

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

**GRAZIELI GAGSTETTER**

**SUSTENTABILIDADE E DESIGN: APLICADO NO**  
**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA EM UM ATELIÊ**  
**DE COSTURA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

APUCARANA  
2013

**GRAZIELI GAGSTETTER**

**SUSTENTABILIDADE E DESIGN: APLICADO NO  
DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA EM UM ATELIÊ  
DE COSTURA**

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

Orientador: Profº Me. Nélio Pinheiro

APUCARANA  
2013



**Ministério da Educação**  
**Universidade Tecnológica Federal do Paraná**

Câmpus Apucarana

CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia

em Design de Moda



## **TERMO DE APROVAÇÃO**

**Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 48**  
**Sustentabilidade e Design: aplicado no desenvolvimento de**  
**produtos de moda em um atelier de costura**

por

Grazieli Gagstetter

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

---

PROFESSOR (A) NÉLIO PINHEIRO – ORIENTADOR (A)

---

PROFESSOR (A) ROSIMEIRI NAOMI NAGAMATSU – EXAMINADOR (A)

---

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

## **AGRADECIMENTOS**

Os meus sinceros agradecimentos a minha mãe e irmã, pois tudo que sou é resultado do afeto e dedicação delas por mim.

A todos os professores que foram imprescindíveis para a realização deste trabalho. Em especial ao professor Nélio, por doar-me seu conhecimento para que este trabalho fosse realizado da melhor maneira possível.

Obrigada a todas as essas pessoas que me ajudaram e me inspiraram, sem eles não seria possível chegar até aqui,

A todos que estiveram do meu lado, meus sinceros agradecimentos.

Sou contra a moda que não dure. É o meu lado masculino. Não consigo imaginar que se jogue uma roupa fora, só porque é primavera.  
*Coco Chanel*

## RESUMO

GAGSTETTER, Grazieli. **Sustentabilidade e design:** aplicado no desenvolvimento de produtos de moda em um ateliê de costura. 2013. 108 p. Trabalho de Conclusão de Curso do Curso de Tecnologia em Design de Moda - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

Os resíduos gerados pelo homem e pelas empresas, sempre foram um grande problema para o planeta e a indústria de confecção também não pode passar despercebida a esta questão. Aliando sustentabilidade, design e processos de desenvolvimento de produto, surge a proposta de desenvolver produtos utilizando resíduos, sobras e retalhos gerados por um ateliê de costura da região de Apucarana- PR. Confirmando que é possível reutilizar, transformar e reciclar matérias primas, aliadas a criatividade no desenvolvimento de produtos de moda. Sendo que o resultado esperado é o de trazer alternativas e processos viáveis para que pequenas empresas possam diminuir a geração de resíduos e gerar lucros com algo que era totalmente descartado, sem nenhuma possibilidade de reuso nem mesmo em outras áreas da confecção.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade. Design. Aparas de couro. Malha fitness. Moda.

## ABSTRACT

GAGSTETTER, Grazieli. **Sustainability and design:** applied in product development in fashion sewing workshop. 2013. 108 p. Work Completion Course in Fashion Design Technology - Paraná Federal University of Technology. Apucarana, 2013.

The waste generated by humans and businesses, have always been a huge problem for the planet we live and apparel industry can also not go unnoticed this question. combining sustainability, design and product development processes, there is a proposal to develop products using waste, leftovers and scraps generated by a sewing shop in the region of Apucarana-PR. confirming that you can reuse, recycle and transform raw materials, coupled with creativity in the development of fashion products. since the expected result is to bring alternative and viable processes for small businesses to reduce waste and generate profits with something that was totally discarded, with no possibility of reuse even in other areas of manufacturing.

**Keywords:** Sustainability. Design. Leather shavings. Lattice fitness. Fashion.

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - RETRAÇOS DE COURO.....	25
FIGURA 2 - LOGOTIPO DA MARCA.....	29
FIGURA 3 - OPÇÕES PARA TAGS, BANDEIRAS E ETIQUETAS.....	29
FIGURA 4 - LOJA VISTA FRONTAL.....	31
FIGURA 5 - LOJA PARTE EXTERNA.....	31
FIGURA 6 - LOJA PARTE INTERNA.....	32
FIGURA 7 - PÚBLICO ALVO.....	33
FIGURA 8 - ESTILO DE VIDA.....	34
FIGURA 9 - TENDÊNCIA WONDERLAD.....	35
FIGURA 10 - TENDÊNCIA THE STORY OF NOW.....	35
FIGURA 11 - IDIOMATIC.....	36
FIGURA 12 - TENDÊNCIA HOT PANTS.....	37
FIGURA 13 - TENDÊNCIA COMPORTADOS.....	37
FIGURA 14 - TENDÊNCIA TOMARA QUE CAIA.....	38
FIGURA 15 - TENDÊNCIA MAIÔ.....	38
FIGURA 16 - TENDÊNCIA TOQUE ARTESANAL.....	39
FIGURA 17 - TENDÊNCIA SAÍDA DE PRAIA.....	40
FIGURA 18 - TENDÊNCIA SUNGAS.....	40
FIGURA 19 - CORES DA ESTAÇÃO.....	41
FIGURA 20 - ESTAMPAS.....	42
FIGURA 21 - BRIEFING.....	45
FIGURA 22 - CARTELA DE CORES.....	46
FIGURA 23 - MALHA FITNESS.....	46
FIGURA 24 - COURO.....	46
FIGURA 25 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	48
FIGURA 26 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVA.....	49
FIGURA 27 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	50
FIGURA 28 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVA.....	51
FIGURA 29 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	52
FIGURA 30 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	53
FIGURA 31 - GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	54
FIGURA 32 - LOOK 1.....	56
FIGURA 33 - LOOK 2.....	57
FIGURA 34 - LOOK 3.....	58
FIGURA 35 - LOOK 4.....	59
FIGURA 36 - LOOK 5.....	60

FIGURA 37 - LOOK 6 .....	61
FIGURA 38 - LOOK 7 .....	62
FIGURA 39 - LOOK 8 .....	63
FIGURA 40 - LOOK 9 .....	64
FIGURA 41 - LOOK 10 .....	65
FIGURA 42 - LOOK 11 .....	66
FIGURA 43 - LOOK 12 .....	67
FIGURA 44 - PRANCHA 1 .....	78
FIGURA 45 - PRANCHA 2 .....	78
FIGURA 46 - PRANCHA 3 .....	79
FIGURA 47 - PRANCHA 4 .....	79
FIGURA 48 - PRANCHA 5 .....	80
FIGURA 49 - PRANCHA 6 .....	80
FIGURA 50 - PRANCHA 7 .....	81
FIGURA 51 - PRANCHA 8 .....	81
FIGURA 52 - PRANCHA 9 .....	82
FIGURA 53 - PRANCHA 10 .....	82
FIGURA 54 - PRANCHA 11 .....	83
FIGURA 55 - PRANCHA 12 .....	83
FIGURA 56 - FICHA TÉCNICA .....	85
FIGURA 57 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	86
FIGURA 58 - FICHA TÉCNICA .....	87
FIGURA 59 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	88
FIGURA 60 - FICHA TÉCNICA .....	89
FIGURA 61 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	90
FIGURA 62 - FICHA TÉCNICA .....	91
FIGURA 63 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	92
FIGURA 64 - FICHA TÉCNICA .....	93
FIGURA 65 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	94
FIGURA 66 - FICHA TÉCNICA .....	95
FIGURA 67 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	96
FIGURA 68 - FICHA TÉCNICA .....	97
FIGURA 69 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	98
FIGURA 70 - FICHA TÉCNICA .....	99
FIGURA 71 - SEQUENCIA OPERACIONAL .....	100
FIGURA 72 - CATÁLOGO .....	102
FIGURA 73 - CATÁLOGO .....	102
FIGURA 74 - CATÁLOGO .....	103

FIGURA 75 – CATÁLOGO.....	103
FIGURA 76 - CATÁLOGO.....	104
FIGURA 77 - SITE - HOME .....	106
FIGURA 78 - SITE - COLEÇÃO.....	107
FIGURA 79 - SITE - CONTATO.....	108

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 OBJETIVO GERAL .....	14
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.3 JUSTIFICATIVA .....	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	16
2.1 SUSTENTABILIDADE.....	16
2.2 ECO DESIGN.....	17
2.3 DESIGN .....	18
2.4 COURO.....	20
2.5 PROCESSO PRODUTIVO.....	21
2.6 PROPRIEDADES DA MATERIA- PRIMA.....	21
2.7 MALHA <i>FITNESS</i> .....	22
2.8 RESÍDUOS .....	23
3 METODOLOGIA.....	23
3.1 coleta de DADOS .....	25
3.2 ANÁLISES DE DADOS .....	26
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO.....	28
4.1 DADOS CADASTRAIS.....	28
4.1.1 Empresa.....	28
4.1.2 Coleção.....	28
4.1.3 Conceito da marca .....	29
4.1.4 Sobre a Marca .....	30
4.1.5 Pontos de vendas .....	30
4.1.6 Preços Praticados .....	32
4.1.7 Público alvo .....	32
4.1.8 Estilo de vida .....	34
4.2 PESQUISAS DE TENDÊNCIAS - VERÃO 2013 .....	34
4.2.1 Macro Tendência.....	34
4.2.2 Microtendências.....	36
4.2.3 Cores.....	41
4.2.4 Estampas .....	42
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO .....	43

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL .....	43
5.1.1 Funções práticas.....	43
5.1.2 Funções estético-simbólicas .....	43
5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO .....	43
5.2.1 Conceitos da coleção.....	43
5.2.2 Nome da coleção.....	44
5.2.3 Referências da coleção.....	44
5.2.4 Funções práticas.....	44
5.2.5 Aviamentos .....	44
5.2.6 Briefing .....	45
5.2.7 Cartela de cores.....	45
5.2.8 Tecidos utilizados .....	46
6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	47
6.1 MIX DE PRODUTOS.....	54
6.1.1 <i>Mix</i> de moda .....	55
7 RESULTADOS .....	68
REFERÊNCIAS .....	70
APÊNDICE A - Pranchas de apresentação dos croquis desenvolvidos. ....	77
APÊNDICE B - Fichas técnicas dos <i>looks</i> confeccionados.....	84
APÊNDICE C - Catálogo de produtos.....	101
APÊNDICE D - Visualização da interface do site desenvolvido. ....	105

## 1 INTRODUÇÃO

Os seres humanos alteram o meio onde vivem significativamente e isso vem aumentando a cada dia. Por isso nesses últimos anos, a preocupação com relação ao meio ambiente é crescente. Abordando esse aspecto há anos foi se introduzido o conceito de sustentabilidade ambiental. (VEZZOLI, 2008).

Muitos autores afirmam que evitar impactos no meio ambiente é o grande desafio deste século. O *designer* tem função essencial para que isso aconteça na sociedade, pois com sua atuação a moda sustentável pode tornar-se algo cotidiano, mais barato e ser efetivado de maneira sólida nas indústrias, principalmente nas têxteis, este conceito de sustentabilidade foi desenvolvido a mais de trinta anos para mostrar que era possível conseguir o crescimento econômico e a industrialização sem destruir o meio ambiente em que vivemos. (LEMOS; BARROS, 2007)

Eco-design, para Manzini e Vezzoli (2008), é o ato de projetar produtos, serviços e sistemas com baixo impacto ambiental e alta qualidade social, seguindo os métodos e critérios de *Life Cycle Design*. As marcas que tem valor agregado em seus produtos com conceitos eco trazem ao público produtos mais caros, elaborados no processo de produção e no seu desenvolvimento. Mas o eco abrange bem mais que apenas o processo de produção, é principalmente, um novo estilo de vida.

A conscientização da necessidade de um desenvolvimento sustentável pelas empresas é fundamental para que elas possam se posicionar frente a este mercado crescente.

Tendo isso em foco foi desenvolvido o presente trabalho para que pudessem achar um novo destino para aparas de couro que seriam simplesmente descartadas pela indústria.

## 1.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo é apresentar novas alternativas para aparas de couro que seriam inutilizadas em um ateliê e como estes materiais podem ser reutilizados e se tornarem fonte de matéria prima sustentável.

## 1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Introduzir *design* e sustentabilidade em um ateliê local, usando principalmente a reutilização de sobras no desenvolvimento de produtos que parecia não ter mais utilidade nenhuma.
- Mostrar como o *design* e o seu projeto de desenvolvimento de produto podem transformar produtos em conceitos.
- Contribuir com a redução dos resíduos produzidos.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

A sustentabilidade é um assunto pertinente na atualidade e em evidência pela sociedade, independente de classes sociais está abordagem reflete na qualidade e na conservação do planeta.

Sendo assim é imprescindível pensar na questão de sustentabilidade e design no desenvolvimento dos mais variados produtos.

Segundo Figueiredo (2000) uma parte da matéria prima usada na fabricação de jaquetas de couro é descartada, 200 mil toneladas por ano de rejeitos industrial são enviadas para aterros industriais, 60% originam-se da industrialização de couros. Este é um dos principais motivo para se dar um fim adequado a esse material (FIGUEIREDO, 2000).

Por isso este trabalho buscou informações sobre o ciclo de vida destes materiais o que poderia ser feito para que houvesse um menor descarte destes

materiais na natureza e á uma crescente necessidade de projetar produtos que levem em consideração o ciclo de vida, desde a produção até o descarte final. Também se observa a importância de escolhas tecnológicas que contribuam de forma eficaz para que os retrazos sejam minimizados ao máximo.

É de fundamental importância que o consumidor conheça o processo do produto que esta adquirindo, levando em consideração se a indústria que o fabricou tem ou não responsabilidade ambiental. O couro se descartado de forma errada ao meio ambiente pode levar até cinquenta anos para se decompor (LIXO, 2013).

O prefixo eco vem se tornando assunto decorrente não apenas para o *design*, mais em todas as áreas do conhecimento, pois onde se produz resíduo se faz urgente à necessidade de conscientização, buscando sempre alternativas viáveis para a sustentabilidade de projetos, em concordância com as políticas ambientais. Desta maneira evidenciam que o proposto projeto possa incentivar designers e empresários a pensar e implantar ações que correspondam com a redução dos resíduos gerados pelos estabelecimentos de produção de moda. Reaproveitando aparas de couro para o desenvolvimento de novos artigos de moda, para assim diminuir o impacto ambiental, minimizando o que seria descartado.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 SUSTENTABILIDADE

Sustentabilidade é um conceito sistêmico relacionado com a continuidade dos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais da sociedade humana.

É o processo político, participativo que integra a sustentabilidade econômica, ambiental, espacial, social e cultural, sejam elas coletivas ou individuais, tendo em vista o alcance e a manutenção da qualidade de vida, seja nos momentos de disponibilização de recursos, seja nos períodos de escassez, tendo como perspectivas a cooperação e a solidariedade entre os povos e as gerações (SILVA, 2006, p.132).

E ainda segundo Silva (2006, p.18) para ser sustentável as mudanças têm de acontecer de forma harmoniosa, no aspecto espacial, social, ambiental, cultural e econômica a partir do individual para o global.

O conceito de sustentabilidade foi introduzido no início da década de 80 por Lester Brown, fundador do *Worldwatch Institute*, que definiu comunidade sustentável como a que é capaz de satisfazer às próprias necessidades sem reduzir as oportunidades das gerações futuras. (TRIGUEIRO, 2005, p.19).

Segundo Holmberg (1995, apud MANZINI; VEZZOLI, 2008) nem tudo que apresentar melhorias ambientais pode ser considerado realmente sustentável. Para ser considerado sustentável tem que conter as seguintes características:

Basear-se necessariamente em recursos renováveis, garantindo renovação;

Optar pelo emprego de recursos renováveis;

Não acumular lixo que o ecossistema não seja capaz de renaturalizar.

Uma região ou um projeto só pode ser considerado sustentável mesmo sendo explorada essa área continua a prover recursos e bem estar econômico e social por muitas gerações, mantendo a força vital e a capacidade de regenerar-se mesmo diante das ações contínuas do homem. Sabe-se que o consumo de recursos naturais sem responsabilidade pode trazer a extinção de recursos não renováveis.

O desenvolvimento sustentável promove três grandes desafios para a humanidade. Primeiro: garantir a disponibilidade de recursos naturais para as gerações que viram. Segundo: não lançar sobre a biosfera resíduos tóxicos, poluição, decorrentes da produção e uso de bens e serviços em quantidades e velocidades superiores à capacidade de auto-depuração. Terceiro: reduzir a pobreza mundial. (LEMOS; BARROS, 2007, p. 9 - 11).

A sustentabilidade abrange vários níveis de organização, desde a vizinhança local até o planeta inteiro. Os impactos causados pelo consumo podem ter características positivas ou negativas, Sendo assim, o consumidor detém o poder para ou maximizar os impactos positivos ou minimizar os negativos. (ULLMANN, 2008).

## 2.2 ECO DESIGN

A definição de Fiksel (apud VENZKE, 2002, p.28) apresenta o “Eco design como projeto para o meio ambiente e a consideração sistemática do desempenho do projeto com respeito aos objetivos ambientais, de saúde e segurança, ao longo de todo ciclo de vida de um produto ou processo, tornando-os eco eficiente”.

Nos últimos anos, as indústrias têm procurado meios de produção menos impactantes e utilizado materiais mais duráveis, cuja produção polua menos. “A poluição é vista pelas melhores empresas como indicador de ineficiência. Ao invés de uma inevitável consequência da produção” (ROMM, 2004, p.16).

A onda *eco-fashion*, como vem sendo chamada, tem chamado a atenção de grandes empresas e grifes de renome. A uma grande preocupação com a produção de produtos, buscando causa menos ônus para o meio ambiente, ou seja, necessita-se uma nova postura tanto administrativa quanto produtivas por parte dos donos das grandes empresas. Segundo (ROMM, 2004, p.16). “Uma empresa verde pode reduzir suas emissões em 50% ou mais, [...] aumentando a sua produtividade”.

Cada vez mais os consumidores estão engajados nos seus poderes de

escolhas a favor ou contra empresas por suas atitudes sociais, econômicas e ambientais, informando-se sobre a maneira como se produz os produtos e como se consomem. A aceitação desse novo *mix* de produtos sustentáveis depende diretamente da mudança na cultura e no comportamento dos consumidores que vem ocorrendo gradativamente.

Segundo Castilho (2002) a moda é um importante fenômeno nas resoluções de problemas, afirma que a mesma age como agente articulador dos relacionamentos humanos, que está continuamente a evoluir, a descartar e a absorver novidades, além de trabalhar escalas de valores, propondo soluções inovadoras no desenvolvimento de produtos têxteis ao mercado.

### 2.3 DESIGN

O designer como criador tem um papel fundamental nesse novo contexto social, pois pode usar diversas pesquisas a seu favor e aproveitar as mesmas para a solução de problemas de forma criativa e inovadora no processo de desenvolvimento de um novo projeto ou produto. O importante é que esse conhecimento não seja apenas aplicado em determinados projetos mais que enriqueça cada vez mais o repertório do designer e que este esteja cada vez mais apto a projetar produtos de forma criativa, consciente e inovadora.

O *design* pode ser usado em muitos contextos e aplicado de diversas formas. Segundo a definição de *design* do International Council of Societies of Industrial Design (2011):

*Design* é uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas, compreendendo todo seu ciclo de vida. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial para o intercâmbio econômico e cultural.

Este profissional procura sempre novos meios para analisar as relações estruturais e organizacionais, visando novas maneiras de proteção para o ambiente inovando as possibilidades de expandir a sustentabilidade, preservando a diversidade existente, sem deixar de oferecer liberdade e benefícios para a comunidade em geral.

Segundo Manzini e Vezzoli (2002) eles interligam o papel do *design* industrial como a atividade que, une o tecnicamente possível, com o ecologicamente correto, criam propostas que sejam social e culturalmente apreciáveis.

Monstrando assim que o *design* é uma atividade que envolve um amplo leque de profissões nas quais produtos e serviços diversos como: produtos gráficos, interiores e a arquitetura participam dessas atividades. Consequentemente, o termo *design* ou *designer* refere-se ao indivíduo que pratique uma profissão intelectual, e não simplesmente um comércio ou um serviço para empresas.

O universo do *design* é vasto, e diversificado, para se falar do conhecimento de *design* é necessária uma visão interdisciplinar e transdisciplinar. Interdisciplinar pois necessita se da colaboração de outras áreas de conhecimento para formar o conhecimento do *design*.

Portanto, o *design* apontado como uma esfera multidisciplinar desenvolveu-se para a esfera interdisciplinar cuja ampliação leva à transdisciplinaridade, como a efetiva aplicação deste campo em seu universo maior e mais complexo, sendo este também determinante e enriquecedor não apenas para o profissional e para a área, mas também para a sociedade. (MOURA, 2003, p.116)

É necessário que as informações descritivas e teóricas, que inicialmente não se encaixem as exigências do *design*, sejam vistas de maneira diferente, transformada em conhecimento e aplicada na prática do projeto como forma de alcançar a criatividade e inovação no *design*.

“Esse conhecimento se torna o meio mais satisfatório para se alcançar a inovação, e a expansão desse conhecimento se torna a meta principal”. (CALVERA, 2006, p.115).

Para obter uma produção sustentável é necessário que o *designer* transforme o sistema industrial. As pressões sofridas pela indústria, para ajuste de suas atividades, reduziram os resíduos, fazendo um aproveitamento mais adequado de matéria-prima e energia que são utilizadas, colaborando assim com a sociedade, estes acabaram assim influenciando as formas de projetar. Mudar a visão sobre o consumo também faz parte das alternativas do *eco design*, integrando o sustentável na concepção de bens e serviços (CASTRO, 2008).

Desta forma, o *design* como processo de criação de novas realidades, interfere diretamente no modo de vida cotidiana criando, segundo a teoria de Pierce (2003) uma semiose de novas estéticas, éticas e lógicas, ou seja, novos hábitos e crenças coletivas.

## 2.4 COURO

A Lei nº 11.211, de 19 de dezembro de 2005, conhecida como a Lei dos Couros define couro como o produto oriundo exclusivamente da pele animal, curtida por qualquer processo constituído essencialmente de derme (BRASIL, 2007).

O couro constitui a pele do animal preservada da putrefação e apresenta uma textura extremamente rica de fibras colágenas, que deverão passar pelos diferentes estágios de transformação para se tornar flexível e macio.

Representa muito mais do que a pura e simples cobertura externa de um animal. Constitui seu registro histórico, (pêlos, defeitos que ali estão gravados, pelos riscos, arranhões e cicatrizes) e a própria matéria prima da indústria do couro.

Por ser um produto natural, a palavra “couro” está protegido pela Lei 4.888/1965, que proíbe o seu emprego para denominar produtos industrializados que não sejam de origem animal; destacada pelas seguintes providencia a título de proteção ao consumidor.

O Brasil detém um dos maiores rebanhos bovino do mundo, ocupando destaque na produção mundial de couro, atrás apenas dos EUA, Rússia, Índia e Argentina, representando 10 a 11% da produção mundial (SANTOS, 2002).

A produção total do país foi de cerca de 35 milhões de couro, em 2005, onde 75 % desse valor foram destinados à exportação para países como Itália, Hong Kong, China e Estados Unidos (PACHECO, 2005).

## 2.5 PROCESSO PRODUTIVO

Um dos processos mais utilizados na conservação do couro é a salga sendo a forma ainda mais usada. O sal diminui o teor de água impedindo assim o surgimento de bactérias. Os processos de conservação evitam que os fungos se desenvolvam sobre as peles, já que esses poderiam “comer” a pele, transformando-a em material sem utilidade.

Se o processo de conservação do couro não for feito de forma adequada, mesmo depois de curtido e acabado, poderão aparecer algumas evidências quanto à presença de desenvolvimento bacteriano.

A fabricação do couro é um conjunto de diversas etapas compostas por processos químicos e físico-mecânico que tornam a pele um produto agradável e bonito. Cada mudança, nessas etapas, pode fornecer couros de diferentes tipos, aspectos e características. (CENTRO DO COURO, 2013).

## 2.6 PROPRIEDADES DA MATERIA- PRIMA

A qualidade da pele curtida, a sua flexibilidade a textura e a sua resistência dependem da estrutura fibrosa, a magreza de suas fibras individuais e do seu tecido intermediário.

O curtidor, pela sua forma de trabalhar, pode variar a magreza das fibras do feixe e a firmeza do tecido, de forma que pode se produzir, de um só tipo de material bruto, curtidos com variações na suavidade, caimento e tato. A sua habilidade centra-se em eleger uma pele e produzir um curtido com as propriedades especiais requeridas para um fim específico.

Há variações naturais numa mesma pele e nas peles do mesmo tipo de animal e que não tem como ser modificadas. Deste modo, é fundamental ter conhecimento destas variações para obter resultados satisfatórios ao cortar uma pele para confecção (CENTRO DO COURO, 2013).

## 2.7 MALHA FITNESS

Na década de 80, há um excesso na busca por trabalho e lazer, inicia-se também uma busca incessante de corpos perfeitos. Nesse contexto o *Fitness que definimos logo abaixo* é incorporado, tanto para homens quanto para mulheres, ambos com o mesmo objetivo, de atingirem formas físicas bem definidas. (SEELING, 1997).

*Fitness* é uma palavra de origem inglesa e significa "estar em boa forma". O termo é associado à prática de atividade física, a um bom condicionamento ou bem estar mental.

Percebendo a necessidade de uma malha própria para atividades físicas foi desenvolvida a MALHA FITNESS, inicialmente para atender apenas a demanda esportiva. Essa malha era produzida no inicialmente apenas para atender um pequeno grupo que praticava atividades físicas, elas eram projetadas primando o conforto, que não segurasse os movimentos, fossem arejadas permitindo a transpiração e ao mesmo tempo absorvendo o suor.

Entretanto, empresas de moda, e patrocinadores de grandes equipes e observadores de estilos e tendências viram um propenso novo mercado de consumidores neste segmento e se encarregaram de desenvolver pesquisas tecnológicas na área, buscando o desenvolvimento de novos materiais para serem usados na fabricação de produtos, sendo estes adequados não somente para a prática esportiva, mas também para diversas atividades cotidianas. Com todo este processo de desenvolvimento e pesquisa, projetou-se uma malha com características diferenciadas que vão desde a secagem rápida, muitas são desenvolvidas com proteção UV, proteção antibacteriana, instantânea transferência de calor e umidade para o ambiente, isso proporciona conforto térmico e deixa a pessoa com liberdade de movimento, além de ser usadas em diversas atividades físicas e cotidianas, também foi sendo aplicada para o desenvolvimento de produtos da linha *beach wear*.

Com todo este processo de desenvolvimento e pesquisa, projetou-se uma malha com características diferenciadas que vão desde a secagem rápida, muitas são desenvolvidas com proteção UV, proteção antibacteriana, instantânea transferência de calor e umidade para o ambiente, isso proporciona

conforto térmico e deixa a pessoa com liberdade de movimento que podem ser usadas em diversas atividades físicas e cotidianas, e também foi sendo aplicada para o desenvolvimento de produtos linha beach wear. Esta malha é composta de 88% Poliéster 12% Elastano a malha fitness tem um alto poder de elasticidade e recuperação de sua flexão, isso proporciona durabilidade ao produto final (BC MALHAS, 2013).

## 2.8 RESÍDUOS

O setor de couros enfrenta sérios problemas em relação ao grande impacto ambiental causado pela sua geração de resíduos sólidos, e na dificuldade de disposição final destes. Seu grande desafio é promover menos impacto no ambiente.

As aparas, o pó do couro são pertencentes à classe I (Resíduos classe I perigosos) ou seja, apresentam riscos à saúde pública e ao meio ambiente. Exigindo tratamento e disposição especiais em função de suas características, tais como toxicidade e patogenicidade. Esses resíduos sólidos contaminam tanto no homem como no solo se forem descartados de forma inadequada em aterros sanitários ou em lixeiras clandestinas.

## 3 METODOLOGIA

A metodologia deve ser entendida como um conjunto de métodos e técnicas científicas a serem executadas na elaboração da pesquisa, de tal modo que se consiga atingir os objetivos propostos, além de atender aos critérios de menor custo, maior rapidez, maior eficácia e mais confiabilidade da informação (BARRETO; HONORATO, 1998).

O trabalho será primeiramente fundamentado em pesquisa qualitativa. Pois esta tem um caráter exploratório, forçando os entrevistados a analisarem o tema em questão, objeto ou conceito. Mostra aspectos subjetivos e atingem

motivações não explícitas, ou mesmo conscientes, de maneira espontânea. É utilizada quando se busca percepções e entendimento sobre a natureza geral de uma questão, abrindo espaço para a interpretação.

É uma pesquisa indutiva, isto é, o pesquisador desenvolve conceitos, ideias e entendimentos a partir de padrões encontrados nos dados, ao invés de coletar dados para comprovar teorias, hipóteses e modelos pré-concebidos.

Segundo Liebscher (1998), para aprender métodos qualitativos é preciso aprender a observar, registrar e analisar interações reais entre pessoas, e entre pessoas e sistemas.

Calder (1977) concluiu que, a pesquisa qualitativa proporciona um conhecimento mais profundo e subjetivo do cliente e, na prática, tem se tornado quase sinônimo de entrevista de grupo focal.

Sendo também fundamentado em pesquisa bibliográfica utilizando citações como forma de demonstrar a importância do tema estudado e também reforçar a prática junto com a teoria estudada em sala de aula.

Segundo Gil (2002), pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos.

Portanto, foi feito um estudo de caso em um ateliê que tem produção o couro, e que o descarte de resíduos sempre fora um problema.

Utilizando-se do conhecimento em Sustentabilidade e em Eco design foi desenvolvido desenhos e modelos com as aparas de couros levando em conta o tamanho a forma de cada pedaço destas sobras.

Foi usada a técnica de modelagem plana, para que se pudesse ter uma melhor visualização dos modelos que foram desenvolvidos. A modelagem é uma arte de medidas proporcionais. Além do conhecimento das medidas do corpo, é preciso que o modelista tenha noções de ergonomia, o que lhe permitirá a modelagem de roupas adaptadas à função do público consumidor. O estudo dos movimentos do corpo pode orientar modificações na modelagem, resultando num produto de qualidade superior (RADICETTI, 1999).

Fora também usado o Método do Estudo de Caso, não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado (GOODE; HATT, 1969, p.422). De outra

forma Tull (1976) “afirma que um estudo de caso refere-se a uma análise intensiva de uma situação particular”.

O Estudo de Caso obtém evidências a partir de seis fontes de dados: documentos, registros de arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante e artefatos físicos e cada uma delas requer habilidades específicas e procedimentos metodológicos específicos.

### 3.1 COLETA DE DADOS

As indústrias de couros geram grande quantidade de resíduos sólidos, que são muitas vezes descartadas de forma indiscriminada. A empresa Alfa (nome fictício) que já atua á 15 anos no mercado, sensibilizada com o assunto, em conjunto com o pesquisador, analisaram qual seria a melhor forma de reutilizar essas aparas. Analisando o que seria de fato viável para a reutilização. Foram coletados dados durante um mês. Com uma produção aproximada de quatrocentas peças mês entre elas jaquetas, coletes, saias. Chegou-se as resultados que mostram que 18% das rebarbas do couro são inutilizadas por não se encaixarem no infesto pela irregularidade e gramatura do material, e também pelo fator das cores que podem sofrer alterações devidas as partidas de tingimentos.



Figura 1 - Retraços de couro.  
Fonte: Autoria própria

Foram recolhidas as aparas da empresa, classificadas por cor, tamanho, formas e textura. Foram feitos ensaios com amostras de couro, para saber a sua resistência a água, em especial para saber como ele se comportaria a um período de uma semana em contato com a água salgada. Os resultados foram satisfatórios, mesmo depois de uma semana em contato com a água/sal não perdeu suas características originais tais como a textura e cor, conservando seu estado natural e macio. Depois de analisadas as aparas e feitos os devidos teste as mesmas foram adaptadas na criação dos modelos propostos, isso em conjunto com os desenhos desenvolvidos e com o conhecimento de um profissional da área. Definindo onde poderia ser utilizado de acordo com a estrutura, cor e tamanho. Depois de definidos os modelos que seriam confeccionados corrigidos os defeitos, os protótipos foram confeccionados para que qualquer falha pudesse ser ajustada.

Criando assim peças com *designs* exclusivos, diferenciado em sua modelagem para que pudesse atender o objetivo principal do projeto o de criar algo comercial, com *design* diferenciado e com princípios do *eco design*.

### 3.2 ANÁLISES DE DADOS

Através do estudo e elaboração do projeto, alcançou-se a meta do aumento do ciclo de vida dos materiais através da reutilização dos resíduos no desenvolvimento de produtos sustentáveis com resultados positivo, pois reciclou-se 95% das aparas recolhidas. Os produtos finais desenvolvidos pelo projeto mostraram-se ser uma boa alternativa no mercado ao colocar no cenário do desenvolvimento de produtos um material descartado pela indústria, cujo potencial ainda não foi devidamente explorado, e abrem-se novos caminhos para pesquisas e estudos científicos.

Foram confeccionadas peças de moda praia femininas e masculinas em diversas modelagens. Todo o projeto foi pensado no sentido de evitar ao máximo o desperdício no corte e nos outros processos de produção, analisou-se a melhor forma de encaixe, reutilizando retraços menores na confecção de pequenos detalhes para os biquínis. Utilizando-se do conhecimento dos

conceitos de eco design esse que propõe o uso consciente de recursos, o presente projeto possibilitou a reinserção dos retrazos no ciclo de consumo, simplificando os processos de produção e agregando valor ao produto final.

Já em relação ao consumidor, muitos estão engajados nos problemas da humanidade, preocupados com valores éticos e que procuram, através de seus atos e compras, trazer o consumo consciente para sua vida, num processo de socialização, onde as pessoas passam a desenvolver seus valores e atividades, as práticas adotadas pelos consumidores, dentro da família, nas instituições de ensino, e suas experiências de vida formatam essa nova postura de consumo, que caracteriza a sociedade futura, sendo que produtos e serviços dotados de conteúdo ecológico e de qualidade agregada passam a ser considerados produtos de luxo e exclusivos. Moda praia com diferencial, utilizando o couro na confecção das peças.

## 4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

### 4.1 DADOS CADASTRAIS

Razão social: Confeções Gagstetter Ltda.

Nome fantasia: Água Salgada

#### 4.1.1 Empresa

De porte médio a empresa terá sede instalada na cidade de Apucarana, norte do Paraná atuará no mercado de moda praia, no segmento adulto feminino e masculino. Com distribuição a nível nacional e futuramente visando exportações.

Na empresa, será desenvolvido trabalho de pesquisa criação, além das peças e confecção, as outras etapas como o *silk*, bordados e lavanderia serão terceirizados.

Em parcerias com a empresa “Alfa” e outras diversas empresas na região sua prioridade é a sustentabilidade ambiental, reaproveitando sobras de materiais provenientes do couro, para desenvolvimento de peças moda praia. Seus concorrentes diretos são: Loyale, Meadow e MAE Couture que também aderiram á sustentabilidade em sua marca. Sua estrutura física será adequada para o maior conforto dos seus colaboradores.

#### 4.1.2 COLEÇÃO

Suas coleções serão divulgadas através de coquetéis, *folders*, desfiles, catálogos, divulgação em mídias impressas e pelo site da marca. Seus produtos são comercializados em lojas própria, instalada em cidades praianas,

também em centros das grandes cidades e em quiosque instalados em alguns *shoppings* Center litorâneos.



Figura 2 - Logotipo da marca  
Fonte: Autoria própria.



Figura 3 - Opções para Tags, Bandeiras e Etiquetas  
Fonte: Autoria própria

#### 4.1.3 Conceito da marca

Inovação, sustentabilidade, conceito.

#### 4.1.4 SOBRE A MARCA

Água Salgada vem com o desejo de desenvolver produtos sustentáveis preservando os recursos para as próximas gerações além de mostrar de forma prática como sustentabilidade agrega valor ao produto e ao próprio consumidor. Os produtos desenvolvidos pela marca carregam em cada peça uma ideia de que é possível ter um mundo mais limpo e prazeroso para se viver.

Com grandes parcerias, pesquisas, estudos e força de vontade serão projetados produtos que aliem criatividade, *design* e que sejam sustentáveis.

#### 4.1.5 Pontos de vendas

A loja da marca será instalada em locais de fácil acesso, em cidades praianas a beira da praia para melhor comodidade dos clientes, e em grandes centros em ruas que tenham grande movimento comercial.

Lojas projetadas com conceitos eco decoração e moveis com madeira de demolição, ou reflorestamento, objetos com produtos sustentáveis, sempre tendo como objetivo apresentar uma loja moderna e consciente. Provadores bem espaçosos, bem iluminados com lâmpadas ECO às quais são fabricadas com produtos 100% recicláveis e que não contaminam o solo com mercúrio e outros poluentes. Ambiente aproveitando a iluminação natural móveis com poltronas, e *pufs* para as crianças. Jardim interno, Flores pequenas e de fácil manejo no interior da loja. Ambiente pintado com eco tintas. As vitrines de acordo com cada tendência serão planejadas de modo que despertem o interesse e o desejo dos consumidores pela marca. Os colaboradores estarão sempre dispostos a atender com dedicação e prazer os consumidores que ali se encontram. Som ambiente. Sacolas desenvolvidas com material reciclável e *design* diferenciado.



Figura 4 - Loja vista frontal.  
Fonte: Desenvolvido pelo autor.



Figura 5 - Loja parte externa.  
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

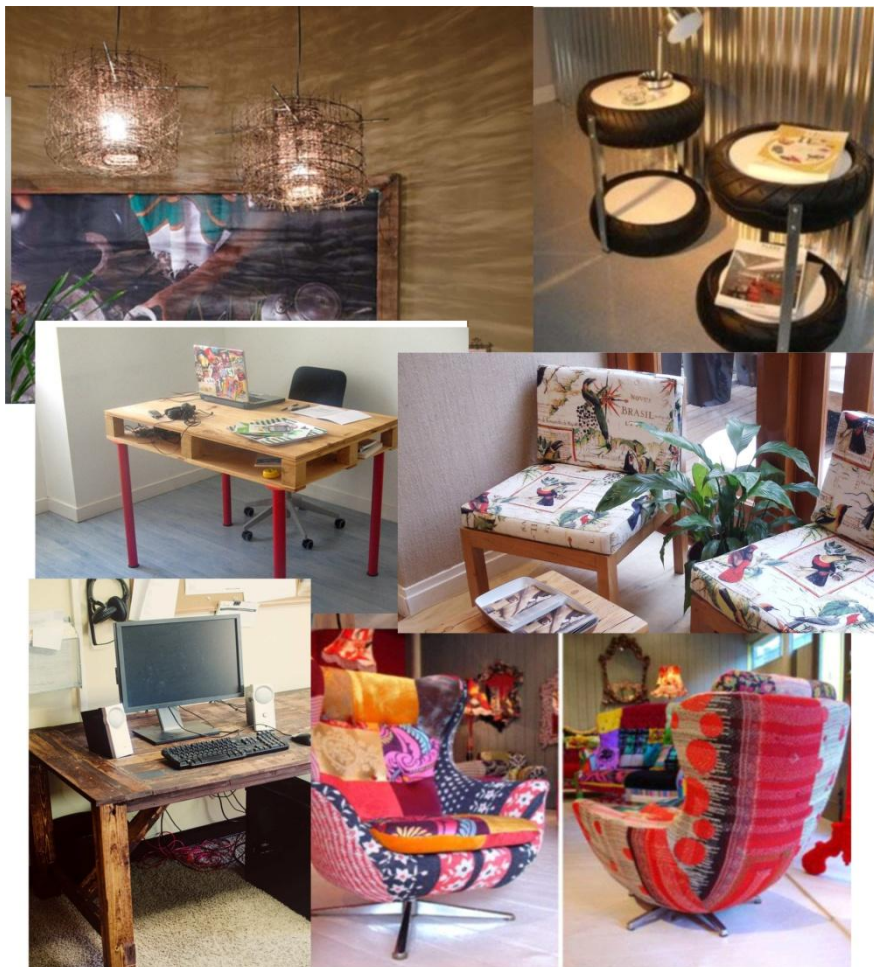


Figura 6 - Loja parte interna  
Fonte: Desenvolvido pelo autor.

#### 4.1.6 Preços Praticados

O valor da comercialização dos produtos será entre R\$ 30,00 à R\$ 280,00.

#### 4.1.7 Público alvo

Mulheres e homens de 25 a 35 anos, que tenham prazer pela vida, estejam estabilizados financeiramente, que amem o contato com a natureza e as coisas simples e agradáveis que a vida lhes proporciona. Viajam para lugares desconhecidos, estão sempre em companhia de amigos. Fogem da

rotina do dia a dia. Tem um estilo de vida mais despojado, mas sempre primando o conforto. São alegres, casados ou não, são fieis as suas relações em todos os campos da vida. Gostam de boa companhia, conversas agradáveis, leem sobre os mais variados assuntos, estão sintonizados no que acontece a sua volta e no mundo. Praticam atividades físicas, buscando sempre algo novo que lhes despertem prazer e emoção. Gostam de moda e preservam o que esta ao seu redor. Tem consciência do que consomem e se preocupam com os resíduos que produzem, tentando sempre minimizá-los. Esse é um dos fatores que os fazem primar pela moda sustentável, sempre se apercebendo do conforto, durabilidade e qualidade que essas peças iram lhe proporcionar. Prezam por roupas com *design*, modelagem diferenciada e cores diferentes.



Figura 7 - Público alvo  
Fonte: Tem mais, 2013.

#### 4.1.8 Estilo de vida



Figura 8 - Estilo de vida

Fonte: Joga no google, 2013; Olhares, 2013; Mulher, 2013.

#### 4.2 PESQUISAS DE TENDÊNCIAS - VERÃO 2013

As fontes das pesquisas de tendências foram: revistas de moda nacionais e internacionais, birôs de moda, internet, books internacionais de tendências.

##### 4.2.1 MACRO TENDÊNCIA

As marcas de renome em moda praia veem trazendo em seus desfiles as tendências do verão 2013. Mostrando uma moda mais despojada e descontraída, com estampas e cores vibrantes. Segundo o *blog* Oficina do *design* as novas tendências serão:

*WonderLab* - mostra caminhos pela ciência e tecnologia. O que antes era apenas sonho agora se torna realidade possibilitando mudanças na vida. Proporcionando um mundo digital com recursos visuais, e com muitos equipamentos eletrônicos esses que são usados para uma nova interpretação de luxo. Adquirido uma abordagem *sci-tech*, retratando a riqueza visual da bioquímica e da emoção do que ainda está por vir como a inspiração para uma nova estética desejável.



Figura 9 - Tendência Wonderlad  
Fonte: Oficina do design, 2013.

*The Story of Now* - abrange tudo o que faz a realidade hoje, o novo e o não tão novo assim. Mistura à estética e os conceitos cotidianos, criando um novo contexto visual para a temporada.



Figura 10 - Tendência The story of now  
Fonte: Oficina do design, 2013.

*Idiomatic* - celebra a singularidade das culturas regionais e das comunidades. Deleita-se com as normas de estilo e de comportamento que resumem essas culturas hoje e compartilha tudo isso com um mundo em busca de uma estética visual mais real e em sintonia com a vida moderna.



Figura 11 - Idiomatic  
Fonte: Oficina do design, 2013.

#### 4.2.2 Microtendências

As tendências para essa estação estão mais diversificadas e sofisticadas. Antigamente a moda praia era composta por modelos básicos e clássicos, mas hoje ela é sinônimo de criatividade e elegância com tantas opções de cores, modelagens e modelos esse segmento tem o luxo e glamour como proposta. As peças estão bem elaboradas sendo trabalhadas com recortes, designs diferenciados e inovadores utilizando matérias-primas com modelagens mais confortáveis e ergonômicas.

## Hot Pants



Figura 12 - Tendência Hot pants  
Fonte: Portais da moda, 2013.

A *Hot Pants* é uma tendência retro que volta para as passarelas da estação, ela tem como referência a moda dos anos 50 inspiradas nas *Pin Up*. Grifes como Cori, Prada, YSL, deixaram essa tendência bem evidente em suas atuais coleções.

## Comportados



Figura 13 - Tendência Comportados  
Fonte: Capricho, 2013.

Outra tendência é a volta do estilo retro peças que tenham a parte de baixo maior, muitas mulheres já aderiram a essa tendência, grandes marcas

tais como Salinas e Água de Coco mostraram isso em seus desfiles verão 2013 trazendo modelos mais comportados e sofisticados em suas coleções.

Tomara que caia



Figura 14 - Tendência Tomara que caia  
Fonte: Capricho, 2013.

Nas pesquisas elaborada pela marca foi revelado para essa estação biquínis que trazem na parte de cima elementos do tradicional tomara que caia mas com uma modelagem diferenciada que se adapta ao corpo e da sustentação aos seios, grifes com Tryia, Pouco Pano e Blue Man investiram nessas tendências.

MAIÔ



Figura 15 - Tendência Maiô  
Fonte: Instyle, 2013; Queridaga, 2013.

Outra atração das coleções apresentadas no São Paulo Fashion Week coleção 2013 de moda praia são os maios, peças únicas e elegantes que retornam de uma forma mais sofisticadas através das modelagens, transparências, furos localizados conforme figura 15. Marcas nacionais como Marítima, Blue Man e Água de Coco trazem essa tendência para essa estação.

#### Toque artesanal

As técnicas artesanais, que são detalhes feitos à mão como, tramas, *handmade*, crochês e aplicações, terão muita influencia no verão 2013. Elementos de bordados como as tachas, paetês e as pedrarias também são fortes na estação. Grife como Água de Coco apresentou peças ricas em detalhes, comprovando como o artesanato e a moda podem caminhar juntos sendo o artesanato técnica que permite a valorização da produção, resgate da tradição e a preservação de técnicas tradicionais contribuindo com uma moda mais sustentável.



Figura 16 - Tendência Toque artesanal  
Fonte: Vivaglam, 2013.

## Saídas de praia diferenciadas



Figura 17 - Tendência Saída de praia  
Fonte: Dinet, 2013.

Outra peça da moda praia que sobre saiu nas pesquisas foram saídas de praias com modelagem mais arrojadas e definidas, diversas estampas e combinações de tecidos que passam a serem usadas como elementos de moda. Marcas como Água de Coco e Salinas investiram em *kaftans*, que são túnicas geralmente associadas à cultura islâmica que pode ter mangas compridas ou curtas ou apenas costuras laterais, comprimentos diversos que vão dos modelos curto aos mais longos geralmente em formato largo além de dar elegância à mulher se adaptam a todo tipo de corpo.

## Sungas



Figura 18 - Tendência sungas.  
Fonte: Blog moda popular, 2013.

As sungas masculinas que nas décadas anteriores eram modelos pequenos com as laterais bem fininhas foram tiradas nesta estação. Agora elas são redesenhadas de forma mais larga nas laterais, estendendo-se sobre as pernas lembrando os famosos *underwear boxer* sendo mais confortáveis para o uso náutico. Também aparece em novas cores, estampas e variados recortes conforme a figura 19.

#### 4.2.3 Cores

A cartela de cores estão bem variadas, apresentando cores clássicas como preto, branco, vermelho, azul e verde e também cores intensas como pink, roxo, turquesa, coral, amarelo e laranja, deixando o verão mais colorido alegre e quente. Para os homens as cores são os principais elementos valem desde cores vibrantes e únicas ou misturas de cores entre si através de recorte na mesma peça. Os desfiles do São Paulo Fashion Week coleção 2013 foi marcado pelas cores: Amarelo, azul, rosa, verde, laranja, cinza e roxo. Os tons cítricos e metalizados também apareceram na pesquisa. Porém, o metalizado aparece de maneira mais sutil e discreta.



Figura 19 - Cores da estação  
Fonte: Blog moda mercatto, 2013.

#### 4.2.4 Estampas

As estampas enfeitam ainda mais as praias brasileiras, sendo que as estampas florais tem destaque, com modelos que conferem mais graciosidade e delicadeza ao *look* feminino, seguidas pelas abstratas, de animais com estampas de onça, zebra, listras, bolinhas remetendo a décadas antigas e estampas geométricas. Dando elegância, à mulher. Para eles a coleção Verão 2013 encontram-se desde peças mais discretas, como sungas em tons únicos (coloridas ou neutras), até bermudas com estampas multicoloridas.



Figura 20 - Estampas  
Fonte: Blog moda popular, 2013.

## 5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

### 5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

Visto que o *design* tem entre suas funções agregar valor, conforto e satisfação do cliente final seguem algumas propostas sugeridas pela marca Água Salgada.

#### 5.1.1 Funções práticas

Tecidos leves, resistentes que sejam agradáveis a estação;  
Conforto; Praticidade

#### 5.1.2 Funções estético-simbólicas

Agregar valor ao produto sustentável  
Diferencial nas peças produzidas;  
Exclusividade; Modernidade

### 5.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

#### 5.2.1 Conceitos da coleção

Na moda tudo acontece de uma forma muito cíclica e rápida, cria-se utiliza por um tempo e depois descarta-se ou abandona, mais nos últimos anos a consciência eco vem transformando este conceito. A moda atual tem por alvo reduzir o máximo de resíduos que seriam descartados, dando a estes uma nova utilidade. Este é o conceito de moda que a Água Salgada vem trazendo em sua coleção verão 2013. Trazendo produtos que tem em sua essência a

força da sustentabilidade. Sempre primando o conforto e a originalidade. Agregando valor as peças, com produtos reutilizados.

### 5.2.2 Nome da coleção

Aurora dos trópicos.

### 5.2.3 Referências da coleção

O *The Story of Now*. Encontrou-se essa nova tendência em várias pesquisas feitas na internet, em books de tendências internacionais em revistas de moda, tem como fundamento olhar o hoje, o atual, mas de maneira diferente. Aproveitar o momento sem preconceito e subestimação da realidade. Frisa ainda no redescobrimto da história de hoje, valorizando o que até então estava esquecido. Por suas características de olhar o presente e o passado de forma diferente ela foi utilizada como referência para a coleção Aurora dos trópicos.

### 5.2.4 Funções práticas

Peças com modelagens confortáveis, leveza das peças, recortes com detalhes modernos, seguindo a tendência da estação.

### 5.2.5 Aviamentos

Linha. Forro, colchetes para biquínis, elástico, bojo.

### 5.2.6 Briefing



Figura 21 - Briefing.  
Fonte: Hypeeness,2013.

### 5.2.7 Cartela de cores

A cartela de cores da coleção destaca cores frias como os azuis e vibrantes como os corais e amarelos e traz o metalizado como diferencial através do dourado para dar um toque mais elegante. Suas cores invadem os diversos oceanos como mostra a proposta abaixo.



Figura 22 - Cartela de cores  
Fonte: Autoria própria

### 5.2.8 Tecidos utilizados

Malha *fitness* e couro.



Figura 23 - Malha fitness  
Fonte: Autoria própria



Figura 24 - Couro  
Fonte: Autoria própria

## 6 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

Para a temporada de verão 2012/13, como proposta inicial foram sugeridos 25 *looks* apresentados em versão frente e costas. Os *looks* foram desenvolvidos de acordo com o conceito e com o tema da coleção aurora tropicais

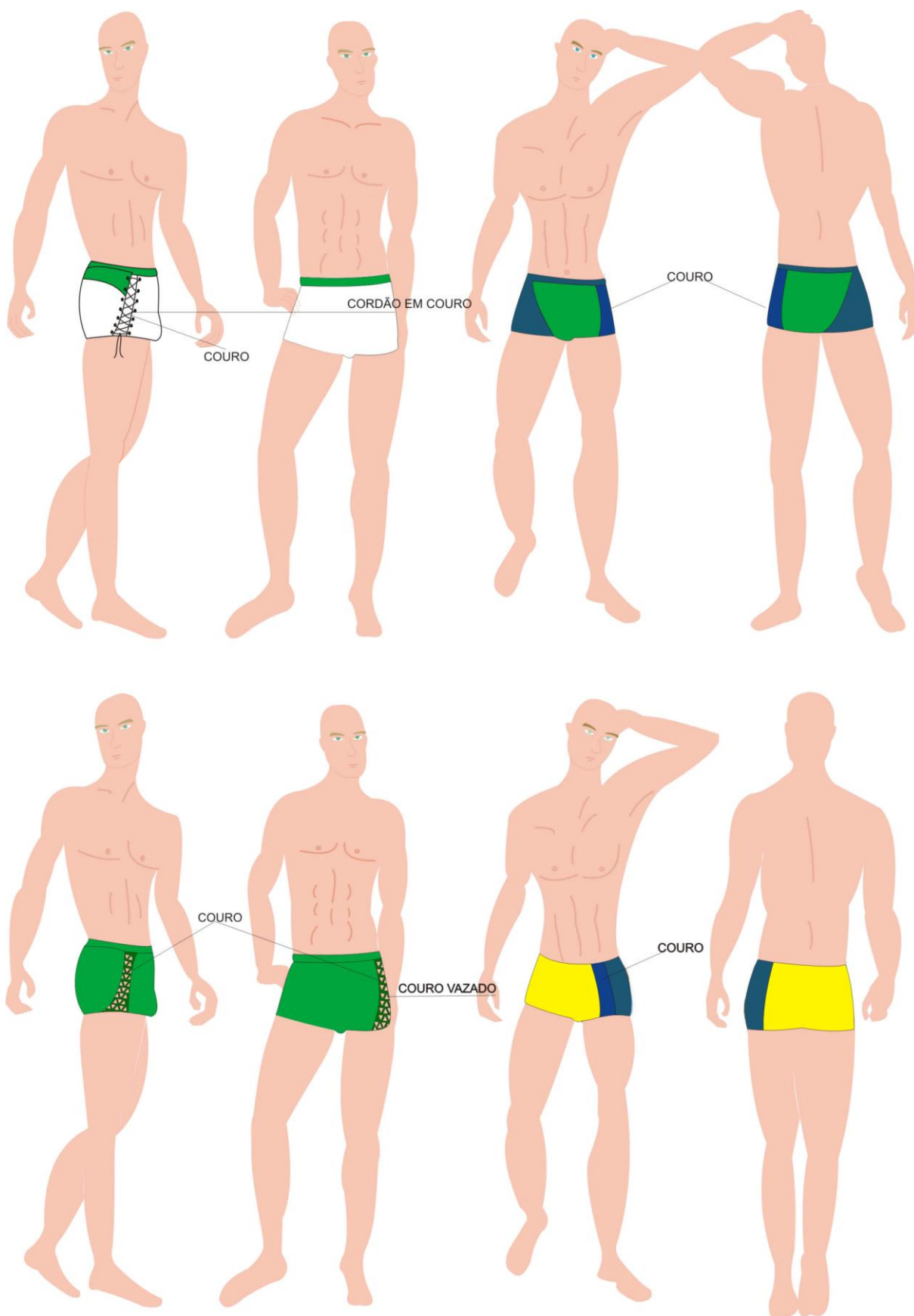


Figura 25 - Geração de alternativas  
Fonte: Autoria própria

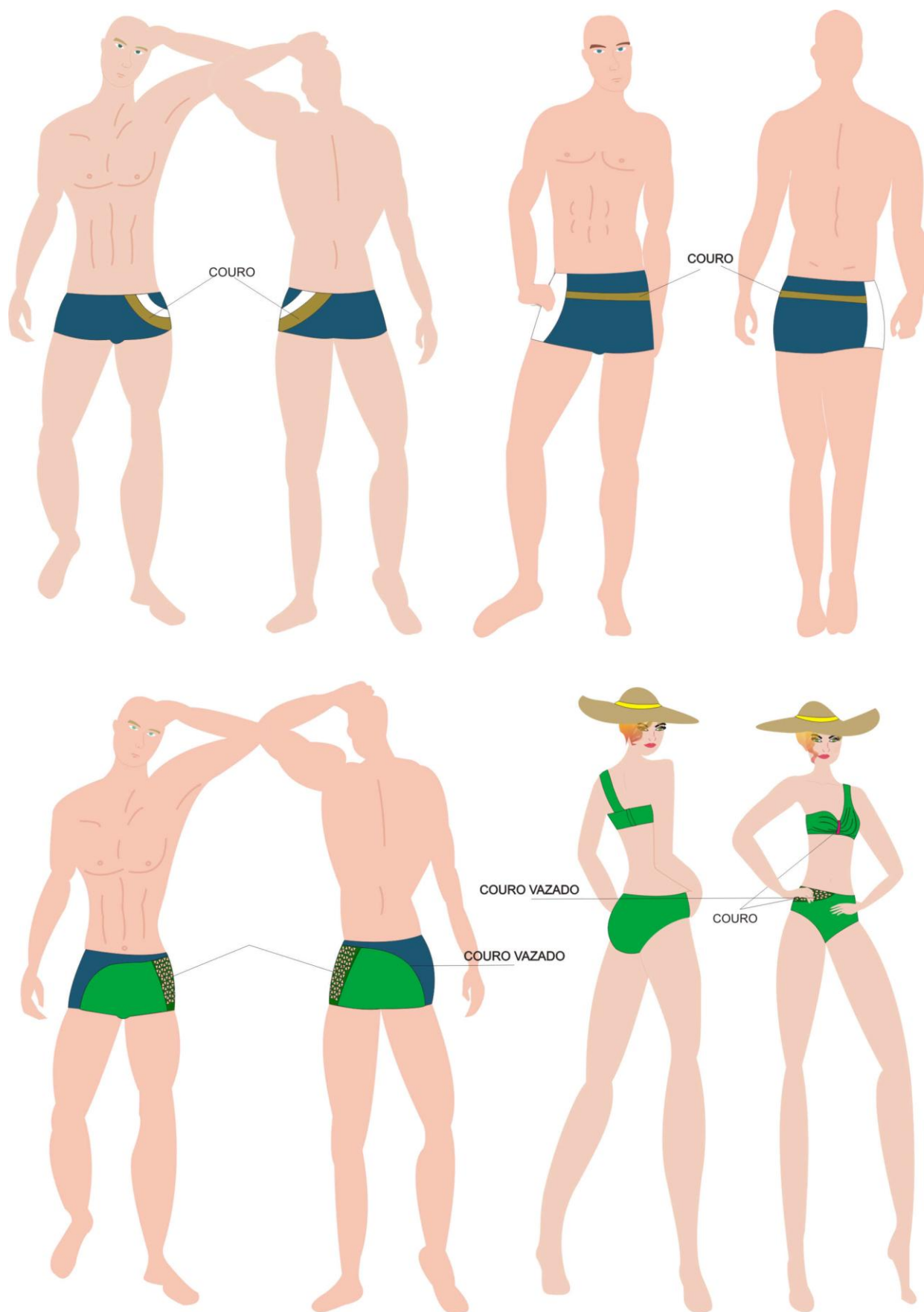


Figura 26 - Geração de alternativa.  
Fonte: Autoria própria



Figura 27 - Geração de alternativas  
Fonte: Autoria própria



Figura 28 - Geração de alternativa  
Fonte: Autoria própria.

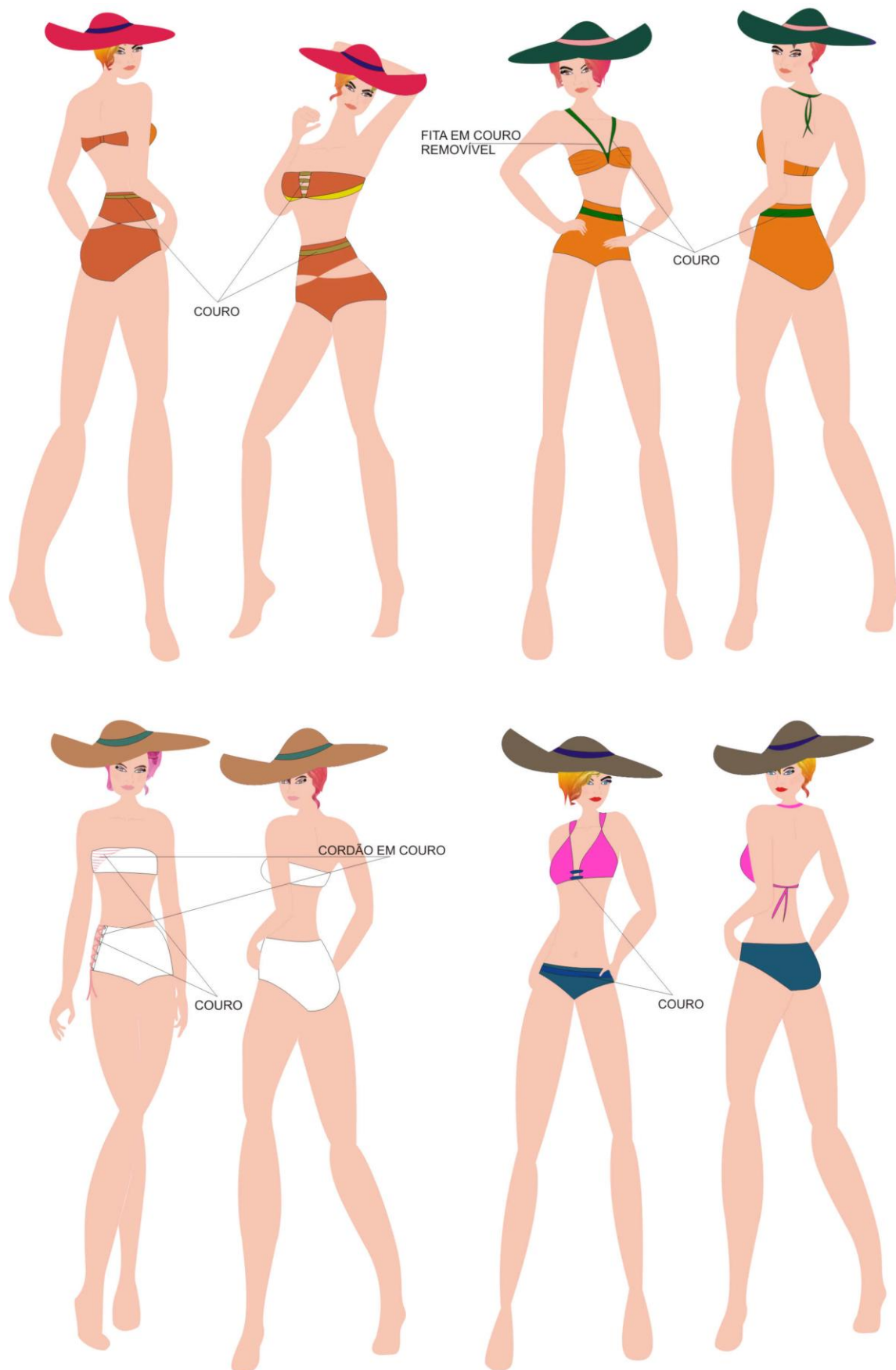


Figura 29 - Geração de alternativas  
Fonte: Autoria própria

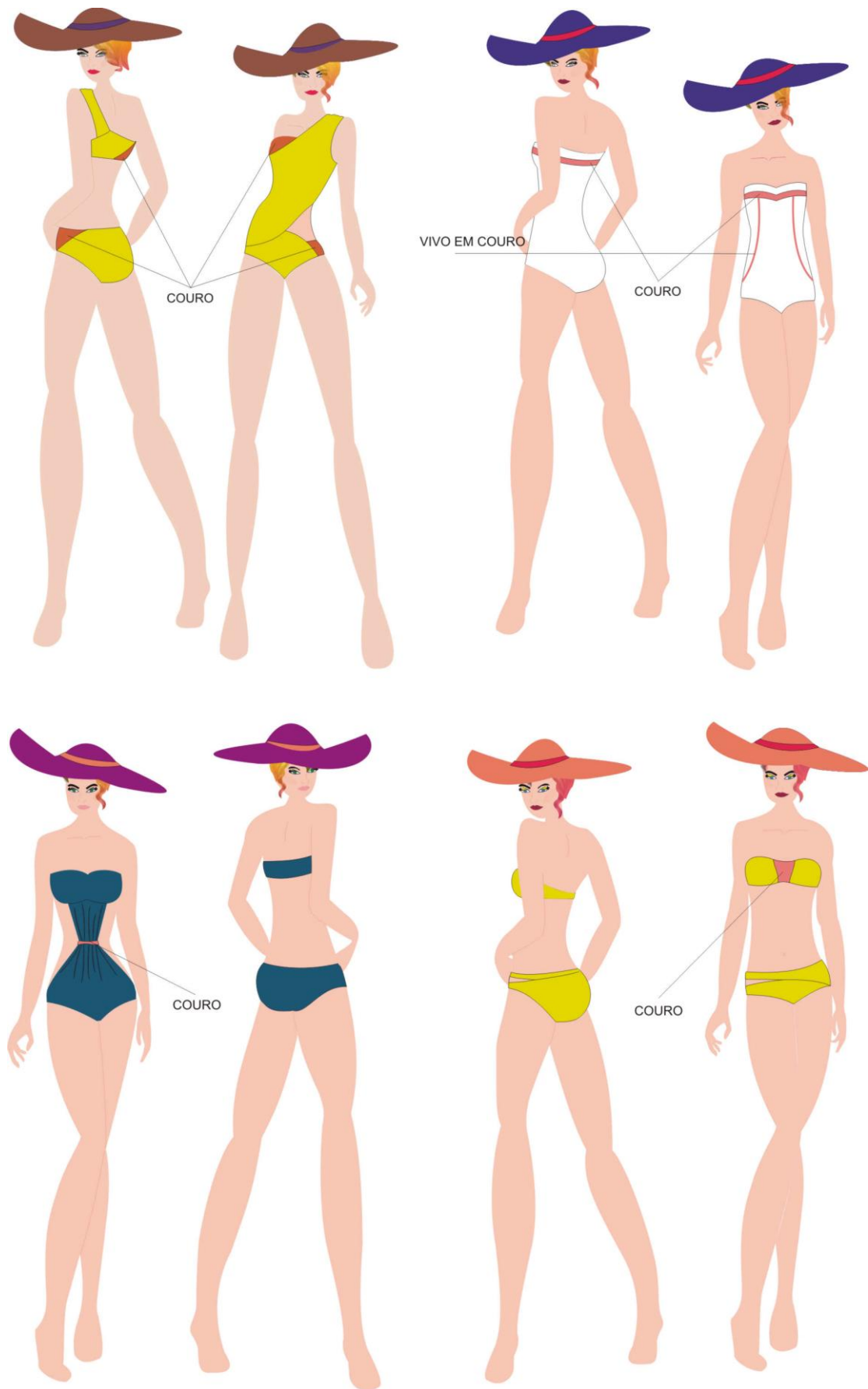


Figura 30 - Geração de alternativas  
Fonte: Autoria própria

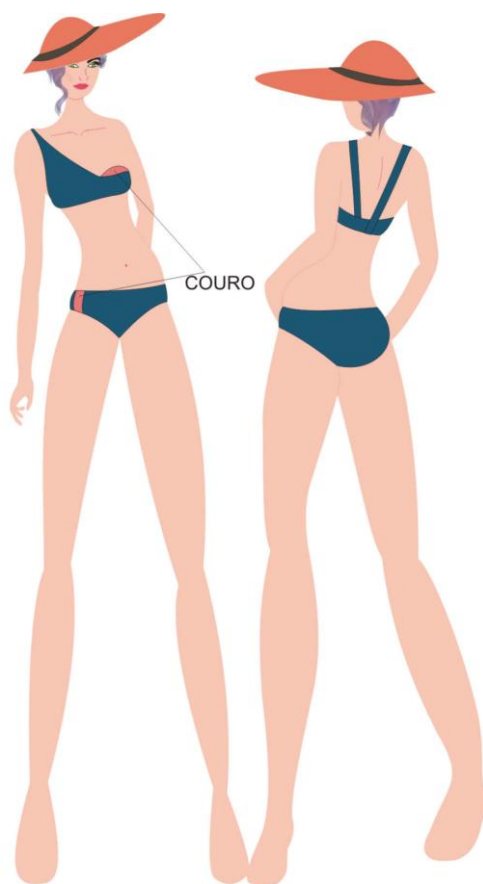


Figura 31 - Geração de alternativas  
Fonte: Autoria própria

## 6.1 MIX DE PRODUTOS

Com uma proposta exclusiva para o segmento de moda praia adulto a Água Salgada verão 2013, tem seu *mix* de produtos distribuídos na proporção de 1 *tops* para 01 *botton*, segmento feminino, e 1 *botom* no segmento masculino. (Quadro 1). A confecção das peças seguirá a grade de tamanho do número PP ao GG.

Quadro 1 – Distribuição dos produtos

Tops	11
Botom	11
Maios	6
Sungas	7

Fonte: Autoria própria

#### 6.1.1 *Mix* de moda

Em seu *mix* a coleção terá a disposição, peças básicas, *fashion* e de vanguarda, que serão distribuídas das seguintes formas: 30% - peças básicas; 50% - peças *fashion*; 20% - peças de vanguarda.

Entre as opções propostas foram selecionados os *looks* que atendiam de forma clara o conceito sugerido da coleção verão Água Salgado. Pontuada pelo *design* e modelagem, a coleção traz peças modernas, e exclusivas, peças com o diferencial que a marca busca, com *shapes*, cortes e cores que somando ao *design* à sustentabilidade a coleção aurora dos trópicos.

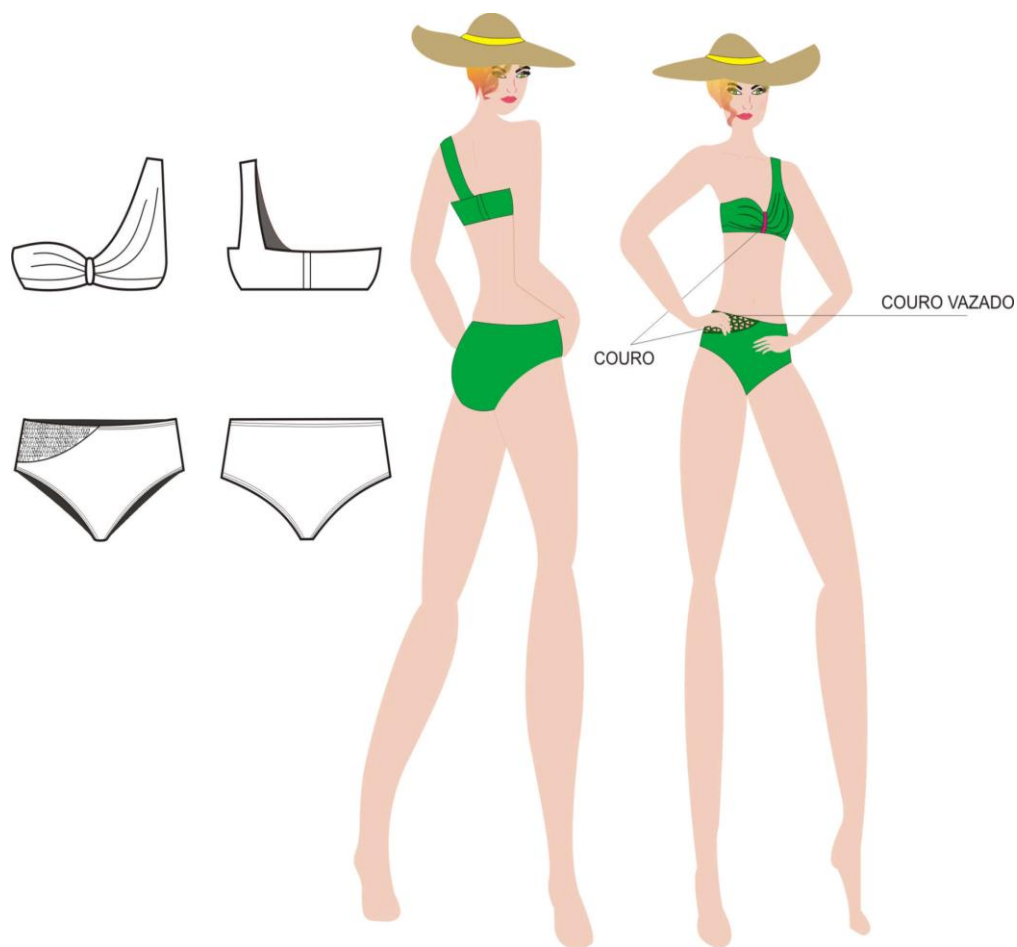


Figura 32 - look 1  
Fonte: Autoria própria

O primeiro *look*, foi escolhido pelo conforto. Utilizando-se da tendência *hot pants*. O couro vazado na lateral dá charme e torna a peça exclusiva. Com o franzido central no bojo proporciona charme e o couro rosa do biquíni deixa a peça mais feminina.

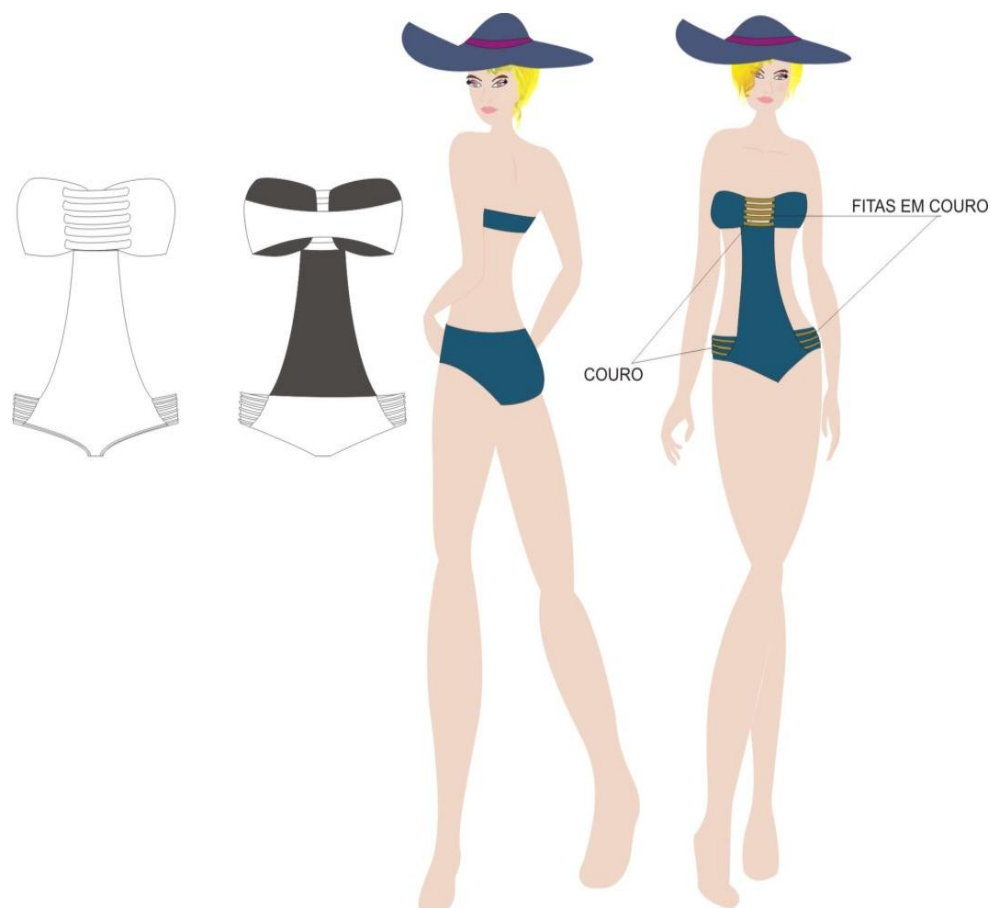


Figura 33 - look 2  
Fonte: Autoria própria

O segundo *look*, vem trazendo uma proposta sofisticada apresenta-se um maiô para uma mulher elegante e moderna, confeccionado em azul a cor predominante neste verão, seus adornos com couro dourado deixam a peças ainda mais requintadas, sendo essa uma tendência da estação.

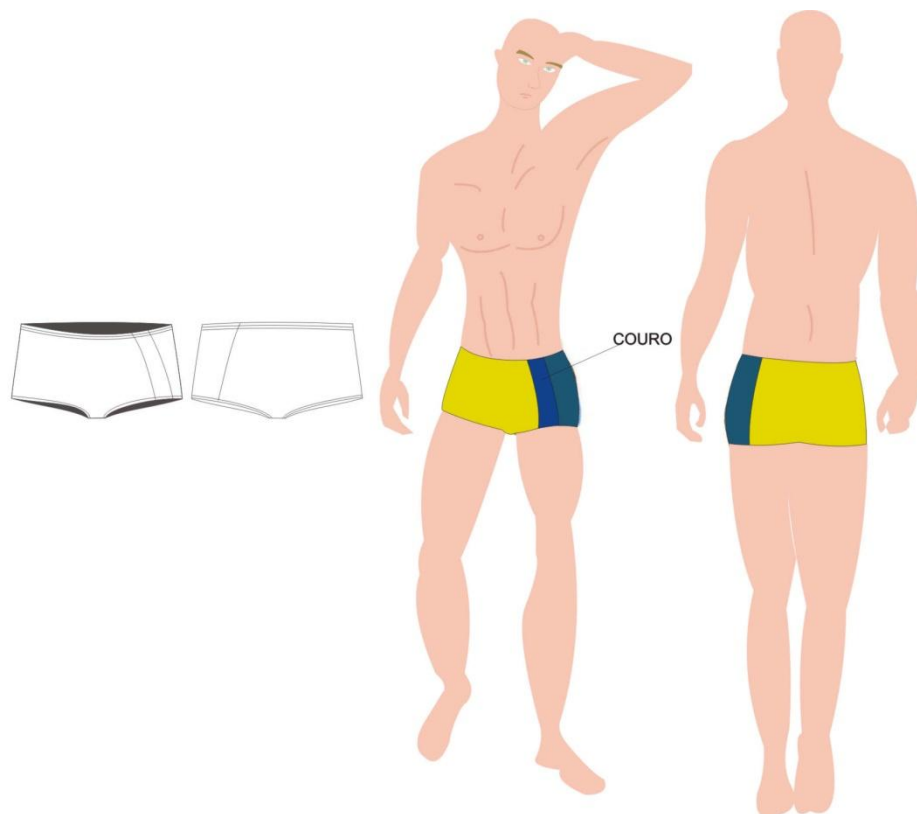


Figura 34 - look 3  
Fonte: Autoria própria

O *look* três é apresentado para um homem que tenha atitude e goste de moda, com um recorte frontal em couro azul, deixa a peça diferente do convencional, tornando-a exclusiva, ideal para ocasiões descontraídas na praia ou na piscina.

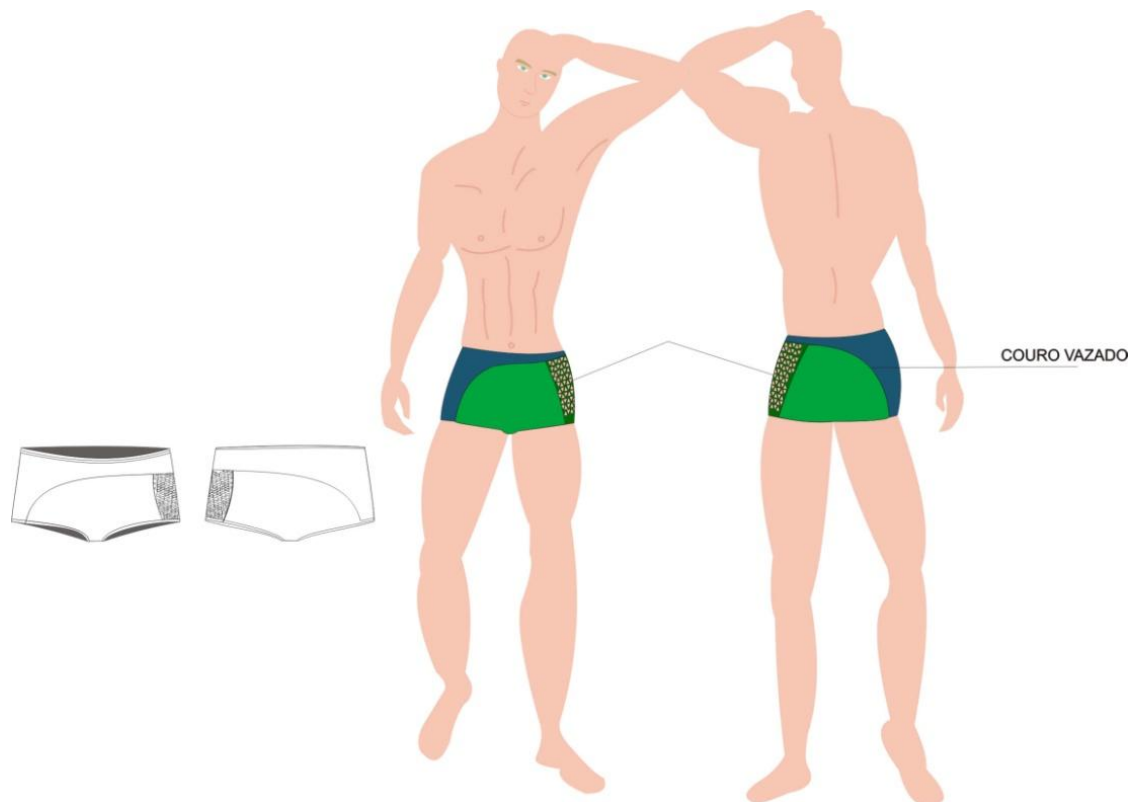


Figura 35 - look 4  
Fonte: Autoria própria

Este *look* vem trazendo a diferenciação através do couro vazado feito artesanalmente, uma referência neste verão para a moda masculina, essa peça foi desenvolvida para homens com atitude e que gostem de chamar a atenção. Sua modelagem e seus recortes dão a peça um diferencial único.

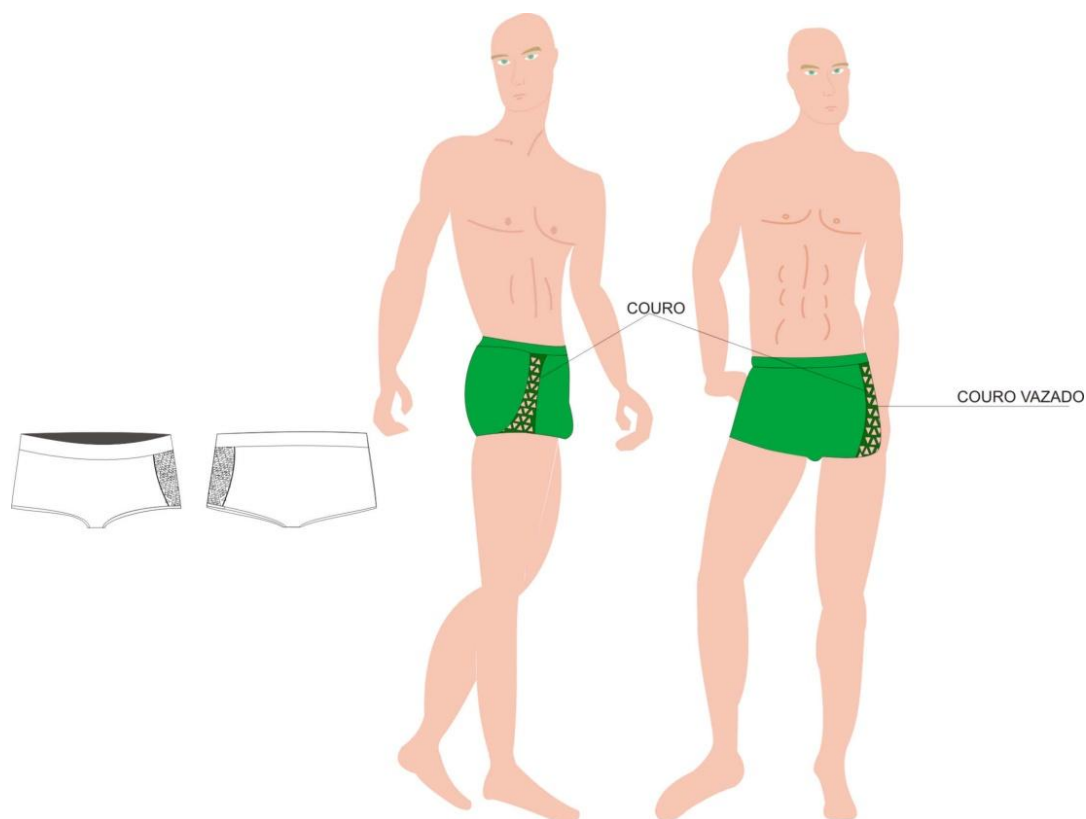


Figura 36 - look 5  
Fonte: Autoria própria

O verão é a estação que propõe *look* modernos e confortáveis, é essa a proposta do quinto *look*, com recortes laterais traz um homem com estilo e com sua cor forte mostra um homem moderno que aprecia estar na moda.

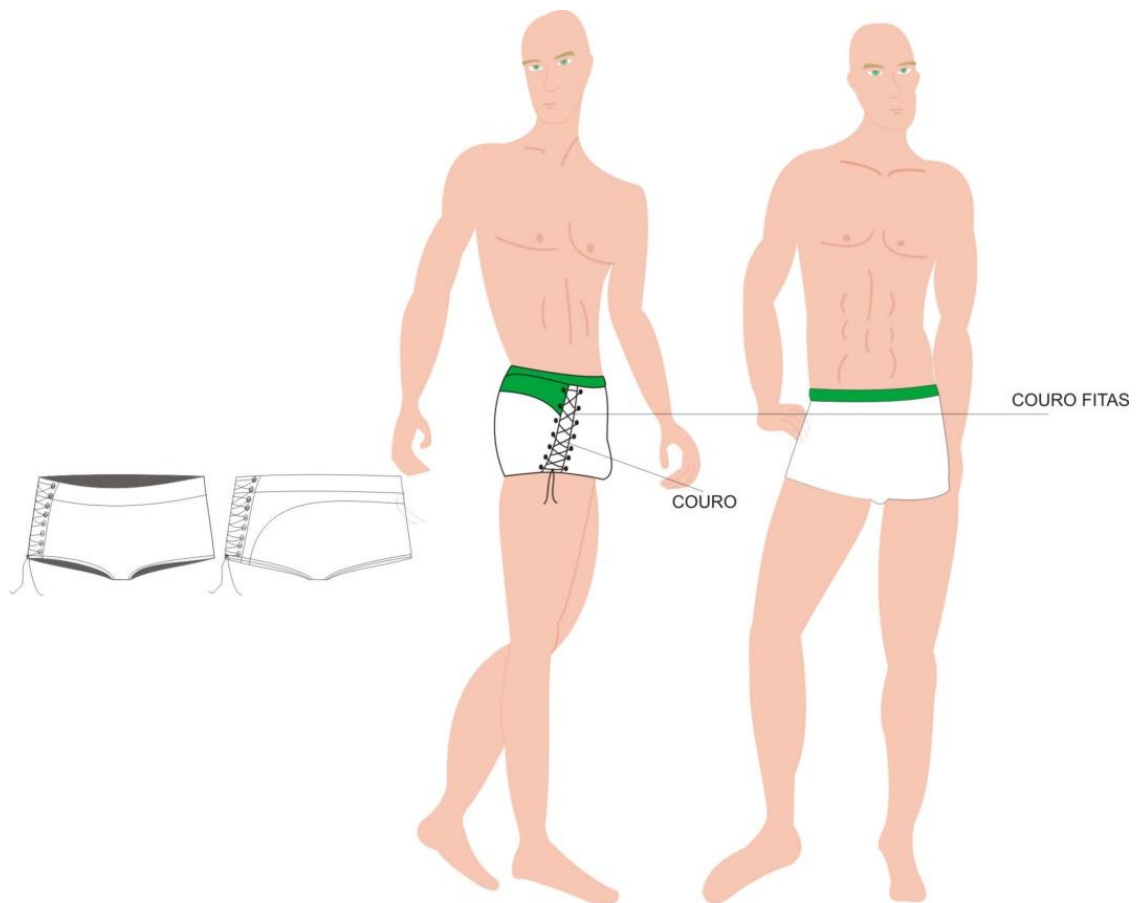


Figura 37 - look 6  
Fonte: Autoria própria

O sexto *look* tem em sua lateral amarrações em couro, deixando a peça com um ar mais despojado e descontraído. Dando o toque artesanal, que estará em evidência nessa temporada.

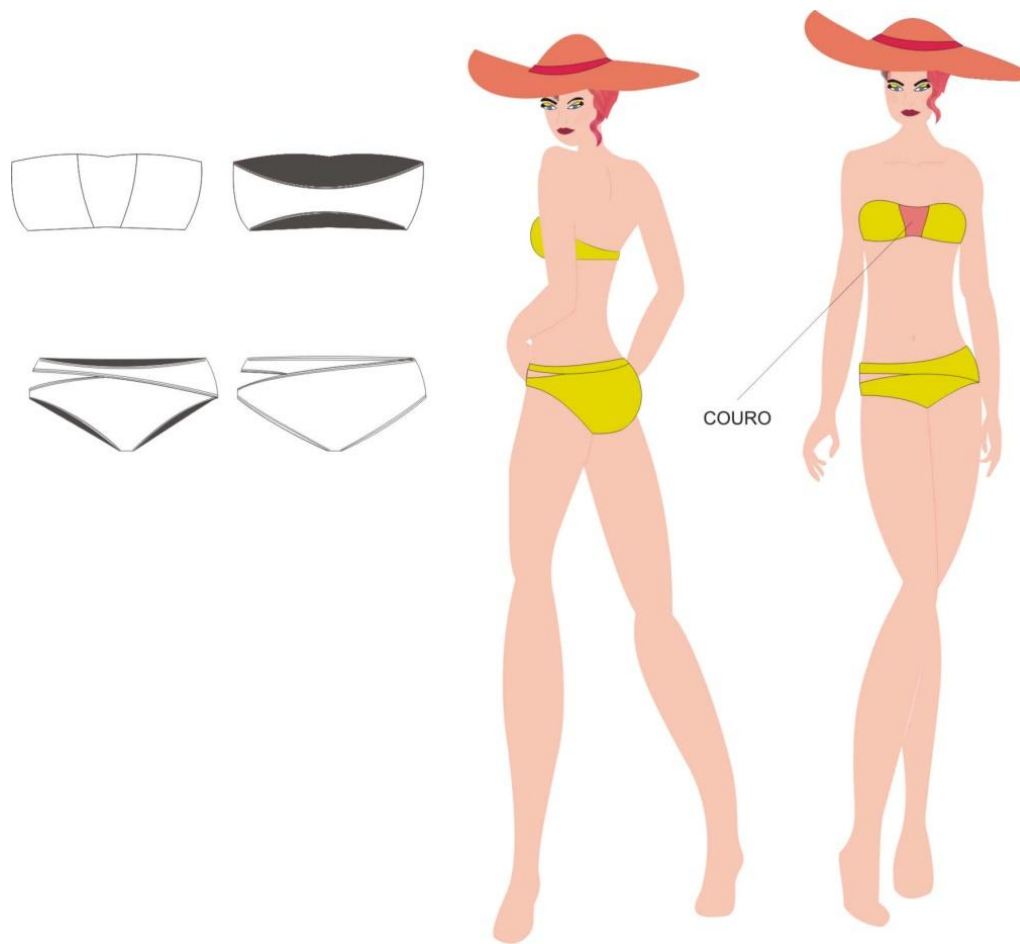


Figura 38 - look 7  
Fonte: Autoria própria

O sétimo *look* traz uma mulher de atitude, seu recorte na parte inferior da graça a peça, sem deixar de ser um *look* comportado. A parte central em rosa dá à peça o ar de feminilidade. Sua modelagem foi projetada para se adaptar aos seios e dar sustentação dando segurança a quem usa.

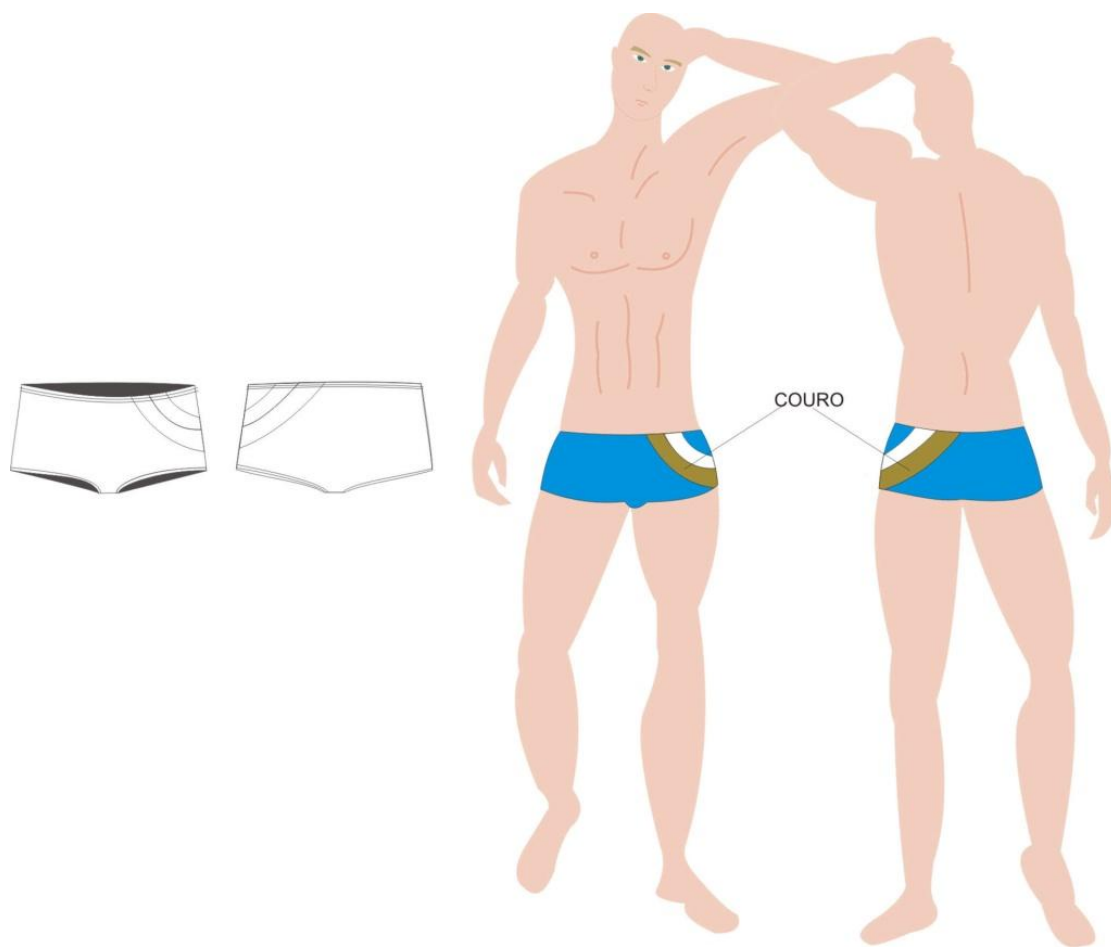


Figura 39 - look 8  
Fonte: Autoria própria

Os recortes nesta sunga dão um ar moderno à peça, suas cores são a tendência dessa estação, o couro dourado da ao oitavo *look* o detalhe moderno que a estação pede.

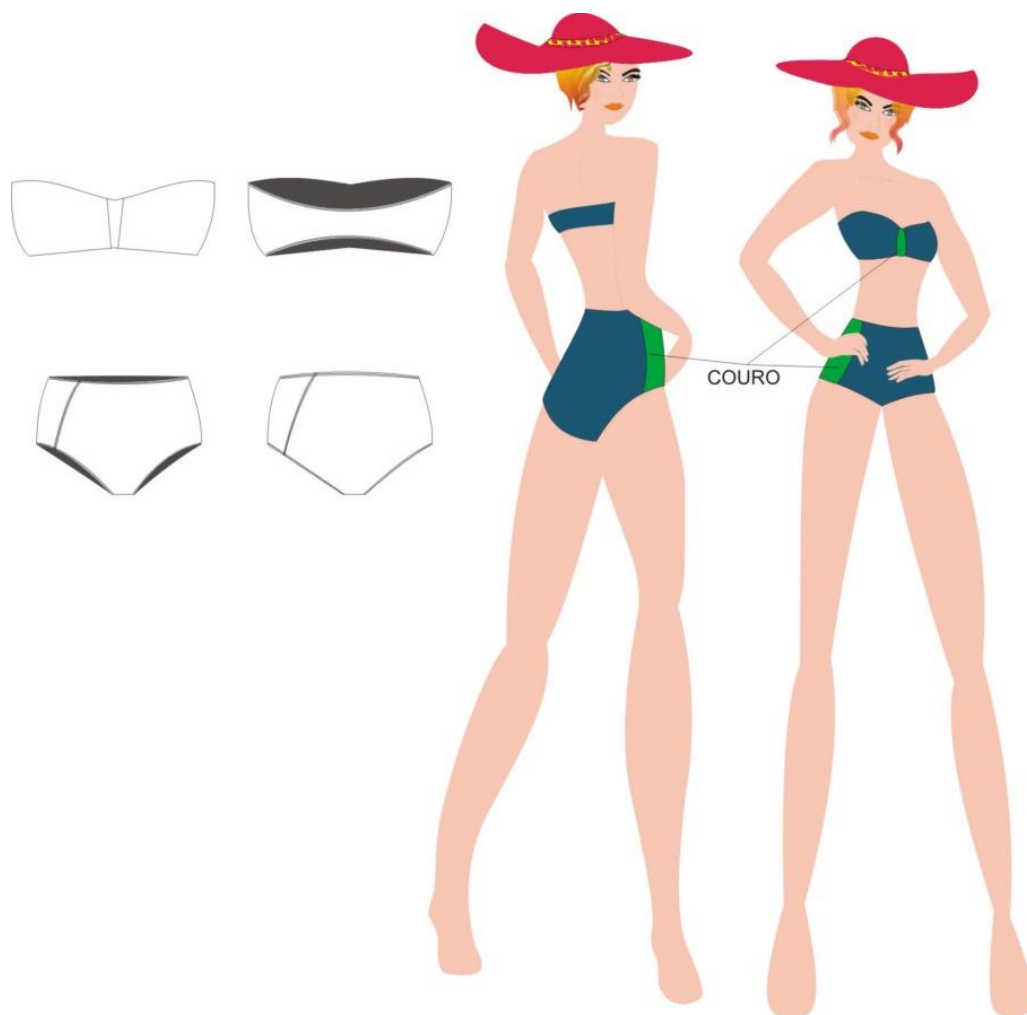


Figura 40 - look 9  
Fonte: Autoria própria

O nono *look* remete a um estilo retro, a tendência *hot pants* bem explorado pelas marcas de moda praia para essa estação, as cores usadas dão o ar moderno que a estação pede. A modelagem mais alta da elegância e beleza a mulher.

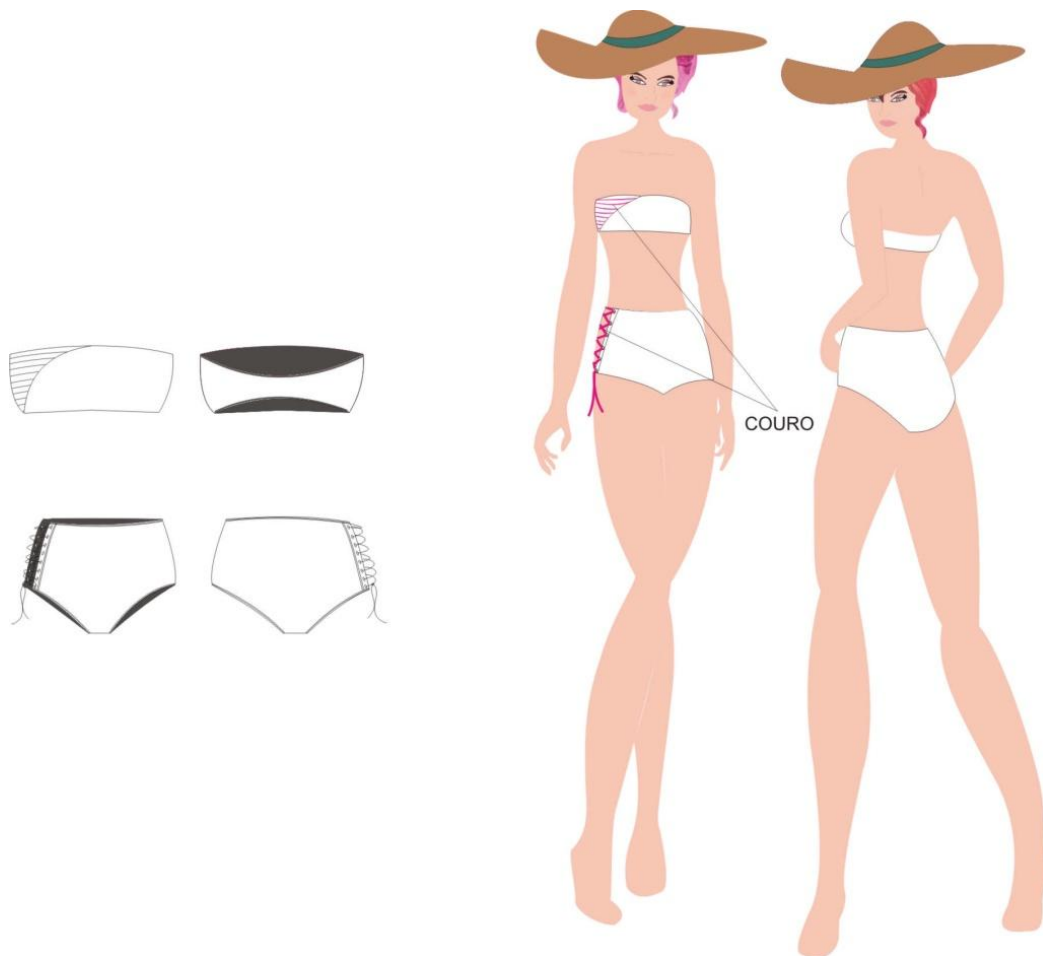


Figura 41 - look 10  
Fonte: Autoria própria

Esse *look*, chama atenção pela feminilidade, por conter amarração do lado da um ar ainda mais jovem a coleção, com seu estilo retro mais com detalhes modernos proporciona leveza e charme a mulher.

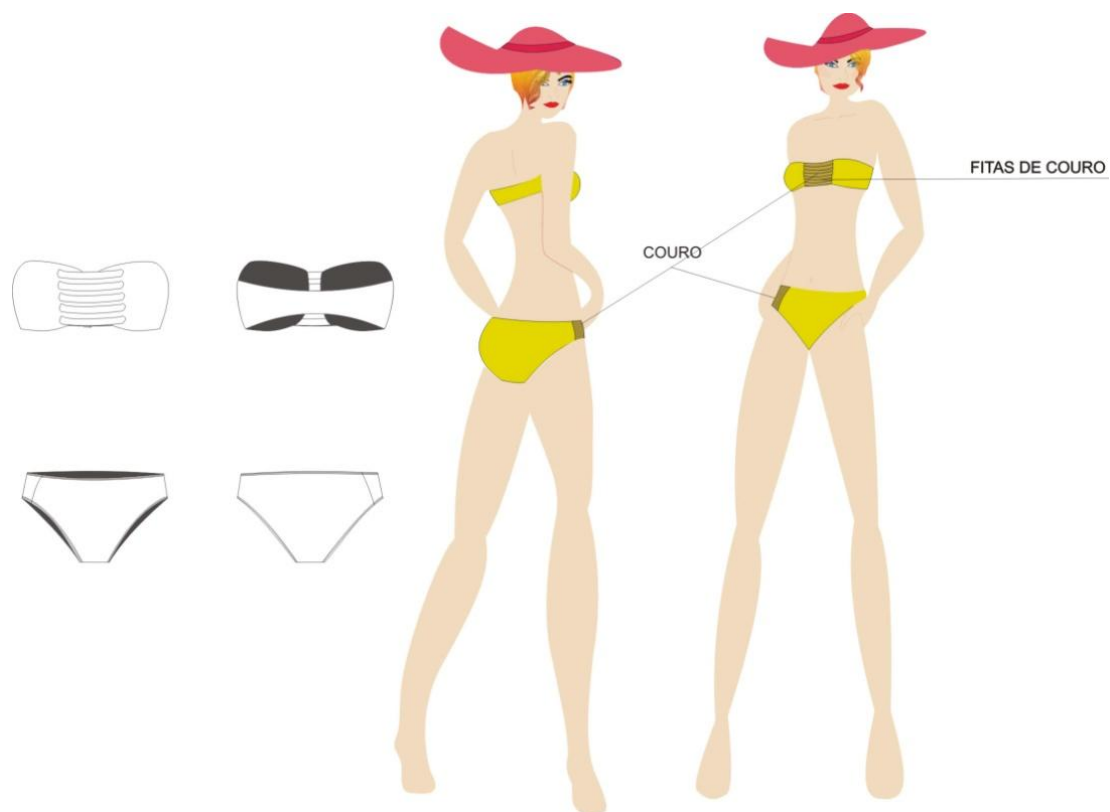


Figura 42 - look 11  
Fonte: Autoria própria

O décimo primeiro *look* mostra uma mulher descontraída, e que gosta de se diferenciar das demais, a cor vibrante e os recorte em couro dão o toque final no *look*.

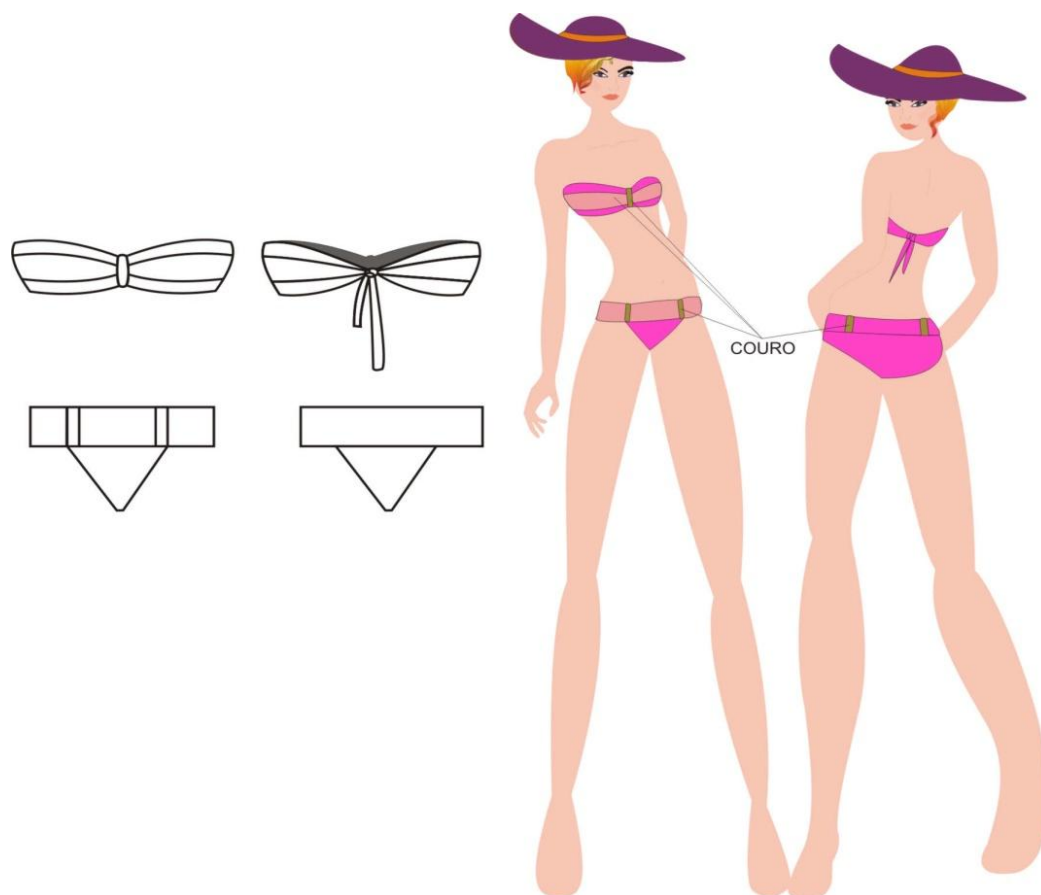


Figura 43 - look 12  
Fonte: Autoria própria

Este biquíni traz toda a delicadeza da mulher, sua modelagem diferenciada com as cores da estação e com os detalhes em couro rosa e dourado, são o diferencial da peça, sendo o diferencial uma das características da estação.

## 7 RESULTADOS

O objetivo inicial do presente trabalho era reciclar o máximo de retalhos de couro possíveis impedindo que esse fosse descartado, e este objetivo foi alcançado mostrando resultados satisfatórios. Pois o conhecimento aliado com a necessidade de se achar um destino melhor para estes resíduos, resultou em que 95% das aparas que não teriam utilidade inicialmente fossem reaproveitadas, transformando as em produtos de alta qualidade e com um projeto de reciclagem viável para a empresa.

Este projeto, no entanto, destaca-se a necessidade de novas técnicas e processos para melhor reaproveitamento de qualquer resíduo gerado pela indústria, principalmente a têxtil, buscando sempre minimizar os impactos que estes causam na natureza.

Durante todo o processo de desenvolvimento deste trabalho percebeu-se a importância da pesquisa bibliográfica e a necessidade de se ter uma visão ampla obtendo conhecimento e técnicas para que a reciclagem ocorra de maneira fácil principalmente para a empresa.

Mostrando que o conhecimento sobre reutilização de resíduos deve ser difundida em todos os meios, não apenas na moda, mais sim em qualquer campo que gere, grande ou pouca quantidade de resíduos sólidos.

Notou-se durante a realização deste trabalho, o crescimento e o interesse mercadológico em âmbito mundial pelo sustentável, peças que tem em sua identidade toda a consciência de não poluir, oferecendo originalidade e exclusividade ao consumidor. É o diferencial, ditando as novas regras do consumo moderno.

O sustentável e o *design* juntos favorecem o desenvolvimento de novos produtos e novas ideias mostrando o *design* como uma ferramenta essencial para a modernidade, pois nunca um produto será criado exatamente igual ao outro pelas texturas e variedades de cores e tamanhos que as aparas tem, propiciando a exclusividade tão desejada pelo consumidor contemporâneo.

Este trabalho não deixa dúvidas que o reciclar é fundamental, e viável desde que um grupo se interesse por isso. Trabalhando em conjunto com algumas pessoas, a pesquisadora repassava suas ideias e seus

conhecimentos, transformando os materiais, descobrindo novas possibilidades e usos, ao mesmo tempo em que observa aprendia diversas técnicas para se reciclar a maior quantidade possível.

Isso deixa claro que a empresa ou organização que souber gerir de forma adequada os seus resíduos certamente estará em vantagem em relação á seus concorrentes, já que a tendência do ecologicamente correto vem se desenvolvendo a cada dia, e vem sendo incorporado na sociedade contemporânea.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Alcyrus Vieira Pinto; HONORATO, Cezar de Freitas. **Manual de sobrevivência na selva acadêmica**. Rio de Janeiro: Objeto Direto, 1998.

BC MALHAS. Disponível em: < <http://www.bcmalhas.com.br/produtos.php>>  
Acesso em: 06 mar. 2013.

BLOG MODA POPULAR. Disponível em:  
<<http://blogmodapopular.blogspot.com.br>>. Acesso em 06 fev. 2013.

BONOMA, Thomas V. Case research in marketing: opportunities, problems, and procedure. **Journal of Marketing Research**, v. XXII, may 1985.

BRASIL, Lei nº 11.211, de 19 de dezembro de 2005. Disponível em:  
<[http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/1281/curtumes\\_aspectos\\_senna.pdf?sequence=1](http://bd.camara.gov.br/bd/bitstream/handle/bdcamara/1281/curtumes_aspectos_senna.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 10 fev. 2013.

CALDER, B. Focus group and the nature of qualitative marketing research. **Journal of Marketing Research**, n. 14, p. 353-64, aug. 1977.

CALVERA, Anna. Treinando pesquisadores para o design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. III, nº1, p.97-120, jan. / jun. 2006.

CAPRICHOS. Disponível em: <<http://capricho.abril.com/moda/verao-2013-7-tendencias-moda-praia-fashion-rio-voce-adotar-686516.shtml>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

CASTILHO, K. **A moda do corpo o corpo da moda**. São Paulo: Esfera, 2002.

CASTRO, G.V. **Design de interiores e consumo**: a percepção dos aspectos sócio-ambientais em móveis e objetos decorativos. (Dissertação de Mestrado). Pontifícia Universidade Católica- Rio, Rio de Janeiro. Disponível em: <[http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0610425\\_08\\_cap\\_01.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0610425_08_cap_01.pdf)> Acesso em: 20 nov. 2011.

CENTRO DO COURO. Disponível em: <<http://www.centrodocouro.com.br>> Acesso em: 12 fev. 2013.

DINET. Disponível em: <<http://www.dinet.tv/saida-de-praia-moda-verao.html>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

FIGUEIREDO, M. J. **Plano nacional de prevenção dos resíduos industriais**. Lisboa: PNAPRI, 2000.

**GIL, ANTONIO CARLOS. COMO ELABORAR PROJETOS DE PESQUISA. 4. ED. SÃO PAULO: ATLAS, 2002.**

GOODE, W. J. ; HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

GOODE, W. J. ; HATT, P. K. **Métodos em pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

International council of societies of industrial design. Definition of design.  
Disponível em: <<http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm>>. Acesso em 21 nov. 2011.

HYPENESS. Disponível em: <[http://www.hypeness.com.br/wp-content/uploads/2012/05/Arteparede\\_de\\_bolha\\_de\\_Sabao\\_2.jpg](http://www.hypeness.com.br/wp-content/uploads/2012/05/Arteparede_de_bolha_de_Sabao_2.jpg)>. Acesso em: 05 fev. 2013.

INYSTYLE. Disponível em: <<http://inystyle.com.br/spfw-2013-adriana-degreas>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

JOGANDO NO GOOGLE. Disponível: <<http://www.joganogoogle.com.br/wp-content/uploads/2010/07/homem-deitado-lendo-um-livro-nojoganogoogle.jpg>>. Acesso em: 05 de abr. 2013.

LEMOS, Haroldo M.; BARROS, Ricardo L.P. **O desenvolvimento sustentável na prática**. Rio de Janeiro: Comitê Brasileiro das Nações Unidas para o Meio Ambiente, 2007.

LIEBSCHER, Peter. Quantity with quality? Teaching quantitative and qualitative methods in a LIS Master's program. **Library Trends**, v. 46, n. 4, p. 668-680, Spring 1998.

LISBON CYCLE CHIC. Disponível em:

<<http://www.lisboncyclechic.com/?tag=mubi>> Acesso em: 06 fev. 2013.

LIXO. Disponível em:

<[http://www.lixo.com.br/index.php?Itemid=252&id=146&option=com\\_content&task=view](http://www.lixo.com.br/index.php?Itemid=252&id=146&option=com_content&task=view)>. Acesso em: 19 fev. 2013.

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

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis** – os requisitos ambientais dos produtos industriais. 2. ed., 1 reimp. São Paulo: EDUSP, 2008.

MODA MERCATTO. Disponível em: <<http://blog.modamercatto.com.br/colecao-verao-2013-com-sabrina-sato>>. Acesso em: 22 fev. 2013.

MOURA, Mônica. **O design de hipermídia**. 2007. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.

MUITO CHIQUE. Disponível em: <<http://www.muitochique.com/moda/moda-fitness-2013.html>>. Acesso em: 06 fev. 2013.

MULHER. Disponível em:

<<http://mulher.uol.com.br/comportamento/album/2012/06/11/escritora-sugere-15-coisas-para-fazer-antes-de-casar-engravidar-ou-envelhecer.htm>>. Acesso em: 06 de abr. 2013.

OFICINA DO DESIGN. Disponível em:

<<http://oficinadodesign.blogspot.com.br/2011/10/macro-tendencias-para-o-verao-2013.html>>. Acesso em: 05 fev. 2013.

OLHARES. Disponível em:

<<http://olhares.uol.com.br/grafaaprendizfoto2121912.html>>. Acesso em: 06 de abr. 2013.

PACHECO, J. W. F. **Curtumes**. São Paulo: CETESB, 2005.

PIERCE, C.S. **Semiótica**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

PORTAIS DA MODA. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br>>.

Acesso em: 20 fev. 2013.

QUERIDAGA. Disponível em: <<http://www.queridaga.com/2012/11/moda-praia-2013-maio-com-decote-engana.html>>. Acesso em: 19 fev. 2013.

RADICETTI, E. Medidas antropométricas padronizadas para a indústria do vestuário. In: **Conferência industrial e de confecção**. Rio de Janeiro: SENAI / CETIQT, 1999.

ROMM, Joseph J. **Empresas eco-eficientes**. São Paulo: Signus, 2004.

SANTOS, A.M.M.M.; CORRÊA, A.R.; ALEXIM, F.M.B.; PEIXOTO, G.B.T.  
Panorama do setor de couro no Brasil. **BNDES Setorial**, Rio de Janeiro, n. 16,  
p. 57-84, set.2002. Disponível em:  
<<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/bnset1603.pdf>>. Acesso em: 15 dez.  
2012.

SEELING, Charlotte; MAYER, Margit J.; TILEMANN, Katharina; ARAGNO,  
Bonizza Giordani. **Moda: o século dos estilistas, 1900-1999**. [S.l.]:  
Könemann, c2000. 655p.

SILVA, Christian Luiz da. **Desenvolvimento sustentável: um modelo analítico,  
integrado e adaptativo**. Petrópolis: Vozes, 2006.

TEM MAIS. Disponível em:  
<<http://www.temmais.com/blog/estilo/Default.aspx?Pagina=30>>. Acesso em: 10  
de abr. 2013

TRIGUEIRO, André. **Meio ambiente no século 21**. Campinas, 2. ed. São  
Paulo, 2005.

TULL, D. S.; HAWKINS, D. I. **Marketing research, meaning, measurement  
and- method**. London: Macmillan Publishing Co. 1976.

ULLMANN, C. **Sustentabilidade no dia-a-dia**. Portal design Brasil Opinião.  
Disponível em: <[www.designbrasil.org.br](http://www.designbrasil.org.br)>. Acesso em: 22 nov. 2011.

VENZKE, Cláudio Senna. **A situação do eco design em empresas moveleiras da região de Bento Gonçalves:** análise da postura e das práticas ambientais, 2002. 125 p. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

VIVAGLAM. Disponível em: <<http://vivaglam.com.br/annamendes/tag/biquini/>>  
Acesso em: 07 fev. 2013.

**APÊNDICE A** - Pranchas de apresentação dos croquis desenvolvidos.

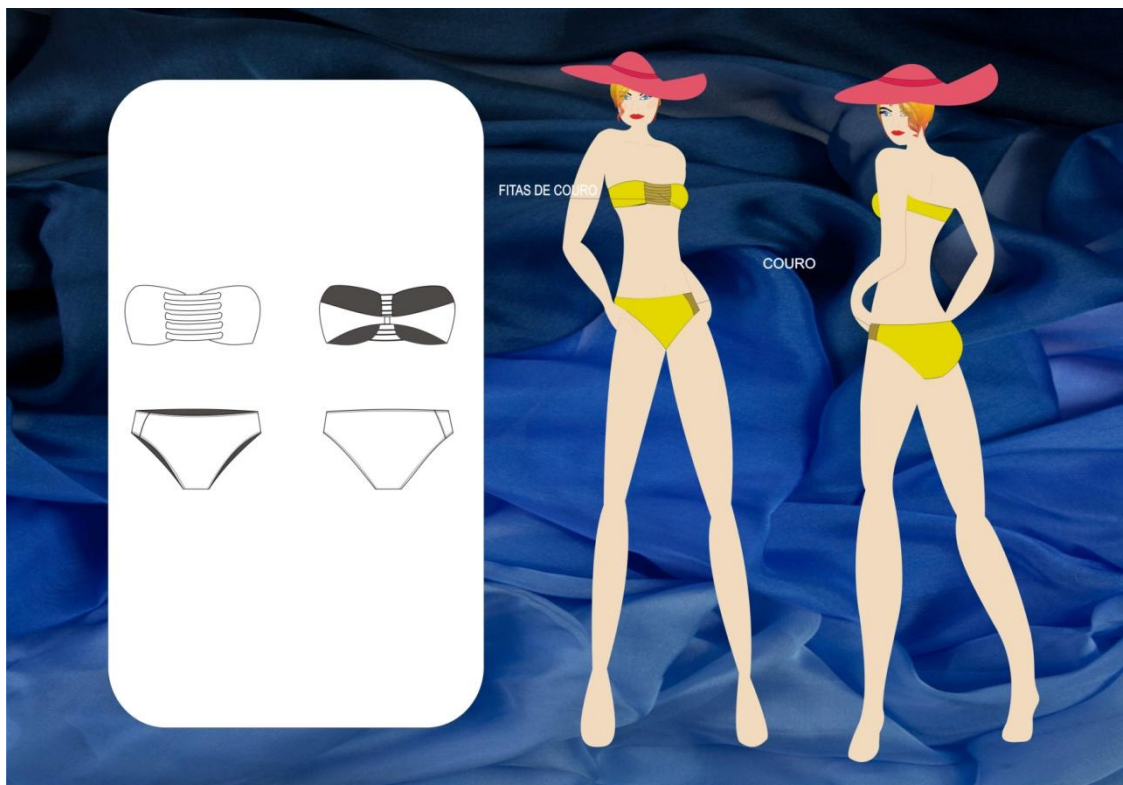


Figura 44 - Prancha 1  
Fonte: Autoria própria



Figura 45 - Prancha 2  
Fonte: Autoria própria

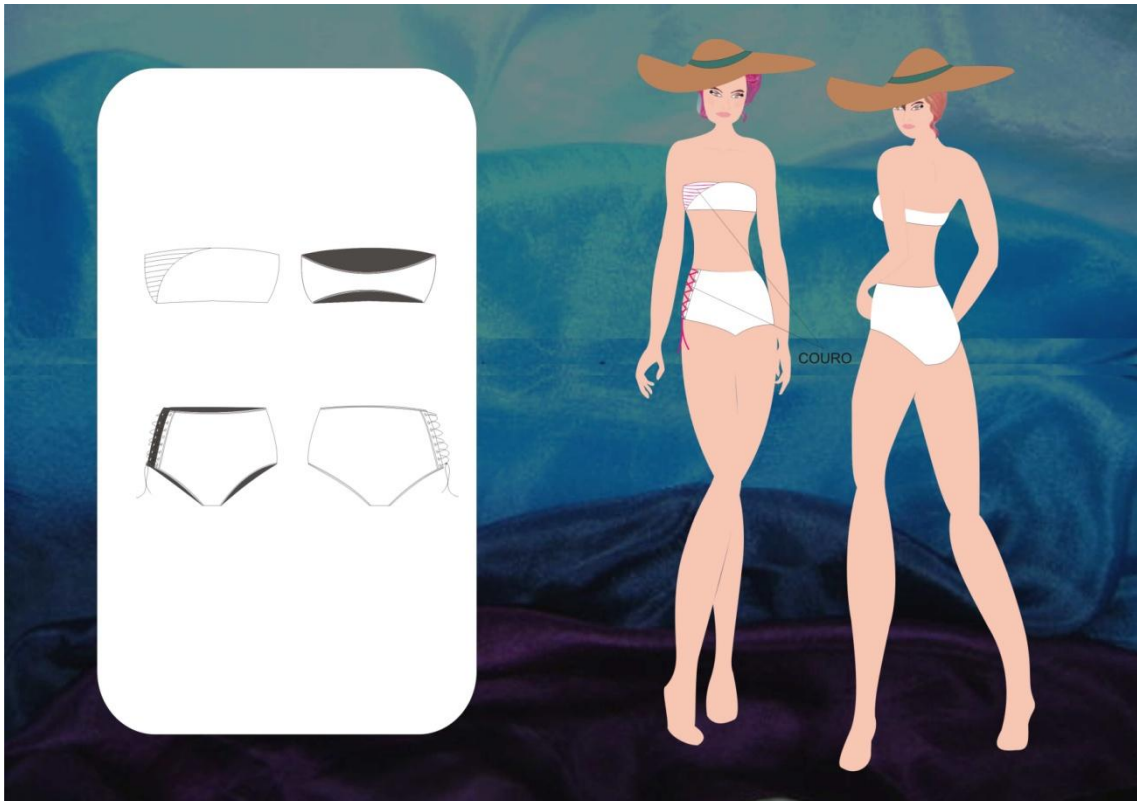


Figura 46 - Prancha 3  
Fonte: Autoria própria

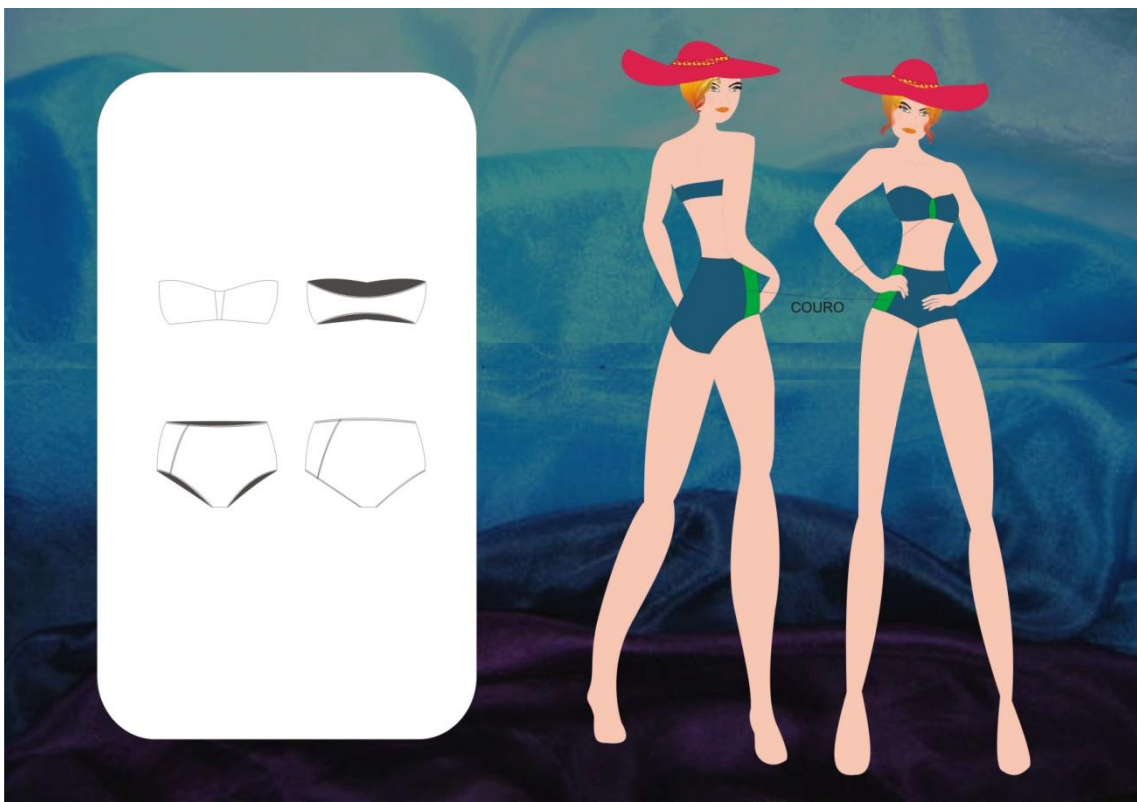


Figura 47 - Prancha 4  
Fonte: Autoria própria

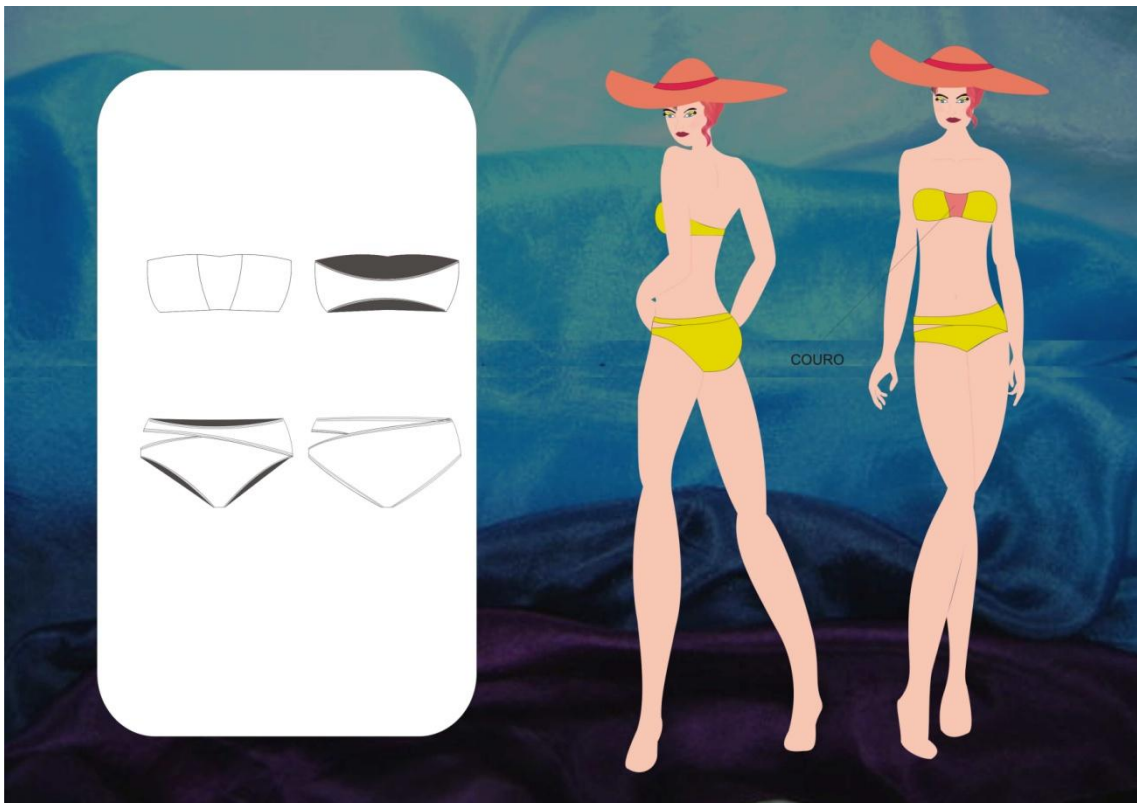


Figura 48 - Prancha 5  
Fonte: Autoria própria



Figura 49 - Prancha 6  
Fonte: Autoria própria

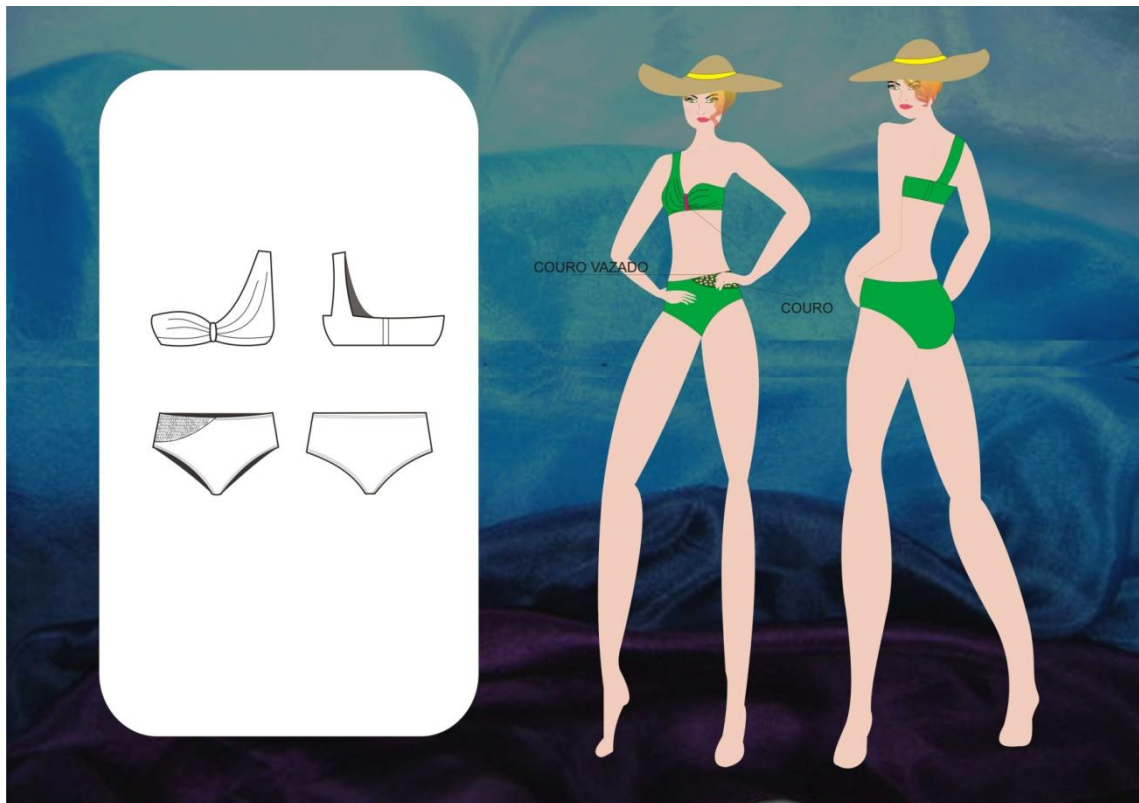


Figura 50 - Prancha 7  
Fonte: Autoria própria

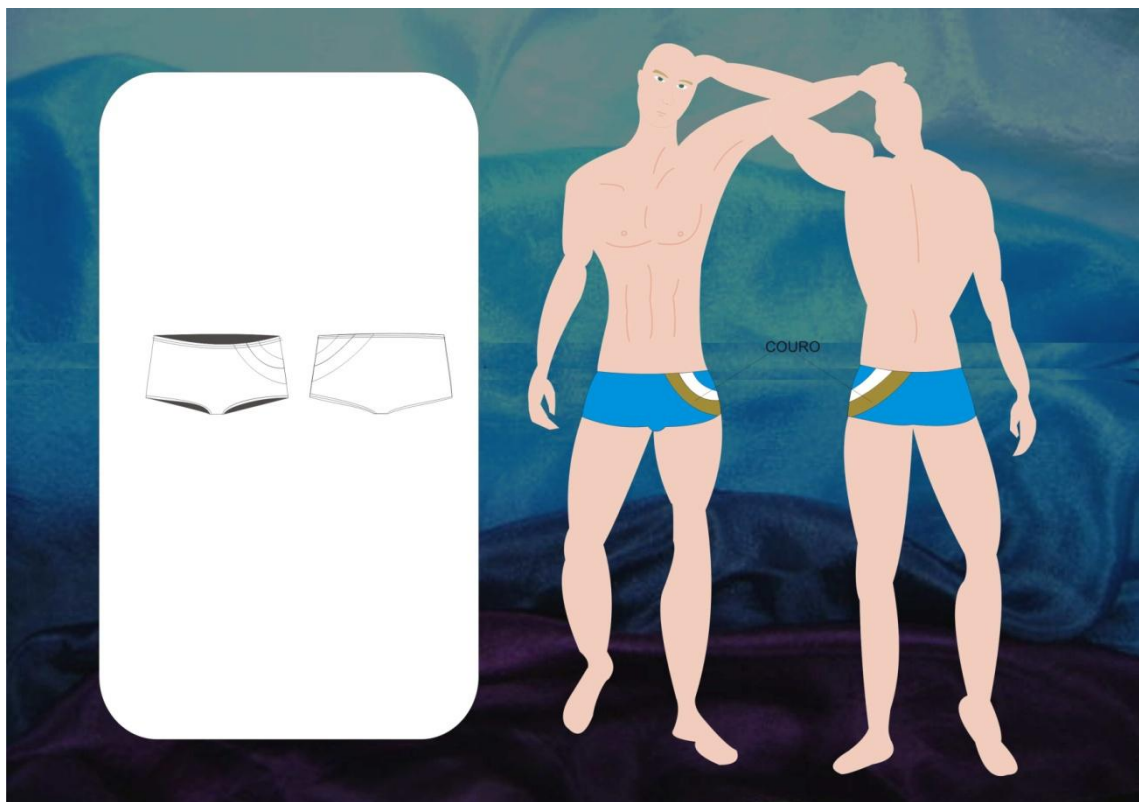


Figura 51 - Prancha 8  
Fonte: Autoria própria

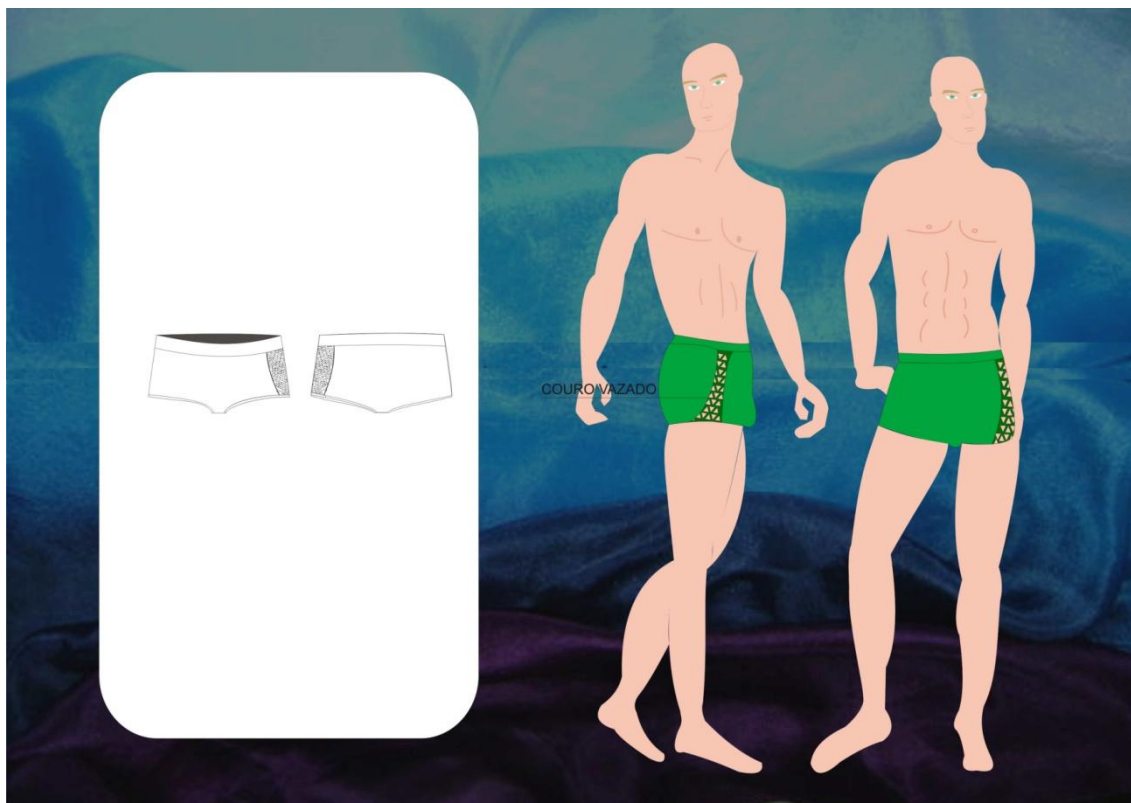


Figura 52 - Prancha 9  
Fonte: Autoria própria

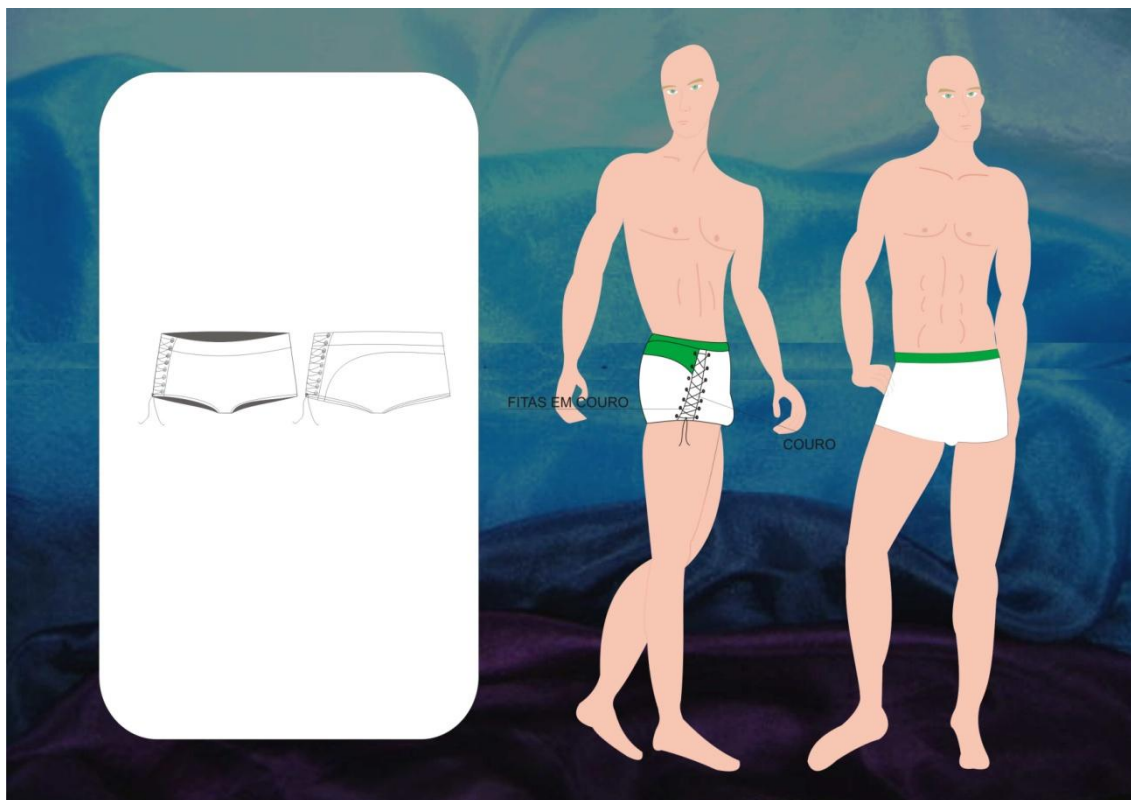


Figura 53 - Prancha 10  
Fonte: Autoria própria

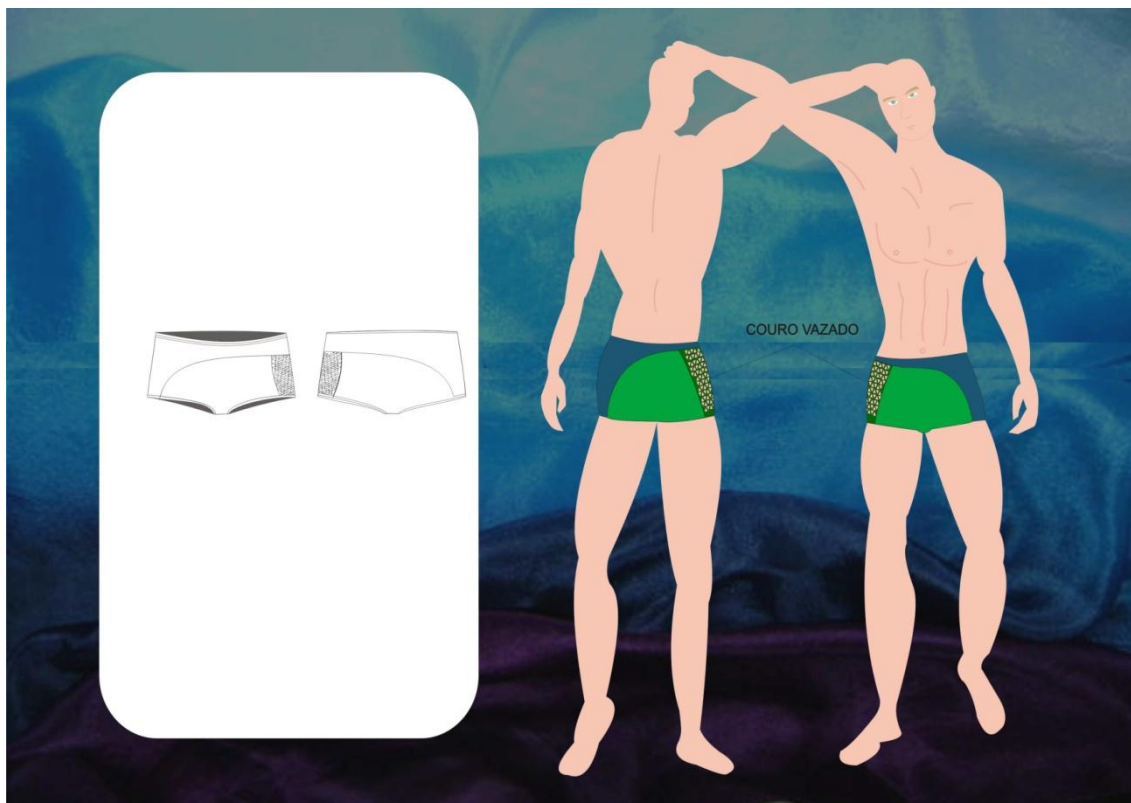


Figura 54 - Prancha 11  
Fonte: Autoria própria

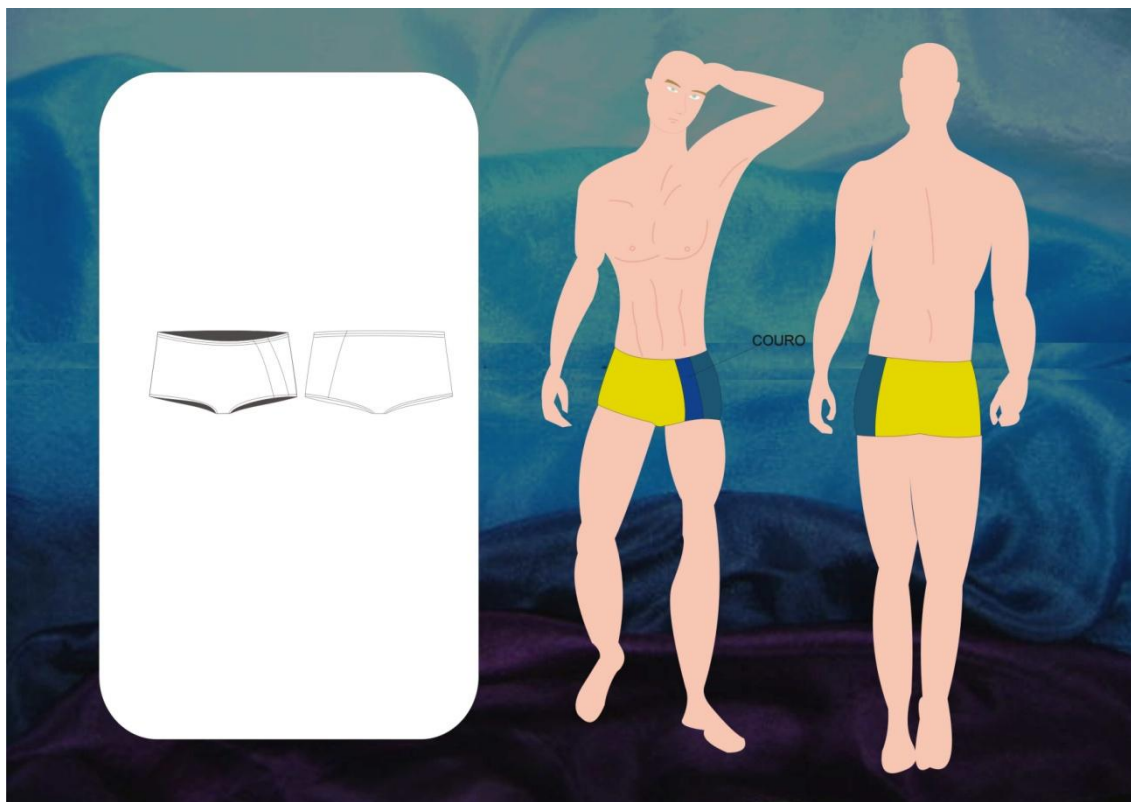


Figura 55 - Prancha 12  
Fonte: Autoria própria

**APÊNDICE B - Fichas técnicas dos *looks* confeccionados.**









TECIDO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Malha fitness	3.20 m	88% Poliéster 12% Elastano	0.30cm	Amarelo	COSTA RICA MALHAS
COURO LEGITIMO			0.10cm	Dourado	MB CONFECÇÕES
FORRO	1.20 m		0.25cm	Bege	MB CONFECÇÕES
					Marcato

AVIAMENTO					
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
LINHA		100% ALGODÃO	13 M	AMARELO	DICATEX
FIO		100% POLIESTER	35 M	AMARELO	DICATEX
Elástico			50 cm		DICATEX

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16				34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
TAG	1	0,16			
ETIQUETA INTERNA	1	0,03			
ETIQUETA EXTERNA	1	0,12			
Plástico	1	0,5			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				

Marca: AGUA SALGADA	DATA: 20/02/13	Coleção: Verão 2013	REF: 2013-002
Tamanho: M	N. de peças: 1	Modelo: Biquini Inferior	
Estilista: Grazieli Gagstetter		Modelista: Grazieli Gagstetter	

DESENHO FRENTE	DESENHO LATERAL	DESENHO COSTAS
		

OBSERVAÇÕES
Detalhes feitos em couro

Figura 60 - Ficha técnica  
Fonte: Autoria própria























**APÊNDICE C - Catálogo de produtos.**



Figura 72 - Catálogo  
Fonte: Autoria própria



Figura 73 - Catálogo  
Fonte: Autoria própria



Figura 74 - Catálogo  
Fonte: Autoria própria



Figura 75 – Catálogo  
Fonte: Autoria própria



Figura 76 - Catálogo  
Fonte: Autoria própria

**APÊNDICE D - Visualização da interface do site desenvolvido.**

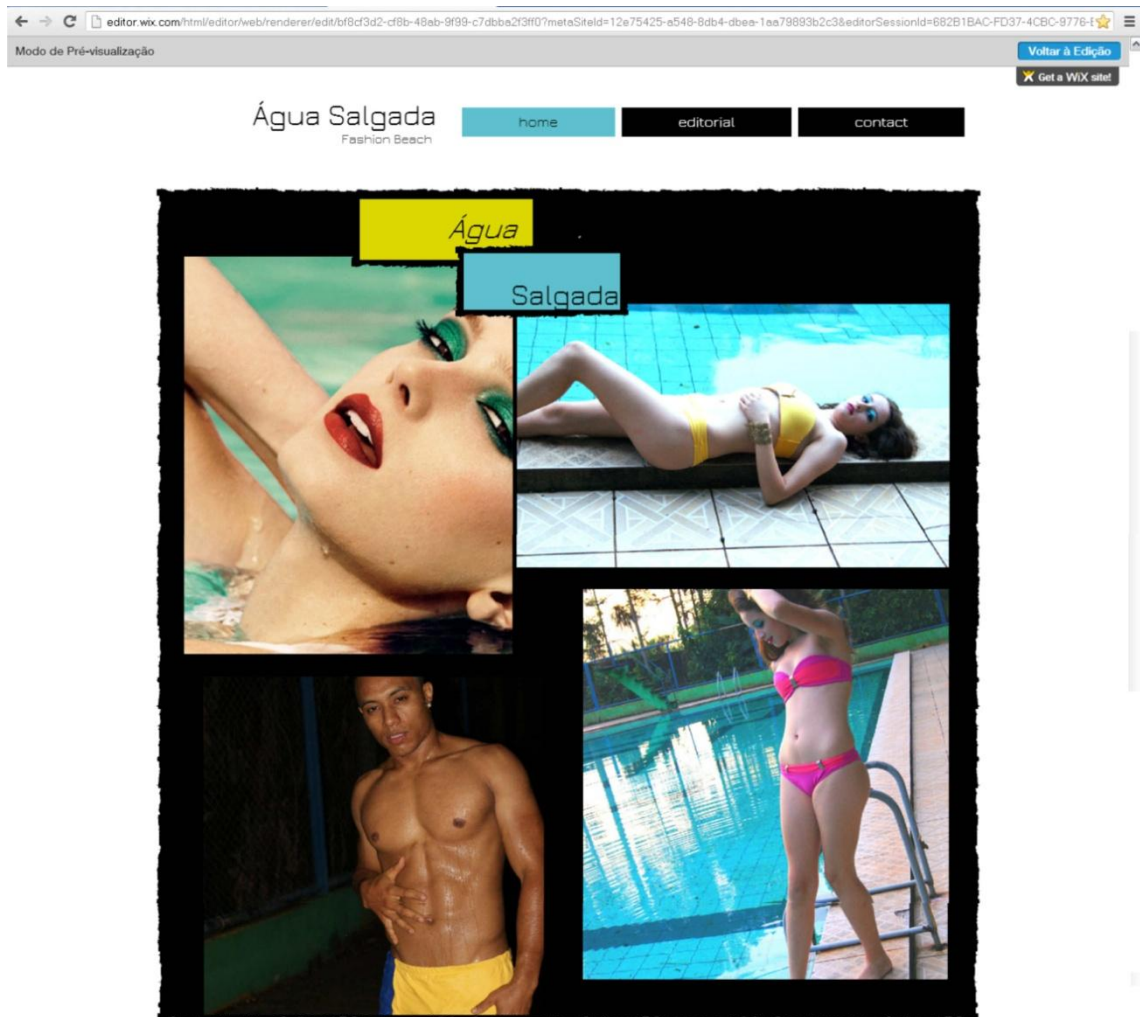


Figura 77 - Site - Home  
Fonte: Autoria própria

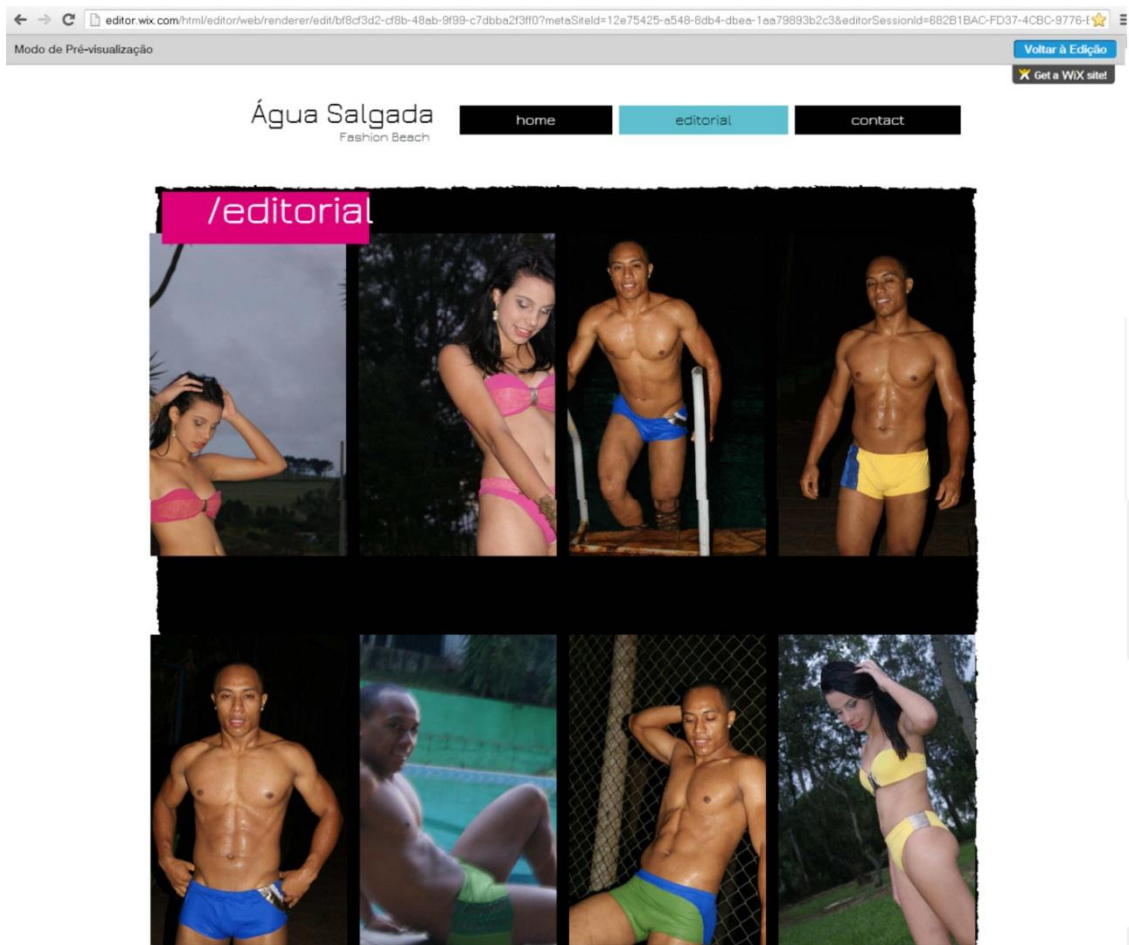


Figura 78 - Site - Coleção  
Fonte: Autoria própria

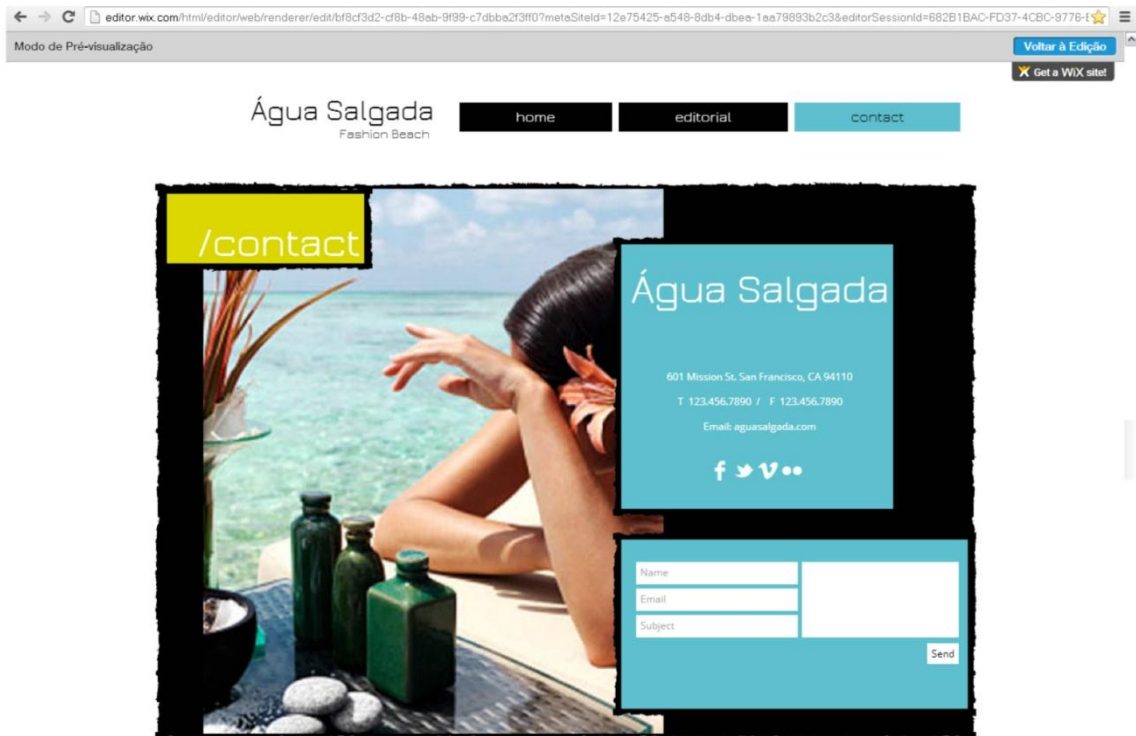


Figura 79 - Site - Contato  
Fonte: Autoria própria