

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO**  
Curso de Design de moda

**RENATA BATISTA, VITÓRIA TARDELLI**

**VALORIZAÇÃO DA BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA POR MEIO DE  
PROCESSOS MAIS SUSTENTÁVEIS: COLEÇÃO RAÍZES**

São José dos Campos – SP  
2021

**UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA**  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E COMUNICAÇÃO  
Curso de Design de moda

**RENATA BATISTA, VITÓRIA TARDELLI**

**VALORIZAÇÃO DA BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA POR MEIO DE  
PROCESSOS MAIS SUSTENTÁVEIS: COLEÇÃO RAÍZES**

**Relatório apresentado para o Trabalho de  
Conclusão de Curso, Curso de Design de  
Moda, da Universidade do Vale do Paraíba.  
Orientador: Professor(a) Natalie de  
Oliveira Manso.**

São José dos Campos –SP  
2021

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Silva, Renata Batista da  
Valorização da biodiversidade amazônica por meio de processos  
mais sustentáveis : Coleção Raízes / Renata Batista da Silva/  
Vitória Tardelli Pikunas; orientadora, Natalie de Oliveira Manso.  
- São José dos Campos, SP, 2021.  
88 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

1. Design de Moda . 2. Floresta amazônica. 3.  
Sustentabilidade. 4. Coleção de moda autoral. 5. Biodiversidade.  
I. Pikunas, Vitória Tardelli. II. Manso, Natalie de Oliveira,  
orient. III. Universidade do Vale do Paraíba. Design de Moda .  
IV. Título.

Eu, Renata Batista da Silva, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 13 de Dezembro de 2021.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: 09 / 12 / 2021

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Pikunas, Vitória Tardelli  
Valorização da biodiversidade amazônica por meio de processos  
mais sustentáveis : Coleção Raízes / Vitória Tardelli Pikunas;  
Renata Batista da Silva; orientadora, Natalie de Oliveira Manso.  
- São José dos Campos, SP, 2021.  
88 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Design de Moda .

Inclui referências

1. Design de Moda . 2. Floresta amazônica. 3.  
Sustentabilidade. 4. Coleção de moda autorai. 5. Biodiversidade.  
I. Silva, Renata Batista da. II. Manso, Natalie de Oliveira,  
orient. III. Universidade do Vale do Paraíba. Design de Moda .  
IV. Título.

Eu, Vitória Tardelli Pikunas, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 14 de Dezembro de 2021.



Autor(a) da Obra

Data da defesa: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente à Deus, por estar sempre com a gente. Às nossas famílias por todo suporte e compreensão durante esse ano.

À Prof. Dr<sup>a</sup>. Vânia Braz de Oliveira que nos ajudou a dar início a esse projeto. À nossa orientadora Prof<sup>a</sup>. Natalie de Oliveira Manso pela confiança e ajuda inseridas nesse trabalho.

Agradecemos aos nossos amigos que se fizeram presentes nos ajudando ao longo dessa jornada.

Por fim, agradecemos a todos os nossos professores, que fizeram parte desses 4 anos, e nos ajudaram a construir o nosso conhecimento de forma rica.

“Ela está no céu, nas ruas, moda tem a ver com ideias, com o jeito que a gente vive e tudo o que está acontecendo”.  
(Coco Chanel)

## RESUMO

O tema central deste trabalho aborda a sustentabilidade como uma das alternativas mais relevantes no cenário da moda, por meio do sistema de produção *slow fashion*. E esses conceitos estão relacionados ao consumo, a produção transparente e a valorização do meio ambiente e seus recursos. De acordo com as pesquisas exploratórias e bibliográficas, será desenvolvida uma coleção feminina tendo como inspiração a floresta tropical Amazônica, a fim de resgatar a valorização do meio ambiente através de um consumo inteligente e consciente, que será traduzida na produção das peças da coleção.

**Palavras-chave:** Sustentabilidade, floresta amazônica, coleção autoral.

## **ABSTRACT**

This paper advocates the slow fashion system as the main alternative for sustainability in the fashion's world. Slow fashion concept is related to consumption, sustainable manufacturing in respect to the people, environment and their resources. According to exploratory and bibliographic research, the Amazon rainforest will be reference to the women's fashion production. Through intelligent and conscious consumption, the pieces of the collection presented will rescue the appreciation of the environment.

**Keywords:** sustainability, amazon rainforest, author collection.

## Lista de Gráficos

Gráfico 1: Questionário para pesquisa de público-alvo .....	26
Gráfico 2: Qual seu gênero? .....	50
Gráfico 3: Qual a sua idade?.....	51
Gráfico 4: Qual estado do Brasil mora?.....	51
Gráfico 5: Qual sua renda mensal? .....	52
Gráfico 6: Você já consome produto de moda sustentável?.....	52
Gráfico 7: Você prefere comprar suas roupas em lojas físicas ou por meio virtual/online? .....	53
Gráfico 8: Você acha que é preciso mudar a forma que a sociedade consome? (consumismo).....	53
Gráfico 9: Quanto está disposto a pagar por essa camisa com produção sustentável? .....	54
Gráfico 10: Quanto está disposto a pagar por essa calça com produção e tecido sustentável? .....	54
Gráfico 11: Quanto está disposto a pagar por esse vestido com produção e tecido sustentável? .....	55
Gráfico 12: Aos finais de semana que lugares mais gosta de frequentar?.....	55
Gráfico 13: Você tem preferência por roupas mais coloridas ou neutras?.....	56
Gráfico 14: E estampas? Prefere estampas mais coloridas ou neutras? .....	56
Gráfico 15: Qual tipo de modelagem (caimento) mais te agrada?.....	57
Gráfico 16: O que você mais valoriza em uma peça de roupa? .....	57

## Lista de Tabelas

Tabela 1: Classe econômica por faixas de salário-mínimo .....	26
Tabela 2: Cronograma 2020.....	57
Tabela 3: Cronograma 2021.....	58

## Lista de Figuras

Figura 1: Onda da difusão da inovação.....	15
Figura 2: Logotipo da marca.....	24
Figura 3: Estampa da coleção Raíces.....	32
Figura 4: Carimbo estampa.....	33
Figura 5: Variação de cores da estampa.....	33

## Lista de Painéis

Painel 1: público-alvo .....	27
Painel 2: Inspiração .....	28
Painel 3: Mapa da coleção 1-10 .....	29
Painel 4: Mapa da coleção 10-20 .....	29
Painel 5: Tecidos .....	30
Painel 6: Cores .....	31

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	12
<b>1. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
<b>1.1. Moda</b> .....	13
<b>1.1.1 Modismo X Tendências X Macrotendências</b> .....	14
<b>1.2. Slow fashion X fast fashion</b> .....	15
<b>1.3. Consumismo</b> .....	17
<b>1.4. Sustentabilidade</b> .....	19
<b>1.5. Desmatamento da Amazônia</b> .....	22
<b>2. DESENVOLVIMENTO</b> .....	24
<b>2.1. Marca</b> .....	24
<b>2.2. Público-alvo</b> .....	25
<b>2.3. Coleção Raízes</b> .....	28
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	34
<b>Referências Bibliográficas</b> .....	35
<b>Anexo A - Carta de aceite de orientação</b> .....	39
<b>Anexo B - Ficha de orientação mensal</b> .....	41
<b>Apêndice A: pré-projeto</b> .....	44
<b>Apêndice B: questionário aplicado</b> .....	58
<b>Apêndice C: looks da coleção</b> .....	64
<b>Apêndice D: fichas técnicas da coleção</b> .....	74

## INTRODUÇÃO

O presente projeto trata-se da criação de uma coleção de moda inspirada na biodiversidade amazônica. Tendo como objetivo resgatar a valorização do meio ambiente e da moda, por meio de posicionamentos baseados na sustentabilidade e no modelo de negócio *slow fashion*. O propósito é ressignificar estes conceitos popularmente conhecidos e cativar o público, mostrando que a moda e as roupas carregam valores e significados.

Na perspectiva de John Mackey, *CEO da Whole Foods Market*, com o novo capitalismo as empresas estão em busca de gerar valor aos clientes, fornecedores, à comunidade e ao meio ambiente. Isso está criando uma sociedade mais colaborativa, que vive com mais transparência e propósito; criando riquezas, cooperatividade e consequentemente prosperidade.

Diante desses levantamentos é possível perceber que a sociedade está em busca de qualidade de vida, envolvendo assim, questionamentos e posicionamentos em relação ao meio ambiente. A sustentabilidade ganhou maior relevância diante dos impactos negativos que foram acometidos, que envolvem o crescimento econômico, a qualidade de vida e a acessibilidade dos recursos naturais para as futuras gerações. Tornando-se, dessa forma, a principal problemática deste projeto, a fim de ressaltar processos têxteis e conjunto de ações e posicionamentos mais sustentáveis.

Nesse aspecto, foi possível identificar e analisar o impacto que a moda sustentável tem na vida dos consumidores. Como também se percebeu a relação deles com a indústria, as formas de consumo e a valorização daquilo que passa por um processo mais sustentável. Na pesquisa realizada ao longo desse trabalho, é visível que a grande maioria das pessoas mostraram interesse em consumir produtos sustentáveis. Sendo assim, o mercado torna-se favorável para esse tipo de produto.

Este trabalho propõe uma coleção com uma nova ótica, a fim de resgatar e instigar a valorização da biodiversidade amazônica e o consumo consciente por produtos mais sustentáveis por meio da coleção Raízes. Desenvolvida a partir de pesquisas exploratórias, bibliográficas e pesquisas quantitativas, visando colaborar para uma nova percepção dos processos da moda sustentável.

## 1. REFERENCIAL TEÓRICO

### 1.1. Moda

A moda normalmente está associada ao ato de cobrir o corpo, à maneira de se vestir, mas possui uma descrição mais ampla, como um mecanismo social, relacionadas à comportamentos e atitudes. Esse fenômeno, de acordo com Denise Pollini (2007), em seu livro “Breve história da moda”, diz que a palavra moda tem origem latina, *modus*, que fazia alusão à uma medida agrária e passou a ser utilizada na Baixa Idade Média como “modo”, “maneira”, em que está diretamente relacionada ao sentido de designar gostos, em como as pessoas se vestiam, suas escolhas e opiniões.

Nesse aspecto, é possível considerar ainda que a moda não se relaciona apenas ao vestuário, mas com o uso de linguagens, comunicação, tornando-se capaz de influenciar comportamentos, revelando princípios e posicionamento dentro de uma sociedade.

Moda é uma forma específica de mudança social, independentemente de qualquer objeto particular; antes de tudo, é um mecanismo social caracterizado por um intervalo de tempo particularmente breve e por mudanças mais ou menos ditadas pelo capricho, que lhe permitem afetar esferas muito diversas da vida coletiva. (LIPOVETSKY, 1987)

Por muito tempo a moda se passou como frívolo, e com o passar das décadas foi compreendida sua importância no meio social. Inicialmente caracterizado por proteger o corpo, logo mais por classificação de status ou separação da sociedade em castas e classes.

Na contemporaneidade, segundo Carolina Boari (2015), a moda continua se transformando conforme a evolução da humanidade. Hoje é vista como uma extensão do “eu”; as roupas passam a carregar significações e a comunicar algo para quem a vê, uma ferramenta de expressão. Diante dessas características, a moda tem o poder de definição e escolha, sendo assim, o indivíduo pode optar por transmitir o que deseja para o outro em meio a sociedade.

É possível compreender ainda, de acordo com Boari (2015), que a vestimenta, a partir do momento no qual é percebida como ferramenta de comunicação, em que revela princípios e desejos; torna-se capaz se posicionar dentro de uma sociedade -

por meio da moda - como um elemento que representa grupos, culturas e até mesmo emoções.

### 1.1.1 Modismo X Tendências X Macrotendências

Dentro dos conceitos evidenciados pelo marketing é preciso levantar a diferença entre o modismo, tendência e a macrotendência. Segundo os autores Kotler e Keller do livro “Administração de marketing” (2012), o modismo se caracteriza por aquilo que possui curta duração, baseados em gostos e hábitos que ganham notoriedade momentânea.

A tendência, vindo do latim “*tendentia*”, em seu significado primitivo “tender para”, ou o que leva uma pessoa em direção à alguma outra coisa ou pessoa. Está ligada à comportamentos, novos estilos de vida e é direcionada pelas necessidades do público. Segundo André Cauduro D’Angelo, Mestre e Bacharel em Administração / Marketing pela UFRGS, as tendências são tratadas como “tendências emergentes”, que estão em crescimento, passando por um processo de evolução, podendo assim migrar para a macrotendência.

A macrotendência são movimentos socioculturais que indicam novos hábitos e comportamentos, assim como a tendência. Novas maneiras de consumir, novas linhas de pensamento, porém caracteriza-se por uma “grande mudança social, política, econômica e tecnológica”. Segundo os autores Kotler e Keller (2012), a macrotendência se forma de maneira mais lenta, mas quando estabelecida perdura por 7 a 10 anos, influenciando comportamentos na sociedade.

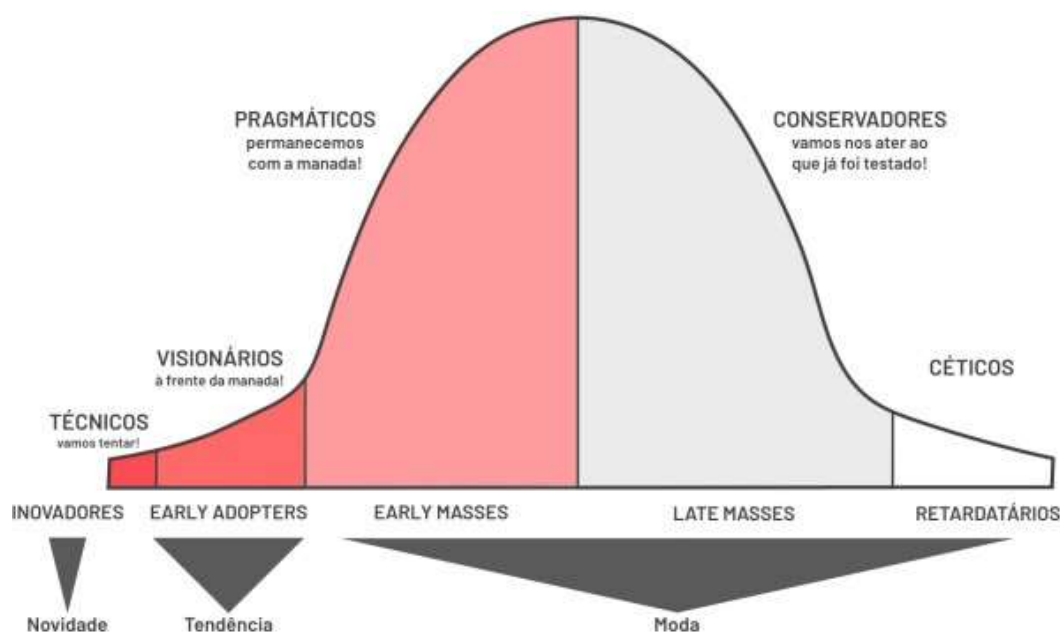
O mercado da moda está em constante mudança, novidades a todo vapor, marcas desenvolvendo muitas coleções por ano. Os produtos e coleções tem as suas fases: novidade, tendência e moda. Segundo Sabrina Deweik (2020), em seu curso de Cool Hunting, a sociedade é dividida em grupos perante as fases de um produto no mercado, denominada “Onda da difusão da inovação”.

Deweik (2020) explica que a fase novidade é algo novo no mercado, seja algo criado do zero ou com base em algo já existente. O grupo que adere a essa fase é o público “inovadores”, que são interessados e curiosos pela inovação. Já a fase tendência é quando um coletivo começa a usar o que ainda é novidade. O público

dessa fase são os visionários (early adopters, de acordo com a Figura 1), normalmente grandes influenciadores, que buscam se diferenciar dos seus concorrentes.

Na terceira fase – moda – é quando a grande maioria da sociedade aderiu a tendência e já não é mais novidade, se tornando normal o uso. O público é a grande massa da população, dividida entre a massa que adere após a influência dos visionários (early masses), e a massa tardia que adere principalmente quando o preço do produto começa a diminuir (late masses), e os retardatários, que espera a inovação se tornar comum e normalmente só usa por não ter outra opção.

Figura 1: Onda da difusão da inovação



Fonte: Curso Cool Hunting - Sabrina Deweik

## 1.2. Slow fashion X fast fashion

A moda é um fenômeno que está constantemente em mudança, e essa mudança vai muito além das roupas, de acordo com Carvalho (2016), está relacionada ao estilo de vida, crenças, cultura, a maneira como nos relacionamos com os outros, esporte, música, meio ambiente, envolvendo assim muitos aspectos da vida.

É possível dessa forma observar que a moda influencia em várias áreas da vida, em questão da indústria, mas também quanto ao comportamento social. O sociólogo Zygmunt Bauman (2001), traz em seu livro o conceito “modernidade líquida”, se referindo à sociedade imediatista em que nos encontramos hoje.

Nesse aspecto podemos observar que essas inconstâncias e as impossibilidades em se manter num estado definido das coisas, como o autor Bauman explica, é uma realidade que nos cerca e provoca grandes mudanças em todos os aspectos da vida humana; com a indústria da moda não se torna diferente.

De acordo com Boari (2015), foi após as produções de uniformes para a Segunda Guerra Mundial, que a indústria têxtil foi modificada, fazendo produções em grande escala, que foi introduzida para o consumo das pessoas, - que até então faziam suas próprias roupas, compravam em marcas de alta-costura, ou de costureiras da cidade - para que pudessem consumir algo mais acessível. Essa transformação possibilitou a padronização dos tamanhos das roupas para a maior produção e maior número de consumidores.

Diante dessa realidade, o mercado da moda se tratava de peças mais duráveis, roupas que eram confeccionadas para a vida toda, mas atualmente criou-se um ciclo mais curto para elas, segundo Carvalho (2016), com renovação de coleções que trazem novidades semanalmente, peças com baixa qualidade pela alta produção e rapidez; todo esse crescimento de consumo acarretou o surgimento do sistema de produção *fast fashion*.

Em questão à economia, sendo um dos fatores fundamentais na sociedade atual, podemos dizer que o modelo de negócio mais usual no mercado da moda, o *fast fashion*, segundo Carvalho (2016), esse sistema em que os produtos são fabricados, consumidos e descartados de maneira rápida, que tem de três a mais coleções por temporada, elas estão ligadas a prática econômica de consumo, contendo uma economia de moda mais ativa, possibilitando assim, uma abertura para o consumismo.

É a partir dessa questão que se faz necessária a análise desse sistema que foi introduzida na indústria. A moda tem se degradado, acelerado demais, conseqüentemente banalizado suas coleções e seus produtos. Todo consumo tem impacto, junto à ideia de responsabilidade, cada escolha de compra pode mudar o rumo do planeta e gerar impactos positivos ou negativos através dessa ação.

Em contrapartida, surgiu um novo termo, o *slow fashion*, de acordo com Fletcher e Goose (2012), determinou uma grande transformação no sistema de produção da moda, tornando-se uma indústria mais sustentável. Segundo as autoras, o termo *slow fashion* surgiu em 2004, inspirado no movimento *slow food*, que foi traduzida então por uma produção mais lenta, transparente, sustentável e consciente.

Comércio justo denota parceria de comércio baseada no diálogo, no respeito e na transparência; almeja maior equidade no comércio internacional e, para isso, proporciona melhores condições de negociação para trabalhadores e produtores marginalizados, garantindo seus direitos. (FLETCHER; GROSE, 2012).

Diante dessas implicações, um produto *slow* carrega alguns princípios e é caracterizado por utilizar recursos ou na maneira de produzir, mais sustentáveis, pensando na durabilidade e atemporalidade das peças, agindo eticamente com seus trabalhadores, com o intuito de contribuir para um mercado mais justo.

### 1.3. Consumismo

Os meios de produção antes das Revoluções Industriais eram artesanais, após, passaram a ser feitas em grande escala, acumulando estoques. Assim como a moda, que antes era feita de forma sob medida individualmente, passou a ser feita em grande escala, com medidas padronizadas. E por serem feitas em grandes quantidades, se tem um barateamento na produção e conseqüentemente um preço menor da peça, possibilitando assim, que todas as classes sociais tenham acesso ao consumo desses produtos. “A indústria têxtil americana [...] passou a ter uma fabricação em larga escala, diferenciando-se do sistema de alta-costura. A produção em massa foi a responsável pela padronização de tamanhos, [...]” (CARACIOLA, 2015, p.9)

De acordo com Carla Martins e Ana Carolina Martins (2016, p.42) o ato de consumir é se apropriar de significados, imagens, condutas e poder que há em relacionamentos interpessoais, produtos ou mensagens. É uma ação naturalizada como uma necessidade essencial do ser humano, que quando ocorre de forma exacerbada, é tido como consumismo.

Após a Crise de 1929, os Estados Unidos aderiram a um estilo de vida chamado *American Way of Life* (estilo norte americano de viver), na qual era um estilo de vida muito consumista de bens duráveis, que se preserva até atualmente.

A partir dos anos 50 do século XX, começa a desenhar-se a sociedade de consumo tal como hoje a conhecemos, a prosperidade americana da época desempenhou um papel primordial alicerçado na crescente supremacia da classe média. É nesta década que surge o verdadeiro produto da cultura de massas – a televisão – e com ela o desenvolvimento da publicidade. (ROSA, 2010, p. 30).

A sociedade se tornou extremamente consumista. Está sempre em busca de inovação, por meio dos novos lançamentos. Comprar as novidades gera sensação de poder e preenche, por um curto período, vazios que a pessoa possui dentro de si. “As frustrações e conflitos da vida cotidiana são internalizados e o consumo surge como uma válvula de escape para esse sentimento de impotência e fracasso.” (CARACIOLA, 2015, p.2) Criando assim um ciclo vicioso de estar sempre desejando comprar.

A moda é um dos principais segmentos de consumo, seja de *fast fashion* ou de marcas de luxo. Com as tendências e o modismo, as pessoas desejam comprar as roupas que estão em alta, mesmo que em pouco tempo essas roupas estarão em declínio e sairão de moda. Fazendo assim, com que cada vez se compre mais, tendência atrás de tendência e descartando o que não usa mais.

Segundo Gabriel Candido e Adriana Geisler (2018, p.78), a grande problemática da sociedade atual é a velocidade que o ciclo do capitalismo ocorre, que consiste em produzir, vender, consumir, descartar e iniciar o ciclo novamente. Porém, esse ciclo ocorre de maneira muito rápida, que é extremamente nocivo aos ecossistemas, devido ao aumento do uso de matérias primas e descarte de lixo.

Com o consumismo as pessoas se desfazem das coisas, não há apego emocional. Troca e descarta com frequência objetos e até mesmo relações. Para as pessoas, se algo parou de funcionar ela descarta, as vezes sem pensar em concertar. Pois na maioria das vezes o preço de concertar é alto, comparado a comprar um novo, até mesmo um modelo mais novo do produto. Porque é dessa forma que o sistema capitalista funciona, os produtos já vêm com data de validade, uma estratégia chamada obsolescência planejada. “O ciclo de vida dos produtos é cada vez mais reduzido, sendo as fases de pesquisa e desenvolvimento encurtadas em busca da lucratividade e inovação. Esta tendência é fortemente percebida no mercado da moda.” (CARACIOLA, 2015, p.3)

A sociedade atingiu um nível de superficialidade e de individualismo tão grande que o estímulo ao consumo (...) vem aumentando em uma curva exponencial, ressaltando a conhecida ambivalência entre o ser e o ter (...) há hoje uma nova lógica agravante dessa situação: o parecer ter é ainda mais relevante do que o ter a coisa. (CÂNDIDO, 2018, p.78)

O consumo é um modo de demonstrar poder de aquisição, um desejo que é cada dia mais intensificado pelo marketing na sociedade. Pois é esse processo que cria o desejo de necessidade nas pessoas. Além de ser um meio das pessoas expressarem externamente o que elas querem. Dessa forma, as pessoas além de se vestirem para si, elas se vestem para o outro. Evidenciando assim, a necessidade de adquirir determinado produto e gostam de exibir que têm poder de aquisição, a cultura da ostentação.

Dentro dessa cultura, o poder das mídias é muito grande em que é associado sucesso com grande quantidade de bens materiais. A grande maioria da população mundial utiliza das mídias para se entreter, como novelas, filmes, séries e os principais aplicativos: *Instagram* e *Youtube*. Dessa forma, as pessoas podem acabar sendo influenciadas pelo que elas consomem de conteúdo, e tem para si como verdade aquilo que é ouvido, pois as mídias são ferramentas de difusão de informação e cultura.

“O consumismo exacerbado, potencializado pela economia de mercado capitalista, tem fomentado a produção de lixo em níveis alarmantes, além do bombardeio publicitário a que somos submetidos a todos os instantes.” (CÂNDIDO, 2018, p.75)

Diante dos pontos apresentados é notável que a sociedade possui uma relação problemática sobre o consumo. Diariamente a população tende a receber muitos incentivos por meio das mídias sociais. Por conta desses fatos o processo para o consumo consciente se torna um desafio, pois se tornou hábito do ser humano comprar e desejar o modelo mais novo.

#### **1.4. Sustentabilidade**

De acordo com Gabriel Cândido e Adriana Geisler (2018, p.76) ser sustentável permite os países utilizarem os recursos naturais, com finalidade de gerar avanços e progresso na economia, porém de forma consciente, garantindo que as gerações futuras possam usufruir desses recursos renováveis.

Segundo Gwilt (2011), uma das formas mais fáceis de entender a sustentabilidade é através do tripé: social, econômico e ecológico. Ou seja, deve haver equilíbrio entre os três aspectos. Por exemplo, um produto não pode ser considerado sustentável se tiver baixo impacto ambiental, baixo custo econômico, mas for fabricado com trabalho escravo. (apud ANICET, 2013, p.2)

Nesse aspecto, podemos observar que grandes marcas de países desenvolvidos terceirizam a sua produção para países de 3º mundo, onde a mão de obra é mais barata, análoga à escravidão. Tornando assim o produto mais barato para consumo. Com esse barateamento no custo, aumenta-se o consumo e conseqüentemente o descarte, muitas vezes descartando sem ter esgotado a vida útil do produto. Por isso é necessário tornar o ciclo dos produtos de forma circular, em que sua vida útil seja utilizada por completo. E não linear, como ainda acontece, em que o produto é descartado, ainda podendo ser útil, e assim gerando um grande acúmulo de produtos que se não forem doados para outra pessoa, se tornam lixo.

A sustentabilidade se tornou uma necessidade, visto que por mais que a natureza se reconstrua sozinha, leva tempo. E as áreas que foram devastadas ou contaminadas são muito extensas. “[...]o padrão de vida moderno, caracterizado por ritmos de vida acelerados e extremamente dinâmicos, caminha em direção contrária às leis da natureza e à evolução biológica.” (CÂNDIDO; GEISLER, 2018, p.77)

Diante dessa realidade, o documentário “The True Cost”, tem como abordagem trazer a realidade obscura da moda, o verdadeiro custo que a natureza e as populações pagam para produzir um produto *fast fashion*, em que faz uma crítica ao consumismo e ao sistema capitalista. De acordo com o filme, cerca de 50 milhões de litros de água com resíduos tóxicos e produtos químicos pesados, como o cromo-6, são despejados, por dia, pelos curtumes locais e que fluem para a agricultura local e até para a água potável, causando assim doenças na população, como doenças de pele e câncer.

Segundo a ativista ambiental Vandana Shiva, uma das pessoas entrevistadas no filme, as mesmas empresas que produzem sementes transgênicas, os pesticidas e agrotóxicos são as mesmas que produzem medicamentos para o câncer. Poluindo o solo, a água dos rios locais e o ar, afetando assim o ecossistema e a saúde da população. Evidenciando a discrepância do lucro dos grandes empresários que só ganham, e a natureza e população que só perdem.

No Brasil a participação das fibras naturais na produção têxtil chega a alcançar 71%, enquanto as sintéticas representam cerca de 24% e as artificiais atingem somente 5% do consumo. No conjunto das fibras naturais o algodão representa 85% do total manufaturado pela indústria têxtil brasileira. (SANTOS, 2007, p.4)

Roupas de fibras naturais e artificiais, como o algodão e viscose, também não são tão sustentáveis. Pois exige desmatamento de árvores, grande consumo de água e inseticidas para a produção. O algodão é uma fibra cujo cultivo é o que mais demanda o uso de substâncias tóxicas em seu cultivo. “Atualmente as matérias primas naturais, assim como as sintéticas, têm intervenção direta do homem, seja através de químicos durante o processo, seja através da dispersão de água ao longo do processo.” (ANICET, 2013, p.3) Já as roupas sintéticas por serem provenientes do petróleo demora muito tempo para se decompor, sem contar que durante as lavagens, soltam micro plásticos, contaminando a água.

Devido a produção da fibra mais utilizada, o algodão, ser um processo que prejudica o meio ambiente, algumas marcas, principalmente marcas *slow fashion*, buscam por fibras e tecidos de menor impacto ambiental. Como, poliamida biodegradável, poliéster reciclado (rPET), fibra de sumaúma proveniente da Floresta Amazônica, fibra de casca de laranja, entre outros.

De acordo com a entrevista feita pela Roupartilhei à Américo Luvizottoa (diretor de P&D da Rhodia) a poliamida sustentável (Amni Soul Eco®), se decompõe muito mais rápido, cerca de 3 anos se descartada em aterros sanitários controlados, do que a poliamida normal que leva mais de 50 anos, pois ela possui aditivos com propriedade de biodegradação acelerada. O fio Amni Soul Eco® tem os resíduos basicamente orgânicos em sua biodegradação, por não conter componentes tóxicos e ser isento de metais pesados em sua fórmula, da mesma forma que outros materiais, como o algodão.

O poliéster reciclado é proveniente das garrafas PET que são recolhidas do meio ambiente. Tendo assim como vantagem prolongar a vida útil da matéria prima, não sendo necessário utilizar matéria prima nova. E de acordo com Marjorie van Elven (2019), há uma economia de 59% de energia e redução de 32% de emissões de CO<sub>2</sub> na produção do rPET. Porém como desvantagens, durante as lavagens os tecidos sintéticos soltam muitos microplásticos, podendo liberar cerca de 700 mil fibras, que são muito prejudiciais ao meio ambiente e a saúde humana. O rPET possui a limitação de que se for misturado com outras fibras, a sua reciclagem se torna muito difícil,

quase impossível, pois a tecnologia ainda está em nível rudimentar para efetuar esse processo. E possui variação de cor, podendo ter que passar por processos de re-tingimento, por conta da inconstância de cores no lote, que demanda alto consumo de água, energia e produtos químicos e assim prejudicando o meio ambiente.

A fibra de sumaúma, oriunda da árvore mais alta da Amazônia, é encontrada nos frutos secos da Sumaúma. Segundo Leonardo Borges (2018), ela possui uma estrutura muito parecida com o algodão, porém a fibra é oca. A fibra é natural e reciclável, tem toque macio e sedoso, ação antibacteriana, resistente a mofo e à proliferação dos ácaros e é termorregulador. Sua desvantagem é que a fibra não é adequada para fazer tecido 100% de fibra de sumaúma, por isso é necessário misturar com outras fibras como o algodão. Ainda assim, possibilita economia de grande quantidade de água. Se um tecido de algodão for misturado com 30% de fibra de sumaúma, pode-se economizar 3 mil litros de água por quilo de algodão.

De acordo com o site *RenauxView* e o site oficial da *Orange Fiber*, a *Orange Fiber* é uma empresa italiana que patenteou a fibra de casca de laranja. O incentivo foi a busca por fibras mais sustentáveis, e na Itália se produz cerca de 700.000 toneladas de laranjas por ano, sendo assim o resíduo orgânico se tornaria lixo, porém com essa inovação foi uma forma encontrada para dar outro destino para esses resíduos orgânicos. A casca da laranja, passa por um processo para a extração da fibra de celulose, resultando em um polímero apto para ser fiado e se tornar tecido. A fibra possui o aspecto parecido com a seda, por ser um tecido leve e macio. Dependendo do tratamento que essa fibra recebe pode-se ter efeitos opacos ou acetinados e o fio permite ser tingido e estampado.

Diante dos fatos apresentados é possível perceber que a indústria da moda e a sociedade precisam buscar por meios cada vez mais sustentáveis, desenvolver tecnologias que preserve o meio ambiente. A sociedade precisa consumir com consciência, analisar os produtos que estão comprando, como eles foram feitos e questionar o valor do produto. Assim como quando for se desfazer do produto, encontrar uma forma para que ele continue circulando e não apenas descartá-los.

### **1.5. Desmatamento da Amazônia**

O desmatamento da Floresta Tropical Amazônica prejudica o desenvolvimento não só da economia como da sociedade. Segundo a Organização de desenvolvimento

sustentável e social, *eCycle* (2019), o desmatamento altera o funcionamento dos ecossistemas, impacta negativamente os solos, o ciclo hidrológico e a emissão dos gases de efeito estufa. Nesse aspecto, a poluição causada pelo desmatamento, causa mortes da biodiversidade (faunas e floras), aumenta os casos de doenças respiratórias e altera o clima regional, afetando dessa forma a produtividade no campo.

Entre as principais causas do desmatamento da Amazônia podem-se destacar a impunidade a crimes ambientais, retrocessos em políticas ambientais, atividade pecuária, estímulo à grilagem de terras públicas e a retomada de grandes obras. (*eCycle*, 2019)

Dessa forma, é possível perceber como a Floresta amazônica carrega grande importância ecológica e climática, fornecendo atividades indispensáveis para o Brasil e outros países. De acordo com a Organização da sociedade civil brasileira (WWF-Brasil), uma árvore com copa de 10 metros, pode movimentar mais de 300 litros de água para a atmosfera, contribuindo assim para a estabilidade do clima global.

A Amazônia se torna importante não apenas por esses aspectos, mas também pelo equilíbrio ambiental oferecida pela grande biodiversidade, facilitando os processos ecológicos. Ainda, segundo a WWF-Brasil, a floresta desempenha grande relevância na filtragem e reprocessamento da produção mundial de gás carbônico. Além da utilização de insetos, plantas e outros organismos da região para fabricação de medicamentos, contendo também outras finalidades, como para a agricultura e vestimentas.

Segundo o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), a taxa de desmatamento na Amazônia aumentou 34% nos últimos 12 meses, em comparação com o ano anterior. Todos esses aspectos são, de forma indireta a explicação do porquê é necessária preservar e valorizar a biodiversidade Amazônica; com o intuito de influenciar ações mais ecológicas e sustentáveis, fundamentada pelo desenvolvimento econômico e social por meio destas ações.

Neste trabalho, a temática - valorização da biodiversidade amazônica - será utilizada como fator primordial de inspiração na coleção que será desenvolvida. O tema foi escolhido por conta do reconhecimento de sua importância; consequentemente a amplitude de cores, texturas e formas que podem ser exploradas por meio dela.

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1. Marca

A marca escolhida para o lançamento da coleção será a *NURAH*, uma marca que simboliza através do próprio nome – derivado de ternura – o afeto e a suavidade, desperta o sentimento de compaixão e benevolência. O posicionamento da marca está alinhado aos princípios que a coleção deseja passar aos consumidores, como a transparência com seus clientes; um conjunto de ações e posicionamentos.

Para a logo da marca, será usada uma tipografia com serifas e letras finas. As letras serifadas transmitem sabedoria, valores clássicos e tradição, porém com sua variação de estilo passa uma ideia de evolução. Outra fonte escolhida como composição é sem serifa. São mais objetivas, comunicam algo mais moderno e de liberdade, transmitindo mais organização e limpeza do que as serifadas quando exibidas em plataformas eletrônicas, por exemplo. Por serem finas são relacionadas a leveza, cuidado, precisão e delicadeza.

Figura 2: Logotipo da marca



Fonte: Autoria própria.

A Nurah busca transformar a autoestima das mulheres em algo genuíno e empoderado, por meio da versatilidade introduzida nas roupas, o conforto e a elegância. Sua missão é enaltecer a beleza já existente da mulher empoderada; a visão tem como objetivo ressignificar a perspectiva social sobre o vestir e ser

referência no ramo da moda através das criações, investindo em qualidade e sofisticação; e as palavras que definem os valores da marca são: empatia, respeito, equidade, responsabilidade e paixão.

O segmento é feminino e “*Comfortable Classic Wear*”, que se traduz em um clássico da alfaiataria renovado, roupas confortáveis e modernas, para uma mulher elegante. Passando por um processo sustentável, através dos fornecedores e ritmo de trabalho.

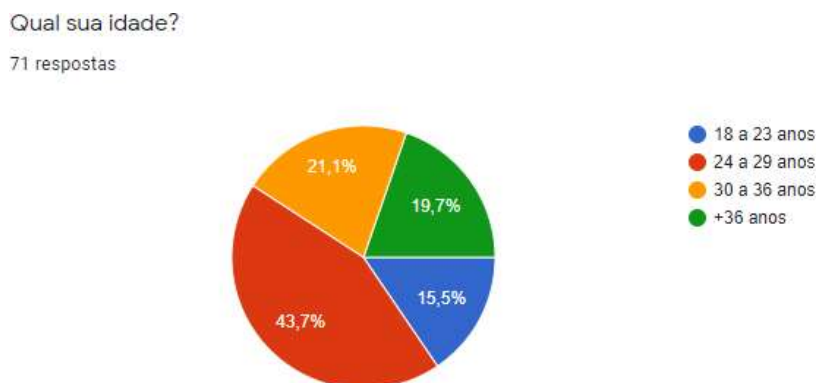
## 2.2. Público-alvo

O público-alvo é capaz de direcionar e determinar a escolha de materiais, cores, a precificação e todas as etapas do planejamento de uma coleção, informações que são essenciais para o processo criativo e produtivo dos produtos. Segundo Kotler e Armstrong (1998), esse grupo de pessoas, conhecido como público-alvo, são aqueles que necessitam e desejam através da criação e enxergam valores neles. Sendo nessa questão, fundamental atender as necessidades e desejos do público-alvo escolhido pela empresa/marca. Com isso, passar a conhecer suas necessidades e adotar esse público como foco principal.

A proposta da coleção é levar para as mulheres uma moda mais afetiva, elegante e que se importe com o meio ambiente, não apenas isso como também na forma de consumi-la, instigando a valorização da moda junto ao planeta. Para estudo do público, foi realizada uma pesquisa quantitativa do tipo levantamento com 71 mulheres de um grupo selecionado, com base no estudo de persona da coleção, aplicado por um site on-line de pesquisa – Google forms: site grátis para a montagem de questionários de estudos.

Por meio da pesquisa direcionada ao público feminino, foi observado que em sua maioria apresentam faixa etária de 24 a 29 anos totalizando uma porcentagem de 43,7%, logo em seguida, os de faixa etária de 30 a 36 anos com 21,1%, e os da faixa etária de mais de 36 anos com 19,7%, sendo então a menor porcentagem, a idade de 18 a 23 anos com 15,5%. Nesse aspecto, foi possível observar que o público interessado nesse tipo de proposta sustentável e *slow fashion* abrange diversas idades, mas sua maioria os jovens de 24 a 35 anos.

Gráfico 1: Questionário para pesquisa de público-alvo



Fonte: As autoras (2021).

No questionário, foi perguntada a relação de consumo e contato com produtos que carregam os ideais sustentáveis, no qual é pretendido por meio desta coleção, oferecer no mercado de moda feminina. Foi possível visualizar que a grande maioria não consome produtos sustentáveis, mas tem interesse em conhecer e consumir, sendo esses 46,5%, e 39,4% são mulheres que já consomem esse tipo de produto, dessa forma, indicando uma aceitação muito positiva para esse segmento no mercado.

Além disso, foi perguntada a renda mensal do público-alvo, para que fosse possível identificar a classe social desse público. Foi analisado que 49,3% possuem a renda mensal de 1 a 3 salários-mínimos, seguido por 18,3% de pessoas com renda mensal de 4 a 6 salários-mínimos. Segundo o IBGE, o salário-mínimo de 2021 é R\$ 1.100,00, dessa forma, podemos visualizar a classe econômica por faixas de salário-mínimo na tabela 01 e determinar que o público da pesquisa, em sua maioria, se classifica entre as classes sociais C e D.

Tabela 1: Classe econômica por faixas de salário-mínimo

Classe	Número de salários-mínimos (SM)	Renda familiar (R\$) em 2021
A	Acima de 20 SM	R\$ 22.000,01 ou mais
B	De 10 a 20 SM	R\$ 11.000,01 a R\$ 22.000,00
C	De 4 a 10 SM	R\$ 4.400,01 a R\$ 11.000,00
D	De 2 a 4 SM	R\$ 2.200,01 a R\$ 4.400,00
E	Até 2 SM	Até R\$ 2.200,00

Fonte: IBGE, 2021.

Com base nos estudos de público-alvo e questionário aplicado foi possível definir um público-alvo mais coerente em relação a proposta da coleção e no âmbito comercial. Dessa forma se encaixando na inspiração, ideais e objetivo pretendido na coleção que foi desenvolvida.

O perfil traçado para a coleção e marca, foi de mulheres jovens de 24 a 35 anos, possuem renda própria, pertencentes a classe média/classe média alta. São interessadas pelo bem-estar e prezam por exclusividade e sofisticação. Acreditam no consumo consciente e contém um estilo de vida saudável. Esse público valoriza o conforto na vestimenta e o outro ponto importante é a escolha dos tecidos, priorizando as fibras naturais que proporcionam toque agradável e ótimo caimento da peça de roupa.

Esse público almeja praticidade no seu dia a dia, pelo fato de ter um dia cheio de atividades e não ter muito tempo para ficar se produzindo. Além da praticidade, elas gostam de peças com modelagens exclusivas, pensadas através dos detalhes que fazem a diferença, com toque de estilo e precisam de roupas que se adaptem aos ambientes, sejam peças frescas, confortáveis e atemporais.

Painel 1: público-alvo



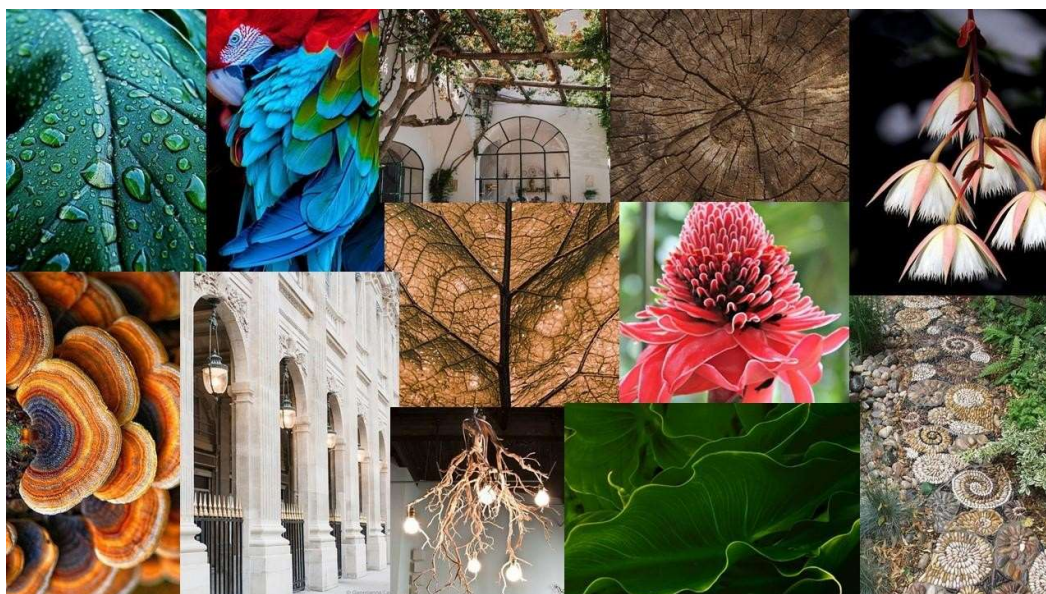
Fonte: Compilação das autoras.

### 2.3. Coleção Raízes

A palavra raiz, segundo o *site* “origem da palavra” (2017), vem do latim *radix*, por seu significado etimológico é traduzida por “base, fundamento”, “parte da planta que se fixa ao solo”. A escolha do nome da coleção está associada ao seu significado, por ser uma parte importante de uma planta. Em analogia se faz importante para a sociedade, enxergar por meio dessa coleção uma moda mais justa, otimista, transparente e sustentável.

Para a coleção *Raízes de Primavera/Verão 2022*, foram desenvolvidos 20 looks (disponível no APÊNDICE C), inspirados na biodiversidade amazônica reconhecendo sua importância no mundo e explorando sua beleza rica em diversidade, detalhes e cores. Com o processo de construção da coleção foi produzido um painel de inspiração (Painel 01) para o desenvolvimento dos looks, a definição do painel de cores (Painel 02) e escolha dos tecidos (Painel 03).

Painel 2: Inspiração



Fonte: Compilação das autoras.

A partir dos elementos do painel de inspiração e embasamento teórico, os modelos foram elaborados com a silhueta X e H, peças marcadas na cintura, com recortes assimétricos e volumes nas mangas. As modelagens são compostas por recortes orgânicos e arredondados, para transmitir uma ideia otimista, feminina e harmônica. As peças são certas ao corpo e outras mais soltas, os comprimentos que

foram determinados foram o midi e o curto em sua maioria, podendo dessa forma destacar a elegância e romantismo, buscando valorizar a anatomia feminina através dos detalhes. A seguir serão apresentados os 20 croquis criados para a coleção raízes, (Painel 03) e (Painel 04).

Painel 3: Mapa da coleção 1-10



Fonte: Autoria própria.

Painel 4: Mapa da coleção 10-20



Fonte: Autoria própria.

Na escolha dos tecidos (painel 05) foram priorizados tecidos com fibras naturais, por se tratar de uma coleção primavera/verão, é necessário que a peça

possua frescor para um maior conforto. O tecido mais utilizado foi o linho misto, no qual a sua composição é de 45% linho e 55% de viscose, duas fibras naturais com grande potencial de frescor e caimento. O linho é considerado um dos tecidos mais antigos da história do homem, é um tecido que possui um aspecto “rústico” e textura que evidencia a sua natureza, mas sem perder a elegância e conforto. Já a tricoline é um tecido natural sofisticado, que possui um caimento mais estruturado e levemente encorpado, além de ser bem versátil.

O brim pesado, assim como a tricoline, é 100% algodão, porém já possui uma maior gramatura, além de ser bem mais encorpado e com caimento mais “reto/rígido”, que foi pensado para peças que precisam dessa estrutura.

Já os tecidos sintéticos, foram utilizados o crepe georgete e o crepe vogue. O crepe georgete é um tecido fino, que remete a delicadeza feminina. Já o crepe vogue possui uma maior gramatura, sendo mais encorpado, apresentando um caimento mais pesado. É um tecido usado normalmente para a moda festa, mas foi utilizado para trazer a versatilidade de um look para uma mulher compromissada que deve estar sempre pronta e adequada para diversas situações ao longo do dia.

Painel 5:Tecidos



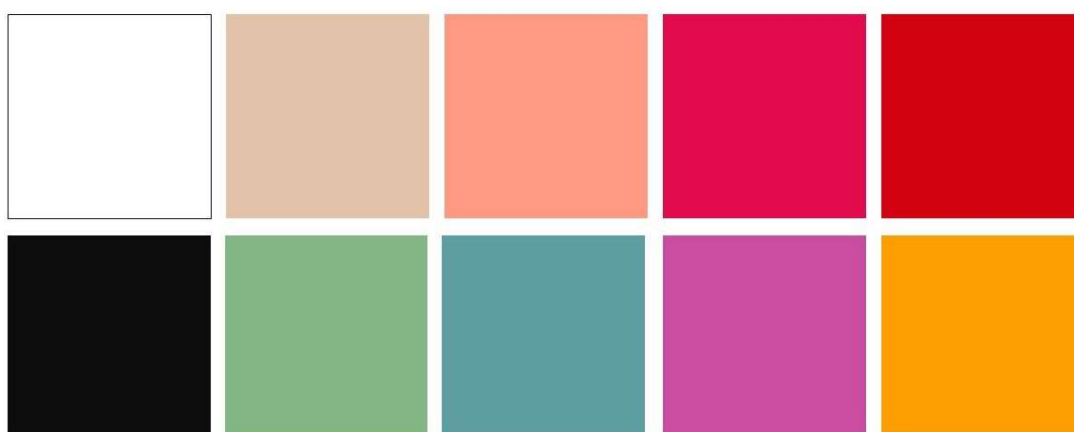
Fonte: Compilação das autoras.

Para a composição da cartela de cores (Painel 06), foram utilizadas cores baseadas de acordo com o painel de inspiração e cores da estação. Usualmente nas estações primavera e verão são predominantes as cores quentes e intensas, que possuem em sua composição maior quantidade de pigmento vermelho e amarelo, associadas a sensação de calor, proximidade e entusiasmo, mas podendo ter algumas cores mais frias e suaves que pertencem à estação de verão. Segundo o livro *Psicodinâmica das cores* (FARINA et al. 2011), as cores estão associadas a memórias e experiências.

A cor branca transmite a sensação de: confiança, simplicidade, juventude, estabilidade. Já a cor preta transmite sofisticação, poder e elegância. A cor vermelha: paixão; calor; excitação; sensualidade; extroversão. A cor rosa independência; desejo; romantismo; feminilidade; carinho; sensibilidade; charme. O azul transmite: tranquilidade; harmonia; confiança; produtividade; sucesso; poder. O verde está associado com a saúde e a natureza, transmite: perseverança; juventude; generosidade; ponderação; coerência; liberdade. O amarelo: sabedoria; alegria; otimismo; idealismo; transparência; credibilidade. São sensações que condizem com o que a marca quer transmitir para o público e conseqüentemente o que esse cliente quer transmitir na sua melhor versão para o mundo a sua volta.

Além disso foram realizados estudos de combinações com as cores da cartela, para ver as possibilidades mais viáveis, como por exemplo: vermelho e rosa; azul e amarelo; rosa e azul; verde e azul; entre outras opções.

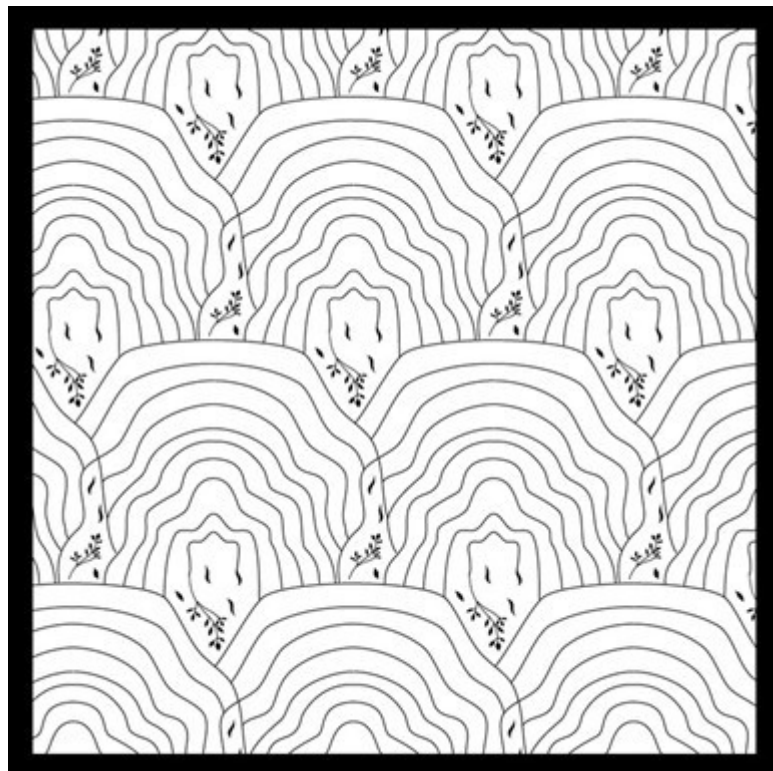
Painel 6: Cores



Fonte: Autoria própria.

De acordo com as cores definidas da coleção e pesquisa com o público, foi desenvolvida uma estampa corrida, minimalista em questão de cores, com elementos visuais harmônicos em linhas e curvas. A estampa (Figura 03) apresenta a temática da coleção abordando a questão da valorização da biodiversidade e foi inspirada em cascos de árvores e folhas.

Figura 3: Estampa da coleção Raízes



Fonte: Autoria própria.

A técnica utilizada para aplicação da estampa nos tecidos foi por meio de carimbos. Para que os sistemas de repetição da estampa funcionem, é importante que fosse feito o *rapport* da estampa, sendo este a repetição da estampa que a torna do tipo corrida. Na figura 04 pode-se observar o carimbo que foi desenvolvido por meio de *rapport*.

Figura 4: Carimbo estampa



Fonte: Autoria própria.

Para a aplicação da estampa na coleção, foram feitas quatro variações de cores em tecidos diferentes, sendo eles, o linho misto e a viscose. A estampa foi aplicada com tintas de tecido azul, salmão e amarelo, em seus respectivos tecidos, como podemos observar na ilustração da figura 05.

Figura 5: Variação de cores da estampa



Fonte: Autoria própria.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No início do presente trabalho, constatou-se a importância do desenvolvimento sustentável baseada não apenas no planejamento e compreensão dos recursos naturais, mas também no reconhecimento dos benefícios do novo modelo de negócio, *slow fashion*, que valoriza o mercado da moda em toda sua cadeia produtiva.

No decorrer da pesquisa, em questionários aplicados e pesquisas exploratórias, foi possível identificar grande interesse, relativo à proposta da coleção e seus ideais. Em que evidenciam um consumo mais justo e responsável. Promovendo a moda sustentável por meio de materiais e produção que fazem parte de um sistema produtivo nacional, com valores que coincidem com os da coleção.

Por meio dos aspectos abordados na coleção e pesquisas, procurou-se oferecer um produto atemporal, exclusivo, dentro das características pretendidas, uma moda mais alegre, justa e que desperte essa valorização através da produção mais consciente, respeitando os aspectos ambientais, sociais e econômicos. As peças demonstram que os objetivos foram atendidos, feitos com um novo design, bons acabamentos, a fim de promover a exclusividade, a qualidade e durabilidade dos produtos.

Espera-se que a partir da coleção Raízes, por meio dos novos conceitos inseridos e temática abordada, consiga colaborar com a valorização do meio ambiente e da indústria da moda, gerando menos lixo e mais consciência a partir de modelos esteticamente refinados e produtos duradouros. Dessa forma, suprimindo as expectativas do público e abrindo novas possibilidades na moda feminina.

## Referências Bibliográficas

ANICET, Anne; RUTHSCHILLING, Evelise A. **Relações entre moda e sustentabilidade**. 9º Colóquio de moda, Fortaleza (CE), 2013. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/9-Coloquio-de-Moda\\_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/edicoes/9-Coloquio-de-Moda_2013/ARTIGOS-DE-GT/Artigo-GT-Moda-e-Sustentabilidade/Relacoes-entre-moda-e-sustentabilidade.pdf)>. Acesso em: 29/11/2020.

AZEVEDO, Virginia; A. D. E. R. **O design de moda na modernidade líquida: Vestindo o sujeito fragmentado**, Rio Grande do Norte, 2014.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. 1. ed. [S.l.]: Zahar, 2001.

CÂNDIDO, G.C.; GEISLER, A.R.R. **Círculo vicioso: o bem comum ameaçado pelo excesso de lixo, o lixo comum ameaçado pelo consumismo**. Dignidade Re- Vista, v.3, n.5, julho 2018 (p.74-85) Disponível em: <<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/dignidaderevista/article/view/631/469>>. Acesso em: 29/11/2020.

CARACIOLA, C. B. **A influência da moda na sociedade contemporânea**, São Paulo, 2015. Disponível em: <[http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-Documenta-2015/07-Sessao-Tematica-Moda-e-Sociedade-percursos-diversos/CarolinaBoari\\_ModaDocumenta2015\\_a-influencia-da-moda.pdf](http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-Documenta-2015/07-Sessao-Tematica-Moda-e-Sociedade-percursos-diversos/CarolinaBoari_ModaDocumenta2015_a-influencia-da-moda.pdf)>. Acesso em: 28/11/2020.

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

D'ANGELO, A. C. **Amanhã**, 2016. Disponível em: <<https://amanha.com.br/categoria/economia/moda-modismo-ou-tendencia>>. Acesso em: 03 Abril 2021.

DEWEIK, S. - Curso Cool Hunting – Curso Online, Escola São Paulo, 2020. Disponível em: <<https://escolasaopaulo.org/cursos/cool-hunting-com-sabina-deweik>> Acesso em: 05 Abril 2021.

ECYCLE. ecycle. **ecycle**, 2019. Disponível em: <<https://www.ecycle.com.br/desmatamento-da-amazonia/>>. Acesso em: 2021.

ELVEN, M.V. **Quão sustentáveis são os tecidos feitos de garrafa PET reciclada?** – Fashion United, 21 de janeiro de 2019; Disponível em: <<https://fashionunited.com.br/news/fashion/quao-sustentaveis-sao-os-tecidos-feitos-de-garrafa-pet-reciclada-1548254246/2019012187079>>. Acesso em: 01/12/2020.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 6. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 166 p. v. único. ISBN 978-85-212-0546-3.

FLETCHER, K.; GROSE, L. **Moda e sustentabilidade, design para a mudança**. 1. ed. São Paulo: Senac, 2012.

GEISA MARQUES, G. H. Queimadas na floresta Amazônica não são naturais e tem impacto global. **Brasil de fato**, 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/08/28/queimadas-na-amazonia-nao-sao-naturais-e-tem-impacto-global-afirma-pesquisador>>. Acesso em: 11 novembro 2020.

INSTITUTO Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade. **ICMBio**. Disponível em: <<https://www.icmbio.gov.br/portal/unidadesdeconservacao/biomas-brasileiros/amazonia>>. Acesso em: 28 out 2020.

INPE ministério da ciência, tecnologia e inovações. **instituto de pesquisas espaciais**. Disponível em: <<http://queimadas.dgi.inpe.br/queimadas/portal>>. Acesso em: 17 outubro 2020.

JUBILUT, Paulo Roberto. **Amazônia: biomas do Brasil**. Youtube. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=sVdsHjsAR-s&ab\\_channel=BiologiaTotal](https://www.youtube.com/watch?v=sVdsHjsAR-s&ab_channel=BiologiaTotal)>. Acesso em 23 de out. 2020.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. *Princípios de Marketing*. Rio de Janeiro: 7ª ed., Prentice-Hall, 1998.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing com Mymarketinglab**. Tradução de Sônia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Universidades, 2012. 73-86 p.

LEANDRO, B. **Tecnologia Têxtil: a fibra de Sumaúma** – Autossustentável, 23 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://autossustentavel.com/2018/08/tecnologia-textil-a-fibra-de-sumauma.html>>. Acesso em: 01/12/2020.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. 1ª. ed. [S.I.]: Companhia das Letras, 1987.

MACKEY, J.; SISODIA, R. **Capitalismo Consciente: Como Libertar o Espírito Heroico dos Negócios**. 1ª. ed. New York: Alta Books, 2018.

MARTINS, C.C.S; MARTINS, A.C.S. **Cultura, Consumo e mídia: o espetáculo “Moda” está no ar!**; IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte, Vol.8, 41-54, 2 de janeiro de 2016. Disponível em: <<https://bit.ly/3lxyM3k>>. Acesso em: 29/11/2020.

ORANGE FIBER. **Who we are**. Disponível em: <<http://orangefiber.it/en/about/>>. Acesso em: 01/12/2020.

ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL. WWF-Brasil. **WWF organização não governamental**. Disponível em: <<http://bit.ly/3lqJBUI>>. Acesso em: 28 outubro 2020.

ORGANIZAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL. WWF-Brasil. **WWF organização não governamental**. Disponível em: < <https://bit.ly/3bZSuRT>>. Acesso em: 30 nov 2020.

ORIGEM da palavra, 2017. Disponível em: <<https://origemdapalavra.com.br/pergunta/raiz/#:~:text=Resposta%3A,que%20se%20fixa%20ao%20solo%E2%80%9D.>>>. Acesso em: 02 dez. 2020.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Claridade, 2007. Coleção Saber de tudo.

RENAUXVIEW. **Orange fiber, a empresa que cria tecidos feitos de cascas de laranja**; 01 de junho de 2019. Disponível em: <<https://renauxview.com.br/blog/orange-fiber-empresa-que-cria-tecidos-feitos-de-cascas-de-laranja/>>. Acesso em: 01/12/2020.

ROSA, Cristina de Azevedo. **Império do luxo**. A construção do sucesso. Porto: Lidel – Edições Técnicas, 2010.

ROUPARTILHEI. **Entenda sobre a poliamida biodegradável – tecnologia brasileira criada pela Rhodia** – Roupartilhei, 7 de janeiro de 2019. Disponível em: <<https://roupartilhei.com.br/2019/01/07/entenda-sobre-a-poliamida-biodegradavel-tecnologia-brasileira-criada-pela-rhodia/>>. Acesso em: 01/12/2020.

SANTOS, S. **Impacto ambiental causado pela indústria têxtil**. UFSC- Engenharia de Produção e Sistemas. Florianópolis- SC. 2007. Disponível em: <[http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997\\_t6410.pdf](http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep1997_t6410.pdf)>. Acesso em: 29/11/2020.

**THE TRUE Cost**. Direção de Andrew Morgan. França: Life Is My Movie Entertainment, 2015. (132 min.).

## Anexo A - Carta de aceite de orientação



### ANEXO III

#### Carta de Aceite de Orientação

**Título:** Valorização da biodiversidade amazônica por meio da sustentabilidade.

**Modalidade:** Desenvolvimento de coleção.

**Aluno:** Renata Batista da Silva

**Aluno:** Vitória Tardelli Pikunas

**Orientador:** Natalie de Oliveira Manso

**Formação:** Design de Moda

Eu, Natalie de Oliveira Manso, aceito orientar os alunos acima citados, na produção e desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso no ano de 2021.

Ass.: Natalie O. Manso

**CO-ORIENTADOR/INSTITUIÇÃO:** \_\_\_\_\_

Eu, \_\_\_\_\_, aceito auxiliar no desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso no ano de \_\_\_\_\_, na função de co-orientador.

Ass.: \_\_\_\_\_



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br



PROPOSTA PARA ELABORAÇÃO DO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE DESIGN DE MODA

AUTORES:

NOME DO ALUNO: Renata Batista da Silva SÉRIE: 7º MATRÍCULA 01811216

NOME DO ALUNO: Vitória Tardelli Pikunas SÉRIE: 7º MATRÍCULA 01810521

NOME COMPLETO DO ORIENTADOR:

Natalie de Oliveira Manso EMAIL: natalie.manso@univap.br

NOME COMPLETO DO CO-ORIENTADOR:

E-MAIL: \_\_\_\_\_

ÁREA DO TCC: Desenvolvimento de coleção.

TEMA: Valorização da biodiversidade amazônica por meio da sustentabilidade.

OBJETIVOS PRETENDIDOS:

Desenvolver uma coleção autoral para o público jovem feminino – faixa etária de 24 a 35 anos – com a finalidade de resgatar a valorização do meio ambiente através de um consumo inteligente e consciente, tendo como inspiração as características da floresta tropical amazônica.

PLANO DE TRABALHO – Etapas e Prazos (Usar o verso se necessário)

**2020:**

**Agosto:** leitura e pesquisa de tema e metodologia – até dia 30/08

**Setembro:** escolha do tema e problema; - até dia 15/09

especificação dos objetivos gerais e específicos; - até dia 25/09

**Outubro:** demilitação da justificativa; - até dia 19/10

**Novembro:** estrutura e análise da metodologia; - até dia 12/11

**Dezembro:** estrutura do referencial teórico; - até dia 04/12

**2021:**

**Março:** estruturar introdução, capítulo coleção e subcapítulo marca; - até dia 31/03

**Abril:** pesquisar e produzir os painéis de inspiração, tendências, cores e tecidos; – até dia 14/04

pesquisar e desenvolver estampas; – até dia 30/04

**Mai:** criação dos 20 croquis; - até dia 14/05

produção das fichas técnicas; - até dia 28/05

**Junho:** pesquisa de grade de tamanhos; - até dia 08/06

elaborar o pré projeto e entregar até dia 11/06

**Julho:** começar a desenvolver as modelagens. - até dia 01/07

APROVAÇÃO DO PROFESSOR ORIENTADOR: Natalie D. Manso

APROVAÇÃO DO PROFESSOR CO-ORIENTADOR: \_\_\_\_\_

ASSINATURA DO(S) ALUNO(S):

Renata B. da Silva

Vitória Tardelli Pikunas



## Anexo B - Ficha de orientação mensal



---

### ANEXO IV

#### FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL

Aluno: Renata Batista da Silva . Ass.: Renata Batista da Silva

Aluno: Vitória Tardelli Pikunas . Ass.: Vitória Tardelli Pikunas

Data: 01 / 03 / 2021

Temas discutidos:

Formas de aplicar e estruturar a pesquisa de público alvo da coleção.

---

---

Desenvolver:

Desenvolvimento do questionário.

---

---

Próxima reunião: 12 / 03 / 2021

Assinatura do orientador: Natali O. Amorim

---



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br



---

**ANEXO IV****FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL**

Aluno: Renata Batista da Silva . Ass.: Renata B. da Silva

Aluno: Vitória Tardelli Pikunas . Ass.: Vitória Tardelli Pikunas

Data: 12 / 03 / 2021

Temas discutidos:

Estruturação e correção do referencial teórico.

---

---

Desenvolver:

Realização das mudanças apontadas e desenvolvimento de um novo capítulo sobre  
modismo, tendências e macrotendências.

---

---

Próxima reunião: 29 / 04 / 2021

Assinatura do orientador: Natali O. Amorim

---



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
[www.univap.br](http://www.univap.br)



---

**ANEXO IV****FICHA DE ORIENTAÇÃO MENSAL**

Aluno: Renata Batista da Silva . Ass.: Renata B. da Silva

Aluno: Vitória Tardelli Pikunas . Ass.: Vitória Tardelli Pikunas

Data: 29 / 04 / 2021

Temas discutidos:

Estampas para coleção de acordo com o público alvo.

---

---

Desenvolver:

Desenvolvimento de estampa e variações. Realizar a pesquisa de estampa de preferência do público.

---

---

Próxima reunião: 06 / 05 / 2021

Assinatura do orientador: Natahi O. Amorim

---



Av. Shishima Hifumi, 2911 - 12244-000 - São José dos Campos - SP -  
www.univap.br

## Apêndice A: pré-projeto

### 1. TEMA

A coleção *Raízes* terá como inspiração a valorização da biodiversidade amazônica por meio de processos mais sustentáveis dentro da moda.

Raízes está diretamente relacionada à uma das mais importantes partes de uma planta. É ela quem dá a sustentação e absorve todos os nutrientes necessários para a sobrevivência de uma planta. O nome da coleção contém duplo sentido, às raízes de um vegetal, mas também às raízes brasileiras, referente a valorização da maior floresta tropical do mundo que reside – maior quantidade – em nosso país.

Na perspectiva do consumo e da cultura, a indumentária tem um papel de muita importância na construção social e individual da identidade. No qual o corpo é o meio em que a moda propaga a diversidade e o estilo de vida na sociedade contemporânea. Levando em conta esses aspectos, no artigo “O design de moda na modernidade líquida: Vestindo o sujeito fragmentado” (2014), o autor diz que o ciclo da moda carrega duas palavras: a sustentabilidade e inovação, pois elas estão correlacionadas. A sustentabilidade como consequência da necessidade que encontramos na contemporaneidade relacionadas ao consumo e ao meio ambiente; e a inovação levantando as questões de um sistema de produção caótico e *fast*. A moda está sujeita a inovações, mas a questão é se os profissionais e consumidores estão conseguindo lidar com toda essa velocidade.

### 2. PROBLEMA

Para Carolina Boari (2015), em seu trabalho “A influência da moda na sociedade contemporânea” diz que a inovação, o individualismo e a busca pelo prazer traduzida pelo hedonismo, se estabelecem como características principais da contemporaneidade. A informação em tempo real, a necessidade por aquilo que é imediato, rápido; o anseio pelo espetáculo, visando dessa forma a simultaneidade, criam uma era em que a compressão entre tempo e espaço governam. A partir disso podemos notar que essa fugacidade presente na moda, é inviável. Hoje encontra-se marcas que invadem a vida das pessoas, criando coleções atrás de coleções, que antes eram semestrais para coleções semanais.

Essa quantidade de estímulos para que processemos, torna-se impossível, ter ideias inovadoras e criativas a cada semana é algo inviável de construir. E por conta dessa aceleração no meio da moda, nos deparamos com profissionais esgotados, física e mentalmente para dar conta dessa velocidade em que se encontra não só a moda como as marcas num geral e a publicidade. Toda essa fugacidade causa no mercado a desvalorização do trabalho dos designers, banalizando a moda e tornando-a descartável.

Tendo em vista as falhas e o consumo exacerbado no mercado da moda através do sistema de produção *fast fashion*, é possível promover um sistema de produção mais sustentável?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo geral**

Desenvolver uma coleção autoral para o público jovem feminino – faixa etária de 24 a 35 anos – com a finalidade de resgatar a valorização do meio ambiente através de um consumo inteligente e consciente, tendo como inspiração as características da floresta tropical amazônica.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Apresentar uma pesquisa qualitativa e quantitativa a respeito da floresta tropical amazônica e a sustentabilidade.
- Apresentar uma pesquisa qualitativa e quantitativa sobre o impacto da moda no meio ambiente de acordo com o sistema de produção *fast fashion*.
- Relatar sobre o *slow fashion* como um sistema de produção sustentável.
- Demonstrar matéria primas sustentáveis.
- Conhecer o público-alvo, a fim de compreender suas necessidades.
- Desenvolver a coleção a partir das informações coletadas: croquis e desenhos técnicos.
- Confeccionar peças.

#### 4. JUSTIFICATIVA

A principal motivação que sustenta o presente projeto de pesquisa e coleção, reside na importância que o tema possui não somente para a sociedade brasileira como para o mundo inteiro.

O professor e pesquisador Wagner Costa Ribeiro, do curso de Geografia da Universidade de São Paulo (USP), afirma que as queimadas são problemas de escala global que afetam a floresta tropical amazônica. A natureza funciona como um sistema, as espécies não vivem por conta própria, uma depende da outra. Diante desses aspectos, é imprescindível destacar o quão perigoso é o momento em que há a extinção de uma espécie. Segundo o professor de biologia, Paulo Roberto Jubilut (2019), quando um elemento é retirado desse sistema, todo o resto entra em colapso. “A floresta vive do seu próprio material orgânico, em meio a um ambiente úmido, com chuvas abundantes. A menor imprudência pode causar danos irreversíveis ao seu equilíbrio delicado.” (WWF-Brasil). E por conta disso que se faz necessário a discussão e valorização deste tema.

De acordo com o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), a Amazônia abrange cerca de 40 mil espécies, possuindo uma alta biodiversidade vegetal do planeta. E encontra-se faunas e floras sendo destruídas, mais do que nunca. Segundo o Instituto de Pesquisas Espaciais (INPE), 2019 foi o ano mais alarmante de queimadas na Amazônia brasileira, entre agosto de 2018 e julho de 2019 houve o aumento de 50% nos alertas de desmatamento, indicando um cenário assustador.

Sabe-se que - segundo o biólogo Paulo Jubilut - que as árvores têm a capacidade em reduzir os gases de efeito estufa por conta da fotossíntese. A floresta amazônica precisa ser preservada para que não haja o agravamento do aquecimento global. Sendo a Amazônia, como a maior floresta tropical do mundo, fundamental para regular a temperatura do planeta.

À frente desses aspectos, podemos perceber que a proposta da sustentabilidade é o desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente. De acordo com a Organização da sociedade civil brasileira (WWF-Brasil), esse conceito está ligado à política de desenvolvimento sustentável - consolidado pela Organização das Nações Unidas (ONU) - que funciona como um tripé diante a sociedade, envolvendo a economia, o meio ambiente e a questão social. Para o

crescimento de um país é preciso que haja o avanço na qualidade de vida das pessoas, crescimento econômico e tudo isso sem destruir o meio ambiente, garantindo que essa natureza esteja disponível para as futuras gerações.

O alcance do objetivo desse desenvolvimento se dá pelo planejamento e compreensão dos recursos que são finitos. O tema do presente projeto se faz necessário para mostrar este aspecto, não somente isso, como também instigar a valorização desses recursos e evidenciar os benefícios desse novo modelo de negócio - *slow fashion* - que vem crescendo no mercado da moda; valorizando assim o meio ambiente e respeitando os processos de um profissional da moda, destacando a qualidade das peças de roupas com matérias primas de qualidade e produtos duráveis.

Diante dessa realidade, é preciso considerar ainda que o profissional da moda é responsável por trabalhar em favor da vida e resgatar os valores humanos. Isso envolve a conscientização aos recursos e aos princípios de uma marca. A compra fundamentada pelo consumismo não faz parte desse tipo de pensamento, que envolve a conscientização e responsabilidade para com todos. O consumo consciente é uma escolha, escolha de cuidar do planeta, pensar no conjunto, assumir as responsabilidades e perceber que todos os recursos vão acabar em algum momento.

Nesse aspecto, a moda consciente é ter empatia, se colocar no lugar do outro e fazer escolhas corretas. Podemos ter vontades e desejos, mas antes de tudo, ter princípios, e se perguntar sobre o que realmente é necessário. Então, a partir desse pensamento, escolher algo que vá agregar valor à sua vida e ajudar o nosso planeta a ter menos lixo, podendo assim não pensar apenas no hoje, mas também no amanhã.

Esse projeto tratará sobre o conceito *slow fashion*, visando peças que contenham qualidade, durabilidade e ofereça para o consumidor um produto atemporal, exclusivo e que desperte essa valorização através da produção mais consciente, respeitando os aspectos ambientais, sociais e econômicos. Trazendo um novo olhar para o designer de moda, o reconhecimento do trabalho que envolve todo o processo de coleção/confecção de uma peça e a valorização das raízes brasileiras fundamentada na biodiversidade da floresta tropical amazônica, buscando assim, um consumo mais justo, consciente e responsável.

## 5. METODOLOGIA

A natureza de pesquisa do presente projeto terá base teórica e prática, visando gerar conhecimentos para aplicações práticas dirigidos à solução de problemas referentes ao tema e público-alvo da coleção.

Além desse aspecto, o trabalho terá o método de pesquisa exploratória, pretendendo aumentar o conhecimento do tema sobre a valorização da biodiversidade amazônica por meio da sustentabilidade na moda, agrupando informações para aprimorar as ideias da pesquisa; não somente este, como também a pesquisa descritiva, fundamentada na descrição das características dos possíveis consumidores da coleção.

Este projeto é essencialmente qualitativo, baseado pelo estudo de análises bibliográficas descritivas para obter coleta e análise de dados. Com a finalidade de analisar o impacto da moda sustentável na vida das pessoas, como funciona a questão da valorização do meio ambiente e a relação à indústria e forma de consumo. A fim de observar a influência que esses aspectos podem acarrear no indivíduo, foram feitas pesquisas baseadas em artigos e livros relacionados ao assunto.

Como bibliografias principais, utilizou-se o trabalho “A influência da moda na sociedade contemporânea”, de Carolina Boari Caraciola (2015), afim de compreender o sistema da moda na constituição da sociedade atual; o livro “Moda com propósito”, de André Carvalhal (2016), que aborda como a sociedade está mudando, a forma de consumo e como esse processo é necessário para a preservação do meio ambiente; o artigo “Relações entre moda e sustentabilidade”, de Anne Anicet e Evelise Anicet Rüttschilling (2013), tratando-se do conceito da sustentabilidade e sua ligação com a moda; o livro “Moda e sustentabilidade: design para a mudança”, das autoras Kate Fletcher, Lynda Grose (2012), um livro que induz o questionamento de toda a fundamentação da cadeia produtiva da indústria da moda. Propondo alternativas sustentáveis desde o plantio da matéria prima, passando pela confecção e todas as subsequentes camadas relacionadas a produção de artigos de vestuário; e ao decorrer do desenvolvimento da leitura haverá a citação de outros trabalhos.

A partir dos conceitos apresentados no presente projeto, como forma de pesquisa do tipo levantamento, foi construído um questionário. Os meios de coleta foram estruturados em um questionário fechado, *on-line*, com 15 questões objetivas, tendo como finalidade compreender – por meio dos resultados coletados – a relação

dos consumidores com a sustentabilidade, para compreender a quem se direciona a coleção, características e necessidades desse público-alvo.

É preciso considerar ainda que as questões aplicadas têm como objetivo também, identificar demográfica e socialmente os consumidores, analisar um provável nicho, que condiz com o público-alvo da marca, o que desejam consumir, quais são suas preferências e a disposição financeira do público para com os produtos, influenciando diretamente no processo criativo e nos materiais utilizados por conta da precificação das peças.

### **Questionário de pesquisa do público-alvo da coleção.**

#### **1. Qual sua idade?**

Para determinar a faixa etária majoritária do público-alvo.

#### **2. Sexo.**

Para determinar se o público de maior interesse desse produto é, em sua maioria, feminino ou masculino.

#### **3. Qual estado do Brasil mora?**

Para delimitar geograficamente o público-alvo.

#### **4. Qual sua renda mensal?**

Dividir socialmente em classes o público-alvo.

#### **5. Você já consome produto de moda sustentável?**

A fim de entender se há interesse do público em consumir produtos de baixo impacto ambiental.

#### **6. Você acha que é preciso mudar a forma que a sociedade consome?**

Com a finalidade de visualizar a porcentagem de pessoas que acreditam que o consumismo não é mais a única forma viável.

#### **7. Quanto está disposto a pagar por uma peça de roupa sustentável?**

Delimitar a disposição de gastos com uma peça, podendo assim, influenciar na limitação de matéria-prima, no processo criativo de acordo com a precificação estimada das peças.

(No questionário foi perguntado com base em imagens para exemplificar. Abrangendo 3 questões, uma para camisa, outra para calça e a terceira para vestido).

#### **8. Aos finais de semana que lugares você mais gosta de frequentar?**

Para identificar por meio dos tipos de lugares que as pessoas costumam frequentar, o estilo de vida que ela tem.

### **9. Qual tipo de modelagem mais te agrada?**

Saber sobre a estética, modelagem, caimento que mais agrada ou teria aceitação do público para aplicar no desenvolvimento da coleção.

### **10. Você prefere comprar suas roupas em lojas físicas ou por meio virtual/online?**

Localizar o tipo de segmento, se o público costuma comprar em lojas virtuais (*e-commerce*), ou lojas físicas.

### **11. Você tem preferência por roupas mais coloridas ou neutras?**

Identificar qual a preferência de gostos para cores do público, a fim de desenvolver uma coleção baseada nos gostos do público.

### **12. E estampas? Prefere estampas mais sóbrias ou neutras?**

Para durante o desenvolvimento da coleção se basear no gosto do público, para analisar que tipo será mais viável.

### **13. O que você mais valoriza em uma peça de roupa?**

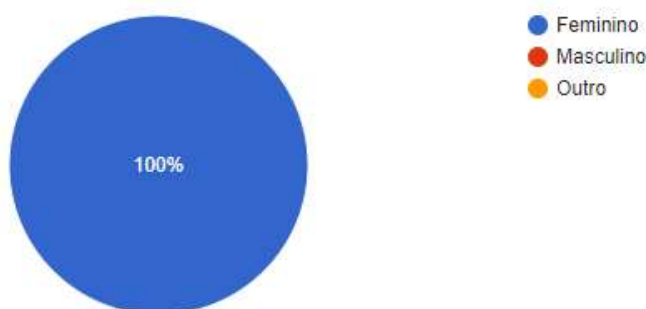
Com o intuito de compreender como esse público pensa, o que gosta e valoriza numa peça de roupa para a construção do processo de criação da coleção; delineando os princípios que a coleção e marca deve ter.

## **Resultados da pesquisa**

Gráfico 2: Qual seu gênero?

Qual seu gênero?

71 respostas



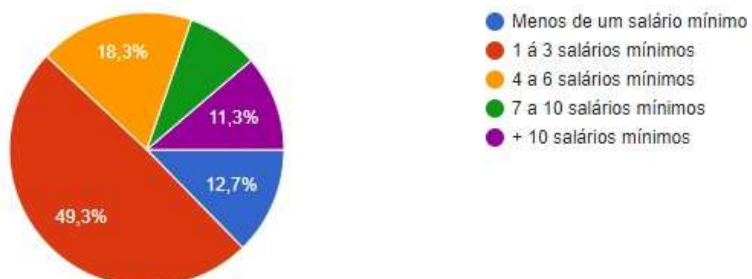
Fonte: Os autores (2021)



Gráfico 5: Qual sua renda mensal?

Qual sua renda mensal?

71 respostas

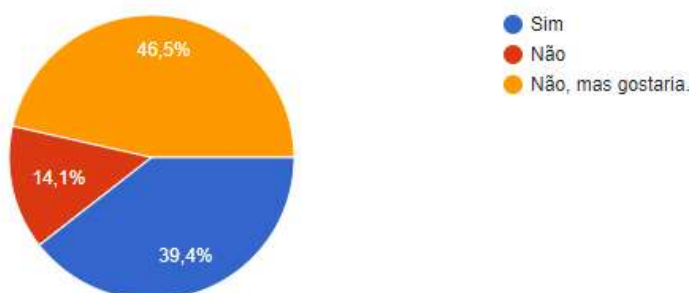


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 6: Você já consome produto de moda sustentável?

Você já consome produto de moda sustentável?

71 respostas

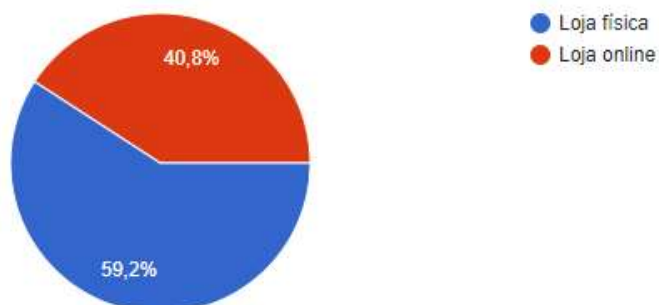


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 7: Você prefere comprar suas roupas em lojas físicas ou por meio virtual/online?

Você prefere comprar suas roupas em lojas físicas ou por meio virtual/online?

71 respostas

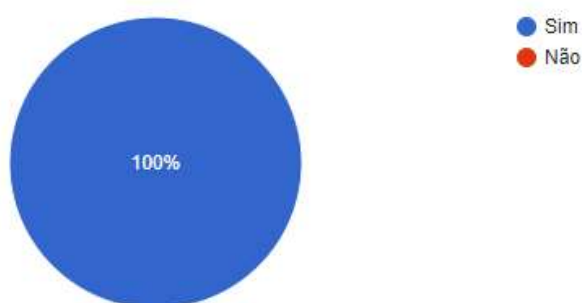


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 8: Você acha que é preciso mudar a forma que a sociedade consome? (consumismo)

Você acha que é preciso mudar a forma que a sociedade consome? (consumismo)

71 respostas

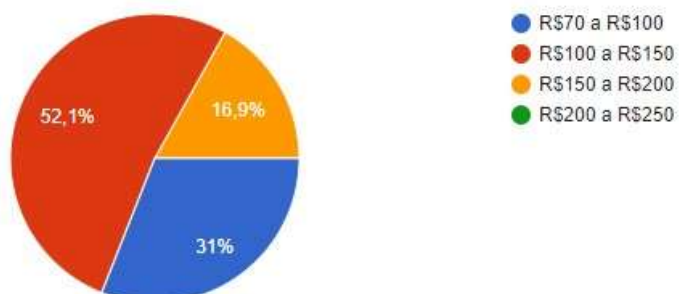


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 9: Quanto está disposto a pagar por essa camisa com produção sustentável?

Quanto está disposto a pagar por essa camisa com produção e tecido sustentável?

71 respostas

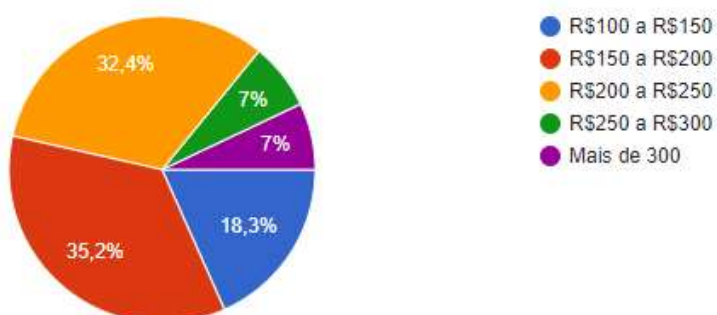


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 10: Quanto está disposto a pagar por essa calça com produção e tecido sustentável?

Quanto está disposto a pagar por essa calça com produção e tecido sustentável?

71 respostas

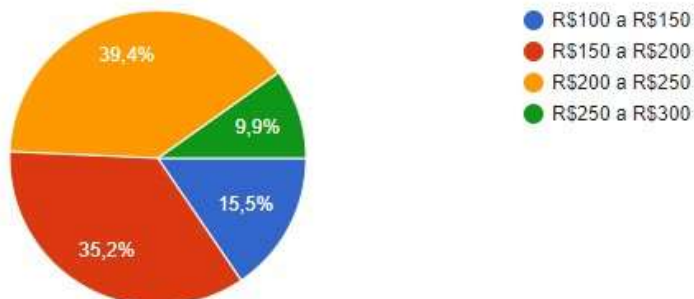


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 11: Quanto está disposto a pagar por esse vestido com produção e tecido sustentável?

Quanto está disposto a pagar por esse vestido com produção e tecido sustentável?

71 respostas

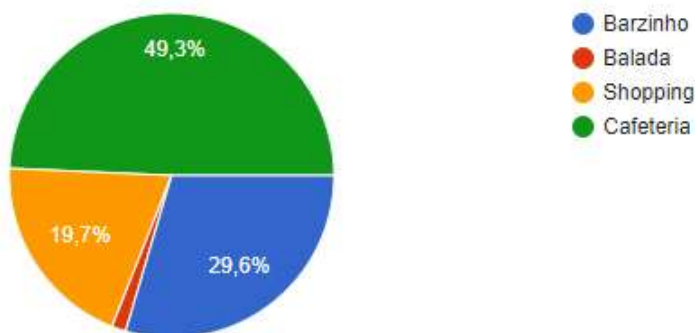


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 12: Aos finais de semana que lugares mais gosta de frequentar?

Aos finais de semana que lugares mais gosta de frequentar?

71 respostas

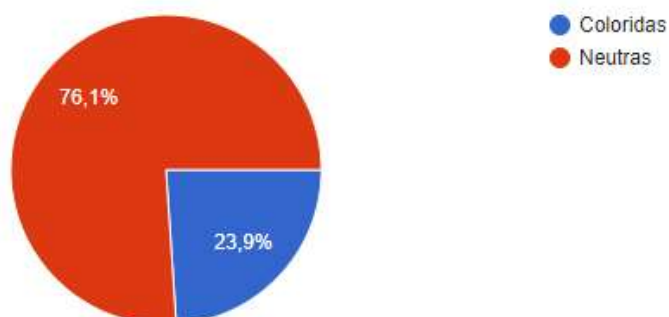


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 13: Você tem preferência por roupas mais coloridas ou neutras?

Você tem preferência por roupas mais coloridas ou neutras?

71 respostas

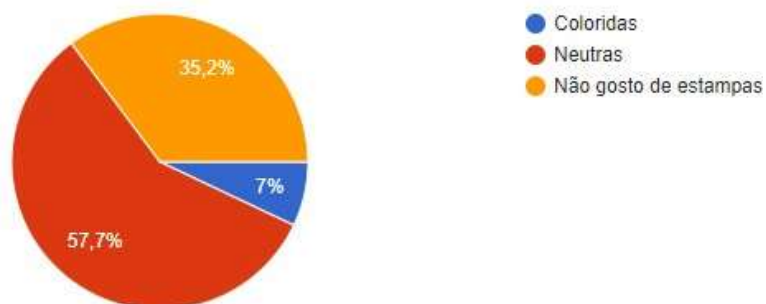


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 14: E estampas? Prefere estampas mais coloridas ou neutras?

E estampas? Prefere estampas mais coloridas ou neutras ?

71 respostas



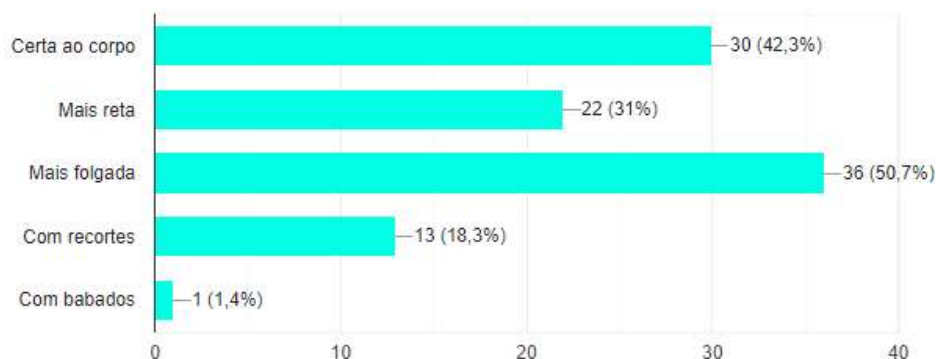
Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 14: Qual tipo de modelagem (caimento) mais te agrada?

Gráfico 15: Qual tipo de modelagem (caimento) mais te agrada?

Qual tipo de modelagem (caimento) mais te agrada?

71 respostas

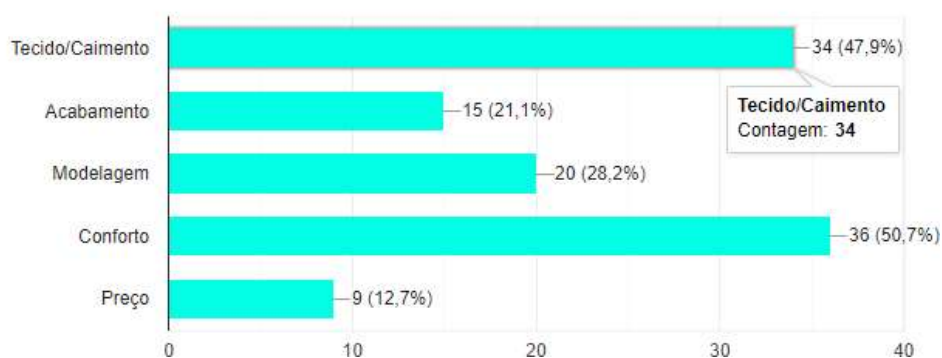


Fonte: Os autores (2021)

Gráfico 16: O que você mais valoriza em uma peça de roupa?

O que você mais valoriza em uma peça de roupa?

71 respostas



Fonte: Os autores (2021)

## 6. CRONOGRAMA

Tabela 2: Cronograma 2020

ATIVIDADES	Ago	Set	Out	Nov	Dez
Leitura e pesquisas metodológicas.	X	X			
Escolha do tema e problema		X			
Especificação dos objetivos (gerais e específicos)		X			

Delimitação da justificativa.		X	X		
Estrutura e análise de metodologia				X	
Estrutura do referencial teórico				X	X

Fonte: Autoria própria.

Tabela 3: Cronograma 2021

ATIVIDADES	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov
Leitura e revisão do trabalho	X	X			X					X
Estruturar a Introdução	X	X								
Estruturar capítulo coleção		X	X							
Fazer subcapítulo marca (em coleção)		X	X							
Pesquisar e fazer painel de silhueta e cores		X	X							
Fazer estampas				X						
Criação dos Croquis 20 looks				X	X	X				
Fichas técnicas dos 10 looks				X	X	X				
Pesquisar e definir grade de tamanho					X	X				
Começar modelagem dos looks						X	X	X		
Entrega Pré TCC					X					
Compra dos tecidos								X		
Estampar os tecidos								X		
Costura dos looks								X	X	
Ensaio/ fotos										X
Entrega do TCC final/ banca										X

Fonte: Autoria própria.

## Apêndice B: questionário aplicado

Questionário para pesquisa de público alvo:

Qual seu gênero?

- Feminino

- Masculino
- Outro

**Qual sua idade?**

- 18 a 23 anos
- 24 a 29 anos
- 30 a 36 anos
- +36 anos

**Qual estado do Brasil mora?**

- SP
- RJ
- DF
- PR
- SC
- MG
- BA
- AM
- CE
- ES
- Outro

**Qual sua renda mensal? (Salário-mínimo 2021 = R\$1100,00)**

- Menos de um salário-mínimo
- 1 a 3 salários-mínimos
- 4 a 6 salários-mínimos
- 7 a 10 salários-mínimos
- + 10 salários-mínimos

**Você já consome produto de moda sustentável?**

- Sim
- Não
- Não, mas gostaria.

**Você prefere comprar suas roupas em lojas físicas ou por meio virtual/online?**

- Loja física
- Loja online

**Você acha que é preciso mudar a forma que a sociedade consome? (consumismo)**

- Sim
- Não

**Quanto está disposto a pagar por essa camisa com produção e tecido sustentável?**



- R\$70 a R\$100
- R\$100 a R\$150
- R\$150 a R\$200
- R\$200 a R\$250

**Quanto está disposto a pagar por essa calça com produção e tecido sustentável?**



- R\$100 a R\$150
- R\$150 a R\$200
- R\$200 a R\$250
- R\$250 a R\$300
- Mais de 300

**Quanto está disposto a pagar por esse vestido com produção e tecido sustentável?**



- R\$100 a R\$150
- R\$150 a R\$200
- R\$200 a R\$250
- R\$250 a R\$300

**Aos finais de semana que lugares mais gosta de frequentar?**



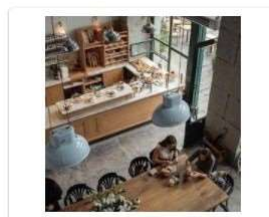
Barzinho



Balada



Shopping



Cafeteria

- Barzinho
- Balada
- Shopping
- Cafeteria

**Você tem preferência por roupas mais coloridas ou neutras?**

- Coloridas
- Neutras

**E estampas? Prefere estampas mais coloridas ou neutras?**



- Coloridas
- Neutras
- Não gosto de estampas

**Qual tipo de modelagem (caimento) mais te agrada?** Certa ao corpo Mais reta Mais folgada Com recortes Com babados

- Certa ao corpo
- Mais reta
- Mais folgada
- Com recortes
- Com babados

**O que você mais valoriza em uma peça de roupa?**

- Tecido/Caimento
- Acabamento
- Modelagem
- Conforto
- Preço

**Apêndice C: looks da coleção**



















## Apêndice D: fichas técnicas da coleção

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 1 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: BLUSA DECOTE V C/ MANGA BUFANTE E BABADO NA CINTURA.			
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	ROSA		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>		<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>	
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	70min	RS30,00	RS35,00
CORTE	40min	RS20,00	RS13,33
COSTURA	90min	RS40,00	RS60,00
TOTAL			RS108,33
TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,5 m		
	PREÇO: RS29,99		
	CUSTO: RS44,98		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>		<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>	
PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS153,49	AVIAMENTO	PREÇO
PREÇO DE VENDA	RS191,90	ELÁSTICO 0,7	CONSUMO
			TOTAL
			RS0,18
		SOMA:	RS0,18

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 1 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: CALÇA PANTACOURT C/ CÓS ANATÔMICO.			
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	ROSA		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>		<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>	
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	RS30,00	RS20,00
CORTE	30min	RS20,00	RS10,00
COSTURA	80min	RS40,00	RS53,33
TOTAL			RS83,33
TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,20 m		
	PREÇO: RS29,99		
	CUSTO: RS35,98		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>		<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>	
PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS125,08	AVIAMENTO	PREÇO
PREÇO DE VENDA	RS196,50	ZÍPER INVISÍVEL	CONSUMO
		ENTRETELA	TOTAL
			RS1,00
			RS4,77
		SOMA:	RS5,77

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 2	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA C/ MANGA BUFANTE E SAIA MIDI COM BOTÕES FRONTAIS.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA.

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	SALMÃO (BLUSA)	NUDE (SAIA)	

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL:			R\$0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA E SAIA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: -
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$0,00
PREÇO DE VENDA	R\$0,00

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$0,30	10	R\$3,00
SOMA:			R\$3,00

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 3	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: VESTIDO DECOTE V C/ MANGA BUFANTE.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	NUDE		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	70min	R\$30,00	R\$35,00
CORTE	40min	R\$20,00	R\$13,33
COSTURA	120min	R\$40,00	R\$80,00
TOTAL			R\$128,33

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 300 gr/m
APLICAÇÃO: VESTIDO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: 2,70 m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$80,97

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$214,30
PREÇO DE VENDA	R\$267,90

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
TINTA OCRE	R\$16,90	74ml	R\$5,00
SOMA:			R\$5,00

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

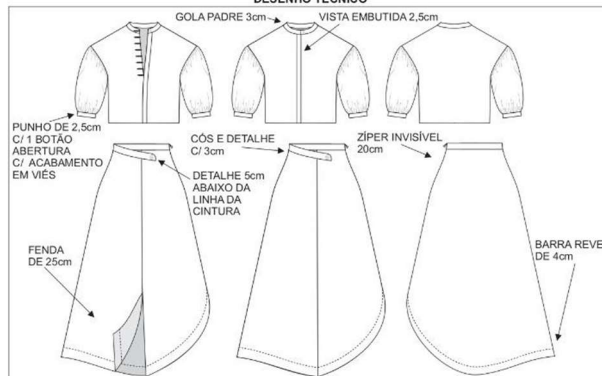
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 4	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA C/ BOTÕES FRONTAIS E MANGA BUFANTE E SAIA MIDI ASSIMÉTRICA C/ FENDA FRONTAL.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	AMARELO (BLUSA)	AZUL (SAIA)	

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL:			R\$0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA E SAIA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: -
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$0,00
PREÇO DE VENDA	R\$0,00

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$0,30	10	R\$3,00
ZÍPER INVISÍVEL	R\$1,00	1	R\$1,00
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
SOMA:			R\$11,95

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

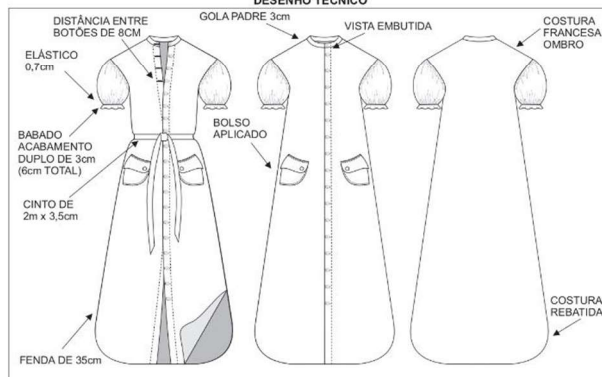
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 5	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: VESTIDO MIDI GOLA PADRE COM BOTÕES FRONTAIS.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	AZUL		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	60min	R\$30,00	R\$30,00
CORTE	30min	R\$20,00	R\$10,00
COSTURA	90min	R\$40,00	R\$60,00
TOTAL			R\$100,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 300 gr/m
APLICAÇÃO: VESTIDO E CINTO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,80 m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$53,98

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$172,58
PREÇO DE VENDA	R\$215,90

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$0,30	9	R\$2,70
ENTRETELA	R\$15,90	1m	R\$15,90
SOMA:			R\$18,60

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

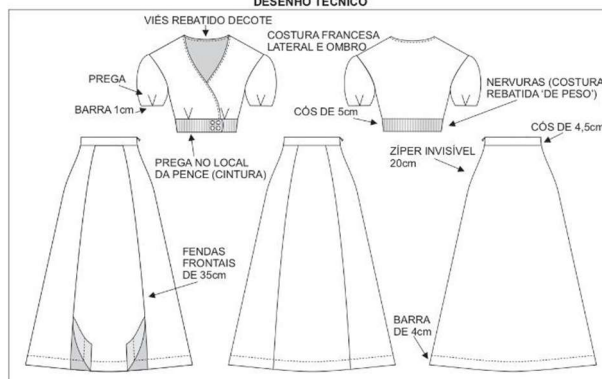
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 6	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA DECOTE V, C/ PREGAS E CÔS DE NERVURAS. E SAIA MIDI COM FENDAS FRONTAIS.		
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	LILÁS		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		RS30,00	RS0,00
CORTE		RS20,00	RS0,00
COSTURA		RS40,00	RS0,00
TOTAL:			RS0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA E SAIA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS:
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS0,00
PREÇO DE VENDA	RS0,00

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	RS0,30	4	RS1,20
ZIPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS6,97

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 7 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA TRANSPASSADA C/ RECORTE NA MANGA.		
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
CREPE VOGUE	ROSA		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	RS30,00	RS20,00
CORTE	30min	RS20,00	RS10,00
COSTURA	70min	RS40,00	RS46,66
TOTAL			RS76,66

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: CREPE VOGUE	GRAM: 300 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 100% POLIÉSTER	CONS: 1,65 m
	PREÇO: RS42,99
	CUSTO: RS70,93

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS147,59
PREÇO DE VENDA	RS194,90

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
-			-
SOMA:			RS-

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 7 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: CALÇA ALADDIN COM BOLSOS APLICADOS.		
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	LILÁS		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	50min	R\$30,00	R\$25,00
CORTE	35min	R\$20,00	R\$11,66
COSTURA	90min	R\$40,00	R\$60,00
TOTAL			R\$96,66

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,80 m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$53,98

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$157,01
PREÇO DE VENDA	R\$196,50

**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZIPER COMUM	R\$0,70	1	R\$0,70
ENTRETELA	R\$15,90	30cm	R\$4,77
BOTOES	R\$0,30	3	R\$0,90
SOMA:			R\$6,37

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 8 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA BABADO COM BOLSO.		
COLEÇÃO: RAIZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	ROSA		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	80min	R\$30,00	R\$40,00
CORTE	30min	R\$20,00	R\$10,00
COSTURA	90min	R\$40,00	R\$60,00
TOTAL:			R\$110,00

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA E CALÇA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,10 m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$32,98

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$143,70
PREÇO DE VENDA	R\$179,90

**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ELÁSTICO 0,7	R\$0,30	40 cm	R\$0,12
BOTÃO	R\$0,30	2	R\$0,60
SOMA:			R\$0,72

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 8 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: CALÇA ALADDIN COM AMARRAÇÃO NO TORNOZELO.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	VERMELHO		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	RS30,00	RS20,00
CORTE	30min	RS20,00	RS10,00
COSTURA	90min	RS40,00	RS60,00
TOTAL			RS90,00

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,80 m
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS53,98

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS149,75
PREÇO DE VENDA	RS187,50

**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZÍPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS5,77

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 9 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA ASSIMÉTRICA COM MANGA BABADO		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
TRICOLINE	BRANCO		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	50min	RS30,00	RS25,00
CORTE	40min	RS20,00	RS13,33
COSTURA	80min	RS40,00	RS53,33
TOTAL			RS91,66

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 2,50 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 0,60 m
	PREÇO: RS26,90
	CUSTO: RS16,14

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS112,87
PREÇO DE VENDA	RS141,10

**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÃO	RS0,30	1	RS0,30
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS5,07

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 9 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: CALÇA PANTACOURT COM BOLSO EMBUTIDO.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	ROSA		
TRICOLINE (FORRO)	ROSA		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZÍPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS5,77

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 1,40 m
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS41,98

## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	RS30,00	RS20,00
CORTE	30min	RS20,00	RS10,00
COSTURA	90min	RS40,00	RS60,00
TOTAL			RS90,00

## TECIDO: TRICOLINE

TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: FORRO (BOLSOS)	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: 0,60 m
	PREÇO: RS23,90
	CUSTO: RS14,34

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS152,09
PREÇO DE VENDA	RS190,15

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

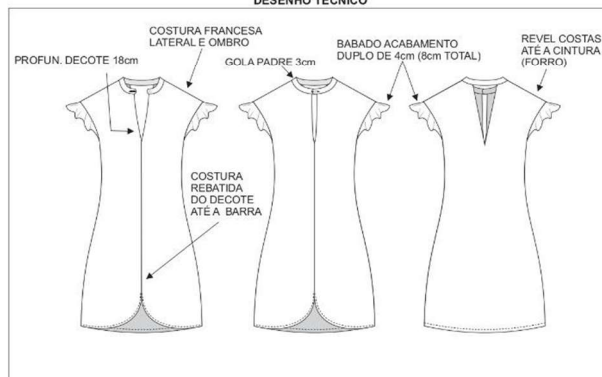
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 10	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: VESTIDO CURTO C/ RECORTE FRONTAL E BABADOS NAS MANGAS.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
TRICOLINE	BRANCO		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		RS30,00	RS0,00
CORTE		RS20,00	RS0,00
COSTURA		RS40,00	RS0,00
TOTAL:			RS0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: VESTIDO E FORRO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: -
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS0,00
PREÇO DE VENDA	RS0,00

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTOES	RS0,30	1	RS0,30
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS5,07

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 11	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: MACAQUINHO C/ MANGAS KIMONO, E CINTO C/ 4 BOTÕES			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E CALÇA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
VISCOSE CRIDÉLIA	CORAL		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL:			R\$0,00
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: VISCOSE CRIDÉLIA	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: VESTIDO E FORRO	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 100% VISCOSE	CONS:		
	PREÇO: R\$29,99		
	CUSTO: R\$0,00		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$0,00		
PREÇO DE VENDA	R\$0,00		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$0,30	4	R\$1,20
ENTRETELA	R\$15,90	30cm	R\$4,77
SOMA:			R\$5,72

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 12	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: VESTIDO C/ NÓ FRONTAL E MANGA LONGA BUFANTE			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	VERMELHO		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL:			R\$0,00
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: VESTIDO	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS:		
	PREÇO: R\$29,99		
	CUSTO: R\$0,00		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$0,00		
PREÇO DE VENDA	R\$0,00		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
	R\$0,00		R\$0,00
SOMA:			R\$0,00

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 13	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: MACAQUINHO COM BOTÕES FRONTAIS E MANGA BUFANTE.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E CALÇA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	NUDE		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	50min	R\$30,00	R\$25,00
CORTE	35min	R\$20,00	R\$11,66
COSTURA	120min	R\$40,00	R\$80
TOTAL			R\$116,66

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: MACAQUINHO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: 2,00 m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$59,98

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$187,89
PREÇO DE VENDA	R\$234,90

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$0,30	11	R\$3,30
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
SOMA:			R\$11,25

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

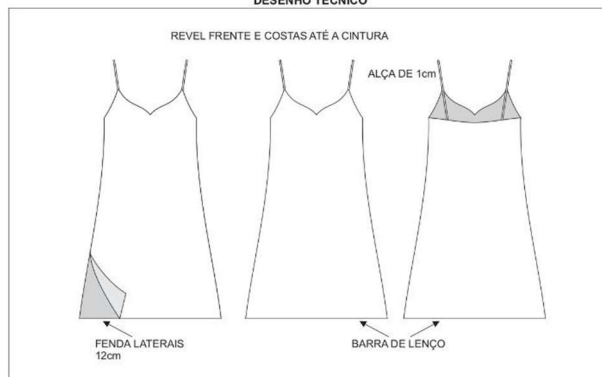
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 14 - VESTIDO	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: VESTIDO RETO (SLIP DRESS) CURTO, COM FENDAS LATERAIS.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E SAIA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
VISCOSE CRIDÉLIA	AZUL		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL:			R\$0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: VISCOSE	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: KIMONO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 100% VISCOSE	CONS:
	PREÇO: R\$16,99
	CUSTO: R\$0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$0,00
PREÇO DE VENDA	R\$0,00

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
	R\$0,00		R\$0,00
	R\$0,00		R\$0,00
SOMA:			R\$0,00

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 14 - JAQUETA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: JAQUETA C/ BOLSOS E BOTÕES FRONTAIS E MANGA BUFANTE		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
BRIM PESADO	NUDE		
TRICOLINE (FORRO)	NUDE		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÃO 1,5cm	RS0,30	8	RS2,40
ENTRETELA	RS15,90	50cm	RS7,95
SOMA:			RS10,35

**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		RS30,00	RS0,00
CORTE		RS20,00	RS0,00
COSTURA		RS40,00	RS0,00
TOTAL			RS0,00

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS0,00
PREÇO DE VENDA	RS0,00

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: BRIM PESADO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: JAQUETA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 100% ALGODÃO	CONS:
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS0,00

TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: FORRO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 100% ALGODÃO	CONS:
	PREÇO: RS23,90
	CUSTO: RS0,00

**FICHA TÉCNICA DE PRODUTO**

**INFORMAÇÕES GERAIS**

REFERÊNCIA: LOOK 15 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: CAMISA MANGA LONGA DE GOLA C/ DECOTE FOLHA.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

**COMBINAÇÕES**

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
CREPE GEORGETE	BRANCO		

**DESENHO TÉCNICO**



**INFORMAÇÕES DO CUSTO**

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	RS30,00	RS20,00
CORTE	35min	RS20,00	RS11,66
COSTURA	90min	RS40,00	RS60,00
TOTAL:			RS91,66

**INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA**

PREÇO DE CUSTO TOTAL	RS138,12
PREÇO DE VENDA	RS172,70

**INFORMAÇÕES DOS TECIDOS**

TECIDO: CREPE GEORGETE	GRAM: 150 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 100% POLIÉSTER	CONS: 2,05 m
	PREÇO: RS19,90
	CUSTO: RS40,79

**INFORMAÇÕES AVIAMENTOS**

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ENTRETELA	RS15,90	30 cm	RS4,77
BOTÃO	RS0,30	3	RS0,90
SOMA:			RS5,67

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 15 - SAIA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: SAIA RETA CINTURA ALTA COM DETALHE.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: SAIA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
BRIM PESADO	NUDE		
TRICOLINE (FORRO)	NUDE		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZIPER COMUM	R\$0,70	1	R\$0,70
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
BOTÃO	R\$2,00	1	R\$2,00
SOMA:			R\$10,65
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	60min	R\$30,00	R\$30,00
CORTE	35min	R\$20,00	R\$11,66
COSTURA	120min	R\$40,00	R\$80,00
TOTAL			R\$121,66
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$166,38		
PREÇO DE VENDA	R\$208,00		
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: BRIM PESADO	GRAM: 260 gr/m		
APLICAÇÃO: SAIA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -		
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: 1 m		
	PREÇO: R\$26,90		
	CUSTO: R\$26,90		
TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m		
APLICAÇÃO: FORRO (BOLSOS)	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -		
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: 0,30 m		
	PREÇO: R\$23,90		
	CUSTO: R\$17,17		

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 16 - BLAZER	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: BLAZER COM GOLA DE FOLHA E MANGA BUFANTE.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
CREPE VOGUE	ROSA		
TRICOLINE	ROSA		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÃO 1,5cm	R\$2,00	1	R\$2,00
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
SOMA:			R\$9,95
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL			R\$0,00
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL:	R\$0,00		
PREÇO DE VENDA	R\$0,00		
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: CREPE VOGUE	GRAM: 300 gr/m		
APLICAÇÃO: BLAZER	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 100% POLIÉSTER	CONS: -		
	PREÇO: R\$42,99		
	CUSTO: R\$0,00		
TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m		
APLICAÇÃO: FORRO	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -		
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: -		
	PREÇO: R\$23,90		
	CUSTO: R\$0,00		

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 16	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA DECOTE V COM BABADOS NAS MANGAS E SHORTS CINTURA ALTA COM DETALHE.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E CALÇA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	BRANCO		
TRICOLINE	BRANCO		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZIPER COMUM	R\$0,70	1	R\$0,70
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
BOTÃO	R\$2,00	1	R\$2,00
SOMA:			R\$10,65

## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		R\$30,00	R\$0,00
CORTE		R\$20,00	R\$0,00
COSTURA		R\$40,00	R\$0,00
TOTAL			R\$0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$0,00
PREÇO DE VENDA	R\$0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 260 gr/m
APLICAÇÃO: SHORTS	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS:
	PREÇO: R\$26,90
	CUSTO: R\$0,00

## TECIDO: TRICOLINE

TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA, FORRO BOLSO	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -
COMP: 100% ALGODÃO	CONS:
	PREÇO: R\$23,90
	CUSTO: R\$0,00

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

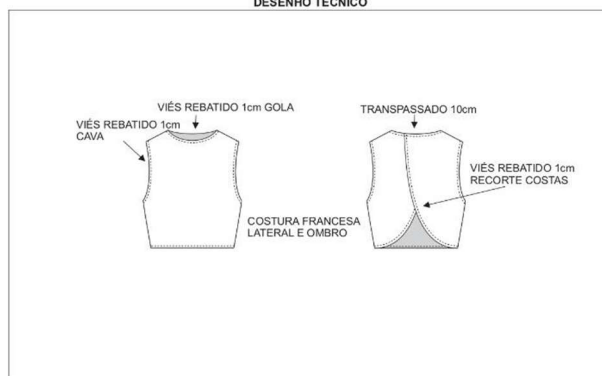
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 17 - BLUSA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA COM TRASPASSE NAS COSTAS.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	AZUL		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	40min	R\$30,00	R\$20,00
CORTE	30min	R\$20,00	R\$10,00
COSTURA	70min	R\$40,00	R\$46,66
TOTAL:			R\$76,66

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$106,35
PREÇO DE VENDA	R\$131,70

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55%VISCOSE	CONS: 0,80m
	PREÇO: R\$29,99
	CUSTO: R\$23,99

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
TINTA AZUL	R\$16,90	37ml	R\$4,70
SOMA:			R\$4,70

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 17 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: DESCRIÇÃO: CALÇA RETA C/ RECORTE FRONTAL.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
CREPE VOGUE	ROSA		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	50min	RS30,00	RS25,00
CORTE	35min	RS20,00	RS11,66
COSTURA	120min	RS40,00	RS80,00
TOTAL:			RS116,66
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: CREPE VOGUE	GRAM: 300gr/m		
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 100% POLIÉSTER	CONS: 1,65m		
	PREÇO: RS42,99		
	CUSTO: RS70,93		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL	RS194,36		
PREÇO DE VENDA	RS242,95		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	RS2,00	1	RS2,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS6,77

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 18	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: CROPPED ASSIMÉTRICO C/ MANGA GODÊ E CALÇA PANTACURT COM RECORTE.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E CALÇA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	AZUL		
TRICOLINE	AZUL		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZÍPER DESTACA.	RS1,00	1	RS1,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
ZÍPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
SOMA:			RS6,77
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: -		
	PREÇO: RS29,99		
	CUSTO: -		
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		RS30,00	RS0,00
CORTE		RS20,00	RS0,00
COSTURA		RS40,00	RS0,00
TOTAL			
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL	RS0,00		
PREÇO DE VENDA	RS0,00		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
TECIDO: TRICOLINE	GRAM: 135 gr/m		
APLICAÇÃO: FORRO (BOLSOS)	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: TECIDOS OLIVEIRA	REND: -		
COMP: 100% ALGODÃO	CONS: -		
	PREÇO: RS23,90		
	CUSTO: -		

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 19	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: BLUSA COM BARRA ASSIMÉTRICA, C/ MANGA CURTA E CALÇA PANTALONA.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA E CALÇA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	VERDE		
CREPE VOGUE	AZUL		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZIPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
ENTRETELA	RS15,90	30cm	RS4,77
SOMA:			RS5,77

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: CREPE VOGUE	GRAM: 300 gr/m
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 100% POLIÉSTER	CONS: -
	PREÇO: RS42,99
	CUSTO: RS0,00

## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM		RS30,00	RS0,00
CORTE		RS20,00	RS0,00
COSTURA		RS40,00	RS0,00
TOTAL			RS0,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 135 gr/m
APLICAÇÃO: BLUSA	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: -
	PREÇO: RS23,90
	CUSTO: RS0,00

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL:	RS0,00
PREÇO DE VENDA	RS0,00

## FICHA TÉCNICA DE PRODUTO

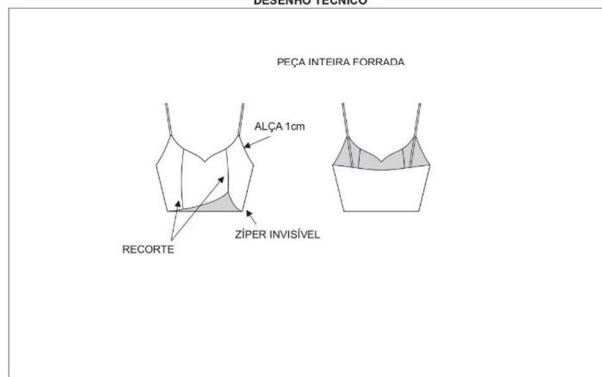
## INFORMAÇÕES GERAIS

REFERÊNCIA: LOOK 20 - TOP	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021
DESCRIÇÃO: TOP ALÇA FINA, ASSIMÉTRICO.		
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA

## COMBINAÇÕES

TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	AZUL		

## DESENHO TÉCNICO



## INFORMAÇÕES DO CUSTO

MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	50min	RS30,00	RS25,00
CORTE	30min	RS20,00	RS10,00
COSTURA	60min	RS40,00	RS40,00
TOTAL:			RS75,00

## INFORMAÇÕES DOS TECIDOS

TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m
APLICAÇÃO: TOP	LARG: 1,40 m
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: 0,60m
	PREÇO: RS29,99
	CUSTO: RS17,99

## INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA

PREÇO DE CUSTO TOTAL	RS93,99
PREÇO DE VENDA	RS117,50

## INFORMAÇÕES AVIAMENTOS

AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
ZIPER INVISÍVEL	RS1,00	1	RS1,00
SOMA:			RS1,00

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 20 - CALÇA	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: CALÇA RETA C/ DETALHE NA CINTURA.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: CALÇA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
LINHO MISTO	PRETO		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	80min	R\$30,00	R\$40,00
CORTE	40min	R\$20,00	R\$13,33
COSTURA	120min	R\$40,00	R\$80,00
TOTAL:			R\$133,33
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: LINHO MISTO	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: CALÇA	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 45% LINHO 55% VISCOSE	CONS: 1,80m		
	PREÇO: R\$29,99		
	CUSTO: R\$53,98		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$197,26		
PREÇO DE VENDA	R\$246,60		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
BOTÕES	R\$2,00	1	R\$2,00
ENTRETELA	R\$15,90	50cm	R\$7,95
SOMA:			R\$9,95

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO			
<b>INFORMAÇÕES GERAIS</b>			
REFERÊNCIA: LOOK 20 - KIMONO	SEGMENTO: FEMININO	DATA: 09/09/2021	
DESCRIÇÃO: KIMONO COM RECORTE MANGA, ESTAMPADO.			
COLEÇÃO: RAÍZES (TCC)	TAMANHO: M	MODELAGEM BASE: BLUSA	
<b>COMBINAÇÕES</b>			
TECIDOS:	COR 1	COR 2	COR 3
VISCOSE	PRETO		
<b>DESENHO TÉCNICO</b>			
<b>INFORMAÇÕES DO CUSTO</b>			
MÃO DE OBRA BLUSA	TEMPO	PREÇO HORA	CUSTO
MODELAGEM	60min	R\$30,00	R\$30,00
CORTE	30min	R\$20,00	R\$10,00
COSTURA	80min	R\$40,00	R\$53,33
TOTAL:			R\$93,33
<b>INFORMAÇÕES DOS TECIDOS</b>			
TECIDO: VISCOSE	GRAM: 185 gr/m		
APLICAÇÃO: KIMONO	LARG: 1,40 m		
FORNECEDOR: DREAMTEX	REND: -		
COMP: 100% VISCOSE	CONS: 2,40m		
	PREÇO: R\$16,99		
	CUSTO: R\$40,78		
<b>INFORMAÇÕES DE CUSTO E VENDA</b>			
PREÇO DE CUSTO TOTAL	R\$139,11		
PREÇO DE VENDA	R\$173,90		
<b>INFORMAÇÕES AVIAMENTOS</b>			
AVIAMENTO	PREÇO	CONSUMO	TOTAL
TINTA AZUL	R\$16,90	74ml	R\$5,00
SOMA:			R\$5,00