

Indigo

LIVIA MILONE

Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho"

Trabalho de Conclusão de Curso em Design de Produto

Orientação de Profa. Dra. Mônica Moura

Bauru | 2017



AGRADECIMENTOS



Dedico esse projeto a minha mãe e meu pai e minha família por sempre terem me dado todo apoio necessário na minha escolha de graduação e durante todos os anos que passei nela. A todos os amigos que fiz durante o meu período universitário, Gabi, Angélica, Isa, Letícia, Cius, com quem compartilhei os melhores anos da minha vida e que participaram e ajudaram na realização deste trabalho. Ao Kick por ter sempre incentivado minhas escolhas. A Rosane, que contribuiu com seu olhar fotográfico. A todos os professores que compartilham seus conhecimentos, e a oportunidade de poder ter participado da UNESP. E a todas as pessoas que fizeram parte e participaram de alguma forma no meu crescimento durante o caminho percorrido na faculdade.



ÍNDICE

| | |
|---|----------------|
| <i>Introdução</i> | <i>pág. 07</i> |
| <i>Proposta</i> | <i>pág. 09</i> |
| <i>Investigação</i> | <i>pág. 11</i> |
| •• Fast Fashion | 11 |
| •• Slow fashion | 16 |
| •• Consumo consciente | 18 |
| •• Público Alvo | 23 |
| •• Análise de Similares | 24 |
| •• Conceito Coleção | 30 |
| <i>Desenvolvimento</i> | <i>pág. 35</i> |
| •• Experimentação técnicas de impressão | 35 |
| •• Elaboração estampas | 40 |
| •• Estamparia | 47 |
| •• Modelagem | 49 |
| •• Confecção | 51 |
| •• Ensaio | 56 |
| <i>Conclusão</i> | <i>pág. 66</i> |
| <i>Bibliografia</i> | <i>pág. 67</i> |



INTRODUÇÃO

.....

Desde que comecei minhas aulas de costura me encantei com a mágica das linhas e tecidos se transformando em peças únicas que vestem o corpo. Cada etapa, desde o molde até o os acabamentos é complexa e trabalhosa, e cada ponto dado tem um significado. Durante esse processo não aprendi somente a costurar, mas a admirar as pessoas que confeccionam tão cuidadosamente todas as nossas roupas. Muito esforço e mão de obra é colocada para que cada veste fique pronta, e por isso cada peça deveria ser valorizada como um bem que não deveria ser tratado como descartável.

Durante a minha trajetória na faculdade compreendi como o design pode ser uma

ferramenta poderosa de transformação social, e quis através do meu trabalho final de curso transmitir o mesmo aprendizado que tive nas minhas aulas de costura. O projeto *índigo*, tem a função de questionar o modo que as nossas roupas estão sendo feitas e investigar novos meios de fazer moda de maneira responsável. Cada processo do meu trabalho tenta resgatar o artesanal em algum aspecto e aliá-lo com tecnologias disponíveis na indústria têxtil. Sugerindo então um equilíbrio entre o manual e a máquina, que dê mais poder a quem é a mão-de-obra têxtil que hoje é tão explorada e desvalorizada. Meu desejo é ver uma cadeia de produção mais horizontal que não só vise o lucro de poucos indivíduos, mas de todos que participam dela.



PROPOSTA

.....

Contextualização:

Todos consumimos roupas mas pouco sabemos sobre todos os processos que elas passaram até chegar em nossos armários. Estamos conscientes de como nossas roupas são produzidas? Sabemos as condições de trabalho de quem está costurando? Descartamos nossas peças como itens perecíveis?

Objetivo:

Conscientizar as pessoas de como o modo massificado de produzir e consumir moda é prejudicial para a nossa sociedade;

Informar sobre como realmente as peças que chegam nas lojas estão sendo feitas, e como isso está afetando as pessoas que confeccionam e também suas comunidades, meio ambiente e a população global.

Apresentar novos modos de se criar moda de maneira responsável e justa, e também fazer o consumidor compreender o poder que ele tem de transformação nas mãos e como ele pode se utilizar disso para provocar mudanças positivas no meio em que vive.

Conceito:

Com o objetivo de se reconectar com a natureza e com a comunidade onde vivemos eu me desafio a criar uma mini-coleção de vestuário, com estampas feitas a partir de experimentações manuais que resgatam o artesanal, e também aliando novas tecnologias no processo de estamparia e confecção.

Justificativa:

Na minha concepção como designer quando se desenvolve um produto seja ele qual for, é dever deste profissional pensar nos impactos que esse artigo/produto/serviço irá trazer.

Durante a faculdade sempre gostei muito da área da criação de moda e como podemos nos utilizar dela para nos expressar. Entretanto, a maneira que ela está sendo produzida em grande escala atualmente está causando muitos danos no meio em que vivemos. Eu como designer me sinto no dever de conscientizar as pessoas sobre o quanto isso é nocivo e buscar novas alternativas para que a produção da moda possa ser mais responsável e ajudar a criar uma sociedade mais igualitária.



INVESTIGAÇÃO

Fast Fashion:

Uma reflexão como estamos produzindo e como estamos impactando o mundo.

Quando falamos em moda de uma maneira geral, habitualmente pensamos no produto final, seja uma coleção num desfile de uma grife famosa ou numa peça de roupa que compramos nas lojas. O que é invisibilizado para o consumidor final é o processo que aquela peça passou para ser produzida e o impacto que isso gerou socialmente e ambientalmente no mundo.

O nome *Fast Fashion* não é por acaso, em média duas mini coleções são lançadas nas lojas, essas roupas ficam em média 5 semanas no armário dos consumidores.

De fato, esse sistema é baseado na exploração de recursos e pessoas; o consumidor, a matéria prima e os recursos naturais e energéticos do planeta e os trabalhadores que estão produzindo. A cada ano, 1.5 bilhões de peças de vestuário são costuradas por 40 milhões de pessoas,

trabalhando em 250.000 fábricas, a maioria em países classificados pela ONU como os menos "desenvolvidos". A indústria têxtil tem valor estimado de 3 trilhões de dólares, é um setor altamente rentável, que só é possível se o custo de produção for o menor possível (FIRTH, Livia 2015).

No *ranking* do faturamento das grandes marcas de *fast fashion* está a sueca H&M com U\$D 20 bilhões, logo depois está a Zara, de origem espanhola com U\$D 19,70 bilhões e em terceiro a japonesa U\$D 16,6 bilhões (Forbes, 2014). Se antes as grifes de alta costura lançavam suas coleções sazonalmente, as marcas de *fast fashion* atualizam seus produtos a cada semana, segundo Isabela Prata, fundadora da Escola São Paulo "As marcas querem que a experiência de visitar uma loja se repita, para aumentar a chance de compra de um novo produto."



Inside the Zara flagship store in SoHo in New York City - Inditex
(Reprodução internet)

Ao meio do grande volume de informação e produtos de moda que somos bombardeados diariamente nos esquecemos de perguntar: Estamos conscientes de como nossas roupas são produzidas? Sabemos as condições de trabalho de quem está costurando?

Esse modo de consumo imediato afetou até empresas tradicionais, nomes como Tommy Hilfiger, Versace, Burberry e Marc Jacobs disseram que a partir de 2016 disponibilizariam suas coleções a venda logo após os desfiles, o conceito "see now, by now".



O desfile da Burberry para o inverno de 2016/2017
(Reprodução internet)

Segundo a OMC (Organização Mundial do Comércio) Bangladesh é o 2º país que mais exporta vestuário do mundo, tendo em média 4 milhões de trabalhadores no ramo que ganham menos de 3 dólares por dia. Além dos baixíssimo valor pago, jornadas exaustivas que podem chegar até 16 horas diárias, os locais de trabalhos que muitas vezes servem de moradia para os trabalhadores são precários e frequentemente oferecem riscos para estas pessoas. Isso fica evidente quando em abril de 2013, uma fábrica

em Dhaka (capital de Bangladesh) um prédio de 8 andares que servia como fábrica têxtil desabou deixando matando 1127 pessoas. (Yahoo News!, 2013) O edifício conhecido como Rana Plaza ficava no norte da capital onde se concentra a maioria das fábricas de roupas do país. O local tinha como principal cliente a irlandesa Primark, que apenas se pronunciou estando “chocada e entristecida” com a tragédia e que iria exigir uma revisão de segurança no trabalho de seus outros fornecedores (BBC, 2013).



Rana Plaza após o desabamento
(Reprodução internet)

Apesar desta notícia ter sido amplamente divulgada, isto não impediu da Primark faturar US\$ 7,5 bilhões em 2014, sendo a 6ª empresa do ramo a mais faturar no ano seguinte a tragédia. (Forbes, 2014). Após o desabamento do Rana Plaza outros acidentes envolvendo confecções em Bangladesh voltaram a acontecer, as marcas líderes do *fast fashion* pressionadas pela opinião pública disseram que iriam controlar melhor suas produções.

A terceirização do trabalho têm sido uma ótima desculpa para que uma empresa não precise assumir diretamente sua responsabilidade quando se trata de leis trabalhistas. De acordo com o filme *The True Cost* apenas 3% das roupas consumidas nos Estados Unidos são produzidas no país, uma grande migração da produção quando comparamos com os anos 60 onde 95% das roupas eram produzidas em terras norte-americanas. E no Brasil, de onde vem as roupas que consumimos? Segundo a Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil) 85% do vestuário que

se consome nacionalmente é produzido em solo brasileiro. O nosso país ocupa a quarta posição quando se trata de produção têxtil, tendo faturado US\$ 55,4 bilhões em 2014.

Quando se fala em trabalho escravo em confecções estamos muito mais próximos dessa realidade do que pensamos. Para se caracterizar trabalho escravo de acordo com o Código Penal brasileiro basta se identificar qualquer uma das características a seguir: trabalho forçado, jornada exaustiva, condições degradantes e servidão por dívida. Segundo o Ministério do Trabalho entre 2003 e 2014 foram encontrados 34 casos de trabalho escravo no estado de São Paulo. 452 costureiros que trabalhavam para marcas populares e “grifes” foram libertados.

Já foram denunciadas diversas marcas brasileiras e multinacionais que utilizavam trabalho caracterizado como escravo em confecções em território brasileiro. Dentre elas: Zara, Renner, Pernambucanas, M.Officer, Brookfield Donna, Marisa, Collins, Le Lis Blanc, Bo.Bô, Hippyck, Gregory, Emme, Luigi Bertolli, Unique Chic, 775, Talita Kume, As Marias, entre outras.

As empresas geralmente contratam uma oficina secundária para fabricar suas peças, essa oficina por sua vez para cortar gastos contrata mão de obra informal e barata de uma terceira confecção. Podendo esta terceira confecção inclusive contratar outras oficinas. Os casos de trabalho em condições irregulares pode acontecer desde a oficina secundária. Estima-se que com esse modelo de terceirização a grande empresa economize 2,3 mil reais por funcionário todos os meses, além dos impostos não recolhidos. (CPI do Trabalho Escravo, 2014)



Oficina produz peças para Zara

(Reprodução internet)

A problemática do trabalho escravo no Brasil fica ainda mais complexa quando é envolvida com a migração. Muitos dos trabalhadores de confecções vem para o Brasil com a esperança de uma ascensão econômica em busca de melhores oportunidades de emprego que as de seu local de origem. Em sua maioria são jovens vindos de países como Bolívia, Peru, Paraguai e Haiti, estes são recrutados por agenciadores que já tem contato com donos de oficina no Brasil, o destino prevalente é a grande São Paulo e interior de Santa Catarina. Os contratos são feitos verbalmente e o valor da passagem se torna a primeira dívida entre o imigrante e o agenciador.

Quando chegam ao Brasil esses migrantes passam por diversas situações de chantagem e coerção por parte do empregador, seus documentos são retidos, os custos com alimentação, transporte e moradia são descontados ilegalmente de sua remuneração, as jornadas de trabalho são árduas na tentativa do trabalhador tentar quitar suas dívidas, os alojamentos onde vivem e trabalham são precários e existem casos onde até ameaças físicas são utilizadas para que o funcionário se mantenha submisso e pague suas dívidas. A prática do empregador promover o endividamento dos empregados é denominada *truck system*, que é considerado crime pela legislação sendo a pena a detenção de um a três anos e multa.

A indústria de massa de vestuário além de gerar todos os problemas já mencionados sobre as confecções ainda traz uma série de prejuízos ao nosso meio ambiente quando produz matéria prima. De acordo com Larhea Pepper, produtora de algodão orgânico, 90% do algodão plantado hoje é geneticamente modificado. E sua produção utiliza 18% dos pesticidas e 25% dos inseticidas usados mundialmente. Inicialmente a ideia de usar algodão geneticamente modificado seria a diminuição de inseticidas contra a praga conhecida como lagarta rosada do algodão, porém houve o aumento de uso de inseticidas para pragas secundárias e uso de

herbicidas. Os impactos de produtos químicos usados na agricultura também trazem consequências para a saúde humana. Terry, o marido de Larhea, cresceu numa fazenda onde o pai trabalhava em contato com essas substâncias, ele morreu aos 57 anos de leucemia. Anos depois Terry foi diagnosticado com tumores cerebrais com 48 anos e faleceu depois de 2 anos. Hoje Pepper move um processo contra a empresa Monsanto, multinacional de agricultura e biotecnologia.

Outro material com grande impacto negativo usado na indústria de moda é o couro. Segundo Stella McCartney 50 milhões de animais são criados exclusivamente em função dessa indústria.

A maioria da exportação do couro processado vem da China e Índia onde a curtição (processo de impermeabilização) desse material é feita de maneira bastante perigosa e nociva ao meio ambiente e aos trabalhadores envolvidos no processo. O principal método utilizado para a curtimento é o de cromo, que utiliza metais pesados e causa diversas doenças. Dependendo de como for absorvido pelo corpo humano pode gerar câncer de pulmão, asma, bronquite, faringite. Também é comum observar os trabalhadores da área com doenças de pele, o cromo causa ulcerações causando manchas na pele. (Gizmodo, 2014)

Slow fashion:

Uma resposta e nova alternativa ao Fast Fashion

Em meio ao consumismo frenético surge uma corrente contrária, o *slow fashion*. Termo usado pela primeira vez pela inglesa Kate Fletcher, pesquisadora, escritora, designer e ativista na área da moda e sustentabilidade. Ela define o termo como um rompimento com os valores e objetivos da moda rápida e consumista. É uma visão de moda construída de um ponto de partida distinto, com uma diferente lógica econômica, modelo de negócio, valores e processos. *Slow fashion* desafia a obsessão consumista, produção em massa e estética globalizada e oferece novos caminhos de fornecimento e expressão *fashion*.

Essa corrente foi amplamente inspirada no movimento "*slow food*", apresentado por Carlo Petrini, jornalista italiano em 1986. Já nesta época se propunha um caminho para fortalecer a cultura local de uma região, valorizando sua produção agrícola e sua comunidade como um todo. Tendo como objetivo uma melhor qualidade de vida que seja sustentável.

O modo *slow* de produzir não foca somente na questão ambiental, mas também no coletivo e na nossa estrutura sócio-econômica. Desta maneira se faz necessário diminuir a fabricação de produ-

tos descontinuando o ciclo de grande volume de roupas do *fast fashion*. Os materiais a serem utilizados devem ser de preferência os disponíveis na região e valorizar a mão de obra local, podendo se utilizar de técnicas tradicionais e artesanais ali presentes.

Um fator que define o êxito do modelo de produção em massa é fazer o consumidor constantemente desejar um produto, para isso é preciso lançar continuamente tendências que se tornam datadas rapidamente e investir incessantemente em propagandas e publicidade para que o comprador contribua com esse ciclo vicioso. O *slow fashion* se preocupa em valorizar seus produtos como bens duráveis e atemporais, não dependendo de modismos que se tornam obsoletos. O objetivo é fazer o cliente valorizar o produto que está adquirindo, entendendo que este artefato quebra com a produção de massificada e carrega a história de quem projetou e produziu.

A proximidade com o produtor permite ao consumidor entender o trabalho e recursos utilizados no processo de confecção de sua peça. Quanto mais transparente é esse processo mais consciente fica o comprador de seu impacto ao consumir.

Tendo acesso a como um produto é manufaturado fica mais fácil compreender o preço real que se paga. Os preços vão ser fatalmente mais altos que os praticados na indústria *fast fashion*, porque agora estão incorporados salários justos e recursos sustentáveis. Para se escolher a matéria-prima agora são levados em conta o menor impacto ambiental e social e maior durabilidade, mesmo que isso signifique um aumento no preço final a curto prazo mas que se compensa no tempo útil de uso da peça.

Além de utilizar matéria-prima com menor impacto ambiental possível existe a preocupação de gerar o mínimo de resíduo possível, atualmente cerca de 15% dos tecidos na indústria têxtil são descartados e enviados para aterros sanitários. (Modifica, 2016) Há também a possibilidade de reaproveitar esses resíduos, aliando-se com tecnologias e reusar materiais que podem criar novas possibilidades. Pode se também reciclar resíduos de outras indústrias para o campo da moda, como é o caso do jeans feito de garrafas pets, e borrachas que se tornam solas de sapato. O *upcycling* é mais uma prática que contempla o *slow fashion*, que

acontece quando transformamos materiais em novos produtos mas sem passar por um processo de reciclagem, por exemplo roupas antigas em sapatos, lonas em bolsas ou guarda-chuvas em necessaires.

Faz 2 anos que a influente pesquisadora de tendências Li Edelkoort publicou seu "Manifesto Anti-Fashion", onde ela discute sobre a obsolescência do mercado de moda, criticando o modelo atual que busca lucro acima de tudo, e recicla estilos passados ela declara o fim da moda como conhecemos. (Deezer, 2015) Desde então já surgiram no Brasil e no mundo marcas independentes que adotam conceitos do *slow fashion*, produzir de maneira *slow* não significa ter um modelo fechado de negócio. Existem diferentes maneiras de se criar moda dentro deste movimento levando em consideração suas características essenciais. Quanto mais sustentável, consciente e colaborativa forem as novas marcas melhores serão os resultados. Há uma infinidade de possibilidades de recursos, técnicas, tecnologias que podem ser combinados contrastando com a moda massificada que já se mostrou desgastada e insustentável.

Consumo consciente:

A responsabilidade do comprador

O acesso a informações é essencial para empoderar o consumidor que quer comprar de maneira mais responsável. Com o conhecimento sobre a cadeia produtiva, não só dos nossos vestuários mas de tudo que consumimos, somos capazes de fazer melhores escolhas, não só individualmente mas para o mundo. Existem várias atitudes que podemos tomar para comprar de maneira responsável, discutimos e sugerimos aqui algumas delas.

O *slow fashion* tem em sua essência valorizar os recursos, cultura, e o produto local. Procure em sua cidade conhecer feiras independentes onde você pode ter o contato direto com o produtor. Esses eventos estão cada vez mais presentes oferecendo uma alternativa de consumo, ali você pode estabelecer laços e relações, que hoje em dia parecem estar cada vez mais escassas na sociedade hiperconectada que vivemos. Podemos resgatar esse hábito de comunidade nos aproximando de quem fornece nossos produtos, fazendo parte da narrativa que habita nossa cidade.

Se na sua cidade não houverem feiras indepen-

des sempre se pode recorrer a internet para procurar alternativas. Foi lançado recentemente o “Mais Alma”, um projeto realizado pela Julia Bedolo e Ana Fracasso “Nossa proposta é incentivar uma mudança de comportamento sobre a forma como consumimos e mostrar marcas e produtos que representam melhores escolhas para as pessoas e para o planeta.” (Modifica, 2016) Elas lançaram um e-commerce com uma curadoria refinada de produtos onde se pode investigar como o produto foi feito, por um sistema de “selos”; respeito na produção, feito pelo artista, vegano, orgânico, *upcycling*, design atemporal, *cruelty-free* e *eco-friendly*, você descobre as características do processo de cada um. Como nem todos os produtos podem atender a todos os requisitos é possível também filtrar pela característica mais relevante para você. O objetivo do Mais Alma é servir de ponte entre quem faz e quem compra, dentro do site você encontra um espaço onde o autor da peça conta um pouco da sua história, humanizando a peça, respeitando o criador e sua criação de modo harmonioso que tem continuidade no consumidor.

CONHEÇA NOSSA CURADORIA

QUE SUA ESCOLHA SEJA A MELHOR POSSÍVEL PARA VOCÊ E PARA O MUNDO

RESPEITO NA PRODUÇÃO

QUANDO SE ESTABELECE UMA RELAÇÃO DE CONFIANÇA ENTRE A MARCA E PEQUENOS PRODUTORES



FEITO PELO ARTISTA

PRODUZIDO UM A UM PELAS PRÓPRIAS MÃOS DAQUELE QUE CRIOU A PEÇA

VEGANO

SEM USO DE MATÉRIA-PRIMA DERIVADA DE QUALQUER FORMA POSSÍVEL DE EXPLORAÇÃO ANIMAL



ORGÂNICO

PRODUTOS NATURAIS SEM O USO DE AGROTÓXICOS, DO INÍCIO AO FIM

UPCYCLING

TRANSFORMA RESÍDUOS INÚTEIS EM NOVOS PRODUTOS DE MAIOR QUALIDADE



DESIGN ATEMPORAL

NÃO SEGUE TENDÊNCIAS E NÃO SAI DE MODA, TORNANDO SEU TEMPO DE USO AINDA MAIOR

CRUELTY-FREE

LIVRE DE TESTES EM ANIMAIS, TANTO OS COMPONENTES COMO O PRODUTO FINAL



ECO-FRIENDLY

PRODUZIDO COM MATERIAIS OU PROCESSOS QUE MINIMIZAM OS DANOS À NATUREZA

Print da página do e-commerce,
<http://www.maisalma.com>

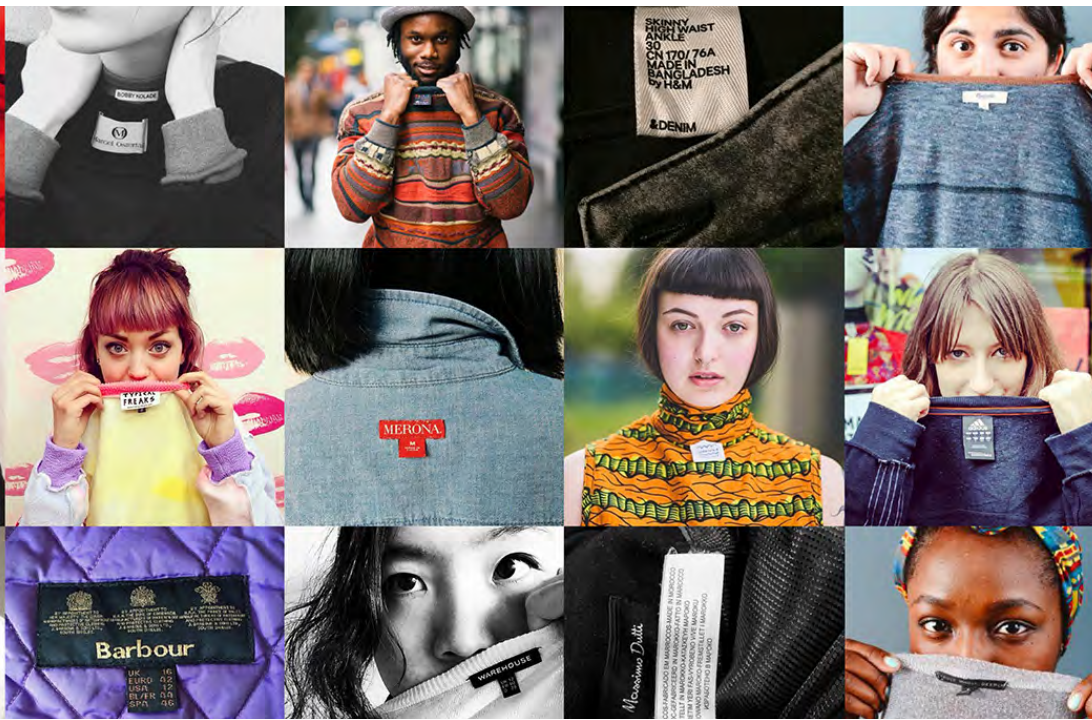
Outra atitude bastante significativa que podemos tomar é exigir transparência das empresas e posicionamento que consumimos, pressionando por posicionamento por um comércio justo, leis mais justas e punições mais rígidas. Essa produção transparente só é viável se as marcas rastream todos seus processos, identificando as irregularidades e tomando uma atitude contra isso. De acordo com o Sebrae as características necessárias para se identificar um comércio justo são as seguintes:

- “
1. Transparência e corresponsabilidade na gestão da cadeia produtiva e comercial;
 2. Relação de longo prazo que ofereça treinamento e apoio aos produtores e acesso às informações do mercado;
 3. Pagamento de preço justo no recebimento do produto, além de um bônus que deve beneficiar toda a comunidade, e de financiamento da produção ou do plantio, ou a antecipação do pagamento da safra, quando necessário;
 4. Organização democrática dos produtores em cooperativas ou associações;
 5. Respeito à legislação e às normas (por exemplo, trabalhistas) nacionais e internacionais;
 6. O ambiente de trabalho deve ser seguro e as crianças devem frequentar a escola;
 7. O meio ambiente deve ser respeitado.
- ”

Os produtos que cumprem esses requisitos são certificados, assim como os produtos orgânicos. Infelizmente no Brasil ainda são raros os produtos que possuem o selo.

Para acompanhar os posicionamentos das marcas quanto às questões trabalhistas, ambientais e sociais já existem projetos internacionais e nacionais que reúnem informações e nos ajudam a monitorar os comportamentos das empresas. O *Fashion Transparency Index* é um relatório criado pela ONG inglesa Fashion Revolution. Lá podemos encontrar análises de diferentes aspectos empresariais como: "política e compromisso", "rastreamento e rastreabilidade", "auditorias e reparação", e "governança". Esses itens são analisados detalhadamente e no

final há uma classificação de 40 marcas de acordo com as investigações feitas. A ONG promove intervenções que estimulam os consumidores a pressionar empresas sobre a origem de suas roupas. Em 2016 eles lançaram a campanha global *Who made my clothes*, onde a ideia era postar uma foto com *#whomademyclothes* mostrando a etiqueta de uma roupa e questionar a marca que produziu a mostrar quem produziu suas roupas. Algumas marcas responderam mandando fotos de seus trabalhadores utilizando *#Imadeyourclothes*.



Exemplos de postagens durante a campanha
(Reprodução internet)



Exemplos de resposta das empresa
(Reprodução internet)

No Brasil foi lançado o aplicativo Moda Livre, desenvolvido pela Repórter Brasil, onde 45 marcas nacionais e multinacionais são analisadas quanto a sua atuação nos seguintes temas:

- “ 1. Políticas: compromissos assumidos pelas empresas para combater o trabalho escravo em sua cadeia de fornecimento.
2. Monitoramento: medidas adotadas pelas empresas para fiscalizar seus fornecedores de roupa.
3. Transparência: ações tomadas pelas empresas para comunicar a seus clientes o que vêm fazendo para monitorar fornecedores e combater o trabalho escravo.
4. Histórico: resumo do envolvimento das empresas em casos de trabalho escravo, segundo o governo.” ”

(Repórter Brasil, 2016)

De acordo com as respostas as empresas são classificadas em três categorias de cores, sendo vermelho pior avaliação, amarelo avaliação mediana e verde melhor avaliação. As que não responderam ao questionário apesar dos sucessivos convites do Repórter Brasil foram incluídas na categoria vermelha.

Público Alvo:

Meu público alvo são pessoas que estão buscando se clarificar sobre a origem do que consumimos, são pessoas questionadoras com o mundo a sua volta, compreendendo que suas atitudes individuais afetam todos a sua volta. Procuram novas opções de consumo que diferem da massificação e exploração excessiva de recursos e mão-de-obra. Essas características estão majoritariamente presentes na Geração Z, que são as pessoas nascidas depois de 1995 até 2010. É uma geração que cresceu com tecnologias digitais, muito familiarizados com a internet e conseqüentemente tem acesso facilitado de informações. Autodidatas, críticos e dinâmicos é a geração mais multicultural que já existiu, são mais inclinados a quebra de estereótipos impostos pela sociedade tradicional.

Minha mini-coleção de roupas não se destina para nenhum gênero em específico por acreditar que cada indivíduo deve ser livre para se expressar da maneira que desejar independente do que a sociedade tenha nos imposto.

Análise de Similares:

Busquei na minha análise marcas brasileiras que valorizassem peças de moda autoral e produzidas em pequena escala.

Santa e Nuvem



Nasceu da junção de duas marcas independentes. A Santa Expedita criada pela Renata Rosa, que cursava teatro, começou a bordar camisetas e vender, depois comprou uma máquina de costura e aí surgiu a marca. A Nathália Lessa sempre teve interesse em imagem e criatividade, no último ano que cursava psicologia ela resolveu criar uma marca de roupas, a Maria Nuvem.

As meninas já eram amigas quando trabalhavam cada uma com sua marca, mas estavam se sentindo enfraquecidas e passavam pelas mesmos obstáculos. Foi quando conversaram e resolveram fazer um teste em

trabalhar juntas, e já lançaram um novo site com a unificação das duas marcas.

A marca registrada da Santa e Nuvem são as roupas fluidas que permitem a liberdade do movimento. Os tecidos são leves e as modelagens confortáveis, deixando o corpo livre e sem deixar de ser feminino. Além dos tecidos as estampas são um aspecto de identidade da marca. O público alvo são mulheres que lutam pelo seu espaço no mundo e se vestem com independência. "Alguém que sabe seu lugar como mulher dentro do mundo e preenche seu espaço sendo livre, guerreira, que luta pelos seus ideais e pelo seu espaço. Uma mulher que questiona, que usa do que veste como uma das formas de exercer sua liberdade." diz Renata sobre a persona ideal da marca.

As peças são produzidas em pequena escala, com mão de obra local e matéria prima nacional. Os editoriais da dupla trazem fotos com movimentos orgânicos e um olhar sensível com o mundo ao seu redor.



fotos: <http://www.santaenuvem.com/>



ADA



A marca lançada em março de 2016 tem como pilares sustentabilidade, *slow fashion*, valorização do feminino e veganismo. Originária do Rio Grande do Sul pela Camila Puccini e Melina Knolow, a ADA reúne todos os conceitos que elas acreditam na moda.

As peças são minimalistas para serem atemporais com cortes amplos e modelagem confortável, a matéria prima utiliza majoritariamente fibras naturais 100% brasileiras sem nenhum componente animal. Os resíduos da produção vão para ONG Patas Dadas que confecciona capas e camas para cachorros e gatos, minimizando o que seria lixo industrial.

O empoderamento da mulher também está em pauta na marca, o nome ADA foi inspirado na Ada Augusta Byron King, a criadora do primeiro algoritmo a ser processado por uma máquina. Os nomes de todas as peças são homenagens a personalidades influentes e importantes que muitas vezes são invisibilizadas na história por serem mulheres. Cada roupa conta uma história inspiradora como a de Amelia Mary Earhart, a primeira mulher a alçar voo solo pelo Oceano Atlântico e Carolina Maria de Jesus escritora mineira em 1914 que teve grande relevância para a literatura brasileira.

As embalagens usadas também são pensadas para serem reutilizadas ou recicladas descomplicadamente. São caixas de papelão *kraft* apenas com encaixes para evitar o uso da cola. “No futuro, pretendemos fazer uma política de devolução, para quem não quiser reutilizar e nem jogar fora” informa Camila.

A maioria dos tecidos que utilizam é 100% algodão porém em algumas peças existe uma composição com fibras sintéticas, mas sempre procuram utilizar tecidos com até dois tipos de fibras.

Outra característica da marca é que cada artigo possui uma tiragem pequena de 30 até 50 unidades. Mais um aspecto interessante da ADA são os tamanhos, além do P, M e G você escolhe também pela sua altura. Dessa maneira há 3 opções dentro de cada tamanho, por enquanto estão disponíveis para 1,60 m, 1,70 m e 1,80 m. Assim a peça terá maior adaptação ao corpo da mulher. E elas ainda tem planos para mais opções de tamanhos “Estamos trabalhando em uma grade específica para 1,50 m. As proporções são todas pequenininhas e estamos estudando a tabela de medidas”, explica Camila.

Por enquanto você pode comprar as peças da ADA pelo site mas as meninas têm projetos de inaugurar um ateliê onde clientes poderão conhecer os produtos e o contato com o processo de produção das peças possa ser ainda mais transparente.



Fotos: <http://www.conceitoada.com/>

Linna Dellic



A Lina Dellic se iniciou quando Gabriela Bereta, que já tinha a intenção de construir uma marca de moda, ao contratar o estúdio de design Loft para fazer sua identidade conheceu a designer Marina Zaguini, que trabalhou no seu projeto. A parceria funcionou tanto que as duas se tornaram sócias e uniram seus trabalhos. A origem do nome vem da junção do nome Lina e uma expressão do termo “delicada”. O significado de Lina vem de uma persona otimista e amistosa, com diversos talentos artísticos. É uma pessoa criativa, com senso de humor e espírito jovem, contestador e atrevido. Alguém que é determinado e original.

As peças da Lina Dellic são feitas num processo bastante autoral, que se traduz num estilo minimalista, au-

têntico e consciente. A paleta de cores é sóbria e as modelagens são geométricas, elegantes e femininos e muito originais. As coleções são pensadas com a ideia de armário-cápsula, uma coleção de poucos itens essenciais de roupa que não se tornam ultrapassados com as tendências de moda. A proposta é consumir menos e também facilitar as combinações no dia-a-dia.

A transparência da produção é um dos pilares da marca, a confecção é artesanal e o tempo de criação de cada peça é respeitado. Para que todos os processos da manufatura fossem feitos de maneira responsável a elaboração, pesquisa e planejamento da marca começou um ano antes. Assim puderam investigar as matérias-primas e fornecedores compatíveis. Os principais tecidos usados são algodão, viscose, poliéster e seda.

Querendo cada vez mais se engajar com o *slow fashion* a Lina está em fase de desenvolvimento de um projeto social que valorize as pessoas que trabalham, como as costureiras, fornecedores e sua comunidade. O conceito é conscientizar que na roupa que usamos há muita mão-de-obra envolvida e devemos valorizar cada indivíduo que contribuiu com a construção do produto final. Fortificando assim ainda mais o vínculo entre peças e consumidores.



Fotos: <http://followthecolours.com.br/style-freak/lina-delllic/>

Conceito Coleção:

Acredito que para se produzir de forma consciente é preciso valorizar e respeitar os recursos que nos são oferecidos no planeta e tratarmos o meio-ambiente com responsabilidade. O ato de se aproximar da natureza se relaciona com desacelerar e se afastar da produção massiva do *fast fashion*. Quando nos enxergamos como uma parte de uma comunidade maior, um ecossistema complexo percebemos que só podemos coexistir se houver um equilíbrio entre todos os indivíduos. *Indigo* é um convite para se reconectar com a natureza ao nosso redor e repensarmos nosso estilo de vida.

A inspiração do nome da coleção vem do pigmento *Indigo*, extraído da natureza a partir de diversas técnicas e plantas naturais por diferentes povos no mundo, a produção dessa tinta ajudou a contar a história de várias culturas.

A Índia foi o mais antigo pólo de tintura com indigo, fornecendo esse produto para Europa desde a era Greco-Romana. A palavra vem da palavra grega tingir, *indikón*, os romanos latinizaram a palavra para *indicum*, que eventualmente se tornou índigo em português.

A criação da cor índigo é um trabalho que se requer amor e dedicação, o processo desde o cultivo da planta até a obtenção do pigmento pode levar até dois anos. No livro *Índigo: a cor que mudou o mundo*, Catherine Legrand conta a história humana por detrás dessa cor numa jornada intrigante pelo Japão, China, Índia, África, América, Laos e Vietnã. No meu projeto queria valorizar a produção artesanal, resgatando processos manuais assim como acontece com a história dessa cor tão importante que fez parte de vários lugares do mundo.

Fonte: 'Indigo: The Colour That Changed the World',
photo Catherine Legrand / Thames & Hudson.



Anna Atkins como inspiração e referência:

Minha inspiração visual vem da botânica e fotógrafa Anna Atkins, (1799-1871), considerada a primeira fotógrafa mulher conhecida por utilizar fotogramas [1] de plantas em seus livros. Anna cresceu com a influência do seu pai John George Children, químico, mineralogista e zoologista, onde teve contato com química e botânica. Através de seu marido Atkins teve contato com William Henry Fox, um fotógrafo pioneiro que desenvolveu um processo de criar fotografias em papel tratado com sal e uma solução de nitrato de prata e John Herschel, inventor do método de impressão conhecido como cianotipia.

A cianotipia, também conhecida como *blueprinting*, consiste em colocar um objeto no papel tratado com citrato de amônio e ferro e ferricianeto de potássio. Depois de exposto ao sol e ser lavado na água o papel revela a imagem gerada pelo objeto. Essa técnica geralmente era utilizada para reproduzir desenhos arquitetônicos e de engenharia mas Anna decidiu utilizar o procedimento para ilustrar livros de botânica. Ela desenvolveu 3 livros



(Reprodução internet)

do assunto sendo a primeira pessoa a publicar um livro fotográfico. Em 1839 ela se tornou membro da Sociedade Britânica de Botânica, uma das únicas sociedades científicas da época que permitia mulheres.



Imagens impressas quimicamente em papel fotográfico
fonte: <https://alternativafotografica.wordpress.com/tag/anna-atkins/>



DESENVOLVIMENTO

.....

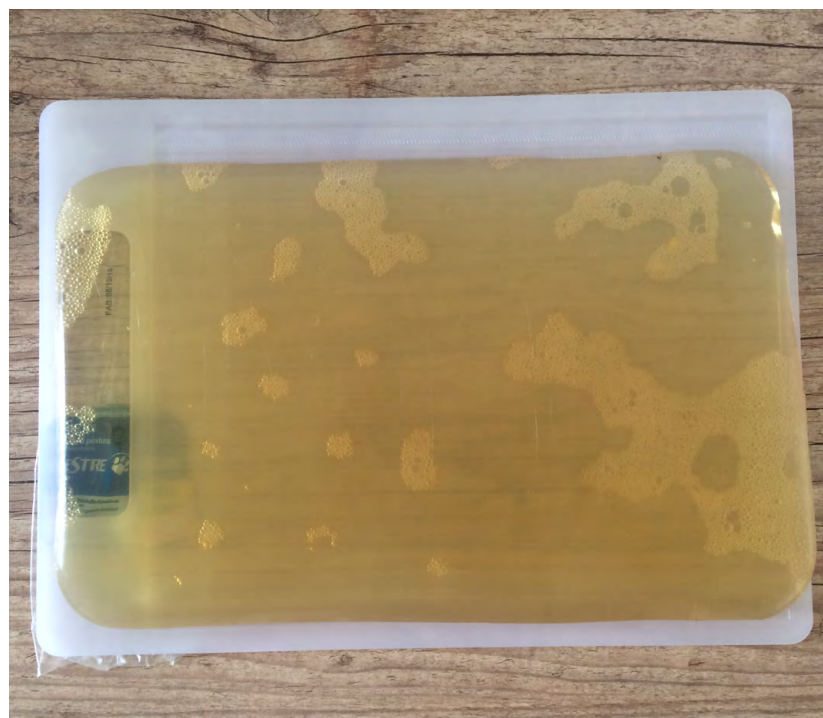
Experimentação - técnicas de impressão:



Para se relacionar com a natureza, comecei o meu processo coletando folhas, flores e até penas pelas ruas da cidade de Bauru. Queria uma técnica de impressão que se parecesse visualmente com a utilizada por Anna Atkins, mas sem utilizar químicos que me seriam inacessíveis. Resolvi então usar um processo de monotipia feito em gelatina.



Utilizei a receita contida no livro "Estamparia" de Elizabeth Harbour. Foram dissolvidos 150 g de gelatina em pó incolor em 400 ml de água gelada e posteriormente adicionei 400 ml de água fervente até que a gelatina se dissolvesse por completo. Coloquei essa mistura em uma forma nivelada na geladeira até que firmasse. Depois de desenformada a superfície está pronta para impressão.



Para a impressão utilizei tinta acrílica que foi espalhada por toda superfície da gelatina e a seguir dispus as plantas coletadas sob a tinta.



Com um pedaço de papel com o tamanho aproximado da superfície colocado sobre as plantas pressionei fazendo uma leve pressão para retirar o negativo da impressão. Retirando-se delicadamente as flores e folhas da superfície restam os "desenhos" dos elementos na gelatina.



E finalmente para se obter a impressão final siga o mesmo processo de pressionar um papel na superfície e conseguir a imagem das plantas no papel.



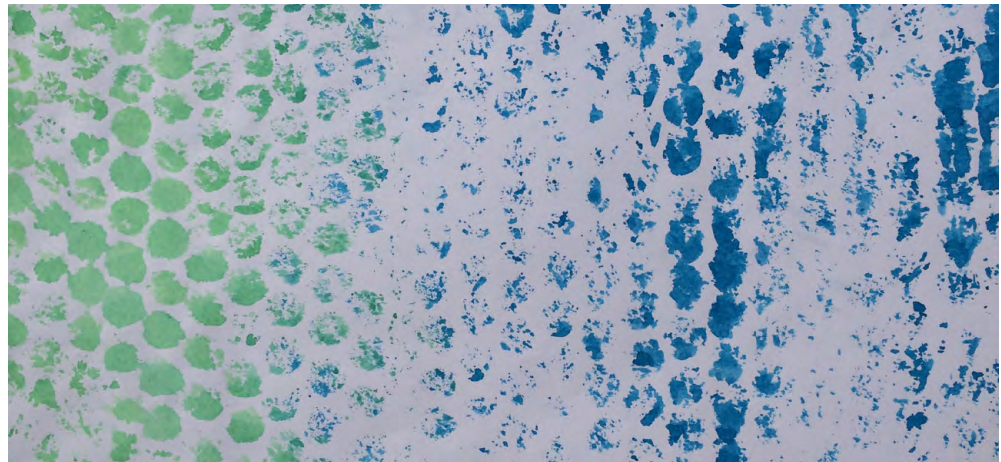
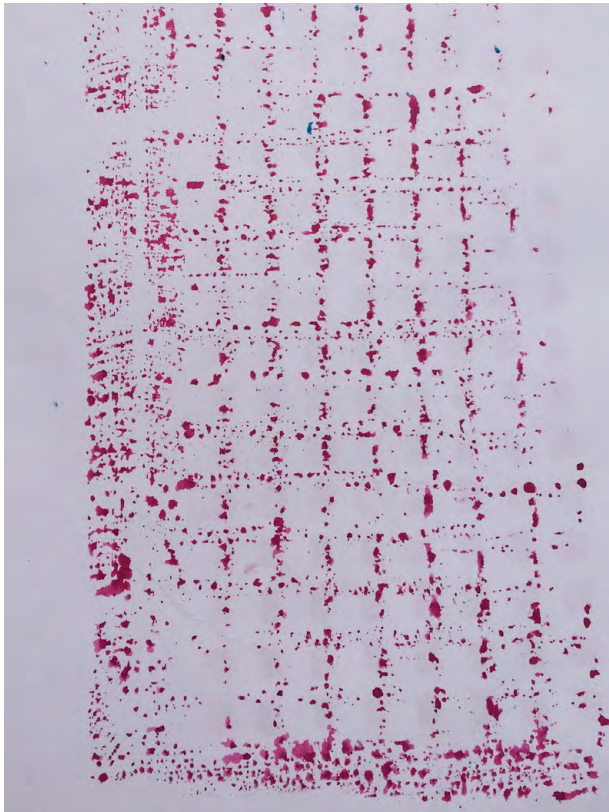
A placa de gelatina pode ser limpa com um pano umedecido com água e reutilizada diversas vezes. As impressões são geradas de forma espontânea, cada imagem produzida é única. Esse processo oferece infinitas possibilidades de combinação de elementos, cores e texturas. Testei esse método inserindo outros tipos de elementos como rendas e também tentei im-

primir direto no tecido o que não me agradou pois a definição não era muito boa e seria muito difícil imprimir em maior escala para se confeccionar as peças de roupas. Por esses motivos resolvi digitalizar as imagens produzidas para poder manipulá-las criando novas combinações e ter mais controle sobre o resultado final estampado no tecido.



Elaboração Estampas:

Para a criação das estampas selecionei as monótipias em gelatina que mais me agradaram, para complementar essas imagens com textura criei com aquarela alguns desenhos em papel, as imagens foram geradas passando tinta aquarela líquida em cestas de plástico.

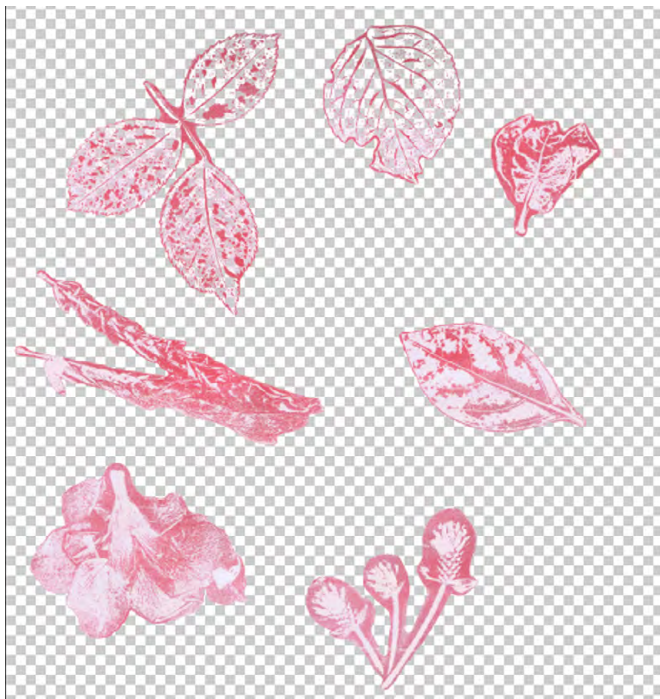




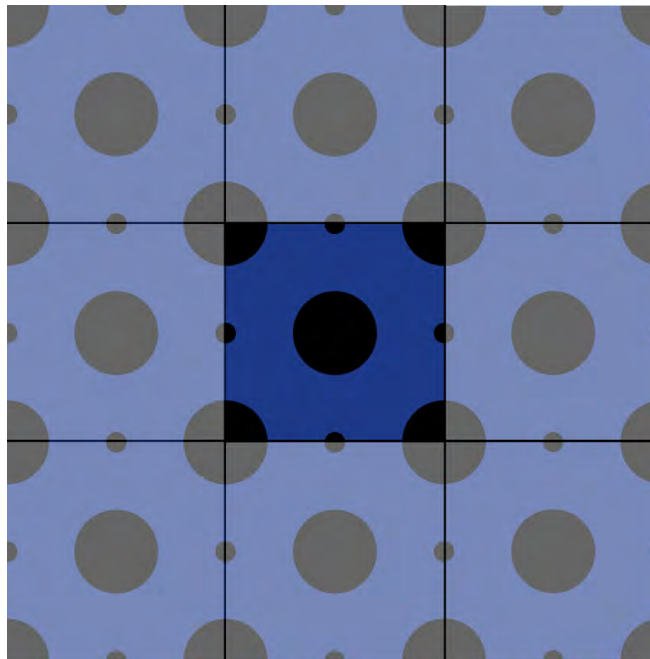
As imagens foram tratadas no *Adobe Photoshop CS6*, primeiramente retirando-se o fundo das imagens e separando os elementos.

Para montar as estampas é preciso elaborar *rapports*. *Rapport* é a menor parte do padrão, que contém todos os elementos presentes na estampa. Este módulo precisa se encaixar perfeitamente de todos os lados de modo que a estampa fique sempre contínua e sem falhas.

Essa peça é sempre um quadrilátero, podendo ter dimensões variadas dependendo da finalidade da es-

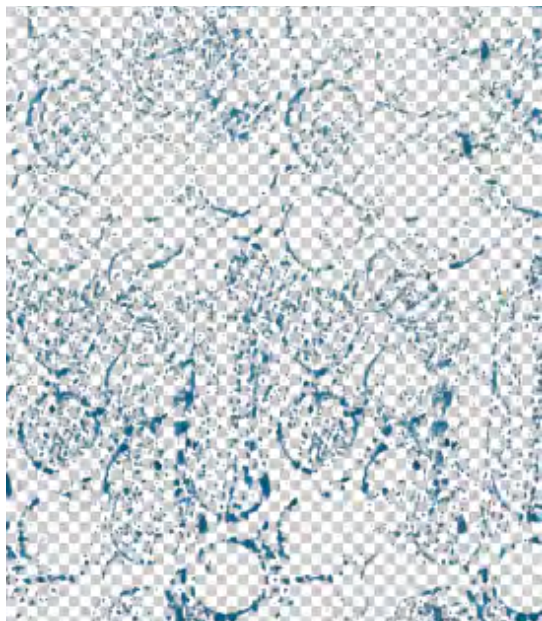


O tipo de repetição que escolhi para as estampas foi a contínua para o fundo com texturas, onde os módulos se entrelaçam e não se pode ver as emendas, e *allover*, no qual os elementos são espalhados pelo *rapport* refletidos e rotacionados e não se pode identificar a orientação do padrão.



Exemplo de *rapport* simplificado.

As plantas foram cortadas da imagem com a ferramenta "laço", e depois tiveram o fundo limpo com auxílio da "máscara" e "pincel", restando apenas os contornos. Para melhor definição o fundo dos elementos foi pintado de branco.



A textura foi separada no *photoshop* através da "varinha mágica" e depois foi feito o *rapport* através de sobreposições de camadas apagando-se alguns pontos da imagem.

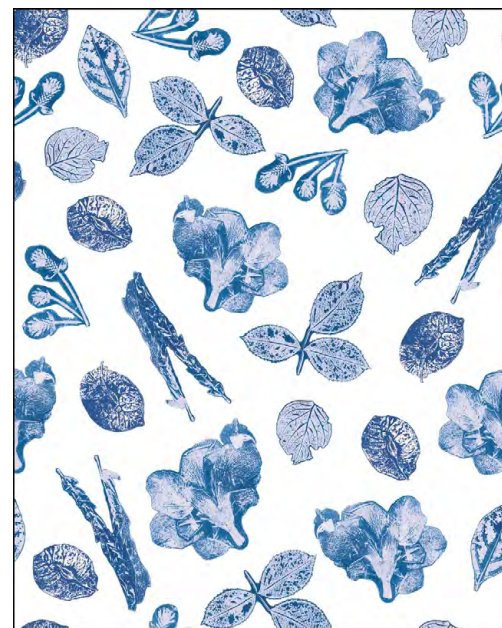
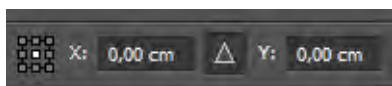


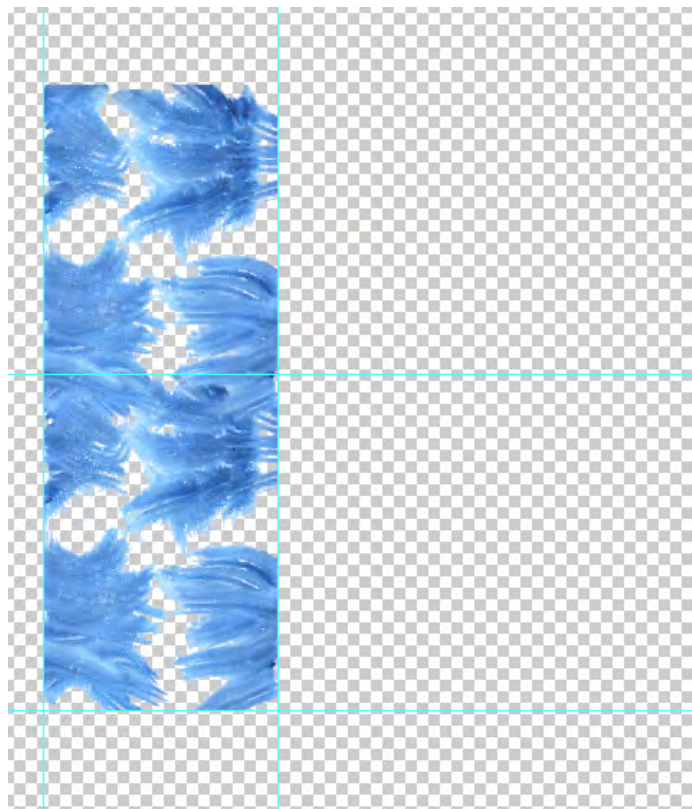
Rapport do fundo já com a coloração escolhida e no tamanho desejado.

Os elemento tiveram a cor modificada através da "cor seletiva" e "matiz/saturação".

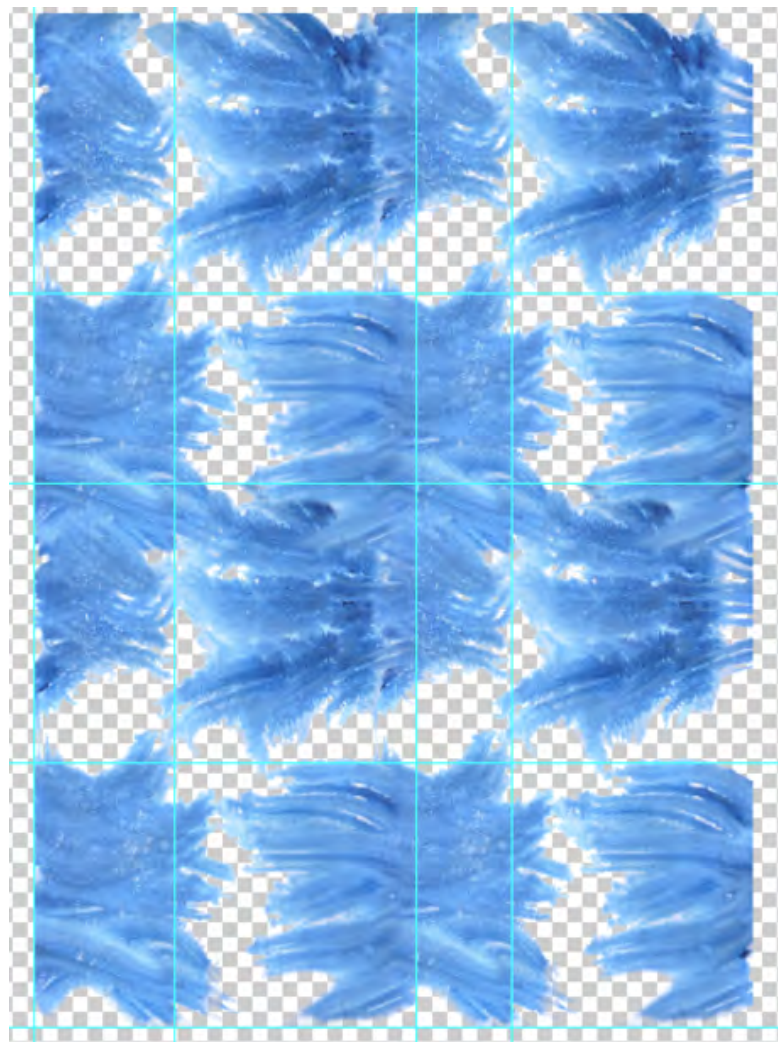
Para montar o *rapport* as camadas foram copiadas formando a distribuição desejada e onde um elemento fosse interrompido pelos lados do módulo ele foi copiado e modificada a sua localização pela "transformação livre".

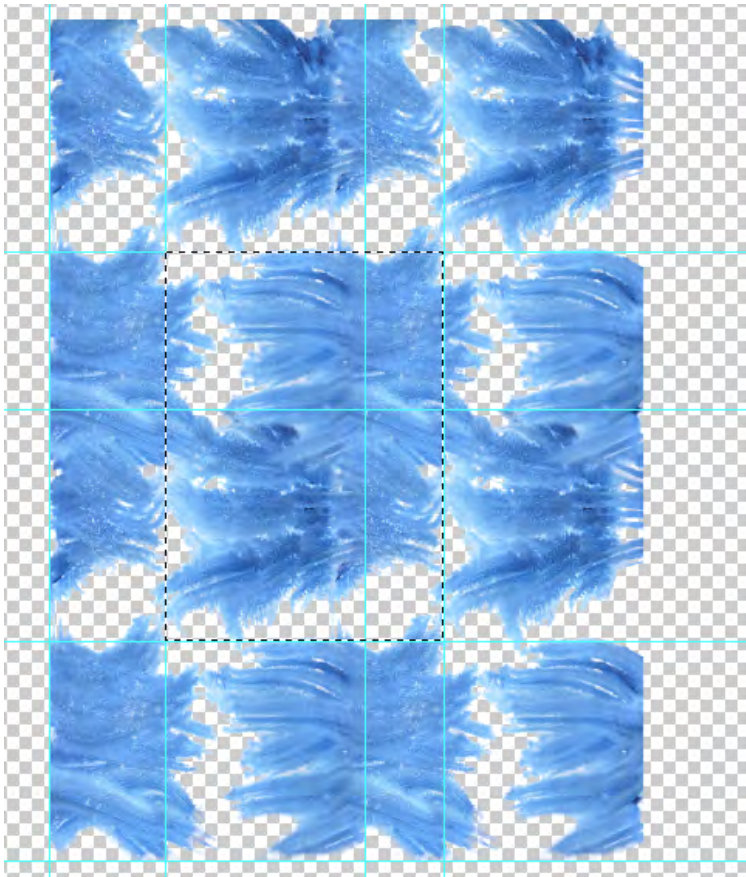
Ex: Num *rapport* de 40 cm largura e 60 cm de altura. Se um objeto é descontinuado na largura, o X deverá ser preenchido com + (esquerda) ou - (direita) 40 cm. E o Y deve permanecer 0. E o mesmo vale para elementos descontinuados na altura.





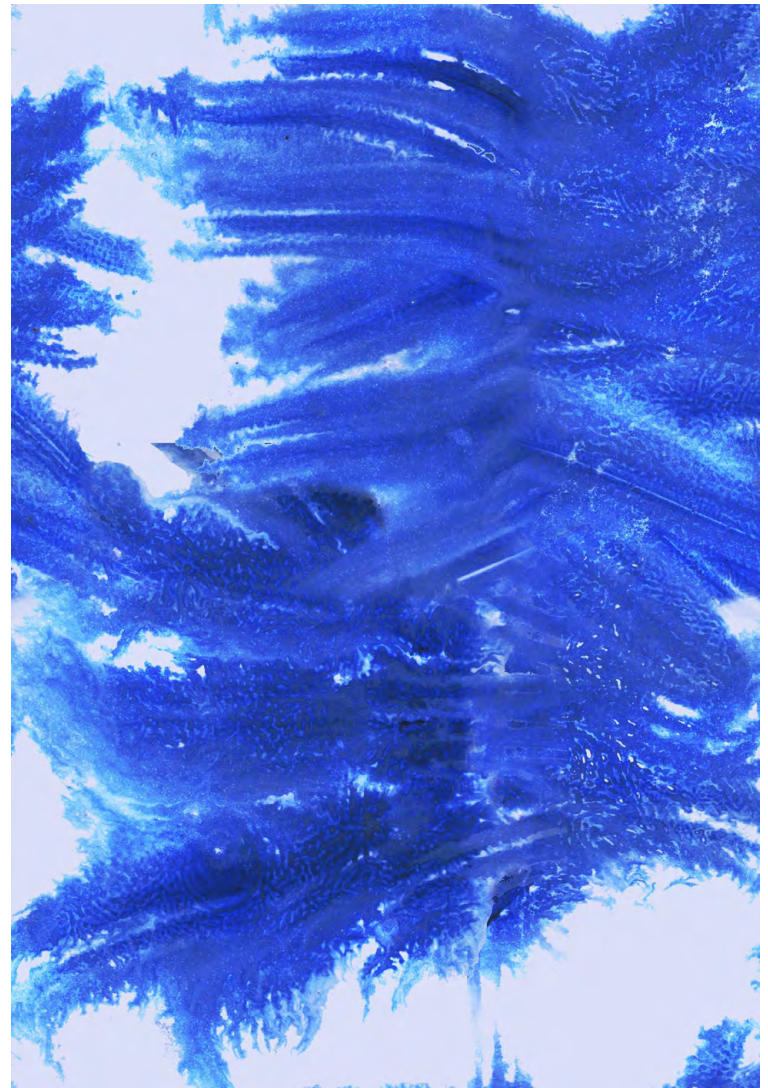
As estampas com texturas tiveram o *rapport* feito com a repetição da imagem, para garantir a continuidade foi usado a "máscara" e a ferramenta "pincel" para poder mesclar as imagens de modo a não se perceber as linhas retas que cortam os elementos.



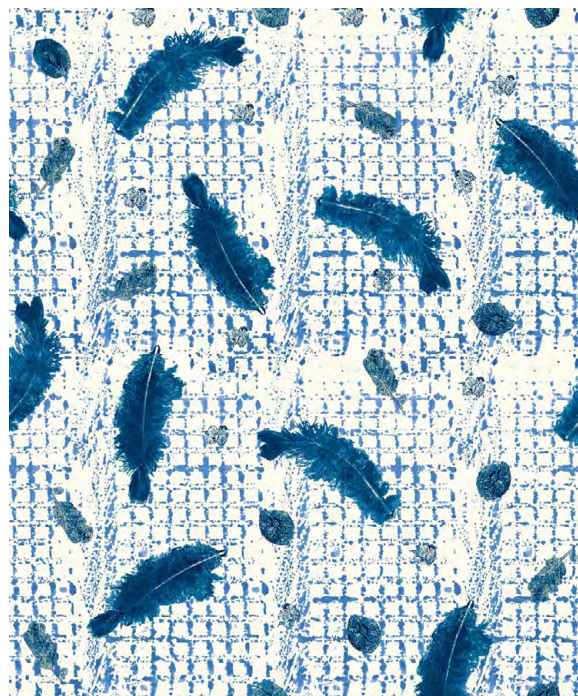


Para se definir o *rapport* foi marcado o mesmo ponto de referência em cada imagem com linhas guias. A área dentro dessas linhas é a repetição da estampa.

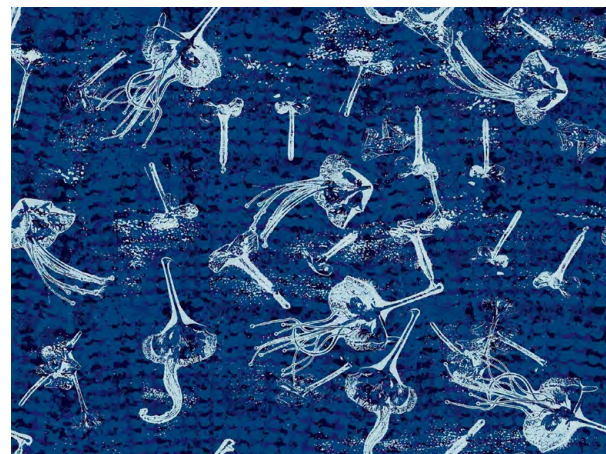
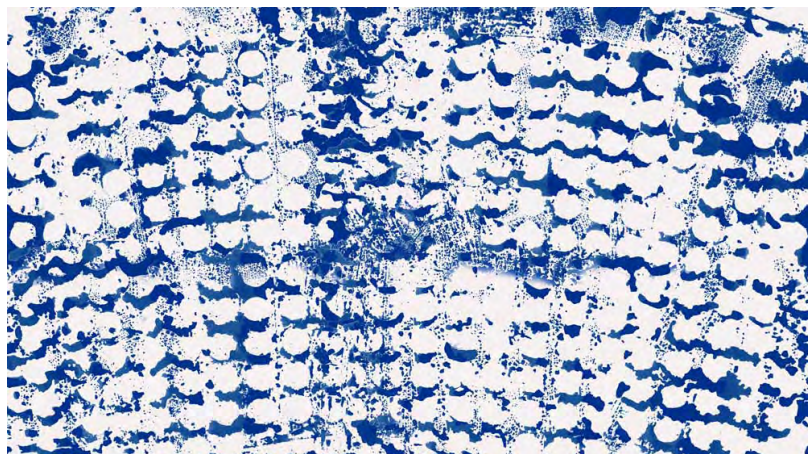
A direita o *rapport* já com fundo e ajuste de cor.



Resultado final das estampas:



Todos os outros *rapports* seguiram a mesma lógica de raciocínio para montagem da continuidade.



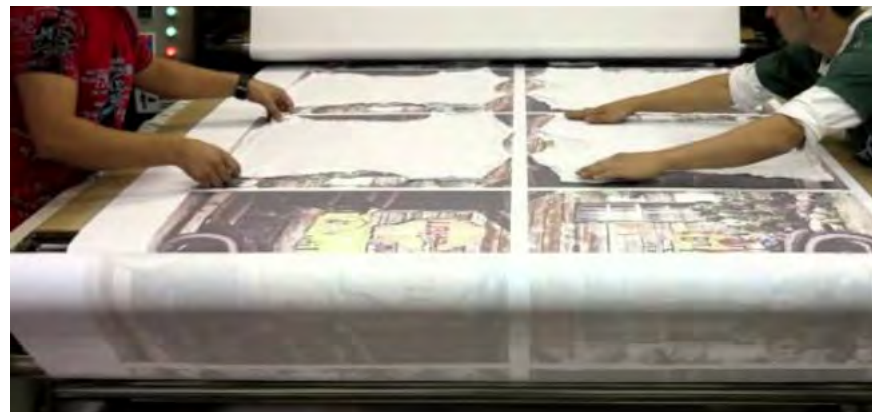
Estamparia Digital - Termotransferência:

Após a fase de experimentação com técnicas de impressão digitalizar as imagens já tinha sido minha escolha, por poder combinar diferentes texturas, sobreposições e manipular as cores de acordo com a minha necessidade. Procurei então fornecedores de impressão digital no tecido que se aproximassem do conceito *slow fashion*. Me decidi pela estamparia por termotransferência, onde o desenho é impresso em um papel específico digitalmente podendo atingir uma grande variedade de cores e tons. Seguidamente é aplicado calor e pressão e o desenho escolhido é transferido diretamente para o tecido. Nesse método ocorre a sublimação, a tinta sólida passa para o estado gasoso e no tecido volta para o estado sólido.

Esse modo de impressão causa menor impacto ao meio ambiente do que processos de estamparia tradicional, como cilindros, porque produz menos resíduos e usa uma quantidade mínima de água. Não há desperdício de corantes pois eles são passados diretamente do papel para o tecido, e também não existe a necessidade de fixar os corantes com vapor

ou água. O papel é o maior resíduo gerado, podendo ser posteriormente reciclado.

O tecido escolhido dentre as opções do fornecedor foi o tricoline misto, 50% algodão, 50% poliéster. Como os pigmentos usados na termotransferência se fixam com mais qualidade em tecidos sintéticos, o tricoline misto foi pensado e produzido para um melhor resultado final mas ainda assim mantendo o toque do tricoline tradicional 100% algodão.



Calandra térmica utilizada no processo de sublimação.

Fonte: <http://www.bmdobrasil.com.br/>

*Resultado das impressões em tecido
por sublimação em tricoline misto:*



Modelagem:

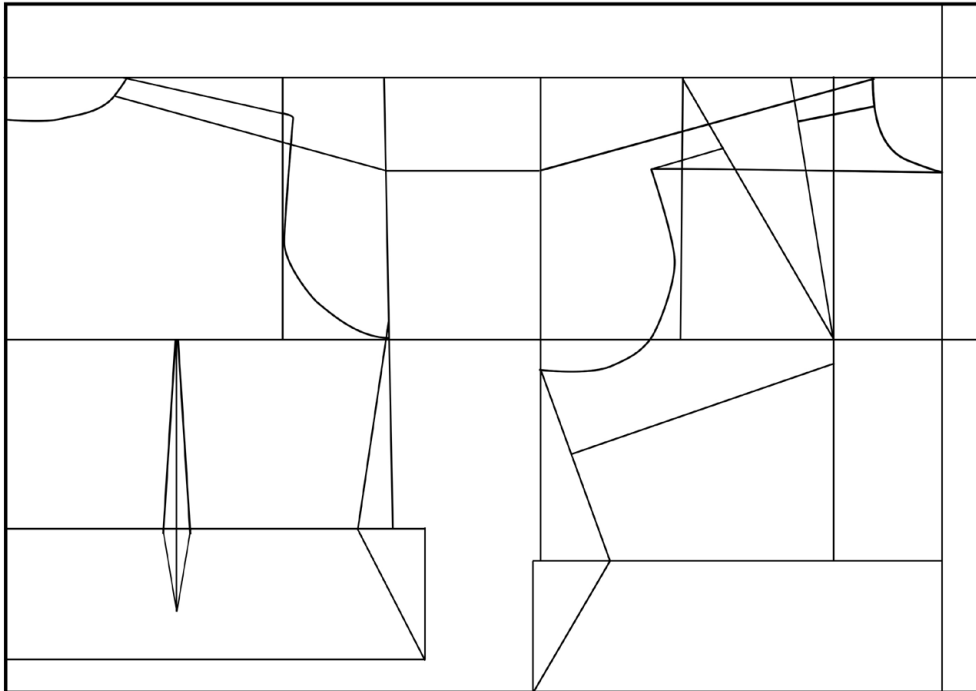
A referência para a modelagem das peças foi o minimalismo, volume e movimento nas peças. São peças com formas simples e amplas que dão destaque as estampas. Optei por um *top cropped*, uma saia godê franzida e um kimono aberto.

Os moldes do kimono e do top foram feitos a partir da modelagem manual plana, que é feita em papel para depois ser

transferida para o tridimensional (tecido). Essa técnica leva em consideração as medidas do corpo humano e geometria, construindo-se diagramas formados por linhas e curvas que representam a anatomia do corpo.

Primeiramente foi feito um molde base com as medidas pré-definidas, depois os modelos das peças de roupas são interpretados e planificados se fundamentan-

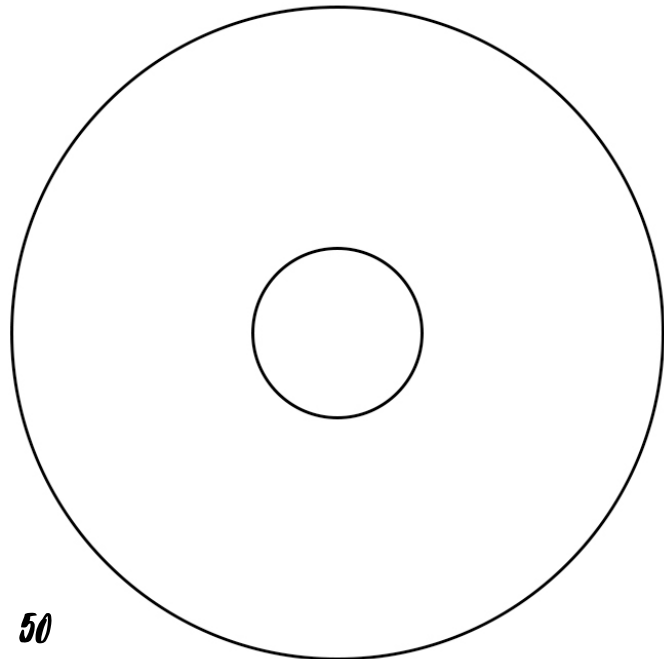
Molde base: blusa



A partir desse molde base os modelos nos croquis foram interpretados bidimensionalmente resultando nos seguintes moldes.



Saia godê completa



O molde da saia godê foi cortado de forma que não houvesse costuras na lateral.

Confecção:



Os moldes foram fixados no tecido com alfinetes e cortados com uma margem de 1.5 cm para o acabamento com ponto *overlock*.



Para melhor orientação na costura foram marcados com carretilha no papel carbono para tecido.



A saia godê completa foi cortada dobrando-se o tecido 2 vezes formando um quadrado. Numas das pontas foi colocada a medida de $\frac{1}{4}$ da cintura e a outra circunferência foi definida pelo comprimento da saia. Cortando a saia dessa maneira se elimina uma costura na peça.

A máquina de costura utilizada foi *Elgin Premium* de modelo eletrônico. Os pontos básicos 00 e 01, e o acabamento foi feito com o ponto 12 e depois o excesso de tecido foi cortado com tesoura. A linha utilizada foi de poliéster recomendada para tecidos que contenham esse material na composição.



Detalhe da saia e do cós alfinetado. Foi usado um elástico de 3,5 cm de diâmetro no cós para a sustentação da peça.



Unindo as mangas do kimono.

Detalhe da barra da saia sendo alfinetada.



Peças finalizadas:



Por limitações as estampas complementares que não puderam ser impressas foram aplicadas em almofadas digitalmente.



Ensaio:

Estamos num momento de ruptura, onde os nossos sistemas de produção são insustentáveis a longo prazo. O movimento *slow*, que faz oposição a todos os exageros da sociedade de consumo, tem como principais valores o ético, a harmonia com a natureza, a liberdade individual que permite independência mas sem perder a percepção de comunidade. Uma nova perspectiva onde o conhecimento é valorizado e como consequência há uma maior consciência e responsabilidade por parte das pessoas.

O ser humano busca sua essência, num processo de compreensão de si mesmo para poder transformar o mundo ao seu redor. O ensaio de *índigo*, se inspira nessa jornada de autoconhecimento e reconexão com a natureza. Se nos reconhecemos como parte de um todo, desenvolvendo um sentido de integração, iremos proteger e zelar pelo equilíbrio e bem estar dessa comunidade, beneficiando a todos e não só a poucos.

Fotos: Rosane Marques. **Modelo:** Angélica Porfírio



















CONCLUSÃO

.....

Chegando ao fim desse projeto pude concluir como o nosso modelo econômico que se baseia na produção e consumo em massa é insustentável a longo prazo. O *fast fashion* só consegue assegurar seus baixos preços porque há exploração da mão-de-obra e de recursos naturais. Acredito que o *slow fashion* e outras vertentes desse modelo de produção estejam ganhando cada vez mais espaço e esse deva ser o começo de uma grande transformação no nosso sistema que vai se moldando para uma estrutura mais justa e horizontal.

Minha proposta com *índigo* foi sugerir e investigar nossas possibilidades dentro do modelo *slow fashion*, não como um modelo definitivo mas algo a ser explorado e aperfeiçoado. Ainda há um longo caminho a ser percorrido para que um produto seja 100% ético, e o meu projeto buscou dentro de suas limitações alternativas à produção em massa. Desenvolver cada etapa

do projeto até o produto final foi enriquecedor e gratificante e me sinto satisfeita com o resultado alcançado.

Nesse trabalho pude colocar muitos dos meus conhecimentos adquiridos na faculdade em prática, e realizar uma vontade minha que era produzir uma coleção desde as estampas até o produto final que pode ser vestido. Olhar para trás e ver o caminho percorrido desde o início do curso e ver o quanto eu cresci tanto profissionalmente como pessoalmente é uma grande satisfação. O ambiente na UNESP foi muito proveitoso onde tive contato com professores, colegas e amizades que levarei para o resto da vida, foi uma troca de vivências muito frutífera, às vezes com dificuldades mas que sempre me ensinaram muito e contribuíram com o meu crescimento. Sou muito grata a cidade de Bauru e a oportunidade de ter participado de uma instituição como a UNESP.

REFERÊNCIAS

.....

ALAM, Julhas. **Bangladesh collapse search over; death toll 1,127.** Disponível em:

<<https://www.yahoo.com/news/bangladesh-collapse-search-over-death-toll-1-127-122554495.html?ref=gs>>

ATKINS, Anna. **Cyanotypes of British Algae (1843).** Disponível em:

<<http://publicdomainreview.org/collections/cyanotypes-of-british-algae-by-anna-atkins-1843/>>

BRASIL, Repórter. **Trabalho escravo nas oficinas de costura, 2016.** Disponível em: http://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2016/06/Fasc%C3%ADculo-Confec%C3%A7%C3%A3o-Textil_Final_Web_21.01.16.pdf

BRASIL, Repórter. **Com nova atualização, App Moda Livre monitora 45 marcas e varejistas de roupa,** Disponível em: <http://reporterbrasil.org.br/2014/08/com-nova-atualizacao-app-moda-livre-monitora-45-marcas-e-varejistas-de-roupa/?gclid=CJ_Blazwuc4CFREGkQodU04MAw>

BRASIL, Repórter. **As marcas da moda flagradas com trabalho escravo.** Disponível em:

<<http://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/>>

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de Estamparia Têxtil.** Porto Alegre: Bookman, 2014.

CARVALHAL, André. **Moda com propósito.** São Paulo, Paralela, 2016.

COLERATO, Marina. **Por que a moda sustentável não é realmente possível se não repensarmos o sistema.** Disponível em: <http://www.modifica.com.br/por-que-a-moda-sustentavel-nao-e-realmente-possivel-se-nos-nao-repensarmos-o-sistema/#.WHDbVMrLIV>

FABRI, Hécio Prado. RODRIGUES, Luan Vallotto. **SLOW FASHION: PERSPECTIVAS PARA UM FUTURO SUSTENTÁVEL.** Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO8-SUSTENTABILIDADE/CO-8-SLOW-FASHION.pdf

FAIRS, Marcus. **Li Edelkoort publishes manifesto explaining why “fashion is obsolete”.** Disponível em: <<https://www.dezeen.com/2015/03/02/li-edelkoort-manifesto-anti-fashion-obsolete/>>

FASHION REVOLUTION. **FASHION TRANSPARENCY INDEX - APRIL 2016.** Disponível em: <http://fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2016/04/FR_FashionTransparencyIndex.pdf>

GALLEGANI, Marina. **Lina Dellic: Marca Brasileira é adepta do slow fashion, minimalismo e consumo consciente.** Disponível em: <<http://followthecolours.com.br/style-freak/lina-dellic/>>

GOEL, Aneesh. **A Look Into the Minds of Generation Z Consumers.** Disponível em: <<http://atlasbusinessjournal.org/generating-lifelong-loyal>>

-brand-gen-z-consumers/>

GROSE, Kate. **Moda e Sustentabilidade**. São Paulo: Senac SP, 2012.

HARBOUR, Elizabeth. **Estamparia**. São Paulo: Publifolha, 2015.

LEGRAND, Catherine. **Indigo: The Colour that Changed the World**. Thames & Hudson, 2013.

MORÉ, Carol. **Conheça a Ada**. Disponível em: <<http://followthecolours.com.br/style-freak/conheca-a-ada/>>

MOSES, Monica. **Kate Fletcher on Fashion & Sustainability**. Disponível em:

<<https://craftcouncil.org/post/kate-fletcher-fashion-sustainability>>

TANJI, Thiago. **Escravos da moda: os bastidores na indústria fashion**. Disponível em: <<http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2016/06/escravos-da-moda-os-bastidores-nada-bonitos-da-industria-fashion.html>>

TARANTOLA, Andrew. **Como o couro está matando lentamente as pessoas e lugares que o produzem**. Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/couro-giz-explica/>>

TRUECOST. **A conversation with Larhea Pepper, an organic cotton farmer and managing director of textile**

exchange. Disponível em:

<<http://truecostmovie.com/larhea-pepper-interview/>>

TRUECOST. **A conversation with Livia Firth**. Disponível em: <<http://truecostmovie.com/interview-livia-firth/>>

RIBEIRO, Flávia. **Pausa para o café com Santa e Nuvem**. Disponível em: <<http://vidadeamora.com.br/pausa-para-o-cafe-com-santa-e-nuvem/>>

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

SEBRAE, **Conheça os princípios do "Fair Trade", assim como as aplicações do termo e a certificação de produtos**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,-82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD>>

SGARIONI, Matheus. **Por que comprar está voltando a ser um ato social**. Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/consumo-como-ato-social/>>