas com esse processo de melhoramento.

Após todo o processo de pesquisa e investigação acerca da moda sustentável e o que já está sendo feito hoje pelas marcas de moda, concluiu-se que muitos são os caminhos possíveis para aqueles que estão comprometidos com os

ALÇAS 2X



Resultado da peça em um corpo real. A peça ficou ligeiramente folgada pois a modelo veste um tamanho um pouco menor.

processos de mudanças e melhorias relacionados as questões sustentáveis da área de moda. Os obstáculos encontrados partem da percepção de valor que nem todos tem quando falamos em aproveitamento do que já existe, além das questões de viabilidade de execução de alguns projetos. Portanto essa coleção é apenas um ponto de partida em direção a sustentabilidade e desenvolvimento de projetos de pesquisa e de ideias que buscam andar de acordo com o pensamento de aproveitamento e melhorias, de uma peça de roupa que seria descartada.

Referências

Abrapa. Algodão Sustentável. Disponível em: <https://www.abrapa.com.br/Paginas/sustentabilidade/algodao-brasileiro-responsavel.aspx>. Acesso em 15 abr de 2022.

A diferença entre moda consciente e moda sustentável. Maria Natureza, 2019 (1 vídeo) 7:50 minutos. Publicado pelo canal Salon Line. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=n8xpmx0-vqo>. Acesso em 21 abr de 2022.

Bemglo. Moda consciente através da reutilização. Disponível em: <https://bemglo.com/redesign-moda-consciente/#:~:text=No%20mundo%20da%20moda%2C%20o,o%20aproveitamento%20de%20pe%C3%A7as%20diferentes->. Acesso em 21 abr de 2022.

Bluesign. The blue way. Disponível em: <https://www.bluesign.com/en/business/the-blue-way>. Acesso em: 15 abr de 2022.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade – Uma reflexão necessária**. Estação das letras e Cores. 1ªed, 2012.

BREZET, JC; ROCHA, C. **Towards a model for product-oriented environmental management systems**. In J. Charter & U. Tischner (Eds.), Sustainable solutions: developing products and services for the future Sheffield: Greenleaf Publishing, 2001, pp. 243-262.

Close the Loop. Fluxo da moda circular. Disponível em: <https://www.close-the-loop.be/en>. Acesso em: 27 mar de 2022.

Ecommerce na prática. Como definir a persona da sua loja virtual: Guia completo. Disponível em: <https://ecommercenapratica.com/blog/como-definir-a-persona-da-sua-loja-virtual/>. Acesso em: 19 maio de 2022.

Ellen macarthur foundation. Economia Circular. Disponível em: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>. Acesso em 01 abr de 2022.

Fast Company. Disponível em: <https://www.fastcompany.com/90592541/patagonia-has-had-enormous-success-with-upcycled-clothing-could-other-brands-follow>. Acesso em 01 abr de 2022.

FFW. Ventana: a potência do *upcycling* sem medo. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/ventana-a-potencia-do-upcycling-sem-medo/>. Acesso em 23 abr de 2022.

FFW. 4 novidades da moda nacional dessa semana. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/noticias/moda/radar-ffw-4-novidades-da-moda-nacional-dessa-semana/>. Acesso em 23 abr de 2022.

Forest for all. Disponível em: <https://us.fsc.org/en-us>. Acesso em 15 abr de 2022.

GOTS. Disponível em: <https://global-standard.org/the-standard>. Acesso em 15 de abr de 2022.

JOBIM, Luiza. **Moda e upcycling: análise das marcas brasileiras “transmuta” e “ventana” e o conceito aplicado na criação de coleções de moda**. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Design de Moda). UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA, Santa Catarina, 2021.

MARLY, Rosa. **Modelagem feminina – Noções básicas**. Editora Senac, 2003.

MDPI. Slow Fashion em um mundo de fast fashion: promovendo sustentabilidade e responsabilidade. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2075-471X/8/4/24/htm>. Acesso em: 7 dez de 2021.

Oeko-tex. Disponível em: <https://www.oeko-tex.com/en/>. Acesso em: 15 abr de 2022.

Politize. Greenwashing: o que significa esse termo? Disponível em: <https://www.politize.com.br/greenwashing-o-que-e/>. Acesso em: 22 mar de 2022.

POWERLOOK. SLOW FASHION: O MOVIMENTO QUE NÃO SAI DE MODA. Disponível em: <http://blog.powerlook.com.br/moda/slow-fashion-o-movimento-que-nao-sai-de-moda/>. Acesso em: 7 dez de 2021.

Revista Exame. Lixão da moda? 40 mil toneladas de roupas se acumulam no Atacama. Disponível em: <https://exame.com/pop/lixao-da-moda-40-toneladas-de-roupas-se-acumulam-no-deserto-do-atacama/amp/>. Acesso em: 06 dez de 2021

RODRIGUES, Luan e FABRI, Hécio. **Consumo e moda ética para um futuro sustentável**. 12º Colóquio de Moda – 9ª Edição Internacional, 3º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica em Design e Moda, 2016.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. GG moda. 1ª ed, 2014.

Vogue. Conheça a marca carioca argalji que se destaca pela moda maximalista. Disponível em: <https://vogue.globo.com/moda/noticia/2022/04/conheca-marca-carioca-argalji-que-se-destaca-pela-moda-maximalista.html>. Acesso em: 22 abr de 2022.

WGSN. Previsão do comprador de 2020. Disponível em: https://www.wgsn.com/insight/article/86012#page_18. Acesso em 15 maio de 2022.