**UNIVERSIDADE FEEVALE**

**BRUNA BONALUME**

**O LUXO SUSTENTÁVEL – ESTUDO DOS PROCESSOS SUSTENTÁVEIS APLICADOS A MARCAS DE LUXO**

**Novo Hamburgo**

**2012**

**SUMÁRIO**

**1. TEMA..............................................................................................................................3**

**2. JUSTIFICATIVA..........................................................................................................4**

**3. PROBLEMA DE PESQUISA......................................................................................5**

**4. HIPÓTESES...................................................................................................................6**

**5. OBJETIVOS...............................................................................................................,...7**

5.1. OBJETIVO GERAL....................................................................................................7

5.2. OBJETIVO ESPECÍFICO..........................................................................................7

**6. METODOLOGIA..........................................................................................................8**

**7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA...............................................................................9**

**8. SUMÁRIO PRÉVIO.....................................................................................................10**

**REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS.............................................................................12**

**1. TEMA**

Sustentabilidade aplicada a marcas de luxo.

**2. JUSTIFICATIVA**

Cada vez mais fala-se em sustentabilidade e claro que não apenas no setor de moda. Diversos outros setores das atividades humanas vem buscando meios de implementar a sustentabilidade em suas indústrias visando a preservação do meio ambiente. Alguns recursos naturais que foram utilizados durante séculos, tais como o petróleo, em diversos setores, estão acabando e isto está levando as empresas a buscarem outras alternativas de materiais e processos para o desenvolvimento de seus produtos. Dentre essas alternativas, pode-se citar algumas, como a utilização de fontes energéticas renováveis, o replantio de áreas degradadas, a utilização de menos, ou zero, de produtos químicos ou tóxicos na composição de produtos.

O setor de Moda de luxo é um setor muito representativo na economia mundial. Mesmo se tratando de um grupo mais seleto de consumidores o setor movimenta milhões de dólares por ano em todo o mundo. Sendo este, um setor tão valorizado pelos seus consumidores é de interesse da autora trazer para os mesmos, opções sustentáveis dos produtos consumidos por esse público, respeitando os conceitos de luxo que são utilizados para desenvolver os artigos procurados pelos consumidores.

**3. PROBLEMA DE PESQUISA**

Como inserir princípios de sustentabilidade em uma coleção de artigos de moda de luxo para o segmento festa feminino?

**4. HIPÓTESE**

Utilizando recursos adequados podemos obter matérias-primas e processos que podem ser aplicados tornando o produto final mais sustentável. Destaque para a diminuição de produtos químicos e tóxicos, desde o plantio de sementes como o algodão, até a lavagem, o tingimento, a coloração, a estampagem e outros processos de confecção e de reaproveitamento de tecidos que podem ser aplicados à moda de luxo tornando-a mais sustentável.

**5. OBJETIVOS**

5.1. OBJETIVO GERAL

Aplicar estratégias de sustentabilidade no desenvolvimento de uma coleção de luxo no segmento de moda festa.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudar conceitos de sustentabilidade e luxo e suas relações com a moda;

- Pesquisar estratégias de sustentabilidade para serem aplicadas ao segmento de vestuário de luxo;

- Criar uma marca de moda para o mercado de luxo e pesquisar possíveis concorrentes;

- Caracterizar o público alvo da marca;

- Desenvolver uma coleção de moda para a marca criada com aplicação das estratégias de sustentabilidade pesquisadas (TCC II).

**6. METODOLOGIA**

A pesquisa caracteriza-se como aplicada, segundo sua finalidade e descritiva quanto aos objetivos. Segundo Prodanov e Freitas (2009, p. 139/140) a pesquisa aplicada “procura produzir conhecimentos para aplicação prática dirigidos à solução de problemas específicos” e a pesquisa descritiva “expõe as características de uma determinada população ou fenômeno, demandando técnicas padronizadas de coleta de dados”.

Visando obter respostas para o problema de pesquisa, serão coletados dados por meio de pesquisas bibliográficas que tratem dos assuntos pertinentes, juntamente com uma pesquisa de campo com a realização de entrevista com estilistas do segmento na cidade de Porto Alegre e região metropolitana escolhidos por acessibilidade.

A análise dos dados será de abordagem qualitativa.

**7. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para o desenvolvimento deste projeto será realizado um aprofundamento teórico, através de livros, artigos, documentos e outros que tratem sobre sustentabilidade, mercado e consumidores de luxo e também informações sobre a criação de marcas e caracterização de público-alvo.

**8. SUMÁRIO COMENTADO**

Neste projeto planeja-se trabalhar com os seguintes capítulos:

**CAPÍTULO 1: SUSTENTABILIDADE E MODA DE LUXO**

Neste capítulo serão apresentados conceitos de sustentabilidade e luxo e respectivas relações com artigos de moda. Também serão abordados aspectos referentes a sustentabilidade, meio ambiente, mercado de luxo e sua representatividade no contexto econômico mundial. A construção deste capítulo será feita por meio de pesquisa bibliográfica.

**CAPÍTULO 2: ESTRATÉGIAS PARA O DESENOLVIMENTO DE PRODUTOS SUSTENTÁVEIS**

Este capítulo aborda as possibilidades de intervenção no projeto de produtos para torná-los mais sustentáveis de acordo com as fontes bibliográficas pesquisadas. Abrange o conceito de ciclo de vida do produto.

As possibilidades específicas para produtos de moda serão discutidas por meio da análise dos dados coletados na pesquisa de campo, que posteriormente, de acordo com as possibilidades de execução, serão transpostos para a coleção que será desenvolvida no TCCII.

**CAPÍTULO 3: ESTUDO DOS PROCESSOS DE CRIAÇÃO DE UMA MARCA**

Este capítulo apresenta a criação da marca própria, princípios, identidade visual, análise de concorrentes e caracterização de seu público alvo. As fontes de pesquisa para sua elaboração serão bibliográficas e também a análise da pesquisa de campo.

**CAPÍTULO 4: DESENVOLVENDO UMA COLEÇÃO DE MODA**

Este capítulo será desenvolvido no TCCII e abrange a fundamentação teórica e aplicação prática de todas as etapas da metodologia para o desenvolvimento de uma coleção de moda vestuário.

**11. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS INICIAIS**

BAXTER, Mike. **Projetos de produtos:** guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. Blucher. 2011.

CHATAIGNIER, Gilda. **Fio a fio:** tecidos, moda e linguagem. 1. ed. São Paulo: Estação das letras. 2006.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design:** manual do estilista. São Paulo, SP: Cosac Naify, 2005.

KAZAZIAN, Thierry (Org.). **Design e desenvolvimento sustentável:** haverá a idade das coisas leves. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2005.

LEE, Matilda. **ECO CHIC:** O guia de moda ética para a consumidora consciente. 1. ed. São Paulo: Larousse. 2009.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno:** Da idade do sagrado ao tempo das marcas. 1. ed. 4. reimp. São Paulo: Companhia das letras. 2005.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis:** os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

PELTIER, Fabrice; SAPORTA, Henri. **Design sustentável:** caminhos virtuosos. São Paulo, SP: SENAC São Paulo, 2009.

PRODANOV, Cleber C; FREITAS, Ernani C. de. **Metodologia do Trabalho Científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. Novo Hamburgo: Feevale, 2009.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção:** Coleção fundamentos de design de moda – 04. São Paulo, SP: Bookman, 2009.

RIGUEIRAL, Carlota; RIGUEIRAL, Flávio. **Design & moda:** como agregar valor e diferenciar sua confecção. São Paulo, SP: Instituto de Pesquisas Tecnológicas, Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2002.

SCHULTE Neide Köhler; LOPES. Luciana. **Sustentabilidade ambiental:** um desafio para a moda. In: Modapalavra e-periódico. ano 1, n.2, ago-dez 2008, pp. 30 – 42. Disponível em: <http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/sustentabilidade\_ambiental-

neide\_e\_luciana.pdf > Acesso em março de 2012.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e Design:** Coleção fundamentos de design de moda. São Paulo, SP: Bookman, 2009.

SILVA, Júlio A. OLIVEIRA, Alfredo J. **Expectativas dos designers brasileiros para ferramentas de ecodesign.** Anais do 8º. Congresso Brasileiro de Pesquisas e Desenvolvimento em Design. São Paulo, SP, 2008. Disponível em: http://www.modavestuario.com/438ferramentasdeecodesign.pdf Acesso em março de 2012

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de Moda.** São Paulo, SP: Bookman.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. Brusque: Ed. do Autor, 2003.

WOLTZ. Ana Maria A. **Moda e sustentabilidade:** Uma aproximação necessária. In: CIMADEVILA Antônio Carlos R. (Org.). Projeta-me: uma retrospectiva. Novo Hamburgo: Feevale, 2008. P.131-138.

WOLTZ, Ana Maria Argenton; PIRES, Dorotéia Baduy. **A ecoeficiência no ciclo de vida do vestuário dos adolescentes:** critérios aplicáveis à fase de uso. Novo Hamburgo, RS, 4., 2008, Novo Hamburgo, RS.