



Relatório de Projeto Final de Curso

Projeto Redesconstrução

Sara Vaz
20160415

Orientadores

Professora Doutora Alexandra Isabel Cruchinho Barreiros;
Professora Doutora Ana Sofia André Bentes Marcelo
Professora Mestre Maria Cristina Duarte Gomes Patrício;

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessárias à obtenção do grau de Licenciatura em Design de Moda e Têxtil

Julho, 2019

Composição do Júri

Presidente

Mestre Maria Cristina Queijeiro Borges de Almeida
Professora adjunta, Instituto Politécnico Castelo Branco ;

Arguente

Professora licenciada Paula Maria dos Santos Peres
Instituto Politécnico Castelo Branco

Agradecimentos

Agradecimento especial às orientadoras de projeto que fizeram os possíveis e impossíveis para fazerem com que todo o projeto fosse possível e idealizado;

Um agradecimento especial também a todos os professores que de uma certa forma contribuíram também para um projeto realizável.

Epígrafe

“As crianças do Bangladesh continuam a servir de mão de obra barata na produção de vestuário, com muitas, sobretudo meninas, a trabalharem mais de 60 horas por semana, sobretudo em empresas subcontratadas pelas grandes exportadoras de moda do país ...

...Com a indústria do vestuário como principal empregador de crianças, há uma preocupação particular com a potencial ligação entre o trabalho infantil e as exportações de vestuário para as principais marcas na Europa, nos EUA e noutros países...”

“Trabalho infantil no Bangladesh”:

(<https://www.portugaltexil.com/trabalho-infantil-no-bangladesh/>)

“...Embora tenha havido algum progresso na erradicação da mão de obra infantil na indústria do vestuário, dois países, Turquia e a Birmânia, juntaram-se à lista de infratores. Os 15 países que continuam a explorar crianças na produção de algodão, vestuário e calçado são Argentina, Azerbaijão, Brasil, Eito, Índia, Cazaquistão, Quirguistão, Mali, Turquia, Turquemenistão, Tadjiquistão, Benim, Burkina Faso, China e Zâmbia. Sete países utilizam o trabalho forçado na produção de algodão, incluindo Benim, Burkina Faso, China, Paquistão, Cazaquistão, Tadjiquistão, Turquemenistão e Uzbequistão. Outros sete países contam com trabalho forçado na produção de vestuário, incluindo Brasil, China, Argentina, Malásia, Índia, Tailândia e Vietname...”

“O flagelo do trabalho infantil”:

(<https://www.portugaltexil.com/o-flagelo-do-trabalho-infantil-2/>)

Resumo

O presente projeto apresenta-se inteiramente ligado com a moda e a sustentabilidade. Se por um lado a moda é um fenómeno que representa muito nos dias de hoje, a sustentabilidade mesmo sendo um tema não tão falado, não é menos importante . Foi pensado num projeto de desconstrução / construção e reconstrução de peças de roupa já usadas, mas que estariam inativas devido ao excesso de consumo de roupa nos dias de hoje. É um projeto que valoriza o meio ambiente, que tem como principal objetivo o máximo aproveitamento de peças já usadas. Ao longo do relatório vai ser falado em vários subtemas como upcycling, economia circular, etc... Serão também descritas todas as etapas.

Palavras chave

Moda sustentável, Upcycling, Reutilização, Roupa em 2º mão, Fast Fashion.

Abstract

The following project connected with fashion and sustainability. If on the one hand fashion is a phenomenon that represents a lot these days, sustainability, even being not so much talked about theme, is no less important. It was in a project of construction / deconstruction and reconstruction of pieces of clothing already used, but that were inactive for the excessive consumption of clothes these days. It is a project that values the environment, whose main objective is the maximum use of already used parts Throughout the report will be spoken in various sub-topics such as upcycling, circular economy, etc ...

Will also met all the steps.

Keywords

Sustainable Fashion, Upcycling, Reuse, Clothes in the 2^o hand, Fast Fashion

Índice geral

| | |
|---|-------|
| 1º Capítulo - Pesquisa | 1/10 |
| • Introdução / justificação do projeto | 1 |
| • Justificação | 2 |
| • 1.1 Fast Fashion | 3 |
| • 1.2 Slow Fashion | 6 |
| • 1.3 Moda Sustentável vs. Economia Circular | 7 |
| • 1.4 Upcycling | 9 |
| | |
| 2º Capítulo – Desenvolvimento Projeto | 11/17 |
| • 2.1 Conceito/Objetivos | 11 |
| • 2.2 Objetivos do Projeto | 12 |
| • 2.3 Etapas do Projeto | 12 |
| • 2.4 Público Alvo | 13 |
| • 2.5 Marcas Concorrentes | 14 |
| I. Awaytomars | 14 |
| II. Viktor e Rolf | 15 |
| III. Comas | 15 |
| IV. Daniel Silverstein | 16 |
| V. Reet Aus | 16 |
| | |
| 3º Capítulo – Metodologia Projetual | 18/41 |
| • 3.1 Metodologia Projetual de Produtos pelo Designer Italiano BRUNO MUNARI/Projeto Redesconstrução | 18 |
| • 3.2 Pesquisa | 19 |
| • 3.3 Paleta de cores | 19 |
| • 3.4 Pannel Silhuetas | 20 |
| • 3.5 Recolha de peças/ materiais | 20 |
| • 3.6 Painéis com as peças fornecidas | 21 |
| • 3.7 Esboços/ Inspirações | 23 |
| • 3.8 Ilustrações das peças desenvolvidas | 25 |
| • 3.9 Fases de desenvolvimento da peça | 26 |
| • 3.10 Peças originais | 27 |
| • 3.11 Ficha técnicas técnicas | 28 |
| • 3.12 Peças finais | 30 |
| • 3.13 Editorial Redesconstrução | 31 |
| • 3.14 Etiquetagem | 34 |

| | |
|---|-------|
| • 3.15 Packaging ----- | 35 |
| • 3.16 Desenvolvimento do projeto nas redes sociais ----- | 36 |
| • 3.17 Orçamentação ----- | 39 |
| | |
| 4º Capítulo – Conclusão ----- | 42/43 |
| • 4.1 Concretização ou não dos objetivos ----- | 42 |
| • 4.2 Aprendizagens conseguidas ----- | 42 |
| • 4.3 Projetos futuros ----- | 42 |
| • 4.4 Considerações finais ----- | 43 |
| | |
| Webgrafia ----- | 44 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Montagem Projeto----- | 2 |
| Figura 2 – Sweatshops poor working conditions ----- | 5 |
| Figura 3 – Painel surgimento Fast fashion ----- | 5 |
| Figura 4 – Economia circular ----- | 8 |
| Figura 5 – Upcycling Fashion Store ----- | 10 |
| Figura 6 – Painel conceito ----- | 11 |
| Figura 7 – Painel público alvo ----- | 13 |
| Figura 8 – Painel Away to Mars ----- | 14 |
| Figura 9 – Painel Viktor & Rolf ----- | 15 |
| Figura 10 – Painel Comas ----- | 15 |
| Figura 11 – Painel Daniel Silverstein ----- | 16 |
| Figura 12 – Painel Reetaus ----- | 17 |
| Figura 13 – Painel marcas concorrentes ----- | 17 |
| Figura 14 – Painel marcas concorrentes vs redesconstrução ----- | 18 |
| Figura 15 – Adaptação da receita de Bruno Munari com redesconstrução ----- | 19 |
| Figura 16 – Paleta de cores ----- | 19 |
| Figura 17 – Painel de silhuetas ----- | 20 |
| Figura 18 – Painel projetado ----- | 21 |
| Figura 19 – Painel peças fornecidas 1 ----- | 22 |
| Figura 20 – Painel peças fornecidas 2 ----- | 22 |
| Figura 21 – Painel peças fornecidas 3 ----- | 23 |
| Figura 22 – Painel peças fornecidas 4 ----- | 23 |
| Figura 23 – Line up esboços ----- | 24 |
| Figura 24 – Ilustração casaco 1 ----- | 25 |
| Figura 25 – Ilustração casaco 2 ----- | 25 |
| Figura 26 – Painel desenvolvimento / pormenor casaco 1 ----- | 26 |
| Figura 27 – Painel desenvolvimento / pormenor casaco 2 ----- | 26 |
| Figura 28 – Peças originais vs peças finais 1 ----- | 27 |
| Figura 29 – Peças originais vs peças finais 2 ----- | 27 |
| Figura 30 – Ficha Técnica 1 ----- | 28 |
| Figura 31 – Ficha Técnica 2 ----- | 29 |
| Figura 32 – Painel editorial 1 ----- | 31 |
| Figura 33 – Painel editorial 2 ----- | 32 |
| Figura 34 – Painel editorial 3 ----- | 32 |
| Figura 35 – Painel editorial 4 ----- | 33 |
| Figura 36- Painel editorial 5 ----- | 33 |
| Figura 37 – Etiqueta 1 projeto redesconstrução ----- | 34 |
| Figura 38 – Etiqueta 2 projeto redesconstrução ----- | 34 |
| Figura 39 – Packaging Redesconstrução ----- | 35 |
| Figura 40 – Layout Redesconstrução Instagram ----- | 36 |
| Figura 41 – Layout Redesconstrução Facebook ----- | 37 |
| Figura 42 – Logo Projeto ----- | 37 |

Lista de tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1 – Cálculo preço/hora----- | 39 |
| Tabela 2 – Cálculo custo projeto ----- | 40 |
| Tabela 3 – Custo produto casaco1 ----- | 41 |
| Tabela 4 – Custo produto casaco 2 ----- | 41 |

1º Capítulo

Introdução/ Justificação do Projeto

Desconstrução/ Construção/ Reconstrução leva-nos a um mundo imaginário onde as peças de roupa que estão esquecidas nos armários, serão protagonistas de um projeto que tem como objetivo a valorização da peça que chega “supostamente” ao final do seu ciclo de vida, e que porventura poderá ter ou não significado afetivo.

Neste projeto haverá uma reinterpretação das peças, brincando assim com cores, padrões, avessos, direitos, costas, frentes, e também pormenores como bolsos, golas, folhos, etc...

Todo o projeto é acompanhado por uma pesquisa intensa, onde foram aprofundadas várias vertentes que o complementam, tais como *fast fashion*, *slow fashion*, *upcycling*, etc. Abordagens a temas que nos onde e por quem é fabricada a roupa que hoje em dia usamos, as condições em que são feitas as peças, a quantidade de roupa que é colocada de lado só porque “já passou de moda”, entre outros.

O documentário “The true coast” de Andrew Morgan retrata exatamente todo o impacto que a indústria está a ter com o dito “consumismo”. Cada vez mais as peças de roupa estão mais baratas e contudo os custos humanos e ambientais cresceram drasticamente. Será que o mundo está de olhos abertos para este impacto?

O principal objetivo do projeto é sensibilizar as pessoas para os perigos e impactos negativos que o consumismo acarreta e as suas consequências, que estão a afetar o ser humano e todo o planeta terra.

Cabe a cada um de nós tomar ou não a decisão de fazer algo para que isso mude.

Este projeto vai também ser acompanhado por registos fotográficos desde as peças originais, à desconstrução das peças e finalmente a sua reconstrução, obtendo novas peças.

Serão também criadas ferramentas nas redes sociais de divulgação sobre o projeto, onde serão publicadas fotos que nos remetem ao projeto de forma estratégica com o intuito de captar o interesse sobre o conceito interventivo e inovador do projeto.

Nasce assim, um projeto que irá desconstruir todo um conjunto de peças fora de uso, que lhes irá dar uma nova linguagem, juntando prováveis com improváveis... Tudo o que poderemos imaginar e mais além.

Extrapolamos para além do horizonte óbvio e... procura-se criatividade.

O foco da coleção é elaborar uma montagem de peças que contará uma história, criando peças orientadas ao agasalho.

Justificação

O projeto nasce de uma discussão de ideias onde é colocado em causa o que tem a ver com a personalidade da pessoa. Chega-se assim à conclusão de que fazer algo que fosse ligado à desconstrução, à recuperação e à inovação faria todo o sentido visto que causaria entusiasmo, e que suscitaria curiosidade, pois é algo incomum e inovador .

Nasce assim a ideia de pegar em roupa antiga, velha e que já ninguém use, fazer arte com ela, aplicando assim uma nova linguagem e uma nova imagem.

O que fazemos à roupa que já não usamos? Damos, deitamos fora, guardamos no armário, porque custa descartar uma peça que por vezes tem bastante significado. Mas é apenas uma simples peça de roupa e por isso deixamos no armário, a acumular juntamente com outras tantas que já temos, à espera que algo aconteça e que possa surgir numa nova identidade.

Junta-se o “útil ao agradável” e é pensado um projeto que ligue a moda sustentável tão necessária e permanente, com a arte, e com um subtema bastante forte *upcycling*.

É portanto neste foco que este projeto se centra, uma moda sustentável, em que se possa criar algo de valor acrescentado e de design moderno, no entanto, ao mesmo tempo amigo do ambiente, visto que o material base para a criação destas peças será a reutilização de vestuário fora de uso.



Figura 1- Montagem Projeto (Fonte: Autor)

1.1 Fast Fashion

“DESDE A ORIGEM À ATUALIDADE”

O *fast fashion* ou a “moda rápida” centra-se num padrão de produção e consumo no qual os produtos são fabricados, consumidos e descartados de uma forma muito rápida, dependendo assim do fornecimento e da produção em termos de custos e tempo da comercialização dos produtos ao mercado, que são a essência para orientar e atender a procura de consumos desenfreados por novos estilos a baixos custos.

Segundo Lipovetsky (2007), os consumidores são inseridos na “civilização do desejo”, na qual o fácil acesso aos bens e serviços, resultante da abundância de ofertas provinda da revolução industrial e dos novos processos de produção gera uma estimulação incessante à procura.

Surgindo em 1900 com a massificação da máquina de costura, o *fast fashion* a partir daqui, vai crescendo havendo assim uma evolução muito grande até aos dias de hoje. Com a segunda guerra mundial um enorme número de mulheres começaram a entrar mais no mercado de trabalho, surgindo então com um novo poder de compra que antes lhes era impossível. Enquanto antes eram capazes de recuperar as roupas que tinham em casa, agora poderão começar a ter mais alguma liberdade em relação ao seu poder de compra e de decisão. Foi então que começaram a aparecer celebridades que fizeram com que a moda disparasse a grande velocidade. Na década de 50 apareceu a Twiggy e os The Beatles, grandes referências para uma massa gigantesca de potenciais consumidores na época. Apareceram os primeiros materiais sintéticos como o PVC e o Poliéster, que fizeram com que houvesse uma revolução na moda que mudou para sempre a forma como as pessoas se vestiam. Na década de 60 a indústria têxtil arrancou e ganhou força. Quando em 1970 os preços da produção aumentaram, muitas empresas optaram por mover as suas fábricas para a Ásia, contudo as quantidades poderiam ser aumentadas e, ao invés, os salários eram mais baixos, tornando-se assim o vestuário mais barato. Em contrapartida a publicidade mais cara como um investimento essencial às vendas. Os anos 90 ficaram marcados pela colonização global da moda, onde as marcas estrangeiras entraram nos mercados locais, destruindo assim lojas locais já existentes. Já não era possível levar 4 meses desde a conceção à venda, e tudo teve que ser alterado. As peças são feitas assim por mulheres ou até crianças que vivem em países em desenvolvimento e que trabalham em condições desumanas, chegando mesmo a trabalhar 16 horas por dia.

Segundo Cietta (2010), o grande trunfo do modelo *fast fashion* está na capacidade de oferecer em prazos muito curtos aquilo que o mercado oferece, abastecendo as lojas constantemente com artigos projetados em cima das

tendências de consumo. Dessa maneira, esse sistema consegue gerenciar melhor o risco inerente ao lançamento de uma coleção, diminuindo as hipóteses de os artigos não serem vendidos.

O *fast fashion* é prejudicial ao meio ambiente, as críticas ao *fast fashion* incluem o impacto ambiental negativo, a poluição das águas, o uso de produtos químicos tóxicos e o aumento dos níveis de resíduos têxteis. De acordo com a WWF Suíça “...A indústria do vestuário é responsável pelo uso extensivo de água e pela poluição, produz 2,1 mil milhões de toneladas de resíduos anualmente. Além disso, o consumo global de roupa duplicou entre 2000 e 2014. Numa média global, cada pessoa compra 5 quilos de roupas por ano, mas na Europa e nos Estados Unidos o número chega aos 16 quilos. O consumo geral de vestuário deve aumentar ainda mais, passando de 62 milhões de toneladas, em 2015, para 102 milhões de toneladas em 2030. Este aumento projetado no consumo global de moda criará novos problemas e riscos ambientais...”

Com o objetivo de conquistar um público diversificado, as redes de *fast fashion* também investem em coleções de carácter exclusivo, além das linhas básicas voltadas para o consumo em massa. Sendo assim apresentando coleções de 15 em 15 dias, captam o olhar do consumidor fazendo com que esse queira comprar sempre roupa nova, que está constantemente a ser divulgada nas redes sociais, atraindo constantemente a atenção do consumidor final.

As mensagens publicitárias que vendem felicidade traduzem-se na ideia de que os problemas da vida de cada um podem ser resolvidos através do consumo, colocando uma crescente importância na posse de bens efémeros e na procura constante por algo novo que finalmente nos vai satisfazer. Um dos maiores exemplos disso é a indústria da moda descartável, ou *fast fashion*.

Estamos habituados a olhar para o produto final e acabado, é preciso que nos afastemos para considerar a sua origem e o impacto que o consumo desmedido e inconsciente tem nas condições de vida dos trabalhadores em economias de baixo custo e no ambiente.

As marcas da cadeia *fast fashion*, livram responsabilidades pois não empregam oficialmente trabalhadores, nem são os proprietários das fábricas onde os seus bens são produzidos. Livres então de responsabilidades diretas a que um número interminável de pessoas estão sujeitas todos os dias. Ásia, Bangladesh, Camboja e Vietname são exemplos de países em



Figura 2 - Sweatshops poor working conditions (Fonte: <https://www.dailymail.co.uk/>)

desenvolvimento onde mulheres e crianças, trabalham horas e horas sem parar para no fim receberem um salário muito baixo, trabalhando sem condições nenhuma de higiene e segurança e, principalmente, passando muita fome.

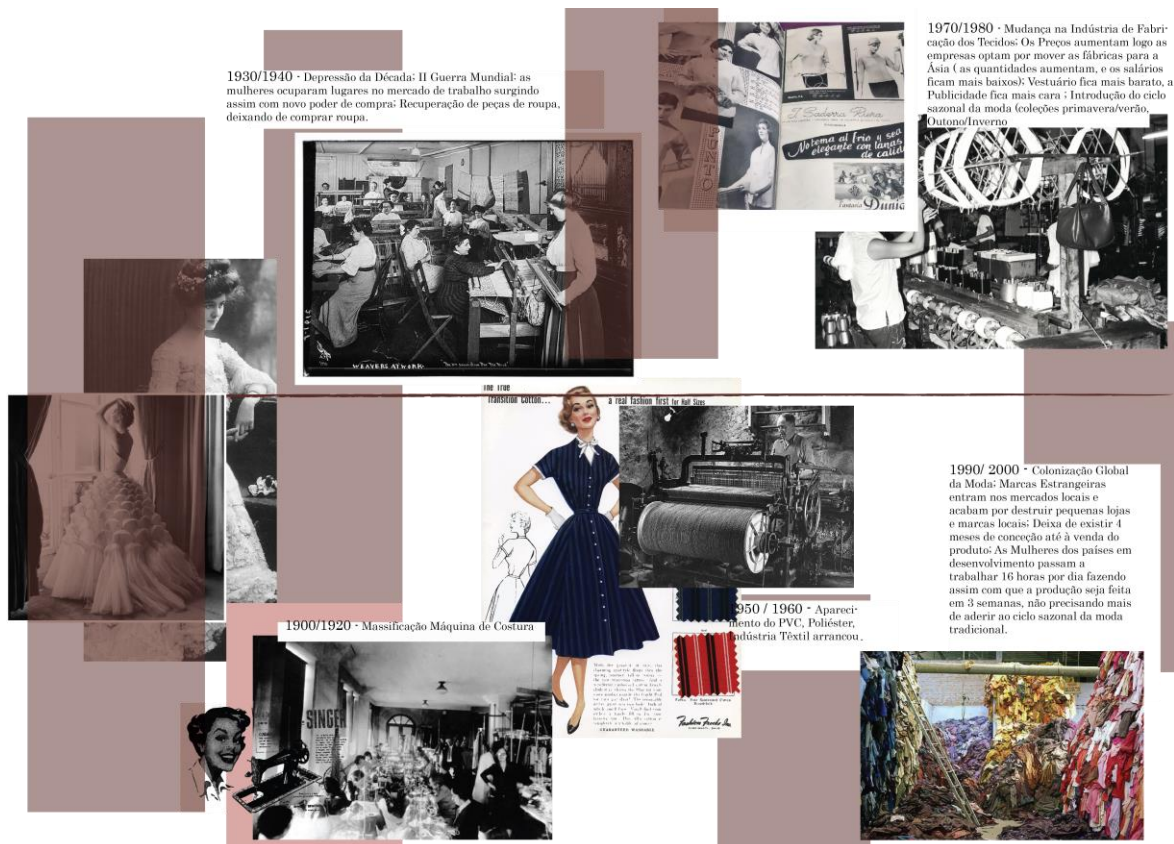


Figura 3 - Painel Surgimento Fast Fashion (Fonte: Autor)

1.2 *Slow fashion*

Slow fashion / Kate Fletcher - Sustainability Design Fashion

“A moda rápida é sobre ganância”. Kate Fletcher diz que é hora de desacelerar e considerar o verdadeiro custo de escolher quantidade sobre qualidade.

A rapidez na moda é uma característica que define a indústria têxtil e de vestuário da era atual. A produção industrial é extremamente célere, passando a transformar um esboço de amostra ou projeto num produto acabado em apenas 12 dias, e rápido no consumo. Um relatório recente revelou que as pessoas compram um terço a mais de roupas do que há quatro anos, alimentadas pela ascensão de supermercados e lojas de "valor", como Primark e Matalan. A moda rápida não é realmente sobre velocidade, mas ganância: vender mais, ganhar mais dinheiro. O tempo é apenas um fator de produção, juntamente com o trabalho, o capital e os recursos naturais que são manipulados e espremidos na busca de lucros máximos. Mas rápido não é livre e isento de grandes custos. Prazos de entrega curtos e roupas baratas só são possíveis pela exploração de mão de obra e recursos naturais. A moda lenta é projetar, produzir, consumir e viver melhor. A moda lenta não é baseada no tempo, mas na qualidade (que tem alguns componentes de tempo). Lento não é o oposto de rápido - não há dualismo - mas uma abordagem diferente em que designers, compradores, lojistas e consumidores que estão mais conscientes dos impactos dos produtos sobre os trabalhadores, comunidades e ecossistemas.

O conceito *slow fashion* nasceu nos anos 80/90 e é completamente influenciado pelo movimento *slow food* que pretendia reduzir ao máximo o consumo de fast food. Sendo assim *slow fashion* está ligado à desaceleração da moda, à reutilização de peças que servirão de estação para estação. Os produtos possuem maior qualidade, provenientes de uma moda mais duradoura. O fator tempo não pesa tanto, já que o planeamento é feito a longo prazo e não necessita que os trabalhadores trabalhem horas extras. Neste caso o custo das peças irá ser mais elevado do que no *Fast fashion*, pois requer outros cuidados/tempo para que o produto esteja 100% finalizado. Em suma, o *slow fashion* apresenta-se como uma antevisão de um futuro diferente e mais sustentável do sistema da moda e uma oportunidade de negócio que respeite o trabalhador, o ambiente e o consumidor.

Urbana de nascimento com um espírito ecológico, a obra de Kate Fletcher está enraizada nos princípios da natureza e está envolvida com as forças culturais e criativas da moda e do design.

O trabalho pioneiro de Kate, vai desde o desenvolvimento de idéias e práticas de moda lenta até projetos de sustentabilidade direcional, incluindo *Fashion Ecologies* e *Local Wisdom*, que envolveu milhares de pessoas em todo o mundo com a arte do 'artesanato de uso' e 'pós-crescimento'. É fundadora do design para consultoria de sustentabilidade *Slow Fashion* onde trabalha com empresas,

estabelecimentos de ensino e organizações não-governamentais para promover a mudança para a sustentabilidade. É também uma personalidade reconhecida como oradora inspiradora.

Sendo a sustentabilidade um tema de pleno século XXI, Kate Fletcher relata-nos e examina como a sustentabilidade tem o potencial de transformar o sistema de moda e quem trabalha na área. O livro está dividido em várias partes sendo uma primeira fase em que é analisada a transformação dos produtos de moda, definindo assim maneiras pelas quais os impactos das peças de vestuário podem ser reduzidas e o seu desenvolvimento ao longo do ciclo de vida da peça, nunca esquecendo a inovação no que diz respeito aos materiais, fabricação, distribuição, uso e reutilização. Tem uma segunda parte que nos apresenta ideias que estão a transformar os sistemas de moda na raiz, incluindo modelos de negócios emergentes que encontram oportunidades comerciais na redução do fluxo de material. Por último faz referência a maneiras práticas de transformar a prática do design de moda e explora novas oportunidades para os designers que querem ir para além do design tradicional de criador, para incluir o trabalho como maneira de passar uma mensagem forte sendo assim um ativista para promover mudanças sistémicas.

1.3 Moda Sustentável vs. Economia Circular

O mundo pós-moderno enfrenta vários dilemas em situações problemáticas relativas ao meio ambiente e à economia, passando por crises de todos os tipos e instabilidade social. Para superar os problemas e garantir a sobrevivência das empresas e do planeta, é necessário encontrar meios sustentáveis de produzir, comercializar, consumir e descartar produtos, procurando reduzir os impactos ambientais e sociais. A indústria da moda, na produção de têxteis, está entre as atividades mais poluidoras do século XX, produzindo ainda muitos impactos devido ao uso de substâncias químicas em seus processos de produção, ocasionando a contaminação das águas e do ar, entre outros problemas (Berlim, 2012).

O documentário *The Cotton Film: Dirty White Gold* mostra-nos as consequências reais do uso de pesticidas altamente tóxicos nas plantações de algodão de cultivo tradicional com, excesso de água, nos processos têxteis, deficiência no tratamento dos efluentes, consumo de energia e emissão de gás na produção e na distribuição dos produtos para análise.

A contaminação do ar já matou sete milhões de pessoas em 2012, conforme estudos divulgados pela Organização Mundial de Saúde (OMS)², revelando que 84% desses óbitos ocorreram nas regiões mais pobres da Ásia e do Pacífico, onde a indústria da moda se abastece de produtos devido ao baixo custo de produção e reduzida fiscalização das condições de trabalho. Denúncias recorrentes contra

empresas detentoras de marcas conhecidas demonstram a complexidade do tema e as dificuldades para chegar a uma cadeia mais transparente e a uma moda mais sustentável em escala global (Gwilt, 2014).

Entra-se assim num tema bastante importante para a moda, mais precisamente para a moda sustentável ; a Economia circular, que tem como princípio de extrair – produzir – descartar (economia linear), correndo o risco de esgotamento de matérias – primas , sendo que usa recursos finitos.

A economia circular é o oposto da economia linear, propõe que os recursos que são extraídos sejam mantidos em circulação. Sendo assim o destino final de um material deixa de ser um amontoado de resíduos e sim processo de desenvolvimento de produtos e sistemas, eliminando assim o conceito de lixo. A economia circular tem como objetivo manter produtos, componentes e materiais ao seu mais alto nível de utilidade e valor, o tempo todo. Consiste num ciclo de desenvolvimento positivo contínuo que preserva e aprimora o capital natural, otimizando assim a produção de recursos minimizados de riscos.

As montanhas de lixo que se acumulam nos aterros sanitários, são considerados grande desperdício para a *teoria cradle to cradle* (título de um livro / manifesto publicado em 2002 pelo arquiteto americano William McDonough e pelo engenheiro químico alemão Michael Braungart, que veio a tornar-se uma das obras mais influentes do pensamento ecológico mundial. O pensamento *Cradle to Cradle* surge em oposição à ideia de que a vida de um produto deve ser considerada “ *do berço ao túmulo*” – uma expressão usada na análise de ciclo de vida para descrever o processo linear de extração, produção e descarte. Para uma indústria *Cradle to Cradle*, a ideia central é que os recursos sejam geridos numa lógica circular de criação e reutilização, em que cada passagem de ciclo se torna um novo berço para determinado material. Assim sendo, o modelo linear é substituído por sistemas cíclicos, permitindo que recursos sejam reutilizados indefinidamente e circulem em fluxos seguros e saudáveis – para os seres humanos e para a natureza, onde muitos desses nutrientes são desperdiçados, contaminados, e até mesmo perdidos.

Para então eliminar o conceito de desperdício, projetar as coisas desde o início com o entendimento que o desperdício não existe, afinal o planeta é cíclico, a natureza não é linear, é holística intuitiva e alimentadora. A economia circular faz bem para o planeta e também possibilita poupar dinheiro.

A economia circular fundamenta-se em três princípios, cada um deles é voltado para os desafios pertinentes aos recursos que a economia industrial encara.

1.4 Upcycling

O termo *upcycling* foi usado pela primeira vez em 1994 pelo empresário e ambientalista alemão *Reine Pilz*. Lançou um livro em 2002 **Cradle to Cradle: Remaking the way we Make Things**, que teve bastante impacto no público e começou a alertar para o grande tema *upcycling*. William McDonough e Michael Braungart afirmam que o objetivo do *upcycling* é evitar o desperdício de materiais potencialmente úteis, reduzindo o consumo de novas matérias-primas durante a criação de novos produtos e o consumo de energia, a poluição do ar e das águas, as emissões de gases de efeito estufa, resultantes dos processos industriais da reciclagem. Isto torna a prática ainda mais positiva, do ponto de vista ecológico, do que a própria reciclagem.

“... opção de reutilização criativa que transforma subprodutos antes inutilizados – ou peças de menor valor agregado –, em novos produtos de qualidade.

De acordo com o Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil – SENAI CETIQT (Brasil) os ideais de sustentabilidade vêm influenciando cada vez mais o comportamento das pessoas, mudando costumes enraizados. O consumo consciente cria novos hábitos de compra e consumidores mais ligados com a origem dos produtos que consomem.

O *upcycling* não deixa de ser a “famosa personalização das peças já bastante falada”. A diferença é que o *upcycling* tem associado a si o conceito de sustentabilidade, com o objetivo de desenvolver projetos ecoconscientes, que aumentam o ciclo de vida das roupas, evitando assim, que mais lixo têxtil seja despejado na natureza.

“... o *upcycling* é uma forma criativa de renovar peças.”

No entanto existem sempre dúvidas, e no que toca ao *upcycling* à uma questão que se coloca relativamente à compra; se comprarmos menos isso é bom para o planeta, mas para todos os milhões de pessoas que dependem das indústrias manufactureiras não é assim tão bom, pois têm que se manter ativas no mercado. Então como poderemos manter o crescimento económico sem ser devastador? Podemos assim chegar à conclusão que mesmo aproveitando as peças há sempre pormenores/partes da peça que tem que ser reconstruídas, isso leva muitas das vezes a ter-mos que comprar, ou seja, estamos assim a contribuir para que essas indústrias não fechem, nem contribuimos para mais poluição.

Podemos encontrar pelo menos uma plataforma online (UPCYCLING FASHION STORE) que permite dar a conhecer o upcycling como um produto de moda e não só. Roupas usadas decoram a fachada. Na entrada, um mosaico feito com amostras de cores de tapete. De uma janela antiga faz-se um tampo de uma mesa que é decorado com brincos confeccionados com fechos e cadernos em que se encontram velhas páginas de livros, fotos, etc.

“Apostamos em ideias novas e criativas, materiais incomuns e não usados e um belo design.” , explica a cofundadora sobre a filosofia da loja.



Figura 5 - Upcycling Fashion Store (Fonte: <https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20564951.html>)

2. Desenvolvimento Projeto

Desenvolvimento do Produto

2.1 Conceito/ Objetivos

Como já foi referido, o conceito do projeto irá centrar-se no reaproveitamento de peças que já não são usadas. Assim sendo, foi recolhido um número máximo de peças que pudessem fazer parte deste projeto sempre com foco na sustentabilidade. Como o objetivo é criar peças de agasalho o intuito foi recolher peças/ materiais que se pudessem adaptar a uma peça de agasalho neste caso o casaco.

O design das peças foi pensado assim numa proposta mais alternativa, que seja de criação livre, sem ter obstáculos, e para que avessos/direitos, frentes /costas resultem bem.

As peças foram inspiradas em peças de roupas atuais que são usadas no cotidiano, tornando assim peças sustentáveis e modernas. Cada peça terá uma personalidade diferente, mas terão sempre um elo de ligação e contarão uma história entre elas.

O principal objetivo do projeto é atingir de forma a “chamar a atenção” sobre os temas que hoje em dia são debatidos, mas são difíceis de resolver ou de contornar. Uma vez que colocamos tanta roupa fora uso fora, será que pensamos em todo o processo pelo qual essa peça passou? Um objetivo fundamental do projeto foi sempre abordar a moda sustentável de uma maneira bastante atingível ao olhar do consumidor.

“Porque não reutilizar-mos a nossa roupa de maneira criativa? “



Figura 6 - Painel conceito (fonte: Autor)

2.2 Objetivos do Projeto

O contacto com a área profissional tornou-se assim um objetivo deste projeto, visando uma perspetiva para além de académica. Com este projeto poderão ser criadas “1001” peças diferentes, com características e personalidades diferentes, tendo sempre em conta o conceito fundamental do projeto que se centra na desconstrução e construção de novas peças com um carácter diferente e mais criativo. Irá possibilitar ao consumidor entregar as peças que já não quer, e mais tarde reconhecê-las de maneira diferente. A essência da peça estará lá sempre, sentindo-se sempre bem reutilizando a peça, contribuindo assim para uma moda sustentável, e para um mundo melhor e mais ecológico.

2.3 Etapas do Projeto

O projeto passa por várias etapas. Numa primeira fase o projeto é pensado como algo que terá que ter viabilidade, sucesso. Para isso tudo, tem que ser bem planeado e conseguido.

O planeamento é uma fase importante podendo determinar o sucesso ou não, do projeto. Definem-se objetivos, conceitos, painéis, estudam-se mercados. Cria-se assim um cronograma das várias etapas, de recursos tanto físicos como humanos. Inicialmente houve uma pesquisa prévia sobre vários conceitos que giram em torno do conceito sustentabilidade. Chega à fase de procura e recolha de peças de roupa já usadas, construção de painéis que acompanham o projeto e que o definem. Ao longo do trabalho é feito um estudo daquilo que poderá obter melhores resultados, sendo que o que poderá parecer bem hoje, amanhã já poderá parecer mal.

Terminada essa recolha, é feita uma sessão fotográfica cujo intuito é valorizar tanto o conceito, mostrando aquilo que realmente acontece nos países subdesenvolvidos, onde as crianças trabalham horas a fio sem serem pagas, e ainda são mal tratadas, como o consumo abusivo de roupa que hoje em dia existe.

Começa-se a desconstruir peças, a fazer montagens / painéis com diferentes tipos de peças para ir ao encontro com o conceito, e obtém-se resultados, resultados esses que florescem com inspiração nas peças que estão espalhadas em cima da mesa, fruto de um processo criativo.

Quando o resultado final da peça é conseguido, passa-se para o desenvolvimento das fichas técnicas (desenhos planos) onde é representada a frente, as laterais e as costas de cada peça, explicando assim o que é retirado do quê, para que se perceba de onde vem cada uma das partes que constituem as peças finais. Como parte mais gráfica/ criativa passa-se para a construção de esboços de peças que irão ser feitos com montagens de peças que já existem. Quando já está tudo definido e idealizado, a sessão fotográfica das peças é

pensada ao pormenor, começando por definir o ambiente, a luz ,a montagem da “instalação”

Foram também elaborados documentos gráficos que acompanharão todo o projeto, com toda a informação que complementa devidamente o trabalho.

Durante estes processos são também apontadas todas as horas, recursos,.. para que se possa determinar um custo de projeto. É pensado ainda, num conjunto de aspetos importantes no projeto, como as etiquetas, as embalagens, redes sociais, e em tudo o que envolva a comunicação do projeto.

2.4 Público Alvo

O público alvo para este projeto pode ser muito vasto, visto que não existem idades para se poder passar em algum lado, ver algo suspenso/ vestido, poder ver e tocar. Contudo podemos constatar que relativamente ao design das peças, é um design específico e bastante alternativo.

No que respeita ao público, devido a todas as volumetrias e ao design, poderá compreender-se que são indivíduos jovens , visto que também são a geração que pode mudar os ideais e que poderão fazer algo para mudar o mundo.

O estilo de vida tem um papel crucial na vida das pessoas, no entanto cada um tem a possibilidade de fazer escolhas. As necessidades de vestir são muito influenciadas pela sociedade ou até pelo grupo em que em que se está inserido. Este projeto irá direcionar pessoas que estejam ligadas à moda sustentável e a tudo que a rodeia. Chamar a atenção será o principal objetivo do projeto, fazendo com que toda a gente tenha curiosidade em saber do que se trata e fique mais inteirada do tema, principalmente que tome consciência do consumo excessivo que se faz.

Trata-se assim de um público ético que reutiliza produtos e embalagens, ou seja, não irá descartar uma peça se a pode reutilizar, mesmo que a tenha que mandar arranjar e pagar o



Figura 7 - Painel Público Alvo (fonte: Autor)

arranjo. Público consciente dos problemas da sociedade querendo assim fazer com que a geração a seguir seja melhor para o meio ambiente.

Natureza é a palavra “mãe” que define o público alvo.

2.5 Marcas Concorrentes

AWAY TO MARS

A dupla AWAY TO MARS na última edição de Lisboa Fashion Week (2019), fez desfile crítico sobre consumo e produção excessiva

re- design de peças que viriam do lixo. A coleção surgiu após a apresentação da coleção passada, quando souberam que a japonesa Maria Kondo conseguiu lançar uma série na Netflix cujo intuito era a organização da sua casa, através do descarte.

Posto isso foram visitar alguns dos locais onde vai parar a roupa que é descartada para se inteirarem do que realmente acontece às peças quando são descartadas. Receberam

assim caixas de várias zonas do mundo com roupa, seguindo-se assim para a construção e desconstrução das peças. Ganhando o nome Zero a coleção tem como principal objetivo alertar e despertar a sociedade e a moda para o consumo excessivo e descarte generalizado, fazendo as pessoas avaliarem o seu papel no mundo e a vida útil de um produto que não pode ser descartado sem a consciência de onde veio e para onde vai.

AWAYTOMARS

com o

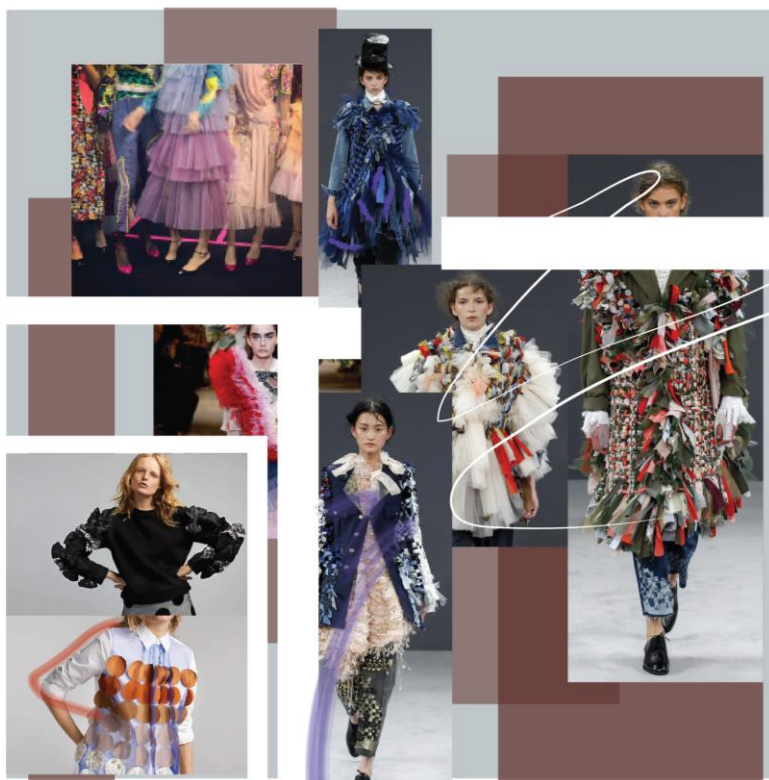


Figura 8 - Painel Away to Mars (fonte: Autor)

VIKTOR & ROLF

A dupla de estilistas Viktor & Rolf tem levado a moda sustentável a outro nível, com a sua proposta para a alta costura.

A dupla usa sempre retalhos de tecidos que sobram de coleções anteriores criando assim coleções com cunho próprio e com uma linguagem diferente, dando uma utilidade diferente a cada peça, por exemplo, um vestido passa a ser uma peça completamente diferente.



VIKTOR&ROLF

Figura 9 - Viktor & Rolf (fonte: Autor)

COMAS

As camisas produzidas pela indústria de confecção, impedidas pelo controle de qualidade de chegarem ao mercado em função de pequenos, médios e grandes defeitos, servem de matéria-prima para a marca de Agustina Comas. Na sua produção, a Comas aproveita as características originais dos produtos descartados. Um exemplo é a Saia



C ⊕ M A S
SÃO PAULO

Figura 10 - Painel Comas (fonte: Autor)

Universal – concebida a partir de duas camisas. Os principais elementos das peças originais, neste caso, são o corpo da camisa e o colarinho. E o resultado é uma peça novinha em folha. “A sobra nos inspira!”. Esse é o slogan da Comas.

DANIEL SILVERSTEIN

É um estilista de Nova York que aproveita todos os retalhos que sobram das empresas têxteis. O estilista pretende usar os resíduos têxteis no seu processo único de modelagem, para transformar lixo em luxo com a ajuda da incubadora de moda Manufacture New York, para juntos processarem e rastream os resíduos, analisar o potencial de mercado deste processo, provando que o design com desperdício zero pode ser tão interessante para a indústria da moda como o design convencional.



Figura 11 - Painel Daniel Silverstein (fonte: Autor)

REETAUS

Reet Aus

A estilista estoniana Reet Aus criou uma marca que tem como objetivo desviar os resíduos têxteis novos do aterro e conservar os seus recursos ao mesmo tempo! A sua linha de roupas upcycled usa menos 70% de água e menos 64% energia por peça para fazer e criar pelo menos 40% menos de resíduos na produção.

A coleção da Reet Raus é produzida em Bangladesh, através de uma cooperação com uma fábrica que produz para grande lojas de *fast fashion*, utilizando os resíduos têxteis para fazer a coleção. Basicamente, a estilista recolhe o material que sobra da produção em massa dessa fábrica, o que dá uma quantidade extraordinariamente grande.

A empresa com a qual obtêm os retalhos, produz 240 milhões de peças por ano e 18% de resíduos têxteis sobram no processo de fabricação. O “lixo” é na verdade tecido novo, mas não tem aplicação devido às suas medidas desiguais, de 10 a 30 cm.

Reet Raus montou uma pequena linha de produção em massa *Upcycling* na mesma fábrica, Bangladesh treinando os trabalhadores, a qual visita duas vezes por ano. Este é o lugar onde a coleção upcycled feita à mão da Reet Aus é produzida e certificada.



Figura 12 - Painel Reet Aus (fonte: Autor)



Figura 13 - Painel Marcas Concorrente (fonte: Autor)

| MARCAS CONCORRENTES | PROJETO REDESCONSTRUÇÃO |
|--|--|
| <p>VIKTOR@ROLF</p> <ul style="list-style-type: none"> . Retalhos de tecidos usados em coleções anteriores; . Linguagem diferente dando uma utilidade diferente a cada peça; . De vestido passa a ser uma peça diferente. | <ul style="list-style-type: none"> . Recolha de peças que já não são usadas pelas pessoas; . Uso de diferentes partes de peças; |
| <p>AWAYTOMARS</p> <ul style="list-style-type: none"> . Coleção apresentada no Moda Lisboa Fashion Week (2019) . Roupas que poderiam vir do lixo; . Alerta para o consumo abusivo de compra de roupa; . Coleção comercial; | |
| <p>zero waste daniel</p> <ul style="list-style-type: none"> . Aproveita os retalhos das empresas têxteis; | <ul style="list-style-type: none"> . Projeto pensado e defendido em Fevereiro de 2019; . Diferente uso das peças, fazendo jogo de golas, punhos etc..., em sítios que não é "suposto" estarem ; . Instalação Criativa; . Peças vestíveis; . Volumetria exagerada; . Confusão nas peças, para mostrar realmente o conceito; |
| <p>Reet Aus</p> <ul style="list-style-type: none"> . Upcyled; . Usa menos 70% água, e menos 64% energia por peça; . Coleção produzida no Bangladesh em cooperação com uma fábrica, utilizando os restos dos resíduos; | |
| <p>C ⊕ M A S SÃO PAULO</p> <ul style="list-style-type: none"> . Camisas com defeito aproveitadas ; . Aproveita as características originais das camisas; | |

Figura 14 - Tabela Marcas concorrente vs Projeto Redesconstrução

3º CAPÍTULO

Metodologia Projetual

3.1 Metodologia Projetual de Produtos pelo Designer Italiano BRUNO MUNARI

Nascido em Milão a 24 de outubro de 1927, Bruno Munari foi um artista e designer italiano, que contribuiu com fundamentos em muitos campos das artes visuais. Investigador também sobre o tema do jogo, a infância e a criatividade.

“após a instituição do problema geral, é comum ter-se a pretensão equivocada de

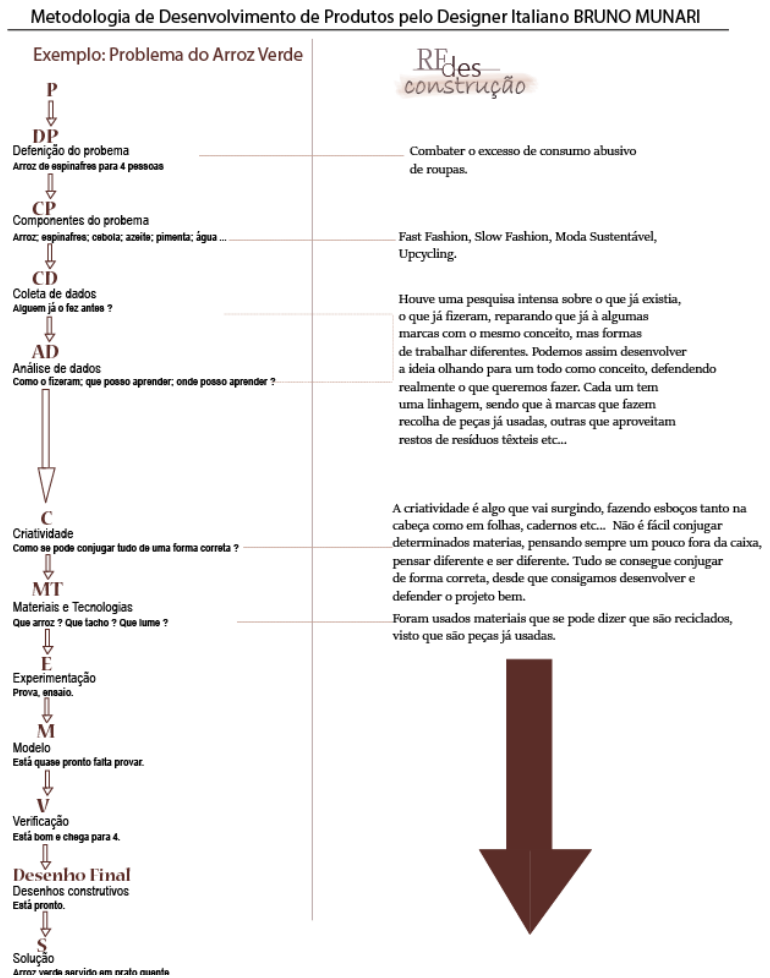


Figura 15 - Adaptação da receita de Bruno Munari com Redesconstrução (fonte: Autor)

imediatamente ir à procura de uma ideia que resolva o problema. O autor indica que o designer não deve buscar ideias neste momento, mas precisa primeiro, definir o problema como um todo e determinar os limites dentro dos quais se pretende trabalhar.”

“O problema não se resolve por si só; no entanto, contém já todos os elementos para a sua solução. É necessário conhecê-los e utilizá-los no projeto de solução. (...) no campo do design não se deve projetar sem um método, pensar de forma artística procurando logo a solução, sem se ter feito uma pesquisa para se documentar acerca do que já foi feito de semelhante ao que se quer projetar; sem saber que materiais utilizar para a construção, sem ter precisado bem a sua exata função.”

3.2 Pesquisa

A primeira parte do desenvolvimento do projeto passou pela pesquisa demonstrada no primeiro capítulo presente neste relatório. Foram procurados artigos sobre *fast fashion*, moda sustentável e daí fui descobrindo ramos que estavam inteiramente ligados a este tema como o *upcycling*, a economia circular, etc... e que tudo iria dar à sustentabilidade e à maneira como as pessoas podem fazer a diferença com um pequeno gesto.

3.3 Paleta de cores

No que respeita a cores as peças não tem cores específicas visto que são feitas a partir de várias peças. Ou seja as peças nunca se repetem e irão ser constituídas sempre com cores, texturas e tecidos diferentes.

No entanto, no que diz respeito a estas duas peças usaram-se muito os tons terra, numa delas tons bem quentes e coloridos, mas também os *denims*, padrões de riscas, bolinhas, xadrez, etc...



Figura 16 - Paleta de Cores (fonte : <https://www.pantone.com/>)

3.4 Silhueta

A silhueta criada, foi uma silhueta bastante estruturada, com muita volumetria e de uma certa forma um pouco exagerada. Exagerei esse feito para que realmente a mensagem do conceito seja entendida da melhor maneira. O intuito nas peças foi sempre criar peças de agasalho (casacos) onde seriam colocadas várias partes de diferentes peças, que seriam conjugadas umas com as outras, fazendo assim com que as peças fiquem com uma volumetria exagerada.



Figura 17 - Painel silhuetas (fonte: Autor)

3.5 Recolha de peças e Materiais

A fase da recolha de peças foi a mais importante, porque sem as peças não teria sido possível construir o projeto.

Para este projeto consegui-se recolher muitas peças, conseguindo obter peças para uma possível continuação. No futuro se este projeto quiser crescer, terá que haver outras maneira de conseguir peças, criando espaços da internet como as redes sociais, para fazer pedidos de peças que já ninguém usa. Durante a recolha das peças houve dois tipos de pessoas: aquelas que diziam “ ah podes levar, não me faz falta nenhuma!”, ou então “para que precisas da roupa? Quero ver o resultado! Gostei bastante do conceito!”, isso levou-me a pensar ainda mais nesta questão e em como as pessoas têm que “crescer” tanto a nível de mentalidades como também sobre o “olhar”para o mundo que as rodeiam.

3.6 Painéis com as Peças fornecidas



Figura 18 - Painel Projetado para sessão (fonte: Autor)

Sessão Fotográfica

A sessão desenvolvida foi pensada com o intuito de dar ênfase tanto à peça de roupa que ali está exposta como a todo o processo que a peça leva a ser construída, todas as etapas pela qual passa e o mais importante, em quanto tempo a peça será feita.

O mais importante é focar naquilo que realmente importa, na mão de obra infantil, naquelas crianças que passam horas a trabalhar, sem condições de trabalho, e ainda a serem mal tratadas! Vamos parar e pensar em tudo o que nos rodeia e fazer algo para mudar, e para que isso aconteça é preciso pôr “*mãos à obra*”.

As peças surgem assim suspensas em cruzetas, com um cenário de atilhos que estão atados por nós, entrelaçando nas peças. Surge uma imagem de fundo que é suposto ser chocante! Choca olhar para a imagem e perguntarmos o porquê daquela cicatriz, a quantidade de calças que se encontram ao lado, que possivelmente serão feitas num dia, ou talvez em algumas horas por cada criança.



Figura 19 - Painel peças fornecidas 1 (fonte : Autor)



Figura 20 - Painel peças fornecidas 2 (fonte: Autor)

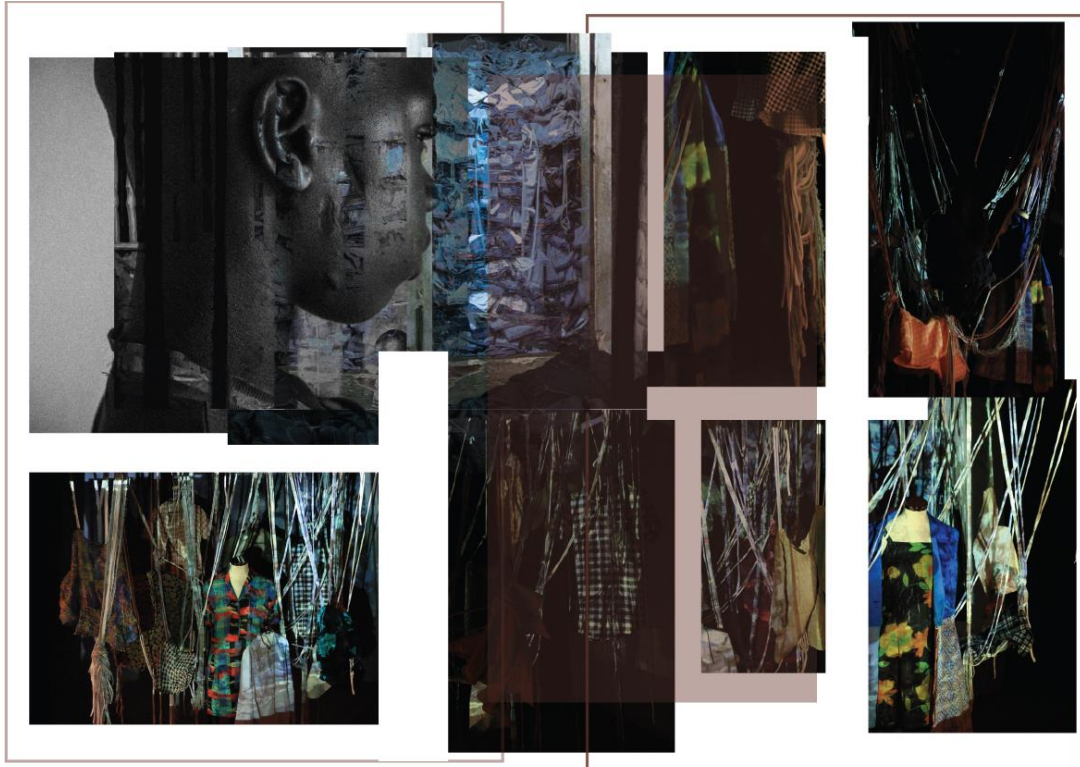


Figura 21 - Paineel peças fornecidas 3 (fonte: Autor)

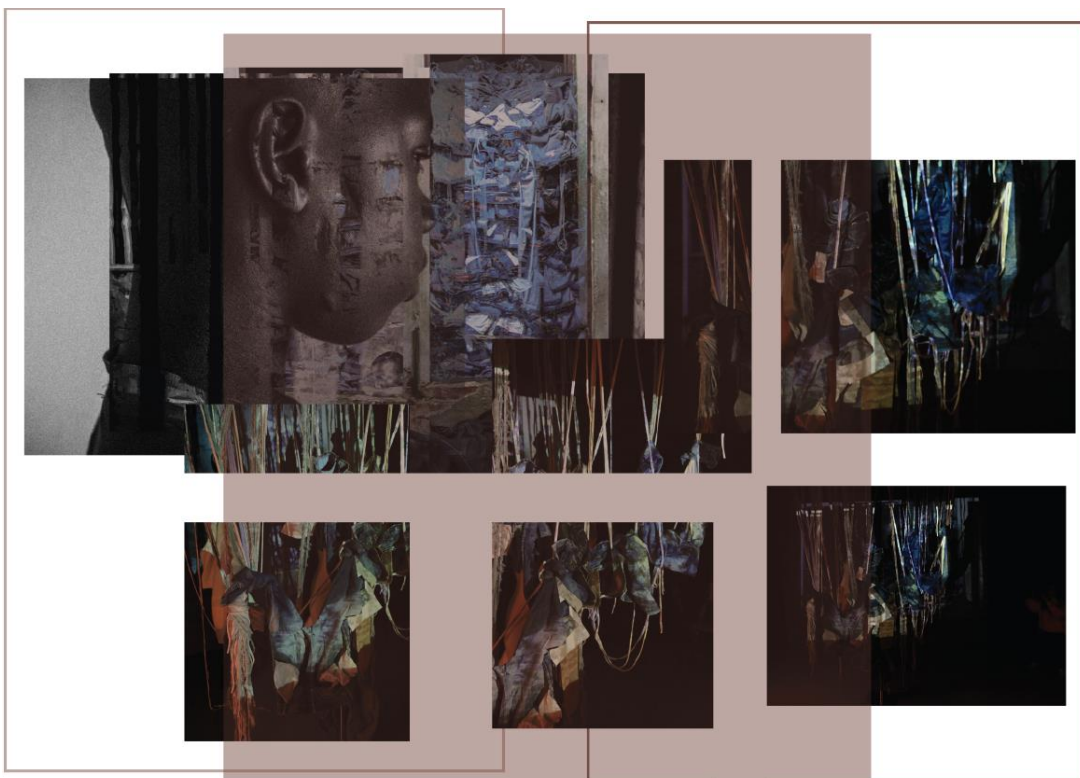


Figura 22 - Paineel peças fornecidas 4 (fonte: Autor)

3.7 Esboços / Inspirações

Posteriormente à receção das peças, o processo criativo é importante e para conseguir concretizar o pretendido, foi preciso fazer jogos de peças que já existiam na internet e “brincar”, tentando sempre aproximar ao máximo do pretendido. O objetivo foi sempre criar peças que fossem ao encontro com o próprio conceito, a mistura de tecidos, usar frentes nas costas e costas na frente, retirar as peças do sítio delas, fazendo que com ao olhar do público pareça estranho e vá ao encontro ao que é pretendido. Sendo assim foram desenvolvidos 5 esboços para que, a partir daí fossem desenvolvidos os produtos finais.

Cada peça foi criada partir da estética do designer mas também naquilo que poderia ser ao olhar do público, algo que fosse diretamente ao conceito.



Figura 23 - Line up esboços (fonte: Autor)

3.8 Ilustrações peças desenvolvidas



Figura 24 - Ilustração casaco



Figura 25 - Ilustração casaco

3.9 Fases de desenvolvimento da peça



Figura 26 - Painel desenvolvimento/ pormenor de casaco 1 f(fonte - Autor)



Figura 27 - Painel desenvolvimento / pormenor casaco 2 (fonte - Autor)

3.10 Peças originais



Figura 28- Peças originais vs peças finais 1 (fonte - Autor)



Figura 29 - Peças originais vs Peças finais 2 (fonte - Autor)

3.11 Ficha técnica / Desenho plano

A ficha técnica serve como suporte técnico, para que quem vai pegar na ficha perceba bem como a peça é feita. Neste projeto foram feitos desenhos onde foram identificada planos das peças, que provavelmente não serão executadas outra vez , mas foi identificado mesmo assim os pespontos, cortes, as diferentes partes que constituíram a peça.

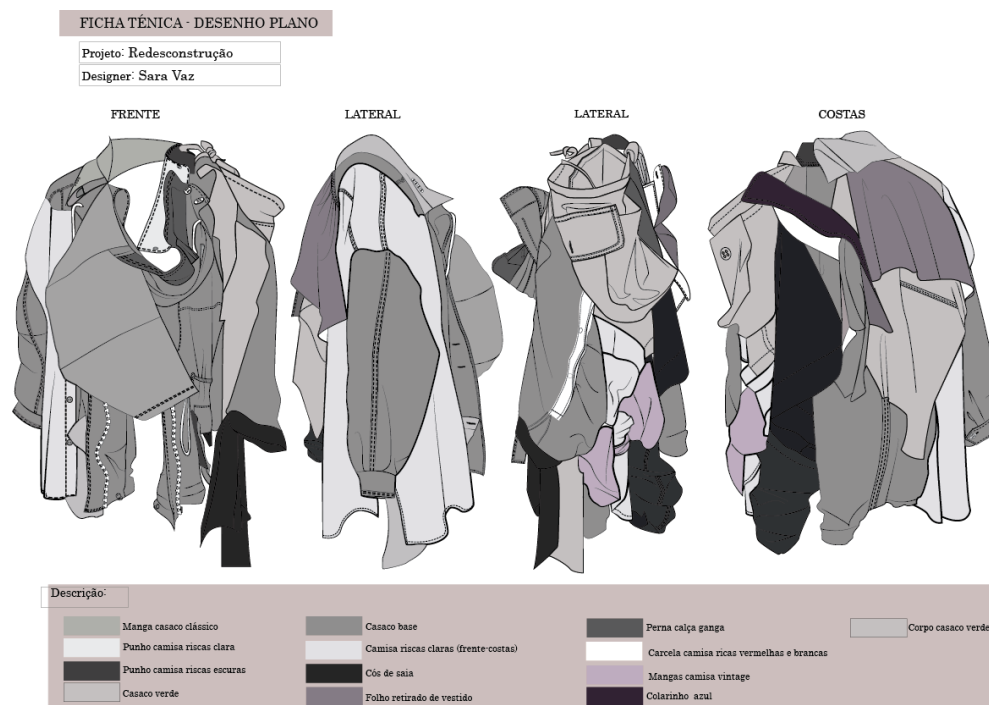


Figura 30 - Ficha Técnica 1 (fonte - Autor)

Descrição peça :Casaco constituído por várias partes de outras peças. O capuz foi desconstruído tomando assim outra função como por exemplo gola, em vez de ocupar lugar nas costas passa para a frente ficando assim suspenso na frente. Foi aplicada uma metade de uma camisa (meia frente e meia costa) na frente esquerda do casaco que será colocado ou não dentro de um bolso que foi aplicado a partir do bolso de vivos. O capuz foi rematado com a parte cima da frente de umas calças de ganga e com a parte da carcela das calças, no outro lado foi aplicada a manga de um casaco clássico. A manga foi aberta na lateral sendo assim aplicado uma outra manga de casaco que deu um efeito de duas mangas numa, deixando cair o forro da manga do outro casaco. Foi aproveitado um cós de uma saia para rematar a manga fazendo um punho. Nas costas foi inserido um painel de umas pernas das calças de ganga, foi inserido um folho que foi retirado de um vestido que ficou preso no ombro do casaco. Foi feito um bolso sem fundo que foi retirado do casaco verde e da calça de ganga, desconstruindo assim o bolso. A lateral da manga também foi constituída por uma carcela, foram aplicadas duas mangas de camisa que serão interligadas por um nó.

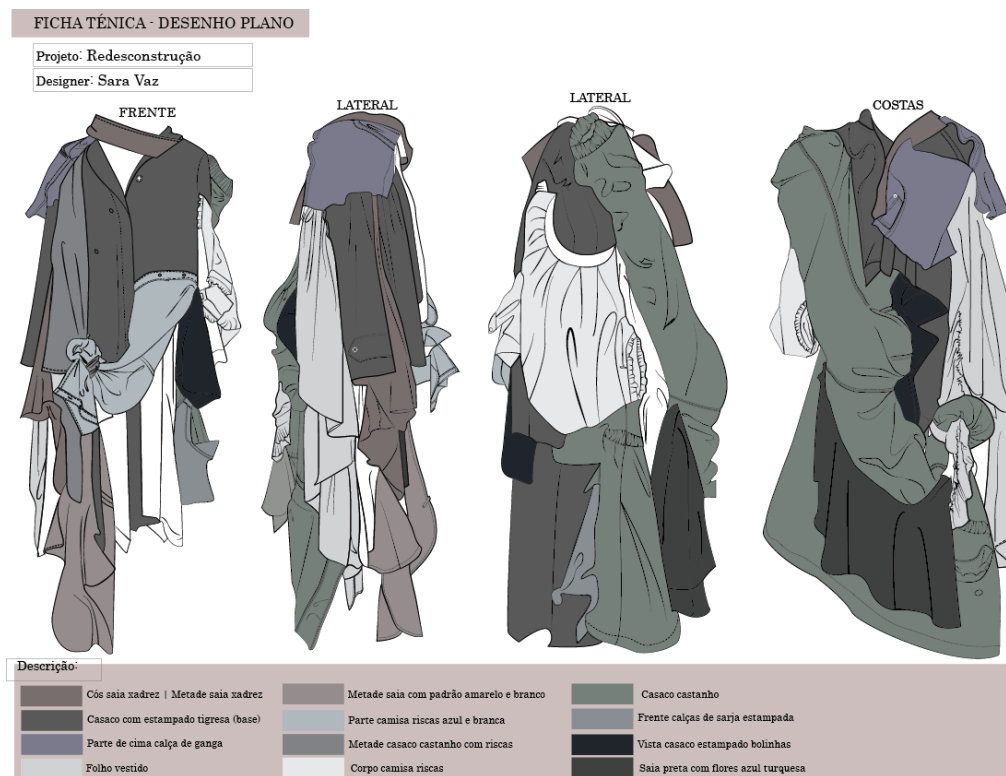


Figura 29 - Ficha Técnica 2 (fonte - Autor)

Descrição peça: Casaco constituído por várias partes de outras peças. Neste casaco foi intencional colocar o forro à vista, haver partes do casaco sem estarem acabados. Foi usado um cós de uma saia para fazer a união das duas frentes, nesse cós foi inserido umas pernas de uma calças de ganga (frente). Foi também colocado a frente de um casaco, na outra frente foi cosido uma parte de uma blusa, a parte de baixo que é mais larga e ainda foram feitas umas pregas. Foi aproveitado a carcela para ficar por cima. Também ficaram suspensas duas metade de saias às frentes. Na lateral do casaco existe ainda uma perna de uma calça de sarja branca com uma estampagem de flores. Na manga foi colocado a parte de cima de uma camisa, fazendo com que as mangas ficassem a fazer feitiço e com volume, a parte que foi cosida à manga levou pregas para dar o efeito de balão. As mangas do casaco base foram separadas (mangas do forro e do casaco). Foi aproveitado também um folho de um vestido que era todo franzido e foi cozido no ombro, ficando assim a cair pela peça abaixo por camadas. Nas costas é composto por outro casaco que ficou preso nos ombros preso à gola do casaco base.

3.12 Peças finais

Como apresentação final deste projeto, foi decidido fazer diretamente peças finais, pois este trabalho funcionou diretamente com as peças a desmanchar, a cortar, a ver onde ficaria melhor a carcela, a gola, ou seja não houve nem moldes nem protótipos. À medida que ia colocando as peças no sítio, combinava o que ficava melhor com o quê, ia fazendo alterações nos pespontos... Quando “dava por mim” já tinha as peças todas espalhadas em cima da mesa, pois só assim conseguia ver realmente que tipo de peças é que tinha e como as usar. Foi um processo criativo que deu gosto desenvolver, que funcionou quase como drapping, pois as peças era modeladas em cima do busto e só aí se via o resultado e a estética.

A primeira peça, o casaco mais curto, foi o primeiro a ser desenvolvido. Até conseguir que algo saísse tive que desmanchar e acabar por “desperdiçar” algumas partes de peças só porque ou não jogavam esteticamente porque ficavam marcadas.

3.13 Editorial Redesconstrução



Figura 32 - Painel editorial 1 (fonte - Autor)

O editorial das peças finais foi pensado de maneira a evidenciar as peças, mas também evidenciar o objetivo principal do projeto a nível civilizacional, temos que ser menos consumistas e pensarmos em quem poderá fazer as nossas peças de roupa, em que condições trabalha e que pior de tudo, poderão ser crianças. Então foram suspensas imagens de crianças do bangladesh a trabalhar juntamente com as peças que estavam em bustos mas que também poderiam estar suspensas. Inicialmente era essa a ideia.



Figura 33 - Painel editorial 2 (fonte - Autor)



Figura 34 - Painel editorial 3 (fonte - Autor)



Figura 35 - Painel editorial 4 (fonte - Autor)



Figura 36 - Painel editorial 5 (fonte - Autor)

3.14 Etiqueta

Cada etiqueta terá o nome do projeto “Redesconstrução”, que é o que define melhor o projeto em si porque haverá e há sempre desconstrução de algo que irá ser novamente construído com uma nova linguagem. É também composta por uma montagem que foi a escolhida para fazer de fundo para a 1ª sessão fotografia, onde se define perfeitamente do que se trata. Para além disto também é constituída pelas instruções de lavagem.

Foi pensado também numa etiqueta que será cosida a cada peça.



Figura 37 - Etiqueta 1 projeto redesconstrução (fonte - Autor)



Figura 38 - Etiqueta 2 projeto redesconstrução (fonte - Autor)

3.15 Packaging

O packaging para este projeto foi pensado também em termos de sustentabilidade. As peças serão empacotadas em caixas de cartão que as levará quer seja para casa do cliente, quer seja para uma instalação.



Figura 39 - Packaging redesconstrução (fonte - Autor)

3.16 Desenvolvimento do projeto nas redes sociais

Hoje em dia sabemos que os meios de divulgação de um projeto/marca mais fortes serão, em primeiro lugar, o instagram e depois o facebook. Para o projeto *redesconstrução* foi pensado num layout que esteja ligado à desconstrução mas que ao mesmo tempo seja *clean*, de fácil leitura. Os painéis que serão apresentados são um “esboço” de como irá ficar a divulgação do projeto nas redes sociais, sabendo que a plataforma do instagram tem uma forma de apresentação diferente do facebook. Enquanto que no instagram podemos ver só 3 imagens, no facebook podemos visualizar mais do que 3 imagens.



Figura 40 - Layout redesconstrução instagram - (fonte - Autor)



REdes
construção

O projeto Redesconstrução nasce de uma discussão de ideias onde é colocado em causa o que tem a ver com a personalidade da pessoa. Chega-se assim à conclusão de que fazer algo que fosse ligado à desconstrução, à recuperação e à inovação faria todo o sentido visto que causaria entusiasmo, e que suscitaria curiosidade, pois é algo incomum e inovador.

O que fazemos à roupa que já não usamos? Damos, deitamos fora, guardamos no armário, porque temos pena de descartar uma peça que por vezes tem bastante significado.

Mas é apenas uma simples peça de roupa e por isso deixamos no armário, a acumular juntamente com outras tantas que já temos, à espera que algo aconteça e que possa surgir numa nova identidade.

Junta-se o útil ao agradável e é pensado um projeto que junte a moda sustentável tão necessária e permanente, com a arte, e com um subtema bastante forte Upcycling.

É portanto neste foco que este projeto se centra, uma moda sustentável, em que se possa criar algo de valor acrescentado e de design moderno, no entanto, ao mesmo tempo amigo do ambiente, visto que o material base para a criação destas peças será a reutilização de vestuário em segunda mão.

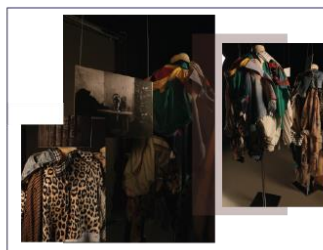


Figura 41 - Layout redesconstrução facebook - (fonte - Autor)

REdes
construção

REdes
construção

REdes
construção

Figura 42 - Logo projeto redesconstrução - (fonte - Autor)



Figura 41 - Sala de exposição das peças

3.17 Orçamentação

Na primeira parte do orçamento foi calculado o preço de cada hora, para de seguida ser analisado o custo da mão de obra. Para este cálculo teve-se em conta as despesas (deslocações, remuneração mensal, impostos, luz, comunicações e água) ao ano. Fazendo estes cálculos chega-se à conclusão que o preço por hora seria de 17,9€.

| Cálculo do preço / hora | |
|-------------------------|--------------------|
| Preço / Horas ao ano | Despesas |
| 70 € | Deslocações |
| 8400€ | Remuneração mensal |
| 23940€ | Impostos |
| 150€ | Luz |
| 150€ | Comunicações |
| 140€ | Água |
| Total de gastos/ ano | 32850€ |
| Horas/ dia | 8 h |
| Dias úteis / ano | 230 dias |
| Horas/ ano | 1840 h |
| Preço/ hora | 17,9 € |

Tabela 1 - Cálculo do preço à hora

Após o cálculo do preço por hora, foram determinadas todas as atividades desenvolvidas ao longo deste projeto e as horas específicas que cada uma delas demorou a fazer. Fica assim calculado o preço total do projeto que deu um total de 1321 €.

| Cálculo do custo do projeto/ design | |
|-------------------------------------|-------------------|
| Horas | Atividade |
| 15 H | Pesquisa |
| 25 H | Painéis /Temas |
| 10 H | Recolha Materiais |
| 10 H | Esboços |
| 10 H | Ilustrações |
| 30 H | Fichas Técnicas |
| Total de horas | 100 H |
| Preço/ hora | 12,21 € |
| Semi- total Projeto | 1221 € |
| Impressão | 100 € |
| Total projeto/ Design | 1321 € |

Tabela 2 - Calculo do custo do projeto/design

Por fim foi determinado o custo dos produtos em específico. Teve-se em conta todos os processos que levam até os casacos fiquem prontos para venda. É possível observar que ao sair da confecção a peça (casaco curto) fica por 53,70€ e o casaco comprido ao sair da confecção ficaria por 71,60€. No entanto, adicionando os custos de matérias-primas e lucros o preço final do produto seria de um de 63,70€ e outro de 81,60 €.

| Custo produto – peça 1(casaco curto) | |
|--------------------------------------|-------|
| Preço / Horas ao ano | |
| Corte | 1h |
| Confeção | 2h |
| Total horas | 3h |
| Preço/hora | 17,9€ |
| Semi total confecção | 53,7€ |
| Materiais (linhas) | 10€ |
| Preço produção | 63,7€ |
| Lucro | 30 € |
| Preço final | 93,7€ |

Tabela 3 - Custo produto - casaco1

| Custo produto – peça 2(casaco comprido) | |
|---|--------|
| Preço / Horas ao ano | |
| Corte | 2h |
| Confeção | 2h |
| Total horas | 4h |
| Preço/hora | 17,9€ |
| Semi total confecção | 71,6€ |
| Materiais (linhas) | 10€ |
| Preço produção | 81,6€ |
| Lucro | 30 € |
| Preço final | 111,6€ |

Tabela 4 - Custo produto - casaco2

4º Capítulo. Conclusão

4.1 Concretização ou não dos objetivos

Os objetivos foram concluídos com sucesso. Desde a concretização dos editoriais que ficaram como era pretendido, às peças. Em relação à falta de tempo houve uma peça que não foi realizada. Tudo ficou como pretendido, se bem que chegamos ao fim sempre a sentir que conseguimos fazer mais e melhor.

Tudo o que foi realizado foi sempre a pensar no principal conceito e sempre com a forte ideia da mensagem que teria que passar ao visualizar as peças e o trabalho.

4.2 Aprendizagens conseguidas

Todo o processo foi aprendizagem desde encontrar o grande conceito que teria que estar à volta do projeto pensado, e até lá chegar, foi difícil.

Ao longo do projeto desde a pesquisa à elaboração das peças, houve fases que de uma determinada ansiedade, insegurança àquilo que estaria a ser feito, tornando-se assim, confuso na cabeça visto que eram muito conceitos e, tentar ligá-los todos estava a ser complicado. O estudo das marcas concorrentes foi difícil, pois o objetivo é tentar distanciar ao máximo daquelas que já existem.

Por um lado, surpreendi-me a mim mesma e consegui mesmo criar uma linguagem gráfica que desconhecia e que foi uma vitória para mim tentado ao máximo elaborar toda a parte da comunicação que poderia fazer parte do projeto, mas que não resultou como queria, não houve tempo para poder instalar as plataformas online.

4.3 Projetos futuros

Para projetos futuros foi pensado continuar com o projeto idealizado, visto que há muitas aresta por limar, não seria para agora mas não ficará esquecido, ficará sim à espera de algo que poderá dar mais visibilidade ao projeto. É um projeto que tem viabilidade e que será de plena concretização.

4.4 Consideração finais

O grande objetivo da unidade curricular “PROJETO” é a aprendizagem de novos conceitos, e isso sem dúvida que foi conseguido.

Aqui aprende-se de tudo, a sermos empreendedores, aprende-se a gerir o tempo, aprende-se a ganhar pulso para o que virá daqui a para a frente, tanto a nível profissional como a nível pessoal. Nem sempre tudo corre como se pretende, mas é também com os erros que se aprende e a tentar contorná-los é que ficamos a saber se estamos a ir ou não no caminho certo.

Webgrafia

- 1 - [http://www.stylourbano.com.br/uma-breve-historia-da-evolucao-da-moda-ate-o-fast-fashion/;](http://www.stylourbano.com.br/uma-breve-historia-da-evolucao-da-moda-ate-o-fast-fashion/)
- 2 - <https://www.noticiasao minuto.com/lifestyle/1055712/a-monarte-quer-combater-o-fast-fashion-e-criar-obrasde-arte-na-moda;>
- 3 - <https://monarte.com/pages/monatelier;>
- 4 - [http://www.modaworks.com.br/site/artigo-senai-cetiqt-o-upcycling-no-mercado-de-moda/;](http://www.modaworks.com.br/site/artigo-senai-cetiqt-o-upcycling-no-mercado-de-moda/)
- 5 - [https://eluxemagazine.com/fashion/fashion-brands-that-upcycle/;](https://eluxemagazine.com/fashion/fashion-brands-that-upcycle/)
- 6 - <https://www.goethe.de/ins/br/pt/kul/mag/20564951.html;>
- 7 - <https://medium.com/neworder/a-nova-moda-upcycling-f6cab05628c3;>
- 8 - <https://www.modalisboa.pt/pt/designers/awaytomars/1;>
- 9 - [https://comas.com.br/;](https://comas.com.br/)
- 10 - [https://www.comunidadeculturaearte.com/bruno-munari-um-dos-principais-nomes-na-teoria-e-pratica-do-design/;](https://www.comunidadeculturaearte.com/bruno-munari-um-dos-principais-nomes-na-teoria-e-pratica-do-design/)
- 11 - [http://www.reetaus.com/;](http://www.reetaus.com/)
- 12 - [http://zerowastedaniel.com/;](http://zerowastedaniel.com/)