



## **COLEÇÃO ECOLÓGICA E AROMÁTICA – A UNIÃO ENTRE MODA E SUSTENTABILIDADE**

**Eliza Carolina Schaefer** – eliza\_schaefer@yahoo.com  
Graduada em Design de Moda pela  
Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI

**Egéria Höeller Borges Schaefer** – Msc, egeria@univali.br  
Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

**Resumo:** O objetivo deste trabalho é expor o desenvolvimento de uma coleção com trajes femininos comerciais, classificados em um segmento denominado de uma forma nova e mais abrangente, utilizando matéria-prima ecológica. Não fazendo uso de químicos nem no plantio tão pouco nos beneficiamentos e acabamentos têxteis. A sustentabilidade é, portanto o ponto chave, e a exportação uma oportunidade de negócios. As riquezas naturais como sementes e aromas utilizados pelos índios do Brasil enriquecem esta coleção, que também dá oportunidade a pequenas comunidades de desenvolverem parte do artesanato aplicado nas peças, agregando assim, mais valor e diferenciação aos produtos.

**Palavras chave:** sustentabilidade, inclusão social, versatilidade de uso.

### **1 INTRODUÇÃO**

As transformações sociais e tecnológicas decorrentes da multiglobalização exigem que os profissionais estejam em constante atualização, fazendo pesquisas que possam contribuir socialmente para o crescimento e geração de empregos, preservando o meio ambiente com seus recursos renováveis, de forma que diminua os prejuízos causados a natureza, decorrentes do capitalismo em que vivemos, uma tendência que se confirma com o passar do tempo, haja visto que as áreas de plantio estão mais escassas e a concorrência cada vez mais acirrada.

Este trabalho tem como objetivo expor o desenvolvimento de uma coleção de roupas para um segmento comercial feminino denominado de forma mais abrangente, quebrando alguns paradigmas, visando à preservação do meio ambiente e o incentivo ao consumo de produtos ecologicamente corretos, de forma que, não agredam a natureza. Vislumbrando trabalhar-se com projetos de inclusão social através do cultivo da matéria-prima ou da realização de trabalhos manuais, agregando valor aos produtos e contribuindo para uma melhoria social. Uma vez que a consciência ecológica e o poder aquisitivo, em países desenvolvidos, são maiores do que os tidos no Brasil, o alvo mercadológico deste projeto tem seu foco voltado à exportação. Um exemplo disso é a marca Natural Fashion, que exporta seus produtos de algodão naturalmente colorido para seis países diferentes, além do Brasil.

A inspiração dá-se através das riquezas naturais dos recursos renováveis existentes no Brasil, através da cultura indígena, com suas crenças, conhecimento, domínio da agricultura, com o cultivo de fibras naturais ou ecológicas, o uso de ervas, sementes, aromas, sua arte, entre outros.

O intuito é de despertar o desejo dos consumidores, disponibilizando informações do processo de fabricação, dos produtos e das pessoas que os fabricaram, visto que a “volta para o natural” está em alta na moda, segundo Ricci (2005). Com isto busca-se enfatizar a importância do uso de recursos naturais, de bens renováveis, recicláveis, diminuindo os danos causados ao meio ambiente e as pessoas que o habitam; despertar a consciência e o apoio de trabalhos voluntários que visam preservar, modificando as atitudes de consumo visando realmente contribuir de forma concreta para “mudar o mundo”; valorizar os recursos naturais brasileiros disponíveis nas plantas, sementes e aromas; voltar à atenção aos efeitos benéficos que as fibras naturais e aromas das plantas trazem à saúde do homem; destacar os produtos brasileiros, contribuindo com a geração de empregos em comunidades carentes; aumentar a exportação, fazendo dessa forma a divulgação da moda brasileira no exterior; diminuir a poluição, os lixos e aterros sanitários; diminuir os impostos sobre os produtos pelas suas características ecologicamente corretas, iniciativas estas que são apoiadas pelo governo brasileiro e por instituições não governamentais.

O conceito da coleção é de desenvolver produtos que despertem o desejo das consumidoras pelo natural; os benefícios à saúde através do toque das fibras de forma confortável; os efeitos curativos das plantas e sementes, causando sensações e estímulos diversos; e a diferenciação estética de um produto moderno que desperte os sentidos mesclando rusticidade com sofisticação/delicadeza.

As tecnologias deste trabalho estão basicamente no processo de fabricação do algodão, desde a pesquisa de melhoramento genético das fibras e das cores do algodão naturalmente colorido ou orgânico, até o seu cultivo restrito em áreas de muito calor (como é o caso da Paraíba – Brasil) a fim de que, as pragas fiquem longe e a aplicação de agrotóxicos possa ser eliminada. Bem como no processo milenar de tingimento através dos corantes naturais, extraídos a partir de plantas, de forma ainda artesanal, mas que exige conhecimento de várias áreas como botânica, química, matemática, entre outras.

Este projeto possui uma metodologia própria desenvolvida a partir de estudos de diversos autores, principalmente de Gomes (1996), Pinati (1998) e Treptow (2003). Está disposto de maneira que possa ser compreendido enquanto processo, sem que isso represente que o mesmo foi desenvolvido na seqüência apresentada.

A natureza da pesquisa é qualitativa, tendo como instrumentos de avaliação e análise as pesquisas já realizadas por diversos autores e instituições, dando margem a conclusões já confirmadas. Sendo assim, é possível perceber o grande nicho de mercado que há para os produtos naturais e sustentáveis. Outra forma de pesquisa relevante é a exploratória, onde se percebe a necessidade de nomear um novo segmento mais versátil para caracterizar um determinado tipo de vestuário a ser desenvolvido, sugerindo um novo segmento *wear*<sup>1</sup>.

Para o desenvolvimento da coleção, além das pesquisas, foram utilizados painéis com imagens da temática indígena brasileira, com grafismos, formas sugeridas, tendências de moda, a caracterização do ambiente com aromas diversificados, junto com um acervo de sementes, essências, fios e tecidos.

A cartela e a combinação de cores foi um dos primeiros itens a ser desenvolvido, devido a sua importância para o sucesso de vendas de uma coleção, bem como a combinação prévia de materiais, um acervo com aviamentos e aplicações a ser consultado

---

<sup>1</sup> *Wear*: palavra de origem inglesa que traduz uso; desgaste; vestir. É utilizada geralmente combinada com mais uma palavra que delimita o local de uso para o qual o produto se destina, como por exemplo: *beach-wear*, *beach* significa praia e *wear* uso, ou seja, esse termo é utilizado para caracterizar roupas de praia como biquínis, maiôs, entre outros.

ao longo da criação. Tudo isto para garantir a perfeita composição de formas, cores, estampas, aromas, enfim, de todos os componentes.

## 2 METODOLOGIA

A metodologia deste projeto foi desenvolvida após a análise de três principais autores: Gomes Filho (1996), Pinatti (1998) e Treptow (2003). Foi a partir destas referências que se fez uma mistura, alterando e adaptando conforme a necessidade à evolução deste projeto. Aliaram-se os procedimentos utilizados para o desenvolvimento de produtos industriais, como as funções do Memorial Descritivo, excluindo e redirecionando algumas etapas para que o processo se fizesse de maneira completa para o segmento do vestuário, adaptando termos e etapas do seu procedimento desde o tipo de pesquisa até a execução dos modelos / peças-piloto, muito mais com um caráter de desenvolvimento de coleção do que como um projeto de produto.

O projeto inicia abordando a pesquisa teórica com conceitos relevantes ao tema do mesmo segue com a importância da educação ambiental, alguns aspectos sociais do marketing, o estado do design, as tendências de moda, as fibras naturais e a diferença dos corantes naturais para com os sintéticos. Depois, vem a pesquisa de campo com visitas comerciais e contatos industriais, concluindo esta etapa com a análise e síntese da pesquisa.

Após esta etapa é abordada a conceituação do projeto, com o *briefing* de coleção, que traz os pré-requisitos do mesmo. Dando seqüência vêm a concepção, que traz imagens e elementos de inspiração, alguns tecidos e aviamentos utilizados, quais os elementos de estilo predominantes (com trabalhos manuais), a cartela de cores e a escolha das plantas tintórias, para enfim chegar a coleção, com formas e croquis. No item seguinte são registrados (Registro da Coleção com fichas técnicas) e descritos de acordo com o processo utilizado no memorial descritivo. Após estas etapas tem-se o lançamento e divulgação da coleção, feitos através de um catálogo e vitrine em escala 1:6.

## 3. PESQUISA TEÓRICA

### 3.1 Conceitos relevantes

Iniciando esta reflexão teórica em torno de conceitos relevantes, irá se relacionar denominações de design, moda, estética, coleção e produção de moda. Assim, preceitua Scottini (1999) que design significa desenho, esboço, projeto, propósito; projetar, conforme se observa no Mini Dicionário de Inglês/Português

Segundo Borges (2003) “O trabalho de um Designer consiste em gerir um projeto em sua amplitude, vendo o processo como um todo e o gerenciando”.

Design é um processo de observação sob diversos ângulos, com o intuito de obter novas idéias/táticas que resolvam de forma incomum e inovadora o problema imposto. Esse processo vai desde o estudo do material usado para confecção desse produto, sua funcionalidade até a estética final.

Moda é uso, hábito ou estilo geralmente aceito, variável no tempo, e resultante de determinado gosto, meio social, região, etc. Uso passageiro que regula a forma de vestir, etc. A palavra vem do latim, *modus*, e significa modo ou maneira. Palomino (2003) ainda afirma que a moda hoje é a comunicação do século XXI, baseada em grande parte das informações que recebemos dos meios de comunicação (mídia) cada vez mais rápidos e

precisos, nos proporcionando um universo de novidades, de lazer, de esquecimento e de sonhos.

Enquanto nas eras de costumes reinam o prestígio da antiguidade e a imitação dos ancestrais, nas eras da moda dominam o culto das novidades, assim como a imitação dos modelos presentes e dos estrangeiros. Prefere-se ter semelhanças com os inovadores contemporâneos do que com os antepassados. (LIPOVETSKY, 1989).

Porém muitas vezes esse culto vem da falta de conhecimento da nossa própria história, cultura e povo.

Estética é o estudo das condições e dos efeitos da criação artística. A estética objetiva a harmonia com o corpo, onde os serviços de moda e beleza devem avaliar as harmonias físicas, mentais e espirituais. Onde a roupa, o corte de cabelo, a maquiagem, o modelo de calçado sejam acessórios e complementos a serviço do belo, mas vistos como coadjuvantes e não como peças principais.

“O conceito de beleza expandiu-se, assim como nossa capacidade de perceber as coisas” Matarazzo (1998, p.19)

Conforme Treptow (2002 *apud* RECH, 2003, p.42) “coleção é um conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para uma determinada época do ano”, complementando que para Gomes(1992:43) as peças de uma determinada coleção devem ter relação entre si.

Para Treptow (2003) essa relação se concentra no tema escolhido para a mesma, no público de maneira condizente com o estilo do consumidor, seguindo a imagem da marca, com uma proposta de cores e materiais.

Produção de moda é desenvolvida por meio de planejamento relacionado à moda, utilizando-se de ferramentas como a semiótica e fotografia, para produzir algo com o intuito de atingir um determinado tipo de público consumidor, causando uma reação ou desejo positivo em relação à marca/empresa. Geralmente este processo envolve tendência de vários setores (estilo fotográfico, cabelo, maquiagem, etc).

Segundo Joffily (1991) a produção de moda fotográfica, é a composição que organiza elementos na busca de um estilo, ou, mais concretamente, de um certo clima global da foto que traduz um estilo.

Palomino (2003) afirma ainda que o produtor de moda é quem define a imagem final do trabalho, *look*. Trabalha geralmente em equipe com: estilista, maquiador, cabeleireiro, diretor de arte, entre outros, fazendo a ponte entre todos os envolvidos no trabalho. Em caso de foto, mantém contato também com o fotógrafo e iluminador.

Já o estilo pode ser definido como uma “manifestação pessoal, individual ou grupal, exteriorizada através do modo de se vestir ou de se expressar. Segue características próprias ou influenciadas por uma época.” (LEMOS, 2002, p.24)

Segundo Palomino (2003) afirma que estilo são escolhas, referências, desejos, humores e fantasias. É o modo e não a moda ou modismo, a moda é proposta pela indústria e o estilo é pessoal, o estilo permanece.

Os estilos podem ser classificados em algumas grandes categorias como, por exemplo, clássico, romântico, esportivo, social, por tribos como punk, hippie entre outros. E ainda podemos classificar alguns segmentos, que determinam de forma geral onde e em que determinada situação eles se adequam ou foram projetados.

### 3.2 Ecologia e Sustentabilidade

Preceituam Hanan e Batalha (1999, p.185), que ecologia é a “ciência que trata das inter-relações dos seres vivos com o seu ambiente”, compreendendo a fauna e a flora.

Quanto a sustentabilidade, Hanan e Batalha (1999, p.195), afirmam que sustentabilidade é a “característica de um processo ou estado que se pode ser mantido indefinidamente”.

O caminho para a sustentabilidade é internalizar, em todos os segmentos da sociedade, a idéia de que o benefício da exploração econômica da floresta Amazônica passa pela conservação. A necessidade de perenizar a exploração condiciona o desenvolvimento de ações de conservação, apoiadas em medidas mitigadoras dos impactos ambientais gerados pela ação antrópica.(...) (HANAN e BATALHA, 1999, p.19)

“O crescimento econômico, o desenvolvimento social e a erradicação da pobreza são prioridades absolutas nos países em desenvolvimento e essenciais a sustentabilidade [...]” (HANAN e BATALHA, 1999, P.258)

Para que o crescimento econômico aconteça e o desenvolvimento sustentável seja promovido, a participação pública deve ser efetiva na tomada de decisões promovida através da educação populacional. A reorientação da educação no sentido do desenvolvimento sustentável aumenta a conscientização popular e promove um crescimento intelectual.

Conforme Hanan e Batalha (1999), para que os países se desenvolvam de forma sustentável, eles devem ter acesso e capacidade para utilizar tecnologias que preservem os recursos e protejam o meio ambiente. Reciclando rejeitos e produtos residuais de forma mais adequada, reduzindo os lixos e diminuindo assim os poluentes de “fim de linha”.

Milhares de produtos químicos são utilizados em cada atividade humana. Algumas áreas industriais foram brutalmente contaminadas por produtos químicos, resultando em danos a saúde do homem, às estruturas genéticas e a reprodução humana. A falta de informações e de mecanismos de partilha das mesmas pode ter um impacto ambiental severo sobre a saúde humana, o meio ambiente e as futuras gerações, conforme afirma Hanan e Batalha (1999).

Estes riscos podem ser reduzidos com alguns fatores, como a preocupação com a diminuição do lixo; a separação do mesmo possibilitando a reciclagem; a substituição de pesticidas pelo controle biológico de pragas; a utilização de corantes naturais quando possível, entre outros fatores. Mas para que se crie essa consciência ambiental, essas atividades devem ser ensinadas as crianças desde muito cedo, seja em disciplinas escolares ou na convivência e percepção das atitudes dos criadores no ambiente familiar.

Segundo Ferreira (1998) as fibras naturais podem ser divididas de forma simples de acordo com sua origem, animal ou vegetal.

As fibras vegetais são de origem celulósica e podem ser divididas em três grandes grupos:

- As fibras do caule, como o rami, a juta, o linho e o cânhamo;
- As fibras de folhas, como o buriti, a carnaúba, o tucum, entre outras;
- E as fibras de sementes e frutos, como o algodão;

Os produtos têxteis ecológicos podem ser definidos como aqueles que empregam pelo menos uma iniciativa de redução do impacto ambiental, seja na produção agrícola ou na etapa de acabamento. Utiliza como alternativa corantes naturais ou de fibras naturalmente coloridas. Entretanto, foi apenas no final da década de 90 que a visão

integrada dos diferentes segmentos da indústria têxtil deu origem aos têxteis orgânicos, que são produzidos considerando o impacto ambiental tanto da produção da matéria-prima como do processamento industrial, conforme Souza (1998 *apud* SOUZA, 2001).

Em relação ao algodão, percebe-se como principal vantagem no emprego da fibra colorida à eliminação dos corantes nos acabamentos dos tecidos, reduzindo assim o impacto ambiental causado pelos processos de tingimento químico, sendo possível muitas vezes também o seu cultivo de forma orgânica, eliminando os agrotóxicos e pesticidas (utilizados nos processos comuns de algodão).

Conforme The Icac *apud* de Souza (2001) afirma que o algodão naturalmente colorido também apresenta desvantagens:

[...] pode contaminar algodões brancos durante o cultivo e o beneficiamento deve ser realizado separadamente. Sua produtividade é cerca de 10% menor do que as variedades brancas comerciais e a pluma colorida nem sempre alcança as exigências da fiação industrial.

O algodão colorido não é necessariamente produzido de forma orgânica, porém representa uma opção para a produção de matéria-prima de tecidos ecológicos, e esta distinção é de suma importância. Contudo, conforme Souza (2001):

O interesse recente por uma tendência de redução do impacto ambiental na produção e processamento de têxteis de algodão está impulsionando o resgate de fibras naturalmente coloridas, assim como o cultivo de fibra com técnicas da agricultura orgânica. Estas iniciativas buscam atender a um pequeno nicho de produtos têxteis ecológicos e orgânicos, um mercado que vem se expandindo desde 1990. As fibras orgânicas e as coloridas já são cultivadas em 19 países, em grande parte produzida por pequenos agricultores e comunidades tradicionais.

O projeto “Algodão Colorido” deixou os laboratórios e se transformou em um alento à cadeia produtiva do algodão na Paraíba, onde mais de vinte empresas se uniram em torno do produto ecologicamente correto, de olho principalmente, no mercado de exportação, onde recebem até trinta por cento a mais do que no cultivo do algodão branco.

A fibra do algodão colorido possui valor de mercado 30 a 50% superior às fibras de algodão branco normal. O cultivo desenvolvido pela Embrapa para pequenos agricultores já gerou inúmeros benefícios para as cooperativas de tecelões e artesãos, pela produção e exportação de roupas. Grande parte da produção é destinada ao exterior porque alcança preços 100% mais altos do que no mercado interno, já que os consumidores externos dão preferência a produtos ecológicos e socialmente corretos.

Essa espécie, segundo a ABIT, é uma saída aos principais estragos causados pelo tingimento químico, cujos resíduos e processos muitas vezes não são tratados antes de serem liberados, sendo a principal irregularidade da indústria têxtil. A espécie é cultivada sem agrotóxicos, evitando assim a contaminação de água e solo locais.

Outra saída para a eliminação de químicos no tingimento convencional, é a utilização de corantes naturais, extraídos de plantas, através de um processo atualmente ainda artesanal.

Já em relação à juta, ela não é poluente e não necessita de nenhum aditivo químico na plantação, nem na colheita. Além de todos esses benefícios algumas das jutas utilizam como fixador uma espécie de tinta extraída do açai, e como amaciante a cera do cupuaçu.

E a seda tem como benefício sustentável agregar valor na produção de mamona, conforme relata o agrônomo e pesquisador José Nunes Pinheiro, da Universidade Federal

do Ceará (UFC), que comprovou, no seu doutorado, ser compatível a boa produtividade de bagas de mamona em consórcio com o cultivo de casulos para a produção de seda.

Afirma Pinheiro (2005) que, a criação de casulos do bicho-da-seda com as folhas da mamona cultivada para a extração de óleo é um subproduto com potencial para gerar valor agregado na agricultura familiar para a produção de biodiesel.

Todos os produtos citados acima, como o algodão naturalmente colorido e/ou orgânico, a fibra de juta que deu origem ao tecido *Ecovogt* e a seda, são produzidos com tal preocupação ambiental que já são exportados para vários países, ditos de primeiro mundo, melhorando as exigências e padrões de qualidade dos nossos produtos, com uma consciência crescente de preservação da nossa população de forma lenta, porém contínua. Essa transição dos produtos brasileiros para outros países gera empregos, divulga nossa cultura e moda no exterior e aumenta nossa capacidade crítica diante dos fatos corriqueiros do dia-a-dia.

Existem no mercado várias empresas que já buscam alternativas inteligentes como ecológicos e reciclados.

Outras formas de inclusão social beneficiam a sustentabilidade e são características valorizadas por países desenvolvidos, como é o caso dos trabalhos manuais como o macramé, a renda de bilro e o crochê. Estas características atendem a três grandes grupos: o dos consumidores estrangeiros interessados, o das pequenas comunidades que os fabricam e o intermediador que pode ser definido como a marca.

#### **4. PESQUISA DE CAMPO**

Foram realizadas visitas comerciais à loja Nordeste Natural, na cidade de Balneário Camboriú. Esta comercializa camisetas da marca *Natural Fashion*, produzidas com o algodão naturalmente colorido.

Com esta visita foi possível perceber as características reais do algodão naturalmente colorido através do toque, verificando a textura e maleabilidade dos produtos. Este algodão natural se parece muito com o algodão tradicionalmente comercializado, porém com uma aparência estonada (de coloração desbotada), como pode-se verificar em algumas imagens a seguir.

Uma característica muito importante é a comercialização destes produtos em outros países, ou seja, sua produção é muito mais para a exportação do que para a comercialização nacional, devido às características sócio-culturais já citadas em itens anteriores. Não é preciso ir muito longe para perceber a dimensão dos países que a *Natural Fashion* atinge, pois ao observar-se o *tag* de qualquer uma de suas peças, encontra-se o mesmo traduzido em mais cinco línguas além do português, são elas: inglês, alemão, francês, espanhol e italiano.

Também foram realizadas visitas a diversas malharias, localizadas na cidade de Brusque-SC, que resultaram em amostras de tecidos 100% algodão (cultivados de forma tradicional).

Foram realizados contatos telefônicos com a empresa Castanhall, a qual possui sede no estado de São Paulo, com o intuito de obter informações técnicas e amostras do tecido desenvolvido pelo estilista Caio Von Vogt a partir da fibra de juta, o qual é 100% ecológico e já está sendo exportado para diversos países. Através desse contato foi localizado um representante de tecidos naturais que atende empresas calçadistas em Blumenau-SC, onde foi possível a obtenção de amostras de diversos tecidos naturais, de origem 100% algodão e 100% juta, diferentes dos encontrados em malharias da região, já que são comercializados para outros fins (fabricação de calçados).

Pode-se perceber um ponto positivo em relação aos materiais, pois abriu um leque diferente de modelos e texturas diversas. Através deste representante de Blumenau-SC, percebendo a dificuldade de encontrar materiais naturais para o desenvolvimento deste projeto, como o algodão naturalmente colorido e o orgânico, disponibilizou um contato de um produtor de fios de seda, que, além disso, comercializa um livro de corantes naturais, o que fez com que o foco do projeto tivesse um novo direcionamento, haja visto que a produção do algodão naturalmente colorido é feita na região nordeste, em baixa escala e com difícil acesso.

Outro contato realizado então, foi com a empresa O Casulo Feliz, localizada na cidade de Maringá, no estado do Paraná. Encontrou-se amostras de fios de seda tingidos com corantes naturais (provenientes de plantas) e um manual para o tingimento com as mesmas.

#### 4.1 Análise e síntese da pesquisa

As pesquisas tiveram como ponto de partida a definição de conceitos importantes para que se introduzisse e desse seguimento ao projeto de forma mais clara.

Foram abordados alguns seguimentos da moda de maior relevância para o desenvolvimento desta coleção, na busca de características comuns que pudessem ser utilizadas como referência, são eles: *underwear*, *beachwear*, *homewear* e *casualwear*. Percebendo-se a necessidade de criar uma nova nomenclatura para definir um segmento mais abrangente e que não agregasse parâmetros de pré-concepção do uso de determinados produtos devido aos seus rótulos de segmento. Deixando assim a usuária mais à vontade para fazer suas combinações e usar onde e como melhor lhe convier, um segmento *freewear*<sup>2</sup>, para usar em cada ocasião/lugar de maneira mais livre e versátil quebrando alguns paradigmas, desvencilhando os segmentos de rótulos e os usuários de pré-conceitos.

Essas pesquisas dos segmentos e de tendências foram muito importantes como inspiração visual para a criação, agregando trabalhos manuais e materiais naturais.

A pesquisa teve como ponto chave mostrara à importância da consciência ecológica e ambiental, as possibilidades para exportar esse tipo de produto, as vantagens das fibras ecológicas, entre outros, detectando dessa forma materiais, como fibras e corantes naturais que fossem produzidas desde o plantio até o acabamento sem que necessitassem passar por processos químicos. As mais relevantes encontradas para o projeto foram: algodão naturalmente colorido ou orgânico, a juta orgânica e a seda, todos cultivados de forma sustentável.

Durante as pesquisas realizadas observou-se com dados comprovados em pesquisas anteriores, as seguintes evidências:

- O público de consumidores brasileiros conscientes é de apenas 6%, segundo Souza (2001).
- Os brasileiros valorizam e adotam com frequência, tendências de moda e comportamento vindos do exterior;
- O exterior valoriza os produtos brasileiros pelos seus valores agregados como trabalhos artesanais, dando muito valor a produtos ecologicamente corretos e os consumindo em maior quantidade, pois, para a renda média do brasileiro esses

---

<sup>2</sup> *Freewear* – nome que do inglês significa liberdade de vestir, aparece como nova nomenclatura de estilo/segmento que classifica as roupas de uma determinada marca ou coleção, ligadas aos segmentos *under*, *home*, *beach* e *casual*, porém sem rotulações para locais de uso, tendo como ponto forte a versatilidade.

produtos ainda não se mostram acessíveis a grande massa, devido ao seu alto custo, derivado da sua ainda baixa produção.

Com isso, encontra-se uma ótima oportunidade de negócios, vislumbrando inserir os produtos ecológicos, orgânicos, os trabalhos manuais, as características das sementes e aromas do Brasil em um segmento nomeado mais livre, que tem como principal característica a versatilidade. Principalmente porque o Brasil possui riquezas de fauna, flora e terras disponíveis para o plantio, muito mais do que qualquer outro país Europeu ou Ocidental, segundo Borges (2003).

Como as tendências de moda e comportamento são valorizadas quando ditadas no exterior, quanto mais produtos ecológicos e sustentáveis esses países consumirem (do Brasil), mais estarão colocando-os em alta, e isso despertará o desejo dos brasileiros para essa moda consciente também. Desta forma estar-se-á contribuindo indiretamente para o consumo e conscientização da população brasileira, apesar de ser por um caminho mais longo. Trabalhando com campanhas de marketing que enfatizem a responsabilidade social e o comprometimento ecológico, conforme Caldas (2004) vislumbra como estratégia.

## 5 CONCEITUAÇÃO E EXECUÇÃO DA COLEÇÃO

### 5.1 Produto

**Nome:** Coleção Ecológica e Aromática – Tramas da Floresta

**Categoria:** Vestuário

**Segmento:** alternativo/versátil, nomeado de *freewear*

**Local de uso:** produto versátil, que pode ser utilizado em diversas situações, como festas, reuniões, passeios, spas, em casa, por baixo de outras peças, possibilitando combinações diversas com outras peças de marcas e estilos diferentes.

**Forma de uso:** a proposta busca atender alguns segmentos como *casual*, *home*, *under* e um aperfeiçoamento do *beach* (moda conhecida como praia ou piscina, que não necessariamente se utiliza na água, mas sim em um ambiente com essas características) servindo como peça coringa para situações diversas dentro da linha de segmentos citada acima.

**Composição Industrial:** varia em torno de uma gama de produtos em sua maioria naturais, como:

- Tecidos e bordados: 100% Algodão, 100% Juta e 100% Seda;
- Sementes e botões naturais;
- Aviamentos: sintéticos diversos (como zípers e linhas).

**Imagem do produto no mercado:** os produtos dos segmentos *casual*, *under*, *home* e *beach*, possuem coleções direcionadas para determinadas situações específicas. Neste projeto, busca-se unir algumas características de cada um destes segmentos, dando origem a um segmento novo e mais versátil, com uma imagem livre de rótulos.

Pontos positivos:

- São peças versáteis;
- Possuem regulagens que facilitam a acomodação da peça no corpo;
- Suas numerações são as tradicionais P, M e G, porém com modelagem diferente quando for no tipo exportação, se adequando a tabela de medidas com características

antropométricas dos usuários residentes no local a ser exportado (decorrentes das diferentes características étnicas);

- São produtos com textura livre de acúmulo de energia eletrostática;
- Trazem benefícios aos usuários pelo toque e aroma;
- Beneficiam o meio ambiente por não absorverem agrotóxicos e adubos químicos, no plantio das fibras;
- Não poluem o meio ambiente, pois seus corantes são naturais;
- Não prejudica a saúde dos agricultores, pois o cultivo das fibras é orgânico;
- Reforça a importância do reflorestamento por sua divulgação e preocupação ecológica;
- Depois de não utilizar mais o produto, seu descarte pode ser feito na terra sem que isto agrida o meio ambiente, o solo ou as pessoas que dele vivem. O tempo de decomposição do algodão é torno de 10 anos;

**Pontos negativos:** alto custo na produção, devido à mão de obra artesanal; tingimento demorado; processos longos e baixa produção. O percentual de variabilidade das cores deve ser considerado, já que cada remessa tingida adquire uma coloração diferente, devido à utilização de produtos 100% naturais;

**Influências ambientais, culturais e geográficas:** os produtos desenvolvidos nesta coleção não devem ser exportados para países de clima frio, pois não atenderão as necessidades da população destas regiões. Os produtos podem ser exportados desde que a tabela de medidas esteja de acordo com a tabela antropométrica dos países a receberem o produto. A produção se adequa ao Brasil, pois aqui, possuímos uma grande variedade de sementes, plantas, entre outros componentes necessários para a confecção e principalmente para o tingimento natural das peças.

## 5.2 Elementos de estilo

Os pontos fortes desta coleção são os trabalhos manuais, e os tecidos naturais com seus processos ecológicos e as sementes. Tudo com caráter rústico e flexível. Os elementos são: bordados, amarrações, tranças, macramé, tricô, crochê, entre outros.

### 5.3.1 Trabalhos Manuais

Os trabalhos manuais aparecem na coleção em elementos de aplicação, detalhes e algumas vezes em peças inteiras, que complementam o visual com sofisticação.

Em 1913 chegou ao Brasil à novidade completa, trazido da Europa, com etiqueta de *Henri à la Pensée* o primeiro casaco de tricô de seda. As primeiras revistas com receitas de peças em tricô eram comercializadas, os trabalhos manuais como bordados, tapeçarias e crochês se multiplicavam e a moda de malha chegava ao Brasil. (Moutinho, 2000).

Os trabalhos considerados "Manuais" vêm ao longo dos milênios fazendo parte do dia a dia das pessoas, moldando-se as tendências da moda e dos costumes em todas as culturas do mundo.

A beleza das peças é encontrada nas mais variadas formas e em todas as estações do ano. No vestuário, ele pode ser usado no dia a dia, na praia, ou em ocasiões especiais em forma de biquínis, blusas, vestidos, encontrando-se o Crochê ou Tricô até em gravatas sociais, de acordo com o site Crochê Tunisiano (2005).

O bordado em ponto cruz, surgiu aproximadamente 500 d.C. Espalhou-se pela Europa, Ásia e Esta dos Unidos, principalmente na Inglaterra, onde foram encontrados os primeiros trabalhos, em 1598.

Desde a Idade Média até os dias atuais o prestígio do ponto cruz nunca diminuiu. Os motivos ganharam novas inspirações e muita vitalidade, levando os trabalhos às possibilidades de enriquecer a decoração, dar ares a criatividade e também valorizar a habilidade manual.

Não se tem a data exata de quando se iniciou essa atividade. A palavra “Crochê” é derivada da palavra francesa que significa gancho, porém não existe elo de origem francesa. O Crochê aparece em várias formas e praticamente em todos os países do mundo. Segundo os historiadores os trabalhos de Crochê têm origem na Pré-História.

A palavra Macramé deriva da palavra árabe "*migramah*", que era a arte de finalizar o tecido retirado do tear por meio de nós (para não desfiar). Com o passar do tempo tornou-se uma arte decorativa, desenvolvida pelos árabes a partir da idade média.

Quando os turcos invadiram a península ibérica, a arte do *migramah* foi ensinada aos europeus, que a utilizavam para decorar e para produzir peças tecidas com nós, como xales, cortinas, etc.

Essa mesma arte espalhou-se pelo oriente e Américas através dos marinheiros, que vendiam seus trabalhos (cintos, colares, braceletes, entre outros) nos portos daqueles lugares.

Hoje a arte do macramé tem três ramos principais: tecidos decorativos (franjas, xales, barrados e cortinas), adornos pessoais (cintos, colares e braceletes), e utilidades (porta vasos, adorno de móveis, sacolas, redes esportivas, entre outros), conforme pode-se observar no site Art Maia (2005).

Esta é uma técnica muito admirada e de grandes resultados, mas não é comum encontrarmos pessoas habilidosas que realizem o trabalho com sucesso. Hoje ele é confeccionado em sua maioria através de máquinas e seu mercado é grande.

A História Brasileira do Tricô tem forte relação com Monte Sião (MG), região colonizada pelos imigrantes italianos. Esse povo lutador trouxe na mala seus costumes e tradições. Dentre eles, uma arte, que faz Monte Sião ser famosa em todo o Brasil e até no exterior: o Tricô.

E foi no começo da década de 70 que o tricô saiu das praças para entrar numa nova etapa. Além de uma economia forte, a cidade tornou-se rapidamente conhecida por seu artesanato em lã, **linha** e couro. A evolução e o aprimoramento desta atividade foi o principal impulso no progresso e transformou Monte Sião na "Capital Nacional do Tricô", conforme conta a Associação Comercial e Industrial de Monte Sião (2004).

### 5.3 A inspiração e exemplos de modelos executados

Buscou-se a inspiração através da cultura indígena, seus grafismos, traços e crenças curativas através da natureza brasileira, nas sementes e aromas, sendo que, exemplos da concretização deste trabalho encontram-se abaixo representados por suas fichas técnicas:

#### 5.3.1 Bata Água

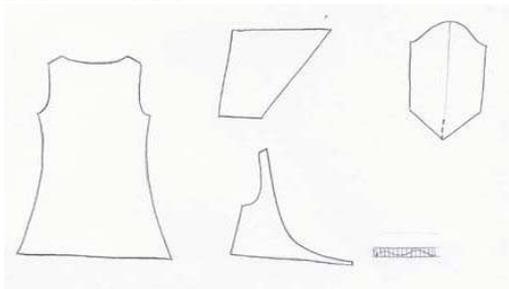
**Matéria Prima:** Tecido Plano/Tela - Tucuruí

**Composição:** 100% CO

Matéria Prima / Aviação	Qtd	Cores
Linha 100% CO	1 un	Cru
Tecido 100% CO	1m	Cru
Renda 100% CO	2,5 m	Cru
Semente 100% natural	5 un	Marrom
Corde 100% CO – Moletim	0,80 m	Cru
Anil em pó	33 g	Azul

**Aplicações:** sementes aplicadas nas extremidades das cordas para fechamento (duas em cada lateral, sendo uma semente para cada extremidade de cada corda) e uma semente para acabamento da pence externa traseira. Outro detalhe é um colar feito com uma técnica chamada “tripa de mico”, com um cordão de algodão colorido degradê e com uma semente marrom no meio, utilizado como colar em cima da bata.

#### Partes do Molde



Costas 1X, Frente Superior 4X, Frente Inferior 2X, Manga 2X, Renda e Cordas conforme descrição da tabela acima.

#### Descrição das Etapas

1 - Unir partes superiores da frente com forros respectivos do mesmo tecido; 2 - Franzir parte frontal do busto; 3- Unir partes inferiores com superiores frontais; 4 - Unir ombros, frente e costas; 5 - Pregar renda nas mangas; 6 - Unir mangas e laterais; 7 - Pregar renda na parte de baixo da bata; 8 - Prender cordinhas para amarração; 9 - Fazer pence no corpo à mão; 10 - Tingir; 11 - Anexar sementes nos acabamentos de pence e cordas de amarração.

#### Foto do Modelo em Construção



#### Foto da Peça Piloto



#### Descrição do Tingimento

Tingimento realizado com a peça semi-pronta, utilizando o anileiro diluído em água quente e sal em um processo que não vai ao fogo, deixando o tecido de molho por uma hora, mexendo de dez em dez minutos. Ao fim deste processo o tecido foi centrifugado e secado à sombra.

### 5.3.2 Calça Cigarreti

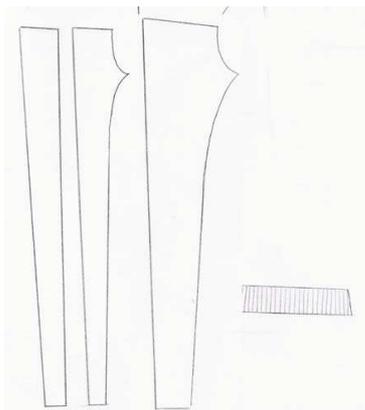
**Matéria Prima:** Tecido Plano/Tela – 1X2 e Ribana

**Composição:** 100% CO

Matéria Prima / Aviação	Qtd	Cores
Linha 100% CO	1 un	Verde
Tecido 100% CO	1,20 m	Cru
Ribana 100% CO	0,40 m	Cru
Zíper normal	1 un	Verde claro
Zíper invisível	2 un	Verde claro
Folhas de carqueja e hortelã	500 g	Verde

**Aplicações:** cordas de 1,5 metros feitas com o mesmo tecido para amarração em cada uma das pernas, do joelho para baixo em forma de “X”.

#### Partes do Molde



Cortar todas as partes 2x cada

---

#### Descrição das Etapas

1 - Tingir o tecido; 2 - Unir partes da frente no recorte e inserir o zíper invisível em baixo; 3 - Unir abdômen frontal; 4 - Unir laterais; 5 - Inserir ribana do cós; 6 - Colocar zíper do quadril na lateral aberta; 7 - Fazer bainha; 8 - Com os restos do tecido fazer duas cordas de 1,5 m de comprimento por 0,03 m de largura.

---

#### Foto do Modelo em Construção



#### Foto da Peça Pronta



---

#### Descrição do Tingimento

O tingimento foi feito com carqueja e hortelã, que após triturados no liquidificador com água e sal diluídos, deu origem a uma pasta consistente que foi espalhada por cima do tecido antes mesmo de ser cortado para a fabricação da peça. O tecido foi estendido para secagem, sem ser torcido. Após a secagem se utilizou uma escova de roupas para retirar os excessos de talos grudados à trama do tecido e foi enviado para etapa de corte e costura.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pesquisas realizadas mostram resultados mais importantes do que se mensurava inicialmente. Elas abordaram um contexto social, ecológico e cultural de extrema importância para a sociedade e o meio em que vivemos.

Como a moda pode ser definida, segundo Lipovetsky (1998) como construção social, os designers de moda além de terem uma responsabilidade muito grande ao criarem produtos e “ditarem” tendências, tem uma oportunidade de intervir, através do incentivo de diversas causas sociais e ambientais, mostrando caminhos sustentáveis e diferentes daquilo

que nos rodeia. Trazendo soluções criativas para a melhoria da qualidade de vida de toda uma cadeia.

Dentro dessa proposta, sugere-se, além das mudanças de conservação e plantio orgânico e de tingimento natural, uma quebra de conceitos que determinam certos padrões de vestimenta, conseqüentemente nomeando de forma diferente alguns segmentos que trazem consigo alguns pré-conceitos de uso, buscando uma quebra de paradigmas, já que a maioria das pessoas limita o uso de uma determinada roupa pela sua classificação comercial, como é o caso dos “pijamas”, por exemplo.

Na busca dessa quebra de paradigmas ao trabalhar com materiais naturais e ecológicos de maneira sustentável, e ainda unindo elementos e características de quatro segmentos comerciais, conhecidos como *underwear*, *homewear*, *beachwear* e o *casualwear*, é que conseguiu-se atingir uma homogeneidade de características para nomear o *freewear*, que do inglês pode ser traduzido como “liberdade de vestir”.

É importante salientar que quando se trabalha com materiais naturais, como é o caso dos corantes obtidos através das plantas, as peças ficam com características únicas de coloração, variando levemente o tom de uma para outra, devido ao processo artesanal desta etapa.

Como o design tem um caráter industrial, de produção em série é importante completar esclarecendo que a coleção foi desenvolvida de maneira industrial, em quase todas as etapas, porém no tingimento é importante enfatizar que se buscou esse recurso artesanal como forma de melhoria para a qualidade de vida, visto que, os maiores poluentes são as tinturarias têxteis, gerando status por certa exclusividade e quem sabe até despertando o interesse de algumas empresas a tomarem esse tipo de iniciativa. Não somente a sustentabilidade está em questão, mas também a responsabilidade social, pois a mão-de-obra de comunidades carentes muitas vezes é subutilizada. Projetos dessa natureza possibilitam maior renda e satisfação pessoal e profissional, a indivíduos que não são absorvidos pelo massificado setor de prestação de serviços.

A valorização de trabalhos manuais na coleção, além do tingimento natural, proporciona ao Brasil (por sua biodiversidade de plantas, sementes e aromas) uma ótima oportunidade de exportação, devido a estas características serem supervalorizadas em outros países.

Isto não restringe o projeto à exportação, visto que Santa Catarina em especial, tem condições de criar núcleos de trabalhos voltados à inclusão social e o uso de sua biodiversidade, aumentando o número de materiais utilizados, enriquecendo ainda mais as características naturais. As oportunidades se encontram na utilização das sementes, cascas, entre outros, para a execução dos trabalhos manuais como bordados e aplicações, bem como para os processos de tingimento.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIT, para Folha de São Paulo, 29 jul. 2004. **Empresas investem no desenvolvimento de produtos alternativos.** Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/foha/equilibrio/noticias/ult263u3666.shtml>> Acesso 11 mai. 2005

CALDAS, D. **Observatório de Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências**, Senac Rio, 2001.

EMBRAPA. **Algodão.** Disponível em: <[www.cnpa.embrapa.br](http://www.cnpa.embrapa.br)> Acesso 11 mai. 2005



FERREIRA, A. B. de H. **Minidicionário Aurélio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira S. A., 1988

GOMES FILHO, J. **Gestalt do Objeto: Sistema de Leitura Visual da Forma**. São Paulo: Escrituras, 2000.

HANAN, S. A.; BATALHA, B. H. L. **Amazônia: Contradições no Paraíso Ecológico**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

JOFFILY, R. **O Jornalismo e Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

LIPOVETSKY, G. **O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MATARAZZO, C. **Beleza 10: um guia de cuidados para todas as mulheres**. São Paulo: Editora SENAC, 1998.

MOUTINHO, M. R. **A Moda do Século XX**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2001.

PALOMINO, É. **A Moda**. São Paulo: Publifolha, 2003.

RICCI, K. **O artesanato vira moda**. Disponível em: <<http://www.santamoda.com.br/novo/tendencias.asp?codigo=1062>> Acesso 06 jun. 2005.

SCHEEPMAKER, M. F. **Suvinil Cores**, 2004. Disponível em: <[http://www.suvinil.com.br/cores\\_sensacoes/feng\\_shui/cores/significado\\_cores.asp](http://www.suvinil.com.br/cores_sensacoes/feng_shui/cores/significado_cores.asp)> Acesso em 28 de mai. 2005.

SCOTTINI, A. **Minidicionário Escolar Português – Inglês - Português**. Blumenau: Todolivro, 1999.

SOUZA, M. C. M. de. **Produção de algodão orgânico colorido: possibilidades e limitações**, 18 mai. 2001. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/trab/MCelia1.htm>>. Acesso 11 maio 2005.

SOUZA, M. Z. de. **Algodão**. Disponível em: <<http://www2.tvcultura.com.br/reportereco/materia.asp?materiaid=160>> Acesso 11 mai. 2005