

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS  
UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO  
CURSO DE MODA

MARCELA DE BETTIO TÔRRES

**MODA, ARTE E SUSTENTABILIDADE:**  
Processos éticos através do design de superfície

PORTO ALEGRE

2019

MARCELA DE BETTIO TÔRRES

**MODA, ARTE E SUSTENTABILIDADE:**

Processos éticos através do design de superfície

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial para  
obtenção do título de Bacharel em 2019,  
pelo Curso de Moda da Universidade do  
Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

**Orientadora:** Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Karine Freire

PORTO ALEGRE

2019

À minha mãe, que despertou em mim o fascínio pelas  
plantas e no qual concebi parte de sua serenidade.

Ao meu pai, que não está mais aqui, mas que na sua  
ausência despertou minha sensibilidade  
e amor às estrelas.

À minha irmã, parceira e futura grande escritora, Paola.

## AGRADECIMENTOS

Concluir essa etapa possui um enorme significado para mim, principalmente ao relembrar todos acontecimentos ocorridos nos últimos anos, e foram vários anos sendo aluna do curso de Moda da Unisinós. Foi uma jornada repleta de acontecimentos e descobertas no qual sou extremamente grata àqueles que sempre me deram apoio, além de muita determinação, força e coragem para enfrentar os percalços da vida. Por isso, este é um espaço especial para agradecer-los.

Primeiramente agradeço à minha mãe e minha irmã, minhas companheiras da vida que sempre me incentivaram a seguir o caminho que escolhi trilhar com todo amor do mundo. Cursar Moda, por si só, já é sair um pouco fora da curva e elas sempre acreditaram em mim dando todo o suporte preciso. À minha mãe, por ser minha maior inspiração da vida, agradeço por ter adquirido sua serenidade e amor pelas plantas. À minha irmã, por sempre me manter motivada e que quando as coisas ficavam mais difíceis, me convidava para uma caminhada, pegar um sol e tomar um café.

Ao meu pai, por ter me ensinado tanto, mesmo não estando mais aqui nesta vida. Este trabalho só existe por eu ter herdado dele a sensibilidade, o senso de justiça e a visão poética da vida. Ter lidado com a morte, a perda e a saudade tão nova faz parte da formação de quem sou hoje, pois despertou em mim uma força que eu jamais imaginaria carregar, além de me fazer compreender melhor sobre tantas coisas e admirar mais as estrelas. Minha eterna gratidão e amor por tudo que realizou enquanto esteve conosco, por despertar a empatia, a força e me despertar o fascínio pelo universo.

Agradeço, também, imensamente aos meus professores queridos que me acompanharam durante o curso. À minha orientadora Karine Freire, no qual possuo imensa admiração por sua trajetória profissional, por sua serenidade e amor presente em todas as suas realizações. Sou grata por ela ter feito parte desta etapa final da graduação, além de apoiar e incentivar minhas produções autorais. Agradeço, também, a Cacá Camargo, pois ela foi a primeira a enxergar um potencial artístico em mim no qual eu ainda desconhecia. Cacá despertou meu interesse e curiosidade pela sustentabilidade, me incentivou a criar novos projetos e foi uma grande inspiração durante minha trajetória acadêmica e profissional até então. Às coordenadoras do curso, Juliana Bortholuzzi e Luciana Borges, que também me incentivaram, apoiaram

e colaboraram com o meu crescimento, e agradeço também aos demais professores que, de alguma forma, impactaram durante esta trajetória. Aos colegas que estiverem comigo ao longo destes anos e acompanharam meu crescimento pessoal, um imenso e sincero obrigada.

Por último, mas com todo amor do mundo, agradeço ao meu parceiro de vida Renan Vargas, que está comigo desde o início da minha vida acadêmica. À ele que sempre acreditou em mim quando eu mesma desacreditava e sempre segurou minha mão. Seguimos juntos trilhando essa linda jornada. Agradeço por todo amor, apoio, suporte e incentivo que me motivam a seguir sempre em frente, com os pés no chão e a cabeça lá em cima das nuvens.

## RESUMO

O presente trabalho aborda questões pertinentes em relação ao atual contexto contemporâneo, considerando os impactos gerados pela indústria da moda, e apontando para as dimensões da sustentabilidade. Identificam-se as matérias-primas e os processos ecologicamente corretos e mais justos socialmente que possam ser aplicados na moda, identificando também fornecedores locais que contribuem com este trabalho. Este projeto propõe, por meio do design de superfície, a retomada de processos manuais de estamparia. Verifica-se um caráter artístico nesses processos, tornando possível uma relação entre moda, arte e sustentabilidade. Apresenta-se, além das matérias-primas e fornecedores locais envolvidos neste projeto, mas registra-se todos os processos realizados até a concepção final do trabalho. Além disso, por meio da metodologia do design estratégico, propõe-se um novo modelo de negócio que abrange todas as questões abordadas ao longo da pesquisa, identificando o público-alvo, valores da marca e estratégias de comunicação, lançando uma nova marca e apresentando uma coleção de moda-arte.

**Palavras-chave:** Moda. Design de Superfície. Sustentabilidade. Arte.

## **ABSTRACT**

This final paper addresses pertinent issues in relation to the current contemporary context, considering the impacts generated by the fashion industry, and pointing to the dimensions of sustainability. Identifying the most environmentally friendly socially fair raw materials and processes that can be applied in fashion, as well as identifying local suppliers who contribute to this work. This project proposes, through surface design, the resumption of manual stamping processes, and an artistic character is verified, making possible a relation between fashion, art and sustainability. In addition to the local raw materials and suppliers involved in this project, it is presented all the processes performed up to the final project conception. Finally, through the strategic design methodology, it's proposed a new business model that covers all the issues addressed throughout the research, identifying the target audience, brand values and communication strategies, launching a new brand and presenting a fashion-art collection.

**Keywords:** Fashion. Surface Design. Sustainability. Art.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Plantio do algodão agroecológico .....	23
Figura 2 – Gráfico das fibras de menor impacto .....	24
Figura 3 – Plumões de algodão colorido .....	26
Figura 4 - Técnica de Shibori aplicada em tecido .....	28
Figura 5 – Processo do pigmento índigo .....	29
Figura 6 – Processo tradicional de <i>block printing</i> na Índia .....	30
Figura 7 - <i>Block printing</i> tradicional aplicado no tecido .....	30
Figura 8 – Estampa com corantes naturais .....	31
Figura 9 – “Vida abaixo da lâmpada” obra em linoleogravura de .....	31
Figura 10 – Processos de <i>block printing</i> .....	32
Figura 11 – Processos da xilogravura .....	33
Figura 12 – Processo de serigrafia por Andy Warhol .....	34
Figura 13 – Kit para serigrafia com tintas vegetais .....	35
Figura 14 – <i>Fountain</i> , de Duchamp .....	37
Figura 15 – Ilustrações de Ronaldo Fraga .....	38
Figura 16 - Modelo de negócio da marca Marcela De Bettio .....	46
Figura 17 – Projeto Circular lançado pela marca Flavia Aranha .....	48
Figura 18 – Processos da marca Flavia Aranha .....	49
Figura 19 – Trabalhos de Heloisa Crocco .....	50
Figura 20 – <i>Moodboard</i> de inspiração da marca Marcela De Bettio .....	51
Figura 21 - <i>Moodboard</i> Público Alvo .....	53
Figura 22 - <i>Moodboard</i> de inspiração do tema da coleção .....	57
Figura 23 – esboço da coleção .....	58
Figura 24 – Croquis iniciais coloridos digitalmente .....	59
Figura 25 – Desenho e ficha técnica .....	60
Figura 26 – Visita à Justa Trama .....	62
Figura 27 – Visita à Tintórea .....	63
Figura 28 – Oficina de Tingimento com a Tintórea .....	64
Figura 29 – Processo de tingimento com cebola e cúrcuma .....	65
Figura 30 – Resultado do tingimento com hibisco .....	67
Figura 31 – Resultado dos tingimentos realizado pela Tintórea .....	67
Figura 32 – Teste de cores com o kit de tintas vegetais da Etno Botânica .....	68



Figura 33 – Matriz esculpida em linóleo .....	69
Figura 34 - Primeira experiência com linoleogravura .....	70
Figura 35 – Fotografias de folhagens para referência .....	71
Figura 36 – Segunda experiência com linoleogravura .....	71
Figura 37 – Referências através da fotografia com interferência de desenho digital	73
Figura 38 – Malha tingida de hibisco com listras .....	74
Figura 39 – Processo de corte e costura das peças da coleção.....	76
Figura 40 – Reaproveitamento com resíduos de brim estampado .....	77
Figura 41 – Resultado das estampas pintadas à mão .....	78
Figura 42 – Quadro de coleção .....	78
Figura 43 – Primeira parte dos croquis .....	79
Figura 44 – Segunda parte dos croquis .....	80
Figura 45 – Versos escritos nas roupas .....	81
Figura 46 – Elementos, cores e logo da marca Marcela De Bettio .....	82
Figura 47 – <i>Mock-ups</i> com as embalagens da marca .....	84
Figura 48 – <i>Mock-up</i> do perfil no Instagram.....	87
Figura 49 – Imagem que representa o editorial da coleção .....	88
Figura 50 - Poesia na roupa .....	89

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comparativo entre algodão e poliéster .....	20
Quadro 2 – Classificações fibras de menor impacto.....	24

## LISTA DE SIGLAS

EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
NBR	Normas Brasileiras de Regulação
SENAE-	Secretaria Nacional da Economia Solidária do Ministério do Trabalho
MTE	e Emprego
SFMOMA	San Francisco Museum of Modern Art
Univens	Unidos Venceremos

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>1.2 Delimitação do Tema</b> .....	<b>15</b>
<b>1.3 Problema</b> .....	<b>16</b>
<b>1.4 Objetivos</b> .....	<b>16</b>
1.4.1 <i>Objetivo Geral</i> .....	16
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	17
<b>1.5 Justificativa</b> .....	<b>17</b>
<b>2 MODA E SUSTENTABILIDADE</b> .....	<b>19</b>
<b>2.1 Dimensões da Sustentabilidade</b> .....	<b>19</b>
<b>2.2 Matérias-primas e processos</b> .....	<b>21</b>
2.2.1 <i>Corantes Naturais e Técnicas de Estamparia</i> .....	26
<b>3 DESIGN DE SUPERFÍCIE E ARTE</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1 Relações entre Arte e Design</b> .....	<b>36</b>
<b>3.2 A ilustração como design de superfície</b> .....	<b>38</b>
<b>4 METODOLOGIA</b> .....	<b>40</b>
<b>4.1 Quanto à natureza de pesquisa</b> .....	<b>40</b>
<b>4.2 Quanto à abordagem</b> .....	<b>41</b>
<b>4.3 Quanto ao objeto de estudo</b> .....	<b>41</b>
<b>5 DESENVOLVIMENTO DE MARCA</b> .....	<b>42</b>
<b>5.1 Modelo de Negócio</b> .....	<b>43</b>
<b>5.2 Desenvolvimento de sistema-produto</b> .....	<b>47</b>
5.2.1 <i>Análise de similares</i> .....	47
5.2.2 <i>Contexto e identidade da marca</i> .....	51
5.2.3 <i>Identidade do público</i> .....	52
<b>6 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO</b> .....	<b>54</b>
<b>6.1 Tema da Coleção</b> .....	<b>54</b>
<b>6.2 O desenho como instrumento de projeto</b> .....	<b>57</b>
<b>6.3 Processos éticos e fornecedores locais</b> .....	<b>61</b>
<b>7 COMUNICAÇÃO E EXPERIÊNCIA</b> .....	<b>82</b>
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>90</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>92</b>
<b>APÊNDICE A – FICHAS TÉCNICAS</b> .....	<b>97</b>

<b>APÊNDICE B – EDITORIAL “NOSSO INFINITO” .....</b>	<b>105</b>
--	------------

## 1 INTRODUÇÃO

Há um cenário muito plural que permite que a moda esteja conectada com as mais diversas áreas, como design, arquitetura, comunicação e fotografia. O presente estudo refere-se ao cenário de moda atual, que está em constante transformação e necessita de uma desaceleração da produção e do consumo.

A efemeridade da moda traz à tona preocupações relacionadas ao meio ambiente: a aceleração na produção e o consumo desenfreado desencadeiam sérios problemas, que serão apresentados nesta pesquisa. Apesar de já estarem acontecendo mudanças na moda, principalmente por estar se falando mais sobre sustentabilidade e no *slow fashion*, as vitrines continuam mudando rapidamente e as mídias divulgam semanalmente novas tendências de moda. Por essa razão, é de extrema importância abordar a sustentabilidade em qualquer projeto de moda. Isso se aproxima muito do design, sendo ele “caracterizado por um conjunto de capacidades, relacionadas principalmente a fazer coisas que tenham importância visual e perceptiva” (ZURLO, 2010, n.p). É essencial pensar no impacto que um projeto irá causar, seja no âmbito social, cultural, econômico ou ambiental. Isso significa pensar desde a matéria-prima e a mão-de-obra que serão utilizadas para produção até chegar no consumidor, incluindo o descarte, ou seja, todo o ciclo de vida do produto.

Considerando que a arte é uma maneira de expressão e comunicação, esta pesquisa busca a retomada de processos manuais, por permitirem uma produção em menor escala e atribuírem exclusividade ao produto, assim gerando uma aproximação da moda com a arte através do design de superfície. Esta conexão entre moda e arte poderá tornar o consumo mais consciente por meio da transparência nos processos e da valorização dos produtores locais, tornando a moda mais afetiva e sensível através de processos artísticos e manuais de estampa, colocando o ser humano e o meio ambiente como prioridade.

Desta forma, o presente trabalho será dividido por capítulos, inicialmente contextualizando a moda e apontando as dimensões da sustentabilidade, que partirá para materiais mais sustentáveis e técnicas de estampa. A partir disso, passa a discutir as relações arte-design até chegar na potencialidade da ilustração como design de superfície. Ainda serão apontadas as metodologias aplicadas nesta pesquisa, bem como a metodologia utilizada no projeto que será desenvolvido ao final do trabalho. Por essa razão, haverá um capítulo indicando o modelo de negócio mais

propício a ser trabalhado na marca que será desenvolvida após o embasamento teórico.

A partir do capítulo 5, inicia-se o desenvolvimento prático do trabalho, primeiramente apresentando a marca a ser trabalhada, seu modelo de negócio, identidade e público-alvo. Sequencialmente, inicia-se o desenvolvimento de coleção, apresentando os métodos utilizados e registrando todos os processos realizados até a concepção final do projeto. Aponta, ainda, os diversos percalços ocorridos ao longo do projeto e, por fim, apresenta, através da comunicação da marca, um editorial fotográfico.

## 1.2 Delimitação do Tema

A sustentabilidade na moda, muitas vezes, é associada somente à matéria-prima utilizada para a criação em uma roupa e, embora seja um tema bastante atual, ainda é um pouco desconhecida. Esta pesquisa trabalhará a sustentabilidade como tema fundamental para a moda e aplicará seu conceito através da utilização de materiais (tecidos e corantes naturais) que agredem menos o meio ambiente (ambiental), mas que, além disso, irá buscar o resgate das técnicas artesanais de estamparia (cultural), abordando o tema design de superfície, valorizando as pessoas envolvidas em todo o processo (social) e priorizando trabalhar junto com negócios e produtores locais (econômico).

É importante ressaltar que, para as escolhas de tecidos a serem utilizados no desenvolvimento da coleção de moda, que ocorrerá como resultado final da pesquisa, se levará em conta o processo que envolve a produção do tecido como um todo. Isto é, considerar o gasto de água e energia, por exemplo, além de considerar os tecidos mais adequados para as técnicas de estamparia com tinturas naturais que serão aplicadas e os modos de produção pertencentes a cada etapa desses processos.

Pensar na matéria-prima é fundamental, porém este estudo irá além, pois através das técnicas manuais de estamparia que resgatam nossa ancestralidade, irá buscar um novo significado para a roupa, desacelerando e demonstrando transparência em relação aos processos e aproximando a moda com a arte através da estampa. Não somente consumir moda ou vestir por necessidade, mas valorizar a produção local e autoral vestindo uma peça que carregará uma história.

Ressignificar e impactar positivamente, no âmbito social, sem agredir o meio ambiente, tornam-se parte do propósito da marca a ser construída nesta pesquisa e uma forma de impactar positivamente é através do consumo consciente. Ou seja, criar um produto que estimule mais do que o desejo de consumir, mas entender o porquê consumir aquele produto e qual a sua relevância, seja pelo material que ele foi feito ou pela história que ele conta.

O design de superfície, embora inicialmente possa remeter a algo superficial pelo seu nome, modifica o valor de um produto, pois ele reforça a comunicação visual. Não somente um *rapport* aplicado num tecido e criando uma padronagem, o design de superfície pode ser também um tratamento de cor num tecido, por exemplo. Rubim (2005) afirma que a palavra superficial, relacionada ao termo design de superfície, remete à camada aparente, e não a algo leviano ou descartável.

É possível que o design de superfície possa ser uma ponte entre o design e a arte, pois trabalha com a estética e o significado. Ou seja, sendo uma estampa projetada no tecido, que terá a função de vestir, poderá ela ter tido em seu processo interferências artísticas que trazem um novo significado para a roupa. No caso desta pesquisa, a ilustração será o conector entre arte e design, resultando em estampas únicas.

### 1.3 Problema

Desta maneira, a pesquisa busca responder o seguinte questionamento: quais técnicas de estamparia podem ser aplicadas no design de superfície têxtil, potencializando o trabalho artístico, autoral e sustentável para uma nova marca de moda?

### 1.4 Objetivos

#### 1.4.1 Objetivo Geral

Este projeto tem como objetivo identificar processos e técnicas de estamparia que resgatem o trabalho manual, sendo favoráveis ao meio ambiente e com o propósito de resignificar a roupa, colaborando com o consumo consciente.



### 1.4.2 *Objetivos Específicos*

- a) Contextualizar o atual cenário social e mercadológico da moda sustentável;
- b) Identificar diferentes processos de estamparia têxtil adequados ao tingimento natural;
- c) Refletir sobre a potencialidade da estamparia como expressão artística;
- d) Criar uma marca de moda com viés sustentável e artístico;
- e) Mapear fornecedores locais de tecidos e tingimentos naturais;
- f) Desenvolver uma coleção de moda que represente a marca desenvolvida, unindo moda, arte e sustentabilidade através do design de superfície.

### 1.5 Justificativa

Em tempos de imediatismos, que vai dos hábitos alimentares à roupa que vestimos, é necessário repensar a forma que consumimos também. A dessacralização da arte e o fato da sustentabilidade estar em voga são a oportunidade de trazer mais sensibilidade para a Moda, pois em meio a este cenário contemporâneo é necessário trabalharmos a empatia e compartilharmos experiências que impactam positivamente. Ou seja, esta sensibilização poderá ser feita através da ressignificação das roupas e da conscientização do consumo, não sendo apenas um objeto de desejo ou necessidade, através da estamparia manual com tinturas naturais e ilustrações exclusivas.

A indústria da moda é bastante conhecida por ser poluente e é associada a muitos estereótipos negativos. Apesar dos avanços tecnológicos, os processos ainda agredem muito o meio ambiente e muitas empresas sequer valorizam as pessoas envolvidas em seu negócio, querem apenas vender muito e com rapidez. Por essa razão, neste projeto foi escolhido trabalhar com materiais e processos que agredem menos o meio ambiente, além de buscar fornecedores locais e a valorização o trabalho autoral.

Um dos grandes motivos desta pesquisa abordar a sustentabilidade e o trabalho artístico na moda, através da estamparia, é justamente ir em busca de caminhos para a mudança dentro desse atual cenário. Em busca da desaceleração na moda, foi escolhido trabalhar com estamparia neste trabalho com o fim de resgatar

técnicas artesanais e manuais, utilizando a metodologia aplicada no desenvolvimento de design de superfície, contrapondo com o constante avanço tecnológico. Pensar em todo o processo de produção e vida de uma peça de vestuário possui extrema importância para quem trabalha com moda, principalmente quem produz.

Este trabalho é relevante para a área de moda, pois além de haver pouco estudo que aborde a moda associada à arte através do trabalho autoral, ainda é muito recente introduzir a sustentabilidade nas pesquisas de moda, principalmente no Brasil. Em 2010, dos mais de 100 artigos publicados no Colóquio de Moda, apenas 10 artigos traziam a sustentabilidade como tema (COLÓQUIO DE MODA<sup>1</sup>, 2019). Outro ponto, pela concepção da autora, é acreditar que o design de superfície com tintas naturais bem pigmentadas ainda é pouco explorado, vendo assim uma oportunidade de inovação dentro do mercado de moda sustentável.

---

<sup>1</sup> COLÓQUIO DE MODA: Anais do Colóquio de Moda. Disponível em <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/>>. Acesso em 11 jun. 2019.

## 2 MODA E SUSTENTABILIDADE

O termo sustentabilidade tem sido cada vez mais mencionado pela moda, uma vez que essa indústria é uma das que mais agride o meio ambiente. Isso tem trazido uma reflexão profunda sobre o atual sistema massivo de produção, no entanto, o significado de sustentabilidade ainda é, muitas vezes, equivocado, sendo associado a altos preços ou apenas na utilização de materiais ecológicos.

O próximo capítulo irá esclarecer e apontar as dimensões da sustentabilidade, apresentando soluções aplicáveis na moda que serão utilizadas neste projeto, como materiais e processos de menor impacto. Irá contextualizar a moda hoje, além de explorar técnicas de estamparia tanto utilizadas pela indústria têxtil quanto pelas artes visuais. Apresentar alternativas em relação ao material e à produção, além da valorização de todas as pessoas envolvidas ao longo do processo, são parte do caminho para uma moda mais limpa e consciente.

### 2.1 Dimensões da Sustentabilidade

Para entender o que é, de fato, sustentabilidade, podemos fazer uma simples associação com três grandes pilares: econômico, ecológico e social. Só podemos afirmar que um determinado produto é sustentável se ele fizer parte desse tripé. Significa que o processo de produção, duração e decomposição do material precisam ser ecologicamente corretos, ou seja, não agridam o meio ambiente.

O conceito de desenvolvimento sustentável, segundo Brundtland (1987) “é o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades”. Foi a partir do Relatório Brundtland, também conhecido como relatório Nosso Futuro Comum, que surgiu o termo desenvolvimento sustentável e ainda traz em seu discurso que:

Muitos de nós vivemos além dos recursos ecológicos, por exemplo, em nossos padrões de consumo de energia [...] No mínimo, o desenvolvimento sustentável não deve pôr em risco os sistemas naturais que sustentam a vida na Terra: a atmosfera, as águas, os solos e os seres vivos. (BRUNDTLAND, 1987, n.p.).

A indústria da moda é uma das que mais contribuem para a insustentabilidade do sistema, o que gera impactos ambientais e sociais. Atualmente, nosso modelo de desenvolvimento é insustentável e isso significa que não conseguimos repor aquilo

que retiramos da natureza. A indústria têxtil convencional está preparada para produzir em grande escala sem grandes preocupações em relação aos impactos de suas ações. Para atender às grandes marcas, que aderem ao *fast fashion*, é preciso velocidade e agilidade.

No caso dos impactos ambientais, a indústria têxtil é responsável por 20% da contaminação das águas, além de consumir cerca de 387 bilhões de litros de água por ano. Além disso, os resíduos da indústria têxtil contaminam o solo, tanto pelo processo quanto pelo descarte de uma peça. Com relação aos impactos sociais, as condições de trabalho são precárias em maior parte das grandes indústrias de moda, e afetam a identidade cultural de diversos países. Há uma relação do impacto ambiental com o aspecto social, pois a utilização de produtos químicos afeta a saúde dos produtores, bem como a dos consumidores também (Salcedo, 2014). Na tabela 1 é possível, através de uma comparação entre o algodão e o poliéster, analisar seu impacto sendo elas as duas fibras mais produzidas no mundo.

Quadro 1 – Comparativo entre algodão e poliéster

FIBRA	ORIGEM	IMPACTO AMBIENTAL	IMPACTO SOCIAL	DECOMPOSIÇÃO
ALGODÃO CONVENCIONAL	Natural	- Uso intenso de agroquímicos na água; - Degradação da fertilidade do solo; - Afeta a biodiversidade, que é colocada em segundo plano.	- Problemas de trabalho infantil; - Exploração de mão de obra; - Pobreza e desigualdade; - Contaminação gerando problemas de saúde devido a utilização de produtos químicos.	Biodegradável
POLIÉSTER	Sintético	- Proveniente do petróleo, que é uma matéria finita e não renovável; - Feito a partir de produtos químicos; - Como é 100% químico, prejudica o solo, já que não se decompõe.	- Gera problemas de saúde devido a utilização de produtos químicos.	Não se decompõe na natureza

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Salcedo (2014).

Sendo assim, é preciso estar atento ao ciclo de vida do produto, bem como seu impacto ambiental e social. Isso significa, para o consumidor, questionar a origem, processos e descarte do produto que ele consome. No entanto, o papel principal é da indústria da moda, do designer, das novas e antigas empresas, que necessitam encarar os desafios da sustentabilidade hoje, colaborando com a conscientização através de informação e transparência para o público, pois o caminho para a sustentabilidade não é somente a utilização do material de menor impacto.

## 2.2 Matérias-primas e processos

O ponto de partida da moda sustentável é, sem dúvidas, a matéria-prima, porque é explícita a associação com o impacto ambiental e porque a base para produzir moda é o material, o tangível, e isso começa a partir da matéria-prima. Não existiria a moda se não fosse o material, independente de qual seja ele e, por essa razão, falar sobre a matéria-prima é o ponto de partida. Poluição química, emissão de carbono, consumo de recursos finitos e não renováveis e geração de resíduos são os impactos mais conhecidos. Conforme Fletcher e Grose (2011, p.124) “[...] os materiais são cruciais para a moda: tornam real sua produção simbólica e nos fornecem o meio físico com o qual construir identidade e agir como seres sociais e indivíduos”. Contudo, é preciso estar ciente que, para uma mudança no sistema da moda, é necessário irmos além.

Quanto melhor o desempenho da indústria da moda, piores os efeitos – que são os sintomas não de seu fracasso, mas de seu sucesso. Assim, falar dos efeitos da moda rápida para a sustentabilidade, sem criticar as práticas de negócio, é tratar do assunto de maneira superficial ou absolutamente ineficaz. (FLETCHER; GROSE, 2011, p.126).

É notório que os materiais provenientes da natureza são os mais adequados nesse contexto, ou seja, compreende-se que as fibras naturais são as mais adequadas, pois é de senso comum relacionar a matéria-prima natural com sustentabilidade. Contudo, mesmo que uma fibra seja de origem natural, sendo ela vegetal ou animal, é possível que seu processo de produção não seja sustentável e para avaliar o nível de sustentabilidade da matéria-prima utilizam-se diversos parâmetros. Segundo Salcedo (2014), esses parâmetros são: (1) Uso de energia; (2)

Emissão de gases do efeito estufa; (3) Uso de água; (4) Uso do solo; (5) Uso da química; (6) Relação com a biodiversidade e (7) Produção de resíduos sólidos. Além de tudo isso, também avaliam-se as condições de trabalho dos agricultores e produtores, bem como o beneficiamento.

O algodão é a fibra natural mais produzida no mundo e por mais que seja natural, sua produção exige muito mais energia do que os tecidos sintéticos. Além disso, há um grande problema envolvendo pesticidas e inseticidas que, além de contaminarem o solo, prejudicam a saúde dos agricultores. Para a produção de uma camiseta feita 100% de algodão convencional consome-se cerca de 2.700 litros de água, isso sem mencionar o processo de tingimento e outros tratamentos da superfície. Sendo assim, a produção da fibra de algodão é responsável por 28% no peso da produção mundial (Salcedo, 2014).

A Organização Mundial de Saúde (OMS) indica que há cerca de 3 milhões de envenenamentos por pesticida a cada ano, resultando em 20 mil mortes, na maioria entre os pobres das zonas rurais dos países em desenvolvimento.[...] Outros problemas generalizados entre os trabalhadores rurais são baixos salários e trabalho itinerante e, entre os pequenos produtores, oscilações nos preços das matérias-primas, o que resulta em ganhos reduzidos e na dificuldade de permanecer na terra. (Fletcher; Grose, 2011, p.20).

Atualmente já existem no mercado alternativas ao algodão convencional, entre elas o algodão ecológico e o algodão reciclado. Em Porto Alegre, encontra-se a cooperativa Justa Trama, que trabalha com base na economia solidária, ou seja, conta com outras cooperativas e associações em cinco estados do Brasil (Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Ceará e Rondônia). A Justa Trama cultiva o algodão agroecológico, fornece sete tipos de tecidos (brim pré encolhido, tricoline cru, tricoline pré lavado, malha crua, malha rubi e sarja crua), também fornece os tecidos já tingidos com corantes naturais e ainda comercializa peças confeccionadas pela própria cooperativa.

A cooperativa Justa Trama possui certificação orgânica, garantida pelo Governo do Estado do Rio Grande do Sul e pela Senaes/MTE como empreendimento solidário. Em 2015, foi premiada como uma das melhores práticas de economia solidária no Brasil com o Prêmio Sandra Magalhães (JUSTA TRAMA, 2019).

Figura 1 – Plantio do algodão agroecológico



Fonte: Fanpage da Justa Trama, 2019.

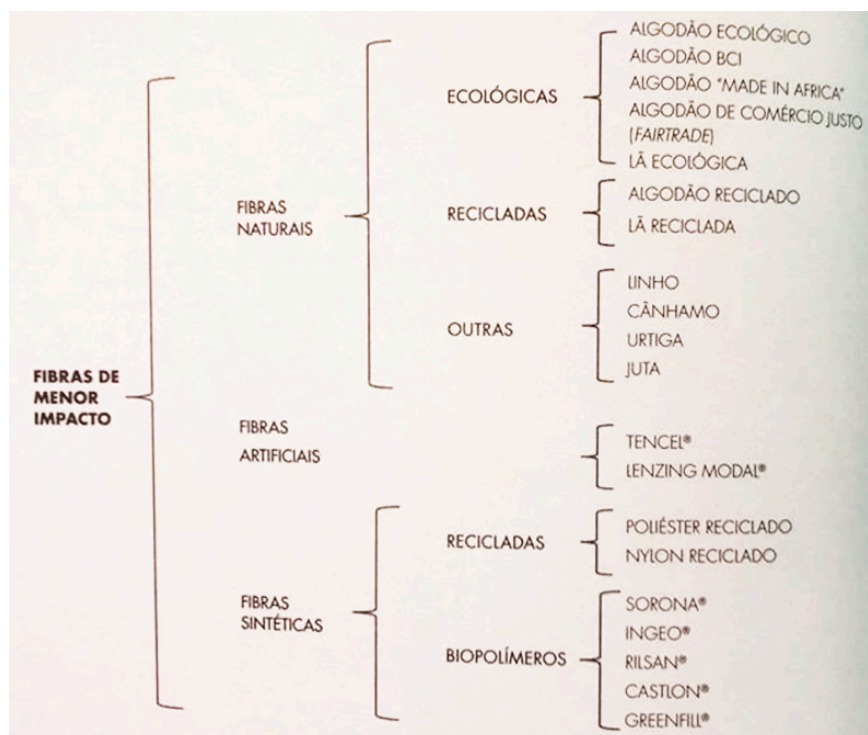
Já a empresa ECO Simple, uma das pioneiras a trabalhar com tecidos 100% sustentáveis, trabalha com resíduos de outros tecidos descartados pela indústria têxtil da região de Brusque, em Santa Catarina. Esses resíduos são coletados e separados por cor, para que, ao gerar uma nova fibra, possa ser reaproveitada também a cor. Essa etapa de separação é fundamental para a sustentabilidade deste processo, o qual reduz muito o uso de água. A empresa consegue reduzir a quantidade de resíduo têxtil e de garrafas PET que são jogadas no lixo, pois no processo de reciclagem da fibra misturam com fibras de PET (BANCO DE TECIDOS, 2019).

Embora a empresa considere-se 100% sustentável, questiona-se o uso de PET, pois há um lado negativo no processo de reciclagem com PET, bem como demais processos de reciclagem que misturem fibra natural com artificial (lã e acrílico, por exemplo). Enquanto beneficia o tempo presente, retirando ou reduzindo o lixo produzido pela indústria, nas outras etapas do ciclo de vida dessa nova fibra (produção, lavagem e descarte) estará deixando na água resíduos de micropartículas de plástico (MODEFICA, 2019).

O constante avanço tecnológico e o interesse que tem surgido pela indústria da moda em encontrar novas alternativas de materiais tem trazido um leque maior de opções. Atualmente, existe uma grande variedade de fibras de menor impacto

ambiental, não somente as de origem natural. Salcedo (2014) as nomeia como fibras de menor impacto e não como fibras sustentáveis, pois nenhuma fibra é absolutamente sustentável.

Figura 2 – Gráfico das fibras de menor impacto



Fonte: Salcedo (2014, p.60).

Conforme a figura 2, identificamos as fibras classificadas conforme sua natureza (natural, artificial ou sintética). Mesmo entre as fibras consideradas de menor impacto ainda é possível organizá-las conforme seu processo e ciclo de vida, sendo: renováveis, biodegradáveis, baixo uso de substâncias químicas, baixo uso de energia e baixo consumo de água. No quadro 2, é possível visualizar conforme essas classificações.

Tabela 1 – Classificações fibras de menor impacto

RENOVÁVEIS	Algodão, cânhamo, liocel, PLA, lã, viscose, tencel, lenzing modal.
BIODEGRADÁVEIS	Todas fibras naturais e os biopolímeros .



BAIXO USO DE SUSTÂNCIAS QUÍMICAS	Algodão orgânico, algodão geneticamente modificado (GM) e urtiga.
BAIXO USO DE ENERGIA	Fibras recicladas, linho e cânhamo.
FIBRAS COM BAIXO CONSUMO DE ÁGUA	Algodão irrigado, lã, linho PET, PLA e PTT.

Fonte: Elaboração da autora a partir de Fletcher e Grose (2011); Salcedo (2014).

Tendo o conhecimento da matéria-prima, é preciso conhecer também o processo de produção para obtenção da fibra e para isso é necessário uma aproximação com o produtor local. Identificar e trabalhar ao lado de produtores locais é uma maneira de fomentar a economia local.

Outro grande fator a considerar, que está conectado com a matéria-prima em si, é o tingimento. Aproximadamente 30% do corante sintético utilizado nas indústrias, porcentual que não é fixado durante o processo de tingimento no tecido, acaba chegando no esgoto industrial e, se não for tratado corretamente, poderá chegar aos rios, lagos e até nas praias, prejudicando o meio ambiente.

Estima-se que, no mundo todo, a indústria têxtil usa 378 bilhões de água por ano, e, se a água da superfície pode ser renovada pelas chuvas, os aquíferos subterrâneos levam centenas ou milhares de anos para se reabastecer [...] (Fletcher e Grose, 2011, p.37).

Considerando tudo isso, a escolha deste trabalho em relação aos materiais mais adequados, diante do contexto da moda sustentável, são as fibras provenientes de fontes renováveis e biodegradáveis, pois considera-se o processo de produção, duração e decomposição. Por isso, as fibras naturais, principalmente as de origem vegetal, são a melhor opção, desde que seu processo não utilize produtos químicos e não sejam oriundos de más condições de trabalho. Que seja ético, seja um processo que respeite o meio ambiente e as pessoas. Ou seja, mediante a avaliação feita até então, o algodão orgânico, algodão reciclado e demais fibras que sejam produzidas localmente estão mais próximas da sustentabilidade, nos âmbitos social, econômico e ecológico.

### 2.2.1 Corantes Naturais e Técnicas de Estamparia

A maior parte dos corantes utilizados pela indústria são provenientes do petróleo e do carvão mineral, que exigem o uso de substâncias químicas pesadas para fixação da cor. A indústria do tingimento têxtil é responsável por grande parte da liberação de substâncias tóxicas no meio ambiente, contribuindo com a poluição das águas do planeta e descarte de resíduos. De acordo com Salcedo (2014, p.77), “a indústria têxtil é responsável por 20% da contaminação industrial das águas ao nível global”, o que torna urgente mudanças dentro desse segmento.

Sendo a cor um elemento importante na roupa, é preciso buscar alternativas para uma moda mais sustentável. Dentre as opções, há o tingimento natural, obtido através de corantes vegetais ou minerais, e existem fibras naturalmente coloridas. Embora a cor mais tradicional do algodão seja branca, também é possível cultivar o algodão naturalmente colorido, que é obtido a partir do cruzamento entre o algodão branco e o algodão silvestre.

A cor é um dos aspectos mais vitais e visualmente estimulantes da moda. A cada estação, os designers começam a criar baseados em uma inspiração, na qual desenvolvem uma palheta de cores, apreciação e variações mínimas de tom ou matiz para harmonizar padrões de tingimento de fio ou de estamparia. (Fletcher, Grose; 2011, p. 40).

Figura 3 – Plumões de algodão colorido



Fonte: Embrapa, 2016.

O uso de fibras naturalmente coloridas reduz substancialmente o gasto de água e dispensa o uso de produtos químicos que o tingimento sintético e industrial necessita. Embora seja uma excelente alternativa, as cores são limitadas. Os tons do algodão, por exemplo, transitam em tonalidades de marrom, inclusive tons mais esverdeados ou avermelhados (EMBRAPA, 2019). Desta maneira, outra alternativa é o uso de corantes naturais para o tingimento.

Localmente, temos uma flora muito diversa e abundante, no entanto ainda pouco explorada para o tingimento têxtil pela indústria. O Conservatório Etno Botânica, localizado em Itamonte, Minas Gerais, é uma iniciativa que busca resgatar essa técnica a fim de desmitificar o tingimento natural, tendo uma enorme preocupação com os processos e todas as pessoas envolvidas. Segundo Eber Lopes Ferreira, um dos fundadores do Conservatório, o tingimento natural é benéfico em todas as etapas do produto, sendo elas a pré-produção, produção, distribuição, utilização e eliminação (ETNO BOTÂNICA, 2019).

Com o crescimento do movimento *slow*, escolher trabalhar com corantes naturais é uma forma de incentivar o crescimento desse segmento na moda. Entre as questões que impedem a inserção do tingimento natural na indústria está a preocupação com a escala de produção e as cores. No entanto, trabalhar com corantes naturais garante maior originalidade em um produto, uma vez que o processo é artesanal, além de não serem nocivos à saúde e, conforme Eber Lopes Ferreira afirma, possuem propriedades fitoterápicas.

Os corantes naturais, sejam eles de origem vegetal ou mineral, contribuem ambiental e socialmente pois, além de gerar emprego, a produção dos corantes e tinturas naturais não prejudicam a saúde, como acontece nas indústrias que trabalham com os corantes sintéticos. Segundo Fletcher e Grose (2011, p.120), “As explorações dos profissionais do tingimento natural orientam-se pela conexão profunda com a terra, muitas vezes combinada com o senso de comunidade”. A partir dessa colocação, não há dúvidas que, para a moda andar ao lado da sustentabilidade, é preciso que exista esse senso de conexão com a natureza para que os processos de extração da matéria-prima sejam compassivos com o meio ambiente e as próprias pessoas.

No Brasil, já existem diversas marcas e projetos que estão optando por trabalhar com o tingimento natural e resgatar técnicas artesanais e manuais para estamparia. Porém, ainda é pouco explorado o manuseio dessas tinturas para o

design de superfície além das técnicas ancestrais, como o *Shibori*, que é considerado o *tie dye* japonês. Conforme Gunner (2007) o *Shibori* é uma sofisticada técnica de tingimento com amarrações e costuras. O *Shibori* é uma técnica japonesa milenar que utiliza corantes naturais e envolve técnicas capazes de reproduzir padrões através de amarrações, dobraduras ou isolamento do tecido, que é imerso no corante quente e, após isso, no fixador – chamado de mordente. A cor mais tradicional do *Shibori* é o azul índigo, um pigmento que é resultado do processo de fermentação e oxigenação de folhas de anileiras.

Figura 4 - Técnica de Shibori aplicada em tecido



Fonte: Ai.Ginska, 2019.

Figura 5 – Processo do pigmento índigo



Fonte: Conservatório Etno Botânica, 2019.

Outra técnica artesanal de estamperia, também milenar, é o *block printing*, que se difere das demais técnicas já mencionadas nesta pesquisa, pois exige mais do manual, do feito à mão e aproxima-se da técnica de *rapport* – que reproduz um padrão – utilizada no design de superfície. A técnica consiste em utilizar blocos de madeira, esculpidos à mão e carimbados no tecido, formando padrões. Embora tenha surgido na China, foi na Índia que a técnica começou a ganhar prestígio. O *block printing*, por origem, costuma ser aplicado no linho, no algodão e na seda com desenhos tradicionais do país, porém a técnica foi adaptada conforme foi se espalhando pelo mundo. Na figura 7, a técnica de blocos foi adaptada pela marca Ai.Ginska para criar um padrão na estampa, utilizando corantes naturais.

Figura 6 – Processo tradicional de *block printing* na Índia.



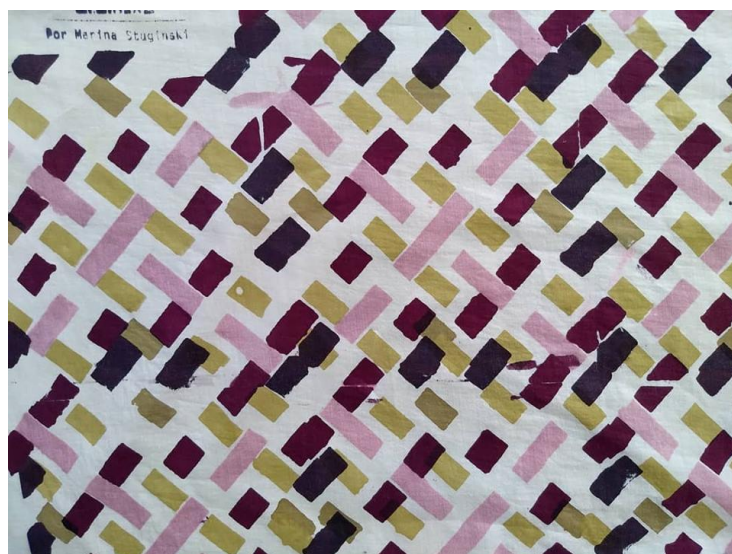
Fonte: BBC, 2016.

Figura 7 - *Block printing* tradicional aplicado no tecido



Fonte: Site Estilo Samira Campo.

Figura 8 – Estampa com corantes naturais



Fonte: Instagram da marca Ai.Ginska.

Originalmente, os blocos eram talhados em madeira, porém, posteriormente foram sendo utilizados outros materiais, como o linóleo, bem como outros processos de gravura utilizados na arte. Os processos da estamperia por meio do *block printing* assemelham-se ao processo da xilogravura, uma técnica de gravura que consiste, também, em esculpir blocos de madeira. Utilizam-se goivas, ferramenta de corte e entalhe, para esculpir um desenho, forma ou texto, em uma base de madeira que será a matriz, e que depois será transferida para o papel. A xilogravura é a técnica mais antiga de gravura, chegou ao Brasil no início do século XIX e foi através dela que foi possível reproduzir tecnicamente desenhos (BENJAMIN, 1955).

No final do século XIX, começa-se a utilizar o linóleo, material mais maleável que a madeira, feito à base de óleo de linhaça e serragem, para a técnica de gravura. Artistas consagrados, como Picasso, aderiram à técnica, no qual chama-se linoleogravura, conforme mostra a figura 8. A figura 9 mostra um quadro de imagens com parte dos processos do *block printing* utilizando o linóleo como matriz e bases de madeira, sendo na última imagem da montagem uma estampa obtida com carimbos e tintas naturais.

Figura 9 – “Vida abaixo da lâmpada” obra em linoleogravura de Pablo Picasso, de 1962



Fonte: História das Artes.

Figura 10 – Processos de *block printing*



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos retiradas do Instagram da marca *Bugprint*.



Figura 11 – Processos da xilogravura



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos retiradas do Instagram *Camí Prints*, da artista Camila Pereira.

Assim como nas técnicas anteriores, nas quais utiliza-se uma matriz para imprimir uma imagem no papel, assemelha-se o *silk screen*, ou serigrafia. A técnica passou a ser utilizada na metade do século XX e consiste em transferir uma imagem para a superfície utilizando uma tela, emulsão sensível à luz, um fotolito e a tinta, que será vazada com o auxílio de um rodo. A serigrafia é uma técnica, não somente utilizada nas artes visuais, mas também na industrial têxtil para reproduzir estampas localizadas, seja em pequena ou grande escala. Andy Warhol industrializou e aproximou a arte do consumo, criando gravuras a partir do *silk screen*, reproduzindo fotografias e imagens de cores saturadas e chapadas repetidas vezes. Warhol, conforme afirma Danto (2001), possuía uma grandiosa inteligência filosófica e tudo que ele tocava alcançava as fronteiras do pensamento sobre a arte.

Figura 12 – Processo de serigrafia por Andy Warhol



Fonte: Site Hamilton Selway.

O Atelier Etno Botânica e Studio In Blue Brazil, iniciativas especializadas em tingimento natural, fornecem desde o tecido à tinta, que são naturais. Essa disponibilidade no mercado permite tanto as técnicas de blocos quanto de serigrafia para a estamperia, respeitando o meio ambiente, valorizando a produção local e ainda colaborando com o fortalecimento dos fornecedores locais. Sendo a economia uma das dimensões da sustentabilidade, é preciso levar-se em conta que, ao escolher produzir em menor escala e com matérias-primas não-convencionais, como a tinta vegetal, o valor final do produto poderá ficar mais alto quando comparado a produtos produzidos em grande escala e comercializados em lojas de departamento. Contudo, considerar a matéria-prima e os processos como fundamentais em um produto fazem parte do consumo consciente, no qual consome-se menos e investe-se em produtos feitos de forma justa, que possuem qualidade, durabilidade e fecham o ciclo de vida por se decomporem na natureza.

Figura 13 – Kit para serigrafia com tintas vegetais



Fonte: Etno Botânica.

Seja o *Shibori*, o *block printing* ou a serigrafia, todos são técnicas capazes de reproduzir desenhos em uma superfície e são técnicas manuais que, inseridas no atual contexto contemporâneo, resgatam da história técnicas capazes de alcançar resultados únicos. Todas as técnicas são possíveis de serem aplicadas em tecidos naturais através de corantes vegetais, havendo a possibilidade da reprodução da imagem a ser transferida, embora devido ao processo ser manual, o resultado será sempre único. Por essa razão, nota-se um caráter artístico nos processos apontados até então, capazes de associar arte com design e alinhar à sustentabilidade.

### 3 DESIGN DE SUPERFÍCIE E ARTE

A estamparia pertence ao conceito de design de superfície, um termo relativamente novo. Foi apenas na década de 1980 que o termo foi introduzido no Brasil e refere-se ao tratamento da superfície, seja a cor, textura, material ou a estampa e não necessariamente serve apenas para revestir um objeto (RUBIM, 2005). A estamparia é um processo ancestral, isso ficou evidente após a pesquisa de algumas das diversas técnicas manuais de impressão numa superfície, como o *block printing* e o *shibori*. Sendo assim, a estamparia surgiu muito antes do termo design aparecer e, por um tempo, era considerada puramente arte. Este capítulo abordará os

conceitos de arte e design, expandindo para a moda e trazendo a ilustração na estampa como conectores das áreas de estudo.

### 3.1 Relações entre Arte e Design

Arte e design diferem-se em diversos pontos, contudo pode-se afirmar que a maior diferença entre elas está no processo. Uma peça de arte mostra uma visão pessoal do artista, que tende a manter uma determinada característica estética em todas as suas obras, que são únicas. Já o designer projeta frente a um problema, produzindo objetos que irão cumprir uma determinada função, contribuindo com uma solução diante de um problema (MUNARI, 1997).

Ao contrário do artista e do estilista, o designer não possui um estilo pessoal a que possa recorrer para resolver formalmente todos os problemas. Aquilo que um verdadeiro designer produz não apresenta particularidades estéticas que permitam caracterizá-lo: quer produza um candeeiro esférico, cúbico ou tubular, a sua prioridade é a de que este seja capaz de iluminar e que tenha um custo proporcional ao material que é fabricado. (MUNARI, 1997, p. 53).

Munari (1997) difere arte pura de arte aplicada no campo das artes visuais, sendo a arte pura as pinturas, esculturas e demais manifestações resultantes da pura percepção do artista, enquanto que a arte aplicada é projetada em um objeto cuja função já é determinada e há uma aproximação com o design, que tende a comunicar uma mensagem objetiva. Embora seja sempre estética, a arte vai além do que somente a representação visual através da imagem, mas sua comunicação visual se estende até aos padrões de comportamento.

Nem só as imagens que fazem parte normalmente das artes visuais são comunicação visual, mas são-no também o comportamento de uma pessoa, seu modo de vestir, a ordem ou a desordem de um ambiente, o modo como alguém usa certo instrumento, um conjunto de cores ou materiais que pode transmitir sensação de miséria ou riqueza. (MUNARI, 2008, p. 58).

A arte pode construir um pensamento crítico mesmo não tendo significado algum. Um exemplo é o mictório de Duchamp, que recebeu o nome de “Fonte”, pois ele representa exatamente esse rompimento de arte e representação. Embora a obra de Duchamp não tenha um significado poético, é resultado da percepção do artista e é uma peça única. Nem sempre se sabe o motivo de gostar ou não de algo, achar ou

não bonito, o gosto torna-se intuitivo e até certo ponto, influenciado pela cultura e pela sociedade em que se vive.

Figura 14 – *Fountain*, de Duchamp



Fonte: SFMOMA (2019).

O que torna a arte - e agora podemos relacioná-la com a moda - um assunto gerador de polêmicas é esse rompimento da representação. O gosto é um supersentido (Agambem, 2015), diferente do sentido físico, que é o paladar, e ele está num campo privilegiado no qual é associado à estética. A Moda é uma manifestação estética e, independentemente que a roupa tenha ou não um significado aparente, ela expressa algo, sendo a cor e a estampa elementos que contribuem significativamente com a comunicação visual.

Todo pintor, desenhista, quem quer que se interesse pela comunicação visual através do desenho, preocupou-se em sensibilizar esse sinal. Sensibilizar quer dizer conferir uma característica gráfica visível graças à qual o sinal se desmaterializa como sinal vulgar, comum, e assume personalidade própria. (MUNARI, 2008, p. 28).

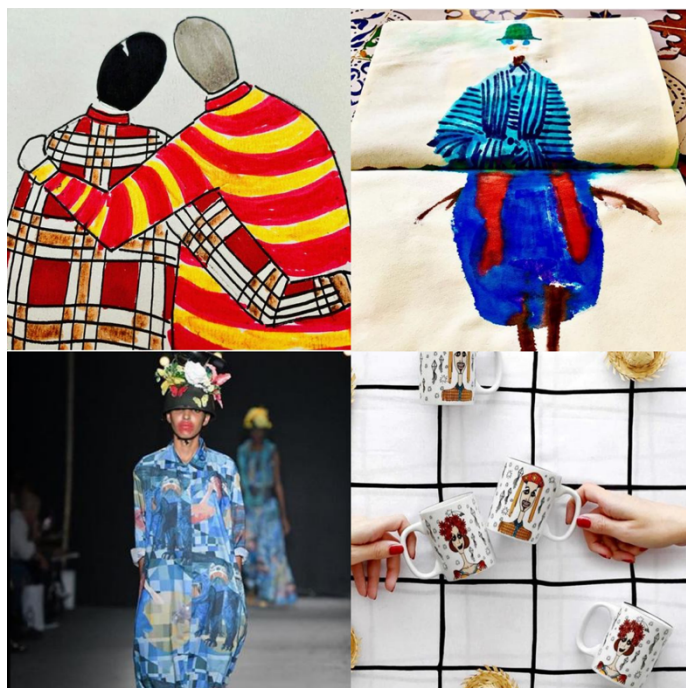
Diante do contexto contemporâneo, a ilustração é uma maneira de transitar entre a arte e design e tem sido, aos poucos, retomada à atualidade. A estética sempre se relaciona à arte, enquanto o design relaciona-se fundamentalmente ao significado. Sendo assim, o design de superfície aplicado na moda configura um caráter ainda mais expressivo.

### 3.2 A ilustração como design de superfície

A arte já inspirou designers para criar coleções de moda, seja na modelagem ou na estampa. Contudo, esta pesquisa não tem como objetivo criar uma coleção de moda inspirada na arte, mas resultar em uma coleção de moda-arte. Considerando que o artista cria através de sua percepção do mundo e de suas vivências pessoais, e que o designer utiliza métodos para solucionar um problema, verificam-se grandes potencialidades que podem, juntas, fazer parte de um projeto de moda. Muitas vezes arte e design ocupam um lugar único, porém o design de superfície, ainda mais quando aplicado pela moda, rompe essa barreira, comprovando a existência da relação arte-design.

A ilustração é uma linguagem não-verbal que transita entre arte e design, sendo que “são as ilustrações que capturam a imaginação, que permanecem com o espectador e que conectam ao presente os momentos de nossa história pessoal” (ZEEGEN, 2009, p.12). Ronaldo Fraga é um exemplo de artista-designer que utiliza da ilustração de forma muito expressiva, seja nos seus croquis de moda, nas estampas de suas coleções ou nas ilustrações que estampam objetos da Tok&Stok.

Figura 15 – Ilustrações de Ronaldo Fraga



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos retiradas do Instagram de Ronaldo Fraga.

É notável o papel da ilustração no trabalho de Ronaldo Fraga, que desempenha uma importante função expressiva e manifesta até mesmo como a moda e arte podem ser políticas. Um ilustrador começa seu processo de criação com os esboços, permitindo a experimentação de formas, cores e materiais. O pensamento é fundamental nesse processo criativo, que, embora muito importante, não depende fundamentalmente do domínio da técnica (ZEEGEN, 2009).

A essência de uma ilustração está no pensamento – nas ideias e nos conceitos que formam a espinha dorsal do que uma imagem está tentando comunicar. O papel do ilustrador é dar vida e forma visual a um texto ou uma mensagem [...] ( ZEEGEN, 2009, p. 17).

Para que a ilustração pertença ao design de superfície têxtil, é necessário o conhecimento das técnicas e metodologias utilizadas no design, assim como é necessário o conhecimento das técnicas das artes visuais ou domínio dos *softwares* utilizados no design de superfície para estampas impressas por máquinas. As possibilidades de processo criativo são múltiplas, Rubim (2005) trabalha com o método da utilização de referências visuais, no qual coleta formas, cores e texturas a partir de fotos e registros que faz em seu cotidiano. Esses esboços são manipulados até se tornarem uma - ou várias - estampas, através de recortes e colagens manuais ou utilizando *softwares* adequados à função. Os processos de Munari (2008) estimulam o designer a expandir a criatividade para além do habitual com a manipulação de materiais simples, como o papel e até a manipulação da luz, explorando formas, materiais e ângulos que irão comunicar uma mensagem.

O designer que for completamente livre para usar materiais e instrumentos na procura da sensibilização do sinal poderá elaborar todo um mostruário de possibilidades que usará no momento oportuno (MUNARI, 2008, p. 29).

Explorando a capacidade de comunicação de valores e pensamentos, pois “todo desenho é feito de sinais” (MUNARI, 2008 p.28), bem como a habilidade das técnicas artísticas, a ilustração possui o papel de contar uma história e ressignificar qualquer objeto, tendo potencial para torná-lo mais afetivo e exclusivo. Essas características, que alcançam o local da emoção, dependem da intenção por trás do

artista, que possui a capacidade de comunicar uma determinada ideia. Pode, por exemplo, simplesmente seguir um *briefing* de uma marca para a criação da ilustração, que será puramente comercial, ou poderá criar com liberdade e espaço para sua própria percepção como artista. É este equilíbrio, e a liberdade de expressão, próprios da ilustração, que configuram a relação arte e design, pois permite-se criar sem necessariamente representar a realidade.

## 4 METODOLOGIA

### 4.1 Quanto à natureza de pesquisa

A pesquisa aplicada é a que melhor se encaixa quanto à natureza de pesquisa, pois busca gerar novos conhecimentos para a aplicação prática, para que assim aconteça de fato alguma mudança em algum problema específico que seja do cotidiano.

Se a pesquisa básica é dedicada à produção de conhecimento e a prática do design é dedicada à produção de forma, a pesquisa aplicada pode encontrar um modo próprio, dedicando-se ao estudo de como o conhecimento pode se tomar forma. (CALVERA, 2006, p. 116).



Nessa pesquisa, o problema é conseguir aliar moda, arte e sustentabilidade num cenário real e contemporâneo, gerando mudança principalmente no âmbito da moda. A pesquisa aplicada ajudará a solucionar esse problema.

#### 4.2 Quanto à abordagem

A pesquisa qualitativa responde a questões mais particulares, trabalhando com o universo dos significados, dos motivos, das crenças e das razões (MINAYO, 2001). A pesquisa qualitativa poderá beneficiar esse estudo pois exigirá um contato direto com locais onde fomentam esse cenário plural que está sendo abordado na pesquisa ao unir moda e arte. Estar em contato com o produtor e o consumidor, analisando e coletando informações irão contribuir certamente de maneira eficaz na pesquisa.

No caso desta pesquisa, serão feitos estudos de caso que se aproximam do estudo em dois aspectos: design de superfície têxtil com sustentabilidade e moda com a arte. Além disso, haverá uma pesquisa etnográfica para conhecer o público a ser trabalhado na nova marca de moda a ser construída no projeto. Essas pessoas serão identificadas através de busca por comentários nos perfis nas redes sociais de eventos e iniciativas culturais que atraem o público com interesse em moda, arte, design e sustentabilidade. Essas análises serão documentais, com informações extraídas dos canais de comunicação, como Facebook e Instagram. Além disso, serão identificados os hábitos, rotinas e preferências desse público em questão e o resultado desta pesquisa será a criação de um *moodboard*.

#### 4.3 Quanto ao objeto de estudo

O objeto de estudo desta pesquisa será a marca a ser desenvolvida neste projeto, que terá como propósito abranger todos os campos de estudo deste trabalho, sendo eles a moda, arte, design de superfície e sustentabilidade.

A metodologia projetual escolhida a ser aplicada neste projeto será do design estratégico, sendo que:

O design estratégico opera em âmbitos coletivos, suporta a ação estratégica graças às próprias capacidades, e finaliza a própria operacionalidade na

geração de um efeito e um sentido (que é a dimensão de valor para alguém), concretizando este resultado em sistemas de oferta, mais do que em soluções pontuais, em um produto-serviço mais do que em um simples produto, que é a representação visível da estratégia. (ZURLO, 2010, np).

O design estratégico tem foco na inovação e a intenção de dar novos significados aos produtos por meio do sistema-produto, e incorpora-se a ele o metaprojeto. Será através das técnicas do metaprojeto, tais como a pesquisa etnográfica, desenhos, mapa conceitual e *moodboards*, que os dados serão coletados e surgirão as ideias para o desenvolvimento do projeto até chegar ao resultado final materializado (SCALETSKY, 2016). Trata-se de pensar não somente no produto em si, mas no design de serviços e no design de experiência (ZURLO, 2010). Outras técnicas que serão utilizadas serão a análise de similares e pesquisa de referências.

Francesco Zurlo (2010) considera três capacidades como fundamentais no design, são elas: capacidade de ver, capacidade de prever e capacidade de fazer ver. Isso significa que para o designer seguir a lógica de projetar a estratégia, precisa ser observador e enxergar além do visível e tangível, precisa imaginar cenários futuros possíveis e precisa tornar essas previsões compreensíveis. É preciso estar aberto às possibilidades para um resultado eficiente e que proporcione melhoria na vida das pessoas.

## **5 DESENVOLVIMENTO DE MARCA**

Tendo a sustentabilidade como presença fundamental no desenvolvimento de uma marca de moda, conclusão resultante de toda pesquisa realizada até então, é necessário um formato de negócio fora do convencional para atender a todas as noções compreendidas neste trabalho. A sustentabilidade não deve ser colocada de forma superficial na moda, ela deve estar integrada, pois devem andar juntas. Qualidade e preço nem sempre são coerentes. Cietta (2017) afirma que existem diversos aspectos que precificam um produto, como o valor da marca, e que qualidade irá depender do julgamento do consumidor, com base em seus conhecimentos.

O advento da economia criativa modificou substancialmente a abordagem desse setor, ao menos no âmbito acadêmico e na elaboração de políticas econômicas em alguns países. A partir daí a moda começou a representar algo de diferente na economia e na sociedade. (CIETTA, 2017, p. 421).

Com toda mudança que ocorreu ao longo dos anos na indústria da moda, os modelos de negócios também passaram a mudar. Após o fervor do *fast fashion*, surgiu o *slow* para desacelerar o sistema de produção e consumo. Neste caso, não cabe ao *slow fashion* produzir novas coleções a cada estação ou produzir em grande escala para, no fim, estocar e depois liquidar a preços que desvalorizam todas as pessoas envolvidas e todos processos de produção. Esse sistema atual tem massacrado o meio ambiente e não valorizado as pessoas, que muitas vezes recebem salários baixos a condições precárias de trabalho.

Desta forma, é preciso chegar a um modelo de negócio que valorize o trabalho artístico e autoral, seja justo com todos os participantes – sendo eles os fornecedores, produtores, colaboradores e clientes – e colabore com o fomento da economia local. Este capítulo trará uma alternativa de modelo de negócio a ser aplicado na marca que será desenvolvida neste projeto.

## 5.1 Modelo de Negócio

Compreendendo que a Moda faz parte da Indústria Criativa e é, além disso, híbrida, conforme Cietta (2017), conclui-se que não é possível criar um modelo de negócio com base nos modelos tradicionais, mas é indispensável elaborar um modelo para a criação de uma marca, sendo que “o modelo econômico é um suporte aos empreendedores ou aos gestores para as decisões que devem tomar” (CIETTA, 2017, p.183) e é elaborado em relação a três elementos constituintes da empresa: o contexto, as escolhas e os resultados.

Há uma diferença nos termos modelo de negócio e modelo econômico; um é utilizado por administradores e o outro pelos economistas, sendo um mais prático e outro teórico. No entanto, ambos explicam o funcionamento de uma empresa em relação às práticas operacionais, gestão e o funcionamento num geral. Cabe a esta pesquisa elaborar um modelo de negócio que enquadre moda, arte e design, criando um mapa para compreender como o produto será criado, como será vendido e quais serviços a marca oferecerá aos clientes.

Por meio do modelo econômico da empresa, é possível compreender seu funcionamento e definir, por exemplo, qual será o impacto do aumento do

preço dos tecidos no preço dos produtos e nas vendas (CIETTA, 2017, p. 184).

Para o desenvolvimento de uma marca de moda-arte mais sustentável, será construído o modelo de negócio juntamente com a metodologia do design estratégico (ver capítulo 5), no qual irá desenvolver a marca e a coleção com base no sistema-produto, valorizando não somente o produto em si, mas os serviços que acompanharão a marca, a comunicação e a experiência.

A inovação sistêmica com relação à sustentabilidade começa com uma mudança de padrões de pensamento e de comportamento, o que leva a construção de estruturas e práticas que descrevem a atividade econômica dentro de limites ecológicos. (FLETCHER; GROSE, 2011, p.174).

Fará parte do modelo de negócio deste projeto produzir em pequena escala – pois não visará o crescimento em relação à oferta de produto, mas sim de valor como marca e comprometimento com esses valores – ao lado de produtores locais, sendo eles os fornecedores de matéria-prima. O que definirá a escala será a capacidade de produção conforme os fornecedores envolvidos e o monitoramento dos benefícios sociais, ambientais e econômicos, princípios fundamentais para um futuro mais sustentável na moda, conforme Fletcher e Grose (2011) afirmam.

Qualidade e originalidade serão características importantes desse negócio, que ajudarão a construir um propósito para a marca, o que resultará em um valor final no produto justo com todas as etapas do desenvolvimento e criação do produto. O fator de inovação se dará fundamentalmente com a experimentação artística através dos processos de estamparia, que manterão um fluxo espontâneo de criação a partir de estudos e coleta de referências visuais para inspiração das mesmas.

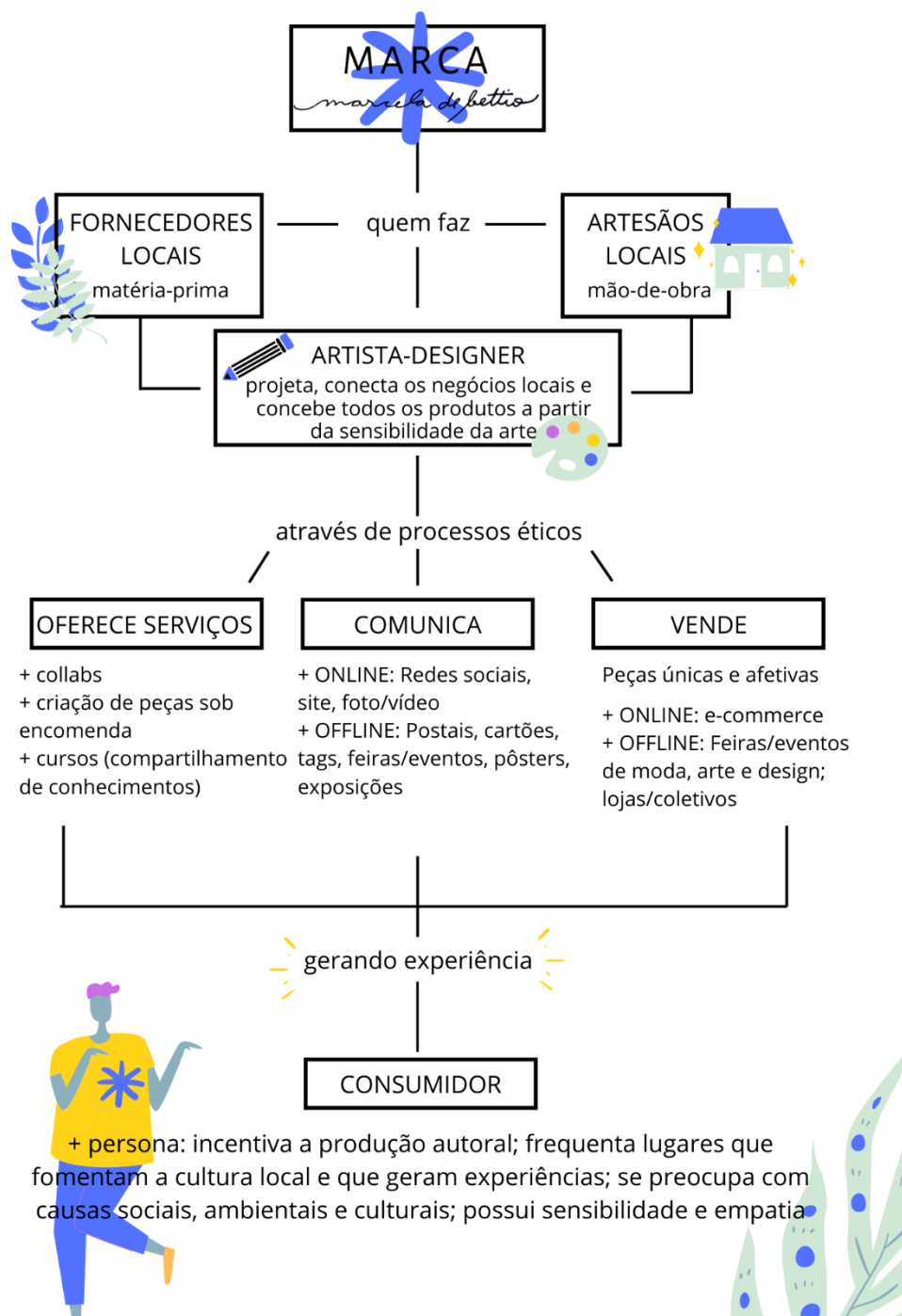
Sendo assim, focar no crescimento da economia local, no trabalho artístico, autoral, manual e sustentável, além de gerar experiências ao consumidor através de novas formas de produção, já configura um modelo de negócio fora do convencional. Compreende-se, também, a importância da cocriação, sendo o design colaborativo uma rica fonte de distribuição de informação para chegar além do público-alvo da marca, além de que:

Em um mundo cada vez mais conectado, onde as sociedades são heterogêneas e as vozes são múltiplas, faz sentido que o campo do design também se ocupe de pensar caminhos mais coletivos e colaborativos para “fazer design” junto ao público (ANASTASSAKIS; PAES, 2016, p.937).

A comunicação torna-se fundamental nesse processo de criação, pois ela será a ferramenta de informação para o cliente final que, ao estar em contato com o produto, esteja ciente de todo o processo, incluindo a escolha das matérias-primas, cuidado com a peça e até o processo criativo que levou àquele resultado. Por meio da comunicação, todas as escolhas da marca como empresa serão evidentes, de acordo com o ecossistema no qual o negócio de moda está inserido.

Para representar este modelo de negócio, foi desenvolvido um mapa conceitual para organizar estes conceitos fundamentais para o desenvolvimento da marca, considerando que “os principais conceitos são, em geral, colocados em círculos ou quadrados e unidos por linhas que representam as relações estabelecidas por eles” (BITTENCOURT; DA COSTA, 2016, p 26). Assim, utilizando esse método, é possível visualizar como a marca produz, comunica e vende seus produtos e serviços, conforme ilustra a figura abaixo.

Figura 16 - Modelo de negócio da marca Marcela De Bettio



Fonte: Mapa conceitual elaborado pela autora (2019).

Este mapa conceitual acima representa como a marca produz, o que ela faz, como comunica e como vende, chegando ao consumidor, que é o seu público-alvo. Fica evidente que existe muito por trás do produto e que é importante dar ênfase a todos os participantes deste processo. Além disso, mostra que a marca traz muito além do que somente o produto, gerando experiência.

## 5.2 Desenvolvimento de sistema-produto

Foi escolhido, nesta pesquisa, desenvolver uma marca que levará o nome Marcela De Bettio, autora deste trabalho, com o propósito de unir a expressão artística com a metodologia do design para desenvolver uma coleção de moda. Considerando que “é preciso gerar associações e significações para a marca, atribuindo características particulares que permitam diferenciá-la de outras” (RODRIGUES, 2011, p. 24), será criado um sistema-produto que apresentará experiências e serviço, além de enfatizar somente o produto.

[...] a marca não é apenas uma representação visual, mas uma síntese de vivências e experiências memoráveis, despertadas quando se estabelece algum tipo de contato com uma empresa, organização, lugar, pessoa ou produto. (RODRIGUES, 2011, p.25).

É primordial para a marca pensar sobre sustentabilidade e preocupar-se em reduzir os impactos para afetar o mínimo possível o meio ambiente, além de valorizar todas as pessoas que estiverem envolvidas no processo de criação, desenvolvimento e produção do produto, conforme foi constatado ao longo desta pesquisa nos capítulos anteriores. Assim, tendo o meio ambiente como imprescindível, as ilustrações, pinturas e estampas desenvolvidas pela marca trarão como referências visuais o cosmo, sendo a relação da natureza, dos seres humanos e o universo. A forma como isso é representado surge da percepção como artista, enquanto que a forma do produto surge por meio de um projeto de design.

### 5.2.1 Análise de similares

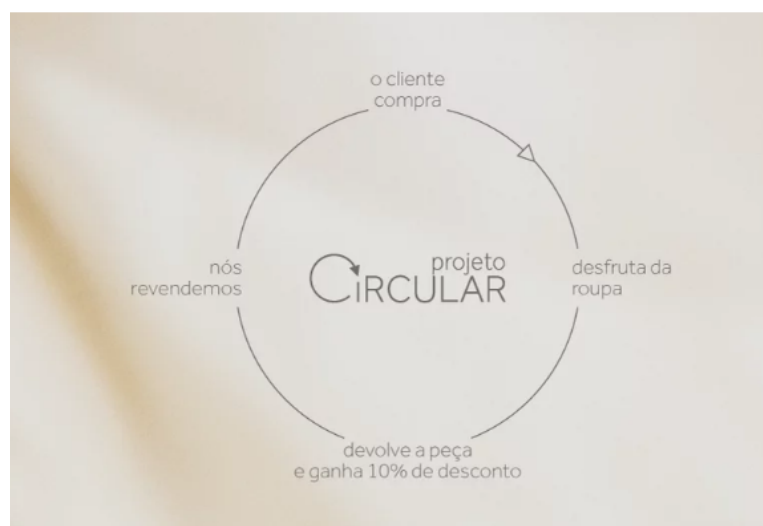
Foi realizada uma análise de casos similares de designers que utilizam seu próprio nome como marca, porém ela foi dividida em dois aspectos. O primeiro, quanto ao tingimento e estamperia com matérias-primas provenientes da natureza, através de processos experimentais, e o segundo, quanto à relação arte-design, exercendo tanto a função do artista quanto do designer. Essa etapa contribuirá para a construção da marca e desenvolvimento da coleção resultante dessa pesquisa, pensando no sistema produto.

O conceito de sistema produto ou sistema design é semelhante aos conceitos do design estratégico, em que o design não é visto somente como uma

atividade projetual, mas considerado de forma dinâmica e complexa por meio da estreita interação entre produto, comunicação, mercado e serviço. (MORAES, 2010, p.53).

Flávia Aranha é designer e idealizadora da marca que leva seu próprio nome e trabalha com tingimento a partir de plantas e ervas em tecidos de fibra natural. A marca surgiu em 2009, em São Paulo, com foco em sustentabilidade e tingimento natural. Como serviço, oferece oficinas de tingimento e estamparia, além de participar da Roupateca, projeto no qual as pessoas podem alugar ao invés de comprar as roupas. Ela também lançou o Projeto Circular, no qual o cliente compra uma peça da marca, usa e depois pode devolver a peça, ganhando uma porcentagem de desconto na próxima compra.

Figura 17 – Projeto Circular lançado pela marca Flavia Aranha



Fonte: Site da marca Flavia Aranha

Atualmente, Flávia Aranha possui um ateliê em São Paulo e possui lojas em São Paulo (no Shopping Iguatemi) e em Portugal. Nota-se, através da análise feita nas redes sociais da marca, a preocupação em ser transparente quanto aos processos, desde os esboços das peças até aos processos de design de superfície. Tanto que, em 2016, foi certificada pelo Sistema B, iniciativa que visa apoiar empresas que criam produtos e serviços relacionados a causas socioambientais. É possível compreender como surge o resultado final das roupas em uma passada pelo *feed* da marca no Instagram e, navegando pelo site, é possível conhecer mais sobre a história e os pilares da marca Flávia Aranha.



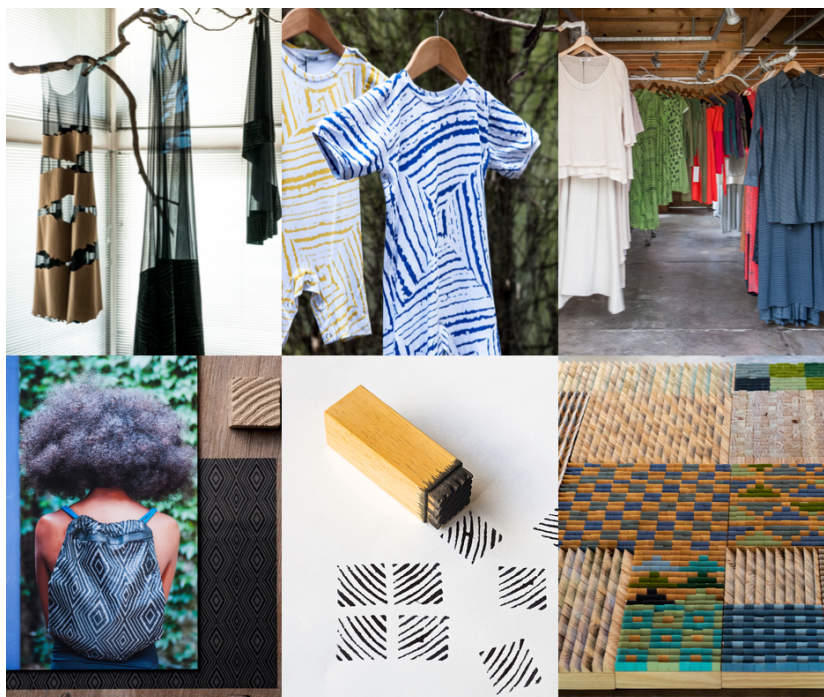
Figura 18 – Processos da marca Flavia Aranha



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos retiradas do Instagram da marca Flavia Aranha.

Com relação à arte, foi analisado o trabalho de Heloisa Crocco, artista que transita em diferentes áreas, sendo a natureza a grande inspiração em suas obras. Entre os segmentos em que Heloisa atua está a moda, onde já realizou projetos de design de superfície para outras marcas, mas a essência de seu trabalho está nos projetos pessoais que realiza. Atualmente, a artista está em Porto Alegre e fundou o Studio Crocco, juntamente com o chef gastronômico Vico Crocco e o produtor audiovisual Thomaz Crocco, fornecendo um espaço para eventos corporativos, além de reunir arte, design, gastronomia e fotografia em um local que está integrado à natureza.

Figura 19 – Trabalhos de Heloisa Crocco



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotografias de Letícia Remião retiradas do site Studio Crocco Design.

Após analisar esses perfis de marcas nos quais levam o nome da própria criadora, seja artista ou designer, verificou-se que, embora o nome remeta a uma única pessoa, não significa que obrigatoriamente seja uma marca feita de apenas uma pessoa. Por esse motivo, compreende-se a importância da transparência na comunicação e identidade da marca. Além disso, são marcas que não apenas criam um produto, mas oferecem serviços e experiências conectando-se com outras áreas, disseminando para diversos lugares. Notou-se, também, que faz muito sentido a marca levar o nome do criador ou criadora quando é realizado um trabalho artístico, pois mesmo que envolva demais pessoas, é o resultado de ideias muito pessoais do artista, visões únicas que, através de processos, foram materializadas. Assim, por meio dessas análises, ficou claro que o nome da marca a ser desenvolvida neste projeto é o nome da própria autora desta pesquisa, carregando já uma parte da identidade da marca.

### 5.2.2 Contexto e identidade da marca

Diante do atual cenário contemporâneo, no qual ainda predomina a velocidade presente em um sistema massivo de produção, causando impactos negativos ambiental e socialmente, torna-se fundamental construir uma marca com identidade, considerando que “ a identidade se obtém por meio de uma real e coerente integração entre produto, produção, comunicação e comercialização” (MORAES, 2010, p.45). Desta forma, considera-se fundamental trazer valores que não apenas diferenciem a marca, mas definam o propósito no qual a marca foi construída.

Considerando isso, a marca traz como valores: retomar processos manuais para reconexão com nossa ancestralidade; apresentar uma narrativa através de um produto; transmitir sentimento e poesia através da comunicação; preocupação com o meio ambiente e conexão com o cosmo; valorização do trabalho colaborativo e da produção local. Foi elaborado um *moodboard*, sendo que “o *moodboard* pode atuar como uma estratégia precisa que, pelas relações entre diferentes referências visuais, cria metáforas e conceitos que se apoiam na expressão das intenções do projeto” (PEREIRA; SKALETSKY, 2016, p. 95), para representar a identidade da marca, bem como demais etapas posteriores neste projeto.

Figura 20 – *Moodboard* de inspiração da marca Marcela De Bettio



Fonte: Elaborado pela autora.

Conforme o mapa conceitual representado no capítulo 5, parte da identidade da marca também está representada em seu modelo de negócio, no qual trabalhará ao lado de outros negócios locais, fornecendo matéria-prima e mão-de-obra. Além disso, todos os produtos serão únicos, considerando que são produzidos manualmente e, por essa razão, a marca não trabalhará com estoque. Ou seja, produzirá uma determinada quantidade de peças para cada coleção e elas ficarão disponíveis até todas serem vendidas. No entanto, haverá também a possibilidade de produzir sob encomenda, além de oferecer como serviço trabalhos em colaboração com outras marcas. Ser transparente quanto aos processos também é uma característica marcante da marca Marcela De Bettio e isso será demonstrado na comunicação da marca.

### *5.2.3 Identidade do público*

Para tomar conhecimento para quem será desenvolvida a coleção de moda desta marca, foi realizada uma análise netnográfica pela plataforma do Instagram. Primeiramente, foram analisados os perfis que mais interagem com o perfil Marcela De Bettio (@marceladebettio), principalmente em publicações de trabalhos artísticos, ilustrações e demais trabalhos realizados. Observou-se um perfil predominantemente do sexo feminino e, a partir das análises do próprio Instagram, foi constatado que o público se encontra numa faixa etária de 25 a 35 anos, sendo 28% de Porto Alegre.

A partir dessa análise prévia, foram encontradas características similares baseadas nos seguintes aspectos: modo de se vestir; locais que frequentam; atividades de lazer; assuntos de interesse. Com este primeiro resultado, obtido por meio de netnografia, foi possível identificar outros perfis que se assemelham aos que já seguem o perfil @marceladebettio.

Entre os perfis analisados estão: @tododiaumprint, @pietrass, @radicalpapiii, @casadecolorir, @mequetrefismos, @biancaseibert, @tanizeb, @jana\_blanco, @anafiedler, @\_mrczz e @m\_marieli. Alguns dos locais identificados como preferência deste público foram: O Barzito, Fuga, Beco do Batman, Iberê Camargo, MASP, Gasômetro, Flo Atelier Botânico, Casa Jardim Secreto e Selvvva.

Outra maneira de compreender o comportamento deste público foi analisando os perfis de iniciativas e principalmente eventos, nos quais manifestam ter interesse, como a Feira Papeleira, Feira Jardim Secreto, Feira da Lua, Feira de Arte Impressa,

Open Design e Feira na Rosenbaum. Estes dados foram coletados no período entre julho e agosto de 2019 e, com isso, foi possível elaborar um *moodboard* que representa o público-alvo da marca.

Figura 21 - Moodboard Público Alvo



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

O *moodboard* acima caracteriza o público-alvo como pessoas que, de alguma forma, sentem-se conectadas à arte, o que envolve diversas áreas como música, teatro, tatuagem e arquitetura. Além disso, buscam se reconectar a si mesmas e desacelerar do caos cotidiano. São pessoas que buscam algo a mais que o produto, buscam experiência, valorizando o trabalho autoral e frequentando locais que fomentam esta cultura do fazer, que preza pelos negócios e artistas locais, despertando o local da emoção através da experiência.

## 6 DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO

Um dos objetivos desta pesquisa é a realização de uma coleção de moda para a marca Marcela De Bettio. Para o desenvolvimento desta coleção, se escolheu trabalhar com fornecedores locais, onde fosse possível o contato direto e pessoal com o produtor, acompanhando e participando de todas as etapas do processo de criação das peças.

Sendo a arte e sustentabilidade temas desta pesquisa, o tema de coleção é um tema mais subjetivo, baseado nas percepções da autora. Buscou-se trabalhar com materiais de menor impacto ambiental no desenvolvimento das peças de roupa. Apesar de não dar enfoque a micro tendências de moda, a escolha das modelagens se justificam com características encontradas durante a etapa da pesquisa de netnografia, ao mesmo tempo em que condiz com o objetivo da marca num geral e que se conecta ao tema de coleção. Sendo assim, as peças dessa coleção possibilitam diferentes formas de serem utilizadas, não definem gênero, permitem o movimento e a liberdade do corpo e também dispensam o uso de aviamentos, como zíperes e botões.

### 6.1 Tema da Coleção

Por ter como objetivo criar uma coleção de moda-arte, o tema desta coleção aproxima-se da arte por ser baseado em percepções da autora, trazendo arte e poesia para as peças de roupa através do design de superfície. Inicialmente, para desenvolver o tema, foi decidido trazer referências que já caracterizam o trabalho como artista de Marcela De Bettio, além das cores e elementos gráficos/visuais. Logo, ao questionar e refletir sobre as origens dessas características e referências que inspiram a marca Marcela De Bettio, foi escrito um poema, que deu origem ao nome, formas e as estampas da coleção.

“Nosso Infinito

*No céu houve uma supernova  
que refletiu todas as cores na terra*

*que é úmida  
e é casa*

*Depois do escuro encontra o sol  
e renasce pela morte  
prova que tudo é ciclo  
e nada é acaso*

*O tempo mostra  
que nenhum lar  
de terra ou cimento  
é pra sempre  
mas que todo lar que pulsa  
que brota vida  
e emana ao céu  
é um lar infinito*

*Cabem todas as cores  
e mostra que aqui cabe tudo  
todo amor do mundo  
toda dor do mundo  
corre pelas veias  
corre pelas raízes  
e encontra o infinito  
que é nosso*

*Nessa terra nada é eterno  
mas quando encontramos as estrelas  
descobrimos por que viemos  
e estamos aqui vivendo  
conectados pelo intangível  
livres para sermos  
o que devemos ser.*

(Marcela De Bettio)”

As referências botânicas e o interesse em conhecer novas plantas devido às suas estéticas instigantes, além da curiosidade de suas funções como benefício aos seres humanos têm influência materna, parte pela mãe ser bióloga e parte pela avó por parte de mãe cultivar jardins, trazendo-as para casa como alimento, remédio e decoração. Já as referências relacionadas ao universo, com formas arredondadas, estrelas e corpos celestes vêm do interesse desde a infância por astronomia. Quando criança, recebeu do pai um livro sobre a primeira ida do homem à lua, obra que está guardada até hoje. Com o passar dos anos, durante a fase de crescimento, perdeu-se esse incessante fascínio pelo universo. No auge da adolescência, o pai faleceu e esse contato com a morte despertou novamente o interesse pelo universo, misturando-se ao interesse no que há além da Terra, mas também com infinitas perguntas sobre o sentido de tudo e os porquês que estão além da compreensão humana.

Foi possível, assim, assimilar que a mãe representa a terra, a racionalidade, a cura e a vida que sempre se renova, enquanto o pai representa o emocional, que instiga a curiosidade sobre as coisas as quais não temos resposta ou alcance. Ambos instigam uma intensa vontade de viver, porque entendem que há de ter um propósito nesta vida em meio ao caos exacerbado.

Esta coleção nasce, então, de uma reflexão sobre origens que pertencem à identidade da marca Marcela De Bettio e também das relações entre o céu e o infinito, o que concebeu o nome de “Nosso Infinito”, representando os ciclos do cosmo, o ciclo vida-morte-vida, sobre conexões e renascimentos. Os ciclos das plantas, das estrelas e também nosso, como humanos. Um ciclo cósmico que representa o novo, que instiga curiosidade para o que está por vir. Nascemos e morremos, mas há um infinito nesse abismo. Um universo. A coleção simboliza esse novo começo, um respiro, um afago. Feita por mãos e corações, com materiais de origem vegetal retirados com todo respeito e carinho da natureza. Da simplicidade fez-se arte e do imperfeito, poesia.



Figura 22 - Moodboard de inspiração do tema da coleção



Fonte: Elaborado pela autora.

Considerando as referências botânicas e cósmicas como uma característica muito marcante da marca Marcela De Bettio, foi preciso pensar em ilustrações que simbolizassem a narrativa proposta no tema, além de características na modelagem das peças que marcassem mais o tema proposto na coleção. Porém, outro fator imprescindível para o desenvolvimento da coleção foi pensar em modelagens que valorizassem as estampas feitas à mão, evitando muitos recortes e aproveitando melhor os tecidos.

## 6.2 O desenho como instrumento de projeto

Considerando que “no design, o exercício de desenho sob a perspectiva de reprodução é realizado em diversos estágios do projeto” (MEYER, 2016, p.83), compreende-se que a realização do desenho é fundamental e não pertence à somente uma etapa do projeto. No caso do desenvolvimento da coleção neste trabalho, os primeiros desenhos foram esboços, os *croquis*, e surgiram após a definição da identidade da marca, do público, do tema, materiais e cartela de cores a ser trabalhada.

Figura 23 – esboço da coleção



Fonte: Marcela De Bettio (2019).

Estes primeiros desenhos foram uma importante ferramenta para visualizar as possibilidades com relação às formas e às modelagens das peças da coleção. Após realizados os croquis à mão, eles foram coloridos digitalmente para pensar nas possibilidades com relação ao tingimento natural e pré-definir as peças que seriam confeccionadas, tendo uma noção da quantidade de tecidos que seriam necessários conforme as opções de materiais escolhidos a serem trabalhados. Posteriormente, foram adaptados conforme os processos que serão descritos no próximo subcapítulo, no qual também apresentará alguns resultados obtidos após o exercício do desenho.

Figura 24 – Croquis iniciais coloridos digitalmente



Fonte: Marcela De Bettio (2019).

Também foram realizados desenhos técnicos para visualizar os detalhes de cada peça, para que na etapa de confecção do produto seja possível compreender como deverá ser feita a peça. Por isso, também foram desenvolvidas fichas técnicas para cada peça escolhida para ser confeccionada neste projeto, indicando os custos e consumos dos materiais e chegando ao custo final da peça, conforme ilustra a figura 25 (as demais fichas técnicas estão no anexo A).



O desenho tem a capacidade de descrever, deixar entrever, destacar, aparecer, mostrar algo, conforme (MEYER, 2016, p. 88) e os processos práticos deste projeto tiveram caráter experimental. Considerando esses fatores e que o desenho é fundamental em diversas etapas de um projeto de design, os *croquis* que foram desenhados inicialmente foram adaptados conforme as experiências práticas que ocorreram ao longo do projeto. Ou seja, foram realizadas alterações considerando as cores dos tingimentos, a técnica utilizada na estamparia, a modelagem e o caimento das peças conforme os tecidos escolhidos. Pelos desenhos, é possível visualizar uma narrativa proposta através do tema, que transita cores e estampas ao longo da coleção.

### 6.3 Processos éticos e fornecedores locais

Foi escolhido trabalhar com produtores e empresas locais, que se preocupam ética, social e ambientalmente, cumprindo com os pilares da sustentabilidade. Os tecidos utilizados na coleção são de algodão agroecológico da Justa Trama, cooperativa que produz desde a plantação até o tecido, com possibilidades de cores naturais, seja por processo de tingimento, seja pelo algodão cultivado naturalmente colorido. Foi realizada uma visita à cooperativa Justa Trama, podendo estar em contato direto, conhecendo melhor e coletando informações, sendo uma experiência muito enriquecedora para a pesquisa, pois foi possível conhecer as pessoas envolvidas, conhecer os processos e também conhecer melhor sobre a própria cooperativa como negócio.

Figura 26 – Visita à Justa Trama



Fonte: Montagem feita pela autora com fotos realizadas durante visita técnica na Justa Trama.

Durante a visita técnica, no qual também teve como objetivo comprar os tecidos para iniciar a produção da coleção, foi possível conhecer os serviços ofertados pela Justa Trama, visitar a loja e conhecer ações que a cooperativa apoia e realiza, estando ela localizada na Vila Nossa Senhora Aparecida, em Porto Alegre. Neste endereço, encontra-se também a Univens, que é parceira da Justa Trama, tendo sido ambas fundadas por Nelsa Fabian Nespolo. A Univens é formada por pessoas da própria comunidade, em sua maioria mulheres, e oferece os serviços de modelagem, costura e serigrafia para outras marcas, operando como *private label*. Na sede da Justa Trama é possível conhecer a loja, na qual ficam expostos produtos desenvolvidos em conjunto com as demais cooperativas parceiras da marca e até mesmo com designers, como o Ronaldo Silvestre.

O Banco Comunitário Justa Troca é uma das ações apoiadas pela cooperativa, e é uma iniciativa que, junto à Justa Trama, oferece cursos e eventos, fortalecendo o desenvolvimento da comunidade. Nesta ação, foi criado o Justo, moeda social que equivale ao real, porém circula somente na Vila Nossa Senha Aparecida. Os moradores da comunidade podem trocar o Real pelo Justo, podendo comprar em

estabelecimentos locais, além de ganharem descontos e podendo realizar até mesmo empréstimos.

Embora sejam negócios diferentes, todos trabalham juntos, não somente por ocuparem o mesmo espaço, mas por terem o senso de comunidade, no qual se compartilha e se troca conhecimentos e habilidades diferentes a fim de fortalecer a economia local, impactar socialmente de forma positiva e crescerem juntos. A Justa Trama incentiva não somente os moradores da comunidade, mas todas as pessoas que se conectam a essa rede solidária de empreendedorismo, sendo um enorme exemplo de negócio que visa com que seus impactos sejam sociais, ambientais e econômicos.

Ao longo desta pesquisa, concluiu-se que a cor é um fator muito importante para uma peça de moda (capítulo 2), além de que a cor também possui um papel muito importante no design de superfície que “tem um enorme poder, pois possui a força de transformar um desenho de categoria inferior em ótimo projeto, como também pode destruir um trabalho muito bem concebido” (RUBIM, 2005, p.55). Na perspectiva de uma moda mais sustentável, escolheu-se trabalhar com o tingimento natural, no qual foi realizado neste projeto pela marca Tintórea, situada em Porto Alegre. A Tintórea foi fundada pela designer de moda Joana Aesse, que trabalha com processos muito artesanais, o que permite o tingimento em uma escala menor e com resultados únicos. Todas as matérias-primas utilizadas são de origem vegetal, tanto as fibras quanto as tinturas dos tecidos.

Figura 27 – Visita à Tintórea



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos feitas durante visita à Tintórea.

Durante a etapa de desenvolvimento teórico deste trabalho, foi possível realizar uma oficina de tingimento natural, ministrada pela Joana, idealizadora da Tintórea, que ocorreu no Espaço Unisinos, em Porto Alegre, no mês de junho de 2019. A oficina de tingimento é um serviço oferecido pela marca Tintórea e ocorre tanto em espaços coletivos quanto no próprio estúdio, situado também em Porto Alegre. Na oficina, Joana ensina o processo de preparo de tecido – chamado de purga, no qual ela basicamente cozinha o tecido – retirando qualquer impureza. Neste processo, ela utiliza bicarbonato de sódio diluído na água com o tecido. Após isso, vem a etapa de preparar o tecido para a fixação da cor, chamada de mordente, no qual Joana utiliza alúmen de potássio diluído, ferve novamente o tecido, retira da água para esfriar e enxagua em água corrente. Com isso, o tecido está pronto para a etapa de tingimento. É importante ressaltar que esses processos são adequados para as fibras vegetais, escolhidas para serem trabalhadas neste trabalho, pois nas fibras de origem animal se utiliza outro processo.

Figura 28 – Oficina de Tingimento com a Tintórea



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos obtidas durante a oficina de tingimento natural.

Após analisar o perfil Marcela De Bettio nas redes sociais e ter sido escolhido o tema da coleção, foi pré-determinada uma cartela de cores que tem como base o



azul, o amarelo e o rosa, cores muito presentes em trabalhos já realizados. Considerando as cores naturais, o pigmento azul é obtido pelo processo de fermentação e oxigenação da planta *indigofera tinctoria*, conforme já mencionado anteriormente no capítulo 2. Porém, tornou-se inviável trabalhar com o tingimento azul devido aos seus processos demandarem mais tempo e domínio da técnica, ultrapassando o prazo necessário para obter os tecidos tingidos.

Sendo assim, juntamente com a Tintórea, determinou-se utilizar a cebola, a cúrcuma e o hibisco para tingir os tecidos, originando diferentes tons de amarelo e rosa. A cúrcuma, também conhecida regionalmente por açafraão da terra, foi utilizada da forma ralada para obter uma cor mais vibrante no tecido de malha de algodão, já da cebola foi utilizada a casca, obtendo um tom de amarelo mais terroso.

Figura 29 – Processo de tingimento com cebola e cúrcuma



Fonte: Montagem elaborada pela autora com fotos realizadas por Joana Aesse, da Tintórea.

O tingimento natural pode ser imprevisível, pois diversos fatores podem modificar o resultado. Portanto, é um processo no qual é muito difícil ter controle em todas as etapas. A cor rosa é uma cor com maior dificuldade de fixação, conforme informação obtida na oficina de tingimento realizada e, dentre as opções propostas por Joana, as alternativas a serem trabalhadas eram a cochonilha ou o hibisco. Como foi escolhido, nesta pesquisa, utilizar matéria-prima vegetal, foi descartada a cochonilha como alternativa, pois trata-se de um inseto e o pigmento é extraído esmagando os insetos. Escolhendo tingir com as pétalas de hibisco, o resultado seria

inesperado, pois a Joana nunca havia tingido com essa matéria-prima em grande quantidade, somente em pequenas amostras de tecido.

Após determinada a matéria-prima para obtenção da cor rosa, definiu-se que seriam tingidos três tecidos, sendo um de malha com o pigmento mais forte, um de malha com o pigmento mais claro e um de brim com pigmento mais forte – o que definiu essa variação na intensidade da cor foi a quantidade de matéria-prima e o tempo imerso na água. Devido o processo realizado pela Tintórea ser muito artesanal, realizado por somente uma pessoa e utilizando panelas de uso doméstico, não havia como tingir grandes metragens de tecido. Para isso, a solução foi cortar os tecidos que foram comprados a metro, prevendo que o tingimento tivesse um melhor resultado. A malha, que era tubular com 90cm de largura, foi cortada quatro vezes com 120cm de altura, para o amarelo cúrcuma, amarelo cebola e as duas tonalidades de hibisco. Para o brim, que seria tingido de rosa e tinha 150cm de largura, também foi cortado com 120cm de altura.

No processo de secagem, ao ser pendurado no varal próximo a outros tingimentos, o tecido de malha e brim tingidos com hibisco não ficaram com a cor uniforme e um dos tecidos de malha ficou com listras devido uma reação no contato com o varal de metal utilizado para apoio no processo de secagem. Para solucionar esse imprevisto, foi preciso pensar em como encaixar essa padronagem de listras na modelagem das peças, fazendo sentido também com as demais estampas.

Figura 30 – Resultado do tingimento com hibisco



Fonte: Fotos da autora.

Figura 31 – Resultado dos tingimentos realizado pela Tintórea

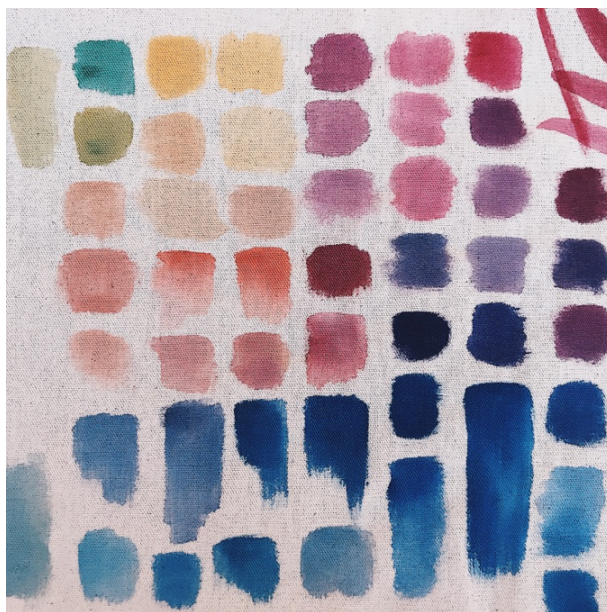


Fonte: Fotos da autora.

Para a estamparia, foram utilizadas tintas vegetais produzidas pela Etno Botânica, empresa já mencionada nesta pesquisa (capítulo 2), e que fornecem desde os produtos e serviços voltados à inovação através da sustentabilidade. Dentre esses

produtos e serviços estão o fornecimento de tecidos naturais, tintas prontas para uso pigmentos para cosmética, tintas para tinturarias e lavanderias, materiais para estamparia, cursos de tingimento e um *blog* com conteúdo relacionado a todo o trabalho realizado pela marca. Como a empresa está localizada em Itamonte – MG, e devido aos prazos para o desenvolvimento do trabalho, não foi possível conhecer pessoalmente a empresa, e o contato foi realizado somente por e-mail, obtendo informações sobre as tintas prontas para uso. Foi escolhido trabalhar com o kit de tintas vegetais com cores prontas, que conta com seis cores (amarelo cúrcuma, laranja urucum, vermelho rúbia, violeta campeche, azul índigo e verde espinafre), e dentro dessas opções foi possível utilizar as cores que melhor se encaixavam para o tema proposto no desenvolvimento da coleção. Por serem cores primárias e secundárias, além de serem bem pigmentadas, também foi possível misturar as cores e diluir em água, originando novos tons de tinta, conforme mostra a figura abaixo.

Figura 32 – Teste de cores com o kit de tintas vegetais da Etno Botânica



Fonte: Fotos da autora.

As técnicas escolhidas inicialmente para experimentar na estamparia foram: linoleogravura, *block printing* e desenho à mão livre. Para a primeira técnica, foram feitas duas matrizes na base de linóleo, e o desenho escolhido foi resultado de um estudo de ilustrações botânicas. Após isso, foi esculpido através das ferramentas adequadas, chamadas goivas.

Figura 33 – Matriz esculpida em linóleo



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

Constatou-se, nessa primeira experiência, uma dificuldade em talhar com as goivas na placa de linóleo, pois a superfície mais rígida dificultou o processo de esculpir o desenho na placa. No teste realizado com a primeira placa de linóleo, feito em papel e também em um pedaço de tecido cru de algodão com tinta convencional, não se obteve um resultado de uma gravura com borrões (conforme figura 34). Após a primeira experimentação, foi utilizada uma segunda placa de linóleo, mais maleável, porém o resultado da gravura no tecido não foi satisfatório.

Para o desenho da segunda placa de linóleo, foi realizado um estudo de texturas de folhagens para criar um padrão a partir de fotografias realizadas de folhagens ao longo da pesquisa (figura 35). Realizado o teste dessa segunda placa no papel e no tecido (figura36), primeiro com tinta acrílica comum e depois com a tinta vegetal, também não se obteve um resultado satisfatório, principalmente com a tinta vegetal, pois ela é mais líquida que as tintas comuns, não tendo uma boa fixação na superfície do linóleo e resultando em uma gravura com muitos borrões de tinta e um desenho pouco nítido.

Figura 34 - Primeira experiência com linoleogravura



Fonte: Fotos da autora.

Neste processo de experimentação da técnica, houve uma grande dificuldade de encontrar a matéria-prima adequada, principalmente para o *block printing*, no qual a placa para a matriz deve ser feita de borracha maleável e própria para este processo. Por essa razão, foi realizada essa experimentação somente no linóleo, porém não tendo um bom resultado, foi eliminada também essa alternativa para estampar os tecidos da coleção deste trabalho.

Figura 35 – Fotografias de folhagens para referência



Fonte: Fotos da autora.

Figura 36 – Segunda experiência com linoleogravura



Fonte: Fotos da autora.

Sendo assim, a técnica utilizada para a estamperia dos tecidos da coleção foi inteiramente realizada à mão, utilizando as tintas vegetais e pinceis, criando padrões com ilustrações nos tecidos. Para a criação das ilustrações no desenvolvimento das estampas, foi utilizado como base o processo de *rapport*, um termo francês que refere-se a um desenho em repetição, modulado, criando um padrão (RUBIM, 2013). Para a realização deste processo, foram escolhidas as cores e as formas que seriam trabalhadas antes de iniciar a pintura. As figuras botânicas e os desenhos que fazem referência ao universo fazem parte da identidade da marca Marcela De Bettio, por isso, no desenvolvimento desta coleção, foram buscadas referências fora do habitual, marcando ainda mais o tema da coleção e trazendo mais da história pessoal da artista.

Com relação às figuras botânicas, foi realizado um estudo com referências de diversos materiais de ilustrações botânicas pertencentes à mãe da autora, que é bióloga, e depois disso foram escolhidas as plantas que despertavam e que fazem parte da memória afetiva da autora, como as samambaias que cresceram no muro de casa. Nem todas as formas que foram desenhadas nos tecidos são literais, justamente por isso são definidas como ilustrações, e foram utilizadas formas mais orgânicas, porque não faria sentido neste projeto utilizar formas simétricas, por exemplo, e por mais que não sejam realistas, remetem às formas e às texturas das plantas. Neste processo por busca de referências, encontrou-se em uma análise de fotos registradas ao longo da pesquisa para inspiração, formas pertencentes a folhagens que originaram os desenhos que se assemelham mais às estrelas e também ao coração, como mostra a figura 37.



Figura 37 – Referências através da fotografia com interferência de desenho digital



Fonte: Montagem de fotos elaborada pela autora.

A solução encontrada para os tecidos tingidos de hibisco que não ficaram com a cor uniforme foi aceitar o erro e assumir as listras que aparecem ali, resultando em um arco-íris, que virou uma boa metáfora para representar este processo. Por isso, foram desenhados neste tecido, também, elementos que representam o sol em oposição a elementos que foram pintados de azul, remetendo o céu e a água. Ao observar que haviam duas regiões com essas manchas mais evidentes, pensou-se em confeccionar uma blusa que ocupasse todo este espaço, porém, sobrou um pequeno pedaço de tecido e, pensando em reduzir os resíduos, foi possível confeccionar uma outra blusa, porém um pouco menor que o tamanho que estava sendo trabalhado nas outras peças.

Figura 38 – Malha tingida de hibisco com listras



Fonte: Fotos da autora.

Esse processo de estamparia foi experimental, tanto por nunca ter utilizado tintas vegetais, quanto por pintar sobre um tecido tingido de corantes naturais pela primeira vez. Ocorreram diversos percalços, desde o tingimento até a pintura. Por virtude de desde o início já estar ciente dos imprevistos e também dos erros que poderiam acontecer, cada processo foi fundamental, pois compreende-se que até mesmo o erro é parte da construção do projeto até a concepção final.

Com efeito, uma consciência por parte de seu promotor da possibilidade de não alcançar os resultados esperados é a primeira e fundamental característica que diferencia um projeto experimental. Obviamente, todos os projetos, assim como todas as atividades humanas, podem fracassar. Nesse caso, entretanto, o fracasso é abertamente contemplado como um resultado possível do próprio projeto. (MANZINI, p.181, 2017).

Para a etapa de corte e costura das peças, escolheu-se trabalhar junto com uma costureira local, que possui habilidade nisso – embora não seja sua profissão formalmente – permitindo um processo de cocriação e estimulando a produção artesanal. Após desenhados diversos croquis, foi analisado, juntamente à costureira, o que seria possível com o que tínhamos. Foi necessário considerarmos os seguintes

aspectos: técnica para a costura, quantidade de tecidos, o tecido com as manchas listradas e o melhor aproveitamento possível dos tecidos, tanto para valorizar as estampas quanto para gerar uma pequena quantidade de resíduo.

Foram utilizadas duas peças básicas de roupa, uma camiseta e uma calça, para partirmos dali no corte, fazendo adaptações para as peças serem produzidas na coleção. Ou seja, não foram feitos moldes nem *moulage*, foi um processo mais orgânico realizado a partir dos conhecimentos da costureira juntamente com a coleção que havia sido projetada pelos croquis e com os conhecimentos teóricos. Com estas duas peças básicas, foi possível confeccionar duas blusas, um quimono, uma calça, dois vestidos e um macacão.

No desenvolver deste processo, realizamos algumas alterações com relação aos *croquis* iniciais, assim como foi preciso fazer alguns pequenos ajustes, devido ao melhor aproveitamento, caimento e acabamentos no tecido. Por exemplo, inicialmente seria confeccionado um vestido transpassado mais um quimono com o brim cru estampado, porém não foi possível devido ao tamanho do tecido. Também foi repensado a confecção de duas calças ao perceber que valorizaria muito mais a estampa se fosse realizado um vestido com o tecido de malha rosa clara, sem cava, pois, colocando o tecido sobre o corpo, foi possível visualizar o modelo e assim surgiu a modelagem de um dos vestidos.

Figura 39 – Processo de corte e costura das peças da coleção



Fonte: Montagem de fotos da autora.

Primordialmente, o objetivo era de não utilizar nenhum aviamento nas peças, como zíper, botão e elástico. No entanto, juntamente com a costureira, foi decidido que para a calça e o short seria necessário colocar um elástico no cós na parte das costas, pois como seria feita em malha, a peça não sustentaria o peso do tecido e poderia ficar desconfortável, além de não ter bom caimento, mesmo com uma faixa para amarração. As demais peças são amplas e com amarrações, permitindo que diversos corpos possam vestir as peças com conforto, mantendo a liberdade para movimentos. Todas as peças foram pensadas, também, para que combinassem entre si, gerando outras combinações.

Ao longo do processo de corte e costura das peças, evitou-se gerar uma grande quantidade de resíduos. A partir dos croquis que foram pensados no início da coleção, o objetivo era trabalhar com peças que evitassem muitos recortes, aproveitando melhor o tecido. Ao perceber que, ainda assim, sobravam pedaços maiores de tecidos, a solução foi criar bolsos e detalhes para as peças, como os acabamentos nos decotes. Assim como ocorreu com a malha rosa, restaram sobras do tecido de brim cru estampado. Por isso, utilizou-se um pedaço de malha crua da Justa Trama para confeccionar uma bermuda, com as sobras do brim tornaram-se bolsos (figura 40). Os bolsos de trás precisaram ser costurados no tecido por inteiro, não sendo mais

bolsos, pois não teve bom caimento devido ao brim ser mais estruturado que a malha, dando um volume que não era propício para a peça.

Figura 40 – Reaproveitamento com resíduos de brim estampado



Fonte: Fotos da autora.

O tema, por tratar-se de vivências pessoais da artista e autora deste trabalho, que foi transcrito através de um poema, conta uma narrativa por meio das estampas. Elas começam trazendo as ilustrações botânicas como destaque, referindo-se à terra e as lembranças maternas. Conforme vai aparecendo a cor azul e as formas mais orgânicas, incluindo os desenhos que remetem às estrelas e o coração, passa a referir-se ao espaço, ao intangível, que remetem às lembranças paternas. Essa transição, que vai da terra ao céu, representa a relação que existe entre o que há aqui no planeta Terra e o que há fora, além de fazer uma conexão com as origens da autora, por meio de formas que se misturam e fazem relação aos ciclos existentes no cosmo, de vida e morte. A figura 41 mostra todos os tecidos estampados em ordem conforme essa narrativa e a figura 42 mostra o quadro de coleção com os *croquis* redesenhados.

Figura 41 – Resultado das estampas pintadas à mão



Fonte: Fotos da autora.

Figura 42 – Quadro de coleção



Fonte: Marcela De Bettio (2019).

Conforme é possível observar com os desenhos do quadro de coleção (figura 42), existe uma narrativa por trás das roupas, que não é óbvia, mas que é notada pelas transições de cores e estampas. Nota-se, também, que há uma harmonia entre as modelagens das peças, fazendo sentido com todo o projeto. O primeiro *croqui* remete ao sol iluminando a terra fértil e entre os tons rosados e amarelos dos *croquis* seguintes estão as referências botânicas como ilustração na estampa, no qual foram inspiradas em plantas que curam, como a citronela e também à orquídea, mais associada ao feminino (figura 43). Nestes primeiros *croquis* o azul aparece sutilmente e nos *croquis* seguintes começa a aparecer mais com formas de folhagens que lembram o coração anatômico e também formas mais orgânicas, que lembram a lua e as estrelas. Conforme se aproxima no final da coleção, os elementos botânicos e cósmicos se repetem e se misturam, representando a conexão entre o céu e a terra, o infinito e nós mesmos (figura 44). Quanto à modelagem das peças, alguns elementos se repetem, como as fendas e as amarrações. As cavas são mais deslocadas dos ombros, ou até mesmo não existem, e as peças são mais amplas. As fendas permitem que as peças ganhem mais movimento e liberdade, as amarrações permitem conforto e, de certa forma, também remetem à conexão.

Figura 43 – Primeira parte dos croquis



Fonte: Marcela De Bettio (2019).

Figura 44 – Segunda parte dos croquis



Fonte: Elaborado pela autora.

Por final do desenvolvimento da coleção, já com as peças confeccionadas, foi decidido escrever nas peças alguns trechos do poema que deu nome à coleção. Os versos foram escritos em locais não tão evidentes e não tão nítidos nas peças, com o propósito de gerar experiência no momento em que alcançarem os olhos, causando surpresa. Apesar de não aparecerem nos croquis, é possível visualizar alguns desses trechos na figura 45.



Figura 45 – Versos escritos nas roupas



Fonte: Fotos feitas pela autora.

Os processos apresentados neste capítulo comprovam as teorias que foram apresentadas no início deste trabalho, pois por meio dos processos manuais, artísticos e experimentais, foi possível comprovar que existem caminhos alternativos na moda através de processos éticos, que colaboram com a valorização dos fornecedores locais e que respeitam o meio ambiente. É importante ressaltar, também, que a escolha de não realizar moldes prévios é justamente apresentar uma nova forma de produzir, no qual não se tem como objetivo reproduzir diversas peças iguais, mas reforçar o quanto cada peça é única, resultado de processos muito artesanais e experimentais, apresentando um caráter muito artístico.

## 7 COMUNICAÇÃO E EXPERIÊNCIA

Considerando a comunicação como a maneira que a marca irá manifestar sua identidade e propósito, ou seja, além de comunicar seus valores e características pelo produto, manifestará seu posicionamento e personalidade, foi desenvolvida a identidade visual gráfica para a marca Marcela De Bettio. A escolha das cores deu-se com tons que lembram o tingimento natural e que identificam o trabalho artístico como pertencente à artista Marcela De Bettio em produções já realizadas, bem como os elementos escolhidos para identificar a marca, como o asterisco e a folhagem. Utilizou-se uma variação de *brushes* que remetem às ilustrações feitas com tinta e giz pastel, trazendo da identidade artística da marca para sua aparência gráfica. Desta forma, originou-se o logo, no qual o nome é escrito a partir da própria assinatura.

Figura 46 – Elementos, cores e logo da marca Marcela De Bettio



Fonte: Elaborado pela autora.

Além da aparência visual, a marca precisa ser coerente ao comunicar seus valores e ser transparente em relação aos processos e ações da marca. Isso pode ser

realizado a partir de materiais gráficos, das redes sociais e dos próprios produtos. Para isso, foi desenvolvido um modelo de etiqueta para os produtos, informando quem fez, onde foi feito, a composição e os cuidados com o produto. Disseminar a informação é um dos objetivos da marca também, voltado à comunicação. Além disso, também foi pensado em um modelo de postal como meio de divulgação, no qual conste informações e uma arte que a represente.

Pensando sobre os impactos ambientais, a marca utilizará a menor quantidade de papel possível e evitará o plástico nas embalagens, na etiqueta e no postal. Também com o intuito de reduzir esses impactos, foi criada uma *ecobag* 100% algodão e estampada manualmente, a qual o cliente poderá comprar e carregar em qualquer momento, estimulando a redução do uso de sacolas plásticas não-recicláveis e descartáveis em diversas situações do dia-a-dia.

Os elementos e as cores que pertencem à identidade visual da marca são mutáveis, o que significa que não precisam estar juntos sempre, podendo originar novas combinações e novos elementos a partir deles próprios. Assim, foi possível, também, criar padronagens diferentes para utilizar em materiais gráficos da marca para quando necessário. Com isso, foram elaborados *mock-ups*, uma maneira de visualizar como seriam os objetos sem ainda tê-los produzido, aplicando a identidade visual da marca, conforme mostra a figura 47.

Figura 47 – Mock-ups com as embalagens da marca



Fonte: Elaborado pela autora.

Neste trabalho, foi constatado que ser transparente quanto aos processos realizados pela marca é indispensável e é obrigatório em uma marca que tem preocupações ambientais, sociais e econômicas. Portanto, o que diferenciará a marca dentro do mercado de moda hoje, será a criação de experiências que despertem no consumidor emoções, além de contar a história de como foi concebido o produto para que ele entenda o valor que o produto carrega, tanto no sentido monetário quanto no emocional, no intangível. A experiência, conforme o modelo de sistema-produto-serviço, é o que engloba o todo. Partindo disso, a marca tem como objetivo comunicar não somente o produto material, tangível, quanto os seus valores intangíveis que proporcionam a experiência.

Com uma boa estratégia de marketing e comunicação de moda, uma marca consegue penetrar na mente dos consumidores e fazer com que eles registrem os valores tangíveis e intangíveis do produto. Os valores tangíveis do produto são aqueles que se referem aos seus atributos físicos – sua cor, composição, material, etc. Já os valores intangíveis são aqueles que se encontram no inconsciente do consumidor, tais como a sensação que utilizar aquele produto lhe proporciona, o valor que a marca tem no mercado e para o mercado, etc. (CARIZANI, 2018, p.16).

No caso da coleção desenvolvida neste trabalho, a roupa é resultado de percepções, sentimentos e sua origem é local; todos os envolvidos tiveram boas condições de trabalho, o meio ambiente foi respeitado e, devido à matéria-prima vegetal, ela será um dia decomposta. Esse conjunto de características, que agregam um novo significado para a roupa, simbolizam um trabalho que foi concebido eticamente e que, ainda mais que isso, representa uma história que é narrada por de um tema poético, é um conjunto que proporciona experiência. A coleção, bem como qualquer outro produto que a marca produzir, não foi criada com o propósito único de vender ou suprir uma necessidade, mas sim de ressignificar os modos de produção e de venda convencionais, entregando ao público final e a todas as pessoas envolvidas ao longo do processo, uma experiência única.

É notório que as redes sociais, como Facebook e Instagram, crescem cada dia mais, principalmente devido a estarmos cada mais conectados na internet, uma vez predominantemente utilizada por jovens. Com essa estimativa, é imprescindível a presença da marca nas redes sociais, mais do que isso, é imprescindível gerar conteúdo de relevância, considerando que estamos em um momento de excesso de conteúdos no qual facilmente se perdem ou se distorcem informações. Sendo assim, constata-se que, para o caso da marca Marcela De Bettio, é importante o compartilhamento dos processos realizados, das pessoas envolvidas, abordando temas que fazem parte da construção da marca (moda, arte, sustentabilidade e design). Acredita-se, também, na importância do relacionamento com seu público e por isso, torna-se fundamental humanizar a comunicação com fotos, vídeos e textos, sendo transparente também com relação à rotina da marca, inspirações, frustrações, preocupações e realizações, para que o público possa acompanhar o crescimento da marca.

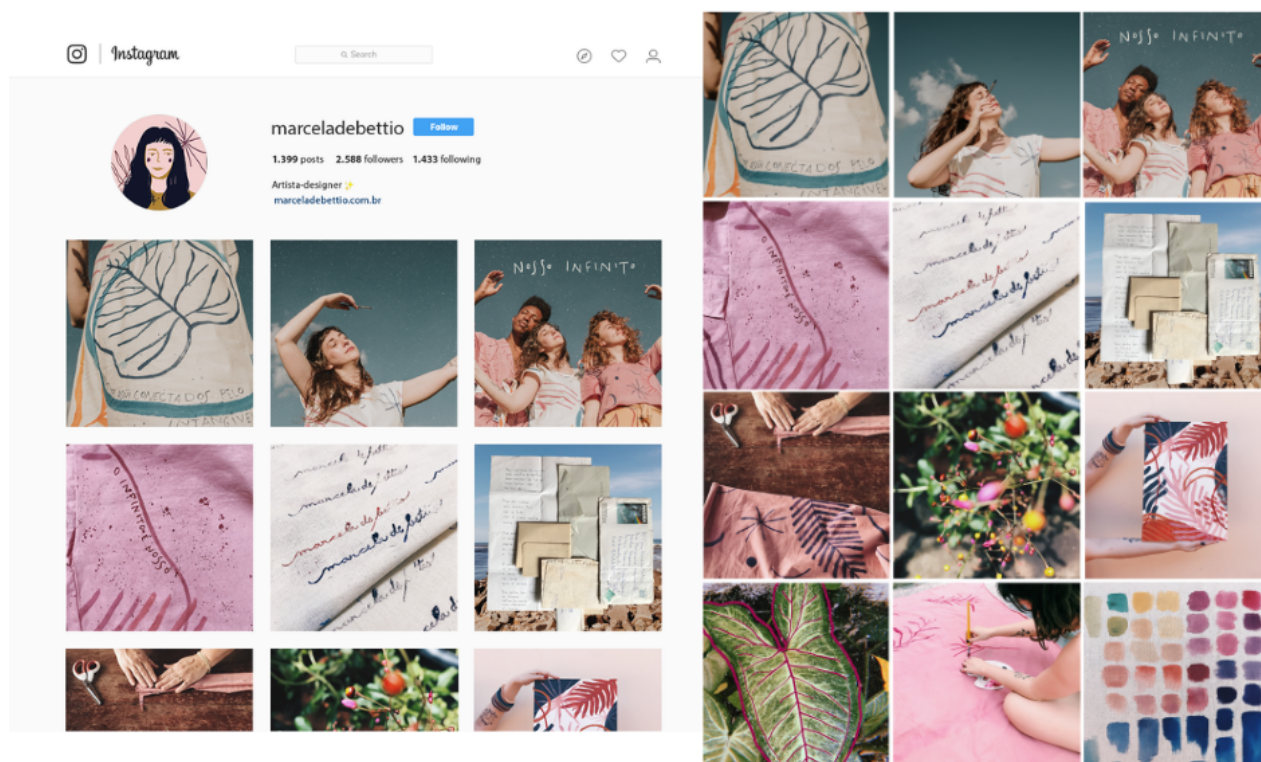
O Facebook é a maior rede social e conta com mais de 6.60 bilhões de usuários. Além do uso social, entre amigos e familiares, também é muito utilizada por pessoas e empresas para aumentar a interação com seus consumidores, fazer anúncios e publicidade. [...] Mas é muito importante lembrar que nas redes sociais, quem decide se uma página tem sucesso ou não, são os utilizadores. Por isso, é preciso criar publicações que sejam relevantes e de interesse dos seus fãs para que a página tenha maior alcance e mais atenção dos seguidores, mesmo quando o conteúdo for apenas comercial. (CARIZANI, 2018, p. 21).

Verificou-se, no desenvolvimento deste trabalho, uma forte influência no uso de *hashtags* nas publicações do Instagram, proporcionando maior alcance de forma orgânica nas fotos publicadas e, conseqüentemente, aumentando o número de seguidores. Entre as palavras utilizadas como *hashtags* foram: tingimento natural, algodão orgânico, cor de planta, design de superfície, natural dye, feito à mão, artesanal, sustentabilidade, moda ética, slow fashion e feito no Brasil.

A hashtag (#) é uma palavra-chave utilizada para identificar um tema que está sendo compartilhado na rede social. Quando criada, ela é transformada automaticamente em um hiperlink que direciona a pesquisa para os conteúdos que foram publicados com aquela hashtag específica. (CARIZANI, 2018, p. 23).

Outro fator observado que colabora com o crescimento orgânico da marca no Instagram, foi a interação dos seguidores com o perfil, como comentários e compartilhamentos. Foi escolhido, então, manter os perfis já existentes no Facebook e Instagram. Além do mais, optou-se também, por desenvolver o site através de uma plataforma para e-commerce e criar materiais gráficos impressos como canais de comunicação da marca, além da participação em eventos, feiras e realizando oficinas como forma, também, de divulgação e disseminação da marca.

Figura 48 – Mock-up do perfil no Instagram



Fonte: Elaborado pela autora.

Sendo assim, compreende-se que é fundamental a presença da marca em diversos canais de comunicação, seja pela internet, seja em eventos, e que é preciso haver coerência em todos os aspectos. Além do mais, para comunicar toda a história que deu origem à coleção deste trabalho, será realizado um editorial fotográfico e um *fashion film*. O conceito deste trabalho será representar a conexão da terra e do céu e representar o poema que deu origem ao tema, além de representar a leveza das peças, valorizando as estampas. Isso será realizado transmitindo o intangível através de cores, movimentos, luz e cenário. Nas figuras 49 e 50 é possível visualizar um pouco do resultado deste trabalho, as demais imagens estão no apêndice C.

Figura 49 – Imagem que representa o editorial da coleção



Fonte: Fotografia realizada por Ana Fiedler com intervenção da autora.



Figura 50 - Poesia na roupa



Fonte: Fotografia realizada pela fotógrafa Ana Fiedler.

Nomeada a coleção como “Nosso Infinito”, foi possível captar através da sensibilidade e técnica da fotógrafa Ana Paula Fiedler a emoção presente no tema da coleção, representada com as estampas que se contrastam no céu azul, fazendo muita referência também ao tema. Pelas fotografias também foi possível apresentar alguns detalhes das peças, como os trechos retirados do poema que deu origem à coleção.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve início com uma pesquisa acerca da sustentabilidade após contextualizar o atual cenário contemporâneo da moda. Apontou os impactos gerados nos quesitos ambiental, social e econômico, constatando que ainda há muito a ser feito para gerar mudança, não só alterando os materiais utilizados, mas principalmente mudanças culturais. Identifica-se, por esta pesquisa, um papel fundamental do designer de moda como agente de transformação. Por essa razão, esta pesquisa buscou novos caminhos para desenvolver uma marca e uma coleção de moda que se diferem dos processos convencionais.

Concluindo que a cor e a estampa, advindos do design de superfície, são elementos muito importantes na moda, se buscou compreender melhor sobre processos que agridem menos o meio ambiente e as pessoas, como o tingimento natural. Além disso, para buscar um caminho alternativo ao que é utilizado pelas indústrias, foram identificados processos de estamparia que nos reconectam com nossa ancestralidade, além de terem um caráter artístico.

Assim, compreendeu-se que era importante abordar a arte nesta pesquisa, que tem o papel de sensibilizar e ressignificar rompendo com padrões sociais e culturais. Foram identificadas diferenças e semelhanças entre arte e design, áreas que costumam ter definições precisas e distintas entre si. Desta forma, foi possível encontrar o conector que liga estas duas áreas à moda, que é a ilustração como design de superfície.

Através de métodos e ferramentas próprios do design estratégico, além de uma básica noção sobre negócios de moda, foi possível desenvolver a marca e uma coleção de roupas. No entanto, acredita-se que ainda é necessário um maior aprofundamento sobre estas áreas, o qual não foi viável nesta pesquisa. Foi dedicado um tempo e maior e mais ênfase aos processos, pois ao longo do embasamento teórico se concluiu ser de extrema importância explorar novos processos e que a marca precisa ser transparente quanto a isso.

Ou seja, esta pesquisa não se encerra aqui, pois há consciência que para uma marca se fortalecer, é preciso buscar muito mais conhecimento, como marketing e administração, mas que para ser construída basta começar. Além do mais, compreendendo e comprovando através destes processos que há alternativas viáveis

para novos caminhos na moda e registrando isso pela pesquisa acadêmica, se abre caminho para novos projetos com esse viés inovador.

Ao longo desta etapa de processos experimentais, também foi possível observar que, mesmo tendo que escolher um caminho a trilhar no projeto, ainda há diversas outras maneiras e alternativas que podem gerar um resultado diferente do resultado apresentado aqui. Isso significa que a própria marca desenvolvida neste projeto poderá futuramente realizar diversas coleções e produtos com o conhecimento e experiências proporcionados por este trabalho.

Todos estes processos, incluindo todos os contratempos ocorridos, foram excepcionais para o projeto. Foi possível conhecer mais sobre o tingimento natural, explorar as técnicas artísticas de estamparia e ainda confeccionar peças de acordo com a quantidade de tecidos tingidos, compreendendo melhor sobre modelagem, caimento e aproveitamento do tecido. Foi um grande desafio conciliar as diversas atividades realizadas neste projeto, que de um lado necessitavam dos métodos do design estratégico e de outro lado necessitavam da sensibilidade artística.

Por fim, esta pesquisa teve como maior objetivo proporcionar um novo olhar e uma nova maneira de fazer moda, e por isso alguns processos tradicionais não receberam tanto destaque. Contudo, desenvolver uma coleção poética e artística que teve como base a sustentabilidade simboliza um respiro diante da velocidade e da produção tão característicos da moda. Há possibilidade de mudança, embora com passos pequenos, mas assim como apresenta esta pesquisa, valorizando o trabalho colaborativo podemos juntos construir um futuro mais ético e com mais afeto, respeitando e salvando o planeta em que habitamos.

## REFERÊNCIAS

AGAMBEM, Giorgio. **Gosto**. Autêntica, 2017.

AI.GINSKA. Dias 01 e 02 de Junho estarei em Florianópolis, na @acasaame tingindo tudo com índigo. [S./], 21 mai. 2019. Instagram: @aiginska. Disponível em <<https://www.instagram.com/aiginska/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

AI.GINSKA. **Verdadeiro apreço sobre rosa e verde juntos**. [S./], 9 jan. 2019. Instagram: @aiginska. Disponível em <<https://www.instagram.com/aiginska/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

ANASTASSAKIS, Zoy; PAES, Larisa. **Reflexões sobre processos colaborativos de design**. In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN – P&D, 12., 2016, Belo Horizonte.

ARAÚJO, Roberto. **Design estratégico para sustentabilidade na moda: um estudo de caso múltiplo**. 2017. Disponível em <<http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/6333/Roberto%20Zimmer%20Araujo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 11 jun. 2019.

ARAÚJO, Roberto; FREIRE, Karine. **Design estratégico e modelos de negócio para moda sustentável: o estudo do caso Vuelo**. 2016.

BANCO DE TECIDO. **Eco Simple e Banco de Tecido, uma parceria**. [S./], 14 de dez. de 2014. Disponível em <<http://bancodetecido.com.br/blog-textos/2015/12/14/parceria-ecosimple-e-banco-de-tecido>>. Acesso em 22 de mai. 2019.

BBC. **Meticulous motifs: why the exquisite craft of Indian block printing endures**. 16 mai. 2016. Disponível em <<https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/42ytkhQXjTsvfp6XbMyb32G/meticulous-motifs-why-the-exquisite-craft-of-indian-block-printing-endures>> Acesso em: 20 mai. 2019.

BELCHIOR, Camilo; Ribeiro, Rita. **Design e Arte: entre os limites e interseções**. 1 ed. Contagem. Ed. Do Autor, 2014.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. [S./n], 1955. Disponível em <<https://philarchive.org/archive/DIATAT>>. Acesso em: 28 mai. 2019.

BORBA, Gustavo; FRANZATO, Carlo; FREIRE, Karine; LORENZ, Bruno. **O metaprojeto nos modelos de negócio de plataforma**. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESIGN, 2017.

BUGPRINT. Instagram: @bugprint. Disponível em <<https://www.instagram.com/bugprint>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

CALVERA, Anna. **Treinando pesquisadores para o design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas**, 2006.

CALVERA, Anna. **Treinando pesquisadores para o design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas**. Revista Design em Foco. Bahia, 2006, v.III, n°1, (jan. – jun.). Disponível em < <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66130108> >. Acesso em: 14 jun. 2019.

CARIZANI, Perussi Marina. **A relação entre o comportamento do consumidor contemporâneo e as estratégias de comunicação das marcas de moda nas redes sociais em Portugal**. 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1822/58815>>. Acesso em 20 nov. 2019.

CARVALHO, Gilmar. **Xilogravura: os percursos da criação popular**. 31 de dez. 1995. Disponível em < <https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/72075/75314> >. Acesso em 29 de mai. 2019.

CIETTA, Enrico. **A economia da moda**. 1 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

COLÓQUIO DE MODA. **Anais do Colóquio de Moda**. [S.I.] Disponível em < <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/> >. Acesso em 11 jun. 2019.

CONSERVATÓRIO ETNO BOTÂNICA. **[Processo do pigmento índigo]**. [S.I.], 15 mar. 2019. Facebook: @conservatorioetnobotanica. Disponível em: <<https://www.facebook.com/conservatorioetnobotanica/photos/a.460493251029503/591644117914415/?type=3&theater>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

DANTO, Artur. O filósofo como Andy Warhol. ARS: São Paulo, v. 2, n°4, 2005 Disponível em <<http://www.s/cielo.br/pdf/ars/v2n4/07.pdf>>. Acesso em 10 jun. 2019.

EMBRAPA. **Plumas de algodão colorido**. Brasília, 2016. Disponível em <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/12475936/algodao-colorido-e-uma-das-tecnologias-da-tecnofam-em-mato-grosso-do-sul>>. Acesso em: 22 mai. 2019.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (EMBRAPA). **Algodão colorido é uma das tecnologias da Tecnofam em Mato Grosso do Sul**. 12 de Mai. 2016. Disponível em < <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/12475936/algodao-colorido-e-uma-das-tecnologias-da-tecnofam-em-mato-grosso-do-sul> >. Acesso em: 22 de mai. 2019.

ESTILO SAMIRA CAMPOS. **Block Printing**: conheça a milenar técnica indiana de estampar com blocos de madeira. [S.I.], 10 de mai. 2017. Disponível em < <http://estilosamiracampos.com.br/block-printing-conheca-a-tecnica-indiana-de-estampar-com-blocos-de-madeira/> >. Acesso em: 19 de mai. 2019.

ESTILO SAMIRA CAMPOS. **Block printings indianos tradicionais**. [S.I.], 10 mai. 2017. Disponível em <<http://estilosamiracampos.com.br/block-printing-conheca-a-tecnica-indiana-de-estampar-com-blocos-de-madeira/>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

ETNO BOTÂNICA. **Corantes naturais X corantes sintéticos**. 2015c. Disponível em <<http://www.etno-botanica.com/2015/04/uma-breve-comparacao-entre-corantes.html>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

ETNO BOTÂNICA. **Índigo Natural**: o azul de origem vegetal. [S.l.]. Disponível em <<http://www.etno-botanica.com/2010/06/indigo-natural-o-azul-de-origem-vegetal.html>>. Acesso em: 15 de mai. 2019.

ETNO BOTÂNICA. **Índigo natural**: o azul de origem vegetal. 2015c. Disponível em <<http://www.etno-botanica.com/2010/06/indigo-natural-o-azul-de-origem-vegetal.html>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

ETNO BOTÂNICA. **Tintas naturais vegetais prontas para aplicação**. 2015c. Disponível em <<http://www.etno-botanica.com/2011/04/tintas-naturais-vegetais.html>>. Acesso em: 3 jun. 2019.

FESPA BRASIL. **Serigrafia**. Disponível em <<https://www.fespabrasil.com.br/pt/segmentos/serigrafia>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade**: design para mudança. 1 ed. São Paulo: Senac, 2011

FRAGA, Ronaldo. Instagram: @fragaronaldo. Disponível em <<https://www.instagram.com/fragaronaldo>>. Acesso em: 13 jun. 2019.

FREIRE, Karine. **Design estratégico**: origens e desdobramentos. In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN – P&D, 11., 2014, Gramado.

GUNNER, Janice. **Shibori for textiles artists**. Kodansha America, 2007. *E-book*. Disponível em <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8Emlw-ZNhMQC&oi=fnd&pg=PR5&dq=gunner+shibori&ots=MO7pSnhbH7&sig=HVKcKkP8oETaesndToJRC-5uF\\_U#v=onepage&q=gunner%20shibori&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=8Emlw-ZNhMQC&oi=fnd&pg=PR5&dq=gunner+shibori&ots=MO7pSnhbH7&sig=HVKcKkP8oETaesndToJRC-5uF_U#v=onepage&q=gunner%20shibori&f=false)>. Acesso em: 20 de mai. 2019.

HAMILTON SELWAY. **The Andy Warhol silk screening process**. [S.l.] Disponível em <<https://hamiltonselway.com/andy-warhols-silk-screening-process/>>. Acesso em: 20 mai. 2019.

HISTÓRIA DAS ARTES. **Gravura**. [S.l.], 18 de Jun. de 2016. Disponível em <<https://www.historiadasartes.com/olho-vivo/atelie/gravura/>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

HISTÓRIA DAS ARTES. Linoleogravura. [S.l.], 18 jun. 2016. Disponível em <<https://www.historiadasartes.com/olho-vivo/atelie/gravura/>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

JUSTA TRAMA. **[Cultivo algodão agroecológico]**. Porto Alegre: 2017. Disponível em <<https://www.facebook.com/JustaTrama/photos/a.107588309380264/846534172152337/?type=3&theater>>. Acesso em: 15 mai. 2019.

JUSTA TRAMA. Como fazemos. Porto Alegre, 2018c. Disponível em <<https://www.justatrama.com.br>>. Acesso em: 15 mai. 2019.

LUGLI, Danieli. **A retomada da ilustração como um recurso para a construção de identidades na moda contemporânea.** Educação Gráfica. v. 18, n°02, 2014. Disponível em <<http://www.educacaografica.inf.br/artigos/a-retomada-da-ilustracao-como-um-recurso-para-a-construcao-de-identidades-na-moda-contemporanea>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

MANZINI, Ezio. **Design: quando todos fazem design: uma introdução ao design para inovação social.** 1. Ed. São Leopoldo: Editora Unisinos. 2017.

MINAYO, Maria Cecília (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001. Disponível em <[http://www.faed.udesc.br/arquivos/id\\_submenu/1428/minayo\\_2001.pdf](http://www.faed.udesc.br/arquivos/id_submenu/1428/minayo_2001.pdf)>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MODEFICA. **O resgate do tingimento natural e o que você precisa saber sobre ele.** São Paulo: 06 de out. 2016. Disponível em <<https://www.modefica.com.br/tingimento-vegetal-e-indigo/#.XPXToYhKjIW>>. Acesso em: 29 mai. 2019.

MODEFICA. **PET reciclado na moda não é solução para sustentabilidade.** São Paulo, 2018. Disponível em <<https://www.modefica.com.br/pet-reciclado-na-moda-nao-e-solucao-para-sustentabilidade/#.XQbt7YhKjIU>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

MORAES, Dijon. **Metaprojeto: o design do design.** São Paulo: Blucher, 2010.

MORAIS, Giulia; PARODE, Fabio. **Moda e sustentabilidade: cenários a partir do design estratégico.** In: CONGRESSO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN – P&D, 12., 2016, Belo Horizonte.

MUNARI, Bruno. **Artista e Designer.** 2 ed. Lisboa: Edições 70, 2015.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual.** 1 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **A ONU e o meio ambiente.** [S.l.]. Disponível em <<https://nacoesunidas.org/acao/meio-ambiente/>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

PARODE, Fabio. **Arte e Design: indústrias criativas e sustentabilidade.** Strategic Design Research Journal. Porto Alegre, 1-6 jan.- abr. 2014.

PENSAMENTO VERDE. **Nosso futuro em comum: conheça o relatório de Brundtland.** [S.l.], 9 abr. 2014. Disponível em <<https://www.pensamentoverde.com.br/sustentabilidade/nosso-futuro-em-comum-conheca-o-relatorio-de-brundtland/>>. Acesso em: 13 mai. 2019.

PEREIRA, Camila. Instagram: @cami.prints. Disponível em <<https://www.instagram.com/cami.prints>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície.** 3 ed. São Paulo: Edições Rosari, 2013.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável**. 1 ed. São Paulo: G.Gili, 2014.

SCALETISKY, Celso. **Pesquisa aplicada/pesquisa acadêmica**: o caso Sander. [S.l.].

SFMOMA. **Artwork**. San Francisco: 2019c. Disponível em <<https://www.sfmoma.org/artwork/98.291/>>. Acesso em: 9 jun. 2019.

SKALETISKY, Celso (Org.). **Design Estratégico em ação**. 1. Ed. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2016.

TORRESI, Susana I. Córdoba de; PARDINI, Vera L.; FERREIRA, Vítor F. **O que é sustentabilidade?** Quim. Nova. São Paulo, v. 33, n. 1, p. 1, 2010. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-40422010000100001&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-40422010000100001&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em 05 abr. 2019.

ZEEGEN, Lawrence. **Fundamentos de Ilustração**. Porto Alegre: Bookman, 2009. E-book. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=tEVLdQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=zeegen+2009+o+que+%C3%A9+ilustra%C3%A7%C3%A3o&ots=W4CAIt-oHz&sig=na\\_Rt55WQJaq0DhxKxRum3ffmSg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=tEVLdQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=zeegen+2009+o+que+%C3%A9+ilustra%C3%A7%C3%A3o&ots=W4CAIt-oHz&sig=na_Rt55WQJaq0DhxKxRum3ffmSg#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 10 jun. 2019.

ZURLO, Francesco. Design Estratégico. In: XXI Secolo, v.IV, Roma: Enciclopedia Treccani. 2010. Disponível em <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico\\_%28XXI-Secolo%29/](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_%28XXI-Secolo%29/)>. Acesso em 14 jun. 2019. Sem paginação.




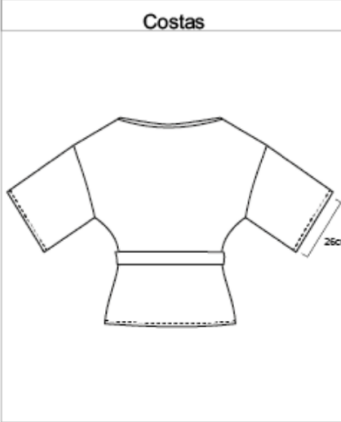


Ficha Técnica					Desenho																																															
Nome da Empresa: Marcela De Bettio					<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>Frente</b></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>Costas</b></p> </div> </div>																																															
Coleção: Nosso Infinito																																																				
Modelo: Macacão com faixa																																																				
Ref: MA01																																																				
Designer: Marcela De Bettio																																																				
Modalista: Marcela De Bettio																																																				
Piloteira: Néia Vargas																																																				
Data: 26/10/2019																																																				
Tamanho da peça Piloto:																																																				
Grade de tamanhos:																																																				
PP	P	M	G	GG																																																
36	38	40	42	44																																																
Etiquetas:					<p>Macacão regata, com decote careca mais aberto na frente e decote V na parte de trás (podendo usar dois dois lados).          Faixa decorativa para amarração, não fica costurada ao macacão (52cm comprimento). Limpeza de 1cm no decote, bainha de 1cm e barra na manga com pesponto. Gancho é mais baixo para poder usar com a faixa na cintura ou ele solto.</p>																																															
Tipo: TAG removível					Localização:																																															
Composição: Papel reciclado					Centro Costas																																															
Beneficiamento:					<p><b>Matéria prima principal:</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nome / código</th> <th>Composição</th> <th>Cor</th> <th>Quantidade</th> <th>Fabricante</th> <th>Fornecedor</th> <th>Largura / nº</th> <th>Preço</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brim pré-lavado</td> <td>100% algodão</td> <td>Cru</td> <td>1,8m</td> <td>Justa Trama</td> <td>Justa Trama</td> <td>150cm</td> <td>36,00 (metro)</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Matéria prima secundária: (forro, aviamentos...)</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nome / código</th> <th>Composição</th> <th>Cor</th> <th>Quantidade</th> <th>Fabricante</th> <th>Fornecedor</th> <th>Largura / nº</th> <th>Preço</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Linha</td> <td>Poliéster</td> <td>Cru</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Linha</td> <td>Algodão</td> <td>Cru</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1,00</td> </tr> </tbody> </table>								Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço	Brim pré-lavado	100% algodão	Cru	1,8m	Justa Trama	Justa Trama	150cm	36,00 (metro)	Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço	Linha	Poliéster	Cru	1				1,00	Linha	Algodão	Cru	1				1,00
Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço																																													
Brim pré-lavado	100% algodão	Cru	1,8m	Justa Trama	Justa Trama	150cm	36,00 (metro)																																													
Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço																																													
Linha	Poliéster	Cru	1				1,00																																													
Linha	Algodão	Cru	1				1,00																																													
Estamparia (Marcela De Bettio)																																																				

Ficha Técnica			Seqüência de Operacional																						
Nome da Empresa: Marcela De Bettio			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Operação:</th> <th>Maquinário:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Unir as peças</td> <td>Overlock</td> </tr> <tr> <td>Unir limpeza da gola</td> <td>Overlock</td> </tr> <tr> <td>Fazer barra manga e pernas</td> <td>Overlock e reta</td> </tr> <tr> <td>Costurar faixa</td> <td>Overlock</td> </tr> <tr> <td>Sentar as costuras</td> <td>Ferro de passar</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Operação:	Maquinário:	Unir as peças	Overlock	Unir limpeza da gola	Overlock	Fazer barra manga e pernas	Overlock e reta	Costurar faixa	Overlock	Sentar as costuras	Ferro de passar									
Operação:	Maquinário:																								
Unir as peças	Overlock																								
Unir limpeza da gola	Overlock																								
Fazer barra manga e pernas	Overlock e reta																								
Costurar faixa	Overlock																								
Sentar as costuras	Ferro de passar																								
Materiais Diretos																									
Descrição:	Consumo:	Valor unit.:	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Observações</th> <th>Custo Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.</td> <td rowspan="2">318,80</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Observações	Custo Total	Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.	318,80																	
Observações	Custo Total																								
Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.	318,80																								
Etiqueta/comp.	1	1																							
Etiqueta/logo	1																								
Embalagem																									
Bolões																									
Elastico/talex	-																								
Forno																									
Linha	1	1																							
Rebites/lhos	-																								
Zipper	-																								
Patch/bordado	-																								
Ribana	-																								
Tecido	-																								
Entressia	-																								
Tecido	1,8m	36,00 (metro)																							
Outros																									
Outros																									
Serviço Terceirizado																									
Tipo:																									
Responsável:																									
Contato:																									
Custo:																									
Serviços Terceirizados																									
Tipo: Corte e Costura																									
Responsável: Néia Vargas																									
Contato: 51 985693315																									
Custo: 30,00																									





Ficha Técnica					Desenho																							
Nome da Empresa: Marcela De Bettio					<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p><b>Frente</b></p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p><b>Costas</b></p>  </div> </div>																							
Coleção: Nosso Infinito																												
Modelo: Quimono																												
Ref: QU01																												
Designer: Marcela De Bettio																												
Modellista: Marcela De Bettio																												
Piloteira: Néia Vargas																												
Data: 26/10/2019																												
Tamanho da peça Piloto:																												
Grade de tamanhos:																												
PP	P	M	G	GG																								
		X																										
36	38	40	42	44																								
<b>Descrição da Peça:</b> Quimono com cava deslocada, faixa para amarração separada (97cm comprimento e 4cm largura) Acabamento de barra com pesponto.																												
<b>Etiquetas:</b> Tipo: _____ Localização: _____ Composição: _____ Centro costas Marca: _____																												
<b>Matéria prima principal:</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nome / código</th> <th>Composição</th> <th>Cor</th> <th>Quantidade</th> <th>Fabricante</th> <th>Fornecedor</th> <th>Largura / nº</th> <th>Preço</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Brim pré lavado</td> <td>100% algodão</td> <td>Rosa</td> <td>1,2m</td> <td></td> <td></td> <td>150cm</td> <td>36,00 (metro)</td> </tr> </tbody> </table>					Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço	Brim pré lavado	100% algodão	Rosa	1,2m			150cm	36,00 (metro)								
Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço																					
Brim pré lavado	100% algodão	Rosa	1,2m			150cm	36,00 (metro)																					
<b>Beneficiamento:</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nome / código</th> <th>Composição</th> <th>Cor</th> <th>Quantidade</th> <th>Fabricante</th> <th>Fornecedor</th> <th>Largura / nº</th> <th>Preço</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tingimento (Tintorea)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estamparia (Marcela De Bettio)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço	Tingimento (Tintorea)								Estamparia (Marcela De Bettio)							
Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço																					
Tingimento (Tintorea)																												
Estamparia (Marcela De Bettio)																												
<b>Matéria prima secundária: (forro, aviamentos...)</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nome / código</th> <th>Composição</th> <th>Cor</th> <th>Quantidade</th> <th>Fabricante</th> <th>Fornecedor</th> <th>Largura / nº</th> <th>Preço</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Linha</td> <td>Poliéster</td> <td>Rosa</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1,00</td> </tr> <tr> <td>Linha</td> <td>Algodão</td> <td>Rosa</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1,00</td> </tr> </tbody> </table>					Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço	Linha	Poliéster	Rosa	1				1,00	Linha	Algodão	Rosa	1				1,00
Nome / código	Composição	Cor	Quantidade	Fabricante	Fornecedor	Largura / nº	Preço																					
Linha	Poliéster	Rosa	1				1,00																					
Linha	Algodão	Rosa	1				1,00																					

Ficha Técnica			Seqüência de Operacional																					
Nome da Empresa: Marcela De Bettio			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Operação:</th> <th>Maquinário:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Unir as peças</td> <td>Overloque</td> </tr> <tr> <td>Unir limpeza de gola</td> <td>Overloque</td> </tr> <tr> <td>Fazer acabamento com barra de 1cm</td> <td>Overloque</td> </tr> <tr> <td>Costurar faixa</td> <td>Overloque</td> </tr> <tr> <td>Sentar as costuras</td> <td>Ferro de passar</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Operação:	Maquinário:	Unir as peças	Overloque	Unir limpeza de gola	Overloque	Fazer acabamento com barra de 1cm	Overloque	Costurar faixa	Overloque	Sentar as costuras	Ferro de passar								
Operação:	Maquinário:																							
Unir as peças	Overloque																							
Unir limpeza de gola	Overloque																							
Fazer acabamento com barra de 1cm	Overloque																							
Costurar faixa	Overloque																							
Sentar as costuras	Ferro de passar																							
<b>Materiais Diretos</b>																								
Descrição:	Consumo:	Valor unit.:																						
Etiqueta/comp.	1	1																						
Etiqueta/logo	1																							
Embalagem																								
Botões																								
Báico/veltex	-																							
Forno	-																							
Linha	1	1																						
Rebites/Whós	-																							
Zipper	-																							
Patch/bordado	-																							
Ribana	-																							
Tecido	-																							
Entretela	-																							
Tecido	1,2m	36,00 (metro)																						
Outros																								
Outros																								
<b>Serviço Terceirizado</b>			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Observações</th> <th>Custo Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.</td> <td rowspan="2">273,20</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </tbody> </table>		Observações	Custo Total	Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.	273,20																
Observações	Custo Total																							
Para calcular o custo incluiu-se o valor de 150,00 pela arte estampada que foi pintada manualmente com tinta vegetal.	273,20																							
Tipo: Tingimento																								
Responsável: Joana Aesse (Tintorea Studio)																								
Contato: joana@tintoreastudio.com																								
Custo: 40,00 (por metro)																								
<b>Serviços Terceirizados</b>																								
Tipo: Corte e Costura																								
Responsável: Néia Vargas																								
Contato: 51 985693315																								
Custo: 30,00																								









**APÊNDICE B – EDITORIAL “NOSSO INFINITO”**









