CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO ALTO VALE DO ITAJAÍ - UNIDAVI

ANDRESSA KOPSCH

REUTILIZAÇÃO DO DESCARTE DE PEÇAS PILOTO JEANS NA REGIÃO DO ALTO VALE NO DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE BOLSAS E NECESSAIRES

Rio do Sul

2021

CENTRO UNIVERSITÁRIO PARA O DESENVOLVIMENTO DO ALTO VALE DO ITAJAÍ - UNIDAVI

ANDRESSA KOPSCH

REUTILIZAÇÃO DO DESCARTE DE PEÇAS PILOTO JEANS NA REGIÃO DO ALTO VALE NO DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE BOLSAS E NECESSAIRES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Superior de Tecnologia em Design de Moda do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda.

Prof. Luis Paulo Posanski

Rio do Sul

2021

No dia **07/12/2021** o(a) acadêmico(a) **ANDRESSA KOPSCH** apresentou o Trabalho de Conclusão de Curso conforme descrito a seguir:

Curso: Tecnologia em Design de Moda

Título do Trabalho: REUTILIZAÇÃO DO DESCARTE DE PEÇAS PILOTO JEANS NA REGIÃO DO ALTO VALE NO DESENVOLVIMENTO DE UMA COLEÇÃO DE BOLSAS E NECESSAIRES

Palavras-chave: Jeans, Sustentabilidade, Acessórios

Nota Geral: 9,5

Membros da Banca Examinadora:

LUIS PAULO POSANSKI
(Professor Orientador)

BARBARA PAVEI SOUZA
(Convidado)

Responsáveis pelo TC/TCC:

ANDRESSA KOPSCH
Acadêmico(a)

LUIS PAULO POSANSKI
Professor Supervisor

BARBARA PAVEI SOUZA
Coordenador do curso

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo criar uma coleção autoral de acessórios – bolsas e necessaires – com base na sustentabilidade, visando uma moda com mais propósito. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa com empresas jeanswear do Alto Vale do Itajaí no intuito de conhecer o volume de produção de peças piloto geradas em cada coleção, para então, compreender o destino dos produtos que por algum motivo não são aprovados. Após esta etapa, criou-se a proposta de elaborar artigos inovadores, com foco no futuro e na sustentabilidade, visando design, qualidade e conforto para estes itens, que até então seriam descartados, proporcionando, então, sua ressignificação. O projeto, por fim, propõe a estes produtos um novo ciclo de produção e uso, materializados em peças únicas com propósito sustentável.

Palavras-chave: Acessórios. Jeans. Sustentabilidade.

ABSTRACT

This project aims to create an authorial collection of accessories – bags and necessaires – based on sustainability, aiming for a fashion with more purpose. For this, a survey was carried out with jeanswear companies in Alto Vale do Itajaí in order to know the volume of production of pilot pieces generated in each collection, in order to understand the destination of products that for some reason are not approved. After this stage, the proposal was created to prepare innovative articles, with a focus on the future and sustainability, aiming at design, quality and comfort for these items, which until then would be discarded, thus providing their re-signification. Finally, the project proposes a new production and use cycle for these products, materialized in unique pieces with a sustainable purpose.

Keywords: Accessories. Jeans. Sustainability.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Dados dos trabalhadores têxteis no Alto Vale do Itajaí 12
Figura 2 - Painel persona 18
Figura 3 - Painel inspiracional de estilo 18
Figura 4 - Painel inspiracional jeans 19
Figura 5 – Croquis das bolsas 20
Figura 6 – Croquis das necessaires 20
Figura 7 – Croquis das bolsas transversais 21
Figura 8 – Croquis das bolsas sacolas 21
Figura 9 - Bolsa usada como material 22
Figura 10 - Molde da bolsa a ser confeccionada 23
Figura 11 - Risco do molde no tecido a ser usado 23
Figura 12 - Cartela de cores 24
Figura 13 - Ficha técnico produto para desenvolvimento 25
Figura 14 – Desenho do molde no tecido 26
Figura 15 – Moldes cortados 27
Figura 16 - Processo de costura 27
Figura 17 - Produto final 28

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 8

1.1 JUSTIFICATIVA 8

1.2 OBJETIVO GERAL 8

1.2.1 Objetivos específicos 9

2 METODOLOGIA 9

3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA 10

3.1 MODA 10

3.2 JEANS 11

3.3 ACESSÓRIOS 13

3.4 SUSTENTABILIDADE E UPCYCLING 13

4 PESQUISA MERCADOLÓGICA 16

5 PESQUISA DE PÚBLICO ALVO 17

6 PAINEL PERSONA 17

7 PAINEL INSPIRACIONAL 18

8 PROJETO – COLEÇÃO DE BOLSAS E NECESSAIRES 19

8.1 PROCESSOS 21

8.2 ESCOLHAS DE MATERIAIS 22

8.3 DESENHO TÉCNICO / FICHA TÉCNICA 24

8.4 PROTÓTIPOS 25

8.5 PRODUTO FINAL 28

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS 29

REFERÊNCIAS 30

1 INTRODUÇÃO

Um assunto da atual pauta é a sustentabilidade na moda, uma vez que o consumo de roupas e acessórias torna-se imprescindível em nossa vida cotidiana. Com isso, se faz necessário observar o quão prejudicial pode ser o consumo desenfreado. Sabe-se que com o crescimento da população e das indústrias, o setor produtivo, naturalmente, tem-se elevado cada vez mais, entretanto muitas vezes os produtos não utilizados são descartados incorretamente, causando, assim, um impacto agressivo ao meio ambiente.

As empresas de jeans estão entre as confecções e marcas que mais crescem. Nesse sentido, a Região do Alto Vale do Itajaí se destaca na produção de moda denim e, a cada dia, investe em novas atividades econômicas, o que proporciona a geração de mais empregos na região. Portanto, o design possui um papel importante no consumo e produção de produtos com valor de moda, e se levarmos em consideração o impacto que suas produções causam ao meio ambiente, pode-se debater formas de recriar.

A partir desta premissa, surge um conceito na sustentabilidade que vem moldando a moda, chamado upcycling. Segundo Berlin (2012, p. 137), "[...] o upcycling transforma produtos inúteis e descartáveis em novos materiais ou peças de maior valor, uso ou qualidade".

Levando em consideração esse conceito, a pesquisa em questão possui o intuito de associar o design e o upcycling no desenvolvimento de uma coleção de bolsas e necessaires, transformando o descarte de peças piloto em novos produtos.

1.1 JUSTIFICATIVA

O principal objetivo do desenvolvimento deste trabalho funda-se na necessidade da reutilização de produtos desprezados por algumas empresas do Alto Vale do Itajaí, de modo que proporcione novos rendimentos ao que, anteriormente, seria descartado e geraria acúmulo no meio ambiente. Portanto o seguinte trabalho tem como intuito a união do design com a sustentabilidade, reaproveitando o jeans na confecção de uma coleção de bolsas e necessaires, trazendo o conceito de upcycling e toda uma carga regional ao produto de moda.

1.2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma coleção de bolsas e necessaires a partir de peças piloto jeans descartados por algumas empresas do Alto Vale do Itajaí.

1.2.1 Objetivos específicos

A partir dessas informações traçou-se os objetivos específicos, quais sejam:

- Desenvolver uma pesquisa com empresas fabricantes de produtos jeans no Alto Vale a fim de conhecer o destino das peças piloto que não entram nas coleções;
- Narrar o conceito de *upcycling*/sustentabilidade na moda;
- Desenvolver uma coleção com matérias-primas provenientes do descarte de peças piloto;
- Aplicar técnicas de design de moda no desenvolvimento dos produtos da coleção.

2 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho baseia-se nas pesquisas realizadas com três empresas da região do Alto Vale. Tendo como resultados o descarte de peças piloto que não entram nas coleções aprovadas, e a partir disto, com os conhecimentos de design, desenvolvemos um produto inovador e sustentável, reutilizando estes insumos que seriam descartados.

Segundo o Sinfiatec - Sindicato das Indústrias de Fiação, Tecelagem e Vestuário do Alto Vale do Itajaí - (2012), Rio do Sul tem aproximadamente 1,7 mil trabalhadores atuando em fábricas da cidade. Somando-se aos municípios próximos a este, o número de indústrias têxteis presentes na região é de quase 700, das quais 450 atuam com jeans. As confecções e o mercado de marcas da região Alto Vale do Itajaí, estão entre as que mais crescem no Estado.

Portanto, elaborou-se um questionário a fim de entrevistar alguns empresários da área para saber a quantidade de peças piloto desenvolvidas em uma coleção, assim como o destino dado aos itens que por algum motivo não entram nestas. A primeira pergunta realizada foi “Quantas coleções são lançadas no ano?”, obtendo resposta média de três. Para a segunda pergunta “Quantidade de peças piloto desenvolvidas?”, obteve-se resposta média de 160 peças anuais. Na sequência, “Qual o destino das peças piloto que não entram para coleção?”, obteve-se resposta média de que estas ficam em saldos na empresa. “Já pensou em criar um produto inovador com essas peças descartadas?”, resposta média que nunca pensaram a respeito. Assim, pode-se concluir com base nas respostas que são realizadas mais de duas coleções por ano e que não há destino específico para as peças que não entram nestas coleções.

Somado a este estudo preliminar, buscou-se em bibliografias de referência sobre moda e sustentabilidade embasamentos teóricos para a construção do projeto, justificando e utilizando os processos apresentados nestas pesquisas ao desenvolvimento da coleção.

3 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

3.1 MODA

Atualmente observa-se a moda com outros olhos do que apenas para o embelezamento, a moda é vista como impulsionadora de negócios e grande engrenagem da economia, seja brasileira ou estrangeira.

Em complemento Doris Treptow (2013, p. 203) elucida que "Vivemos um momento de globalização e rompimentos de barreiras econômicas. A indústria da moda pode projetar-se além fronteiras e revelar-se uma consistente fonte de riquezas para a economia nacional."

Como mencionado no início, a moda detém como característica a capacidade de servir as pessoas. No entanto, com o passar do tempo esta finalidade esteve em instabilidade devido deslizes éticos, queda de faturamento e reputação de marcas renomadas que passaram a ser vistas com maus olhos pelos consumidores.

Pode-se mencionar que a queda de marcas está intimamente vinculada a preocupação de apenas vender, deixando a essência e a necessidade do consumidor de lado.

Carvalhal (2016, p. 76) menciona que:

> Isso acontece quando nos preocupamos apenas em vender (vender e vender), ganhar mais, acumular. Quando nos preocupamos somente com a tendência e esquecemos da essência, assim criamos coisas (demais) que não têm sentido para as pessoas, reduzimos o preço (perdendo qualidade, apertando fornecedores, destruindo a cadeia da moda).

Com isso, é importante destacar que tal rompimento da cadeia ocasiona severos impactos sociais e ambientais. Sabe-se que toda produção gera resíduos descartáveis, percebe-se a relevância de estudar e criar produtos inovadores que diminuam significativamente os níveis de poluição, pois segundo Lima (1992, s.p.) leciona, a "[...] indústria têxtil gera 8% de resíduo de algodão sob o total processado e este resíduo é inconveniente por não possuir um destino ambientalmente correto e ocupar grandes volumes, gerando um grande impacto ambiental".

Nesse mesmo sentido, André Carvalhal (2016, p. 75) cita que “A segunda maior atividade econômica do mundo tem como produto final as roupas, mas seu papel vai bem além disso. Trabalhar com moda não pode ter só a ver com criar, combinar, comercializar ou comunicar roupas (de que as pessoas talvez nem precise mais)”.

O mesmo autor complementa que:

> Desde as primeiras criações, roupas e moda cumpriram uma série de propósitos. Adorno, proteção, diferenciação e legitimação, por exemplo. Papéis tão importantes que muitas vezes transcendem a utilidade da peça e que tinham em comum o propósito de servir a vida das pessoas. Servir aos seus sonhos. Servir à construção da sua identidade. Servir à busca, ao autoconhecimento e ao estabelecimento de diálogos e laços sociais. (CARVALHAL, 2016, p. 75).

Ao final, pode-se concluir que a moda e suas produções não se limitam apenas ao estético, mas sim a toda cadeia de produção em que se encontra inserida, de modo que o seu rompimento ou desequilíbrio ocasiona severas consequências financeiras e ambientais.

3.2 JEANS

Segundo a escritora Lu Catoira (2006, p. 131), a história do jeans tem início nos anos de 1845, quando Loeb (Levi) Strauss adentra aos Estados Unidos apresentando um tecido resistente e o oferece aos garimpeiros para a fabricação de tendas de campanha ou coberturas de vagões de minério.

Três anos mais tarde, mais precisamente no ano de 1848, em São Francisco, estado da Califórnia, com a descoberta de grandes jazidas minerais, inicia-se a Corrida do Ouro. A população da região cresceu exponencialmente. Levi Strauss, embora residindo em Nova Iorque, constatou a necessidade dos garimpeiros de uma nova vestimenta, mais resistente e forte (CATOIRA, 2006, p. 131).

A partir deste instante, em 1853, Strauss remanejou seu estoque de denim (tecido in natura do qual se origina o jeans) em calças resistentes para os trabalhadores. A partir de então, o jeans tornou-se o produto do vestuário mais hegemônico, sendo que sua permanência já perdura por mais de 150 anos, e é nesta sua capacidade de se reinventar que está a sua supremacia capaz de sobreviver às diversas mudanças de estilos e culturas (CATOIRA, 2006, p. 131). Sendo a partir deste instante e deste item específico, que se pode constatar o surgimento de um produto popular, ovacionado pelo consumidor contemporâneo (SILVA, 2014, s.p).

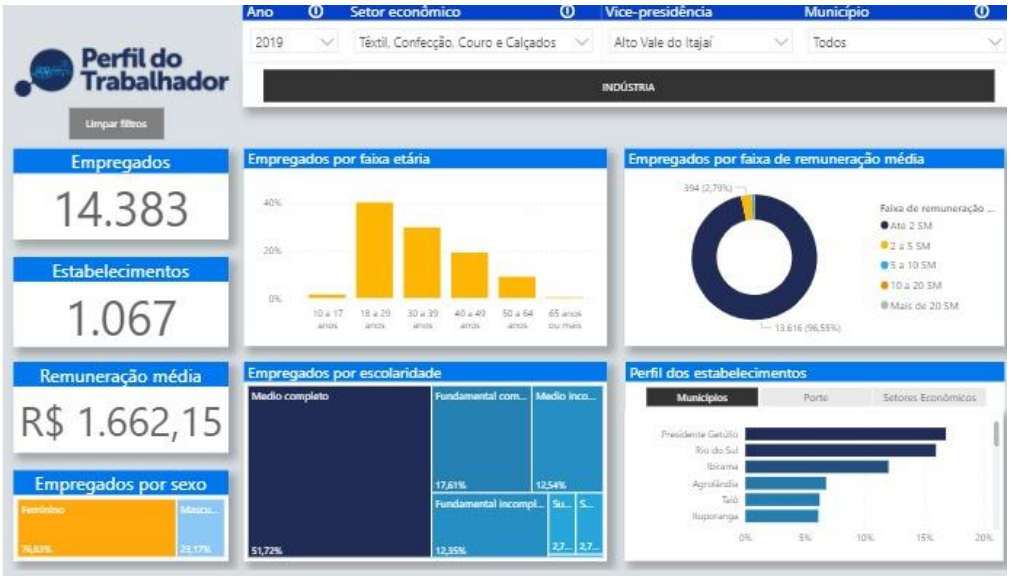
Há de se mencionar que inicialmente o jeans era visto e associado ao consumidor mais jovem e informal, mas com o passar do século XX e sua extrema popularização e inserção em

diferentes camadas sociais, esta realidade está mudada, tanto que em uma pesquisa recente, constatou-se que a mulher brasileira adquire, em média, cerca de sete peças jeans por ano (FALCÃO, 2013, s.p).

Vale ainda destacar que as fábricas de jeans estão entre as confecções e marcas que mais crescem no estado de Santa Catarina, sendo que o Alto Vale se destaca na produção de moda jeans e, a cada dia, investe em novas atividades econômicas.

Conhecida como a capital estadual de jeans, Rio do Sul é o principal município do Alto Vale do Itajaí que ainda tem na indústria têxtil sua principal vocação econômica. Segundo o Sinfiatec - Sindicato das Indústrias de Fiação, Tecelagem e Vestuário do Alto Vale do Itajaí - (2019), a cidade tem aproximadamente 2,3 mil trabalhadores atuando em fábricas, e no âmbito regional, atinge mais de 10 mil empregados, conforme dados da imagem a seguir (FIESC, 2021).

Figura 1 - Dados dos trabalhadores têxteis no Alto Vale do Itajaí



Fonte: FIESC, 2021.

Em suma, observa-se da imagem que se somar aos municípios próximos a Rio do Sul, o número de indústrias têxteis presentes na região no ano de 2019 ultrapassou a casa de 1000 estabelecimentos ativos, sobrepondo os dados apresentados em 2012 pelo mesmo órgão. Isso justifica, também, a necessidade de pensar em projetos como este, que visam auxiliar no remanejamento de insumos descartados por estas indústrias.

3.3 ACESSÓRIOS

Para Titta Aguiar (2010, p. 19), os acessórios são elementos essenciais na composição de um look. Segundo ela, defini-los como complemento de uma composição fica raso para o vasto poder que desempenham, deixando de ser simplesmente um “acessório”, para se tornar, muitas vezes, uma peça fundamental.

A mesma autora afirma que a área de acessórios é uma das que mais cresce no mercado de moda, de forma que é impulsionada pelo alto consumo, tendo em vista a praticidade em comprar um novo acessório ao invés de uma roupa nova. Assim, os acessórios otimizam custos ao permitir que você se mantenha atual, passando por várias estações, apenas modificando a maneira de usá-los (AGUIAR, 2010, p. 20).

Steven Faerm (2012, s.p.) contribui ao afirmar que, embora as roupas estejam sempre à frente da coleção, os acessórios são marcados pelo cuidado, e são parte integral do varejo e das experiências de venda. Cada marca terá um processo único de desenvolvimento do acessório, sendo que estes poderão ser criados para serem peça principal ou complemento de roupas criadas.

Os acessórios, por fim, são capazes de trazer destaque, detendo o poder de mudar qualquer visual, de modo que proporcionam uma finalização do look, transitando desde composições mais básicas até mais elaboradas.

3.4 SUSTENTABILIDADE E UPCYCLING

A sustentabilidade é um dos assuntos que mais ganha destaque na atualidade, devido a necessidade de encontrar meios de produção que mantenham a qualidade dos produtos, mas que se revelam menos agressivos ao meio ambiente, e na moda não poderia ser diferente. Para este contexto, a sustentabilidade encontra-se presente principalmente nos anseios dos consumidores que se preocupam em adquirir produtos que respeitem o meio ambiente, produzidos de maneira ecologicamente correta e que possuam vida útil maior que os demais oferecidos pelo mercado. No entanto, como se sabe, a moda é envolta de uma cadeia produtiva, que além de abranger o consumidor final, também deve-se ater ao design, economia e a indústria em que se encontra inserida.

Logo de início, é importante ponderar que “Qualquer iniciativa que minimize os impactos ambientais pode ser entendida como um modelo de negócio mais sustentável” (SALCEDO, 2014, p. 28).

Para Berlin (2016, p. 20): “[...] ao se pensar em moda, pensa-se imediatamente em roupa, e a ligação é pertinente, uma vez que a vestimenta é hoje, o maior símbolo da moda”. Porém, é necessário saber que moda está também ligada ao consumo e, principalmente, ao comportamento das pessoas (BERLIN, 2016, p. 20).

Segundo os ensinamentos de Santos (2014, p. 2), “A moda, tem na sua lógica, a novidade e a obsolescência planejada e o incentivo ao consumismo”. Assim sendo, tem-se que a moda pode ser interpretada como uma cadeia de processos, em que suas vertentes devem ser observadas conforme os impactos, processos, realidade de consumo e valores (BERLIN, 2016, p. 20).

Nesse mesmo sentido, destaca-se o upcycling, sendo que:

> Os retalhos de tecidos e roupas descartadas representam pouco valor para a indústria da moda, assim, a melhor forma de reaproveitar essa valiosa matéria-prima para criar novos produtos funcionais é com o processo que se chama 'upcycling'. O processo industrial é tão simples quanto engenhoso. Marc Meijers criou o Denim X combinando fibras de jeans reciclado com bioplásticos (NETWORK, 2016, s.p.).

Em complemento,

> A técnica do upcycling consiste em, com criatividade, dar um novo e melhor propósito para um material que seria descartado sem degradar a qualidade e composição do material. Um item que passou pelo upcycle normalmente possui uma qualidade igual ou melhor que a de seu original (ECYCLE, 2021, s.p.).
> [...]
> A prática do upcycling reduz a quantidade de resíduos produzidos que passariam anos em lixões e aterros sanitários. Além disso, diminui a necessidade de exploração de matéria-prima para a geração de novos produtos. No caso do plástico, isso significa menos petróleo explorado; menos árvores derrubadas, no caso da madeira; e, no caso do metal, menos mineração (ECYCLE, 2021, s.p.).

É de bons olhos destacar que o movimento do upcycling vem caminhando juntamente com os movimentos do *eco fashion* e o *slow fashion* (ECYCLE, 2021, s.p.).

Assim, pode-se afirmar a adoção e a prática do upcycling trata-se de uma forma criativa de reutilizar resíduos de jeans que seriam descarados e produzir um novo produto totalmente sustentável e inovador, em que, principalmente, preserva os recursos que estão cada dia mais escassos.

Ao final, conclui-se que após épocas marcadas pelo consumismo desenfreado, o consumidor atual é mais visionário e preocupado com o meio ambiente e seus caminhos. Sabe-se que para a sobrevivência, o ser humano precisa adquirir bens para o consumo, sejam vestimentas ou alimentos e, consequentemente, estes produtos são ligados ao ambiente, seja

através de sua matéria de composição, seja através da sociedade, ou então por meio de sua produção e idealização. Porém, todas estas ligações são partes do consumo e da moda.

1.4.1 Sustentabilidade X Moda

Conforme mencionado anteriormente, a primeira peça em jeans que se tem conhecimento, foi a fabricada por Levi Strauss, denominada de modelo 501. Recentemente, uma versão desta foi desenvolvida a partir de tecido reciclado de cinco camisetas de algodão, obtendo em seu processo a redução de 98% no consumo de água, sendo este o ponto forte da fabricação (BARBOSA, 2016, s.p.). Ainda, segundo Barbosa (2016, s.p.), " [...] cerca de 3.800 litros de água são utilizados durante toda a vida útil de uma calça jeans: 68% desse consumo acontecem devido ao cultivo de algodão, enquanto 23% ocorrem na casa do consumidor, por conta de sucessivas lavagens em máquina de lavar".

Nessa mesma linha as estudiosas Figueiredo e Cavalcante (2010, s.p.) mencionam que:

> O beneficiamento de peças prontas surgiu como uma das mais importantes rotas de produção que leva de encontro às rápidas mudanças de demanda do mercado da moda. As indústrias de denim utilizam intensamente recursos naturais em seu ciclo, o retrato real do seu impacto só foi conhecido publicamente em 2006, quando a Levi´s Strauss divulgou resultados da avaliação de seu ciclo de vida com o que era gasto na fabricação de um exemplar do seu icônico jeans 501: 920 galões de água, 400.000 KW de energia, 32 kg de dióxido de carbono expelidos. Conforme divulgado pela marca, o equivalente a manter uma mangueira ligada por 106 minutos, dirigir por 125.502 km e manter ligado um computador por 556 horas.

Conforme observado até o instante, a indústria da moda busca alternativas para tornar seus processos cada dia mais sustentáveis. Sabe-se que os ciclos de produção necessitam se reinventar, de modo que produzam com a mesma quantidade e qualidade, porém de forma menos poluente, buscando atingir a sustentabilidade continuada. É neste instante que se verifica a importância do designer, pois será o profissional capaz de determinar o elo crítico entre o design e a produção sustentável.

Atualmente diversas marcas buscam aprimorar suas produções visando a sustentabilidade. Um grande exemplo é apresentado pelo escritor Renato Cunha que menciona o processo de upcycling desenvolvido pela estilista Dana Cohen. Esta encontrou um novo ciclo para malhas usadas, unindo-as à novas fibras, criando com isso, tecidos singulares. Como resultado desta atividade, manteve-se a cor original dos tecidos reciclados, mas que agora ganharam novas formas. Possibilitando, por fim, entre a mescla do antigo aliado ao novo, obter peças únicas (CUNHA, 2016, s.p.).

Em complemento, Silva menciona que o consumidor também se revela receoso com o meio ambiente, de maneira em que se traduz em novos comportamentos sociais e de consumo. Nessa vertente, surge uma nova postura, a sustentabilidade, de maneira que se mantenha a produção, mas considerando seus impactos ambientais minimizados (SILVA, 2014, s.p.).

Assim, observadas as informações acima, verifica-se a necessidade da busca e estudo de novas formas de fabricar a peça queridinha mundialmente, o jeans, pensando, no entanto, em formas de manter a sustentabilidade e degradação do meio ambiente em escalas mínimas.

4 PESQUISA MERCADOLÓGICA

Nessa senda de inovação e criação de novos produtos a partir de peças que seriam descartadas, pode-se destacar a marca Cacto Azul, situada na capital do Alto Vale do Itajaí, Rio do Sul, e tem por objetivo a confecção de bolsas e acessórios a partir da matéria prima já existente, principalmente o jeans, aliado ao pouco uso de água para produção.

Em seu sítio digital, eles destacam:

> À nossa frente tínhamos uma calça que já havia passado pelo consumidor. À nossa frente tínhamos uma calça que não servia para doação. Entretanto, à nossa frente tínhamos MATÉRIA-PRIMA. [...] Que tal DESCONSTRUIR aquela calça para RECONSTRUIR um NOVO produto? Assim nasceu nosso primeiro produto, uma MOCHILA SUSTENTÁVEL. [...] Nossa marca utiliza como matéria-prima, descarte têxtil e roupas jeans que já passaram pelo consumidor e entraram em desuso. [...] A partir do "upcycling", o que seria descartado, é transformado em peças novas (CACTO AZUL, 2021, s.p.).

Outro exemplo nacional, é Galeria das Lonas que no ano de 2019, extinguiu o uso de sacolas plásticas e de papelão, e aliados às sobras de tecidos da produção de estofados criaram ecobags (OLIVEIRA, 2021, s.p).

Mais uma iniciativa inspiradora está na marca Yë, que tem sua trajetória narrada por Nogueira (2021, s.p):

> A Yë transforma madeira e couro de descarte em bolsas com design atemporal. Buscando ressignificação da matéria em objetos únicos, através da produção artesanal, os modelos da Yë são peças-desejo. Em 2015 os designers Juliana Erig e Enzo Yassuda estrearam na São Paulo Fashion Week assinando os acessórios do desfile do estilista Ronaldo Fraga, parceria que se mantém até hoje.

E por fim, temos o exemplo da Colibrii que, de modo sucinto, trata-se

> [...] de uma rede que trabalha com artesãs das comunidades locais de Porto Alegre (RS) a ressignificação de resíduos têxteis. Processo que envolve a orientação, co-criação e a venda. E o resultado é a prática do consumo consciente, a geração de renda

> e o desenvolvimento local. O jeans também está bem presente nas criações. Mas outros resíduos também estão incorporados, como, por exemplo, o tecido daquele guarda-chuva descartado, a lona de caminhão. A Colibrii é um negócio social, portanto, não é uma empresa com fins lucrativos, o lucro é o meio para realizar e ir mais longe. E o reaproveitamento de materiais é a essência do projeto (FONSECA, 2021, s.p.).

Pode-se concluir, então, que a reutilização das sobras e retalhos de produção revela-se uma alternativa possível e rentável para o futuro da moda nacional e internacional, uma vez que, além de desenvolver tendências, esta revela-se preocupada com o meio ambiente e a destinação de seus materiais.

5 PESQUISA DE PÚBLICO ALVO

O público alvo do projeto foi definido a partir da descrição da idealização de uma consumidora ideal para as peças desenvolvidas. Assim sendo, é formado por mulheres (jovens e adultas), situadas no Sul - litoral de Santa Catarina, com classe econômica social baixa/média. São mulheres que estudam ou têm formação superior, possuem um estilo livre e ligado ao meio ambiente. Gostam de viajar e buscam uma moda sustentável, por tanto, as bolsas e mochilas propostas irão auxiliá-las em suas modalidades diversas.

6 PAINEL PERSONA

O painel abaixo (figura 2) apresenta algumas imagens referentes ao público alvo e seus possíveis interesses, como: lugares normalmente frequentados, modo de se vestir, gosto musical e demais estilos de vida. Este painel tem como função auxiliar a compreensão do perfil de usuário, e consequentemente, orientar a estética da coleção.

Figura 2 - Painel persona

Fonte: Figura da autora (2021)

7 PAINEL INSPIRACIONAL

A coleção terá como inspiração as formas geométricas e orgânicas, aplicadas ao tecido jeans. Inspirar-se-á, também, na técnica de entrelaçamento de tecidos, podendo ser assimétricos ou não, e sua composição de cores seguirá de acordo com as imagens abaixo (figuras 3 e 4).

Figura 3 - Painel inspiracional de estilo

Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 4 - Painel inspiracional jeans

Fonte: Figura da autora (2021)

8 PROJETO – COLEÇÃO DE BOLSAS E NECESSAIRES

A coleção de bolsas e necessaires criada como projeto de conclusão de curso, tem como conceitos a sustentabilidade, a localidade e a coexistência. É composta por 16 (dezesseis) itens que possuem modelagens tanto retas, quanto orgânicas, tendo como grande protagonista o jeans.

Os produtos seguem uma paleta de cores a partir das tonalidades originais dos tecidos, e em suas variações há detalhamento de zíperes, botões e forros. Em sua execução, priorizou-se pela beleza, conforto e espaço de armazenamento, adequando-se integralmente aos desejos do público-alvo.

Essa fase de definição e confecção dos produtos leva em consideração os princípios do design, assim como os materiais, cores e a capacidade de reprodução do produto final. A representação gráfica da coleção será apresentada na sequência.

Figura 5 – Croquis das bolsas

Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 6 – Croquis das necessaires

Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 7 – Croquis das bolsas transversais

Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 8 – Croquis das bolsas sacolas

Fonte: Figura da autora (2021)

8.1 PROCESSOS

O desenvolvimento de uma coleção de artigos de moda passa por toda uma cadeia de produção até chegar aos itens finais. E o presente projeto situou-se em algumas etapas distintas para sua realização, sendo elas: design; seleção; produção e confecção da peça-piloto.

A seguir, analisar-se-á como ocorre estes estágios da referida cadeia de produção.

8.2 ESCOLHAS DE MATERIAIS

Os materiais escolhidos para a confecção dessa coleção foram peças piloto em jeans recolhidas por meio de doação das empresas entrevistadas, visto que tais peças em questão, não serviam mais para o uso na confecção, por estarem com manchas e rasgos, dentre outros fatores que fizessem com que estas não fossem aprovados na seleção das referidas empresas. Após recolhido o material, há a seleção e separação do que irá ser utilizado.

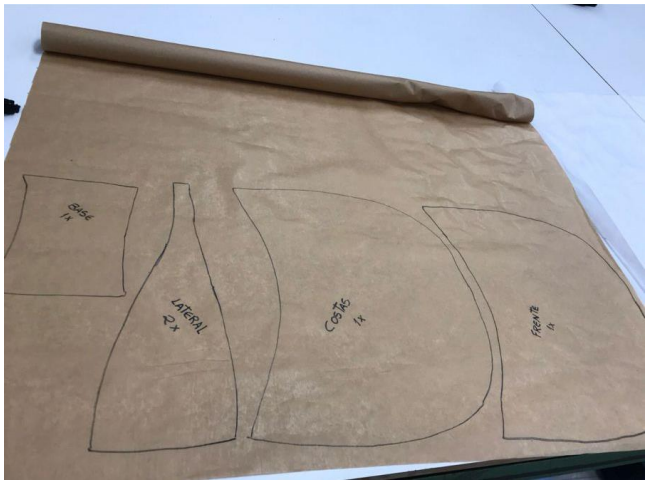
Ainda, a parte de couro foi reaproveitada de uma bolsa que seria descartada, conforme pode-se observar nas imagens a seguir.

Figura 9 - Bolsa usada como material

Fonte: Figura da autora (2021)

Na sequência, conforme ilustram as figuras 10 e 11, tem-se o processo de modelagem, obtido após a seleção do produto que será confeccionado dentre as alternativas geradas para a coleção.

Figura 10 - Molde da bolsa a ser confeccionada



Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 11 - Risco do molde no tecido a ser usado

Fonte: Figura da autora (2021)

A cartela de cores (figura 12) foi obtida através das variações de tonalidades de jeans encontradas nas peças piloto recebidas. Sendo assim, o jeans ditou as cores da coleção sem sofrer muitas alterações.

Figura 12 - Cartela de cores

Fonte: Figura da autora (2021)

8.3 DESENHO TÉCNICO / FICHA TÉCNICA

Para se obter um produto final de qualidade, há a necessidade de desenvolver um processo que permita a reprodução deste item com as mesmas características originais, o qual ganha vida através do desenvolvimento da ficha técnica. Segundo Treptow (2013, p. 144), este item

> Também conhecido como desenho planificado ou desenho de especificação, o desenho técnico tem por objetivo comunicar as ideias do designer ao setor de amostras (modelagem e pilotagem). Normalmente, é produzido em programas de desenhos assistido por computador na linguagem vetorial.

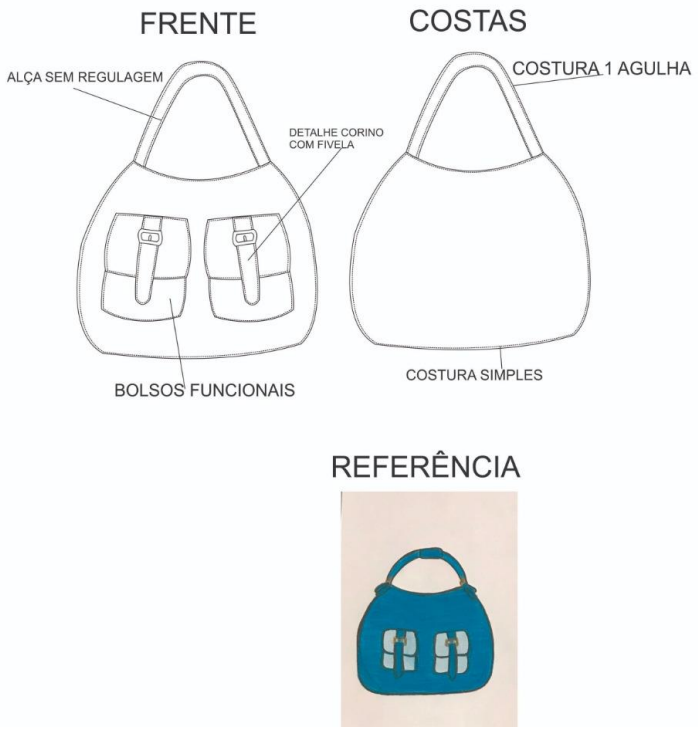
No desenho técnico, não aparece um corpo de manequim, pois sua principal função é fornecer uma informação precisa sobre como deverá ser confeccionada a peça. Deverá ser composto pela riqueza em detalhes, onde o modelo é desenhado de frente e de costas. Não raro, partes do desenho técnico são ampliadas em um outro desenho complementar que mostra detalhes de costuras e acabamentos. O comprimento e a largura podem ser especificados através de medidas (TREPTOW, 2013, p. 144).

A ficha técnica ainda deve conter informações como nome da marca, coleção ou estação, referências, moldes, nome do responsável, tecidos e fornecedores envolvidos. De forma sucinta, busca inserir o maior número de informações que auxiliem na produção mais exata da peça em questão.

Destaca-se que a ficha técnica é um documento descritivo da peça de coleção que se inicia em um formulário com informações básicas. E a partir de então, definido o modelo, desenvolver-se-á um protótipo.

Figura 13 - Ficha técnico produto para desenvolvimento

FICHA TÉCNICA DE DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS			
DESIGNER: ANDRESSA KOPSCH		COLEÇÃO: PRIMAVERA / VERÃO	
REFERÊNCIA: 001	GRADE: XX - XX	FAMÍLIA: BOLSAS	DATA: 19/10/2021
DESCRIÇÃO: BOLSA TAMANHO NORMAL SEM REGULAGEM NA ALÇA			
TECIDO: JEANS	COMPOSIÇÃO: 100% ALGODÃO	FORNECEDOR: EMPRESA 1	
FORRO: LINHO	COMPOSIÇÃO: 100% ALGODÃO	FORNECEDOR:DOAÇÃO	
LINHA 1: AZUL 00426	LINHA 2:PRETO 00390	2 FIVELA	2 TIRAS CORINO



Fonte: Figura da autora (2021)

8.4 PROTÓTIPOS

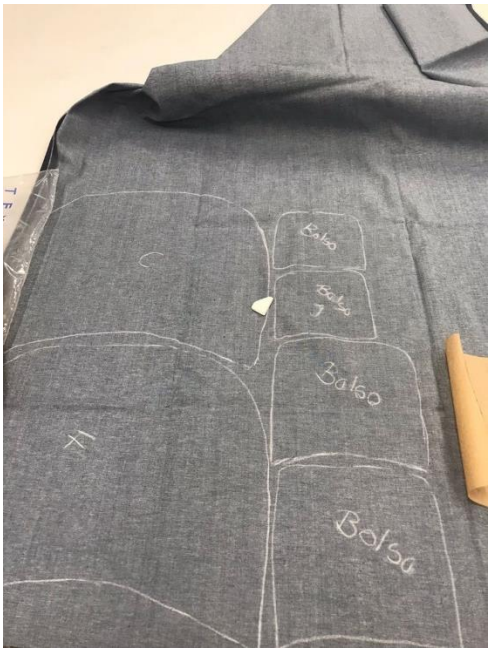
Conforme visto, na sequência, confecciona-se um protótipo, em tamanho próprio para prova e teste. Segundo os ensinamentos de Treptow (2013, p. 145-146),

> O protótipo, ou peça-piloto, é confeccionado por uma costureira polivalente, chamada pilotista ou piloteira, capaz de discutir com o designer e o modelista as dificuldades encontradas ao costurar a peça e propor alterações que a tornem de produção mais fácil.

Para a confecção do protótipo, é importante definir a modelagem que será utilizada, podendo ser obtida através de dois processos: a moulage ou a modelagem plana. A moulage refere-se ao método característico da alta-costura, no entanto, vem sendo amplamente empregada no desenvolvimento de peças para confecção industrial, confeccionados em medidas padronizadas. Já na modelagem plana, os modelos são traçados sobre papel, utilizando uma tabela de medidas e cálculos geométricos (TREPTOW, 2013, p. 145-146).

Na sequência de produção, uma vez o protótipo aprovado, seguido de ficha técnica, servirá como amostra para o fluxo operacional da confecção. Os não aprovados, ou seja, aqueles com defeitos ou rejeitados pelo designer, devem ser descartados, mas devem continuar em poder da empresa (TREPTOW, 2013, p. 145-146). Em um sistema tradicional, as peças piloto desprezadas somente deverão ser vendidas como itens de segunda qualidade quando a coleção já estiver em produção e não for mais necessário o sigilo sobre elas.

Figura 14 – Desenho do molde no tecido



Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 15 – Moldes cortados

Fonte: Figura da autora (2021)

Figura 16 - Processo de costura

Fonte: Figura da autora (2021)

8.5 PRODUTO FINAL

Após todo o procedimento teórico e metodológico, adentrando a parte projetual, obtém-se os resultados finais dos produtos da coleção, por meios dos protótipos e seus ajustes necessários. A partir do acompanhamento da ficha técnica, da junção dos tecidos e da costura, observa-se a criação de um produto mais comercial, com modelagem simplificada, de fácil aceitação e uso pelos consumidores. É neste instante que se tem o produto final (SANCHES, 2008, s.p.).

Na sequência, a figura 17 apresenta o produto final desenvolvido.

Figura 17 - Produto final

Fonte: Figura da autora (2021)

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através dos dados apresentados no decorrer do trabalho, observa-se que a sustentabilidade pode andar lado a lado com a produção do denim e que a moda pode agregar valor quando é feita de maneira sustentável.

A partir do levantamento da pesquisa por meio de questionário aplicado às indústrias e das observações realizadas, nota-se que é possível diminuir consideravelmente a poluição do meio ambiente, reaproveitar peças piloto, gerando assim novas fontes de renda, e ainda contribuir para criação de vestuário moderno e inovador.

Ainda, por meio da pesquisa e da coleção de bolsas apresentadas é possível comprovar à sociedade que a moda pode ser associada à sustentabilidade, mostrando que é possível fazer um novo produto, sem perder suas características e sem prejudicar o mundo onde estamos inseridos. Assim será adaptado novamente, o jeans e a moda às novas realidades, prolongado a vida útil da peça que seria descartada.

Conclui-se que produção desta coleção trouxe também alguns questionamos sobre a sustentabilidade na moda, e o descarte de material, entendendo que o profissional, designer, pode se utilizar desse nicho de mercado para desenvolver novas formas e produtos que possam instigar a consciência dos consumidores, em especial ao consumo consciente, visando responsabilidade social e ambiental na produção industrial.

Por fim, destaca-se que é plenamente possível desenvolver uma coleção de bolsas e necessaires a partir das peças piloto jeans descartados por algumas empresas do Alto Vale do Itajaí.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Titta. **Acessórios**: porque, quando e como usá-los. 3. ed. São Paulo: Editor Senac São Paulo, 2010.

BARBOSA, Vanessa. Revista Exame. **Levi's Faz 1º Jeans Com Camiseta Velha** — e Isso é Incrível, São Paulo S.p, p.1-1, 16 maio 2016. Semanal. Disponível em: http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/levi-s-faz-1o-jeans-com-camiseta-velha-e-isso-e-incrivel. Acesso em: 30 out.. 2021.

BERLIN, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade**: uma reflexão necessária. 1.ed. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2012.

CACTO AZUL. **Nossa história**. Disponível em: https://cactoazul.com.br/a-cacto-azul/. Acesso em 10 nov. 2021.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito**: manifesto pela grande virada. 1.ed. São Paulo: Paralela, 2016.

CATOIRA, Lu. **Jeans, a roupa que transcende a moda**. 2. ed. Aparecida: Ideias e Letras, 2006.

CUNHA, Renato. D**ana Cohen Utiliza Resíduos Têxteis Para Sua Coleção de Moda Sustentável**: StyloUrbano, Inovação para sua vida, Buenos Aires, Argentina, p.1-4, 8 abr. 2016. Semanal. Disponível em: http://www.stylourbano.com.br/dana-cohen-utiliza-residuos-texteis-para-sua-colecao-de-moda-sustentavel/. Acesso em: 01 nov. 2021.

ECYCLE. **Upcycling**: o que é e como aderir à ideia. Disponível em: https://www.ecycle.com.br/upcycling-upcycle/. Acesso em 16 nov. 2021.

FAERM, Steven. **Curso de design de moda**: Princípios, prática e técnicas. 1. ed. Editora: Gustavo Gili. 2012. São Paulo.

FALCÃO, Marina. **Ampa**: Jeans Ignoram Crise e Vendas Crescem 7,9%. São Paulo S.P, p. 1-1. 19 fev. 2013. Disponível em: http://www.sincti.com/clientes/ampa/site/noticia_detalhe.php?id=106. Acesso em: 27 out. 2021.

FIESC, Observatório. **Indicadores**. Disponível em: https://observatorio.fiesc.com.br/indicadores/empregos. Acesso em 11 nov. 2021.

FIGUEIREDO, Giselle Campos; CAVALCANTE, Ana Luisa Boavista Lustosa. **Calça Jeans - Produtividade e Possibilidades Sustentáveis**. 2010. 18 f.- Curso de Moda, Universidade Estadual de Londrina, Londrina P.r, 2010.

FONSECA, Marcela. **UPCYCLING**: 12 marcas que se apropriam dessa preciosa tendência em suas criações. Disponível em: http://modasemcrise.com.br/upcycling-12-marcas-que-se-apropriam-dessa-preciosa-tendencia-em-suas-criacoes/. Acesso em 10 nov. 2021.

LIMA, Jorge José. **Controle do processo de fiação**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1992.

NETWORK, Fashion. **DenimiX, novo bioplástico feito de resíduos de jeans velhos**. 2016. Disponível em:http://br.fashionnetwork.com/news/DenimiX-novo-bioplastico-feito-de-residuos-de-jeans-velhos,710346.html#.Wuio8W4vzIU. Acesso em: 16 nov. 2021.

NOGUEIRA, Tainá. **Dez marcas de moda que transformam descarte em peças-desejo**. Disponível em: https://hysteria.etc.br/ler/dez-marcas-de-moda-que-transformam-descarte-em-pecas-desejo/.Acesso em 10 nov. 2021.

OLIVEIRA, Julyana. **10 marcas sustentáveis para quem busca uma vida eco-friendly**. Disponível em: https://revistacasaejardim.globo.com/Casa-e-Jardim/Dicas/Sustentabilidade/noticia/2019/05/10-marcas-sustentaveis-para-quem-busca-uma-vida-eco-friendly.html. Acesso em 10 nov. 2021.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável.** São Paulo: GG. 2014.

SANCHES, Maria C. de F. **Projetando moda**: diretrizes para a concepção de produtos. *In:* PIRES, Dorotéia B. (Org.). Design de Moda: olhares diversos. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

SANTOS, Silva. **Moda e Sustentabilidade** – reuso de jeans para o desenvolvimento de produtos comerciais com valor agregado do Design. 2º Congresso cientifico têxtil e de Moda. São Paulo, 2014.

SILVA, Celia. M. Santos. **Moda e Sustentabilidade** – reuso de jeans para o desenvolvimento de produtos comerciais com valor agregado do Design. 2014. 18 f. Tese (Doutorado) - Curso de Design de Detalhes e Acessórios, Design, Universidade Federal do Piauí – Ufpi, São Paulo S.p, 2014.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: Planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.