



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM *DESIGN* DE MODA

**SUSTENTABILIDADE E ROUPAS TRANSFORMÁVEIS:
UMA ALTERNATIVA POSSÍVEL PARA O GUARDA-ROUPAS
DO FUTURO**

Margeli Chitolina

Lajeado/RS, junho 2021

Margeli Chitolina

**SUSTENTABILIDADE E ROUPAS TRANSFORMÁVEIS:
UMA ALTERNATIVA POSSÍVEL PARA O GUARDA-ROUPAS
DO FUTURO**

Artigo acadêmico apresentado no componente Trabalho de Conclusão do Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda, da Universidade do Vale do Taquari – Univates, como parte da exigência para a obtenção do título de Tecnóloga em *Design* de Moda.

Orientador: Prof. Me. Cristian Leandro Metz

Lajeado/RS, junho de 2021

SUSTENTABILIDADE E ROUPAS TRANSFORMÁVEIS: UMA ALTERNATIVA POSSÍVEL PARA O GUARDA-ROUPAS DO FUTURO

SUSTAINABILITY AND TRANSFORMABLE CLOTHING: A POSSIBLE ALTERNATIVE FOR THE WARDROBE OF THE FUTURE

Margeli Chitolina¹
Cristian Leandro Metz²

Resumo: Este trabalho aborda o tema da moda no futuro e sustentabilidade, delimitado no contexto da pesquisa e desenvolvimento de peças transformáveis como alternativa de sustentabilidade no consumo de moda, sintetizado no problema de pesquisa: qual a influência (impacto) das roupas transformáveis em uma possível melhoria na qualidade do consumo de moda na contemporaneidade? O objetivo geral da pesquisa é analisar o impacto das roupas transformáveis no consumo de moda sustentável. O trabalho tem natureza aplicada, porque trata da aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em uma situação real, no caso, o desenvolvimento de uma coleção de moda relacionada com a sustentabilidade. O método escolhido é o dialético, por considerar aspectos sociais, econômicos, culturais e estéticos, que não podem ser compreendidos isoladamente e o estudo define-se como exploratório, já que a coleção desenvolvida configura-se como um experimento/exploração de alternativas para o problema da sustentabilidade na moda. O procedimento adotado é o bibliográfico/documental e, como resultado, além da discussão derivada da pesquisa, apresenta-se a proposta de uma coleção cápsula de roupas transformáveis.

Palavras-chave: Moda. Roupas Transformáveis. Sustentabilidade. Westworld.

Abstract: This work addresses the theme of fashion in the future and sustainability, delimited in the context of research and development of transformable garments as a sustainability alternative in fashion consumption, synthesized in the research problem: what is the influence (impact) of transformable clothes in a possible improvement in the quality of fashion consumption in contemporaneity? The general research objective is to analyze the impact of transformable clothes in sustainable fashion consumption. The work has an applied nature, because it deals with the practical application of the acquired knowledge in a real situation, in this case, the development of a fashion collection related to sustainability. The chosen method is the dialectic, for considering social, economic, cultural and aesthetic aspects, which cannot be understood in isolation, and the study is defined as exploratory, since even the developed collection is an experiment/exploration of alternatives to the problem

¹ Estudante do Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda da Universidade do Vale do Taquari - Univates. margeli.chitolina@universo.univates.br

² Doutorando em Diversidade Cultural e Inclusão Social e mestre em Processos e Manifestações Culturais pela Universidade Feevale e graduado em Moda pela mesma universidade. Professor do Curso Superior de Tecnologia em *Design* de Moda da Universidade do Vale do Taquari - Univates e orientador do trabalho da estudante Margeli Chitolina. cristian.metz@univates.br

of sustainability in fashion. The procedure adopted is the bibliographic/documentary. As a result, besides the discussion derived from the research, it is presented the proposal of a capsule collection of transformable clothes.

Keywords: Fashion. Transformable Clothing. Sustainability. Westworld.

1 INTRODUÇÃO

Desde o seu surgimento, a moda sempre esteve relacionada ao consumo, como algo que incentiva as pessoas a adquirirem sempre mais para acompanhar as tendências. No entanto, contemporaneamente, observam-se diversos movimentos voltados a questionar este aspecto consumista e buscam por alternativas sustentáveis para minimizar os impactos negativos gerados pela indústria da moda. Dentre esses movimentos pode-se citar o *fair trade*, o *upcycling* e as roupas transformáveis, tendências sustentáveis de moda que podem contribuir para um futuro melhor, ainda imprevisível, mas que se faz presente no imaginário ficcional da literatura e do cinema, que busca antever o que está por vir aos olhos de hoje.

A moda, como campo de estudo que compila opiniões, gostos, modos de agir, viver e sentir coletivos, não deixa de fazer parte dessas tentativas de antecipar o futuro, seja com ideias mais caricatas – com roupas extravagantes e aplicação de tecidos brilhantes – ou com previsões mais verossímeis, que trazem uma possível evolução natural da moda que temos hoje.

A partir dessa problematização, este trabalho aborda o tema da sustentabilidade e da moda no futuro, delimitado no contexto da pesquisa e desenvolvimento de peças transformáveis como alternativa de consumo consciente de moda, sintetizado no problema de pesquisa que propõe pensar a influência das roupas transformáveis em uma possível melhoria na qualidade do consumo de moda na contemporaneidade.

O objetivo geral da pesquisa é analisar o impacto das roupas transformáveis no consumo de moda sustentável. Para dar conta deste objetivo geral, este trabalho tem como objetivos específicos: investigar as tendências de *design* de moda voltadas à sustentabilidade; comparar a moda tradicional com a proposta das roupas transformáveis; e analisar o estilo das roupas e cenários da série televisiva *Westworld* (2020) como inspiração para o desenvolvimento de uma coleção de moda em formato cápsula com roupas transformáveis.

A pesquisa se justifica pela relevância do tema sustentabilidade no contexto da indústria da moda, cada vez mais questionada por práticas pouco sustentáveis como o *fast fashion*, ou moda rápida, em tradução literal. No contexto atual da produção de moda, qual a motivação para construir uma nova marca, sendo que há tantos problemas na cadeia produtiva e no próprio sistema de consumo? São questões como essa que justificam o trabalho como um artigo de conclusão de curso de graduação, porque estas dúvidas e inquietações fazem parte do sentimento da autora deste trabalho e, provavelmente, de mais estudantes que se preparam para ingressar no mercado de trabalho.

Nesse sentido, a escolha da moda transformável como tema justifica-se por esta ser uma alternativa possível para a sociedade num futuro próximo, já que baseia-se em peças dotadas de praticidade e conforto ao mudar de forma facilmente, proporcionando economia e durabilidade, com menos roupas e mais variações nas peças.

O trabalho tem natureza aplicada, porque trata da aplicação prática dos conhecimentos adquiridos em uma situação real, no caso, o desenvolvimento de uma coleção de moda relacionada com a sustentabilidade. O método escolhido é o dialético, por considerar aspectos sociais, econômicos, culturais e estéticos, que não podem ser compreendidos isoladamente (PRODANOV; FREITAS, 2013). Já o estudo define-se como exploratório, já que aqui o objetivo é aprimorar ideias e descobrir intuições para a coleção a ser desenvolvida (GIL, 2002), como um experimento que explora alternativas para o problema da sustentabilidade na moda. O procedimento adotado para o levantamento dos dados é o bibliográfico/documental, porque se baseia tanto em livros e artigos, quanto em materiais que ainda não receberam tratamento analítico (GIL, 2002).

O texto é estruturado em quatro capítulos, sendo que o primeiro trata do tema sustentabilidade, inicialmente de forma ampla, até chegar na indústria da moda, a partir dos autores Manzini e Vezzoli (2008), Berlim (2012), Sabrá (2016), Salcedo (2014) e Fletcher e Grose (2011). O segundo capítulo fala especificamente das roupas transformáveis, exemplos e características, com referências ao trabalho de Fletcher e Grose (2011), Machado (2011), Salcedo (2014) e Norman (2008) seguido de um capítulo no qual são abordados aspectos da moda do futuro sob os olhos do presente, com referência a aspectos contemporâneos da cultura e do cinema. Por fim, no último capítulo, apresenta-se a proposta da coleção cápsula com roupas

transformáveis, considerando as orientações de Treptow (2007) que abordam as etapas projetuais para o desenvolvimento de uma coleção de moda.

2 A INDÚSTRIA DA MODA E O DILEMA DA SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade é o primeiro dos novos valores universais que nos propõe o valor da responsabilidade nos confrontos futuros e, por consequência, o objetivo de não prejudicar os equilíbrios ambientais em que se baseia nossa vida e a esperança de vida no futuro (MANZINI E VEZZOLI, 2008). Segundo Salcedo (2014), a conscientização de estarmos habitando um planeta com finitos recursos traz consigo o início de um período de transição, no qual a busca por outros modelos de desenvolvimento e de possíveis paradigmas onde possamos evoluir, inserem-se naquilo que chamamos de sustentabilidade. A autora afirma ainda que é necessário abraçar o que chama de período de transição rumo à sustentabilidade:

Esse processo de mudança implica desaprender muitos dos valores que caracterizam o modelo de vida capitalista (competição, velocidade, crescimento obrigatório, desconfiança, acúmulo de bens, satisfação imediata, etc.). A mudança é um convite a aprender daqueles que aos poucos vêm dando forma a um novo paradigma (transparência, colaboração, lentidão, visão de longo prazo, tamanho ótimo, valor compartilhado, enfoque circular...) (SALCEDO, 2014, p. 125).

Esse período de transição mencionado por Salcedo (2014) já é visível, atualmente, no comportamento de algumas empresas. Manzini e Vezzoli (2008) complementam apontando que a escolha em direção à sustentabilidade busca alcançar como objetivo uma drástica redução do consumo e, conseqüentemente, manutenção ou até mesmo o aumento do bem-estar social³. A discussão sobre sustentabilidade também entra na pauta corporativa por existirem pressões relacionadas com políticas ambientais, que forcem as empresas a se prepararem para não estar em desvantagem no futuro em relação à concorrência (MANZINI E VEZZOLI, 2008). No entanto, Salcedo (2014) aponta que a principal motivação para práticas mais sustentáveis da manufatura está deixando de ser uma obrigação motivada por leis ou restrições externas, mas passando a ser uma alternativa que as empresas buscam no sentido de alcançar mais eficiência e maior competitividade.

³ Segundo Cruz (2018, informação digital) o estado de bem-estar social é um modelo social, político e econômico que garante a todos os cidadãos, independentemente da idade ou classe social, a garantia de padrões mínimos de saúde, educação, habitação e seguridade social.

Por estarmos em uma era de reposicionamento em relação ao meio ambiente e das futuras gerações, Berlim (2012, p. 14) afirma que “é preciso refletir sobre como nos vestimos, o que compramos, como compramos, por que compramos e que diálogo estamos travando com a natureza e com o próximo por meio da moda”, o que nos faz refletir sobre nossos anseios e nossa trajetória. Com um possível novo modelo de capitalismo e, por consequência, novos modelos de produção e consumo, poderão surgir novas propostas e soluções advindas de crises atuais e futuras, desencadeando grandes desafios para as novas gerações (BERLIM, 2012). Nesse sentido, é importante entender que o desejo de consumir não está no objeto, mas nos aspectos sociais que influenciam o consumo. Sabrá (2016) complementa que o desejo de consumir não é algo inato ou natural da biologia dos seres humanos, mas algo "implantado socialmente para levar a consumir objetos que estão 'na moda'" (SABRA, 2016, p. 71), o que nos leva a acreditar que a moda pode ser considerada um efeito do consumo produzido pelo sistema capitalista. Nos últimos séculos, ganhos e danos foram gerados à humanidade pelo desenvolvimento industrial, causando também um grande impacto no planeta ao que Berlim (2012, p. 17) nos traz a reflexão:

Dos danos causados precisamos considerar a degradação do ambiente natural, a perda de biodiversidade, as mudanças climáticas, o aumento do efeito estufa, a chuva ácida, a deterioração dos solos, o desperdício e uso leviano dos recursos naturais, o crescimento excessivo do lixo e, em especial, a fome e a miséria. Em nome do crescimento econômico, sacrificam-se o meio ambiente e a dignidade de boa parte da sociedade e, dessa forma, a viabilidade futura da vida da humanidade.

No contexto da moda e do *design* de produtos como um todo, existe um pensamento construído sobre o conceito de que é economicamente interessante que sejam criados produtos já datados para "morrer". Este conceito, chamado de obsolescência programada, condiciona o ato de criação de produtos a projetar também o seu ciclo de vida (SABRÁ, 2016), mesmo que eles possam, efetivamente, durar mais. Von Huntz (2019) elucida muito bem esse pensamento quando fala das lâmpadas incandescentes, que já possuíam tecnologia para maior duração desde a sua criação, citando como exemplo a primeira lâmpada desenvolvida que ainda permanece acesa. Nesse caso, a obsolescência programada incentiva a indústria a comercializar lâmpadas com filamentos de menor durabilidade para incentivar a

troca e o consumo. “O acúmulo de produtos de moda é uma das características da sociedade atual, e o tempo do uso do produto e de seu descarte também está atrelado às datas das coleções, predeterminadas pela indústria e/ou pelo comércio” (SABRÁ, 2016, p. 127). Nesse sentido, a sociedade se condicionou ao consumo de artefatos frívolos, sem nem sempre questionar se o objeto em questão é realmente necessário para nossas demandas de uso (SABRÁ, 2016). Trata-se de uma busca incessante por oferta de novidades "a um usuário que, muitas vezes, não foi comunicado sobre esta necessidade de utilizar o 'novo' objeto para estar inserido na modernidade" (SABRÁ, 2016, p. 118).

Com roupas cada vez mais baratas, seguindo modas mais rápidas e que são produzidas e vendidas em maior quantidade, nosso sistema de moda atual corresponde a algo que convencionou-se chamar de *fast fashion*, ou a moda rápida, conforme coloca Salcedo (2014). Ao aumentar o ritmo das atividades de moda e conseqüentemente fazer crescer o volume de roupas que são produzidas e consumidas, ainda que seja economicamente positivo, há invariavelmente impactos sociais e ambientais, como apontam Fletcher e Grose (2011, p. 124):

(...) aumentar a frequência de renovação dos estoques nas lojas (por exemplo, introduzindo várias minicoleções em cada temporada) explora o desejo do consumidor por novidades e leva ao aumento nas vendas. Embora o efeito econômico desejado de tal velocidade seja promover o crescimento do negócio, a consequência inevitável é aumento na demanda por recursos materiais e mão de obra, ditado por uma produção de mercadorias cada vez maior. O impacto dessa dinâmica sobre os ecossistemas e os trabalhadores está no cerne do desafio da sustentabilidade para a moda.

Segundo Valadares (2020), por estarmos pensando mais sobre o consumo e os impactos gerados pela indústria da moda, essa reflexão gerou a macrotendência da economia colaborativa, que abriu novos mercados e revolucionou outros meios como o de transporte, entrega e hospedagem. Com isso, abriu-se espaço para questionamentos sobre a estrutura de trabalho e suas regulamentações, sendo essa uma linha tênue no que se refere a direitos trabalhistas, e que exige cuidado para que o bem-estar de todos envolvidos nesse novo sistema seja garantido a longo prazo. De acordo com a OIT (Organização Internacional do Trabalho), no mundo existem cerca de 21 milhões de pessoas em condições de trabalho análogo à escravidão e a falta de fiscalização na produção da indústria da moda (mas não

somente nela) facilita para que as leis sejam dribladas, fazendo com que esse seja o segundo setor que mais explora trabalho forçado no mundo (VALADARES, 2020).

Em contraponto a esses aspectos, Fletcher e Grose (2011) salientam sobre a importância de adotar a visão abrangente do ciclo de produção e consumo que reflete em um modo de pensar que se relaciona com cada fase de um sistema – nesse caso, o sistema da indústria da moda – reconhecendo que para alcançar a sustentabilidade continuada, todo ciclo da moda deve ter melhorias, não apenas em algumas fases. “A terminologia que usamos para descrever a visão completa ou cíclica dos fluxos de recursos associados à criação, uso, descarte e reutilização de produtos de moda foi em grande parte emprestada da ecologia” (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 11).

As autoras completam ainda que as ideias de sustentabilidade trazem para a moda uma forma diferente de pensar o mundo em que os negócios operam e como praticamos *design*, transcendendo a visão de como os recursos fluem pela cadeia de fornecimento, às vezes descrita como uma atividade de extração, produção e descarte. Em contrapartida, a ideia sustentável está baseada na reciprocidade e complexidade, na compreensão profunda de padrões, redes, equilíbrios e ciclos que estão em jogo no sistema da moda (FLETCHER E GROSE, 2011). Desta forma, a proposição do desenvolvimento do *design* para a sustentabilidade se traduz na promoção de um sistema produtivo capaz de "responder à procura social de bem-estar utilizando uma quantidade de recursos ambientais drasticamente inferior aos níveis atualmente praticados" (MANZINI E VEZZOLI, 2008, p. 23), o que se torna um desafio complexo para uma indústria como a da moda, concebida a partir da constante oferta do novo e da efemeridade.

Contemporaneamente, é possível observar o surgimento de alguns movimentos na indústria e na cultura do consumo de moda que nascem de um pensamento mais ecologicamente correto. Um desses movimentos é o chamado *comércio justo* (ou *fair trade*) que "contribui para o desenvolvimento sustentável ao proporcionar melhores condições de troca e a garantia dos direitos para produtores e trabalhadores marginalizados" (SEBRAE, 2013, acesso digital). Apresentado como "alternativa concreta e viável frente ao sistema tradicional de comércio", o *fair trade* tem um sistema de certificações no qual as empresas licenciadas têm o direito de usar o selo FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), conforme disponibilizado no *site* do Sebrae (2013).

Também em busca de uma moda mais sustentável, outro movimento que surge nesse contexto é o *upcycling*. Diferentemente do *fair trade*, que propõe uma linha de produção mais justa e sustentável, mas ainda considera a produção de novos bens e produtos para consumo a partir de matéria-prima pura, o *upcycling* prevê o aproveitamento de resíduos têxteis que seriam normalmente descartados para a produção de novos produtos, com o mínimo de impacto, com baixa ou nenhuma utilização de matérias-primas não recicladas (BERLIM, 2012).

Diferentemente do processo de reciclagem, em que se usa energia (seja de qualquer fonte) para destruir o produto e transformá-lo em matéria-prima para algo novo, o *upcycling* transforma produtos inúteis e descartáveis em novos materiais ou peças de maior valor, uso ou qualidade. O *upcycling* se fundamenta no uso de materiais cujas vidas úteis estejam no fim, por obsolescência real ou percebida na forma, função ou materialidade, valendo-se deles para a criação de outros (BERLIM, 2012, p. 137).

O *upcycling* é um movimento que se conecta ao *slow fashion* e ao ressurgimento dos brechós, à medida que determinadas estéticas como o retrô e o *vintage* voltam a ser apreciadas como modelo de consumo (BERLIM, 2012).

Conforme apontam Manzini e Vezzoli (2008, p. 19) "a conscientização acerca do problema ambiental levou à discussão e à reorientação de novos comportamentos sociais, isto é, da procura por produtos e serviços que motivem a existência de tais processos e, conseqüentemente, desses produtos". Nesse contexto, "influenciar o sistema dominante na moda é um dos maiores desafios para a sustentabilidade, e também um dos seus maiores potenciais. A moda afeta a vida de quase todos, todos os dias, e pode ser um veículo eficaz para mudar intenções, atitudes e comportamentos" (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 122). É nesse sentido que há um outro movimento a se considerar e que consiste no objeto de pesquisa deste trabalho: o desenho de peças transformáveis. Conforme coloca Salcedo (2014, p. 48) "desenhar peças modificáveis ou personalizáveis ajuda a solucionar problemas com a variação das tendências de moda ou as mudanças corporais, possibilitando, dessa forma, que o produto tenha vida útil maior".

Ainda que não seja um tema inteiramente direcionado a um movimento novo, ao observar o contexto da sustentabilidade, o uso de roupas transformáveis pode reduzir o número de peças de um guarda-roupa e, conseqüentemente, o consumo.

O desafio está justamente em buscar um novo direcionamento para a moda que possibilite compreender as roupas transformáveis como um objeto de consumo,

porém, de consumo consciente. Conforme as palavras de Salcedo (2014, p.30), "a indústria da moda precisa de um novo direcionamento, caso esteja realmente interessada em reduzir seu impacto social e ambiental". Em outras palavras, será necessário mudar para conseguir sobreviver "em um planeta de recursos finitos com uma população em crescimento exponencial" (SALCEDO, 2014, p. 30).

Desta forma, este trabalho parte do pressuposto que "a conscientização acerca do problema ambiental levou à procura por produtos e serviços que motivem a existência de tais processos e, conseqüentemente, desses produtos (o tema do consumo limpo)" (MANZINI E VEZZOLI, 2008, p. 19), considerando a moda transformável como um dos aspectos desses produtos, como será discutido a partir de exemplos contemporâneos no capítulo a seguir.

3 MODA TRANSFORMÁVEL E TRANSFORMAÇÃO DOS HÁBITOS DE CONSUMO

As formas de pensar que dão origem às regras e metas dos modelos de negócios que hoje definem o setor da moda ocasionam, silenciosamente, o modo atual de *fazer as coisas*. Para muitos que defendem a sustentabilidade, a raiz do problema da insustentabilidade é exatamente esse modo de fazer. Sem analisar estruturas, motivações e práticas de negócio, "a busca de qualidade social e ambiental continuará superficial e nunca passará a um ponto de florescimento (isto é, de sustentabilidade) para os sistemas humanos e não humanos" (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 75).

De outro lado, a intensidade e a rapidez na vida contemporânea exigem a capacidade de adaptação em quase tudo que envolve o cotidiano das pessoas e o vestuário é um exemplo de como há necessidade de versatilidade nas peças de roupa, que devem atender a diversas situações, pois o indivíduo tem pouca frequência de troca da vestimenta no seu dia a dia (MACHADO, 2011). Para Salcedo (2014) uma indústria mais sustentável no contexto da moda deve buscar alternativas de produção de vestuário que promovam um maior compromisso entre os usuários e as roupas, "de tal maneira que a vida da peça seja maior, ameaçando, assim, sua obsolescência programada" (SALCEDO, 2014, p. 41).

O verdadeiro desafio é repensar e redefinir a forma de desenhar, produzir, distribuir e utilizar as peças, o que deve ter início já na fase de concepção

da mesma. A partir do momento em que o estilista incentiva a utilização de processos de produção mais sustentáveis e a mudança de comportamento por parte do consumidor no que se refere ao uso e ao consumo das peças, deixamos de falar de design sustentável e passamos a falar de design para a sustentabilidade (SALCEDO, 2014, p. 39).

Pensar um *design* mais sustentável na moda se relaciona, entre outras coisas, com o aumento da eficiência com que cada peça de roupa é usada, ou seja, obter maior rendimento dos insumos usados. Obviamente, aproveitar mais da mesma peça gera um trabalho maior para a indústria, que interrompe ciclos de aquisição e descarte, desacelera o consumo e desafia os modelos vigentes que dependem do ciclo de produção e venda, além de se beneficiar da economia de grande escala. Para as indústrias e grandes corporações o processo de adaptação é lento e penoso, o que acaba por inibir a mudança. Esta incapacidade de adaptação da indústria é um dos maiores motivos pelos quais a sustentabilidade na moda permanece estagnada (FLETCHER E GROSE, 2011). Pode-se dizer que a adaptabilidade do vestuário depende, então, de uma predisposição pela adaptabilidade também na indústria, mas não apenas. Trata-se de "um desafio não só para a indústria como também para os designers e os consumidores, transformando o modo como todos os envolvidos criam e vivenciam a moda" (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 76). Essa adaptabilidade exige um papel mais proativo dos usuários, no sentido de transformar as peças que usam, e também dos *designers* no sentido de uma mudança de foco, "da criação de uma peça acabada à criação de um trabalho em progresso, uma peça cambiante, crescente, em transformação" (FLETCHER E GROSE, 2011, p. 77).

Machado (2011) caracteriza o vestuário transformável como algo inserido no contexto do *design*, voltado a atender necessidades criadas por novos estilos de vida que são consequência das mudanças na sociedade e na cultura urbana. Citando a obra do autor Bradley Quinn, *Techno Fashion*, de 2002, Machado aponta duas características essenciais para que uma peça possa ser considerada transformável:

A primeira característica consiste em que o design da peça deve possuir pelo menos uma outra possibilidade de construção. Estas opções só devem ser obtidas através de componentes especialmente desenhados para a roupa em questão. A segunda característica refere-se à possibilidade de, depois de transformada, a peça poder voltar a ser convertida para sua forma original. Quando verificadas estas duas características estamos perante um design transformável (MACHADO, 2011, p. 10).

No mercado podemos encontrar três formas diferentes de abordar o vestuário transformável: a primeira forma se refere à reorganização da superfície da peça, a segunda forma contempla as peças que possibilitam duas ou mais possibilidades de transformação e a última considera roupas que podem ser convertidas em objetos ou reconfiguradas em versões por meio de um sistema de módulos (SILVA E SOUZA, 2017). Considerando o mercado nacional, observa-se uma predominância do segundo modelo – peças que possibilitam transformação – e é possível destacar no universo das roupas transformáveis o trabalho da estilista e empreendedora gaúcha Duda Cambeses Souza para a marca Nuz (OSSANES, 2019). Conforme informações disponíveis no site da confecção (NUZ, 2020, acesso digital), "a marca trabalha com uma coleção-base contínua, atemporal, confortável e múltipla – a mesma peça se desdobra em várias com seu potencial de transformação nas diferentes formas de utilização" (FIGURA 1).

Figura 1 - Peças transformáveis da marca Nuz



Fonte: Ossanes (2019, acesso digital).

Outro exemplo é a marca Ominimo, do *designer* Rafael Korbes. A Ominimo vende vestidos, macacões e blusas (FIGURA 2) com características transformáveis, conforme a ocasião de uso. O *design* das peças é minimalista e conta com

pequenos botões em algumas peças, que auxiliam no processo de transformação. A produção da Ominimo é realizada em Porto Alegre/RS e o objetivo dos produtos é otimizar seu ciclo de vida, possibilitando que as pessoas utilizem suas roupas pelo maior tempo possível, durante todas as fases do ano (CUNHA, 2016).

Figura 2 - Peças transformáveis da marca Ominimo



Fonte: Cunha (2016, acesso digital).

Ainda que no Brasil os exemplos sejam poucos – sem que fosse possível encontrar outros exemplos significativos além das marcas citadas durante a pesquisa – no exterior o mercado aparenta ser mais consolidado, com destaque para a marca Flávia La Roca (Itália) e Jolier (Finlândia). A Jolier aposta no mesmo modelo de roupas transformáveis das já citadas marcas brasileiras, nas quais as peças apresentam possibilidades de transformação em si mesmas, sem o uso de módulos ou acessórios (CUNHA, 2016). Criada pela *designer* Sveta Planman em 2008 com o objetivo de aliar sustentabilidade, transformabilidade e alta-moda em peças que se destacam pela elegância, a marca tem como conceito-chave as roupas dois-em-um, que são transformáveis ou reversíveis (FIGURA 3).

Já as roupas de Flávia La Rocca apresentadas na Figura 4 são dotadas de "faixas elásticas e partes removíveis por zíperes escondidos que possibilitam criar diferentes peças de vestuário que podem ser misturadas entre si" (CUNHA, 2016, acesso digital). Esta é a terceira abordagem de roupas transformáveis mencionada por Silva e Souza (2017, p. 3), nas quais "a transformação pode ocorrer por meio de zíperes, colchetes, velcros ou outro tipo de fixação das partes da roupa".

Figura 3 - Peças transformáveis da marca Jolier



Fonte: Cunha (2016, acesso digital).

Figura 4 - Peças transformáveis da estilista Flavia La Rocca



Fonte: Cunha (2016, acesso digital).

Apesar de todas as marcas analisadas apresentarem peças bastante práticas, com bons caimentos e também cuidado estético, não tratam-se de marcas muito conhecidas e, possivelmente, não tão disponíveis aos consumidores quanto outras marcas que apostam em roupas não transformáveis, que são mais comuns e,

consequentemente, de maior aceitação junto ao público que está habituado a determinados padrões de consumo e comportamento.

Uma possibilidade para compreender a não popularização deste tipo de roupa é a abordagem do *Design Emocional* de Donald Norman. O autor apresenta três níveis estruturais do cérebro humano para assimilação de informações. O primeiro nível é o *visceral*, que é automático, veloz e faz julgamentos rápidos do que é bom ou ruim, seguro ou perigoso. Em relação ao consumo, este é o nível que faz as pessoas desejarem um determinado produto por impulso. O segundo nível é chamado *comportamental*, representado pelos processos cerebrais que controlam o comportamento cotidiano e o uso das coisas.

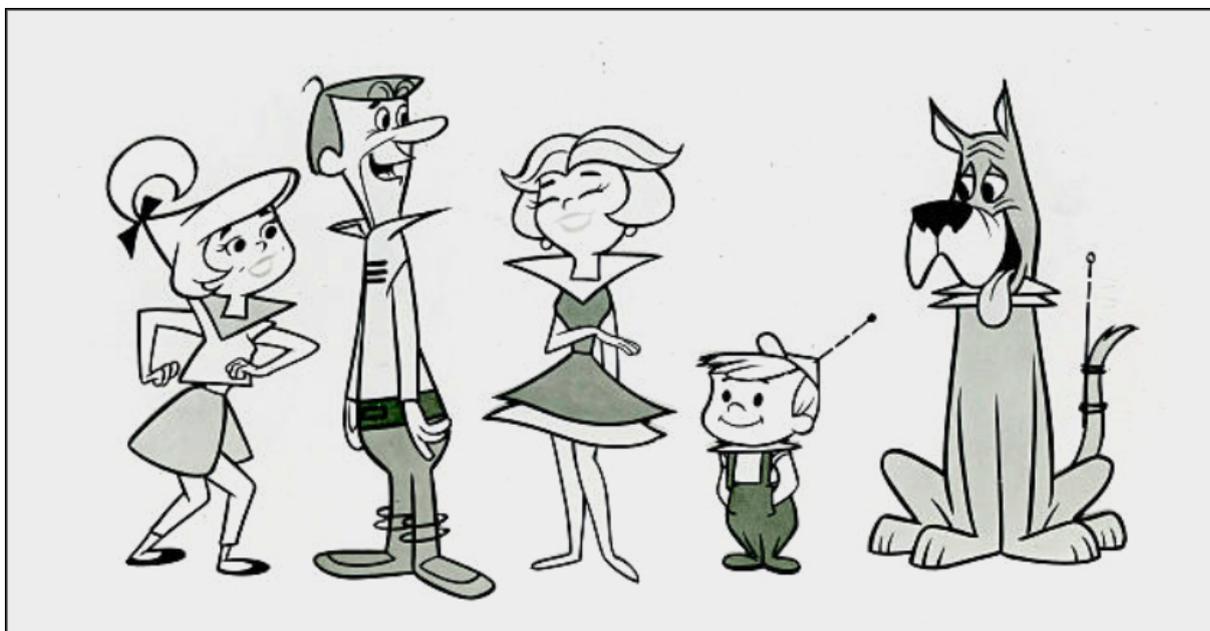
Já o terceiro nível é chamado de *reflexivo*, que se refere à parte mais contemplativa do cérebro, se relaciona com a parte comportamental e tenta influenciá-la (NORMAN, 2008). Como as roupas transformáveis se conectam com a sustentabilidade e mudanças no comportamento de consumo, pode-se dizer que estão mais próximas dos níveis comportamental e reflexivo do *Design Emocional*, ou seja, dependem de uma reflexão das pessoas sobre os impactos do consumo de moda na sua vida e no meio ambiente. É um tipo diferente de consumo daquele das peças do *fast fashion*, que são vendidas em lojas de departamento sempre como as últimas novidades e, nesse caso, estão muito relacionadas com um consumo mais *visceral*.

Assim, é possível dizer que um dos maiores desafios das marcas e *designers* que desejam trabalhar com moda transformável é vencer a barreira do consumo visceral e atingir os consumidores não apenas nos níveis comportamental e reflexivo. Buscar algo que seja prático, sustentável e com o apelo necessário para se transformar em um objeto de desejo parece ser um caminho viável para o futuro da moda transformável.

4 UM OLHAR DO FUTURO PARA A MODA NO PRESENTE

De diferentes modos a ficção tentou prever como seria a moda do futuro; desde desenhos animados como os Jetsons (FIGURA 5) e comédias como De Volta Para o Futuro, até filmes que apresentam uma previsão distópica do que a sociedade pode se tornar, como em Blade Runner, o futuro é tema recorrente dos roteiros de cinema. Nesse contexto, o trabalho dos criadores precisa sempre ser inventivo e buscar antever a forma como as pessoas irão se vestir.

Figura 5 - Vestuário futurista da série Jetsons



Fonte: ABC Photo Archives/Getty Images (1962).

Há previsões mais caricatas, nas quais os personagens se vestem com roupas geométricas, metálicas ou de materiais plásticos, mas há também trabalhos de figurino que trazem possibilidades mais realistas do que seria a moda em um futuro não muito distante, como da série Westworld (2020), produzida pelo canal norte-americano HBO. Na série, ambientada após o ano 2058, uma empresa chamada Delos Inc cria uma espécie de parque temático ambientado no velho-oeste, no qual as pessoas que têm condições de pagar, podem vivenciar aventuras realistas, nas quais interagem com andróides dotados de inteligência artificial avançada (WESTWORLD, 2020).

Durante a primeira temporada da série, os capítulos ocorrem quase inteiramente dentro do parque com a temática do velho oeste e os figurinos são, necessariamente, de época. No entanto, à medida que a série avança, é apresentado o mundo fora do parque, no qual é possível observar como funcionam os transportes – carros e helicópteros autônomos –, como são as relações humanas e também as vestimentas, que se assemelham ou replicam o que é usado hoje, mas que denotam uma intenção de figurino. Pode-se citar como exemplo o *tailleur* usado pela personagem Charlotte, na terceira temporada da série (FIGURA 6), que traz uma *cape jacket*⁴ disponível nos dias de hoje, mas que inserida no contexto da série e nos cenários, integra-se perfeitamente à antevisão de futuro proposta pelos autores de *Westworld*.

Figura 6 - Figurino da Personagem Charlotte, em *Westworld*



Fonte: *Westworld* (2020, adaptado pela autora).

Também na terceira temporada, a protagonista Dolores aparece utilizando uma das peças mais icônicas quando se trata do figurino da série: um vestido transformável que muda de mini para longo com apenas um gesto da personagem.

⁴ Blazer com capa e mangas abertas.

Apesar da série contar com muitos efeitos especiais, o vestido foi realmente desenvolvido para o uso da atriz.

Desenhado por Shay Cunliffe, a peça foi inspirada no trabalho do estilista Hussein Chalayan (CUNHA, 2020) e “é basicamente um vestido que é dois vestidos, obviamente. E o vestido dourado é enrolado dentro do vestido preto”, menciona o estilista (CUNHA, 2020). O processo criativo concebido pela estilista envolveu inclusive experiências com técnicas de origami e o vestido não é costurado, mas mantido justo ao corpo por meio de pequenas molas. Com o objetivo de gerar um impacto visual marcante, o vestido foi desenhado para que, com um pequeno movimento realizado pela atriz – Evan Rachel Wood que vive o papel de Dolores –, as molas se liberem e o vestido possa se transformar (FIGURA 7).

Figura 7 - Vestido transformável da personagem Dolores, em Westworld



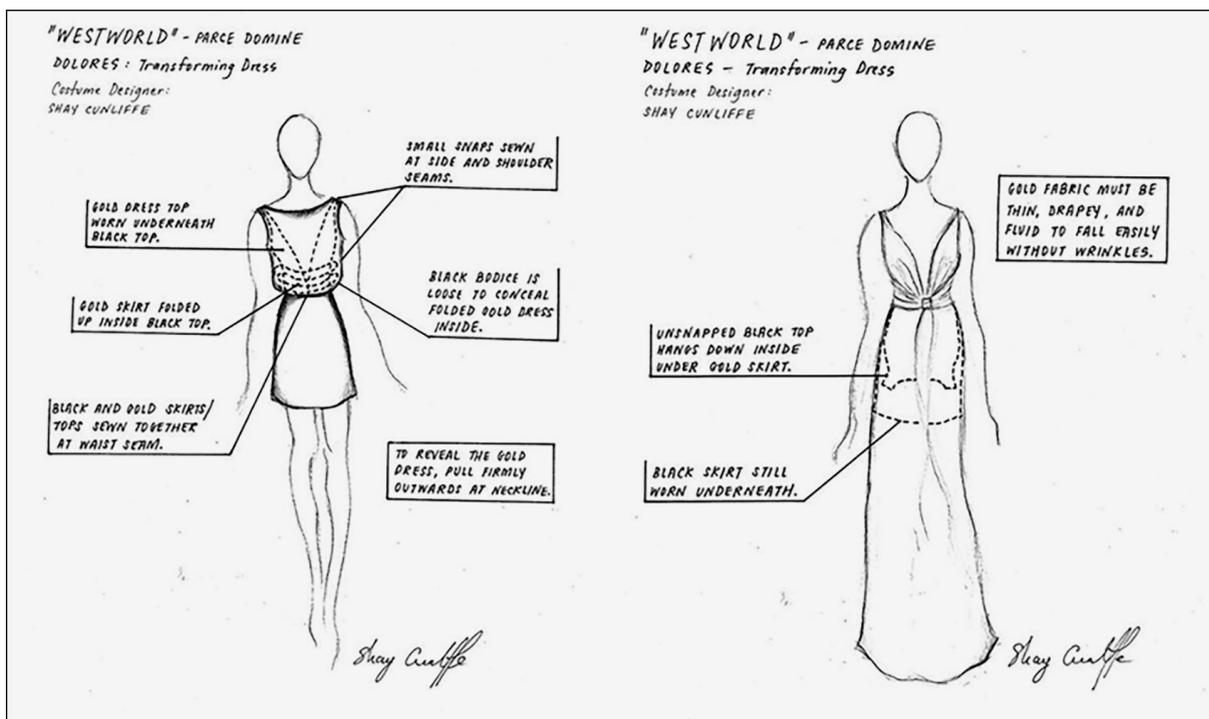
Fonte: Westworld (2020, adaptado pela autora).

Nos croquis de Cunliffe, apresentados na Figura 8, é possível observar as anotações relacionadas com decisões de projeto que viabilizaram a execução da peça, tais como "o tecido dourado precisa ser fino e fluido para cair livremente sem amassar" e "saia preta ainda em uso por baixo"⁵, demonstrando como o sistema

⁵ Traduções livres da autora a partir de Vineyard (2020, acesso digital).

transformável foi pensado para funcionar de forma fácil e marcante já que, neste caso, um dos objetivos era gerar uma cena memorável e digna do comportamento da protagonista nos eventos da terceira temporada da série.

Figura 8 - Desenhos de Shay Cunliffe para o vestido de Dolores



Fonte: Vineyard (2020, adaptado pela autora).

Além deste figurino em específico, é nas roupas usadas pela protagonista que se percebe a preocupação dos produtores da série em apresentar roupas plausíveis com um futuro não tão distante. São peças que poderiam ser usadas normalmente tanto em 2021 quanto em 2058, período no qual os eventos da série acontecem. Mesmo não sendo peças transformáveis, as demais roupas utilizadas por Dolores também representam as transformações vividas pela personagem, além de trazer uma modelagem com algumas características que usualmente relacionam-se ao futuro. Cortes retos, tecidos sintéticos, cores sóbrias e vibrantes, modelagem justa ao corpo e um aspecto geral bastante elegante e empoderado, são aspectos do figurino que apresentam-se como elementos representativos da própria história da personagem, uma das andróides que inicia o seriado como uma inocente jovem do campo – o estereótipo da mocinha indefesa – e, no decorrer da série, torna-se uma

das primeiras da sua espécie a adquirir consciência e agir por vontade própria, saindo do parque temático e interagindo com o mundo exterior (FIGURA 9).

Figura 9 - Outros figurinos da personagem Dolores em Westworld



Fonte: Westworld (2020, adaptado pela autora).

A partir das análises realizadas, é possível antever – sem conseguir prever – como a moda pode se comportar no futuro. Parece mais plausível a abordagem do seriado Westworld ao visual futurista dos Jetsons ou do filme De Volta Para o Futuro. Se associarmos essa possível previsão com o contexto das roupas transformáveis, pode-se vislumbrar um futuro em que a tecnologia e o *design* possam contribuir com a oferta de roupas mais sustentáveis, duráveis e também desejáveis, como o vestido transformável de Dolores, ou seja, roupas que evoluem a partir do que é conhecido, porém dotadas de novas tecnologias.

5 FUTUREWORLD: UMA COLEÇÃO PARA UM FUTURO POSSÍVEL

A coleção cápsula que se origina deste artigo é fruto da marca Chaz, criada pela autora deste trabalho; a marca tem como público o que chama de "pessoas de espírito livre", que expressam o seu comportamento unindo tecnologia, *design* e

sustentabilidade, pessoas que buscam o consumo consciente e desejam reduzir os impactos causados pelo homem ao meio ambiente. A marca tem como propósito o desenvolvimento social e a transparência, ao mostrar para seus clientes a forma como impactam o mundo ao seu redor. Também quer despertar a atenção de pessoas que estejam em transformação e procuram por produtos feitos com responsabilidade, visando um futuro diferente para o planeta, mesmo que seja com pequenas atitudes.

No contexto mais tradicional do *design* de moda, uma coleção é um conjunto de produtos que possuem harmonia entre si, seja pelo viés estético ou comercial, com comercialização condicionada a determinadas épocas ou estações do ano (TREPTOW, 2007). É uma relação também associada a um tema, condizente com o estilo do público ao qual se destina e também à imagem da marca, conforme salienta Treptow (2007). Para este trabalho, considerando que o mesmo se destina à criação de peças com comercialização não vinculada a estações, entende-se por *desenvolvimento de coleção* a criação de roupas relacionadas a um tema e ao propósito da marca ao qual a coleção se destina.

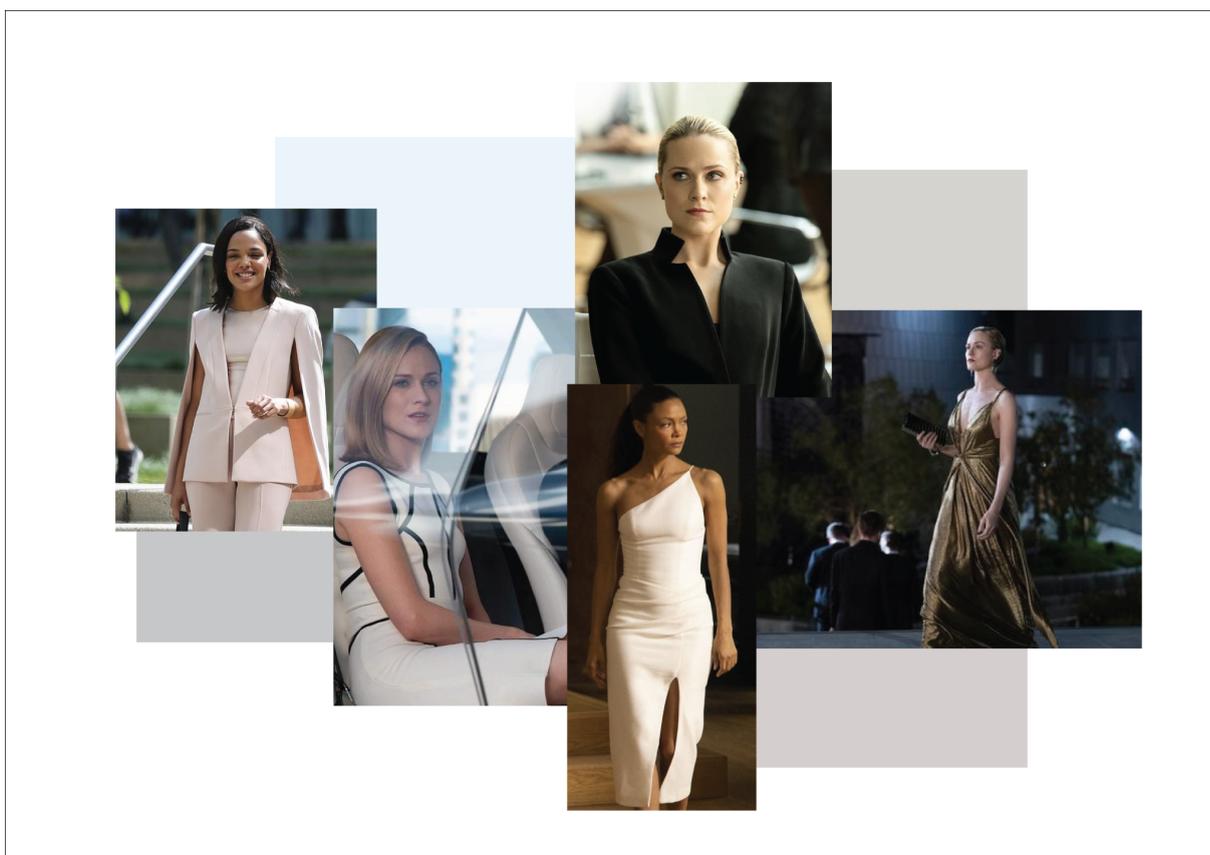
A Chaz – nome que se origina da sigla C.H.A.Z. – busca uma outra forma de relação com o vestuário (*Clothing*), contrária ao consumismo e favorável ao uso duradouro das roupas. É uma marca sobretudo humana (*Human*), atenta às causas e problemas sociais, às novas possibilidades de relações humanas e aos movimentos contemporâneos da sociedade. Prezando pelo coletivo em detrimento do individualismo, a marca se posiciona como parte do todo, como um elemento vivo de todos os ambientes (*Ambient*) com os quais se relaciona e também se posiciona como uma espécie de filtro do espírito do tempo que vivemos (*Zeitgeist*), de forma presente, ativa e transformadora.

A coleção Futureworld, por sua vez, se origina desse contexto: uma marca que não se prende a *coleções* no sentido comercial do termo. Desta forma, pode-se dizer que Futureworld é uma *não-coleção*, como crítica ao consumo e como algo que antevê um futuro possível, otimista e sustentável. O conceito principal da coleção tem como inspiração a série televisiva Westworld (2020), produzida pelo canal estadunidense HBO, já citada anteriormente. A série, nas suas primeiras temporadas, tem como cenário o parque temático homônimo, na qual visitantes pagam para vivenciar uma aventura no velho-oeste, interagindo com andróides com aparência, comportamentos e atitudes extremamente realistas. Para atingir esse

nível de realismo, a empresa que gerencia o parque e os responsáveis pela "programação" dos andróides, passam a realizar testes de inteligência artificial que, aos poucos, começam a fazer com que alguns destes andróides adquiram uma espécie de consciência que os tiram do *loop* de comportamento ao qual foram inicialmente programados. É esse o conceito base da coleção que aqui se propõe: roupas que possam também tirar as pessoas do *loop* de consumismo imposto pela sociedade e pelo capitalismo.

Como característica de estilo, partiu-se inicialmente da observação do figurino do seriado em sua terceira temporada, na qual são apresentados com mais detalhes as vestimentas e cenários do fictício futuro de 2058. Nesse contexto, os figurinos utilizados pelas personagens Dolores Abernathy, Maeve Millay e Charlotte Hale, vividas respectivamente pelas atrizes Evan Rachel Wood, Thandiwe Newton e Tessa Thompson, serviram como inspiração inicial (FIGURA 10).

Figura 10 - *Moodboard* de inspiração 01



Fonte: da autora (2021), adaptado de Westworld (2020).

Na já referida temporada, as personagens vestem-se com roupas de caimento preciso, cores prioritariamente neutras e modelagem que destaca cortes, fendas e detalhes geométricos. No entanto, é importante lembrar que, além da estética, a coleção se inspira também na característica transformável das próprias personagens.

No entanto, percebeu-se que apenas o figurino das não serviria como única inspiração para as características de estilo da coleção. Desta forma, a observação da terceira temporada de *Westworld* (2020) direcionou-se também para o cenário no qual a trama acontece (FIGURA 11). Ao pesquisar as imagens dos cenários foi possível descobrir que não tratam-se de cenários, mas sim lugares que existem atualmente, como a Cidade de Artes e Ciências, do arquiteto Santiago Calatrava (BARANYK, 2017), e La Fabrica, do arquiteto Ricardo Bofill (ARCH DAILY, 2012), ambas na Espanha, bem como cenários externos gravados em lugares como Singapura, cidade escolhida pelos arranha-céus com telhados verdes e jardins verticais (HARADA, 2020).

Figura 11 - *Moodboard* de inspiração 02

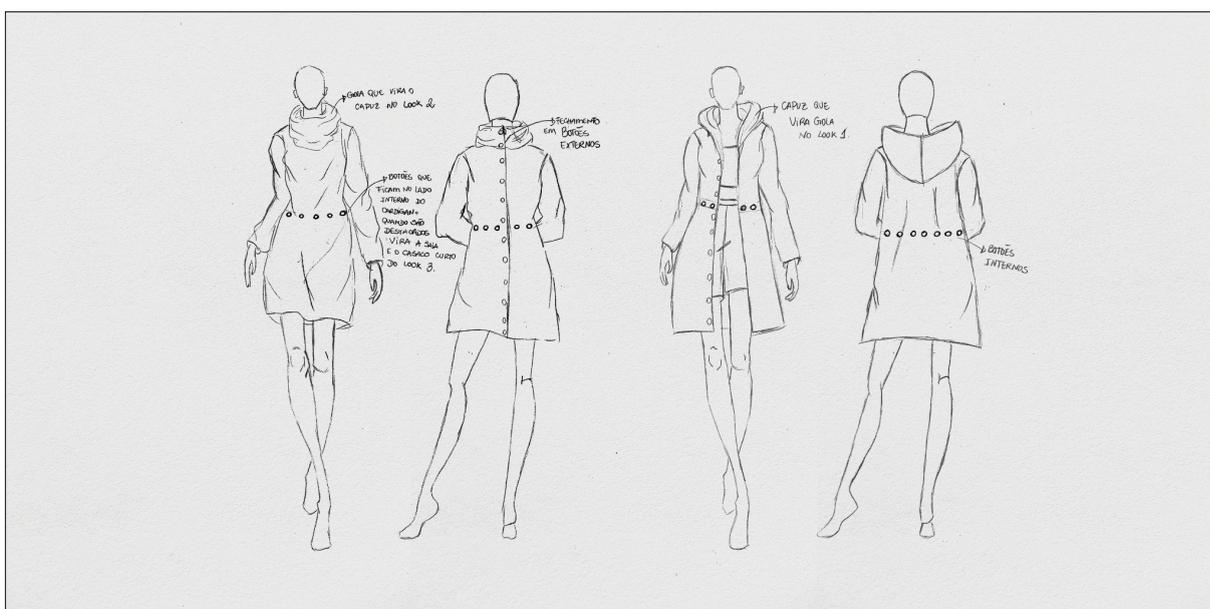


Fonte: da autora (2021), adaptado de Baranyk (2017), Arch Daily (2012) e Harada (2020).

Utilizando a técnica de croquis de moda e também a modelagem em miniatura em escala 1:6 com o objetivo de gerar uma coleção de roupas transformáveis, foi possível desenvolver um conjunto de cinco peças que por sua vez geraram dez *looks* transformáveis. Uma coleção cápsula reduzida, inserida no contexto da sustentabilidade, do uso responsável dos materiais e também da proposta de antever a moda de um futuro não tão distante.

Para apresentar a coleção desenvolvida a partir deste artigo foram utilizados croquis técnicos com detalhamento, a exemplo dos croquis de Shay Cunliffe apresentados anteriormente (FIGURA 8). Aqui a proposta é apresentar as peças e suas características transformáveis, que se desdobram em dez *looks* criados a partir de cinco peças base. Os *looks* 1 e 2 são compostos pela mesma peça principal, que também aparece completando os *looks* 3 e 4. Na primeira imagem (FIGURA 13), temos um vestido com gola alta, fechamento em botões externos na parte traseira (aparentes) que sobem até certa altura da gola e, na cintura, estão destacados os botões internos (que não ficam aparentes). No *look* 2 essa peça é um *cardigan* alongado que pode ser usado tanto aberto quanto fechado. A gola do *look* 1, aqui, vira um capuz, como pode ser observado nos croquis apresentados na área da direita da figura 13 e, em tamanho maior, nos Apêndices 1 e 2 ao final deste trabalho.

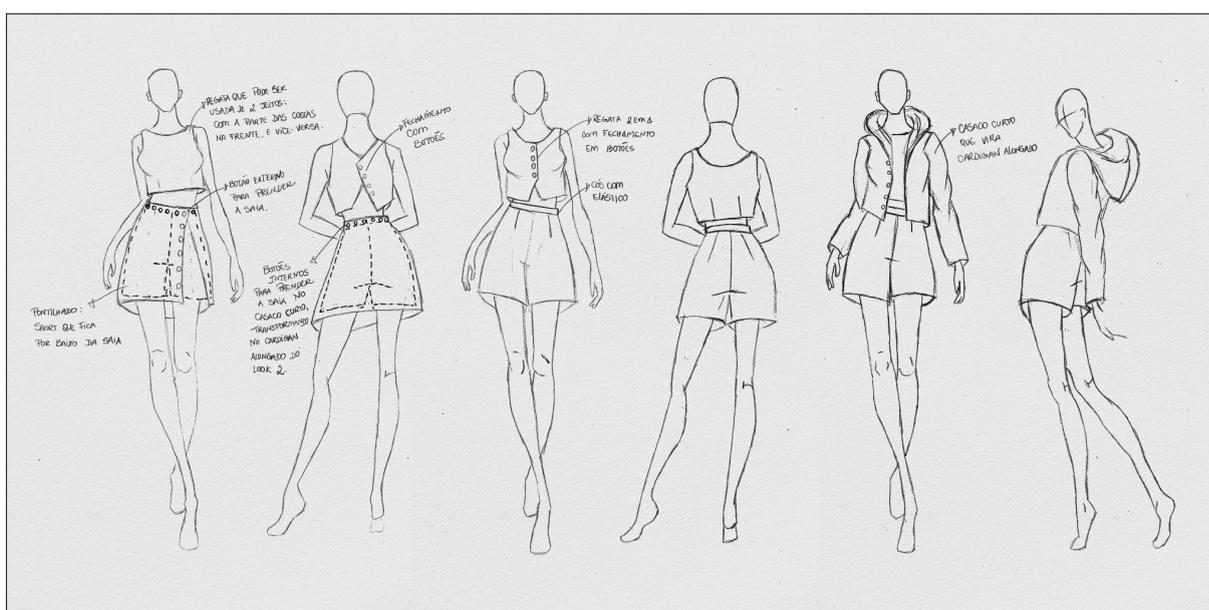
Figura 13 - *Looks* 1 e 2: transformações do *cardigan*/vestido



Fonte: Da autora (2021).

Já os *looks* 3 e 4 são compostos por uma regata 2 em 1, um *short*-saia e um casaco curto. Na Figura 14 (*look* 3, primeiro croqui da esquerda para a direita), temos a regata *cropped* com fechamento em botões na parte de trás, que aparece ao contrário no *look* 4 (croqui no centro da imagem), com os botões na parte da frente. O *short*-saia é composto por um *short* que pode ser usado sozinho, como aparece no *look* 4 e pela saia que possui os botões internos (que não aparecem na peça) e são destacados no *cardigan*/vestido (FIGURA 13). A saia pode ser usada sozinha pois possui botões externos para o fechamento da peça. No *look* 4 aparece ainda o casaco curto que é a parte superior do *cardigan*/vestido (FIGURA 14, terceiro croqui). Os *looks* 3 e 4 podem ser consultados em tamanho maior nos Apêndices 3, 4 e 5 ao final do trabalho.

Figura 14 - *Looks* 3 (primeiro croqui à esquerda) e 4 (dois outros croquis à direita): transformações da regata dois-em-um, *short*-saia e casaco curto

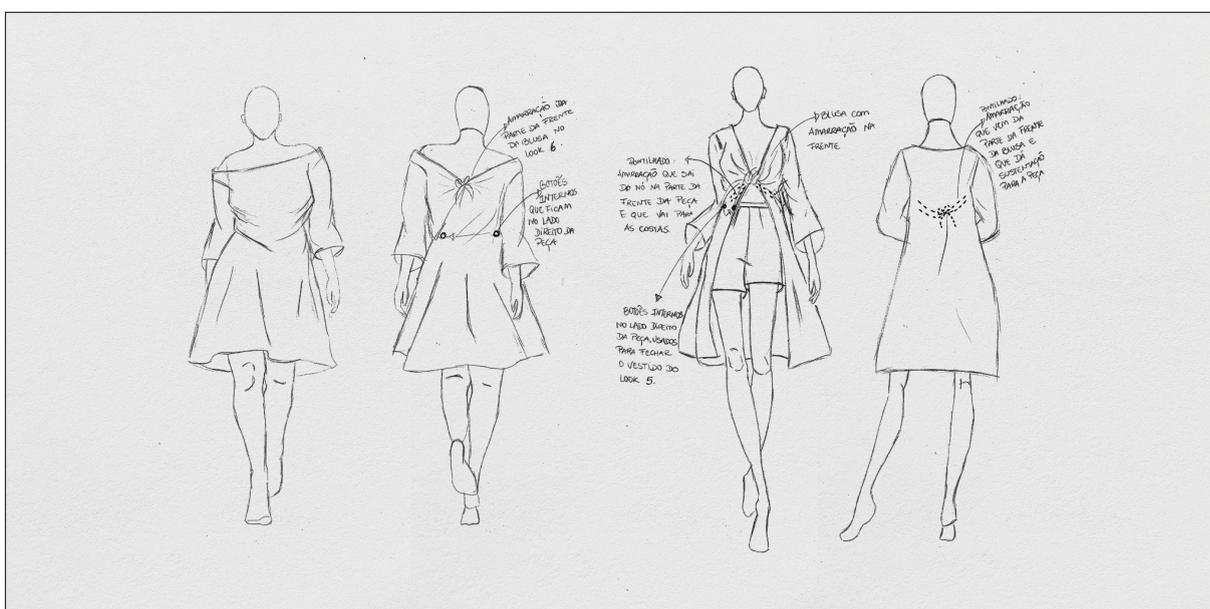


Fonte: Da autora (2021).

Os *looks* 5 e 6 (FIGURA 15) são compostos por um vestido que se transforma em blusa com amarração. Nos croquis representados na parte esquerda da imagem pode-se observar a característica inclusiva da peça, desenvolvida com uma modelagem que pode ser usada por vários tamanhos, inclusive o *plus size*, como é possível observar de forma detalhada no Apêndice 6. O vestido possui mangas $\frac{7}{8}$ e decote canoa. Na parte traseira, a modelagem foi desenvolvida em uma tamanho

maior, para poder ficar transpassada, com o complemento de tiras de amarração. Na parte transpassada à direita, destacam-se dois botões internos (que não ficam aparentes nos *looks* 5 e 6) para serem presos e modelar a forma da peça. No *look* 6 (croquis da parte direita da Figura 15), a peça é amarrada na frente e, com as tiras passando para as costas, é amarrada novamente (essa segunda amarração é feita por baixo da peça, não fica aparente) conferindo uma melhor sustentação para a peça, como pode ser observado em detalhes no Apêndice 7 deste trabalho. O decote se transforma em “v” e a parte inferior fica aberta, podendo ser usada com calças, *shorts* e saias.

Figura 15 - *Looks* 5 e 6: transformações do vestido/blusa

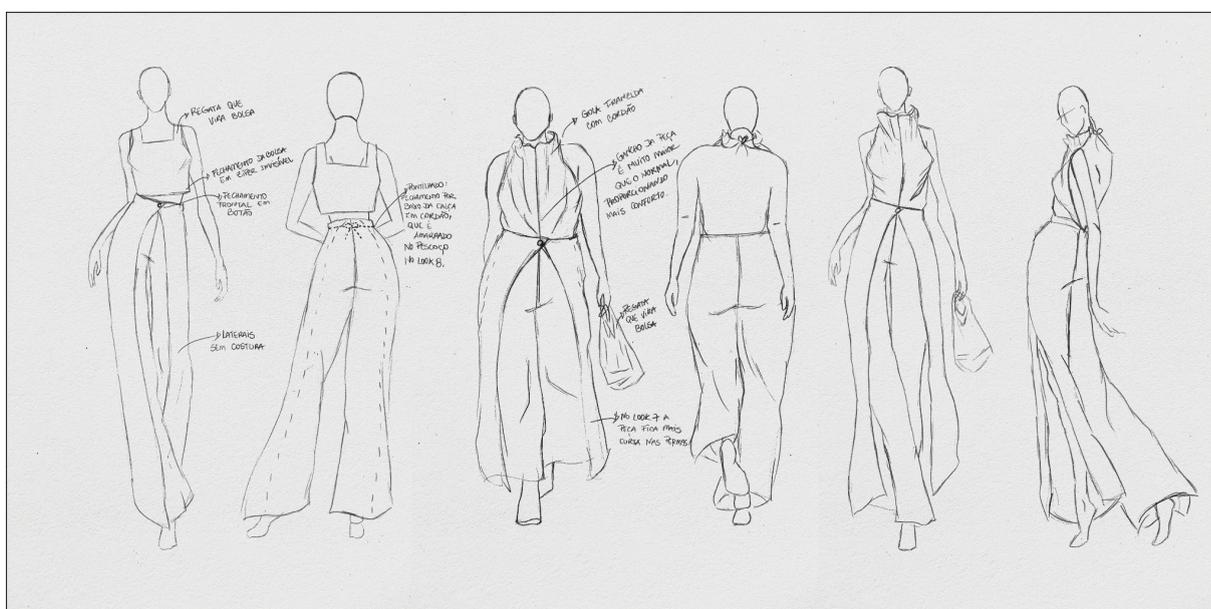


Fonte: Da autora (2021).

Os *looks* 7 e 8 são compostos por uma calça que se transforma em macacão e uma regata que vira bolsa. O primeiro croqui da Figura 16 (*look* 7) apresenta a regata com zíper invisível na barra, que fica na parte interna da peça e, quando fechado, vira uma bolsa. A calça tem uma modelagem maior, com gancho mais profundo (que fica perto dos joelhos) e não possui costura nas laterais. A frente da calça possui um botão para fechamento e, já na parte das costas, possui um cordão que passa dentro da barra, que pode ser visualizado em detalhes no Apêndice 8. Sendo assim é necessário fazer a amarração nas costas primeiro e depois transpassar a parte da frente, fechando com o botão. No *look* 8 a calça se

transforma em macacão, sendo uma peça inclusiva que também pode ser usada por um tamanho maior, como se observa nos croquis da parte direita da imagem e, em detalhes, nos Apêndices 9 e 10 do trabalho. A parte de amarração traseira da calça é feita no pescoço, onde a barra fica franzida, se transformando em uma gola alta de frente única, com as costas à mostra. O gancho fica mais para cima, iniciando sua costura no pescoço, passando pelo meio das pernas, cobrindo a parte traseira e fechando na parte frontal com o botão (igual a calça), proporcionando muito conforto. A lateral da peça fica aberta, deixando as pernas um pouco à mostra (FIGURA 16).

Figura 16 - Looks 7 e 8: transformações da calça/macacão e regata/bolsa



Fonte: Da autora (2021).

Os looks 9 e 10 (FIGURA 17) são compostos por uma única peça: um vestido de noite longo que se transforma em um vestido curto, que configuram a peça-conceito transformável da coleção. No croqui da parte esquerda da imagem (look 9) temos um vestido longo para noite, com tecido prata. Os decotes da frente e costas são em “v” com detalhe em tule para sustentação. Na frente, uma saia mais curta preta fica discreta embaixo de uma fenda central do tecido prata. Na altura do joelho, um pesponto com cordão é passado até a parte traseira do vestido, ficando praticamente imperceptível na peça. Atrás o fechamento é feito com zíper invisível. No look 10 (croquis da parte direita da Figura 17) o zíper de fechamento da peça do

sob a ótica do empreendedorismo. Imaginar uma indústria totalmente baseada na novidade e no lançamento constante de coleções ser *reinventada* para dar espaço ao consumo consciente pode parecer muitas vezes uma utopia, no entanto, considerando as novas tendências apontadas nesta pesquisa, como o *fair trade*, o *upcycling* e, claro, as roupas transformáveis, é possível dizer que há alternativas, ainda que não seja o caminho mais fácil.

Mesmo assim, é importante dizer que não se trata apenas de iniciativas isoladas de pequenos ateliês e *designers*, como os que foram trazidos como exemplos neste trabalho, que vão transformar a indústria. É necessário que as grandes marcas e confecções também comecem a mudar, não apenas em relação à moda, mas ao consumo como um todo. Iniciativas de ateliês brasileiros e internacionais citadas, no contexto da moda transformável, são admiráveis e poderiam servir de inspiração para que marcas maiores também possam trazer essa abordagem para as suas coleções.

Olhar para o amanhã torna-se, hoje, mais do que buscar antever estilos e tendências, mas também pensar no futuro do comportamento das pessoas em relação ao consumo e como podemos mudar para que as próximas gerações possam viver de forma mais sustentável e consciente. Desta forma, pode-se dizer que, para este trabalho, o futuro não é apenas uma inspiração de estilo, mas um desafio e uma provocação a pensar diferente.

O desenvolvimento da coleção que ilustra este artigo foi um processo igualmente desafiador, no sentido de fazer mais com menos, propondo uma coleção de dez *looks* com apenas cinco peças e, em contrapartida ao desafio, o resultado atingido foi, ao menos no olhar da *designer* e autora do trabalho, plenamente satisfatório, porque permitiu consolidar o aprendizado como *designer* de moda e como pessoa, proporcionando reflexão a partir da pesquisa e da experimentação.

O futuro pode nos reservar uma realidade distópica, mas também pode ser um lugar melhor para a humanidade. A própria ficção apresenta ambos os lados em suas diversas previsões para o amanhã. Por isso, cabe aos *designers* e criadores de hoje o papel de projetar um futuro mais sustentável e fomentar formas de consumo de moda cada vez mais conscientes.

REFERÊNCIAS

ABC PHOTO ARCHIVES/GETTY IMAGES. The Jetsons. Photo by Walt Disney Television via Getty Images Photo Archives. EUA: Walt Disney Television, 1962. Disponível em: <https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornalística/this-cartoon-series-was-about-a-middle-class-family-foto-jornalística/93744909>. Acesso em: 10 maio 2021.

A NUZ é a ampliação do universo através da transformação. **NUZ.** Disponível em: <https://www.lojanuz.com.br/sobre>. Acesso em: 25 abr. 2021.

BARANYK, Isabella. Cidade das Artes e Ciências de Calatrava, pelas lentes de Sebastian Weiss. Traduzido por Romullo Baratto. **Arch Daily**, 17 abr. 2017. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/869216/cidade-das-artes-e-ciencias-de-calatrava-pelas-lentes-de-sebastian-weiss>. Acesso em: 24 jun. 2021.

BERLIM, Lilyan. **Moda e Sustentabilidade:** uma reflexão necessária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

CRUZ, Natália. **Estado de bem-estar social.** 2018. Disponível em <https://querobolsa.com.br/enem/sociologia/estado-de-bem-estar-social>. Acesso em 17 jun. 2021.

CUNHA, Renato. Moda transformável – Roupas modernas e versáteis que mudam de forma rapidamente. **Stylo Urbano**, 12 nov. 2016. Disponível em: <https://www.stylourbano.com.br/moda-transformavel-roupas-modernas-e-versateis-que-mudam-de-forma-rapidamente>. Acesso em: 25 abr. 2021.

CUNHA, Renato. Hussein Chalayan inspira o vestido “transformável” de Dolores em Westworld. **Stylo Urbano**, 3 mai. 2020. Disponível em: <https://www.stylourbano.com.br/hussein-chalayan-inspira-o-vestido-transformavel-de-dolores-em-westworld>. Acesso em: 04 maio 2021.

FASHION STUDIES. Interview 007: YUKI FUJISAWA, 2014. Disponível em <http://fashionstudies.org/interview/yukifujisawa-201505/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

FLETCHER, Kate & GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade:** design para mudança. São Paulo: Senac, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HARADA, Ana Carolina. A arquitetura industrial-pós-moderna-gótica da nova temporada de Westworld. **Casa.com.br.** Editora Abril: 24 mar. 2020. Disponível em: <https://casa.abril.com.br/arquitetura/a-arquitetura-industrial-pos-moderna-gotica-da-nova-temporada-de-westworld/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

HECTOR MORA. Bridal Collection Charlotte Simpson / Photography Comission /London, 2020. Disponível em: <https://hectormora.co.uk/bridal-commercial-shoot>. Acesso em: 24 jun. 2021.

MACHADO, Ana Margarida Dias. **Vestuário transformável:** o contributo de um novo sistema modular. Dissertação de mestrado da faculdade de arquitetura da Escola Técnica de Lisboa, 2011.

MANZINI, Ezio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis:** os requisitos ambientais dos produtos industriais. São Paulo: Edusp, 2008.

NORMAN, Donald A. **Design emocional:** por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

NOORLANDER, Jon. Boxes. **Behance:** New York, 29 jun. 2017. Disponível em <https://www.behance.net/gallery/54303167/Boxes>. Acesso em: 24. jun. 2021.

O QUE é Fair Trade (Comércio Justo). Conheça os princípios do “Fair Trade”, assim como as aplicações do termo e a certificação de produtos. **SEBRAE**, 10 dez. 2013. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-fair-trade-comercio-justo,82d8d1eb00ad2410VgnVCM100000b272010aRCRD/>. Acesso em: 08 maio 2019.

OSSANES, Ane. Nuz - Roupas em movimento. **(Ins)piradas**, 21 jan. 2019. Disponível em: <https://www.iinspiradas.com/2019/01/nuz-roupas-em-movimento.html?m=1>. Acesso em: 25 abr. 2021.

PACCE, Lilian. A cintura alta de “Ela”, o filme que concorre ao Oscar. **Lilian Pacce**, 14 fev. 2014. Disponível em: <https://www.lilianpacce.com.br/e-mais/figurino-ela-cintura-alta/>. Acesso em: 25 abr. 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico** [recurso eletrônico] : métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Disponível em: https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/291348/mod_resource/content/3/2.1-E-book-Metodologia-do-Trabalho-Cientifico-2.pdf. Acesso em: 4 jul. 2018.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. **Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da Cadeia Têxtil.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

SALCEDO, Elena. **Moda ética para um futuro sustentável.** Editorial Gustavo Gilli: Barcelona, 2014.

SHIFFERAW, Bilen. Model Watch: Mari Agory. **Ethio Beauty**, 7 abr. 2015. Disponível em: <https://www.ethiobeauty.com/article/model-watch-mari-agory>. Acesso em: 24 jun. 2021.

SILVA, José da; SOUZA, Maria de. Vestuário transformável: aplicações de modularidade em produtos de moda. **4º Congresso Brasileiro de Iniciação Científica de Design e Moda**. Unesp: Bauru, 2017. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/PO/po_1/po_1_VESTUARIO_TRANSFORMAVEL.pdf. Acesso em: 25 fev. 2021.

NIHILISM by Dzhus. **Swomag.com**, 3 ago. 2016. Disponível em: <https://www.swomag.com/nihilism-by-dzhus/>. Acesso em: 24 jun. 2021.

THE FACTORY / Ricardo Bofill. **Arch Daily**, 15 nov. 2012. Disponível em: <https://www.archdaily.com/294077/the-factory-ricardo-bofill>. Acesso em: 24 jun. 2021.

PIJAK, Jana. The Kay Frank Spring 2014 Collection Embodies Sophistication. **Trendhunter**, 29 maio 2014. Disponível em: <https://www.trendhunter.com/trends/kay-frank>. Acesso em: 24 jun. 2021.

TREPTOW, Doris. **Inventando Moda: planejamento de coleção**. 4. ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

FIRST look at new SFMoma by Snøhetta. **Urdesign**, 29 abr. 2016.

VALADARES, Dandara. Escravidão nada moderna: como a moda pode ajudar a combater o trabalho escravo. **Carta Capital**, 28 jan. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/fashion-revolution/escravidao-nada-moderna-como-a-moda-pode-ajudar-a-combater-o-trabalho-escravo/>. Acesso em: 26 mar. 2021.

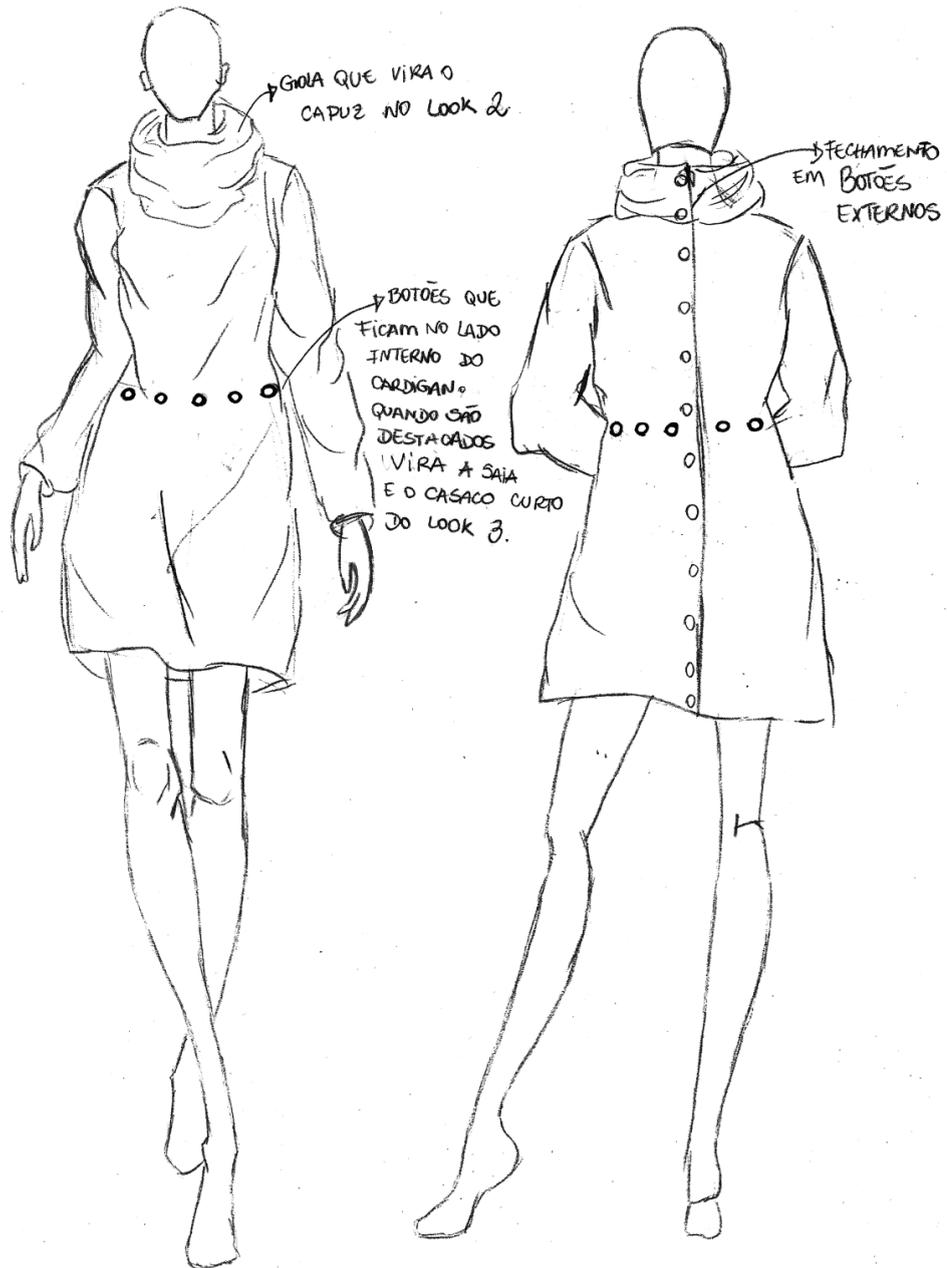
VINEYARD, Jennifer. Westworld Costume Designer On Creating Futuristic Looks: Shay Cunliffe discusses the HBO show's unique styles and why stilettos should be banned from the future. **Cosplay Central: EUA**, 5 ago. 2020. Disponível em: <https://www.cosplaycentral.com/topics/costume-design/interview/westworld-costume-designer-interview-shay-cunliffe>. Acesso em: 25 abr. 2021.

VON HUNTY, Rita. **Tempero Drag: Desenvolvimento Sustentável**. YouTube, Tempero Drag. 18 dez. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ef4T7DrTvmI>. Acesso em: 25 fev. 2021.

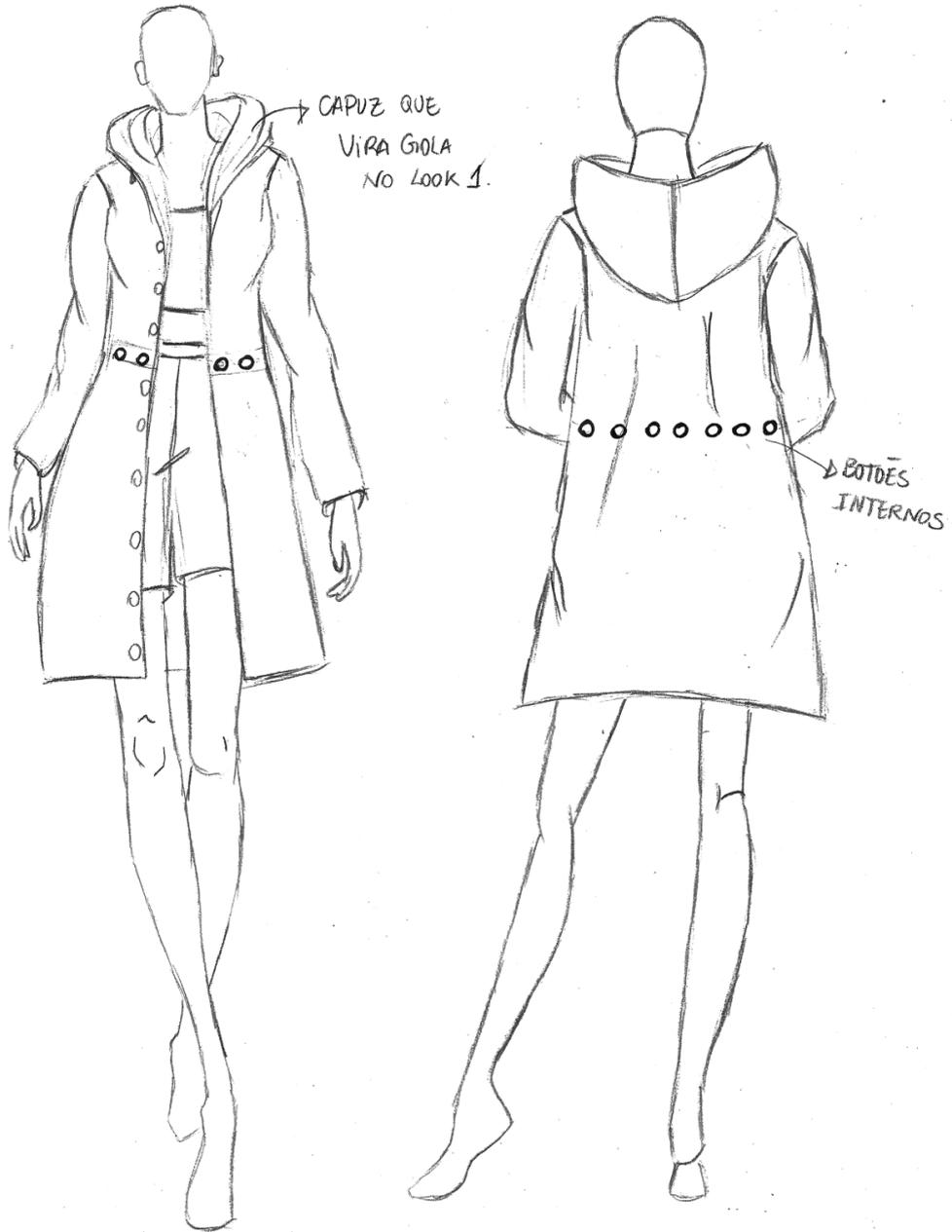
WESTWORLD. Primeira, segunda e terceira temporadas. Direção de Jonathan Nolan; Lisa Joy. Produção de Athena Wickham. Estados Unidos: HBO, 2016–2020. (28 episódios, son., cor).

ZAID AFFAS. 2021. Disponível em: <http://zaidaffas.com/collections.php>. Acesso em: 24 jun. 2021.

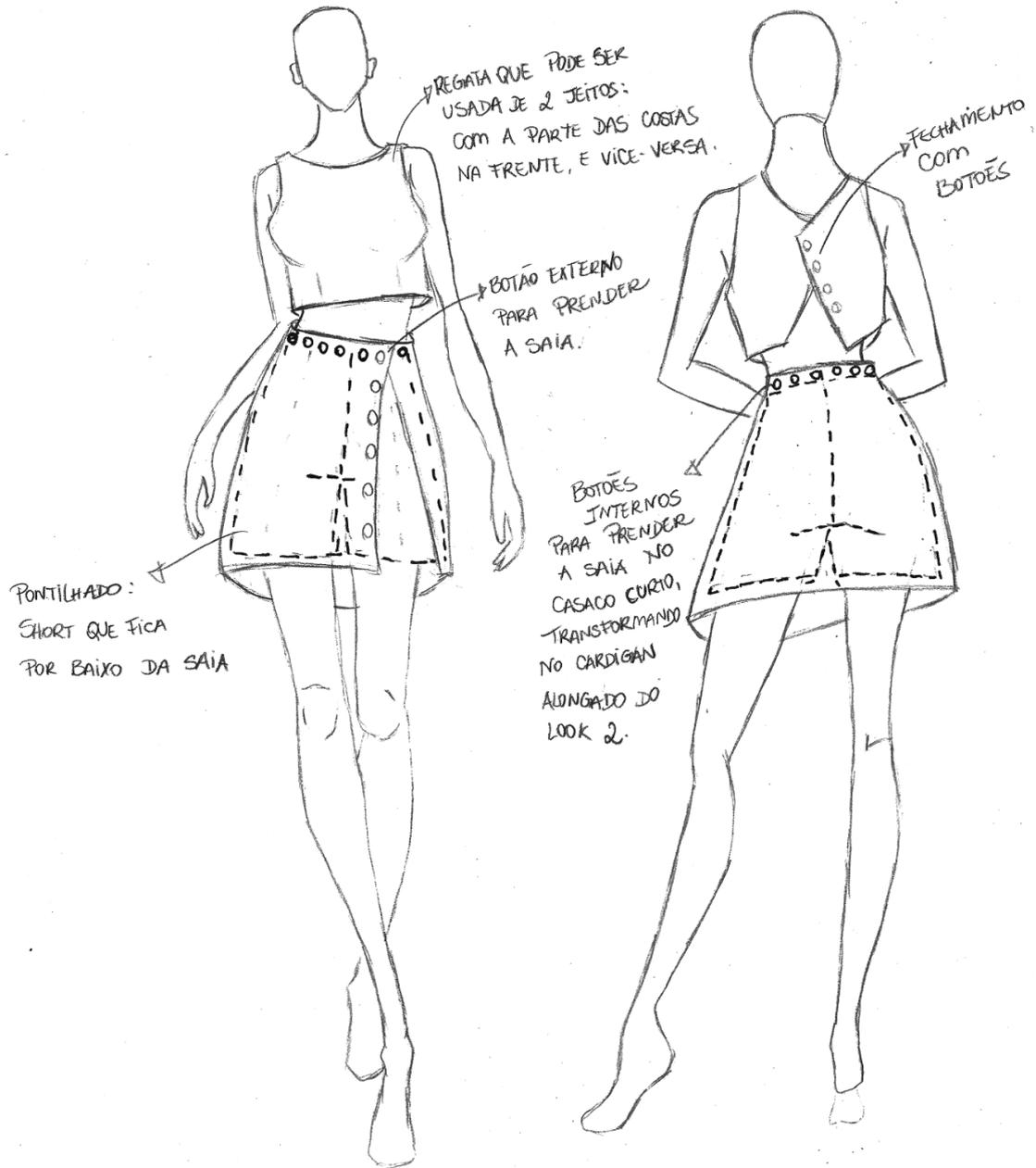
APÊNDICE 1



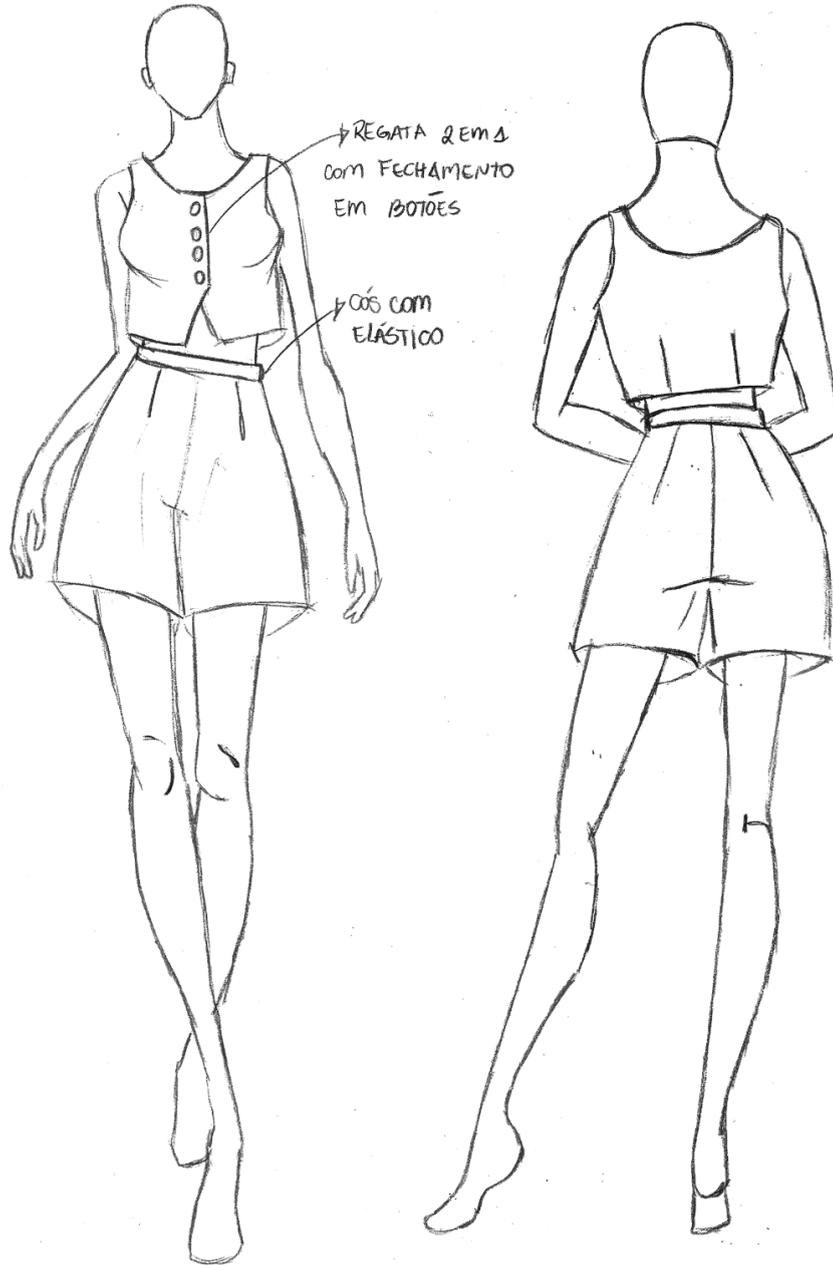
APÊNDICE 2



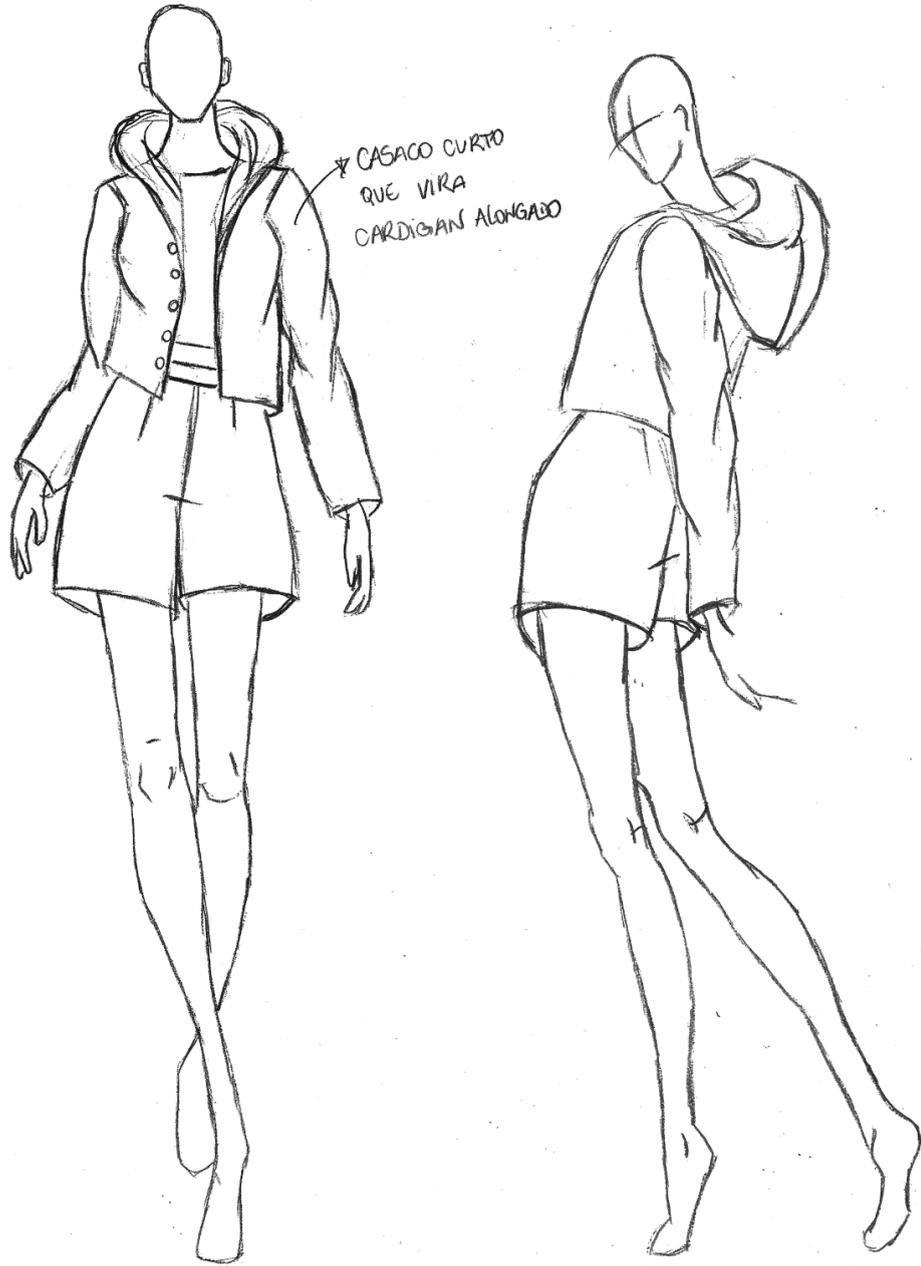
APÊNDICE 3



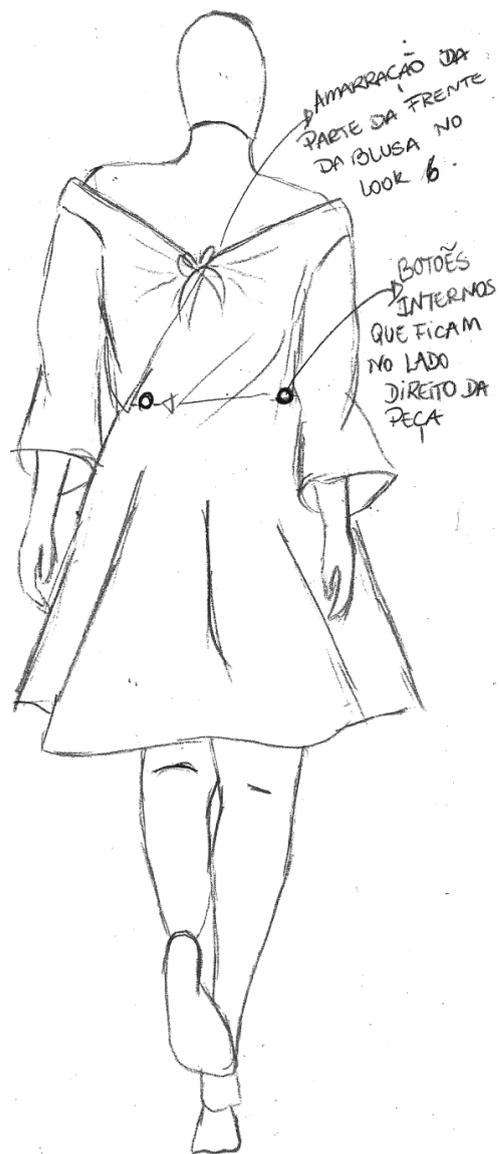
APÊNDICE 4



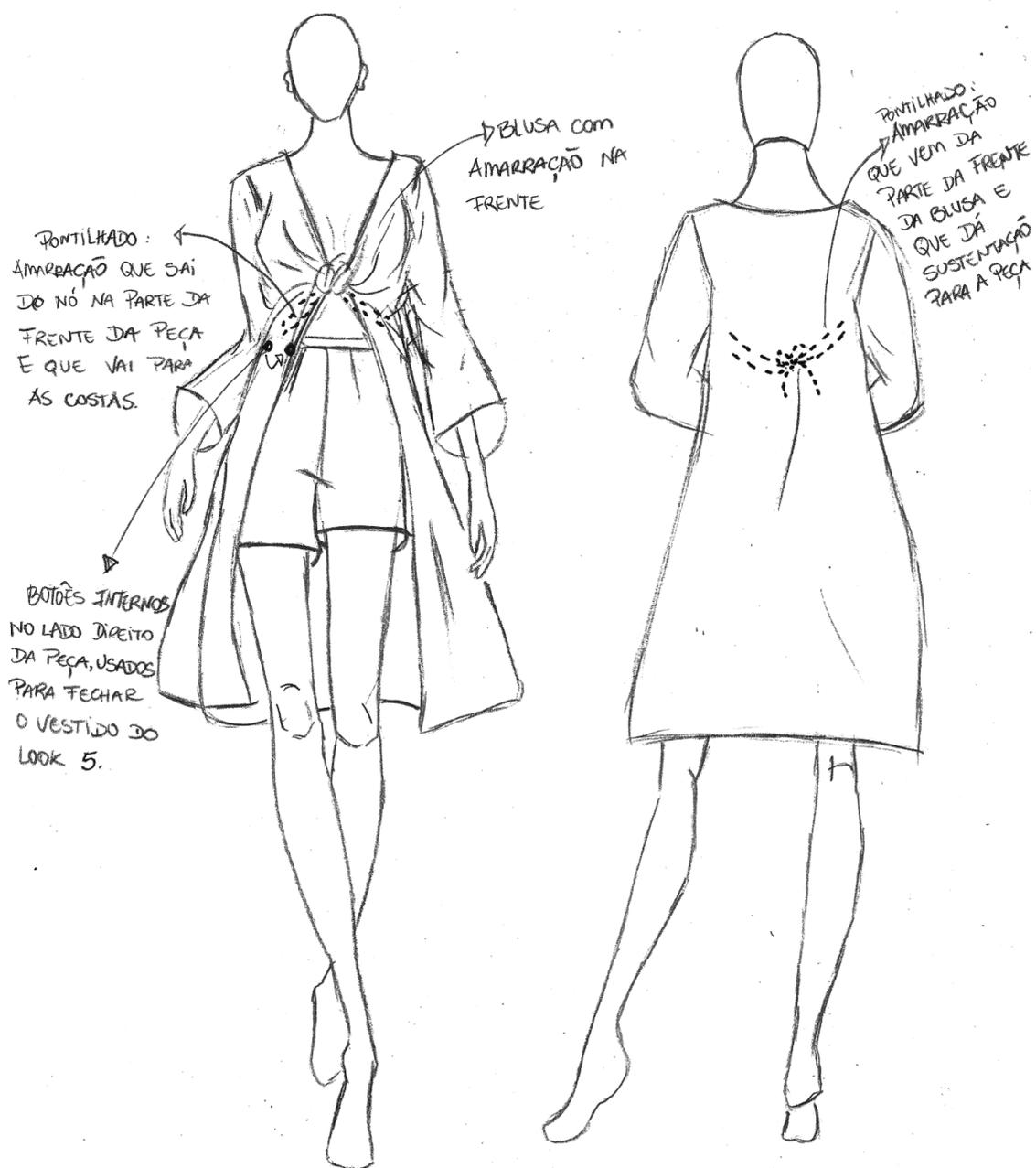
APÊNDICE 5



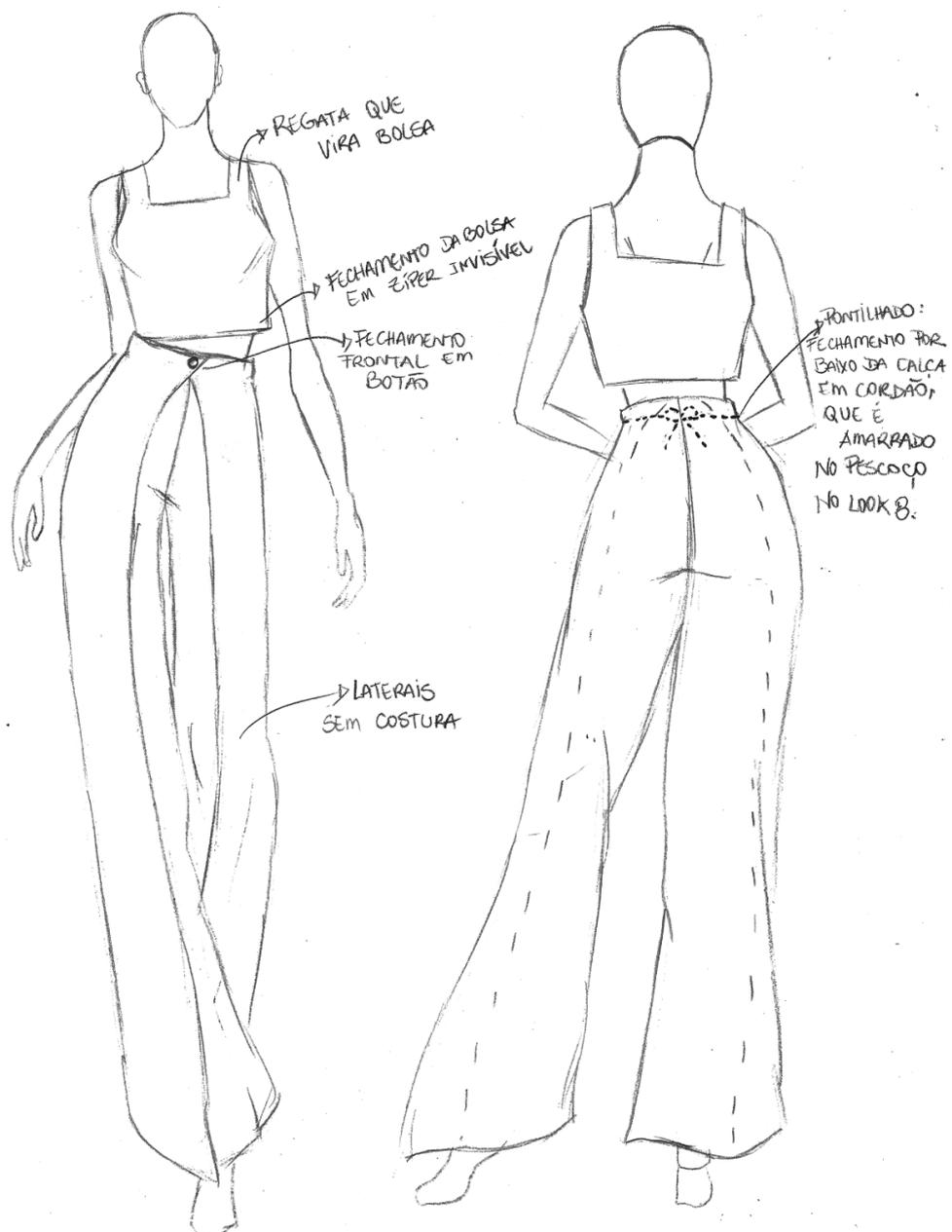
APÊNDICE 6



APÊNDICE 7



APÊNDICE 8



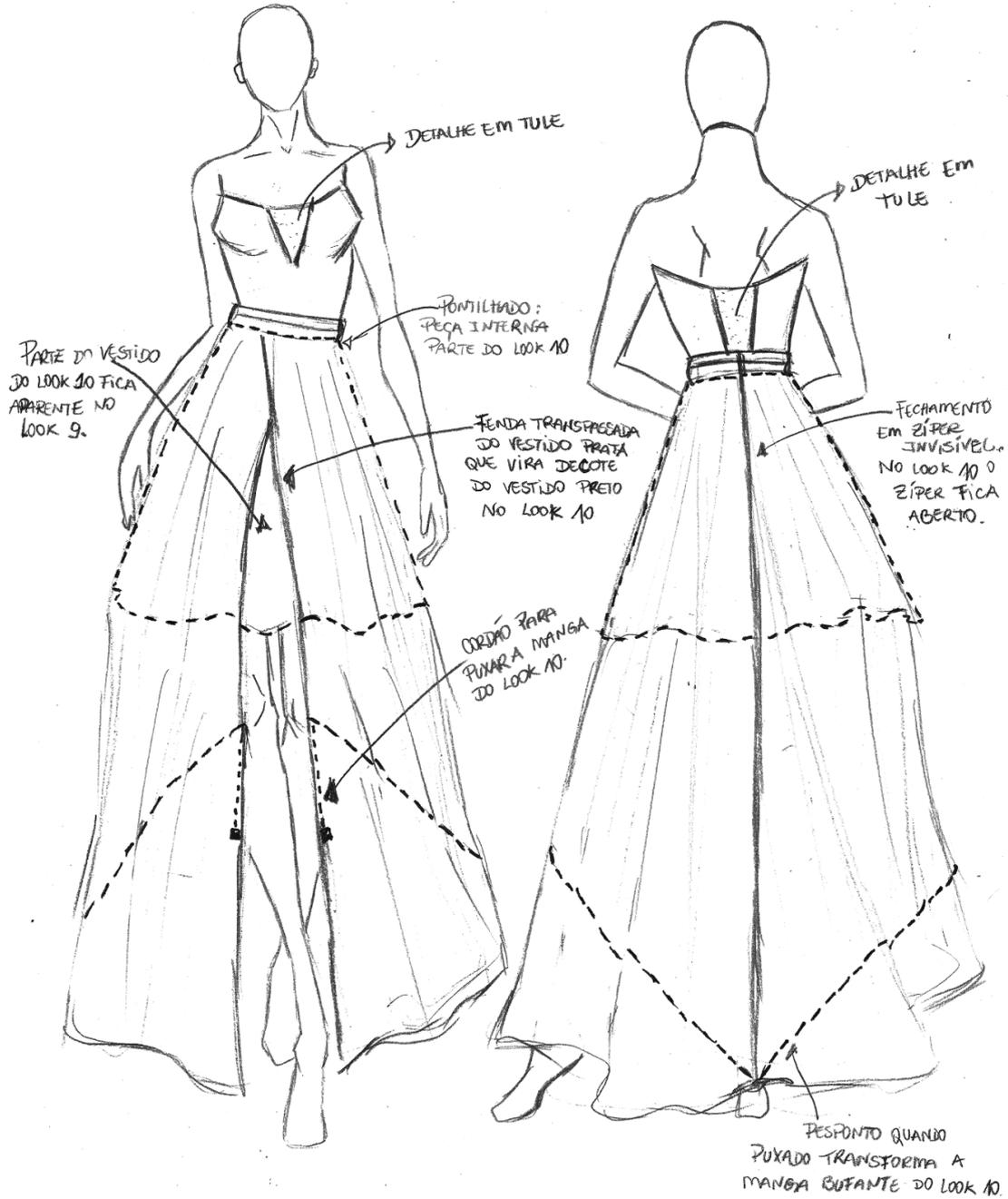
APÊNDICE 9



APÊNDICE 10



APÊNDICE 11



APÊNDICE 12

