

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

ALICE TAVARES FIGUEIREDO

MODA E SUSTENTABILIDADE EM PERNAMBUCO: analisando estratégias de
produção de design com valor de moda sustentável para ateliês

Recife

2017

ALICE TAVARES FIGUEIREDO

MODA E SUSTENTABILIDADE EM PERNAMBUCO: analisando estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para ateliês

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

Orientador: Profº. Dr. Leonardo A. G. Castillo.

Recife

2017

Catalogação na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

F475m Figueiredo, Alice Tavares
Moda e sustentabilidade em Pernambuco: desenvolvendo um modelo
de produção de design com valor de moda sustentável para ateliês / Alice
Tavares Figueiredo. – Recife, 2017.
102 f.: il., fig.

Orientador: Leonardo Augusto Gómez Castillo.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco,
Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design,
2018.

Inclui referências e apêndices.

1. Valor de moda. 2. Design para moda sustentável. 3. Métodos de
produção sustentável. I. Castillo, Leonardo Augusto Gómez (Orientador).
II. Título.

745.2 CDD (22.ed.)

UFPE (CAC 2018-156)

ALICE TAVARES FIGUEIREDO

MODA E SUSTENTABILIDADE EM PERNAMBUCO: analisando estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para ateliês

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Aprovada em: 27 de julho de 2017.

BANCA EXAMINADORA

Prof. LEONARDO AUGUSTO GOMEZ CASTILLO (Orientador)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. HANS DA NOBREGA WAECHTER (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^ª DANIELLE SILVA SIMÕES BORGIANI (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço aos meus pais que sempre me apoiaram e acreditaram em mim, aos meus irmãos Amanda e Alfredo, por estarem perto da melhor forma possível. Sinto muita falta da convivência diária com todos vocês. Agradecer ao orientador Leonardo Castillo, pela paciência em ensinar uma cabeça tão perdida nas ideias e sempre mostrar as pistas para encontrar o caminho. Agradecer à banca por aceitar o convite e engrandecer a minha pesquisa.

Não posso esquecer de Flávia e Marcelo da secretaria, que sempre contribuíram de uma forma muito solícita as questões burocráticas da minha vida de mestrande. Não posso deixar de agradecer aos meus professores de graduação em Design, com certeza vocês influenciaram a minha chegada até aqui. Clarissa, muito obrigada pelas reuniões e disponibilidade virtual e física para tirar todas as minhas dúvidas.

Preciso agradecer a todos com quem já trabalhei até então, equipe de Melk Z-Da, Movimento, Ateliê Roberta Imperiano, com certeza sem essa experiência juntos eu não conseguiria realizar a pesquisa. Aos meus amigos queridos de Recife: Mari, Lua, Felipe, Gafa, Canuto, Cecilia, entre vários outros queridos desde quando cheguei nessa cidade. Meus amigos de Aracaju: Juliana e Clarinha, Marina, Renas, Rudriga, desde crianças sempre juntos e distância nenhuma atrapalha essa relação. A João Marcelo que sempre me apoia, ajuda quando preciso e se faz presente nas melhores e piores horas. Fico muito feliz em compartilhar uma vida com você.

RESUMO

A partir da inquietação da autora a fim de investigar as possibilidades de redução e minimização dos impactos ambientais associados à moda, a presente pesquisa intitulada “Moda e Sustentabilidade em Pernambuco: analisando estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para ateliês, tem o objetivo de compilar estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para o contexto de produção de moda na região APL (Arranjo Produtivo Local) de Confecções do Agreste e Recife. A pesquisa foi dividida em três partes. A primeira parte, referente à fundamentação teórica, por meio da revisão de literatura, abordando os seguintes temas: design sustentável, design com valor de moda sustentável. A segunda parte apresenta o objeto de estudo: os ateliês localizados no APL de confecções do Agreste e em Recife. Para a realização foi adotado um modelo de abordagem qualitativo, através de coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas e acompanhamentos dos processos de desenvolvimento utilizando técnica de observação. Após cruzamento dos dados obtidos no referencial teórico e no contexto do objeto de estudo; a terceira parte do texto consiste em propor práticas de produção de design com valor de moda, baseado nos dados obtidos durante a pesquisa e na experiência de mercado da autora entendendo, assim, o funcionamento do objeto de estudo e podendo futuramente aplicar o modelo proposto na mesma região.

Palavras-chaves: Valor de moda. Design para moda sustentável. Métodos de produção.

ABSTRACT

Based on the author's concern to investigate the possibilities of reducing and minimizing the environmental impacts associated with fashion, the present research entitled "Moda e Sustentabilidade em Pernambuco: analisando estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para ateliês", has the objective to compile strategies to formulate a design model with sustainable fashion value for the context of fashion production in APL - Pernambuco's Agreste and Recife. The research was divided into three parts. The first part, referring to the theoretical basis, through the literature review, addressing the following themes: sustainable design, design with sustainable fashion value. The second part, to understand the object of study: the ateliers located in Pernambuco's Agreste and Recife. For the accomplishment, a qualitative approach model was adopted, through data collection through semi-structured interviews and monitoring of development processes using observation technique. After crossing the data obtained in the theoretical framework and in the context of the object of study. The third part consists in the proposition of a model for fashionable design production, based on the data obtained during the research and the market experience of the author, thus understanding the operation of the object of study and possibly being able to apply in the future the model proposed in its region.

Keywords: Fashionable value. Design for sustainable fashion. Sustainable production.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Dimensões para a sustentabilidade.....	15
Figura 2 – Aspectos formadores do meio ambiente.....	22
Figura 3 – Principais eventos que auxiliaram na definição do conceito do design sustentável.....	24
Figura 4 – Pegada ecológica Brasil.....	26
Figura 5 – Pegada ecológica Mundial.....	26
Figura 6 – Roda ecoconcepção.....	28
Figura 7 – <i>Life Cycle Design (LCD)</i>	30
Figura 8 – Diagrama da Cadeia Têxtil e Confecções.....	32
Figura 9 – Impactos sociais e ambientais ao longo da cadeia de suprimento de roupa.....	37
Figura 10 – Ciclo de vida de uma peça de roupa de moda.....	38
Figura 11 – Impactos associados a cada etapa do ciclo de vida de uma peça de roupa.....	41
Figura 12 – O uso de estratégias de design sustentável.....	43
Figura 13 – Metodologia criativa e produtiva em design de moda tradicional...	45
Figura 14 – Metodologia de produtos sustentáveis.....	46
Figura 15 – Mapa do APL de Confecções de Pernambuco e Recife.....	50
Figura 16 – Desenvolvimento de uma peça em ateliê de confecção.....	52
Figura 17 – Vestidos produzidos no Ateliê A	59
Figura 18 – Vestidos produzidos no Ateliê B.....	62
Figura 19 – Vestidos produzidos no Ateliê C.....	64
Figura 20 – Vestidos produzidos no Ateliê D.....	67
Figura 21 – Vestidos produzidos no Ateliê E.....	69
Figura 22 – Vestidos produzidos no Ateliê F.....	72
Figura 23 – Vestidos produzidos no Ateliê G.....	75
Figura 24 – Vestidos produzidos no Ateliê H.....	77
Figura 25 – Vestidos produzidos no Ateliê I.....	80
Figura 26 – Vestidos produzidos no Ateliê J.....	83
Figura 27 – Etapas e ações estabelecidas nos ateliês entrevistados.....	86

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Estimativas da quantidade de unidades produtivas segundo formalidade e informalidade por município.....	16
Quadro 2 – Quadro de procedimentos metodológicos.....	19
Quadro 3 – Abordagens para a moda sustentável.....	35
Quadro 4 – Ações sustentáveis inseridas no desenvolvimento do produto com valor de moda.....	39
Quadro 5 – Parâmetros para elaboração da entrevista.....	54
Quadro 6 – Referências dos ateliês entrevistados.....	56
Quadro 7 – Referências Ateliê A.....	58
Quadro 8 – Referências Ateliê B.....	61
Quadro 9 – Referências Ateliê C.....	63
Quadro 10 – Referências Ateliê D.....	66
Quadro 11 – Referências Ateliê E.....	68
Quadro 12 – Referências Ateliê F.....	71
Quadro 13 – Referências Ateliê G.....	74
Quadro 14 – Referências Ateliê H.....	76
Quadro 15 – Referências Ateliê I.....	79
Quadro 16 – Referências Ateliê J.....	82
Quadro 17 – Compilação de práticas de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável.....	85
Quadro 18 – Estratégias de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável em ateliês de Pernambuco.....	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Concentração dos ateliês entrevistados nas cidades atendidas..... 55

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIT	Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção
APL	Arranjo Produtivo Local
CFCs	Clorofluorcarbonetos
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
IEMI	Inteligência de Mercado
IES	Instituição de Ensino Superior
LCD	<i>Life Cycle Design</i>
MMA	MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE
PIB	Produto Interno Bruto
PSS	Sistemas Produto-Serviço (<i>Product Service System</i>)
SEBRAE	SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS
TNT	Tecido Não Tecido
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
WCED	<i>World Comission for Environment and Development</i>
WWF	<i>World Wild Fund for Nature</i>

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 JUSTIFICATIVA	15
1.2 OBJETIVO.....	18
1.2.1 Pergunta de pesquisa	18
1.2.2 Objetivo geral	18
1.1.2 Objetivos Específicos	18
1.3 METODOLOGIA GERAL.....	19
1.4 ESTRUTURA DO DOCUMENTO.....	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	22
2.1 DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE.....	22
2.1.1 Desenvolvimento sustentável.....	22
2.1.2 Sustentabilidade ambiental	28
2.1.3 Desenvolvimento de produtos sustentáveis	30
2.2. INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO	32
2.3 METODOLOGIAS COM VALOR DE MODA SUSTENTÁVEL.....	34
2.3.1 Gwilt	40
2.3.2 Ruthschilling e Anicet	43
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	49
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	49
3.2 AMOSTRA.....	50
3.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTOS DE ANÁLISE.....	51
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	55
4.1 DESCRIÇÃO GERAL.....	55
4.2 ENTREVISTAS	57
4.3 ASPECTOS GERAIS DAS ENTREVISTAS.....	83
4.4 ESTRATÉGIAS DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS.....	84
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E DESDOBRAMENTOS.....	92
5.1 CONCLUSÃO.....	92
5.2 DESDOBRAMENTOS FUTUROS.....	94
REFERÊNCIAS.....	95
APÊNDICE A – LISTA DE ATELIÊS.....	98

APÊNDICE B – CARTA DE APRESENTAÇÃO.....	100
APÊNDICE C – ENTREVISTA COM ESTILISTAS E DESIGNERS DE MODA.....	101

1 INTRODUÇÃO

Práticas sustentáveis são adotadas gradativamente por empresas de diversos setores, seja no âmbito social, ambiental ou econômico e em diversas etapas do desenvolvimento de um novo produto. Ao serem empregadas as devidas práticas sustentáveis, deve-se considerar tais fatores como: o local de produção, as matérias-primas disponíveis nesta região, a formação do profissional responsável por produzir determinado produto, o público o qual será destinado o mesmo, valores culturais, entre outros fatores.

“Começamos a tornar adequados os sistemas e as atividades humanas quando reconhecemos que toda sustentabilidade (assim como toda política) local. Conectamo-los aos fluxos materiais e energéticos locais, bem como aos costumes, necessidades e gostos locais, desde o nível da molécula até o nível da região em si.” McDonough e Braungart (2013, p. 127)

O compromisso de minimizar os impactos no ciclo de vida de uma peça também é de responsabilidade do pequeno produtor. São essas empresas, por ter um controle mais próximo de sua produção, são as prováveis de obter resultados eficazes nas práticas sustentáveis instituídas no desenvolvimento dos seus produtos (GWILT, 2014).

Uma possível direção para estabelecer caminhos mais verdes para a indústria da moda e conscientizar de forma indireta os consumidores de moda, poderia ser o crescimento de pequenas empresas que trabalham em nível local. “. . . uma indústria de moda localizada pode passar a ser uma comunidade sustentável de artesãos, produtores, fornecedores e prestadores de serviços especializados, que pensam em nível global mesmo trabalhando em nível local”(GWILT, 2014, p 100). Para tal, é possível considerar os processos de criação e produção em um ateliê de confecção de roupas com valor de moda para obter resultados relevantes em produtos com valor de moda sustentável.

Segundo FLETCHER e GROSE (2011), a maioria das pessoas começam a mudar suas práticas alterando aquilo sobre o que tem mais controle. RUTHSCHILLING e CANDIA (2006), afirmam que o elemento responsável pela mudança na cadeia produtiva de moda com vistas à introdução dos princípios sustentáveis é o designer de micro e pequenas empresas. Os profissionais responsáveis pelo ateliê estão mais próximos dos processos de desenvolvimento da

peça e assim são capazes de introduzir ações sustentáveis em cada etapa do produto: concepção, produção, distribuição até o descarte.

Dentro desse contexto, o profissional de moda tem um importante papel em entender a problemática da sustentabilidade e pensar em novas estratégias trazendo um novo modo de projetar, produzir, distribuir e consumir, considerando a situação particular da empresa e aplicando os conceitos sustentáveis de forma coerente com a realidade na qual se encontra. Entender a economia local, a forma de criação e produção dessas empresas como também a formação profissional dos empreendedores, auxilia na compreensão de dados importantes, para assim propor ações sustentáveis aplicadas ao contexto, alinhando os âmbitos: econômico, ambiental e social (MANZINI; VEZZOLI, 2011).

Diante do contexto analisado, os obstáculos e impedimentos encontrados na indústria da moda em Pernambuco não devem ser equiparados a outras regiões. Portanto, a presente pesquisa consiste em examinar os aspectos socioculturais que definem os ateliês de costura¹ localizados em Recife e no APL² de confecções do Agreste. Além disso, investigar, nesse mesmo universo, como o design com valor de moda sustentável vem sendo compreendido pelos profissionais nesses locais e como as atividades vêm sendo colocadas a serviço desse desenvolvimento.

¹ Segundo SEBRAE, o ateliê de costura é um negócio direcionado para a personalização do vestuário, através da confecção de roupas sob medida para festas, para noivas, para caracterização de atores no teatro, roupas de uso diário e etc, oferecendo serviços e produtos personalizados.

² Pesquisa SEBRAE (2013), afirma que o APL de Confecções do Agreste Pernambuco, é assim denominado desde 2003, quando começou a ser reconhecido como um polo e expressão “Feira da Sulanca”, como era conhecida, começou a ser esquecida. O Polo é composto por dez cidades (Agrestina, Brejo da Madre de Deus, Caruaru, Cupira, Riacho das Almas, Santa Cruz do Capibaribe, Surubim, Taquaritinga do Norte, Toritama e Vertentes). Os municípios mais expressivos são: Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe, do conjuntos dos 10 municípios, 66% da população se concentra nessas três localidades, e correspondem a 77% do PIB.

1.1 JUSTIFICATIVA

A pesquisa foi motivada principalmente pela experiência da autora no mercado de moda, trabalhando na indústria de confecção de moda e ateliês de roupa sob medida. Há doze anos trabalhando com processos de criação e produção de moda, entendeu que há a necessidade de um olhar mais atento à forma como é produzida e consumida os produtos com valor de moda. Além de compreender que cada região demanda necessidades específicas e que devemos fazer uma análise mais atenta à complexidade de cada uma. Devido a extensão da problemática que é encontrada a situação da cadeia de moda em se tratando de suas consequências no mundo, este trabalho prioriza o eixo ambiental dos três pilares da sustentabilidade: conhecido como *Triple Bottom Line* (ELKINGTON, 1994) sustentabilidade baseada no econômico, no social e no ambiental (figura 1).

Figura 1 – Dimensões para a sustentabilidade



Fonte: a autora baseada em Elkington (1994)

Em Pernambuco existe uma significativa produção de peças de vestuário: Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Abreu e Lima, Paulista, Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, são municípios expressivos nesta produção. A escolha inicial do local a ser estudado, se deu a partir da experiência da autora na indústria da moda em Pernambuco.

O Estado emprega formalmente pouco mais de 200 mil pessoas no setor têxtil, além de abrigar o segundo maior polo de confecções de moda do Brasil (SEBRAE, 2013), considerando o número de empresas formais e informais no APL – Arranjo Produtivo Local - de Confecções do Agreste de Pernambuco³.

Na Região metropolitana do Recife, estão concentradas as marcas de maior expressão considerando agregação de valor, segundo o Núcleo Gestor da Cadeia Têxtil e de Confecções de Pernambuco – NTCPE⁴, com presença de vendas na capital e outros mercados nacionais.

Estudo realizado por SEBRAE (2013) obteve resultados os quais demonstram os motivos do atraso do desenvolvimento no APL em relação ao crescimento da indústria de confecção, comparado ao restante do país. Alguns dos motivos listados foram: a alta taxa de informalidade presente no APL e consequentemente baixa qualificação dos funcionários.

Segundo o estudo, a redução da informalidade (que, entretanto, permanece extremamente elevada) é atribuída ao relativo crescimento a fiscalização tributária, trabalhista e ambiental, por uma série de leis e decretos federais e estaduais (quadro 1). O estudo prevê que em longo prazo esse sistema é insustentável não garantindo um futuro interessante para a região (SEBRAE, 2013).

Quadro 1 – Estimativas da quantidade de unidades produtivas segundo formalidade e informalidade por município

	Unidades Produtivas Informais	Unidades Produtivas Formais
	Quantidade de Unidades Produtivas Informais	Quantidade de Unidades Produtivas formais
CARUARU	3.568 (78,7%)	963 (21,3%)
SANTA CRUZ DO CABIBARIBE	5.820 (81,2%)	1.349 (18,8%)
TORITAMA	2.174 (77,1%)	644 (22,9%)

Fonte: elaborado pela autora com base em pesquisa do SEBRAE-PE (2013)

É fato a importância do APL de confecções do Agreste de Pernambuco, porém, para que as mudanças sejam palpáveis é necessário um intenso suporte

³ <http://www.aplconfeccaoape.com.br/> APL de Confecções PE

⁴ www.ntcpe.org.br (NÚCLEO GESTOR DA CADEIA E CONFECÇÃO EM PERNAMBUCO)

governamental. O polo tem oportunidades de crescimento, expandindo o mercado para áreas como sul e sudeste, como exemplo (SEBRAE, 2013).

Soluções mais abrangentes estão distantes da autora desta pesquisa e ações por parte do governo já começaram a ser tomadas, tais como a criação do NTCPE (Núcleo Gestor da Cadeia e de Confecção em Pernambuco), que tem como objetivo fomentar ações de incentivo a novos negócios, exploração de novos mercados e elaboração de estudos e pesquisas sobre a cadeia em Recife e na região do APL.

Entendendo que a mudança parte do que está próximo a nós, a autora considerou fundamental pesquisar nos ateliês de confecção localizados nas duas regiões. As composições das duas regiões, pela proximidade geográfica e cultural, possibilitaram resultados relevantes para a pesquisa.

Através de estudos em metodologia do design de moda sustentável em conjunto com organizações existentes, pesquisas nos ateliês situados nos principais municípios pernambucanos e pesquisa com os consumidores de moda local, foi proposto um modelo de produção de design com valor de moda sustentável, com a possibilidade de resultar uma afirmação da identidade local, gerar diversificação dos produtos, incrementar novas estratégias de desenvolvimento do produto sustentável e qualificação da mão de obra existente.

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Pergunta de pesquisa

Como a cadeia de moda no estado de Pernambuco (Recife, Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama) pode ser compreendida a partir de uma perspectiva de design para a moda sustentável?

1.2.2 Objetivo geral

Compilar a partir de metodologias existentes, estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para o contexto de ateliês de confecção de moda em Recife e no APL de Confecções do Agreste de Pernambuco.

1.2.3 Objetivos específicos

- Compilar e comparar modelos de design de moda sustentável.
- Realizar diagnóstico das práticas de sustentabilidade na indústria de confecções de roupas sob medida (ateliês) na região do Recife e APL – Arranjo Produtivo Local – de Confecções do Agreste de Pernambuco.
- Propor um conjunto de estratégias de design com valor de moda sustentável que se adeque ao contexto local.

1.3 METODOLOGIA GERAL

O quadro 2 apresenta os métodos planejados para concluir cada objetivo específico, as etapas metodológicas da pesquisa e as atividades necessárias para a realização de cada uma delas.

Quadro 2 – Quadro de procedimentos metodológicos

OBJETIVOS	ATIVIDADES
1. Compilar e comparar diversos modelos de design de moda sustentável	- Realização de levantamento bibliográfico; - Delimitação de teorias;
2. Realizar diagnóstico das práticas de sustentabilidade nos ateliês de confecções de roupas sob medida na região do Recife e APL - Arranjo Produtivo Local - de Confecções do Agreste de Pernambuco	- Entrevistas semiestruturadas; - Visitas aos ateliês;
3. Propor um conjunto de estratégias piloto de design com valor de moda sustentável que se adeque ao contexto local	- Cruzamento de dados; - Revisão bibliográfica;

Fonte: a autora

Os métodos e ferramentas utilizadas para a obtenção dos objetivos específicos, estão descritos abaixo:

01 | Compilar e comparar diversos modelos de design de moda sustentável: foi realizado levantamento bibliográfico visando investigar modelos de metodologia de design de moda sustentável, visando delimitar as dimensões teóricas existentes. .

02 | Realizar diagnóstico das práticas de sustentabilidade nos ateliês de confecções de roupas sob medida na região do Recife e APL de Confecções do Agreste de Pernambuco: através de entrevistas semiestruturadas realizadas com profissionais da área, visita aos ateliês, compreender os dados processos de desenvolvimento dos produtos de moda realizados pelos ateliês no APL e Recife.

03 | Propor um conjunto de estratégias piloto de design com valor de moda sustentável que se adeque ao contexto local: a partir do levantamento dos aspectos referentes ao desenvolvimento sustentável local, somados ao levantamento bibliográfico de modelos metodológicos de design de moda sustentável, propor um modelo que se adeque ao contexto Pernambuco, considerando as tecnologias e matérias-primas disponíveis e o acesso à informação por parte dos profissionais responsáveis pelo desenvolvimento do produto com valor de moda.

1.4 ESTRUTURA DO DOCUMENTO

A pesquisa foi dividida em cinco capítulos, dispostos da seguinte forma:

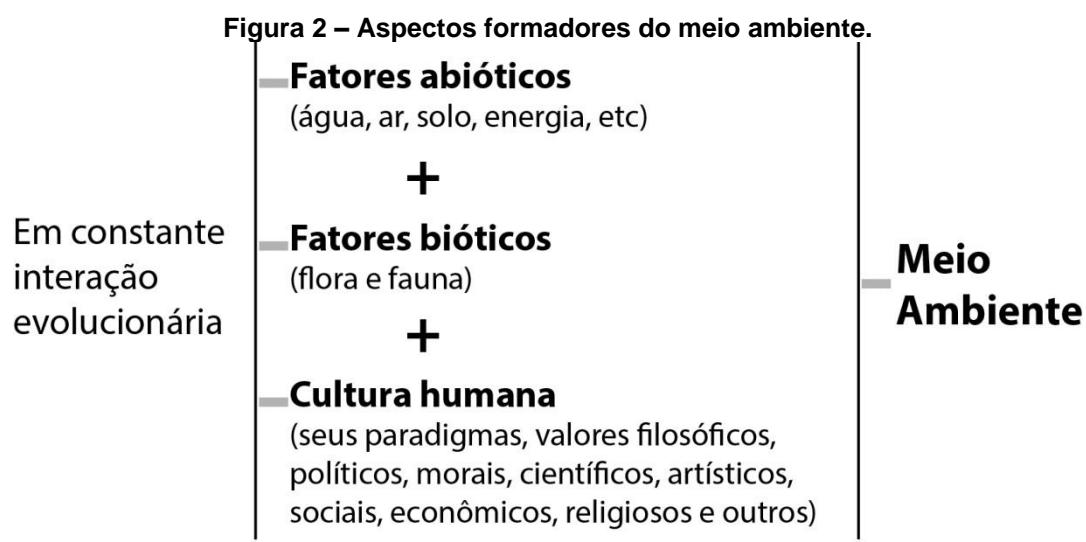
- **Capítulo 1 – Introdução:** o primeiro capítulo apresenta os pontos introdutórios da pesquisa. Contextualiza o problema, define os objetivos e objetivos específicos, indica os caminhos que serão seguidos durante a pesquisa.
- **Capítulo 2 – Fundamentação Teórica:** o segundo capítulo apresenta o referencial teórico desta pesquisa. Consta os principais autores ligados ao design sustentável e design com valor de moda sustentável. Foram utilizados como referências teóricas os seguintes autores: Alison Gwilt; Evelise Anicet Ruthschilling; Ezio Manzini, Carlo Vezzoli; Kate Fletcher, Lynda Grose; Michael Braungart, William McDonough; Thierry Kazazian.
- **Capítulo 3 – Procedimentos Metodológicos:** no terceiro capítulo, é apresentado o desenvolvimento e aplicação da entrevista piloto e entrevistas. Os resultados foram compilados e analisados por meio da técnica de análise de discurso de forma qualitativa. Aborda os dados coletados e analisa junto ao referencial teórico objetivando a interpretação dos dados. Como principais autores, foi utilizado como referencial teórico: Alison Gwilt; Evelise Anicet Ruthschilling.
- **Capítulo 4 – Discussão dos Resultados:** o quarto capítulo, apresenta o modelo proposto, como será abordado na prática, as dificuldades enfrentadas e os possíveis resultados obtidos.
- **Capítulo 5 – Conclusão e Desdobramentos:** o quinto capítulo, levanta o resultado obtido pela pesquisa, abordando a relevância da pesquisa, dificuldades, possíveis questões não resolvidas e desdobramentos deixados em aberto para futuras pesquisas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE

2.1.1 Desenvolvimento sustentável

Historicamente, a estrutura da economia mundial é orientada para o consumo, expandido após o fim da Segunda Guerra Mundial, com o marketing como ferramenta-chave dessa evolução (KAZAZIAN, 2005). Segundo DIAS (2004), as atividades humanas sobre a Terra, produzem tantas influências, que a cultura também faz parte da definição de meio ambiente. Sendo assim, como demonstra a figura 2, os fatores abióticos (água, ar, solo, energia), os fatores bióticos (flora e fauna) e a cultura humana (seus paradigmas, valores filosóficos, morais científicos, religiosos, sociais, entre outros), fazem parte da conjuntura global do significado de meio ambiente.



De acordo com Kazazian (2005), a ética do poder do Homem sob a natureza foi posto em dúvida com o lançamento das bombas em Hiroshima e Nagasaki, em 1945. As benfeitorias do progresso do homem foram questionadas. Com o homem mantendo o poder sob a natureza diversos foram os desastres ocorridos com a

chamada “evolução”, tais quais: Donora, na Pensilvânia, em 1948; Minamata, Japão, em 1956; Feyzin, na França, em 1965; Chernobil, na Ucrânia, em 1986; Sandoz, Suíça, em 1986. “Surgem movimentos de vítimas e cidadãos sensibilizados pela ecologia” (KAZAZIAN, 2005, p. 20), porém esses movimentos se mantinham em “uma dimensão local e são apenas percebidos como epifenômenos, um tributo a pagar pelo crescimento do bem-estar material das sociedades” Ibid.

A crise ambiental global é, de fato, a expressão de uma confusão interior. A busca mesquinha de interesses egoístas causou os problemas globais que ameaçam a todos. A cura do mundo tem de começar em um nível individual. (DIAS, 2004, p.12)

A superabundância de diversos resíduos, declínio da biodiversidade, aquecimento do planeta por um aumento do efeito estufa, buraco na camada de Ozônio pelos gases CFCs, degradação das florestas do hemisfério norte por causa das chuvas ácidas (KAZAZIAN, 2005), foram impactos causados ao meio ambiente os quais geraram um desafio para a sociedade. O Protocolo de Montreal, em 1987, assinado por 175 nações proibiu a fabricação dos produtos químicos utilizados em refrigeração, aerossóis, extintores (DIAS, 2004), os chamados CFCs (clorofluorcarbono).

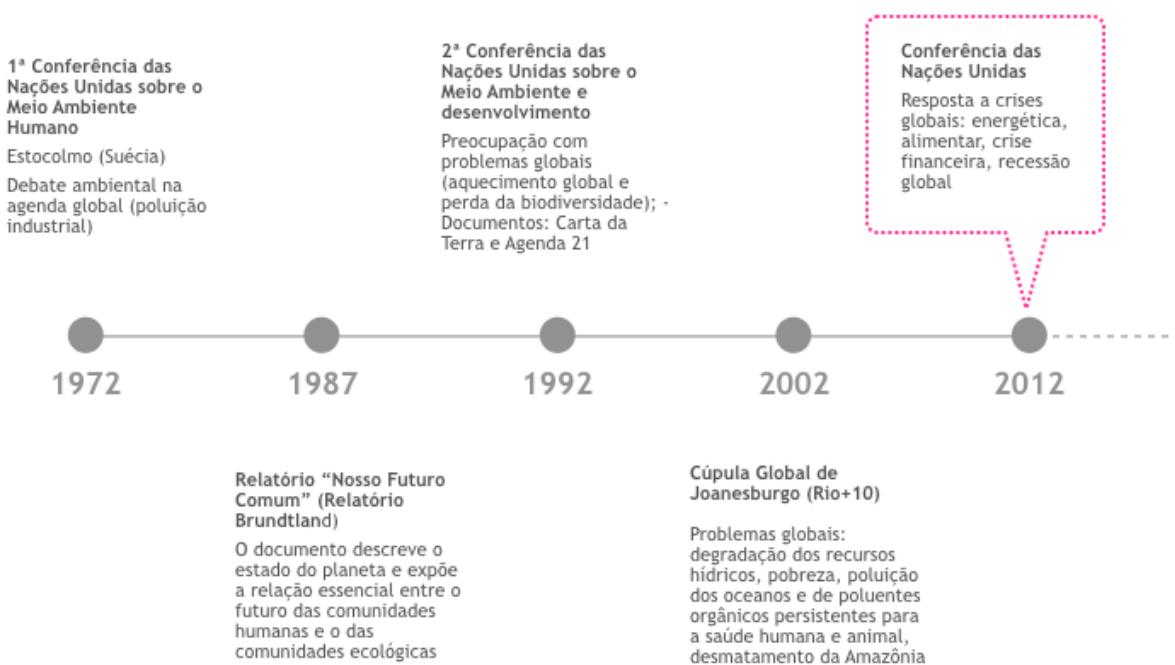
O primeiro grande esforço internacional com o intuito de resolver o meio ambiente e o desenvolvimento, foi com a realização da Conferência de Estocolmo, ocorrido na Suécia, 1972, promovida pela ONU, utilizando o termo “ecodesenvolvimento”⁵ (figura 3). Em 1987, foi publicado o relatório Nossa futuro em comum, no qual foi introduzido pela primeira vez o conceito de “desenvolvimento sustentável”⁶, o qual serviu como base para outra conferência vinte anos depois, desta vez no Rio de Janeiro. Reunindo representantes de 170 países, o Rio (1992) ,

⁵ De acordo com LAYRARGUES (1997), professor de Gestão Ambiental da Universidade de Brasília (UnB), o termo ecodesenvolvimento foi lançado por Maurice Strong em junho de 1973. Consistia na definição de um estilo de desenvolvimento adaptado às áreas rurais do Terceiro Mundo, baseado na utilização criteriosa dos recursos locais, sem comprometer o esgotamento da natureza. Na década de 80, o economista Ignacy Sachs se apropriou do termo e desenvolveu conceitualmente, criando um quadro de estratégias ao ecodesenvolvimento. Parte da premissa deste modelo se basear em três pilares: eficiência econômica, justiça social e prudência ecológica.

⁶ Layrargues define desenvolvimento sustentável: “Propor estratégias ambientais de longo prazo para se obter um desenvolvimento sustentável por volta do ano 2.000 e daí em diante; recomendar maneiras para que a preocupação com o meio ambiente se traduza em maior cooperação entre os países em desenvolvimento e entre países em estágios diferentes de desenvolvimento econômico e social e leve à consecução de objetivos comuns e interligados que considerem as inter-relações de pessoas, recursos, meio ambiente e desenvolvimento.”

também organizado pela ONU, teve como resultado a Agenda 21⁷, documento internacional de compromissos ambientais contendo recomendações para um novo modelo de desenvolvimento (sustentável) e enfatizando a importância da educação ambiental (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA, 1992). Cada país, estado, município, empresa e escola deve ter a sua Agenda 21^{ibid.}, abordando as dimensões econômicas e sociais; conservação e manejo dos recursos naturais; fortalecimento da comunidade; meios de implementação das ações propostas.

Figura 3 – Principais eventos que auxiliaram na definição do conceito do design sustentável
International efforts



Fonte: Ministério do Meio Ambiente (2002)

Ainda segundo DIAS (2004), desenvolvimento sustentável, “trata-se de um novo modelo de desenvolvimento, que busca compatibilizar o atendimento das necessidades locais de preservação do ambiente, de modo que assegure a sustentabilidade da vida na Terra para as gerações presentes e futuras”. Para NAIME (2012), desenvolvimento sustentável é reforçado “de forma mais abrangente como a busca de equilíbrio entre tecnologia e ambiente, com participação de todos os grupos sociais e nações, em busca de qualidade de vida, equidade e justiça social”.

⁷ A Agenda 21 (MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA, 1992), é definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.

DIAS (2004), lista uma série de desafios que a sociedade necessita enfrentar para haver uma mudança do modelo de “desenvolvimento” atual:

- Desflorestamento;
- Redução da Camada de Ozônio;
- Efeito Estufa;
- Crescimento populacional;
- Ecossistemas urbanos;
- Água potável;
- Ameaças à biodiversidade;
- Tráfico internacional de produtos restringido;
- Saneamento ambiental.

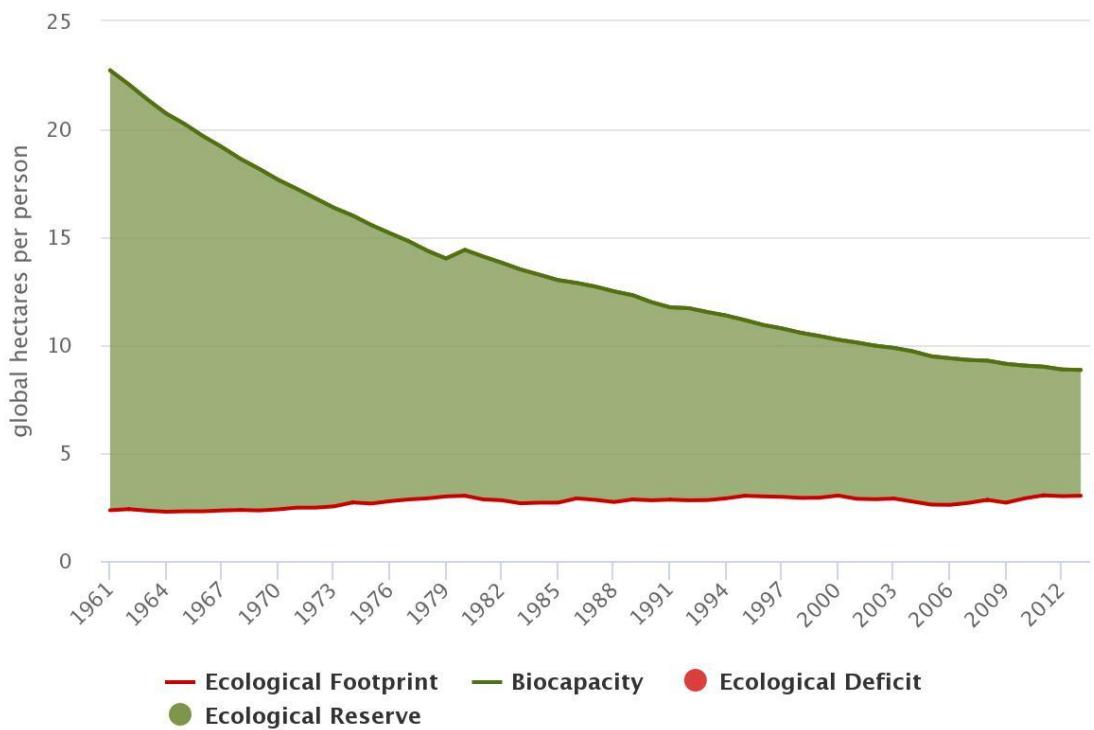
Para haver uma efetiva mudança no quadro de insustentabilidade, é necessário buscar um novo estilo de vida, o qual pode ser revisto através dos 4R's (DIAS, 2004): redução; reutilização; reciclar e preciclar⁸; reeducar. As populações precisam rever o seu consumo global e compreender a sua marca deixa no planeta, a pegada ecológica. A Pegada Ecológica (GLOBAL FOOTPRINT NETWORK, 2014), mede a quantidade de recursos naturais renováveis para manter nosso estilo de vida do ser humano. Segundo o relatório *Living Planet* (WWF, 2016), a Pegada Ecológica:

“mede a quantidade de terra biologicamente produtiva (ou biocapacidade) necessária para prestar os serviços ou gerar produtos que usamos: áreas de cultivo, pastagens, áreas urbanizadas, estoques pesqueiros e produtos florestais. Também inclui a pegada de carbono, que é a quantidade de floresta necessária para absorver as emissões adicionais de dióxido de carbono que os oceanos não conseguem absorver. Biocapacidade e a Pegada Ecológica são representadas utilizando uma unidade de medida chamada hectare global (gha, em inglês)”. *Living Planet* (WWF, 2016)

A Pegada Ecológica tem a missão de melhorar a gestão pública e cada ser humano rever o seu comportamento e hábitos. Segundo relatório FOOTPRINTNETWORK, até 2013, a Pegada Ecológica do brasileiro é de 3,01 hectares por pessoa, significando que se todas as pessoas do mundo se comportassem como os brasileiros, precisaríamos de 1,6 planetas para suprir toda a demanda (figura4 e figura5).

⁸ Segundo Dias, preciclar é dar preferência a produtos que não usam os gases CFCs em sua composição.

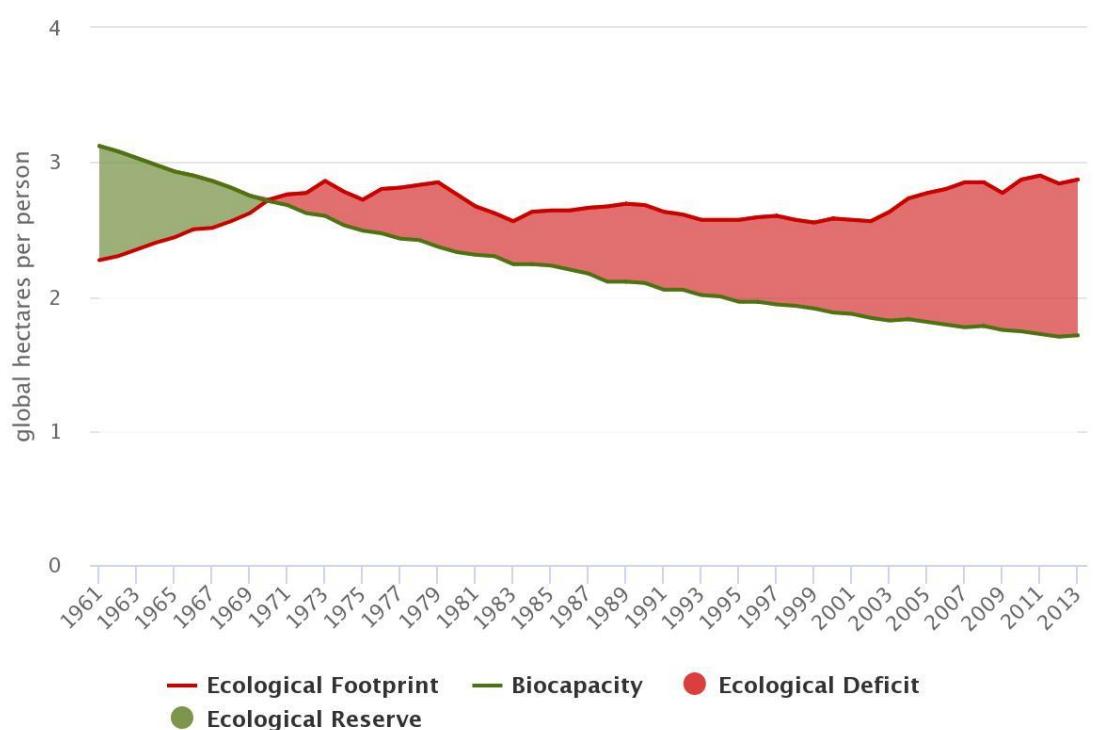
Figura 4 – Pegada ecológica Brasil
Brazil



Global Footprint Network, 2017 National Footprint Accounts

Fonte: Footprint Network (2017)

Figura 5 – Pegada ecológica Mundial
World



Global Footprint Network, 2017 National Footprint Accounts

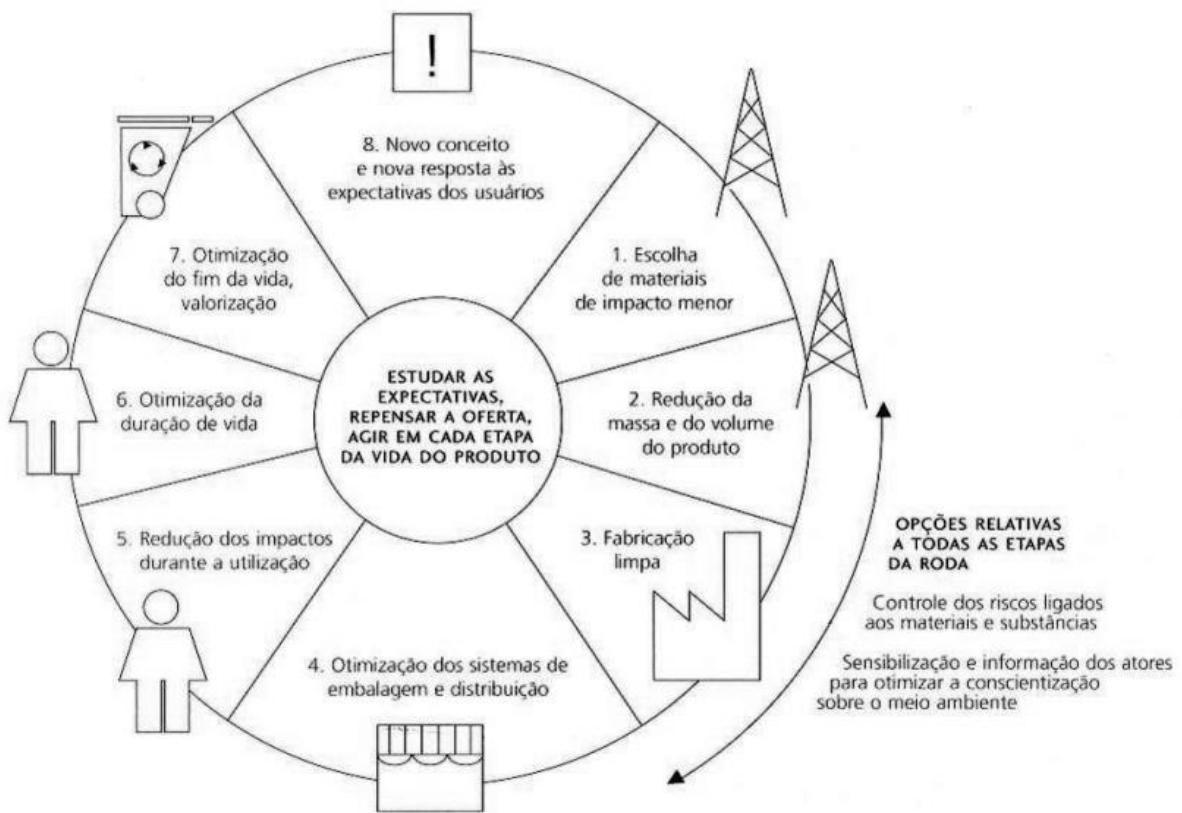
Fonte: Footprint Network (2017)

Enquanto a Pegada Ecológica brasileira se encontra acima da média mundial (2,87 hectares por pessoa), o que significa um mal sinal, a biocapacidade no Brasil (8,85 hectares por pessoa), está em um bom nível quando comparado as taxas mundiais (1,71 hectares por pessoa). Apesar de haver um forte declínio nos últimos anos devido ao empobrecimento dos serviços ecológicos e degradação dos ecossistemas (WWF - *WORLD WILD FUND FOR NATURE*, 2014). Para reverter esse quadro de declínio, o Brasil precisa conscientizar a sua população por meio do consumo consciente. Nesse contexto, o design entra em ação com o “ecodesign”, termo cuja primeira definição foi dada por PAPANEK (1985), entende que como consequência o desenvolvimento de um produto deve tornar a economia mais “leve”. PAPANEK (1985) defendia o design centrado no ser humano e creditava aos designers a sua responsabilidade social. Ecodesign, segundo NAIME (2012), busca procurar matérias-primas que sejam recicláveis ou utilizar materiais que sejam reaproveitáveis, já disponíveis desenvolvendo produtos de forma que as misturas de materiais não inviabilizam futuros reaproveitamentos⁹.

Kazazian (2005) utiliza o termo “ecoconcepção” (figura 6), tratando-se de “uma abordagem que consiste em reduzir os impactos de um produto, ao mesmo tempo em que conserva sua qualidade de uso, para melhorar a qualidade de vida dos usuários...” (p.36, 2005).

⁹ O conceito de reaproveitamento é associado ao estado em que o material se encontra, enquanto reciclagem envolve nova industrialização ou transformação do material.

Figura 6 – Roda da ecoconcepção



Fonte: Kazazian (2005)

Ainda de acordo com o autor, as empresas vêm o ecodesign como um fator de inovação que pode auxiliar a reposicionar suas estratégias, associadas ao cuidado com o meio ambiente, além da melhoria da qualidade dos produtos, redução dos custos e o estímulo interno pela inovação. Dessa forma, Kazazian (2005) aponta inovação no modo de pensar sustentável, reintegrando o produto descartado aos processos de desenvolvimento de produto.

2.1.2 Sustentabilidade ambiental

Os seres humanos retiram da natureza todo o seu sustento, matérias-primas são utilizadas para a transformação de novos elementos e então fazemos disso o nosso alimento, moradia, vestuário e desenvolvimento tecnológico. Por isso, a importância dos cuidados com o nosso ecossistema chamado natureza. Para McDonough e Braungart (2013) as primeiras indústrias não tiveram a preocupação, ou ao menos não interpretavam esta fonte de materiais como finita, e dessa forma se beneficiaram com a abundância de “capital” natural, transformando esses

recursos (ferro, carvão, areia, entre outras matérias-primas) disponíveis em produtos.

O conceito de sustentabilidade ambiental, segundo MANZINI e VEZZOLI (2011), foi introduzido no debate internacional pelo documento da *World Commission for Environment and Development* (WCED, 1987), no documento *Our Common Future*. MANZINI e VEZZOLI (2011) analisam a sustentabilidade ambiental como um objetivo a ser atingido, sendo coerente com os princípios: uso fundamental de recursos renováveis, otimização do emprego de recursos não renováveis, retornar às substâncias minerais originais às suas concentrações originais, permanecer nos limites dos espaços ambientais de cada indivíduo ao qual potencialmente têm direito.

Para ser alcançado, o desenvolvimento sustentável é necessário compreender inicialmente que os recursos são finitos e é necessário ter planejamento. MANZINI e VEZZOLI (2011), afirmam que para ser coerente, cada proposta deve responder aos seguintes requisitos gerais:

- Basear-se fundamentalmente em recursos renováveis (garantindo ao mesmo tempo a renovação);
- Otimizar o emprego de recursos não renováveis (compreendidos como ar, a água e o território);
- Não acumular lixo que o ecossistema não seja capaz de renaturalizar (isto é, fazer retornar às substâncias minerais originais e, não menos importante, às suas concentrações originais);
- Agir de modo que cada indivíduo, e cada comunidade das sociedades ricas”, permaneça nos limites de seu espaço ambiental e, que cada indivíduo e comunidade das sociedades “pobres” possam efetivamente gozar do espaço ambiental ao qual potencialmente têm direito (Holmberg, 1995)

Esses pontos demonstram, como a sociedade industrial está longe de alcançar estes objetivos. MANZINI e VEZZOLI (2011), afirmam que para ocorrer as mudanças necessárias das atividades humanas no impacto sob o meio ambiente, deve-se considerar a população, a procura do bem-estar humano e a ecoeficiência das tecnologias aplicadas.

“essa transição demanda de grande e articulado processo de inovação social, cultural e tecnológica, no âmbito do qual haverá lugar para uma multiplicidade de opções que correspondem às diferentes sensibilidades e oportunidades diversas.” (MANZINI; VEZZOLI, 2011, p. 31).

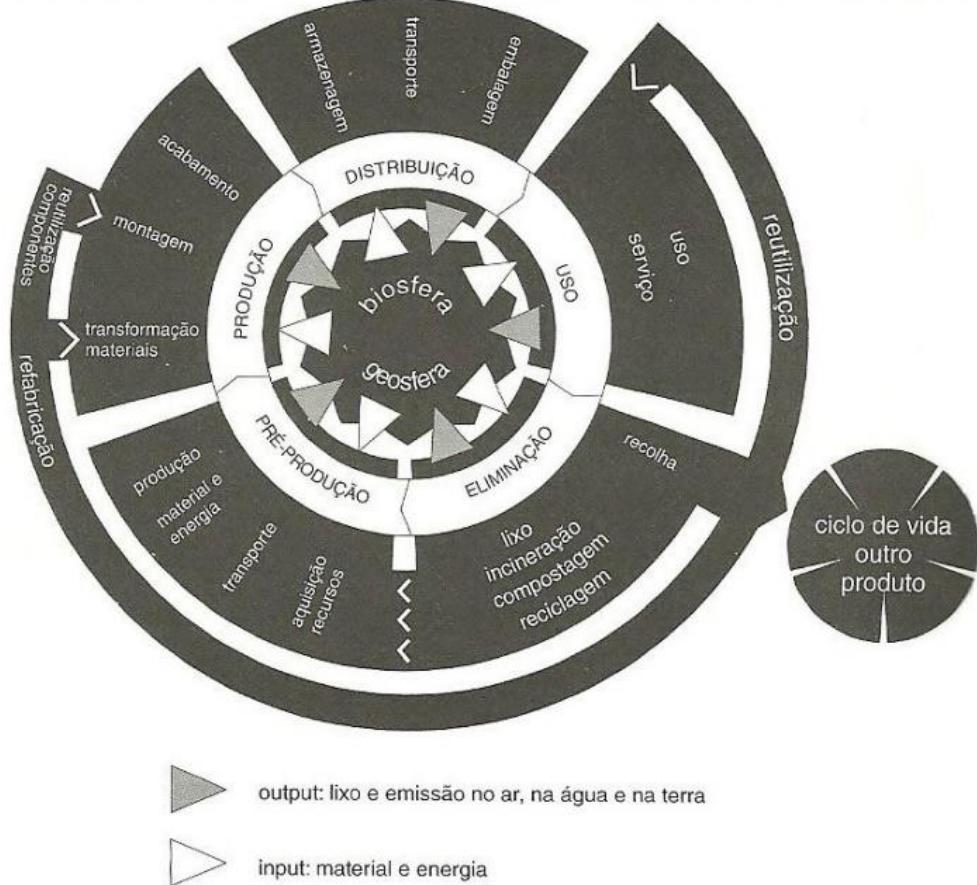
2.1.3 Desenvolvimento de produtos sustentáveis

O designer tem como objetivo principal nos processos de desenvolvimento de novos produtos inovar levando em consideração conceitos sustentáveis. São agentes importantes na dinâmica entre consumidor – produto.

O produto deve ser projetado de forma a ser considerada em todas as suas fases, assim denominado o conceito de ciclo de vida (MANZINI; VEZZOLI, 2011). Todas as atividades necessárias para que o produto chegue a um cliente, serão consideradas uma só unidade. Dessa forma há a mudança do projeto de um produto à um projeto do sistema-produto, sendo assim, todos os acontecimentos que determinam um produto passam a ser compreendidos em um ciclo do produto.

Para MANZINI e VEZZOLI (2011), o objetivo do *Life Cycle Design* (figura 7) é reduzir a carga ambiental, levando em consideração todos os inputs de materiais e energia, assim como os impactos gerados pelas emissões, sejam reduzidas o máximo possível.

Figura 7 – *Life Cycle Design* (LCD)



Fonte: Manzini e Vezzoli, p.91, 2011.

Pré-produção

Fase em que é transformada a matéria-prima qual será utilizada na fabricação de novos produtos. Nesta etapa é fundamental a aquisição, transporte e transformação dos recursos em materiais e energia.

Produção

São três os momentos fundamentais nesta etapa: transformação de materiais, montagem, e acabamento. São diversos os processos realizados nesta etapa a depender do produto final. Nesta etapa são desenvolvidas outras atividades como: desenvolvimento do projeto, controle produtivo e gestão de todas as atividades.

Distribuição

São três os momentos que caracterizam esta etapa: embalagem, transporte e armazenagem. É importante ressaltar que nesta etapa também é considerado o uso dos recursos para a produção dos próprios meios de transporte utilizados, assim como a estocagem ou armazenamento.

Uso

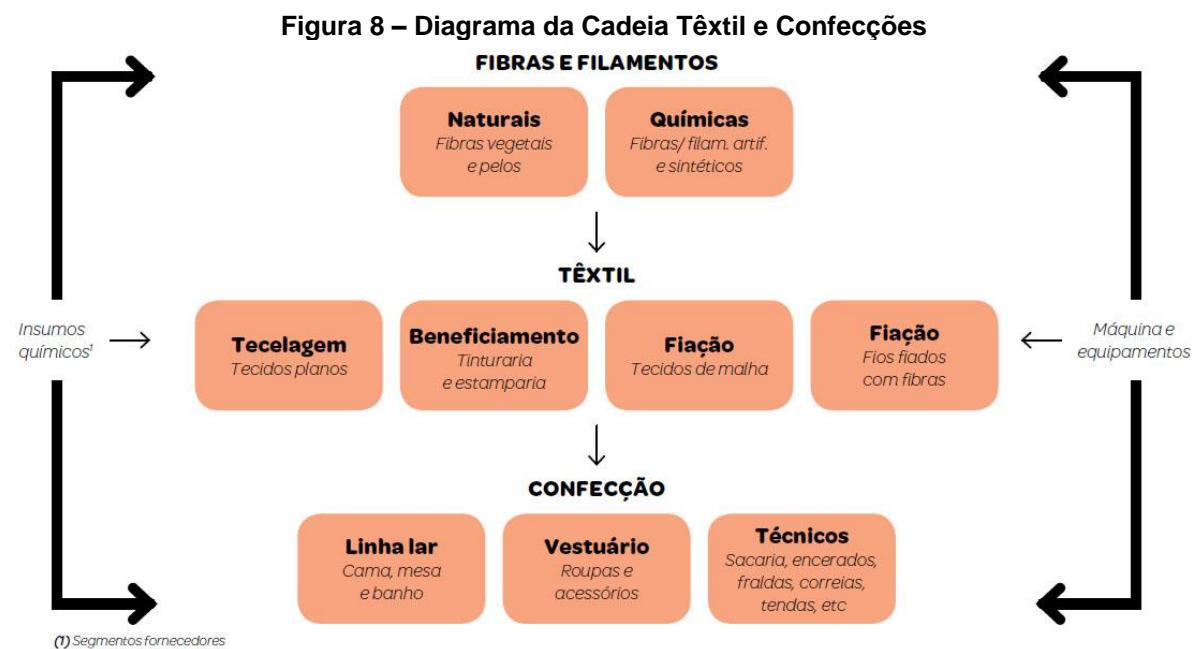
São duas as atividades que caracterizam esta fase: uso ou consumo e serviço. O produto quando usado necessita de um período de tempo (ex. Uso de uma TV), ou consumido (ex.: produtos alimentares). No período de uso, o produto pode demandar atividade de serviço, reparo e manutenção.

Descarte

Etapa no qual o produto recebe o destino final pelo consumidor, existem diversas ofertas: recuperação da funcionalidade total ou parcial do produto, valorização dos materiais do produto objetivando a reciclagem ou o despejo do produto em lixos urbanos.

2.2 INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO

A indústria têxtil e de confecção, formam juntas a quarta maior atividade econômica. Quando abordamos a indústria têxtil, nos referimos à toda cadeia de produção de uma peça de roupa, ou seja, desde o plantio da fibra do tecido até a chegada nas confecções, enquanto o setor de confecções engloba a manufatura dos tecidos até o varejo. Rech (2008) define que o complexo têxtil é constituído das etapas de produção e beneficiamento de fibras, fiação, tecelagem, acabamento e confecções. O setor de confecções, último elo da cadeia, é composto por segmentos de vestuário e artigos confeccionados. A figura 8 demonstra como são essas relações:



Fonte: Série de Estudos Sensoriais UNIETHOS – Sustentabilidade e Competitividade na Cadeia de Moda (2013)

O setor de confecções é beneficiado pelos produtos produzidos na indústria têxtil. Nele estão inseridas as peças de vestuário e as com valor de moda. Segundo a UNIETHOS (2013), a indústria de confecções é intensiva em mão-de-obra, e composta em sua maioria por empresas de porte micro e pequeno, com baixa capacidade produtiva e deficiência na gestão do negócio, caracterizada principalmente por oficinas de costura.

Há também um número expressivo de empresas de médio porte, que são as principais recebedoras dos produtos manufaturados da indústria têxtil. Segundo Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (2010), o Brasil ocupa a

quarta posição entre os maiores produtores mundiais de artigos de vestuário e a quinta posição no desenvolvimento de manufaturas têxteis.

Pernambuco

Em Pernambuco, esses números não são diferentes. Segundo SEBRAE (2013), em dez anos o número de empreendimentos localizadas no APL de Confecções do Agreste de Pernambuco pulou de 12 mil (2003) para cerca de 20 mil (2013), sendo que 77,2% das empresas do Polo encontram-se nos três principais municípios da região: Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. A região oferece cerca de 100 mil empregos e 900 milhões em número de produção de peças por ano.

O APL de confecções é bastante expressivo, porém, dados demonstram resultados não muito promissores quando conjecturamos a economia da moda na região. A quantidade de empresas informais ainda é alta, existem cerca de 20 mil em todo o Polo de Confecções, sendo apenas 19,49% destas são formais. Consequentemente associado aos altos índices de informalidade, há a baixa qualificação da mão-de-obra.

A falta de qualificação desses profissionais atinge diretamente no desenvolvimento da região do APL de confecções do Agreste, e é um obstáculo que deve ser analisado no local.

Existem ações em Recife e em Caruaru que objetivam desenvolver os atores participantes da cadeia têxtil e de confecção. Em Recife encontramos o Marco Pernambucano da Moda, centro voltado para a profissionalização de novas empresas, oferecendo uma incubadora de negócios e um *coworking*¹⁰.

A região do APL de confecções, abriga três importantes centros de negócio:

- Moda Center de Santa Cruz do Capibaribe¹¹, desde outubro de 2006, o maior shopping atacadista de confecções da América Latina. Reunindo dez mil pontos comerciais, o shopping é bastante expressivo, comercializando principalmente com outros estados da região Nordeste.

- Polo Caruaru¹², fundado em 2004, com uma infraestrutura de 64 mil m², abriga mais de 300 lojas de variados segmentos. O local abriga a Rodada de

¹⁰ Espaços utilizados por profissionais independentes que procuram um espaço democrático em que possam desenvolver seus projetos sem o isolamento do home office ou as distrações de espaços públicos.

¹¹ <http://www.modacentersantacruz.com.br/>

¹² <http://polocaruarupe.com.br/polo/>

Negócios, feira que ocorre há 21 edições no qual os produtores têm a oportunidade de entrar em contato com potenciais compradores de todo o país. O evento acontece através dos processos de formalização e gestão das empresas participantes. Tornando o cenário positivo para o crescimento dos empreendimentos locais.

- Feira de Caruaru, referência cultural, registrada como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil pelo Iphan (INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL, 2006).

- Parque das Feiras, em Toritama, foi inaugurado em 2001 e comporta cerca de 700 lojas/boxes.

Além de ações voltadas ao desenvolvimento dos negócios, Caruaru, ainda conta com o Armazém da Criatividade¹³, local de suporte à inovação e ao empreendedorismo que atuam de forma integrada com as instâncias de ensino, ciência e tecnologia, em estreita articulação com o setor produtivo e com as políticas públicas da região. Como acelerador da economia criativa, aborda os segmentos de Design, Moda, Games, Cinema, Vídeo, Animação, Fotografia e Música.

Ações como feiras para venda de atacado, shoppings, espaços compartilhados de produção e acesso à tecnologias de desenvolvimento e produção de produto, são importantes para o desenvolvimento de novas formas de produção, oferta de serviços e acesso à informação, podendo assim oferecer produtos com identidade, valor agregado, valor sustentável.

2.3 METODOLOGIAS COM VALOR DE MODA SUSTENTÁVEL

Segundo Gwilt (2014), o produto com valor de moda sustentável chegou tardiamente no mercado de moda, ainda segundo a autora, o primeiro sinal de produtos com abordagem do ecodesign foi no início dos anos 1990. Anos após o início da transformação, a moda começou a entender o significado totalizante do produto sustentável, e a partir de então, estabeleceu estratégias de inovação em todo o processo de desenvolvimento do produto de design com valor de moda.

¹³ <http://www.armazemdaciatividade.org/#home>

A compreensão do termo moda sustentável, cresceu e fragmentou-se tomando diversas formas. O quadro 3 proposto por Rüthschilling e Camargo (2016), apresenta uma síntese, apontando as principais características de cada uma delas.

Quadro 3 – Abordagens para a moda sustentável

Abordagens	Definições
Moda ecológica ou Ecomoda	Também chamada de Moda bio ou Moda orgânica. Engloba os produtos de moda (vestuário ou acessórios) desenvolvidos por métodos menos prejudiciais ao meio ambiente. Enfatiza, portanto, a redução do impacto ambiental . No âmbito das fibras é comum a utilização de termos como orgânico, biológico e ecológico para se referir à mesma coisa: uma forma de cultivar as fibras baseada nos princípios da cultura orgânica (Salcedo, 2014).
Moda ética	Além de considerar o meio ambiente, se concentra também na saúde dos consumidores e nas condições de trabalho das pessoas da indústria da moda (Salcedo, 2014).
Slow Fashion ou Moda lenta	Não é o contrário de <i>fast-fashion</i> . Trata-se de um enfoque diferente, no qual estilistas, compradores, distribuidores e consumidores estão mais conscientes do impacto das roupas sobre as pessoas. Enxerga o consumidor e seus hábitos como parte importante da cadeia. Não é necessariamente um conceito baseado no tempo, mas sim, na qualidade . Propicia relações diferentes entre o estilista e o produtor, o fabricante e as peças, a roupa e o consumidor (Salcedo, 2014). A “moda lenta” desafia a obsessão da moda rápida com a produção em massa e o estilo globalizado, tornando-se guardiã da diversidade. Fomenta um estado mais elevado de percepção do processo de design e seus impactos sobre fluxos de recursos, trabalhadores, comunidades e ecossistemas, especificando as vestimentas a fim de refletir seu real custo (Fletcher; Grose, 2011).
Moda mais Sustentável	Inclui todas as alternativas acima. Abrange todas as iniciativas que permitem que a indústria subsista ao longo do tempo, dados os recursos dos quais dispomos e garantindo igualdade e justiça sociais. Ou seja, iniciativas que promovem boas práticas sociais e ambientais , incluindo uma redução na produção e no consumo (Salcedo, 2014).

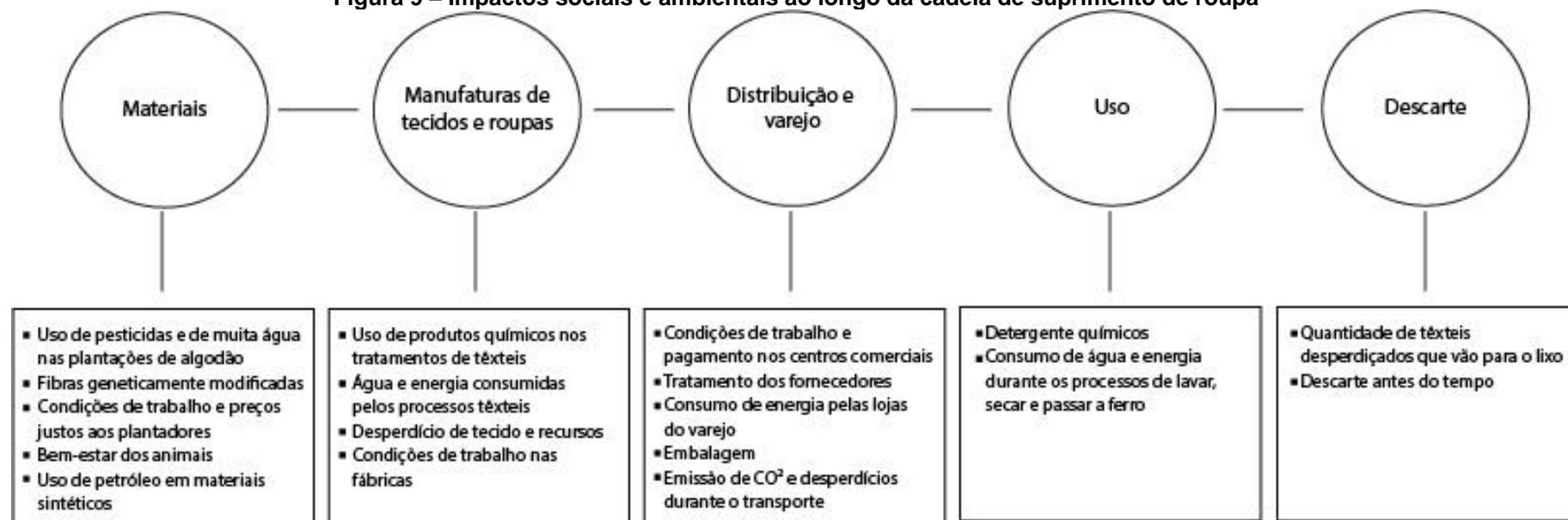
Fonte: Rüthschilling e Camargo (2016), baseada em Salcedo (2014) e Fletcher e Grose (2011).

São diversos os profissionais à frente do desenvolvimento do produto das empresas de moda, com formação profissional ou não. São eles os responsáveis pela compreensão do design de moda sustentável, pelo entendimento da situação particular e, assim a aplicação das etapas de acordo com a sua conjunção.

De acordo com Rüthschilling e Camargo (2016), profissionais à frente de micro-empresas no campo da moda, muitas vezes se ocupam com a pesquisa e desenvolvimento das coleções, enquanto a produção é terceirizada. De forma progressiva, admite que o mesmo ocorre em pequenas e médias empresas com o intuito de minimizar custos de impostos de acordo com o número de trabalhadores da empresa. Esse afastamento do olhar do designer para a produção do produto de

moda reforça a atuação do profissional em acionar ideias relativas à moda sustentável. Para entendimento das ações locais, o profissional de moda deve entender impacto social e ambiental da produção (figura 9), para que dessa forma faça uma análise das possíveis ações.

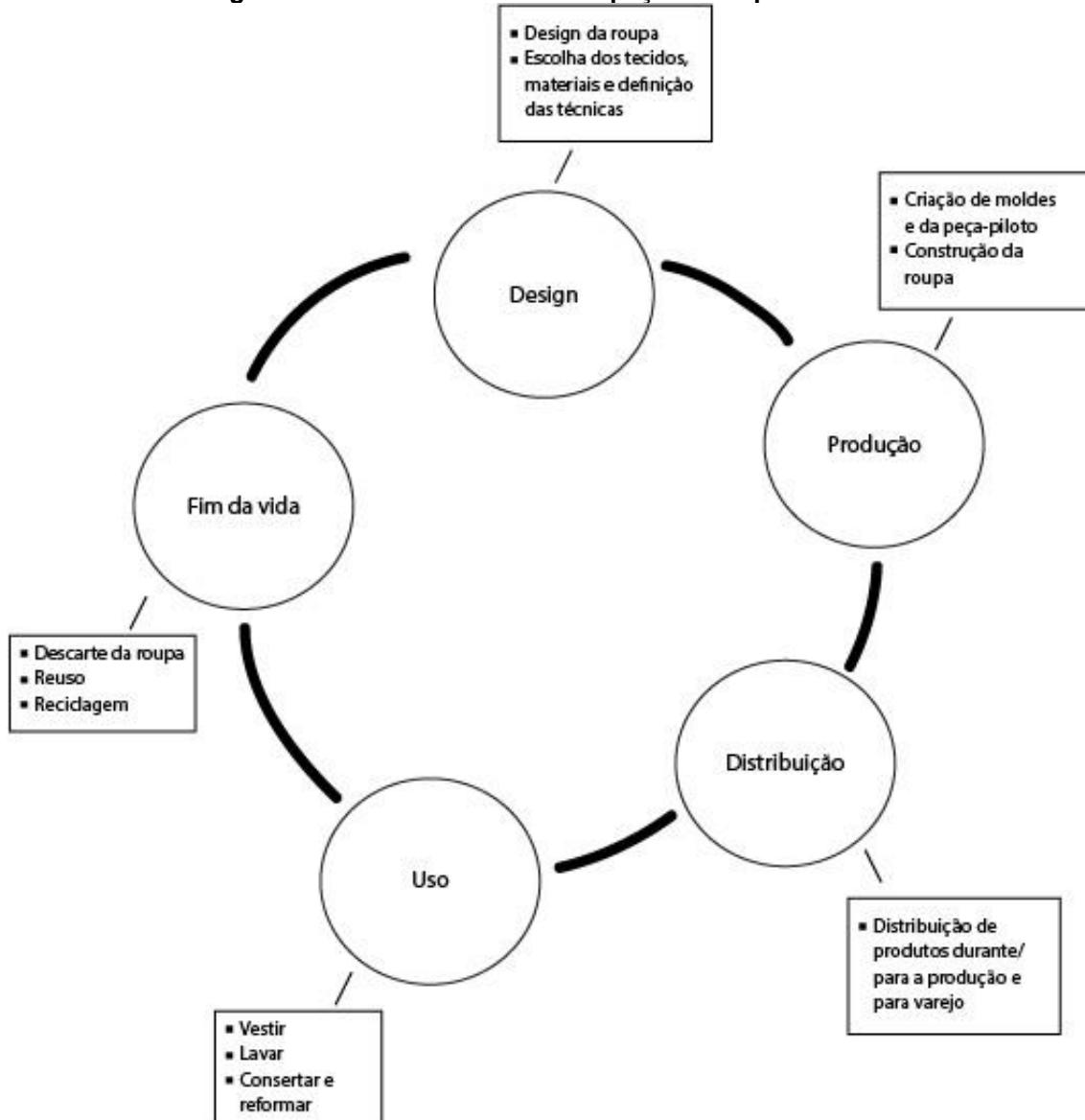
Figura 9 – Impactos sociais e ambientais ao longo da cadeia de suprimento de roupa



Fonte: Gwilt (2014)

Uma estratégia de design sustentável é considerada uma abordagem estruturada que pode ser empregada por um designer com o objetivo de colaborar com a redução dos impactos ambientais e/ou sociais associados à produção, ao uso e ao descarte (GWILT, 2014, p. 14). Para isso deve o designer analise o ciclo de vida do produto o qual desenvolve (figura 10).

Figura 10 – Ciclo de vida de uma peça de roupa de moda



Fonte: Gwilt (2014)

FLETCHER e GROSE (2011) apontam que as mudanças até então ocorridas no desenvolvimento do produto com valor de moda, teve como agente principal a indústria. Também afirma que é necessária a ação dos profissionais que desenvolvem as peças de vestuário para que aja uma efetiva mudança. “Uma peça desenhada com o objetivo que se tenha longevidade, como uma peça que tenha

uma abordagem de moda lenta, pode incorporar funções que motivarão o usuário a utilizar de forma especial" (GWILT, 2014, p. 53).

Diversas atitudes podem ser tomadas por parte do designer, desde a concepção do produto à forma como é vendida. O quadro 4 apresenta uma compilação de ações definidas por FLETCHER e GROSE (2011) e Gwilt (2014).

Quadro 4 – Ações sustentáveis inseridas no desenvolvimento do produto com valor de moda

ETAPAS	AÇÕES
ESCOLHA DA MATÉRIA-PRIMA	<ul style="list-style-type: none"> - Escolha de tecidos e aviamentos biodegradáveis; - Escolha de tecidos e aviamentos de baixo impacto na natureza; - Utilizar tecidos encontrados na sua região; - Reutilização de tecidos; - Optar por tingimento natural; - Utilizar processos têxteis de baixo impacto;
DESENVOLVIMENTO DA PEÇA	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar tecidos prioritariamente de mesma origem em toda a peça, facilitando a reciclagem; - Desenvolvimento de peça atemporais; - Desenvolvimento de peças modulares, possibilitando a troca de partes da roupa; - Reutilização de modelagens; - Uso de tecnologias para a confecção das modelagens (uso de CAD/CAM); - Desenvolver as peças localmente, conhecendo pessoalmente a mão-de-obra;
DISTRIBUIÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Produção sob demanda; - Manter as peças etiquetadas informando os cuidados necessários com linguagem clara e universal; - Transparecer através das mídias sociais, os processos de desenvolvimento da peça;
USO	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar tecidos resistentes e de fácil lavagem facilitando o uso e manuseio do cliente;
DESCARTE	<ul style="list-style-type: none"> - Upcycling; - Fomentar o conserto das peças compradas pelos clientes; - Promover o intercâmbio de roupas;

Fonte: autora, baseada em Fletcher e Grose (2011), Gwilt (2014).

Para FLETCHER e GROSE (2011), a moda tem uma complexa relação com sistemas mais abrangentes, como economia, ecologia e sociedade. A moda, a segunda maior indústria mundial, engloba diversos setores, desde a matéria-prima até a relação com o sistema de moda, dificultando assim, a prática do exercício de fazer moda essencialmente sustentável.

Para (GWILT, 2014), o desenvolvimento de uma peça é iniciado pela escolha de tecidos e técnicas têxteis de fabricação: o tricô, bordados, impressão digital,

serigrafia, processo de acabamento como a laminação, além de analisar peso, cimento, textura e facilidade de manuseio, é importante conhecer os tipos de fibras e os impactos gerados por cada uma delas.

Para FLETCHER e GROSE (2011) o material usado na confecção de vestuário está associado a todo tipo de impacto sobre a sustentabilidade:

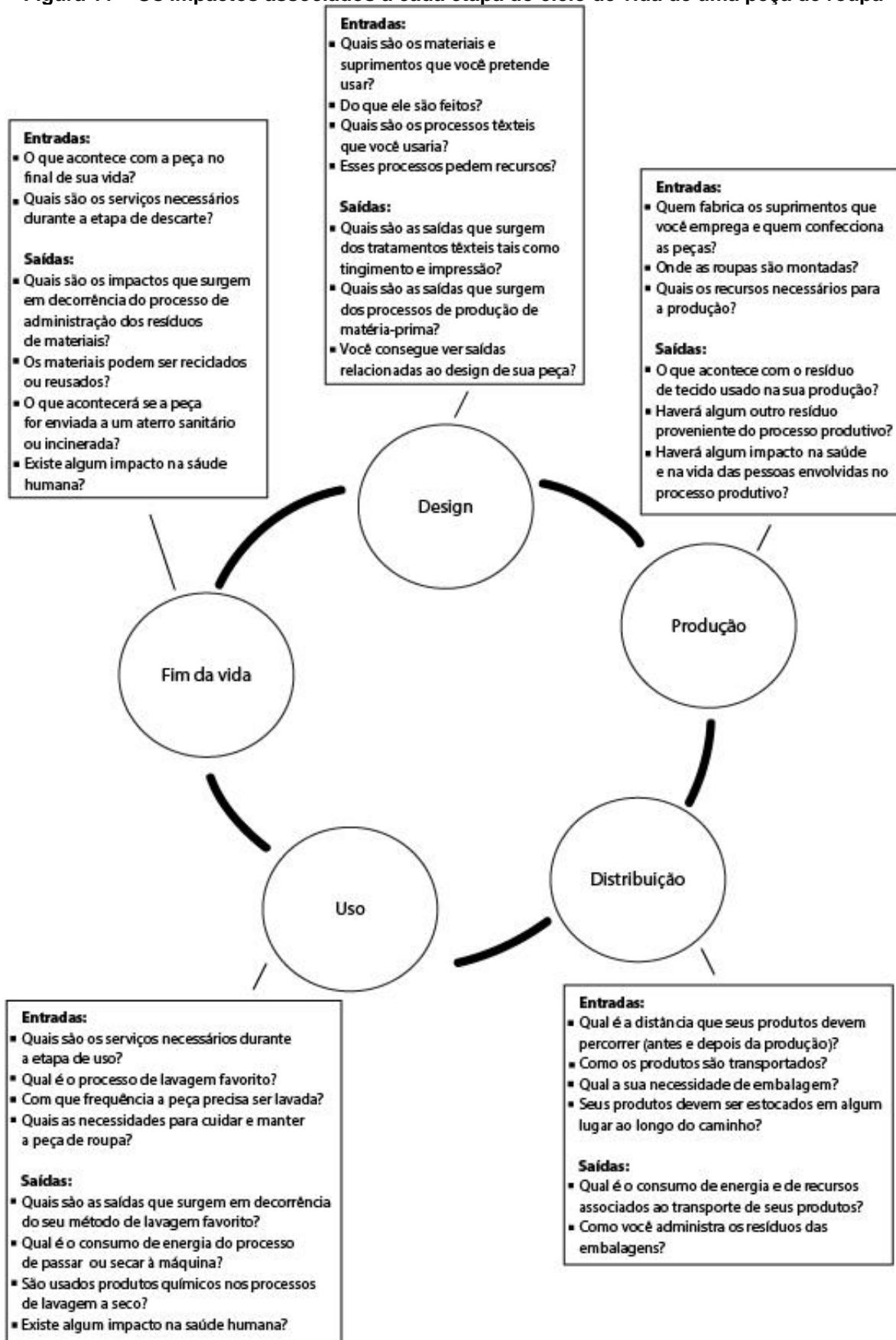
- mudanças climáticas;
- efeitos adversos sobre a água e seus ciclos;
- poluição química; perda da biodiversidade;
- uso excessivo ou inadequado de recursos não renováveis;
- geração de resíduos;
- efeitos negativos sobre a saúde humana;
- efeitos sociais nocivos para as comunidades produtoras;

2.3.1 Gwilt

Para Gwilt (2014), os primeiros passos para o desenvolvimento do produto com valor sustentável devem ser:

- Análise da forma como as peças de vestuário são confeccionadas.
- Investigação de como é possível reduzir e minimizar os impactos socioambientais.
- Compreensão do ciclo de vida da peça de roupa e os impactos associados a cada etapa.

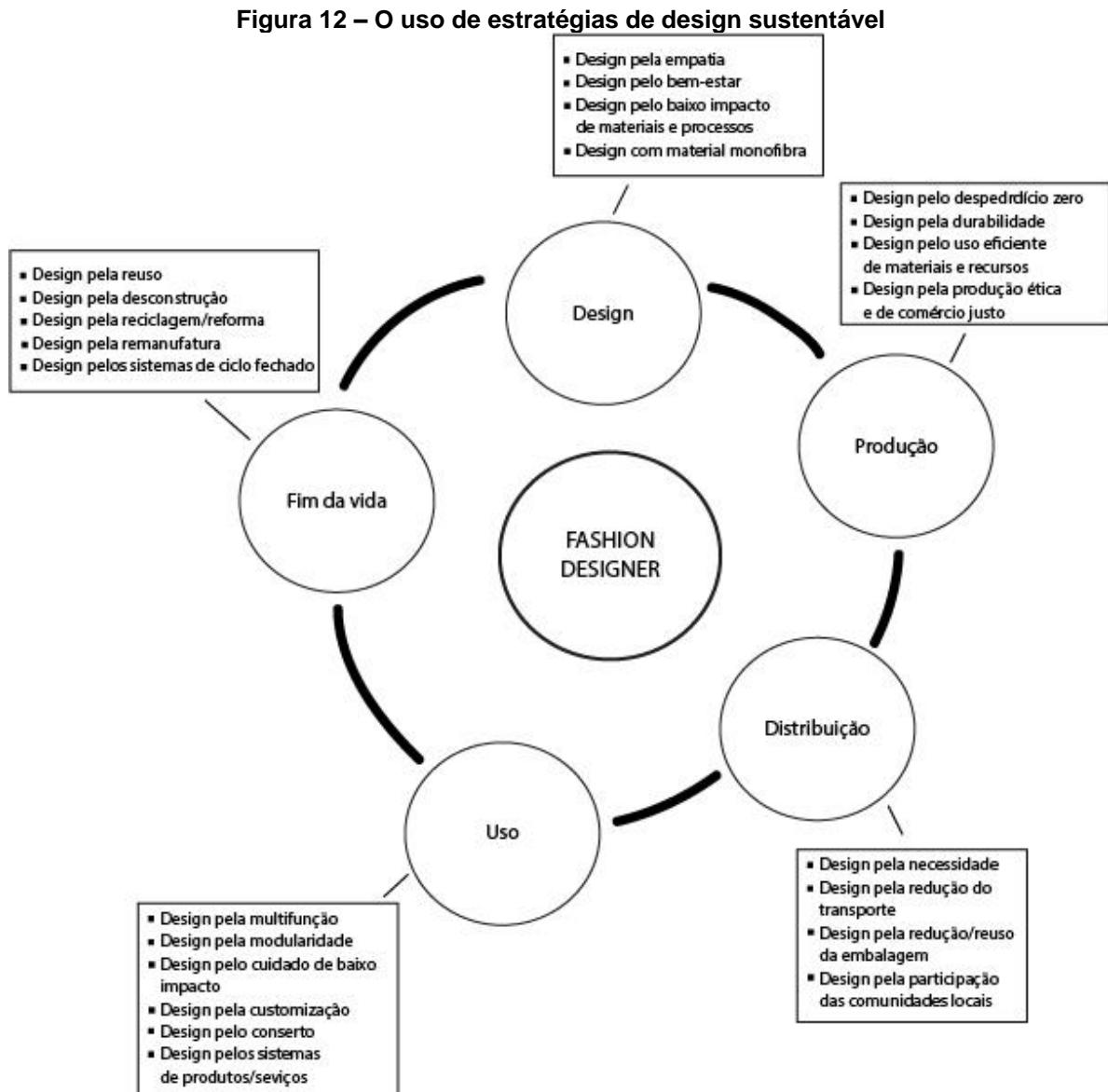
Figura 11 – Os impactos associados a cada etapa do ciclo de vida de uma peça de roupa



Fonte: Gwilt (2014)

Gwilt (2014) propõe que em cada fase definam-se ações, com o objetivo de intervir no produto final, reduzindo os impactos ambientais. O processo de introdução de melhorias, inicia com:

- Mapeamento do ciclo de vida. (indicado concentrar-se em uma peça de roupa ou em um grupo de roupas que o designer entenda que representam similaridades).
- Identificação dos pontos-chaves ao realizar a análise dos impactos socioambientais do produto.
- Avaliar os resultados e escolher os assuntos importantes a serem abordados.
- Incorporar as estratégias de sustentabilidade relevantes que possam ajudar a minimizar ou eliminar essas questões, sem que crie impactos negativos em outras etapas do ciclo de vida da roupa.



Fonte: Gwilt (2014)

2.3.2 Rüthschilling e Anicet

Com foco no trabalho do designer, Rüthschilling e Anicet (2014) estruturaram um modelo que auxilia professores, alunos e profissionais ligados ao desenvolvimento de um produto com valor ecológico e baixa escala produtiva, a partir de observação participativa e levantamento bibliográfico. Gwilt (2014) foi a principal referência para o desenvolvimento do modelo. As autoras entendem que o designer, normalmente não domina técnicas aplicadas à sustentabilidade, por simplesmente não haver um consenso do que é ser sustentável principalmente quando estamos nos referindo em produtos de moda.

Para Rüthschilling e Anicet (2014), as grandes confecções criam baseadas na estética do produto e no maquinário tecnológico e mão de obra humana existente na empresa, os profissionais inseridos nesse meio têm grande resistência à mudança, seja por medo, comodidade, influência de seus superiores.

As autoras propõem três pontos iniciais como uma possível iniciação de solução do problema: o primeiro inserir os princípios básicos da sustentabilidade aos profissionais, alunos e professores e integrar à produção de moda; no segundo ponto aliar métodos pessoais de criação e desenvolvimento do projeto; e o terceiro incorporar o DNA sustentável no briefing do projeto.

Baseado em Gwilt (2014), Rüthschilling e Camargo (2016) retomaram as cinco principais fases tradicionais do processo criativo e produtivo na fabricação de artefato de moda. De forma gradual, as autoras Ibid. tentam inserir em cada etapa do processo, atitudes sustentáveis. Na figura (figura 13) temos as cinco principais fases: pesquisa e análise, fase de síntese, fase de seleção, fase de manufatura e fase de distribuição.

Figura 13 – Metodologia criativa e produtiva em design de moda tradicional

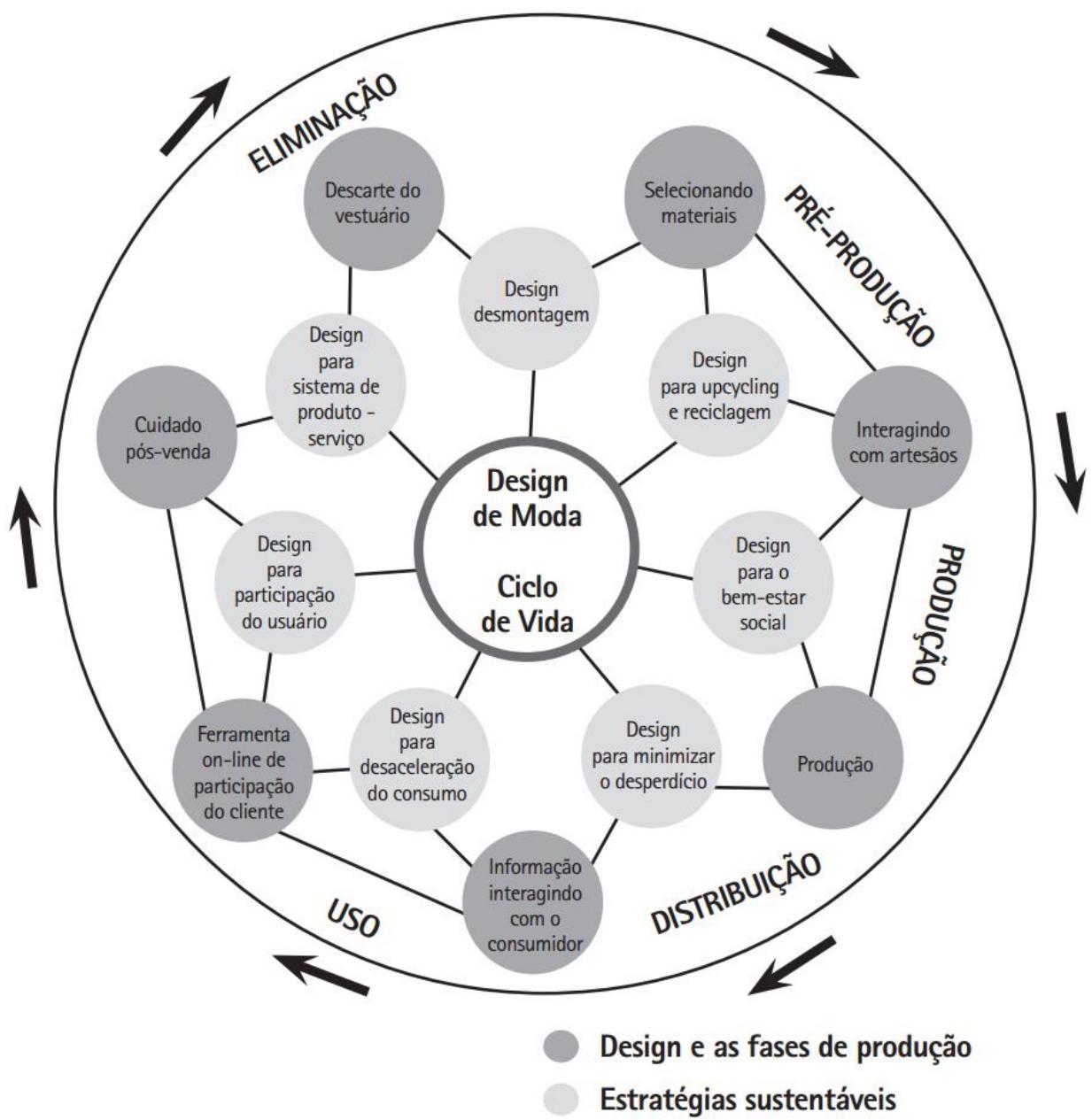


Fonte: Ruthschilling e Anicet (2014).

Dessa forma, os profissionais têm a oportunidade de inserir métodos sustentáveis desde o *briefing* do artefato de moda a ser produzido.

A figura 14 é a proposta de Rüthschilling e Anicet (2014), baseada na análise do ciclo de vida do produto por MANZINI e VEZZOLI (2011), metodologia proposta por Gwilt (2014) somadas às experiências das autoras. Resultando na metodologia de projeção para design de moda sustentável para baixa escala de produção.

Figura 14 – Metodologia de produtos sustentáveis



Fonte: Rüthschilling e Anicet (2014).

Rüthschilling e Anicet (2014) propõem um movimento cílico e contínuo. As fases de design e produção são: selecionando materiais, interagindo com artesãos, produção, informação interagindo com o consumidor, ferramentas online de participação do cliente, cuidados pós-venda e descarte do vestuário. Utilizando as estratégias do design para o bem estar social, design para minimizar o desperdício, design para a desaceleração do consumo, design para participação do usuário, design para sistema de produto-serviço e design para desmontagem.

Entende que os sistemas produtivos de moda, coordenados pelo designer, quando atingem o estado de atenção às causas sustentáveis podem propor avanço para que as intervenções sejam mais efetiva.

- Design para o bem estar social - relacionado às condições de trabalhos dos atores/parceiros envolvidos e as relações entre os mesmos.
- Design para minimizar o desperdício - minimização de resíduos ao longo da cadeia produtiva, tecidos e aviamentos em geral. A busca pelo *zero waste*, se encontra nesta etapa, englobando: aproveitamento total do tecido, modelagens em formas geométricas, colagens têxteis com a sobra de tecido.
- Design para a desaceleração do consumo - pensar em novas formas de produção, afirmindo o conceito de *slowfashion*. Criação de peças atemporais. Nesta etapa também são acrescentados informes aos clientes sobre os devidos cuidados com a peça adquirida.
- Design para participação do usuário - a empresa têm um contato direto com consumidor final, com o objetivo de ter um *feedback* e colocar em prática as melhorias.
- Design para sistema de produto-serviço - “design de sistemas de produtos e serviços ecoeficientes, socialmente coesos e equânimes, que sejam capazes de satisfazer a uma demanda específica (de clientes/usuários), bem como o design de interação dos atores envolvidos no sistema de produção de valor” (VEZZOLI, 2010; RÜTHSCHILLING; ANICET, 2014, p. 37).
- Design para a desmontagem - etapa ainda sendo estudado na moda, pela dificuldade em desenvolver um produto diferente a cada coleção, separação das partes que compõem o produto, a fim da construção de outro produto.
- *Upcycling* - de modo a reutilizar resíduos, resultando em produtos com valor agregado.

Rüthschilling e Anicet (2014) afirmam ser um processo lento, por parte do designer responsável nas micro e pequenas empresas, por fazer parte de todo o processo de desenvolvimento do produto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A presente pesquisa busca entender como a indústria de confecções de moda no estado de Pernambuco (Recife, Caruaru, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama) pode ser compreendida a partir de uma perspectiva de design para a moda sustentável, para então propor um modelo de produção de design com valor de moda sustentável.

Para tal fim, foram usados métodos científicos e técnicas que correspondem com o desenvolvimento para alcançar os objetivos delimitados. Dessa forma, foram usados métodos e técnicas que correspondem com o desenvolvimento para alcançar os objetivos delimitados.

Os fatores que levam à compreensão do desenvolvimento de produtos sustentáveis na região são passíveis de diversas interferências e não deve ser compreendido como fator isolado. Com o objetivo de levantar dados sobre a motivação, compreensão e interpretação por parte dos ateliês no quesito sustentabilidade ambiental, a pesquisa tem cunho qualitativo. De natureza exploratória através de coleta de dados, pesquisa bibliográfica e entrevistas semiestruturadas presenciais com os profissionais.

“... são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.” (LAKATOS; MARCONI, 2006, p.190)

Foi realizada uma investigação preliminar através de ferramentas de busca da internet, focada em encontrar ateliês os quais desenvolvem roupas com valor de moda sob medida, localizados no APL de confecções do Agreste de Pernambuco e em Recife¹⁴.

No decorrer das entrevistas, também foi solicitado aos profissionais indicações de ateliês do conhecimento dos mesmos para que outras entrevistas fossem realizadas.

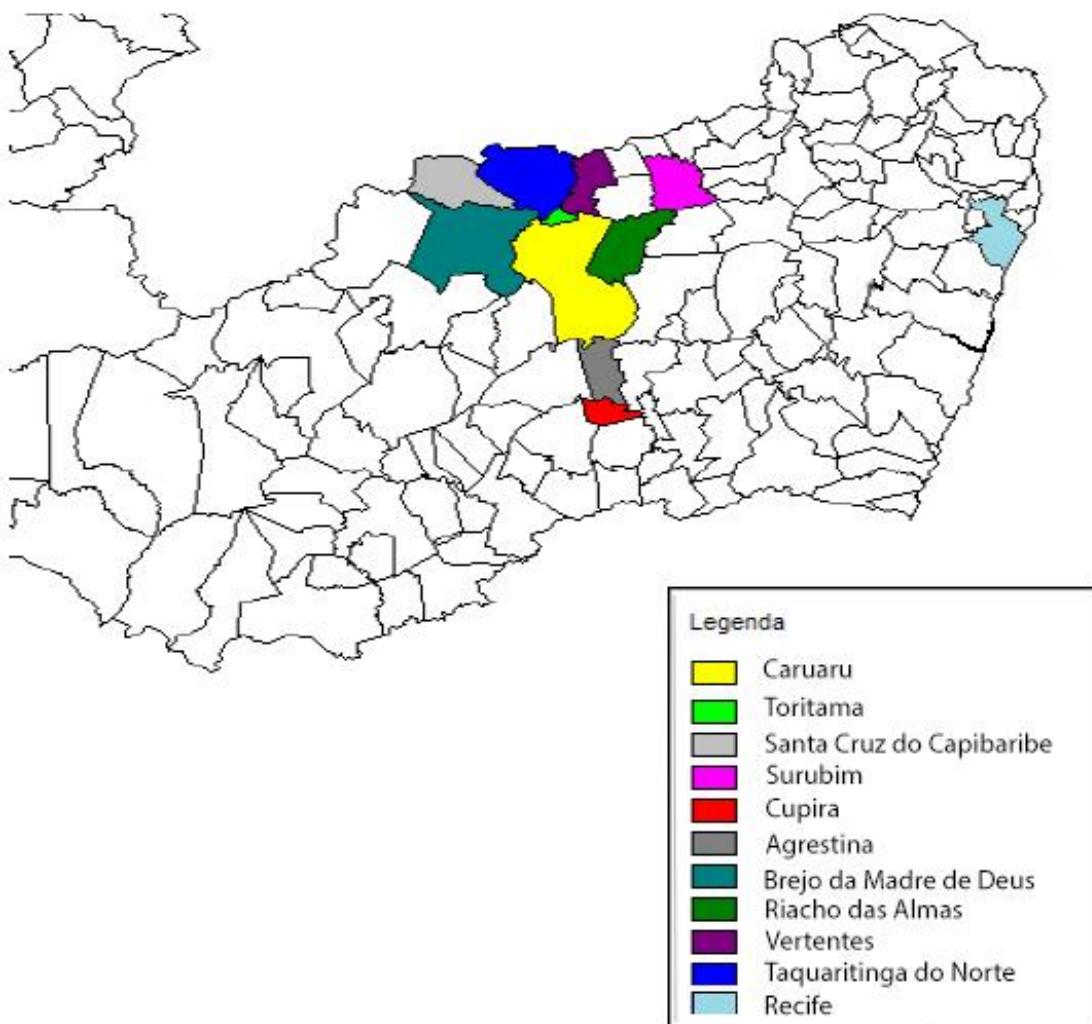
¹⁴ Apêndice A.

3.2 AMOSTRA

A escolha do local para realização das entrevistas deve-se à grande concentração de confecções e sua devida importância na economia local. No APL de Confecções do Agreste, existem diversos tipos de empresas de confecção. Foi necessário ampliar o local para Recife, por entender que a aproximação geográfica e cultural trariam resultados positivos para a pesquisa (figura 15).

Foram realizadas dez entrevistas semiestruturadas presenciais, oito no local de trabalho dos profissionais e duas em encontros fora do local de trabalho do estilista, sendo seis dos ateliês localizados em Recife e quatro em Caruaru. Foi necessária a realização de viagens Recife - Caruaru para realização das mesmas.

Figura 15 – Mapa do APL de Confecções em Pernambuco e Recife



Fonte: Estudo Econômico APL de Confecções do Agreste Pernambucano, SEBRAE, 2013, com adaptação da autora.

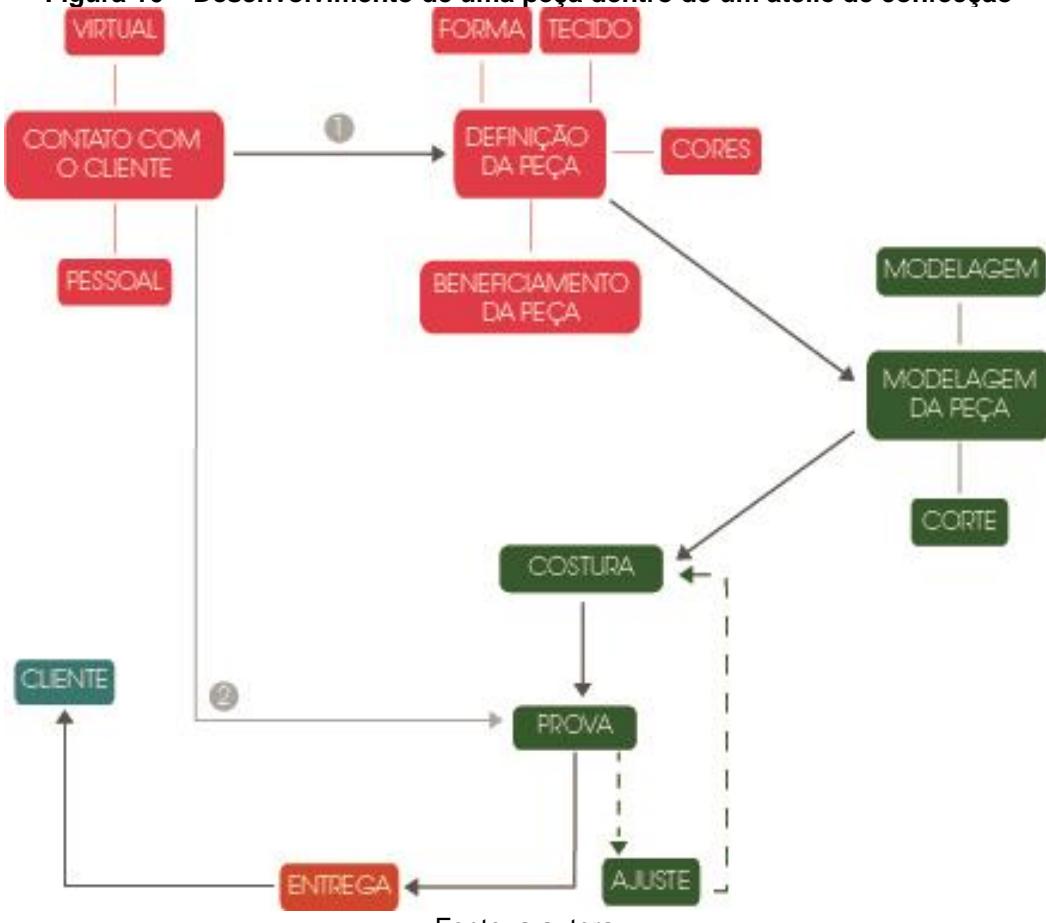
3.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTOS DE ANÁLISE

A pesquisa dos ateliês foi realizada através de busca pela internet e contatos próximos à autora. Para a coleta de dados foram levados em consideração os ateliês de confecção os quais trabalham produzindo roupas com valor de moda sob medida os quais produzem moda festa. Devido à localização, foi mais acessível para a autora realizar pesquisas em Recife. Caruaru, por ser conhecida como uma cidade polo do APL de Confecções, detêm diversos serviços suprindo os municípios vizinhos e evitando a busca desses serviços na capital. Não foram encontrados ateliês de roupa sob medida nos outros municípios que compõem o APL de Confecções.

De forma geral, a realização das entrevistas e o acesso aos entrevistados aconteceram com maior êxito por meio de uma abordagem mais informal e por contato direto com o profissional, sem precisar passar por funcionários da empresa ou contatos por email. As tentativas iniciais de formalizar previamente as entrevistas e de agendamento por telefone, email ou mídias sociais como o *Instagram*, na maior parte dos contatos não teve o resultado esperado. Alguns profissionais demonstraram resistentes e não negavam o encontro para a realização da entrevista, porém adiaram constantemente as datas marcadas, atrapalhando o processo da pesquisa. Outros profissionais entrevistados afirmaram se sentir receosos por entender que não seria útil para a pesquisa uma entrevista a qual a abordagem principal era o design de moda com valor sustentável se esse não era o foco de trabalho deles. Durante a pesquisa foi esclarecido que o objetivo era compreender o processo de desenvolvimento de cada profissional para que assim pudéssemos entender se havia ou não atitudes sustentáveis nesse processo e como poderia ser desenvolvido.

Para a realização da entrevista foi elaborado previamente um infográfico a partir da experiência profissional da autora em ateliês de confecção de roupas, sendo necessária a realização de um infográfico para a compreensão de todos os passos realizados em um ateliê e onde poderia haver interferência de forma a acrescentar métodos sustentáveis na confecção dos produtos. A partir do infográfico também foram elaborados os parâmetros necessários para a realização das entrevistas com profissionais (Quadro 5).

Figura 16 – Desenvolvimento de uma peça dentro de um ateliê de confecção



Fonte: a autora.

CONTATO COM O CLIENTE - Com a tecnologia, uma quantidade considerável de ateliês tem como portfolio o *Instagram*, onde apresenta os trabalhos desenvolvidos e dessa forma se aproximando com os clientes. O contato, em geral, pode ser feito diretamente através do *Instagram* e/ou por um telefone de contato oferecido na plataforma. Após o primeiro contato virtual, caso seja positivo para o cliente, é marcada uma visita ao ateliê. Alguns ateliês optam por informar uma faixa de preço no primeiro contato virtual com o cliente, facilitando assim a busca do cliente e economizando o tempo de ambas as partes.

Existem dois caminhos a serem seguidos após o contato com o cliente. Na opção 1 refere-se ao ateliê que produz todas as peças de roupa desde o zero e então será definida a roupa a partir dos tecidos disponíveis, cores, bordados. Na opção 2 são ateliês que além de produzir a peça do zero, existe a opção de peças de aluguel.

Dessa forma o cliente é levado direto para a prova, disponibilizando as opções de peças de roupas existentes no ateliê de acordo com o que foi conversado entre o estilista e o cliente.

DEFINIÇÃO DA PEÇA - Ao ser agendada a visita ao ateliê, é o momento de definir a peça a ser desenvolvida. Normalmente é iniciada uma conversa para que o profissional entenda o que o cliente deseja transmitir no evento o qual ele irá utilizar a peça a ser confeccionada. Este contato físico é um importante passo, pois a partir desta conversa o estilista capta aspectos psicológicos importantes na produção da peça. Nesta etapa são mostradas as opções disponíveis de tecido e cores, assim como as possibilidades de detalhes os quais o ateliê tem a possibilidade de realizar, os beneficiamentos da peça (drapeados, bordados, rendas disponíveis). É importante ressaltar, que segundo a experiência da autora, poucos são os ateliês que permitem que os seus clientes trouxessem os seus próprios tecidos e aviamentos (bordados, pedrarias, entre outros detalhes). É uma forma de evitar problemas futuros, e manter a organização do ateliê. Aqui também é definido o custo da peça como também é necessário tirar medidas¹⁵ do corpo da cliente. Após o fechamento é partido para a etapa do desenvolvimento da peça.

MODELAGEM DA PEÇA – Nesta etapa, o modelo da roupa a ser desenvolvido e tecido já foi definido, é hora de construir a modelagem da peça. A partir modelagem pronta o tecido é cortado e enviado para a etapa de costura.

COSTURA - Nesta etapa, o tecido é entregue cortado para a costureira e se definido, a peça de roupa é entregue a uma bordadeira para acrescentar os detalhes.

PROVA - Com a roupa pronta, a cliente faz uma primeira prova. É importante ressaltar que a depender do modelo, a primeira prova de roupa pode ser apenas um tecido de “forro”, no qual o cliente não visualiza exatamente a peça escolhida, como por exemplo, as noivas as quais a estrutura da peça demanda mais cuidado e trabalho e a mesma peça pode voltar à etapa de costura para a continuação da peça, ou se foi encontrado um defeito na peça, necessitando voltar uma etapa para que seja consertada.

¹⁵ Esta etapa pode ser futuramente realizada a depender da data e tipo de evento. Quando a peça a ser desenvolvida é um vestido de noiva, é marcada uma outra data mais próxima do evento para evitar possíveis erros na construção da modelagem a partir da mudança de medidas dos clientes.

AJUSTE - Esta etapa só é necessária caso haja um defeito encontrado na etapa de prova, então a peça volta à costura e é realizado o ajuste.

ENTREGA - A etapa da entrega da peça é importante, o cliente receberá o produto o qual encomendou. O tipo de entrega pode variar dependendo do ateliê e do tipo de peça a ser confeccionada, a variação é em relação ao tipo de embalagem, se será feita uma entrega à domicílio, entre outras.

USO - Com a peça pronta e entregue ao cliente, o uso pode ser dos mais diversos possíveis. Desde a reutilização da peça pelo mesmo cliente, à reforma da mesma peça com a intenção de mudar o aspecto, sendo a peça de roupa alugada ela volta para o ateliê e se preciso serão feitos reparos para voltar a ser alugada.

Baseado nos resultados do modelo de confecção de roupa em ateliês de roupa sob medida, foram elaborados parâmetros para desenvolver a entrevista com os profissionais (quadro5).

Quadro 5 – Parâmetros para elaboração da entrevista

PARÂMETROS PARA ELABORAÇÃO DA ENREVISTA		
IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO		<ul style="list-style-type: none"> - Breve descrição pessoal: - Início da relação com a moda: - Brevemente descrição dos seus clientes:
PROCESSOS	CENÁRIO (REUNIÃO COM O CLIENTE)	<ul style="list-style-type: none"> - Entender as necessidades do cliente - Desenvolvimento do conceito da roupa - Delimitar o projeto (peça de roupa)
	MATERIAIS E PROCESSOS	<ul style="list-style-type: none"> - Tecidos utilizados - Técnicas de tingimento - Modelagem - Corte - Aviamentos e bordados - Outputs
	DISTRIBUIÇÃO E ENTREGA	<ul style="list-style-type: none"> - Embalagem - Etiqueta de cuidados com a peça
	DESCARTE	<ul style="list-style-type: none"> - Logística reversa (reciclagem, reutilização de materiais) - Novos modelos de produção
CLIENTES/ SUSTENTABILIDADE		<ul style="list-style-type: none"> - Interesse do cliente em reciclagem - Mídias de divulgação - Significado moda sustentável - Como produzir moda sustentável - Dificuldades em produzir roupa com valor de moda

Fonte: a autora.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 DESCRIÇÃO GERAL

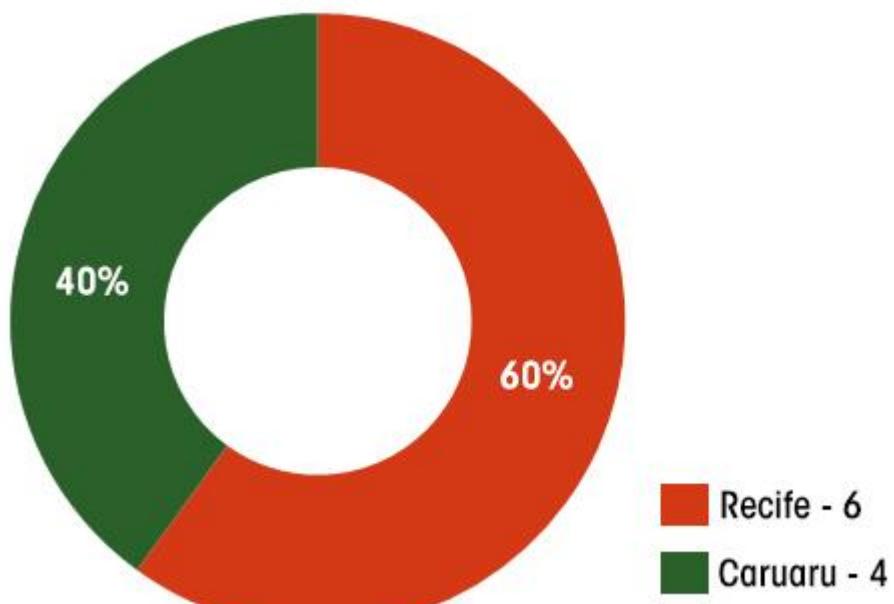
Para a apresentação da análise de dados será demonstrado um aparato geral dos profissionais entrevistados e então apresentados de forma quantitativa os resultados das entrevistas semi-estruturadas de cada ateliê. Por fim serão apresentadas impressões gerais sobre os ateliês abordados.

Para realização da entrevista, foi entrando em contato com vinte ateliês, os quais atendem nas seguintes cidades:

- 11 Recife;
- 1 Recife e São Paulo;
- 1 Recife e Jaboatão dos Guararapes;
- 2 Recife e Caruaru;
- 5 Caruaru;

Dez ateliês confirmaram as entrevistas, o gráfico 1 apresenta as cidades as quais são atendidas:

Gráfico 1 – Concentração dos ateliês entrevistados nas cidades atendidas



Fonte: a autora.

No quadro 6, foi compilado as informações gerais que são abordadas: (1) Local de atuação; (2) Segmento de atuação; (3) Formação acadêmica; (4) Função desenvolvida.

Quadro 6 – Referências dos ateliês entrevistados

		ATELIE - A	ATELIE - B	ATELIE - C	ATELIE - D	ATELIE - E	ATELIE - F	ATELIE - G	ATELIE - H	ATELIE - I	ATELIE - J
LOCAL DE ATUAÇÃO	RECIFE	■	■	■			■	■		■	
	CARUARU				■	■		■	■		■
SEGMENTO DE ATUAÇÃO	ROUPA SOB MEDIDA - FESTA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	ROUPA SOB MEDIDA - NOIVA	■	■			■	■	■	■	■	■
	ALUGUEL					■	■				■
	COLEÇÕES ESPECIAIS				■		■	■	■	■	
FORMAÇÃO ACADÉMICA	SEM FORMAÇÃO ACADÊMICA		■		■	■					
	GRADUAÇÃO EM OUTRA ÁREA	■		■		■	■				
	GRADUAÇÃO EM DESIGN OU DESIGN DE MODA			■				■		■	
	CURSO TÉCNICO EM MODA					■	■	■	■	■	
	PÓS-GRADUAÇÃO								■		
FUNÇÃO DESENVOLVIDA	ESTILISTA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	MODELISTA	■		■		■	■	■	■		■

Fonte: a autora.

4.2 ENTREVISTAS

ATELIÊ A

Atua no mercado de moda há 25 anos, iniciou através de pequenas coleções produzidas em confecção própria. A venda das peças era responsabilidade das sacoleiras. A partir das clientes as quais compravam as peças produzidas na confecção, deu início ao ateliê com roupas sob medida. O estilista sempre optou por desenvolver uma peça de roupa com valor de moda durável, em referência ao tipo de material utilizado na produção como também no design aplicado à roupa.

O primeiro contato com o cliente é através do aplicativo de mensagens instantâneas *Whatsapp*, disponível na rede social de fotos, o *Instagram* ou diretamente por telefone (também disponível no aplicativo *Instagram*). O estilista atende todos os clientes, dessa forma consegue ter mais controle da agenda de horários.

Na primeira reunião, o estilista pede para que conte um pouco sobre o evento o qual o cliente irá participar. Geralmente o cliente mostra referências visuais (fotos) os quais auxiliam na identificação do estilo pessoal do cliente. O estilista neste momento capta características psicológicas e físicas do cliente, as quais julga importantes para a criação do modelo. O estilista afirma “... *eu preciso saber qual impressão a cliente quer causar com aquela roupa. As vezes ela quer ser uma pessoa só elegante, as vezes ela quer ser uma pessoa que pareça estar com uma roupa mais cara do que a roupa é, as vezes ela quer ser sexy, as vezes ela quer ser, sei lá, mulher quer ser cada dia uma coisa diferente. Então eu tenho que entender o que ela quer ser e adaptar isso ao modelo e ao corpo dela*”.

O ateliê realiza consertos e reaproveitamento de roupas, apenas as que são produzidas no ateliê. Segundo o estilista a “*roupa fica marcada dentro da sua família, então você quer fazer alguma coisa para mudar um pouco. Muitas vezes a roupa é longa e é difícil você usar [vestido] longo depois, então você encurta e fica mais prático para você usar*”.

Porém, são considerados apenas pequenos consertos que não alteram a estrutura do vestido, segundo o estilista “*fica caro para o cliente refazer totalmente a roupa, as vezes é melhor fazer outra, sabe, as vezes dá para fazer algumas interferências, mas não uma coisa que vá mudar totalmente...*”.

O estilista considera o mercado local (Pernambuco) difícil para a prospecção do design com valor de moda sustentável, com relação ao acesso da matéria-prima considerada sustentável, como também a visão dos seus clientes. Segundo o estilista “*a maioria das clientes entendem que é uma roupa durável, que elas não vão comprar uma roupa para poucos anos, vai comprar uma roupa para muitos anos. Agora eu acho também que se o cliente souber que eu estou cobrando mais um real por causa disso, não sei se ele aceitaria, não tenho certeza. Porque a cliente que eu vendo e que eu penso que tem uma consciência social, ecológica, ela compra na Zara, ela compra na Le Lis Blanc, ela compra na Luigi Bertolli, então a consciência para moda é um meio complicado porque quando você vê uma roupa bonita na vitrine sua consciência se acaba*”.

No quadro 7 são especificados os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças do ateliê A. Todos os processos são realizados dentro do ateliê exceto quando há uma alta demanda e os bordados são terceirizados e a peça sai do ateliê para realização do processo. Atualmente, são necessários três colaboradores para o desenvolvimento de uma peça.

Quadro 7 – Referências Ateliê A

ATELIÊ - A	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha pelo calimento do tecido para o modelo de roupa a ser desenvolvido. Utiliza desde tecidos sintéticos à seda pura, rendas, musseline, crepe georgette. Conhece apenas algodão como tecido orgânico e não utiliza ou utiliza em suas produções. Adquire tecidos em Recife e Campina Grande e tecidos importados através de representantes.
	TINGIMENTO
	Tinge os tecidos quando necessário com tinta ou pó de tingimento apropriado para tecido. Reutiliza retalhos de rendas tingidas para confeccionar novas peças.
	TIPO DE MODELAGEM
	Desenvolve modelagens base em papel kraft. Desenvolve nova modelagem para cada peça produzida. Não utiliza recursos digitais. Os restos de papel são descartados em lixo comum.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	
ENTREGA	OUTPUTS
	Retalhos são reaproveitados para fazer novos vestidos de renda. Parte dos tecidos planos são doados à instituições ou às colaboradoras do ateliê. Os pequenos retalhos de tecido são descartados em lixo comum.
ENTREGA	ETIQUETAS
	Todas as peças são entregues com etiqueta de instruções de lavagem e cuidados. Algumas instruções são comunicadas durante as provas diretamente à cliente.
ENTREGA	EMBALAGEM
	As peças de roupa são entregues em capas de tactel ou embalados em papel de seda e sacola de papel.

Fonte: a autora.

O estilista do ateliê A teve uma formação acadêmica, não sendo na área de moda. O profissional aprendeu lentamente como funciona uma empresa de produção de vestuário de moda. Foi percebido que há um interesse pessoal do estilista em descobrir novas coisas, o que foi avaliado como um ponto positivo no sentido de trazer inovação para as atividades do ateliê.

Durante a visita e entrevista no Ateliê A, foi percebida uma preocupação com os colaboradores da empresa, com o local de produção, o bem-estar de quem trabalha no ateliê e também quando é necessária a terceirização de alguma etapa da produção e há saída da peça do ateliê, a estilista fica atenta às condições disponíveis da colaboradora fora do espaço do ateliê. Além de oferecer suporte àquelas que pretendem realizar cursos profissionalizantes e também doação de materiais.

No contexto ambiental, foi identificado que além do cenário do ateliê, o estilista se preocupa com o que é consumido em sua vida pessoal e sempre busca novidades para aplicar no trabalho. Não há a utilização de materiais biodegradáveis, exceto o uso da seda. O estilista reutiliza rendas, bordados e retalhos de tecidos para a confecção de novas peças. A reutilização de tecidos trouxe uma identidade ao estilista que é conhecido por esse tipo de roupa, como demonstram a figura 17.

Figura 17 – Vestidos produzidos no Ateliê A



Fonte: *Instagram* do ateliê

A imagem central apresenta uma peça de carnaval, bordado com materiais reciclados. A experiência foi considerada importante e desafiadora, porém a estilista não afirmou que utilizaria o mesmo material em uma peça em outro contexto por não considerar o material reciclado durável.

Outro aspecto observado no ateliê A, refere-se à falta de exploração de oferta de serviços focado nos desejos dos clientes. Percebe-se que há uma hesitação em diversificar os serviços do ateliê, como a oferta de aluguel de roupas e consequentemente mudar o cliente que costuma receber.

ATELIÊ B

O estilista trabalha com moda há 35 anos, iniciou confeccionando roupas causais e se especializou em roupas de festa no qual trabalha até então. O ateliê mantém um funcionário para organizar a agenda do estilista. O ateliê utiliza o aplicativo de redes sociais de fotos, o *Instagram* para divulgar o trabalho. O contato é feito exclusivamente por telefone.

Na primeira reunião, o estilista solicita que o cliente comente sobre o evento e apresente algumas referências visuais (fotos). Segundo o estilista “... *hoje com os meios de comunicação, internet, essas coisas, ela já vem normalmente com “duzentos” vestidos, vários vestidos que pega na internet. Normalmente eu pergunto: Vem com alguma ideia? Ela me mostra e eu pergunto o que foi que ela gostou daquele e cada ponto eu procuro saber o que ela gostou, o que chamou atenção. Partindo disso eu desenho o vestido*”.

O ateliê faz pequenos consertos nas peças produzidas no próprio ateliê com o objetivo de manter o cliente, porém acreditar ser uma atividade que atrapalha o dia-a-dia das atividades realizadas no ateliê.

O estilista se preocupa com o tipo de material utilizado nas peças, com o objetivo de produzir uma peça de roupa durável, porém assume que na questão sustentabilidade não há relevantes questionamentos. O estilista não considera expressivos os impactos causados pelos resíduos gerados pelo ateliê e sugere outras modificações as quais considera mais significativas para a sustentação do empreendimento, “*para poder pensar no sustentável [ambiental] devemos pensar primeiro no econômico, estamos vivendo uma crise muito grande. Eu estou muito focada nessa nossa economia que está muito instável, então no momento isso é mais importante do que até a parte sustentável sabe?*”.

Mesmo assim, o estilista afirma que em sua vida pessoal, pratica ações voltadas para o meio-ambiente, preocupando-se com a correta separação do lixo, o tempo de uso dos objetos comprados e cuidados com o descarte de objetos os quais considera mais problemáticos (pilhas, baterias, eletrônicos).

O quadro 8 especifica os materiais e processos utilizados no desenvolvimento das peças no ateliê B. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Quando a demanda aumenta são contratadas, através de diárias, os profissionais responsáveis.

Atualmente, são necessários dez colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 8 – Referências Ateliê B

ATELIÊ - B	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha a critério do cliente. Utiliza tecidos sintéticos, seda pura, rendas. Adquire os tecidos através de representantes de empresas internacionais ou em viagens internacionais. Nunca desenvolveu roupas com tecidos orgânicos.
	TINGIMENTO
	Tinge os tecidos quando necessário com pó de tingimento. Tinge apenas as rendas.
	TIPO DE MODELAGEM
	Faz uma nova modelagem para cada peça produzida. Não utiliza recursos digitais. Os restos de papel são descartados em lixo comum.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	Utiliza materiais de lojas de São Paulo. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados.
	OUTPUTS
ENTREGA	Retalhos são doados à instituições ou colaboradoras próprio ateliê. Os pequenos retalhos de tecido são descartados no lixo comum.
	ETIQUETAS
ENTREGA	Todas as peças são entregues com uma etiqueta informando o tipo de lavagem necessário.
	EMBALAGEM

Fonte: a autora.

Durante a visita e entrevista no Ateliê B, foi percebida uma preocupação com os colaboradores da empresa, com o local de produção, o bem-estar de quem trabalha no ateliê. É uma empresa que comporta um grande número de funcionários quando comparados às outras empresas entrevistadas, estão contratados cerca de 15 colaboradores. Devido ao número elevado de colaboradores, foi percebido uma maior atenção ao aumento de produção, o aumento de lucro da empresa do que qualquer outro ponto, o estilista identifica que para ser sustentável de forma ambiental, é necessário cuidar do econômico.

No contexto ambiental, não há a utilização de matéria-prima biodegradável, exceto a seda, foi percebida uma escolha da matéria-prima, primeiro pela durabilidade e segundo o preço o qual o cliente está disposto a oferecer.

Devido à falta de filtro nas produções do ateliê, não foi percebido uma identidade do estilista e sim uma preocupação em manter o ateliê em funcionamento com a estética preferida dos clientes (figura18).

Figura 18 – Vestidos produzidos no Ateliê B



Fonte: *Instagram* do ateliê

Outro aspecto observado no ateliê B refere-se à falta de exploração de oferta de serviços focado nos desejos dos clientes. Percebe-se que há uma hesitação em diversificar os serviços do ateliê, como a oferta de aluguel de roupas e consequentemente mudar o cliente que costuma receber.

ATELIÊ C

O ateliê funciona há cerca de um ano, o estilista trabalha há cinco anos com consultoria de moda. O ateliê tem uma conta no aplicativo de redes sociais de foto, o *Instagram*, no qual são postadas as peças de roupa desenvolvidas no ateliê. O contato é feito através do *Instagram* ou via email. O estilista é responsável pelo atendimento virtual.

O estilista considera sua pesquisa pessoal de tendências somados ao que o cliente gostaria de usar para o desenvolvimento da peça.

O ateliê dispõe de um profissional responsável para o conserto de peças, porém não há um trabalho de revitalização da peça, são realizados o que o ateliê considera como pequenos ajustes.

O estilista acredita que o mercado está desenvolvendo lentamente uma consciência para o consumo de roupas com valor de moda sustentável, e há uma dificuldade por parte dos jovens na aceitação desse tipo de peça, acredita que o jovem cultua prioritariamente a estética, ignorando os impactos gerados na produção

das roupas. Há uma preocupação com relação a durabilidade do material o qual será utilizado na produção da peça de roupa: “... *acredito que os clientes mais jovens não se importam muito com o local onde a peça está sendo criada, nem os critérios que serão utilizados para a sua criação. Eles são mais visuais e cultuam o see now, buy now*¹⁶”.

O quadro 9 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê C. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Quando a demanda aumenta são contratadas, através de diárias, os profissionais responsáveis. Atualmente, são necessários quatro colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 9 – Referências Ateliê C

ATELIÊ - C	
MATERIAIS E PROCESSOS	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha pelo caimento do tecido para o modelo de roupa a ser desenvolvido. Utiliza tecidos sintéticos e rendas. Adquire os tecidos em São Paulo, Recife e Santa Cruz do Capibaribe. Nunca trabalhou com tecidos orgânicos.
	TINGIMENTO
	Não realiza tingimento.
	TIPO DE MODELAGEM
	Faz uma nova modelagem para cada peça produzida. Não utiliza recursos digitais. Os restos de papel são descartados em lixo comum, porém está tentando implementar esta prática com os seus colaboradores.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	AVIAMENTOS E BORDADOS
	Adquire materiais em lojas de São Paulo e Recife. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados.
ENTREGA	OUTPUTS
	Sobras maiores de tecido são guardados para serem reutilizados em outras peças. Retalhos são doados aos colaboradores do ateliê. Os pequenos retalhos de tecido são descartados no lixo comum.
	ETIQUETAS
ENTREGA	ETIQUETAS
	Todas as peças são entregues com uma etiqueta informando o tipo de lavagem necessário.
ENTREGA	EMBALAGEM
	As peças são entregues em capas de TNT ou embalados em papel de seda e em caixa de papel.

Fonte: a autora.

O estilista do ateliê C têm duas formações acadêmicas, sendo uma delas na área de moda. Mesmo com a formação acadêmica em moda não foi identificado no profissional um entendimento profundo das etapas de desenvolvimento de uma roupa, a autora acredita que com a experiência no ateliê essa compreensão da construção de uma roupa será aprofundada. Foi percebido que há um interesse

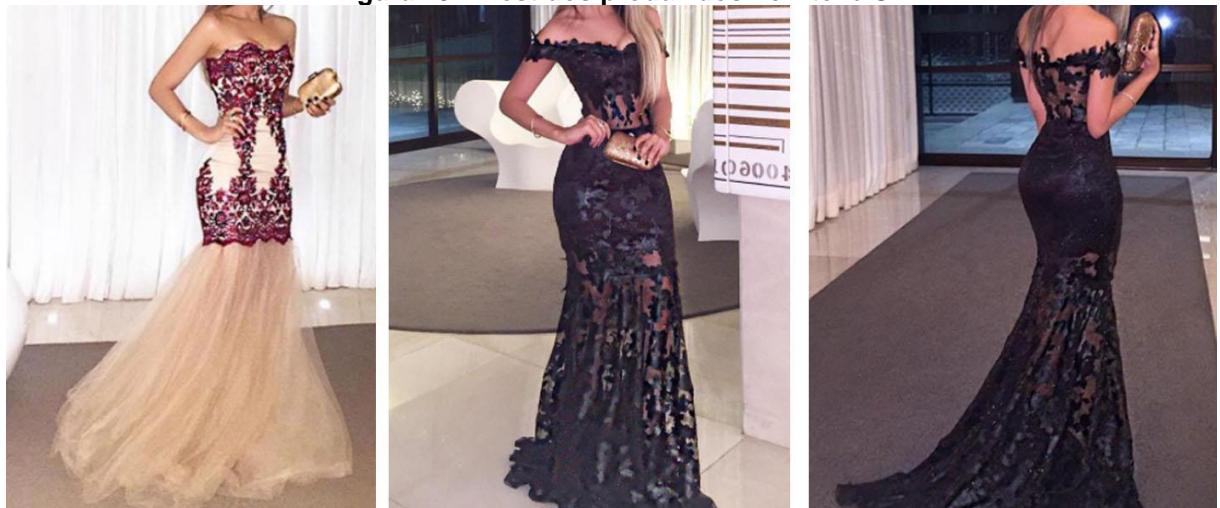
¹⁶ Segundo FFW, o sistema “see now, buy now” diminui o tempo entre os desfiles e a chegada das peças às lojas, tornando quase imediato – diferentemente do que acontece hoje, quando existe um intervalo entre a divulgação da coleção e sua venda.

pessoal do estilista em aderir práticas sustentáveis no desenvolvimento dos produtos, como também foi percebida uma falta de compreensão em qual etapa tais mudanças podem ser iniciadas.

A entrevista no Ateliê C foi realizada fora do ateliê, não foi possível identificar as condições de trabalho das colaboradoras.

No contexto ambiental, foi identificado que há preocupação do estilista no cenário do ateliê que vai além das escolhas das matérias-primas, a preocupação com a separação do lixo, por exemplo. A identidade percebida nas roupas produzidas no ateliê estão conectadas à identidade do estilista, não foi possível fazer um paralelo com a matéria-prima utilizada figura 19.

Figura 19 – Vestidos produzidos no Ateliê C



Fonte: *Instagram* do ateliê

A empresa é recente e foi identificado que o negócio funciona como a maioria dos ateliês, não uma exploração de oferta de serviços focado nos desejos dos clientes. Percebe-se que há uma hesitação em diversificar os serviços, como a oferta de aluguel de roupas e consequentemente mudar o cliente que costuma receber.

ATELIÊ D

O ateliê atua há quatro anos o estilista iniciou a carreira de modo informal, desenvolvendo produtos para familiares e amigos próximos. De forma autodidata e com auxílio da família aprendeu todas as etapas necessárias para montar uma peça de roupa. *“Eu aprendi com a minha mãe, vendo ela costurar desde cedo e me interessei, sempre me interessei por essa questão de ver o tecido e o que pode sair”*

dali. Sempre tive a curiosidade de sair montando [a peça de roupa]... não tenho diploma de estilismo. De início foi para uma prima que ia se formar e perguntou se eu podia fazer o vestido de formatura. E a partir disso muita gente começou a procurar, saber valor”.

Além do ateliê de confecção sob medida, o estilista desenvolve coleções que são vendidas em lojas locais. Mantem uma conta no aplicativo de redes sociais de fotos, *Instagram*, onde publica todas as produções do ateliê. O atendimento é realizado pelo próprio estilista via aplicativo de mensagens *Whatsapp* disponibilizado no *Instagram*. O estilista é responsável pela agenda de horários dos clientes.

O contato via aplicativo *Whatsapp*, o estilista informa uma faixa de preço, considera uma forma de reduzir o trabalho para ambas as partes. No contato via mensagem, o estilista solicita imagens de referência. No primeiro contato pessoal com o cliente o estilista apresenta desenhos com ideias a partir das referências antes recebidas.

O ateliê realiza consertos e pequenos reparos nas roupas produzidas no ateliê, porém, dependendo da demanda o estilista não aceita esse tipo de serviço. Cada caso é analisado separadamente.

Sob o quesito sustentabilidade, o estilista considera a forma como trabalha sob demanda, evitando desperdício é um ponto essencial para a contribuição de uma produção sustentável. Não identifica em suas clientes o interesse em roupas com valor de moda sustentável, o interesse está relacionado à estética e à durabilidade dos materiais utilizados. Segundo o estilista: “*ela [a cliente] vem com a peça que está em alta embora querendo uma roupa durável. Só que o durável que vai ser usado em uma festa esse final de semana, na próxima festa se for na mesma cidade ou com as mesmas pessoas já é outra peça [diferente da primeira]. . . devido ao Instagram. Porque tirou uma foto hoje, postou e ninguém quer repetir mais o vestido. . . É durável, porque digamos assim, porque o material é bom, durável, mas é uma peça que é para um evento, dois e depois elas já repassam. . .*”.

O quadro 10 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê D. Os processos de modelagem, corte e costura são realizados dentro do ateliê pelo estilista. Enquanto o bordado e acabamento são terceirizados, realizado fora do ateliê. Atualmente, são necessários dois colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 10 – Referências Ateliê D

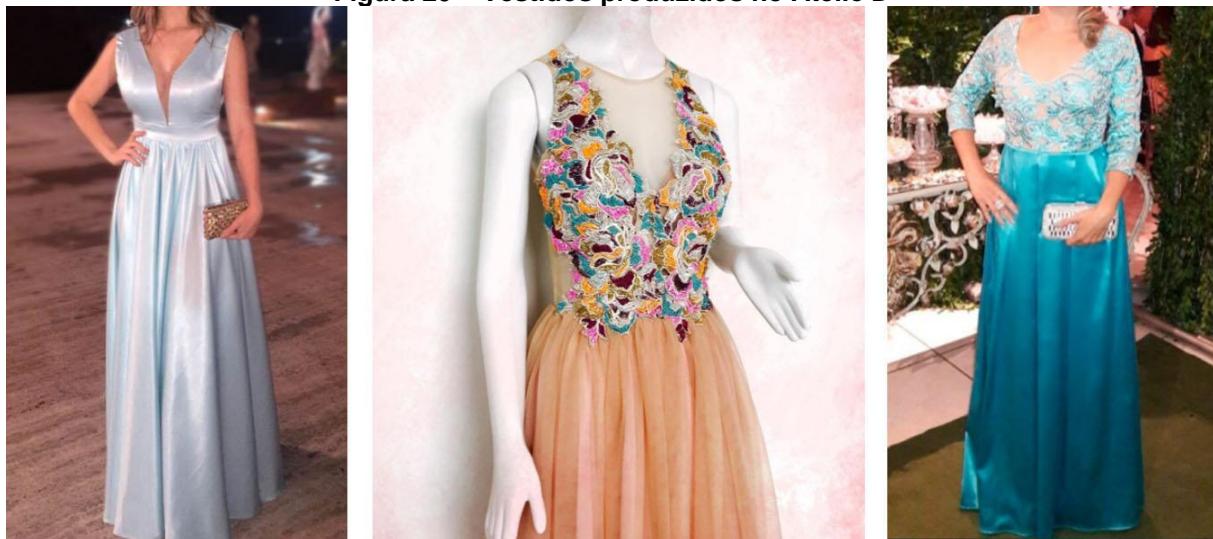
ATELIÊ - D	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	TINGIMENTO
	TIPO DE MODELAGEM
	AVIAMENTOS E BORDADOS
	OUTPUTS
	ETIQUETAS
	EMBALAGEM

Fonte: a autora.

O estilista do Ateliê D realiza a maior parte das etapas de produção de um vestido, há apenas uma colaboradora externa a qual realiza os bordados e acabamentos. Devido a esse fato, não é esperado mudanças na forma de produção. Há um interesse, porém, o ateliê ainda não se estabeleceu como uma empresa a qual consegue sustentar outros colaboradores.

No contexto ambiental, foi identificado o aproveitamento de resíduos de tecidos para a produção de novas peças de roupa. O estilo identificado nas peças produzidas no ateliê vão de acordo com o estilo do estilista, como informa a figura 20.

Figura 20 – Vestidos produzidos no Ateliê D



Fonte: *Instagram* do ateliê

Um aspecto observado no ateliê D, refere-se à falta de exploração de oferta de serviços focado nos desejos dos clientes. Percebe-se que há uma hesitação em diversificar os serviços do ateliê como a oferta de aluguel de roupas e consequentemente mudar o cliente que costuma receber.

ATELIÊ E

No mercado, há sete anos o estilista iniciou a carreira em uma empresa familiar e atualmente está à frente dos negócios. Concilia a produção de roupas com a sua formação original de maquiador profissional. O ateliê atende cliente para confeccionar roupas como também fazer maquiagem. Mantem uma conta no aplicativo de rede social de fotos, *Instagram*, onde publica o trabalho relacionado às roupas e maquiagem. O atendimento é realizado pelo estilista via aplicativo de mensagens *Whatsapp*. O estilista é responsável pela sua agenda de horários dos clientes.

No primeiro contato pessoal com o cliente, o estilista solicita algumas referências em foto para demonstrar qual ideia ela tem para a peça de roupa e então iniciar o desenvolvimento da roupa. De acordo com o estilista, “... as redes trazem muitas referências em foto, mas em uma bate-papo... eu vou tentando puxar características de estilos e vou tentando pegar detalhes que a gente joga no final dessa peça. E quando ela traz referência a gente já entende 50% do que elas querem... eu sempre digo que eu não vou fazer uma cópia a gente traz uma ideia

mas eu vou fazer a modificação de um detalhe para não ficar exatamente uma cópia daquilo”.

O ateliê desenvolve produtos a partir do desejo do cliente, como também disponibiliza vestidos para aluguel. O ateliê é aberto para qualquer transformação que a cliente desejar: “... a gente sempre deixa um pouquinho (de tecido) para folga. As vezes têm cliente que prefere trazer para que a gente lave do que mandar para a lavanderia. E para esse lance de ajuste, as vezes é um longo e ela não vai ter como aproveitar depois, o vestido ficou muito marcado e ela vem a gente transforma em um curto, em uma outra peça que ela vai acabar aproveitando melhor depois”.

Ao ficar desgastada a imagem do vestido a qual o ateliê disponibiliza para aluguel, em geral, são vendidos em bazar, lojas de aluguel de roupas ou em lojas de cidades próximas (Arcoverde-PE, Crato-CE) também de aluguel de roupas.

O quadro 11 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê E. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Quando a demanda aumenta são contratadas, através de diárias, os profissionais responsáveis. Atualmente, são necessários três colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 11 – Referências Ateliê E

ATELIÊ - E	
MATERIAIS E PROCESSOS	
TECIDOS UTILIZADOS	Escolha a partir do caimento do tecido. Trabalha com rendas, musseline, tafetá, shatung, cetim bucol e organza. Adquire os tecidos em Caruaru, Campina Grande e Recife. Nunca trabalhou com tecidos orgânicos.
TINGIMENTO	Tinge os tecidos quando necessário com tinta ou pó de tingimento apropriado para tecido.
TIPO DE MODELAGEM	A modelista não desenvolve modelagens no papel, o corte é feito diretamente no tecido.
AVIAMENTOS E BORDADOS	Utiliza materiais comprados em lojas especializadas em Caruaru, Recife e Campina Grande. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados. Utiliza pedrarias em vidro, pela melhor conservação do material.
OUTPUTS	Sobras maiores de tecido são guardados para serem reutilizados em outras peças ou em colchas. Retalhos maiores são doados à instituições. Os pequenos retalhos de tecido são descartados em lixo comum.
ETIQUETAS	As peças não são entregues com etiqueta informando os cuidados, porém todas as informações são relatadas ao cliente.
EMBALAGEM	As peças de roupas aluguel (que retornam ao ateliê) são entregues em capas de plástico. As peças de roupas vendidas são entregues em capa de TNT.

Fonte: a autora.

Durante a visita e entrevista no Ateliê E, foi percebida uma preocupação com os colaboradores da empresa, com o local de produção, o bem-estar de quem trabalha no ateliê, principalmente por seu uma empresa familiar.

No contexto ambiental, foi identificado que não há uma preocupação com as formas de produção do ateliê. No dia da entrevista o estilista informou que havia conhecido um tecido ecológico que difere com o que é usual: algodão, cores neutras, características que vão de encontro com a identidade do ateliê. Essa novidade trouxe uma vontade de buscar novos tecidos.

Figura 21 – Vestidos produzidos no Ateliê E



Fonte: *Instagram* do ateliê

ATELIÊ F

Atua no mercado de moda há 16 anos, iniciou através de confecção de bolsas. Além de trabalhar com peça sob medida exclusiva, faz primeiro aluguel e aluguel. O profissional à frente do ateliê sempre prezou por desenvolver peças com design exclusivo, mesmo quando o vestido é para aluguel. “*Eu reformo todo o vestido, o vestido é alugado, mas personalizado. Quando retorna eu mando lavar (o vestido), mas não reformo, só reformo para a cliente, eu faço personalizado. O meu aluguel é diferenciado, eu consegui agregar o público... que quer algo diferenciado*”.

O primeiro contato com o cliente é por telefone ou por aplicativo de mensagens, disponível em sua conta no *Instagram*. O estilista e uma funcionária atendem os clientes e organizam a agenda do ateliê. Com a reunião marcada, o estilista pede para que o cliente conte qual o sonho que ela deseja realizar ao mesmo tempo em que analisa o perfil físico do cliente: “*Eu pergunto sempre quem indicou, explico o que faço no ateliê e explico que mesmo que ela queira um primeiro aluguel ela pode provar (os vestidos disponíveis no ateliê). E ai eu escuto o que ela sonha... enquanto ela fala, vou prestando atenção, cuidadosamente, no corpo dela*

para saber se tudo o que ela sonha vai ficar bom no corpo dela. Porque é minha obrigação passar a informação para a cliente, se ela vai acatar ai ela que resolve mas é a minha obrigação passar”.

O ateliê trabalha com consertos e reaproveitamento de peças produzidas no ateliê, segundo o estilista e não cobra um valor a mais por isso. O estilista credita o seu trabalho a sua falta de curiosidade na busca de matéria-prima sustentável. Como toda a produção passa nas mãos do estilista, falta tempo para pesquisa, como também falta a disponibilidade da matéria-prima com valor sustentável disponível nos fornecedores. *“Todo o vestido do meu ateliê ele é criado por mim, desenhado por mim e desenvolvido por mim aqui dentro do ateliê. Então eu acompanho todo o processo do vestido, da peça, o desenho, a modelagem, o corte, a costura, o bordado... não se faz uma bainha aqui sem perguntar a mim. Porque cada desenho, cada vestido eu penso em uma bainha diferente, uma bainha larga, uma bainha fina. As vezes é ruim porque tudo depende de você, quando preciso viajar eu deixo todo o programa de cada vestido pronto”.*

O quadro 12 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê F. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Atualmente, são necessários quatorze colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 12 – Referências Ateliê F

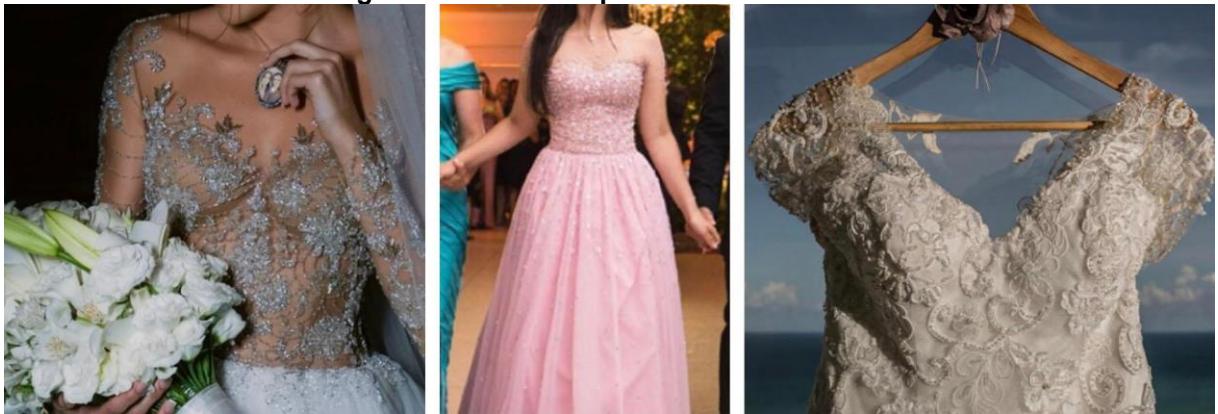
ATELIÊ - F	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	TINGIMENTO
	TIPO DE MODELAGEM
	AVIAMENTOS E BORDADOS
	OUTPUTS
	ETIQUETAS
	EMBALAGEM

Fonte: a autora.

O Ateliê F é uma empresa composta por uma quantidade de funcionários maior, a empresa emprega 14 funcionários. Essa quantia está relacionada aos serviços que são oferecidos. Além da venda de roupas, o ateliê também aluga vestidos. Os funcionários são focados no desenvolvimento do produto, enquanto outras tarefas como atendimento ao cliente e mídias sociais, são exclusivamente realizadas pelo estilista.

No contexto ambiental, não foram identificadas práticas realizadas no ateliê. Foi percebido que o estilista está aberto às sugestões. Não há a procura de uma matéria-prima sustentável, mas há um cuidado com a escolha dos tecidos e aviamentos por preocupação com o acabamento das peças confeccionadas no ateliê.

Figura 22 – Vestidos produzidos no Ateliê F



Fonte: *Instagram* do ateliê

ATELIÊ G

Atua no mercado de moda há 5 anos, iniciou através de pequenas coleções produzidas em facções e vendidas em lojas locais. Devido à dificuldade em produzir em larga escala, mudou o estilo de peça para sob medida: *“Me desencantei (com a marca) porque é muito difícil uma pequena empresa concorrer com uma grande empresa de moda casual, porque o que eu vendo não é muito diferente do que uma Riachuelo vai vender... passei dois anos e meio com a marca. Eu vendia para algumas lojas, por começo foi por amizade... depois comecei a ficar mais profissional. Outro problema era o pagamento, as lojas passam por muitos problemas e quando você está fora disso, você acha que eles só fazem ganhar, mas eu vi quanto era difícil manter e para pagar fornecedor é muito difícil... Eu já comecei a fazer roupa de festa e vi que me dava mais lucro, roupa sob medida de festa. Só que não era na facção, era um processo criativo dentro da minha casa com as minhas costureiras”.*

O estilista, sempre prezou por desenvolver em sua empresa uma peça com valor de moda durável, tanto em relação ao tipo de material utilizado como também o design da peça. Já tentou implementar peças de roupas com tecidos orgânicos, com tecnologias sustentáveis, porém não obteve sucesso em relação ao lucro. *“Eu já fiz um projeto para fazer roupas casuais com tecidos tecnológicos que fossem sustentáveis e a realidade daqui é muito diferente, os tecidos são muito caros. Você não consegue vender uma t-shirt por 200 reais, que seria o preço do produto final para a pessoa ter lucro”.*

O primeiro contato com o cliente é através de aplicativo de mensagens. O ateliê não tem conta no *Instagram* e sua divulgação é no boca a boca. O próprio

estilista atende todos os clientes, pois dessa forma consegue ter mais controle da sua agenda. Com a reunião marcada, o estilista pede para que conte qual o sonho da cliente e o qual tipo de roupa a cliente não gosta e solicita dez imagens como referência. O estilista, neste momento, capta características psicológicas e físicas da cliente: *“Por exemplo me ajuda muito quando a cliente diz o que não gosta.. Você tem que ler a pessoa e ser muito sutil, tem várias pessoas que pede um decote grande e quer o vestido que está lindo na modelo. E ai eu começo a explicar que é diferente o que vemos no desfile, na foto e ao vivo. Começo a trabalhar com o que a pessoa se sente bem”*.

O ateliê trabalha com consertos e reaproveitamento de peças produzidas no próprio local, essas reformas nas peças de roupas são esclarecidas durante todo o atendimento com o cliente. Já teve uma experiência em transacionar um vestido entre duas clientes, mas tem dúvidas se essa ação pode concorrer com as peças que ela produz sob medida: *“... eu fiz uma vez (revenda) com uma noiva e deu muito certo. . . eu fiz os ajustes e cobrei os ajustes + 25% do vestido vendido. Eu gostei porque o trabalho é muito pouco, mas não sei se concorre comigo mesma, na parte que faço a roupa sob medida”*.

O estilista considera o mercado local difícil para o desenvolvimento do produto com valor de moda sustentável, com relação a concepção dos clientes sobre o que é moda sustentável. Além de já ter afirmado que é difícil o acesso a matéria-prima considerada sustentável. O maior interesse dos clientes é estético.

Segundo o estilista: *“Nenhum cliente tem interesse em roupas sustentáveis. Tem algumas pessoas que tem interesse em conhecer como a roupa está feita, na verdade o público mais velho que tem mais tempo. Até porque os cliente da nossa idade não tem tempo. Eu tive uma noiva que disse que não queria saber o que ia fazer só queria ficar bonita”*.

O quadro 13 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê G. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Atualmente, são necessários cinco colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê além de uma parceria com uma cooperativa que produz renda Renascença.

Quadro 13 – Referências Ateliê G

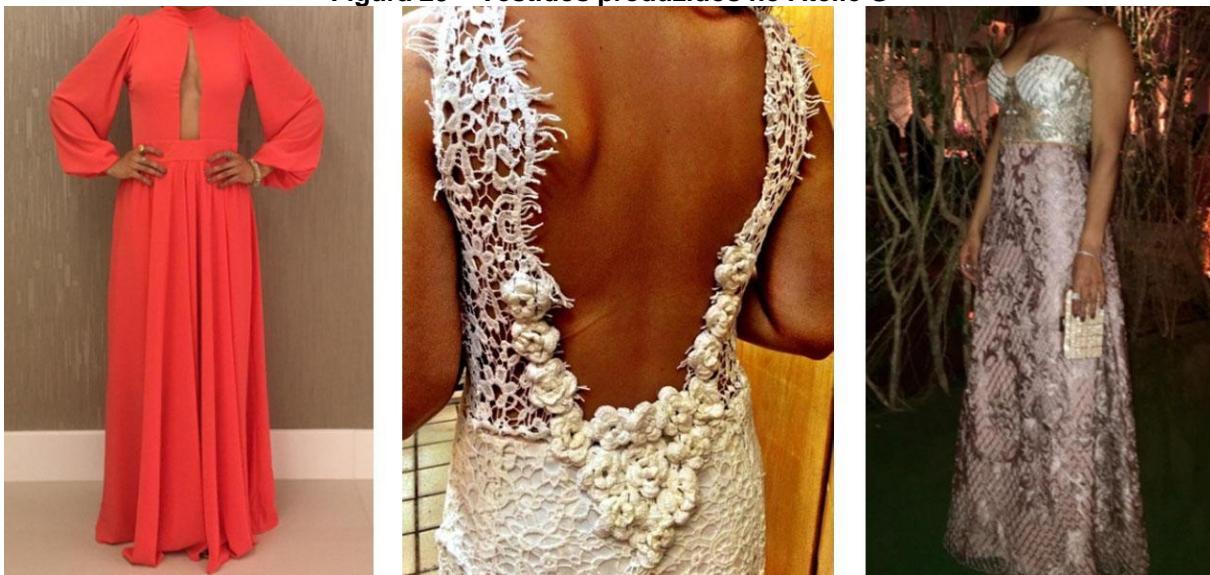
ATELIÊ - G	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha a partir do cliente. Utiliza rendas, seda, crepe. Adquire os tecidos em São Paulo e Recife. Tem parceria com uma cooperativa em Recife onde produz rendas Renascença. Nunca foi apresentada à tecidos orgânicos.
	TINGIMENTO
	Tinge os tecidos quando necessário pó de tingimentos apropriado para tecido.
	TIPO DE MODELAGEM
	Têm modelagens base que são guardadas e faz uma nova modelagem para cada peça produzida. Não utiliza recursos digitais. Pratica a coleta seletiva no ateliê.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	Utiliza materiais comprados em lojas especializadas em São Paulo e Recife. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados.
	OUTPUTS
	Retalhos maiores são doados à colaboradoras. Os pequenos retalhos de tecido são descartados em lixo comum.
ETIQUETAS	As peças são entregues com um cartão escrito à mão informando os cuidados necessários com a peça.
	EMBALAGEM
As peças de roupas são embalados em plásticos e colocada em caixa de papel.	

Fonte: a autora.

Foi percebido que o estilista do ateliê G, tem hábitos saudáveis na sua vida pessoal, preocupação com o corpo, saúde, alimentação, produtos consumidos, práticas como ioga e meditação. É notório que há uma relação entre os costumes da vida pessoal com as práticas realizadas no desenvolvimento do produto do ateliê. Além do interesse do estilista em descobrir novidades: novos tecidos, materiais e ofertas de serviços, o que é entendido como um ponto positivo no sentido de trazer inovação para as atividades do ateliê.

O Ateliê G tem uma preocupação com os colaboradores da empresa, com o local de produção, o bem-estar de quem trabalha no ateliê como também na busca que seus colaboradores cresçam junto do ateliê e para isso o estilista oferece bolsas para que seus colaboradores façam cursos profissionalizantes.

Figura 23 – Vestidos produzidos no Ateliê G



Fonte: *Instagram* do ateliê

ATELIÊ H

Atua no mercado de moda há 14 anos, iniciou trabalhando em empresas, desenvolvendo coleções e depois com pesquisa de tendências. Há dois anos abriu o ateliê e uma marca de moda agênera. O estilista sempre prezou por desenvolver em sua empresa uma peça com valor de moda durável, tanto em relação ao tipo de material utilizado como também o design da peça.

O primeiro contato com o cliente é através do *Whatsapp*, disponível em sua conta no *Instagram*. O próprio estilista atende todos os clientes, em sua casa/ateliê e faz questão de receber todos os clientes de maneira informal. O estilista apresenta referências para o cliente e pergunta sobre o gosto do cliente, não solicita imagens de referências. “... eu tenho um acervo de vários anos de desfiles e divido por silhuetas, volumes, mangas e começo a mostrar sem que ele perceba nitidamente essa divisão. Começo a perguntar o que agrada e o que não agrada. Vou montando um painel de informações e de imagens e vou procurar os materiais, faço uns dois ou três desenhos e quando a pessoa aprova começa a produção”.

O ateliê realiza consertos e reaproveitamento de peças produzidas no ateliê: “... o ateliê está aberto para reformar a peça. Isso aconteceu com um vestido de madrinha, nós conversamos e mostrei a cliente várias formas como utilizar novamente aquela peça. Eu sempre faço o possível para que a peça mude”.

O estilista considera a crise econômica um ponto positivo para o desenvolvimento da moda sustentável, trouxe para o mercado outro olhar para as roupas segundo os clientes: “Eles (os clientes) se preocupam muito mais com a

durabilidade e versatilidade da peça. Acho muito positivo essa coisa que a crise trouxe, que as pessoas querem algo que dure muito. E é uma coisa que o europeu têm muito porque passaram por muitas guerras...”.

O quadro 14 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê H. O ateliê trabalha de forma colaborativa, seleciona estagiários e todos participam de todos os processos do ateliê. “*Eu me preocupo muito como a peça está sendo feita, por quem está sendo feita... eu tenho parceria com a UFPE para receber estagiários, eu já recebi quatro estagiários e foi maravilhoso. Funciona como se fosse um coletivo, cada um coloca sua proposta e a gente discute muito. Um faz os acessórios, o outro começa a participar da modelagem, depois nos unimos para fazer todas as modelagens... e tenho três costureiras que trabalham em casa*”.

Quadro 14 – Referências Ateliê H

ATELIE - H	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha a partir da disponibilidade do mercado. Adquire os tecidos em Caruaru e Recife. Não trabalha com tecidos bordados. Não trabalha com tecidos orgânicos na linha festa. Nas coleções casuais utiliza somente tecidos orgânicos.
	TINGIMENTO
	Tinge os tecidos quando necessário pó de tingimentos apropriado para tecido, tinta de tecido e chá. Prefere usar tinta de tecido, pois a tinta fixa e ao lavar não gera muito resíduo.
	TIPO DE MODELAGEM
	Têm modelagens base que são guardadas e faz uma nova modelagem para cada peça produzida ou dependendo da demanda, corta diretamente no tecido. Não utiliza recursos digitais. Os restos de papel são jogados em lixo comum.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	
ENTREGA	OUTPUTS
	Todos os retalhos são reaproveitados na elaboração de novas peças.
ENTREGA	ETIQUETAS
	As peças são entregues com etiqueta com informações dos cuidados necessários com a peça.
ENTREGA	EMBALAGEM
	As peças de roupas são entregues em capas de tecido.

Fonte: a autora.

O estilista tem formação acadêmica na área de moda, além de uma pós-graduação e experiência de trabalho e estudo no exterior. Essa experiência foi importante para o estilista por motivar a desenvolver um estilo de peças as quais ele sempre acreditou: peças desenvolvidas com identidade, uma boa matéria-prima,

roupas desenvolvidas de forma colaborativa. Além do ateliê, o estilista tem uma marca de roupa que expressa mais esse olhar.

O estilista em parcerias com universidades seleciona estagiários para trabalhar no ateliê e conhecer todos os processos, o interessante dessa prática é que todos os colaboradores participam de todas as atividades: criação, compra de material, modelagem, corte, costura, bordado, além de atividades mais burocráticas, o que engrandece a experiência dos estagiários e eles têm a visão do todo funcionamento do ateliê.

No contexto ambiental, o estilista se preocupa com qual tipo de material está comprando para produzir suas peças, não há a utilização de materiais biodegradáveis, porém reutiliza tecidos para a confecção de novas peças.

Figura 24 – Vestidos produzidos no Ateliê H



Fonte: *Instagram* do ateliê

ATELIÊ I

Atua no mercado de moda há 12 anos, iniciou através de concursos e coleções produzidas em confecção própria, o que chamou de *prêt-à-porter*¹⁷. Voltou a trabalhar com roupas sob medida por ter mais controle da produção e venda. O profissional à frente do ateliê sempre prezou por desenvolver em sua empresa uma peça com valor de moda. Existe uma preocupação profunda em todos os aspectos de como a roupa está sendo construída e como isso é transmitido aos clientes.

¹⁷ A expressão *prêt-à-porter* significa “pronto a vestir” e foi criada pelo estilista francês J.C. Weil, no final de 1949, depois do fim da Segunda Guerra Mundial.

O primeiro contato com o cliente é através de aplicativo de mensagens, disponível em sua conta no *Instagram* ou diretamente por telefone. Existe um colaborador no ateliê responsável pelo atendimento prévio e nesse primeiro contato já é feita uma triagem.

Há uma grande preocupação do ateliê em desenvolver peças com a identidade própria e o ateliê utiliza das mídias sociais para passar essa identidade. *“... a mulher que casa pela segunda procura uma coisa diferente, ela quer acompanhar o processo, quer escolher as coisas, conhece a marca. Diminuiu mais o número de meninas que chegam com o print pedindo para fazer o vestido. Diminuiu essa cliente, geralmente essa cliente chega em você, porque ela acredita que você é mais barato do que tem na loja e tem cliente pensando nisso ainda... as (clientes) que ainda vem, o Instagram ajuda na seleção das clientes. Quando elas (as clientes) veem as fotos das noivas ali elas não veem esse tipo de roupa, o trabalho de branding ajuda”.*

Com a reunião marcada, o estilista faz uma entrevista com a cliente e marca uma outra reunião com o projeto finalizado: *“Fazemos uma entrevista (com a cliente), depois apresentamos o projeto. Nesse projeto é o desenho com a matéria-prima que será usada. Ela fechando (o projeto), passamos um calendário de provas, deixamos agendado até 3 provas e tiramos medidas”.*

O ateliê trabalha com o que eles consideram como pequenos consertos, os vestidos têm o prazo de um ano para ser feito esses ajustes, porém trata cada caso de forma única: *“Muita gente vinha para consertar e não queria pagar... dando uma pesquisada vi que roupa de festa tem garantia de um ano. Então se a pessoa quer fazer uma barra, um ajuste, ela tem garantia de um ano para isso agora passou esse prazo não temos mais responsabilidade por essa peça. As vezes ela aumentou o peso e o ajuste seria praticamente refazer o vestido. . . não tem como, hoje quando a cliente liga para cá, você não pode barrar de uma forma agressiva. Dependendo do tempo e do trabalho, nós fazemos...as vezes não temos mais o material para fazer, não tem tecido, não tem bordado, não tem como fazer”.*

O estilista considera o mercado local um pouco mais complicado, porém não impossível para a fabricação de produtos com design com valor de moda sustentável. Acredita que o estilista pode direcionar o olhar do cliente e mostrar as possibilidades existentes fora do que o cliente é comumente apresentado. Segundo o estilista: *“... acho que consegue, apesar de ser muito específico, com um público*

muito específico, eu não sei se esse público vai conseguir segurar uma marca voltada para isso (moda sustentável), estou falando localmente, porque não é um produto barato. Principalmente quando envolve o artesanal, a matéria prima, a mão-de-obra não é barata, se você realmente for trabalhar com o preço justo, eu não sei até onde esse produto vai”.

O quadro 15 especifica os materiais e processos utilizados no desenvolvimento das peças no ateliê I. Todos os processos são realizados dentro do ateliê. Atualmente, são necessários oito colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 15 – Referências Ateliê I

ATELIÊ - I	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha a partir do desejo da cliente. Adquire os tecidos através de representantes ou em São Paulo. Utiliza seda e outros tecidos com base em poliéster e com um bom calimento.
	TINGIMENTO
	Não realiza tingimentos por não concordar com a agressão ao meio ambiente mesmo que baixa. E não há quantidade considerável de tecido para realizar tingimento natural.
	TIPO DE MODELAGEM
	Têm modelagens base que são guardadas e corta diretamente no tecido. Não utiliza recursos digitais. Os restos de papel são jogados em lixo comum.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
ENTREGA	Utiliza materiais comprados em lojas especializadas em Recife e raramente faz pedidos na internet. Sempre compra em grandes quantidades e cria os bordados baseado no que tem em estoque. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados.
	OUTPUTS
ENTREGA	Retalhos maiores são doados à colaboradoras. Os pequenos retalhos de tecido são descartados em lixo comum.
	ETIQUETAS
ENTREGA	As peças não são entregues com etiqueta informando os cuidados, porém todas as informações são relatadas aos cliente.
	EMBALAGEM

Fonte: a autora.

O estilista do ateliê I não teve uma formação acadêmica. Após o início do ateliê foram feitos alguns cursos de moda, que ajudou a desenvolver melhor as atividades.

Foi percebido que há um interesse pessoal do estilista em descobrir novas coisas, o que foi avaliado como um ponto positivo no sentido de trazer inovação para as atividades do ateliê. Além de ter um colaborador que o ajuda a pensar em novos serviços do ateliê.

Foi percebido que há uma preocupação com os colaboradores da empresa, com o local de produção, o bem-estar de quem trabalha no ateliê, além de perceber que os colaboradores que ali estavam têm muito orgulho do trabalho que faz.

No contexto ambiental, foi identificado que além do cenário do ateliê, o estilista se preocupa com o que é consumido em sua vida pessoal e sempre busca novidades para aplicar no trabalho. Não há a utilização de materiais biodegradáveis, porém reutiliza rendas, bordados e retalhos de tecidos para a confecção de novas peças. Além de sempre pensar do ponto de vista ambiental: o ateliê não realiza tingimento em tecidos, pois não concorda com os resíduos que esse tipo de tingimento causa. O estilista já fez cursos para desenvolver o tingimento utilizando plantas e outros materiais orgânicos, porém a demanda por esse tipo de atividade é baixa e ainda não compensa montar uma estrutura no ateliê.

Figura 25 – Vestidos produzidos no Ateliê I



Fonte: *Instagram* do ateliê

Atualmente o ateliê vende o vestido, foi percebido que há um receio em diversificar os serviços ofertados e dessa forma perder o cliente.

ATELIÊ J

Atua no mercado de moda há 29 anos, iniciou com um pequeno ateliê costurando todos os tipos de roupa, principalmente para ser vendido na Feira de Caruaru e trabalhando com consertos. Há seis anos focou na produção de vestidos de festa e há dois acrescentou o serviço de vestidos para aluguel.

Para o início do serviço de aluguel de vestidos de festas o profissional à frente do ateliê, fez pesquisas em lojas especializadas em Recife, São Paulo e em outros

países. Sua prioridade é mostrar ao cliente que não houve uma decadência no serviço pelo acréscimo do vestido de aluguel, o espaço foi reformado para dar maior comodidade aos clientes. “... *chegou em um ponto que a gente realmente não queria ser só meia dúzia de vestidos, decidimos investir e colocar isso como uma fonte de renda. Fizemos uma estrutura maior, um espaço legal, compramos fora do país, pegamos alguns vestidos e reformamos para ficar mais moderno. Então, investimos para fazer um lançamento, para divulgar e ter uma certa quantidade de vestidos. Hoje temos uns 300 [vestidos]. O nosso medo também é não virar uma loja popular, que você chega e vê que tem vestidos de dez anos atrás e tem cara de aluguel, o nosso foco é, a nossa prioridade é não deixar com essa cara, então, saiu de moda, a gente vai reforma, tira, coloca outro no lugar. Mas a gente também não quer ter 500 vestidos com cheiro de mofo*”.

O primeiro contato com o cliente é através do *Whatsapp*, disponível em sua conta no *Instagram* ou diretamente por telefone, também disponível no aplicativo *Instagram*. O próprio estilista atende todos os clientes e controla sua agenda. Com a reunião marcada, o estilista pede para que conte um pouco sobre o evento o qual o cliente irá participar, geralmente o cliente mostra referências visuais que auxiliam na identificação do estilo pessoal do cliente. O ateliê identifica que os vestidos de aluguel ajudam na hora da escolha do modelo dos vestidos das clientes: “... *a loja de aluguel ajuda muito em relação a isso. Os mais velhos chegam e pedem um vestido de manga longa, mas não sabe de nada, tecido, nada. . . a gente tem uma série de opções que mostra e vai identificando o gosto da cliente*”.

O ateliê trabalha com consertos e foi identificado um serviço no qual o ateliê recebe as clientes e não atrapalha o serviço diário e as clientes podem confiar no conserto da peça, pois será realizado dentro do ateliê. Existe uma colaboradora que faz os serviços de conserto, é deixado claro à cliente que é outro serviço e o pagamento é feito a parte do ateliê. Além disso, se o cliente desejar desde o início do desenvolvimento da peça reutilizar o vestido com alguma alteração o vestido já é projetado pensando nessa futura alteração.

Os estilistas consideram o mercado local difícil para a propagação do design com valor de moda sustentável, acredita que o pensamento sustentável surgirá a partir de uma necessidade e que a educação nas escolas é um bom começo para iniciar essas mudanças. Segundo o estilista: “... *depois que meus filhos começaram a ir para a escola, pedem para levar garrafa para a escola para fazer um brinquedo,*

eu comecei a me preocupar mais com isso, em relação a ambiente. Então, comecei a me preocupar com água, com o uso da água...não é que tá no meu cotidiano sempre, mas eu comecei a pensar mais sobre porque tem um momento que as coisas vão faltar. Mas também não é uma coisa que me preocupa...tem que reaproveitar as coisas, vai chegar a um ponto que a gente não vai pode usar sacolinha de plástico por ai, a gente tem que começar a sentir necessidade de reaproveitar. Mas eu não acho que é uma coisa que as pessoas almejam isso, será uma necessidade que vai levar à isso".

O quadro 16 especifica os materiais e processos utilizados no processo de desenvolvimento das peças no ateliê J. Todos os processos são realizados dentro do ateliê, quando há uma alta demanda são contratados através de diárias, colaboradores para realização do processo. Atualmente, são necessários quatro colaboradores para o desenvolvimento de uma peça no ateliê.

Quadro 16 – Referências Ateliê J

ATELIÊ - J	
MATERIAIS E PROCESSOS	TECIDOS UTILIZADOS
	Escolha a partir do caimento do tecido para o modelo a ser desenvolvido. Adquire os tecidos em Caruaru e Recife e em todos os tipos de loja, dos tecidos vendido na Feira de Caruaru às lojas especializadas.
	TINGIMENTO
	Não realiza tingimento.
	TIPO DE MODELAGEM
	Têm modelagens base que são guardadas e faz uma nova modelagem para cada peça produzida. Não utiliza recursos digitais. Pratica a coleta seletiva no ateliê.
	AVIAMENTOS E BORDADOS
Utiliza materiais comprados em lojas especializadas em Recife e Caruaru. Não soube informar a origem de produção dos aviamentos e bordados comprados.	
OUTPUTS	
Retalhos maiores são doados às Instituições. Os pequenos retalhos de tecido são descartados em lixo comum.	
ENTREGA	
ETIQUETAS	
As peças não são entregues com etiqueta informando os cuidados, porém todas as informações são relatadas aos cliente.	
EMBALAGEM	
Os vestidos são entregues em capas de TNT ou embalados em papel de seda dentro de uma caixa de papel.	

Fonte: a autora.

O ateliê J é uma empresa familiar, são dois os estilistas responsáveis: um estilista aprendeu de forma autodidata e o outro teve uma formação acadêmica em moda. Foi entendido como muito importante essa fusão entre experiência e academia, pois dos ateliês entrevistados esse é o que têm uma maior variedade de

serviços e explora da melhor forma possível que para ofertar o serviço de aluguel, por exemplo, foram realizados estudos, viagens, testes e o resultado foi um ateliê que vende a roupa, aluga, conserta as roupas sem perder os clientes que já tinham e agregando mais valor.

Figura 26 – Vestidos produzidos no Ateliê J



Fonte: *Instagram* do ateliê

Na figura 26 pode-se ver como é a estrutura do ateliê, há uma preocupação em manter uma quantidade de vestidos adequada para quando o cliente entrar no ateliê, conseguir entender quais as peças que estão ali expostas, importante para dar maior credibilidade ao local.

4.3 ASPECTOS GERAIS DAS ENTREVISTAS

Sob o ponto de vista ambiental, os estilistas e designer de moda são capazes de definir o conceito de desenvolvimento do produto com valor de moda sustentável. Um ponto observado nos ateliês entrevistados é a preocupação de utilizar materiais duráveis em suas produções. Mesmo utilizando materiais mais delicados como a seda, é explicada de forma objetiva ao cliente sobre a durabilidade do material.

Em relação ao uso de matéria-prima ecológica, biodegradável ou certificada, nenhum ateliê entrevistado informou ter conhecimento que existe esse tipo de material disponível no mercado ou nunca tiveram contato com eles. Houve um

estilista que informou conhecer um material biodegradável, porém não é o tipo de material que ele utiliza em suas roupas.

Sob a perspectiva social foi percebido que no modelo de desenvolvimento de produtos dentro de ateliês as relações com os colaboradores são muito mais próximas e normalmente bastante positivas.

Um dos pontos importantes foi a ausência de perspectiva de ampliação de serviços dentro dos ateliês. Os profissionais estão muito imobilizados com o serviço de venda direta de produtos, deixando de lado outras ações passíveis de suprir as necessidades dos atuais e futuros consumidores, como, por exemplo, o aluguel de roupas. De forma geral, os estilistas são receosos em oferecer tais tipos de serviço, pois normalmente não agrega valor à empresa.

4.4 ESTRATÉGIAS DE PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

Para a análise de quais práticas podem ser aplicadas ao contexto local, foram realizadas três etapas:

1- Compilado das práticas de desenvolvimento de produtos com valor de moda sustentável abordadas por Gwilt (2014), Rüthschilling e Anicet (2014):

A autora dividiu nas seguintes etapas: (1) Design; (2) Produção; (3) Entrega; (4) Uso; (5) Descarte. (Quadro 17)

(1) Design - etapa de concepção do produto, no qual o design entra em contato com as opções disponíveis de matéria-prima (tecidos, aviamentos, tingimento).

(2) Produção - etapa de confecção do produto, no qual há o manuseio da matéria-prima, envolvimento com os colaboradores, reutilização de materiais.

(3) Entrega - etapa de distribuição do produto desenvolvido.

(4) Uso - etapa do uso do produto, envolvendo lavagem, armazenamento, reparos e reformas.

(5) Descarte - etapa de descarte do produto.

Quadro 17 – Compilação de práticas de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável

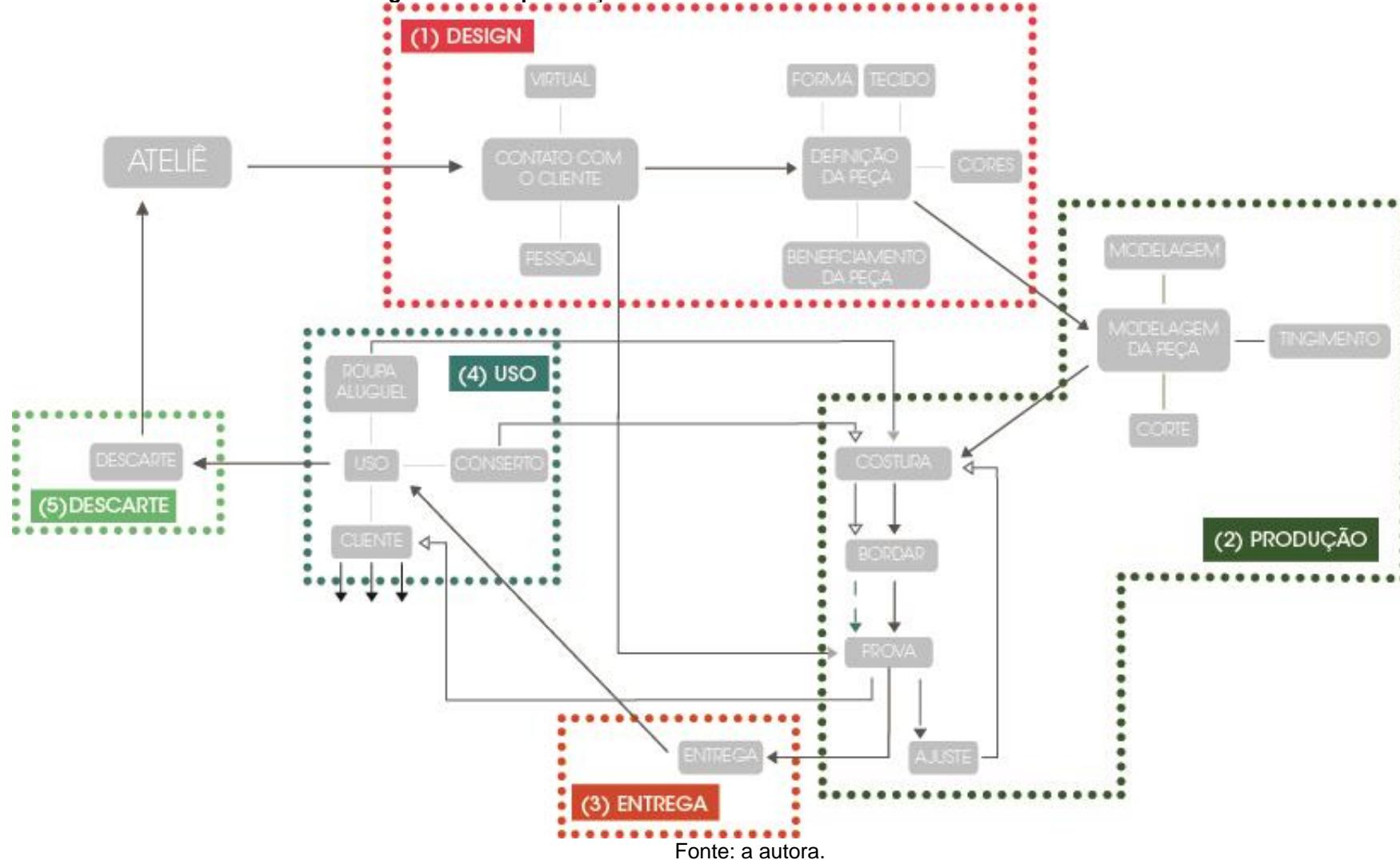
	GWILT	ANICET E RUTHSCHILLING
DESIGN	<ul style="list-style-type: none"> - Design pela empatia - Design pelo bem-estar - Design pelo baixo-impacto de materiais e processos - Design com material monofibra 	<ul style="list-style-type: none"> - Design para upcycling - Reciclagem
PRODUÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Design pelo desperdício zero - Design pela durabilidade - Design pelo uso eficiente de materiais e recursos - Design pela produção ética e de comércio justo 	<ul style="list-style-type: none"> - Design para o bem-estar social - Design para minimizar o desperdício
ENTREGA	<ul style="list-style-type: none"> - Design pela necessidade - Design pela redução de transporte - Design pela redução/reuso de embalagem - Design pela participação das comunidades locais 	<ul style="list-style-type: none"> - Design para minimizar o desperdício
USO	<ul style="list-style-type: none"> - Design pela multifunção - Design pela modularidade - Design pelo cuidado de baixo impacto - Design pelo conserto - Design pelos sistemas de produto/serviços 	<ul style="list-style-type: none"> - Design para desaceleração do consumo - Design para a participação do usuário - Design para sistemas de produto - serviço
DESCARTE	<ul style="list-style-type: none"> - Design pelo reuso - Design pela descontrução - Design pela reciclagem/reforma - Design pelos sistemas de ciclo fechado 	<ul style="list-style-type: none"> - Design para desmontagem

Fonte: Gwilt (2014) e Anicet e Ruthschilling (2014)

2- Esquema com todas as etapas e processos necessários para o desenvolvimento de uma peça em um ateliê sob medida:

A figura 27 apresenta infográfico com as etapas e processos identificados através das entrevistas realizadas e também identificadas pela experiência da autora no mercado de moda.

Figura 27 – Etapas e ações estabelecidas nos ateliês entrevistados.



(1) Design: Há o primeiro contato com o cliente. Podendo ser de forma pessoal ou virtual (*Instagram, Whatsapp, email*).

Na primeira conversa é definido qual tipo de serviço o cliente deseja ter: compra da peça ou aluguel. Sendo aluguel, o cliente escolhe as opções disponíveis no ateliê e vai diretamente para a etapa de PROVA da etapa (2).

O cliente decidido a desenvolver o vestido, passa para a criação da peça, escolhendo qual tipo de modelo, o tecido, cor, se haverá bordados ou não, detalhes da peça. Neste momento o estilista consegue captar a ideia do cliente e imprimir na peça a sua identidade.

(2) Produção: na segunda etapa, o vestido já está definido e a modelagem começa a ser desenvolvida. E então a costura e depois a prova, neste momento a cliente que escolheu alugar o vestido já pode provar para realizar todos os ajustes necessários, tanto em relação à costura como aos bordados caso haja. O ciclo de prova e ajuste é repetido quantas vezes necessário.

É importante ressaltar que em qualquer momento podem haver trocar nos vestidos, as cores podem ser trocadas, modelagem, tipo de tecido, bordados, essa conversa existente entre o ateliê e o cliente é um dos principais diferenciais para esse tipo de produção sob medida.

(3) Embalagem: O momento da entrega é feito pessoalmente, poucos são os ateliês que oferecem o serviço de entrega à domicílio. Todos os ateliês entrevistados solicitam ao cliente a retirada do produto diretamente no ateliê.

Alguns ateliês desenvolvem embalagens personalizadas da forma como definem a melhor forma para guardar as peças desenvolvidas no ateliê. Podendo ser caixa com papel de seda, capas de TNT ou capa de plástico. A embalagem também pode mudar em relação ao serviço prestado: compra ou aluguel de vestido.

(4) Uso: Nesta etapa foi abordado as responsabilidades que o ateliê pode ter para diminuir a geração de resíduos. Poucos são os ateliês que não realizam consertos e reformas nas roupas. Cada um realiza consertos da melhor forma que encontra para que as atividades do ateliê não sejam atrapalhadas.

(5) Descarte: Nesta etapa existe a possibilidade do ateliê receber peças que não serão mais utilizadas pelos clientes para que sejam feitos ações e dessa forma poder reutilizá-los e colocar disponível à venda novamente.

3- Análise de estratégias de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável em ateliês de Pernambuco:

Após a compilação das práticas de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável e definição do infográfico com as atividades observadas pela autora através das entrevistas e também de sua experiência profissional em indústria e ateliês de confecção, foram identificadas as seguintes práticas possíveis de atender ao atual contexto local (Quadro 18).

Quadro 18 – Estratégias de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável em ateliês de Pernambuco

DESIGN	<ul style="list-style-type: none"> - Priorizar o uso de matéria-prima local - Design pela durabilidade - Participação do usuário na construção da peça
PRODUÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> - Mínimo desperdício de corte e costura - Roupas modulares - Reciclagem de papel de modelagem - Reutilização de tecidos para confeccionar novos detalhes - Parceria com ONGs e Corporações - Reutilização de bordados - Utilização de corantes naturais
ENTREGA	<ul style="list-style-type: none"> - Etiqueta de cuidados com as peças - Minimização de recursos
USO	<ul style="list-style-type: none"> - Compartilhamento - Limpeza da peça - Upcycling - Restauração
DESCARTE	<ul style="list-style-type: none"> - Redesign da peça - Reciclagem - PSS - Upcycling

Fonte: a autora, baseada em Gwilt (2014) e Anicet e Ruthschilling (2014).

(1) Design:

- **Priorizar o uso de matéria-prima local:** a minimização de resíduos e gasto de energia quando é definido trabalhar com a matéria-prima local é bastante eficiente. É importante que seja desenvolvido nos ateliês uma aproximação com ações locais que realizam atividades focadas em desenvolver matéria-prima que

possam ser utilizadas na produção das roupas confeccionadas pelo ateliê. Como por exemplo, o Mulheres de Argila, no Alto do Moura¹⁸.

- **Design pela durabilidade:** pensar no material utilizado na confecção da peça é uma prática já realizada pelos profissionais, porém é importante que práticas como o desenvolvimento de peças atemporais, que não estejam ligadas à moda e sim que o cliente se identifique com aquela roupa e consiga usar de forma independente de tendências de moda.

- **Participação do usuário na construção da peça:** com a participação do usuário na construção da peça, foi entendido através dos relatos dos estilistas, que há um valor agregado e maior cuidado com o que está sendo produzido. O cliente sente maior empatia sobre a peça que está sendo desenvolvida, além de enxergar na peça uma roupa que foi feita exclusivamente para ela.

(2) Produção:

- **Mínimo desperdício de corte e costura:** confeccionar peças com pouco impacto ambiental de forma a confeccionar uma modelagem prática.

- **Roupas modulares:** em alguns eventos onde o cliente necessita trocar de roupa durante a festa, já é comum a confecção, por exemplo de um vestido curto e então uma saia longa e que combinados podem ser transformados em duas peças. Esse conceito sendo idealizado para qualquer evento, pode diminuir, por exemplo uma futura etapa do ateliê (reforma de peças) e dá maior uso à roupa.

- **Reciclagem de papel de modelagem:** ação na qual pode iniciar um processo dentro do ateliê da consciência de separação do lixo. Foi identificado em um dos ateliês entrevistados essa prática e é importante para começar a criar uma consciência de práticas ambientais para o estilista e todos os colaboradores.

- **Reutilização de tecidos para confeccionar novos detalhes:** foi identificado que nos ateliês entrevistados os retalhos maiores de tecido são guardados, porém muitas vezes são doados. Aqui é sugerido que seja implantado na rotina do ateliê momentos de criação de roupas a partir desses retalhos.

¹⁸ O Mulheres de Argila é um grupo de produção social e econômica, formado por artesãs do Alto do Moura, em Caruaru. Foi fundado no início de 2011, com apoio o Sebrae e do Centro Pernambucano de Design. O coletivo confecciona produtos a partir dos resíduos (ourela) do tecido jeans, originários das fábricas da região. Existe uma parceria entre Mulheres de Argila e fábricas de jeans, que abraçam a causa da responsabilidade socioambiental e cultural. O grupo aproxima setores da economia local, o artesanato e o APL – Arranjo Produtivo Local- de Confecções do Agreste de Pernambuco.

- **Parcerias com ONGs e corporações:** busca por ações existentes localmente para que utilizar a matéria-prima desenvolvida nesses locais e confeccionar novas roupas. Ex: Mulheres de Argila.

- **Reutilização de bordados:** muitas pedras de bordados são descartados ou doados por não ter a quantidade suficiente para realizar os bordados de costume no ateliê. Aqui é sugerido que seja implantado na rotina do ateliê momentos de criação de bordados a partir das sobras de material.

- **Utilização de corantes naturais:** os estudos sobre tingimento natural estão cada vez mais presentes e existem cursos disponíveis para o aprendizado, como o Etnobotanica, escola em São Paulo que realiza cursos e vende via canal na internet os produtos de origem natural para tingimento.

(3) Entrega:

- **Etiqueta de cuidado com as peças:** alguns ateliês informam durante as provas de roupa os cuidados necessários com a peça. Devem ser desenvolvidas etiquetas anexas às peças para que não perca esse tipo de informação e com uma linguagem universal, fácil de ser compreendida.

- **Minimização de recursos:** desenvolver embalagens que acomodem da melhor forma a peça entregue ao cliente.

(4) Uso:

- **Compartilhamento:** estimular o cliente compartilhar a peça com outras pessoas para prolongar o uso.

- **Limpeza da peça:** oferecer o serviço de limpeza das peças, pois o ateliê tem conhecimento mais profundo do tipo de material que foi utilizado na confecção do vestido.

- **Restauração:** desenvolver no ateliê formas de restauração de peças.

(5) Descarte:

- **Redesign da peça:** receber as peças não mais usadas pelos clientes e redesenhar, refazer para que volte a ser consumido.

- **Reciclagem:** fazer parcerias com ONGs locais com objetivo de reutilizar os tecidos das peças descartadas.

- **PSS (Product Service System):** desenvolver outros serviços além da venda de peças sob medida. Foi identificado em um ateliê entrevistado uma diversidade de serviços entregue ao cliente e isso trouxe benefícios.
- **Upcycling:** Aqui é sugerido que seja implantado na rotina do ateliê momentos de criação de roupas a partir dos vestidos recebidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS E DESDOBRAMENTOS

5.1 CONCLUSÃO

O objetivo principal desta pesquisa foi a compilação a partir de metodologias existentes, estratégias de produção de design com valor de moda sustentável para o contexto de ateliês de confecção de moda em Recife e APL de Confecções do Agreste de Pernambuco. Foram apresentadas como base na pesquisa modelos de desenvolvimento do produto com valor de moda sustentável.

É de primazia considerar os fatores que diferenciam uma região de outra: valores culturais, matéria-prima disponível, formação profissional, disponibilidade dos profissionais em conhecer novas formas de desenvolvimento do produto. Para então considerar ações sustentáveis no projeto do produto, aproximando assim as práticas e modelos desenvolvidos junto ao mercado e aos profissionais que vivenciam os obstáculos diários.

Os resultados obtidos através desta pesquisa demonstram que o entendimento de produto com valor de moda sustentável para os estilistas está diretamente ligado ao tipo de matéria-prima que é, ou deveria ser, utilizada no desenvolvimento do produto.

Sabemos que o design sustentável não está associado apenas à matéria-prima utilizada na produção, o tripé ambiental, social e econômico também faz parte desse modelo. Repensar a entrega de serviços é uma das ações sugeridas na pesquisa. Proposto por Vezzoli (2010), o PSS tem como objetivo deslocar a venda de produtos físicos e iniciar a oferta de serviços, como o desenvolvimento de roupas de aluguel, os quais são passíveis de satisfazer uma demanda dos clientes.

Atualmente, os vestidos de festa estão sendo divulgados excessivamente pelas mídias sociais tornando as roupas praticamente descartáveis. Estilistas entrevistados durante a pesquisa, afirmaram que ao expor a roupa através de postagens nas mídias sociais, o cliente não tem mais interesse em utilizar o vestido divulgado. Esta razão se dá pela peça estar registrada no ambiente online passível de ser testemunhado.

Designers e estilistas são potenciais agentes de mudança e podem contribuir para a transição de uma produção com valor de moda sustentável. Os profissionais

são importantes na transição da consciência do consumidor sobre o que está sendo comprado, qual tipo de tecido foi utilizado, os beneficiamentos necessários, os bordados desenvolvidos. O desafio desses profissionais está estabelecido na transparência para o seu cliente de todas as informações necessárias para que haja uma compreensão do modelo de produção do produto. Para que o conhecimento chegue ao consumidor, os estilistas e designers devem se informar dos materiais e processos necessários no desenvolvimento do produto de forma correta, prática e acessível. De acordo com Kazazian (2005), a educação é importante como principal ferramenta para despertar uma consciência ambiental nos indivíduos.

A partir dos resultados obtidos nesta pesquisa, propondo o princípio da mudança a partir dos profissionais de moda. É sugerido um olhar mais atento para as diretrizes traçadas e aplicadas nas instituições de ensino superior (IES), verificando assim, se estão de acordo com a prática e com o desenvolvimento no mercado do produto com valor de moda.

Dessa forma, seria possível um ensino mais intenso envolvendo práticas de design com valor sustentável aliado ao mercado da moda e as atividades praticadas pelos estilistas no dia-a-dia, tornando as ações desses futuros profissionais mais eficazes.

No mesmo contexto, foi identificado que o desenvolvimento da consciência ambiental e do consumo de produtos com valor sustentável vai além das atividades dos estilistas e designers no campo profissional. De acordo com um dos estilistas entrevistados, ações sustentáveis fora do ambiente de trabalho auxiliam a propagação dessa consciência. “... tenho isso, e acho que tem tudo a ver. Eu faço ioga e tenho um senso de coletividade muito grande, porque a ioga faz isso, um sentimento de união, medito e me alimento bem. Estou ligada no que consumo se tem mão-de-obra escrava ou não, então isso tudo é uma concepção de estilo de vida não é simplesmente um consumo”.

Foi identificado também, através das entrevistas, que a consciência ambiental vem como um estilo de vida e que os mais jovens estão crescendo com essa compreensão e consequentemente influenciando as pessoas que estão ao seu redor. De acordo com depoimento dado por um estilista referindo-se ao comportamento dos filhos: “Os jovens hoje são muito mais ligados na alimentação mais saudável, na moda sustentável, nas coisas ecológicas, porque eles estão ali no dia-a-dia estudando e vendo que aquilo ali a coisa é realmente melhor”.

Considerando as entrevistas realizadas e análises da autora nos locais de trabalho dos estilistas e designers, percebeu-se que os modelos de produção em ateliê de confecção sob medida em Recife e Caruaru não apresentam diferenças substanciais.

As práticas de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável, identificadas durante a pesquisa, considerando as cidades Recife e Caruaru, demonstram serem próximas. Dessa forma, não foram notadas diferenças entre os modos de produção de Recife e Caruaru como também em suas práticas sustentáveis. Dessa forma, a validação dessas práticas pode ser testada em futuros estudos realizados em ateliê localizado em qualquer uma das duas cidades. Assim como em qualquer outra cidade localizada no APL de Confecções do Agreste de Pernambuco provida de um ateliê de confecção sob medida.

5.2 DESDOBRAMENTOS FUTUROS

Como futuros desdobramentos desta pesquisa, pretende-se desenvolver:

(1) Validação do modelo de produção apresentado no contexto de ateliês localizados em Recife e APL - Arranjo Produtivo Local - de Confecções em Pernambuco.

(2) Promover estudos aprofundados com a relação do ensino nas instituições de ensino superior (IES) de desenvolvimento de produto com valor de moda sustentável e a prática no mercado de trabalho com os profissionais.

Referências

APL DE CONFECÇÕES PE. Disponível em: <<http://www.aplconfeccaope.com.br>>. Acesso em: 07/10/2016.

ARMAZÉM DA CRIATIVIDADE. Disponível em: <<http://www.armazemdaciatividade.org/#home>>. Acesso em: 17/10/2016.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL E DE CONFECÇÃO. **Sustentabilidade e Competitividade na Cadeia de Moda**. 2010. Disponível em: <http://www.abit.org.br/conteudo/links/estudo_sustentabilidade_uniethos.pdf>. Acesso em: 22/05/2017.

DIAS, G. F. **Ecopercepção**: um resultado didático de desafios socioambientais. São Paulo: Gaia, 2004.

ELKINGTON, J. **Towards the sustainable corporation**: Win-win-win business strategies for sustainable development. California Management Review, v. 36, n. 2, p. 90 – 100, 1994.

FFW. See now, buy now. Disponível em: <<http://ffw.uol.com.br/noticias/business/seenow-buy-now-por-quem-realmente-ve-e-compra/>>. Acesso em: 15/06/2017.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade**: design para mudança. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

GLOBAL FOOTPRINT NETWORK. PEGADA ECOLÓGICA. 2014. Disponível em: <https://www.footprintnetwork.org/content/documents/ecological_footprint_nations/ecological_per_capita.html>. Acesso em: 17/05/2017.

GWILT, A. **Moda sustentável**: um guia prático. 1. ed. [S.I.]: G. Gili, 2014.
INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. Dossiê Feira de Caruaru. 2006. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossie_feira_de_caruaru.pdf>. Acesso em: 07/10/2016.

KAZAZIAN, T. **Haverá a idade das coisas leves**: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: SENAC São Paulo, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 7. ed. [S.I.]: Atlas, 2006.

LAYRARGUES, P. P. **Do ecodesenvolvimento ao desenvolvimento sustentável**: Evolução de um conceito? n. 71, p. 5 – 10, 1997.

- MANZINI, E.; VEZZOLI, C. **O Desenvolvimento de Produtos Sustentáveis**. 1. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2011.
- MCDONOUGHT, W.; BRAUNGART, M. **Cradle to cradle**: criar e reciclar. 1. ed. São Paulo: G. Gili, 2013.
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE - MMA. **Agenda 21**. 1992. Disponível em: <<http://mma.gov.br/>>. Acesso em: 10/05/2017.
- MODA CENTER SANTA CRUZ. Disponível em: <<http://www.modacentersantacruz.com.br/o-parque.php>>. Acesso em: 07/10/2016.
- NAIME, R. **Do design ao ecodesign**: pequena história, conceitos e princípios. Rev. Elet. em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, v. 7, n. 7, p. 1510 – 1519, MAR - AGO 2012.
- NÚCLEO GESTOR DA CADEIA E CONFECÇÃO EM PERNAMBUCO. NTCPE. Disponível em: <<http://www.ntcpe.org.br/>>. Acesso em: 07/10/2016.
- PAPANEK, V. **Design for the real world** : Human Ecology and Social Change. 2. ed. [S.l.: s.n.], 1985.
- POLO CARUARU. Disponível em: Disponível em:<<http://polocaruarupe.com.br/polo/>>. Acesso em: 07/10/2016.
- RECH, S. R. **Estruta da cadeia produtiva da moda** . Modapalavra, v. 1, n. 1, p. 7 – 20, jan - jul 2008.
- RIO +92. Rio de Janeiro: [s.n.], 1992. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/rio20/a-rio20/metas-de-desenvolvimento-sustentavel-para-os-paises-inspiradas-nos-objetivos-do-milenio-das-nao-propostas-para-o-documento-final-da-rio20.aspx>>. Acesso em: 17/05/2017.
- RÜTHSCHILLING, E. A.; ANICET, A. **Estudo para Construção de Metodologia de Design de Moda Sustentável**. P&D Design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, v. 1, n. 4, Novembro 2014.
- RÜTHSCHILLING, E. A.; CAMARGO, C. W. **Procedimentos metodológicos para projeto de moda sustentável em ambiente acadêmico**. Moda Palavra - periódico, v. 17, n. 9, p. 299 – 312, jan - jul 2016.
- RUTHSCHILLING, E. A.; CANDIA, L. C. **Ecodesign na Moda** – Brasil anos 2000. In: 7º CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. P&D DESIGN. Paraná: [s.n.], 2006.
- SEBRAE. Estudo Econômico do Arranjo Produtivo Local de Confecções do Agreste Pernambucano. 2013. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/PortalSebrae/Anexos/EstudoEconomicodoAPLdeConfeccoesdoAgreste-07deMAIO2013docx.pdf>>. Acesso em: 09/10/2016.

UNIETHOS. **Sustentabilidade e competitividade na cadeia de moda.** Estudo Ethios. 2013. Disponível em: <http://www.abit.org.br/conteudo/links/estudo_sustentabilidade_uniethos.pdf>. Acesso em: 22/05/2017.

VEZZOLI, C. **Design de sistemas para a sustentabilidade:** teorias, métodos e ferramentas para o design sustentável de sistemas de satisfação. Salvador: EDUFUBRA, 2010.

WWF. **Living Planet Report 2016.** Risk and resilience in a new era. Gland, Switzerland, 2016.

WWF - WORLD WILD FUND FOR NATURE. Relatório Planeta Vivo. 2014.

Disponível em:

<http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/questoes_ambientais/desenvolvimento_sustentavel/>. Acesso em: 17/05/2017.

APÊNDICE A – LISTA DE ATELIÊS

Empresa: Roberta Imperiano Ateliê

Cidade: Recife

Empresa: Lucy Botelho Ateliê

Cidade: Recife

Empresa: Maria Eduarda Egito Brand

Cidade: Recife

Empresa: Lucia Spessato Ateliê

Cidade: Recife

Empresa: Amanda Borges

Cidade: Recife

Empresa: MelkZda

Cidade: Recife

Empresa: Beauty Bar

Cidade: Recife

Empresa: Marcio Costa

Cidade: Recife

Empresa: Décimo Andar

Cidade: Recife

Empresa: Ateliê Cyntya Verçosa

Cidade: Recife

Empresa: Miss Moule Ateliê

Cidade: Recife

Empresa: Lurdinha Noyama

Cidade: Recife / São Paulo

Empresa: Senhorita Chica

Cidade: Recife - Jaboatão dos Guararapes

Empresa: Eriane Alvez Estilista

Cidade: Recife / Caruaru

Empresa: Hiroshi Hashizume

Cidade: Caruaru/Recife

Empresa: Wagner Santos

Cidade: Caruaru

Empresa: Jardim Ateliê
Cidade: Caruaru

Empresa: Chico Marinho
Cidade: Caruaru

Empresa: Vitor Silveira
Cidade: Caruaru

Empresa: Sessone
Cidade: Caruaru

APÊNDICE B – CARTA DE APRESENTAÇÃO

CARTA DE APRESENTAÇÃO

ENTREVISTA – CONTEXTO MODA ATELIÊ

Esta entrevista é instrumento de coleta de dados para o projeto de pesquisa “Moda e Sustentabilidade em Pernambuco: desenvolvendo um modelo de produção de design com valor de moda sustentável em ateliês”, para o Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco (Brasil).

Esta pesquisa tem o objetivo de formular um modelo de produção de design com valor de moda sustentável aplicável ao contexto dos ateliês locais (Pernambuco).

Os participantes foram selecionados a partir da sua experiência profissional e do enriquecimento acadêmico para a pesquisa. Os resultados obtidos através desta entrevista, serão utilizados para um único fim: a fundamentação desta pesquisa acadêmica. Muito obrigada pela colaboração.

Obrigada,

Alice Tavares

APÊNDICE C – ENTREVISTA COM ESTILISTAS E DESIGNERS DE MODA

ENTREVISTA

DADOS DO ENTREVISTADO

Nome:

Idade: [] menos de 25 [] 26 a 30 [] 31 a 35 [] 36 a 40 [] 41 a 45 [] mais de 46

Formação: [] Ensino médio [] Curso Técnico [] Graduação [] Pós-Graduação

Seguimento de roupas:

Localização:

Cargo:

Qnt. De funcionários:

Qnt. Tempo funciona:

1- IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO E DA MARCA

Breve descrição pessoal:

Início da relação com a moda:

Brevemente descrição dos seus clientes:

2- PROCESSOS

• CENÁRIO (REUNIÃO COM CLIENTE)

1. Como é feito o primeiro contato do cliente com o ateliê?
2. Descreva as etapas que são seguidas no primeiro contato com o cliente.

• MATERIAIS E PROCESSOS

3. Onde são adquiridos os tecidos utilizados pelo ateliê?
4. O ateliê utiliza tecidos naturais ou orgânicos? Há uma procura dos clientes por esse tipo de material?
5. É fácil encontrar no mercado esse tipo de tecido?
6. Você utiliza algum método de tingimento? Descreva.
7. Como é feita a modelagem no ateliê? Os resíduos têm um destino final?

8. Quais os tipos de avaiamentos e bordados você costuma utilizar na peça? Você já utilizou algum bordado reciclado? Qual a frequência? Onde foi adquirido?
9. Sobre os outputs (resíduos) gerados nesta etapa, existe algum destino pré-estabelecido?

• **DISTRIBUIÇÃO/ENTREGA**

10. É anexado a peça uma etiqueta informando os cuidados necessários? Descreva as instruções das etiquetas.
11. As peças são entregues em embalagens? Descreva o tipo de embalagem.

• **DESCARTE**

12. Existe um contato pós-venda com a cliente?
13. Ao entregar a peça pronta é deixado claro que há interesse por parte do ateliê em realizar possíveis ajustes após a entrega da peça?
14. Há alguma forma de reutilização/reciclagem de peças de roupa, sendo elas trazidas por clientes ou peças que foram ocasionalmente produzidas pelo ateliê e não foram vendidas? Ex.: vestidos produzidos para a participação do ateliê em um evento comercial.

• **CLIENTES/SUSTENTABILIDADE**

15. Há um interesse do mercado em ter uma peça de roupa com valor de moda sustentável?
16. Os seus clientes têm a preocupação de conhecer como a peça que está sendo produzida? Ex.: Quais os materiais, se são biodegradáveis, conhecer quem está fazendo a roupa, bordadeiras e costureiras.
17. O seu cliente entende que a roupa que ele está recebendo é uma roupa durável?
18. O que significa para você moda sustentável? Você acredita que é possível produzir moda sustentável?
19. Você analisa no seu ateliê atitudes que contribuem para a produção de uma moda sustentável?
20. Você tem alguma sugestão para facilitar a produção de moda sustentável?