

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

RÉGIS PUPPIM
(ORGANIZADOR)

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

RÉGIS PUPPIM
(ORGANIZADOR)

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Natália Sandrini de Azevedo

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2021 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2021 Os autores

Copyright da edição © 2021 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais

Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília

Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Profª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Design: contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: Régis Puppim

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

D457 Design: contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável / Organizador Régis Puppim. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-592-8

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.928211410>

1. Desenho de moda. 2. Sustentabilidade. 3. Design. I. Puppim, Régis (Organizador). II. Título.

CDD 741.672

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

O livro “Design: Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável” é uma obra coletiva, feita à muitas mãos e de diversas perspectivas, que propõe reflexões críticas e provocativas sobre os caminhos emergentes da pesquisa e desenvolvimento para a Sustentabilidade, como contributo significativo para o Design.

Em consonância com as mais atuais considerações sobre a temática da Sustentabilidade, globalmente e (quase que) irrestritamente às áreas da Ciência, tal questão (Sustentabilidade) é vista como fundamental para o futuro próspero do planeta e da humanidade. Neste sentido, a Organização das Nações Unidas (ONU) publicou e está promovendo, transversalmente, a Agenda 2030, chamada de “Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS)”, em que uma série de metas, métricas e perspectivas de resultados são propostos, de modo a propor uma nova visão para a Indústria, Governos, Corporações, Entidades e Pessoas, em que a Sustentabilidade Global é, indiscutivelmente e inadiavelmente, a pauta da vez.

Para a área do Design, ainda não é possível se estabelecer uma “adjetivação” de produto com “Design Sustentável”, uma vez que, o significado originário do termo “Sustentável/Sustentabilidade” frequentemente divergente, profundamente, dos atuais métodos produtivos e de manufatura na área do Design, sobretudo com pontos cruciais como a “Obsolescência Programada” e o atual cenário de estímulo constante ao Consumo (por vezes, sem racionalidade). Para muitos dos autores e pesquisadores especializados nesta área, o “Design Sustentável” é uma Utopia, que ainda está um tanto distante de ser alcançado.

Porém, como designers (e pesquisadores da área), a inquietude e o planejamento estratégico para superar obstáculos é uma meta constante e diariamente renovável. De modo que, mesmo distantes de um “Design Sustentável”, muitas propostas, projetos e empreitadas se mostram positivas e enobrecedoras num caminho do Design para a Sustentabilidade. Motivo pelo qual, este livro se faz tão importante e pertinente a este debate vigente.

Os capítulos constam de diferentes visões e propósitos para com o Design e a Sustentabilidade, de modo a propiciar uma perspectiva multidisciplinar e contributiva para os próximos passos em favor de um Design, cada vez mais, próximo à Sustentabilidade. Todos os capítulos foram feitos com esforços de pesquisas sérias e revisados, de modo a apresentar o melhor possível dos resultados alcançados.

Boa leitura e que o espírito da mudança, por um “Design mais Sustentável” possa contaminar, também, a você.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

UMA FUGA DA INSUSTENTABILIDADE AMBIENTAL DO CARVÃO EM SANTA CATARINA

Julio Cesar Lopes Borges

Renata Corvino

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114101>

CAPÍTULO 2..... 9

INSCRIÇÃO EM DESENHO INDUSTRIAL NA CU UAEM ZUMPANGO, ANÁLISE DO SEU COMPORTAMENTO 1987-2020 NA PRIMEIRA ADMISSÃO

Raymundo Ocaña Delgado

Argelia Monserrat Rodríguez Leonel

Mario Gerson Urbina Pérez

Omar Eduardo Sánchez Estrada

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114102>

CAPÍTULO 3..... 19

TIPOGRAFIA E DESIGN NA CONSTRUÇÃO DA LINGUAGEM VISUAL DA LETRA

Marcelo José da Mota

Mariangela Fazano Amendola

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114103>

CAPÍTULO 4..... 35

AVALIAÇÃO DA INFLUÊNCIA DO DESIGN NA DESMONTAGEM DE LÂMPADAS LED DO TIPO BÚLBO PARA POSTERIOR RECICLAGEM

Emanuele Caroline Araujo dos Santos

Angéli Viviani Colling

Aline Schaab

Carlos Alberto Mendes Moraes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114104>

CAPÍTULO 5..... 48

SUSTENTABILIDADE NO COLÓQUIO DE MODA: MAPEAMENTO E CATEGORIZAÇÃO DE ARTIGOS (2005-2017)

Régis Puppim

Luisa Arruda Mendes

Ana Cristina Broega

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114105>

CAPÍTULO 6..... 60

A ARTE COMO DISPOSITIVO FORMAL NA INSPIRAÇÃO DE *PRÊT-À-PORTER* CONTEMPORÂNEO

Anerose Perini

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114106>

CAPÍTULO 7..... 74

FIGURINO DE TEATRO PELO DESIGN DE MODA: UM CENÁRIO COLABORATIVO E SUSTENTÁVEL

Mariane Fernandes Costa
Cleuza Bittencourt Ribas Fornasier

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114107>

CAPÍTULO 8..... 78

REDE DE COLETIVIDADE E COLABORAÇÃO E A VALORIZAÇÃO DA MODA AUTORAL: APRESENTAÇÃO DO PROJETO/MOVIMENTO SOMOS MODA AUTORAL GAÚCHA

Paula Cristina Visoná
Luciana Bulcão é Mestre

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114108>

CAPÍTULO 9..... 85

MODA INCLUSIVA: IDENTIFICAÇÃO DE AVIAMENTOS DE VESTUÁRIO

Mariana Luísa Schaeffer Brilhante
Lucas da Rosa
Silene Seibel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.9282114109>

CAPÍTULO 10..... 93

CONTRIBUTO DA MODA PARA A SUSTENTABILIDADE ATRAVÉS DA TÉCNICA DO *UPCYCLING*

Marcela Delgado Ranzani
Carolina Yuri Mifune
Gabriela Elora Lugli

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141010>

CAPÍTULO 11..... 99

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS E A INDÚSTRIA 4.0 NO SEGMENTO JEANSWEAR: INVESTIGAÇÃO NO CORREDOR DA MODA (CIANORTE-MARINGÁ-LONDRINA)

Maryanna Bevervanso Buzin
Ronaldo Salvador Vasques
Eliane Pinheiro
Fabrício de Souza Fortunato
Priscila Locatelli
Márcia Regina Paiva de Brito

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141011>

CAPÍTULO 12..... 109

EMPRESAS DE MODA COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS BRASILEIRAS: UMA LINHA DO TEMPO

Andréa dos Anjos Moreiras
Isabel Cristina Scafuto

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.92821141012>

SOBRE O ORGANIZADOR.....	115
ÍNDICE REMISSIVO.....	116

CAPÍTULO 12

EMPRESAS DE MODA COM PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS BRASILEIRAS: UMA LINHA DO TEMPO

Data de aceite: 01/10/2021

Data de submissão: 30/06/2021

Andréa dos Anjos Moreiras

Doutoranda em Desing, Universidade Anhembi Morumbi/Universo Eco

<http://orcid.org/0000-0002-9972-2921>
<http://lattes.cnpq.br/3981724219866000>

Isabel Cristina Scafuto

Doutora em Administração, Universidade Nove de Julho/Universo Eco

<https://orcid.org/0000-0002-6788-3325>
<http://lattes.cnpq.br/1161430116769664>

RESUMO: Na moda, a sustentabilidade está sendo aplicada como um mecanismo de interferência produtiva e positiva, uma mola propulsora que poderá considerar as necessidades ambientais e sociais, mas sem esquecer do desempenho. Este estudo apresenta uma linha do tempo de abertura das empresas que optaram pelo viés da moda sustentável e a localização geográfica destas empresas. Como resultado, verificou-se que o mercado de moda sustentável apresentou um crescimento constante de 2013 a 2016, e um pequeno decréscimo em 2017. Esse crescimento aconteceu para atender um usuário mais consciente.

PALAVRAS - CHAVE: Empresas Brasileiras, Sustentabilidade, Moda Sustentável, Moda Ética, Consumo Consciente.

FASHION COMPANIES WITH BRAZILIAN SUSTAINABLE PRACTICES: A TIMELINE

ABSTRACT: In fashion, sustainability is being applied as a productive and positive interference mechanism, a driving force that may consider environmental and social needs, but without forgetting performance. This study presents a timeline of the opening of companies that opted for the sustainable fashion bias and the geographical location of these companies. As a result, it was found that the sustainable fashion market showed a steady growth from 2013 to 2016, and a small decrease in 2017. This growth happened to cater to a more conscious user.

KEYWORDS: Brazilian Companies, Sustainability, Sustainable Fashion, Ethical Fashion, Conscious Consumption.

INTRODUÇÃO

A moda analisa várias perspectivas de uma cultura e é reconhecida como um importante fenômeno social (PROVENZANO, 2014). Ela promove a representação individual da personalidade e essência de cada indivíduo. Além disso, simultaneamente, é espelho do momento em que vive a sociedade e das mudanças pelas quais ela passa, mostrando os valores e modo de vida das pessoas e caracterizando a individualidade (PROVENZANO, 2014).

O modelo de negócio atual da indústria da moda é conhecido como *fast fashion*. Esse

modelo traduz que os principais atributos são vendas e geração de crescimento econômico. (FLETCHER E GROSE, 2011). O resultado deste modelo são as roupas descartadas com muita facilidade, ocasionada pela baixa qualidade e foco nas tendências de curta duração, fazendo com que as roupas se tornem obsoletas por estarem “fora de moda” (FERRONATO E FRANZATO, 2015).

Com o crescimento econômico do setor da moda promovido pelo *fast fashion*, o olhar se voltou para os processos produtivos. Essas difíceis condições de trabalho e a deterioração ambiental provocados pelas etapas de produção, despertaram a atenção de poderes públicos e instituições (NISHIMURA E GONTIJO, 2017). O alinhamento da cadeia produtiva da indústria da moda às leis trabalhistas e do meio ambiente ganhou destaque e adeptos à causa. Nasceram vários movimentos, acompanhados de diversos conceitos com a proposta de uma moda ética e sustentável (NISHIMURA E GONTIJO, 2017). Neste estudo, considera-se a moda ética, roupas com estilo, porém, fabricadas com princípios que oferecem condições justas de trabalho, sem agredir o meio ambiente e as pessoas, usando algodão orgânico e materiais biodegradáveis. (JOERGENS, 2006)

As cobranças da globalização, a competitividade acirrada e empresas estrangeiras que apresentam produtos com valores bem mais baixos dos que os valores aplicados no mercado brasileiro, sugerem de como é necessário ter valor agregado por meio de um diferencial competitivo (BAARS, 2002). Novas tendências propõem que a sustentabilidade serve como uma mola propulsora, com o objetivo de atingir consumidores “engajados”, que são atraídos por empresas sustentáveis. Eles escolhem produtos que utilizam tecnologias mais limpas, gerando processos e produtos que minimizam os impactos ambientais (BAARS, 2002).

O objetivo deste estudo é apresentar uma linha do tempo de abertura das empresas que optaram pelo viés de moda sustentáveis e verificar a localização geográfica destas empresas.

REFERENCIAL TEÓRICO

O “Triple botton Line” (TBL) foi apresentado por John Elkington em 1998 no seu livro “Sustentabilidade Canibais com Garfo e Faca”. O TBL é conhecido como a base para a sustentabilidade e aborda o impacto social, ambiental e econômico de uma empresa (ELKINGTON, 1998). Cada vez mais o termo sustentabilidade se torna associado ao ambiente corporativo, pois existe a necessidade das organizações terem uma agenda de responsabilidade ambiental e social associadas aos seus negócios (CARVALHO E RABECHINI JR, 2019).

Devido ao cenário apresentado, em que existem pressões para o crescimento de modelos de negócios sustentáveis, as pequenas e médias empresas deveriam se adequar a essas pressões do desenvolvimento sustentável, protegendo o meio ambiente e contribuindo para a social (YANG E ZHANG, 2020). Existe aproximadamente 13 milhões de pequenos negócios

no Brasil que empregam mais ou menos 21,5 milhões de pessoas (SEBRAE, 2020).

Poucas empresas já estão nascendo ou se adaptando ao modelo de negócio sustentável (D'AMATO et al., 2020), com isso, já estão se preparando para o novo modelo econômico que está surgindo (ELKINGTON, 2020). Na indústria da moda, por exemplo, esse acontecimento pode ser visto pelo surgimento de MarketPlaces sustentáveis. Além disso, esses Marketplaces estão cada vez mais se preocupando com a seleção dos seus lojistas, usando de critérios sustentáveis adequados para essa seleção (CARVALHO, SIQUEIRA, SCAFUTO E SILVA, 2019).

METODOLOGIA

Inicialmente foram escolhidos 3 locais para coletar informações sobre empresas de moda sustentável: a) 1ª Brasil Eco Fashion Week realizada em 2017 na cidade de São Paulo – SP; b) plataforma “Moda Limpa” (<http://modalimpa.com.br/>); c) motores de busca da *internet*, e neste caso houve uma apreciação detalhada sobre diversas informações que as empresas apresentavam.

Optou-se por pequenas e médias empresas de moda sustentável, e o critério de seleção utilizada na escolha foi pelas práticas utilizadas por essas empresas. Elas deveriam apresentar dois requisitos primários (obrigatórios), e pelo menos 1 requisito secundário, configurando-a como empresa sustentável na moda. Como requisito primário: práticas de comércio justo, e fabricação brasileira; como requisitos secundários foi considerado: a) *upcycling*; b) vegano; c) *eco-fiendy*; d) *slow-fashion*; e) feito a mão; f) orgânico; g) empreendedorismo social; h) lixo zero.

Fizeram parte da base inicial 158 empresas, distribuídas pelas categorias de vestuário, calçados, acessórios, beleza e higiene pessoal. Para essa base foram enviadas por *e-mail* algumas perguntas. A principal pergunta abordava: “Qual o ano que iniciaram a atividade?” Utilizou-se ainda no estudo, “Qual estado brasileiro a empresa funciona”. Identificada no levantamento inicial.

RESULTADOS

Das 158 empresas somente 81 responderam, que correspondem a 51,26%. Sobre a avaliação das respostas, verificou-se que há um crescimento exponencial de empresas que foram fundadas. Como pode ser observado na Imagem 1. Nos anos de 2004 e 2005 iniciaram 2 (duas) empresas em cada ano; 1 (uma) em 2006; 2007 não houve registro; 3 (três) em 2008; em 2009 não houve registro; 4 (quarto) em 2010; em 2011 e 2012 com 3 (três) em cada ano; 6 (seis) em 2013; 12 (doze) em 2014; 12 (doze) em 2015; 18 (dezoito) em 2016 e em 2017 iniciaram 15 (quinze) empresas.



Imagem 1: Criação de Empresa Sustentáveis por Ano.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Apesar do ano de 2017 ter tido um resultado inferior ao de 2016, é notório o aumento de abertura de empresas de moda, que nos últimos 4 anos tiveram uma maior responsabilidade com o planeta e com as pessoas. Resultado que corrobora com os estudos de sustentabilidade nas pequenas e médias empresas (YANG E ZHANG, 2020).

Sobre a distribuição geográfica, a região com mais aberturas de empresas de moda sustentável é a sudeste responsável por 62,96% do mercado com São Paulo na liderança. A região sul 29,62%; a região nordeste com 4,93% e a região centro-oeste com 1,23% do mercado. A região norte não apresentou nenhum resultado que pode ser observado na Tabela 1.

SUL			SUDESTE			C. OESTE	NORDESTE			
RS	SC	PR	SP	RJ	MG	DF	PI	PE	CE	PB
17	2	5	32	16	4	1	1	1	1	1
24			52			1	4			

Tabela 1: Distribuição Geográfica de Moda Sustentável

Fonte: Elaborada pelas autoras.

CONCLUSÕES

Este estudo teve como objetivo apresentar uma linha do tempo de abertura das empresas que optaram pelo viés de moda sustentáveis e verificar a localização geográfica destas empresas. Por meio de um questionário enviado por e-mail com respostas de 81 empresas, o objetivo do estudo foi alcançado.

Concluiu-se com o resultado desta pesquisa, que o mercado de moda sustentável

apresentou um crescimento constante de 2013 a 2016, e somente um pequeno decréscimo em 2017 em relação com 2016. Esse crescimento aconteceu para atender um usuário mais consciente. Essa ação leva ainda de uma maneira muito tímida, a busca da desaceleração do sistema de moda convencional, a favor de uma moda ética e sustentável em prol de um consumo mais consciente. Porém, é fundamental perceber uma necessidade que a indústria da moda ainda possui, que é uma nova organização em todo seu sistema produtivo, provocando a mudança no papel de todos os atores envolvidos nesse processo de transformação.

REFERÊNCIAS

BAARS, E. M. **A Gestão do Design no Contexto das Empresas e Órgãos de Fomento das Indústrias de Santa Catarina**. Santa Catarina, 2002. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

CARVALHO, M. M., & RABECHINI JR., R. **Fundamentos em gestão de projetos: Construindo competências para gerenciar projetos** (5a edição). Atlas. 2019.

CARVALHO, Y., SIQUEIRA, R., SCAFUTO, I., & SILVA, L. Utilização do Método AHP para a Priorização dos Critérios de Seleção de Lojistas em um Projeto de Marketplace Sustentável. **Journal of Profess. Bus. Review**, v. 4, n. 2, p. 114-123, 2019.

D'AMATO, D., VEIJONAHU, S., & TOPPINEN, A. Towards sustainability? Forest-based circular bioeconomy business models in Finnish SMEs. **Forest Policy and Economics**, v. 110, 101848, 2020.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business**. 1998.

FERRONATO, Priscila Boff; FRANZATO, Carlo. Open Design e Slow Fashion para a Sustentabilidade do Sistema Moda. **ModaPalavra E-periódico**, v.9, edição especial, p. 104- 115, out. 2015. Disponível em: <http://bit.ly/2FdPMcS>. Acesso em: 01 mar. 2018.

FLETCHER, Kate GROSE, Lynda. **Moda & sustentabilidade: design para mudança**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2011.

JOERGENS, Catrin. Ethical fashion: myth or future trend? **Journal of Fashion Marketing Management**, v.10, n.3, p. 360-371, 2006. Disponível em: <http://bit.ly/2CZQ1SV>. Acesso em: 27 fev. 2018.

NISHIMURA, Maicon Douglas Livramento; GONTIJO, Leila Amaral. Vestuário Sustentável. **Pensamento & Realidade**. [S.l.], v. 32, n. 2, p. 110, set. 2017. ISSN 2237-4418. Disponível em: <http://bit.ly/2oRsHI3> Acesso em: 03 mar. 2018.

PROVENZANO, C. C. Moda, inovação e sustentabilidade: estudo de casos múltiplos. Porto Alegre, 2014. Dissertação (mestrado) - Escola de Administração Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

SEBRAE [Sebrae-MPES] (2020). MPEs Sustentáveis. Recuperado de [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a6ae55e241c2c7a92e4a54fd0017a975/\\$File/E-BOOK%20SUSTENTABILIDADE.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/a6ae55e241c2c7a92e4a54fd0017a975/$File/E-BOOK%20SUSTENTABILIDADE.pdf)

YANG, L., & ZHANG, Y. Digital Financial Inclusion and Sustainable Growth of Small and Micro Enterprises—Evidence Based on China's New Third Board Market Listed Companies. **Sustainability**, v. 12, n. 9, p. 3733, 2020.

SOBRE O ORGANIZADOR

RÉGIS PUPPIM - Bacharel em Design de Moda pela Universidade Federal de Goiás (UFG/2010); Especialista em Design Estratégico pelo *Istituto Europeo di Design* (IED/2012); Mestre em Arte e Cultura Visual pela Universidade Federal de Goiás (UFG/2014); E doutorando em Engenharia Têxtil pela Universidade do Minho/Portugal (UMinho/2017-2021). Professor de Ensino Básico, Técnico e Tecnológico (EBTT) do quadro efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás (IFG) desde 2013, na área de Moda e Design, tendo atuado como Coordenador do Curso Técnico em Modelagem do Vestuário (modalidade de Educação de Jovens e Adultos) de 2014 a 2016; foi Professor de nível superior no Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB), nos cursos de Design de Moda, Design Gráfico e Arquitetura e Urbanismo, de 2012 a 2013; Professor convidado em Pós-Graduações nas áreas de Moda na Estácio de Sá (Goiânia/GO) e Uniderp-Anhanguera (Campo Grande/MS); Professor colaborador no Mestrado de Design e Marketing de Moda da Universidade do Minho/Portugal (UMinho) em 2019. Atuou como Consultor e Designer no Projeto Talentos do Brasil, em 2011 e 2012, produzindo material gráfico e de comunicação, bem como estilista da Coleção Flores (2011), em equipe com Ronaldo Fraga, Teresa Santos, Jum Nakao, Melk Zda, Renato Loureiro, Mary Design, entre outros. Também foi Consultor e Designer das coleções de Moda e Reciclagem (2011, 2012 e 2013) do Centro Mineiro de Referência em Resíduos (CMRR), tendo apresentado os resultados das Coleções, dentre outros eventos, no Natal da Presidenta com os Catadores (2011) com a presença da então Presidenta Dilma Rousseff, com ampla divulgação na mídia. Além disso, é consultor e designer freelancer na área de Moda, com enfoque na Sustentabilidade. É pesquisador, palestrante e escritor nas áreas de Moda & Sustentabilidade, Modelagem do Vestuário, Ensino na área de Moda, História da Indumentária Asteca e Maia, além de Moda & Games. Foi Conselheiro Titular no Conselho Nacional de Políticas para a Cultura (CNPQ) no setorial de Moda, eleito pelo estado de Goiás, para o período de 2015 a 2018. Fez o Curso de Formação de Professores no Reino Unido, promovido pelo Governo Brasileiro em parceria com a Embaixada Britânica no Brasil e o Governo do Reino Unido, sendo escolhido o representante da área de Moda de toda a Rede Federal de Ensino (2016). É líder do grupo de Docentes da área de Moda da Rede Federal de Ensino. Foi premiado com Menção Honrosa no *International Design Awards – IDA Awards* no ano de 2019 na categoria *Textiles and Materials*, e premiado como semifinalista no *Green Concept Award* no ano de 2021, na categoria *Concept – Circular Materials*, frutos da proposta de investigação do doutoramento.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Ambiental 5, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 12, 49, 55, 76, 83, 94, 103, 104, 110

Arte 5, 15, 26, 29, 33, 34, 48, 60, 61, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 115

C

Coletividade 6, 4, 20, 55, 78, 79

Coletivo 79

Conceito 2, 4, 5, 11, 12, 26, 63, 65, 77, 91, 94, 96, 97, 98, 108

Consumo 4, 5, 6, 9, 23, 27, 48, 51, 54, 55, 56, 57, 61, 63, 68, 69, 71, 81, 93, 94, 96, 100, 103, 105, 109, 113

Cultura 2, 7, 10, 12, 20, 22, 26, 48, 61, 64, 67, 69, 72, 74, 80, 83, 84, 93, 100, 109, 115

D

Desenho Industrial 5, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17

Desenvolvimento 1, 4, 1, 2, 4, 5, 6, 8, 12, 17, 20, 25, 33, 38, 47, 49, 50, 57, 58, 60, 62, 64, 65, 66, 75, 78, 79, 80, 81, 83, 85, 86, 90, 97, 101, 103, 104, 105, 108, 110

Desenvolvimento Sustentável 1, 4, 1, 2, 4, 5, 6, 17, 47, 49, 58, 80, 103, 104, 110

Design 1, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 25, 26, 27, 28, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 58, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 83, 84, 92, 98, 100, 104, 107, 113, 115

Design de Moda 6, 48, 58, 66, 68, 72, 74, 75, 77, 115

Designer 10, 11, 12, 19, 27, 28, 30, 31, 32, 50, 57, 60, 61, 62, 63, 66, 67, 70, 73, 95, 115

Design Estratégico 48, 60, 63, 64, 78, 84, 104, 115

Design Gráfico 15, 19, 20, 27, 33, 115

Design Thinking 74, 75

E

Eco 49, 58, 109, 111

Ética 55, 58, 108, 109, 110, 113

F

Figurino 6, 74, 75, 77

Função 29, 30, 36, 64, 66, 76, 88

I

Inclusão 80, 81, 87, 91, 92, 94

Indústria 4, 2, 6, 8, 13, 25, 33, 37, 46, 51, 55, 56, 62, 69, 77, 85, 91, 93, 94, 97, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 113

Indústria 4.0 99, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 108

Inovação 12, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 71, 72, 77, 78, 80, 84, 98, 103, 113

L

Linguagem Visual 5, 19, 20, 33

Lipovetsky 55, 58, 61, 63, 64, 72

Logística Reversa 35, 36, 37, 38, 43, 45

M

Marca 38, 39, 45, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 71, 72, 77, 96, 97, 98, 105, 107

Meio Ambiente 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 36, 47, 49, 50, 56, 75, 94, 97, 100, 103, 105, 106, 110

Mercado 3, 52, 57, 60, 62, 63, 64, 65, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 93, 96, 99, 105, 108, 109, 110, 112

Moda 5, 6, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 115

Moda Autoral 6, 78, 79, 80, 81, 82, 83

O

Orgânico 56, 110, 111

P

Pesquisa 4, 7, 12, 32, 48, 50, 53, 56, 60, 64, 65, 71, 75, 85, 86, 91, 92, 96, 99, 100, 101, 105, 106, 107, 112

Planejamento 4, 5, 6, 33, 34, 81, 92, 103, 105

Projeto 6, 4, 12, 25, 28, 29, 31, 32, 33, 50, 55, 58, 62, 63, 64, 65, 66, 71, 74, 78, 79, 80, 81, 83, 87, 92, 93, 101, 113, 115

Protótipo 65, 75, 104

R

Reaproveitamento 74, 77, 97, 98

Reciclagem 5, 35, 36, 37, 38, 44, 45, 51, 52, 55, 57, 94, 99, 104, 105, 115

S

Sustentabilidade 4, 5, 6, 1, 5, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 76, 77, 83, 84, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 103, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 115

Sustentável 1, 4, 6, 1, 2, 4, 5, 6, 17, 47, 49, 50, 51, 56, 58, 74, 77, 80, 81, 94, 96, 97, 98, 99, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113

U

Upcycling 6, 55, 74, 76, 77, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 111

Usabilidade 23, 25

Uso 1, 3, 6, 11, 20, 21, 23, 27, 28, 29, 32, 37, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 51, 55, 57, 61, 65, 67, 68, 69, 77, 81, 82, 85, 88, 89, 90, 93, 96, 98, 103, 104

V

Vestuário 6, 51, 57, 78, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 94, 95, 98, 111, 113, 115

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável



-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br

Design:

Contribuições significativas para o desenvolvimento sustentável

-  www.atenaeditora.com.br
-  contato@atenaeditora.com.br
-  [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
-  www.facebook.com/atenaeditora.com.br