



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

TENDÊNCIAS DE MERCADO DE MODA E SUA ASSOCIAÇÃO AO ZERO WASTE FASHION DESIGN

Fashion Market Trends and their association to Zero Waste Fashion Design

Mandelli, Camila Dal Pont; Mestranda; UDESC, camila.dpm@hotmail.com¹

Rosa, Lucas da; Doutor; UDESC, darosa.lucas@gmail.com²

Silveira, Icléia; Doutora; UDESC, icleiasilveira@gmail.com³

Resumo: a indústria de vestuário utiliza as tendências de mercado para gerar novas vendas, por meio da criação de produtos que são produzidos em grandes volumes. A partir dessa observação, o objetivo deste artigo é identificar a maneira como são inseridas as tendências de mercado de moda em produtos de vestuário de marcas que trabalham com o método *Zero Waste Fashion Design* (Design de Moda para Mitigação de Resíduos).

Palavras chave: Tendências; Moda; *Zero Waste Fashion Design*.

Abstract: The clothing industry uses market trends to generate new sales by creating products that are produced in large volumes. From this observation, the objective of this article is to identify the way fashion market trends are inserted in clothing products of brands that work with the method *Zero Waste Fashion Design* (Fashion Design for Waste Mitigation).

Keywords: Trends; Fashion; *Zero Waste Fashion Design*.

Introdução

A indústria da moda caracteriza-se por suas constantes transformações e inovações, que trouxeram avanços relevantes em termos de desenvolvimento de produtos e métodos produtivos. Como exemplo de transformação constante, é possível citar as tendências de mercado que, na moda, influenciam as escolhas dos consumidores, ditando

¹ Mestranda em Design de Vestuário e Moda pela UDESC, é graduada em Tecnologia em Moda e Estilo e especialista em Modelagem do Vestuário pela parceria SENAI/UNESC. Atua como professora do Tecnólogo em Design de Moda SENAI/UNESC, bem como do Técnico de Modelagem e qualificações do SENAI Criciúma, lecionando disciplinas de Modelagem do Vestuário.

² Bacharel em Ciências Econômicas pela UFSC, especialista em moda: Criação e produção, e Mestre em Educação e Cultura, ambas formações pela UDESC. Doutor em Design pela PUC-Rio. Atualmente é professor efetivo na UDESC, trabalhando com Bacharelado em Moda e no PPGModa. Tem experiência no Setor de Moda, com ênfase na Tecnologia do Vestuário.

³ Doutora em Design pela PUC-Rio, mestra em Engenharia de Produção UFSC, especialista em Desenho Industrial, Estilismo e Modelagem de moda pela UDESC. Atualmente, é professora do curso de bacharelado em moda e do PPGModa da UDESC. É membro do conselho editorial da revista ModaPalavra e-periódico (UDESC) e ABEPEM.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

o que deve ser adquirido e utilizado pelos mesmos. A indústria de vestuário utiliza as tendências de mercado para gerar novas vendas, por meio da criação de produtos que são produzidos em grandes volumes e disponibilizados homogeneamente em diferentes partes do mundo (FLETCHER; GROSE, 2011).

Dessa forma, seguir as tendências é o que o sistema da moda espera dos consumidores. Sant’Anna (2016, p. 44) comenta que “Ninguém segue tendências para deixar de ser quem julga que é integralmente, mas para adequar o que projeta como o seu ‘eu’ à sua aparência”. Os indivíduos seguem tendências para se reafirmarem como pertencentes de uma boa posição social ou para manter uma determinada aparência diante dos padrões da sociedade.

Em termos de sustentabilidade, algumas marcas de vestuário têm se utilizado da publicidade com o intuito de influenciar o consumo de artigos de vestuário *Slow Fashion* (moda lenta), em especial, por meio de peças atemporais, vestíveis por um período maior. Assim, a moda sustentável desvincula-se do preceito de que a roupa está diretamente relacionada ao sistema de moda rápida, com novas tendências para cada estação (SCHULTE; LOPES, 2014).

A partir das transformações oriundas da moda sustentável, é possível vislumbrar novos cenários, com processos de criação, distribuição e consumo menos poluentes. Como exemplo, é possível citar o método *Zero Waste Fashion Design* (ZWFD — em tradução livre para o português, design de vestuário com ênfase na mitigação de resíduos), que se trata de um projeto de criação para redução do desperdício de tecidos por meio de planejamento de modelagem e encaixe dos moldes (BREVE, 2018; ALCÂNTARA, 2016; GWILT, 2014; FLETCHER; GROSE, 2011).

Alguns projetos encontram barreiras quando as peças apresentadas nas tendências possuem formas ajustadas ao corpo ou com formatos curvilíneos. Tratando-se do encaixe das modelagens, é menos custoso conseguir um melhor aproveitamento quando as peças possuem formatos mais retos, reduzindo o desperdício de tecido. Mas isso não impede de desenvolver peças de vestuário com outros formatos, que não sejam os retilíneos, utilizando o método ZWFD.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Baseado nisso, objetivou-se, com este artigo, identificar a maneira de inserção de tendências de mercado em produtos de vestuário de marcas que trabalham com o método ZWFD.

As tendências de mercado indicam as mudanças no comportamento do consumidor e os novos hábitos de consumo. Dessa forma, justifica-se a importância do tema para entender se as marcas que produzem suas peças a partir do método ZWFD analisam as tendências de mercado e fazem uso das mesmas em seus produtos, com o intuito de atender os hábitos de consumo.

As marcas que utilizam o método ZWFD costumam ter preocupação expressiva com questões ambientais, sendo que os produtos comercializados pelas mesmas geralmente têm enfoque em atemporalidade, sendo divulgados como produtos clássicos que poderão ser usados por um período maior. Os interessados em marcas que utilizam esse método muitas vezes querem saber como os processos são realizados e de que forma a compra daquela peça pode contribuir com a sustentabilidade. Dessa forma, busca-se confrontar as tendências de mercado com os produtos de vestuário apresentados pelas marcas pesquisadas e analisar se os mesmos estão seguindo as tendências e/ou são atemporais.

Quanto à sua finalidade, essa pesquisa é básica, com abordagem qualitativa. Do ponto de vista de seus objetivos, a pesquisa é descritiva, visando descrever os itens identificados com a análise das figuras da plataforma de pesquisa e das coleções das marcas analisadas. Quanto aos procedimentos técnicos, a revisão de literatura foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica em livros, teses e dissertações e por meio de plataforma de pesquisa de tendência de mercado, no *site* WGSN (Worth Global Style Network, plataforma de pesquisa de tendência de mercado em que são disponibilizadas as previsões do que será usado nas próximas estações). Para responder ao objetivo proposto, utilizou-se estudo de caso de duas marcas de vestuário, localizadas na cidade de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, que trabalham com o método ZWFD. Assim, foi possível confrontar os estudos de pesquisa de tendência de mercado voltados à sustentabilidade (WALTERS, 2018), com os produtos apresentados pelas marcas da





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

pesquisa de campo, analisando a forma como as mesmas inserem as tendências em seus produtos. A fundamentação teórica aborda os temas *Zero Waste Fashion Design* — como um aporte sustentável da moda — e as tendências de mercado aplicadas ao vestuário.

Zero Waste Fashion Design

O conceito *Zero Waste Fashion Design*, relacionando-se à indústria de vestuário, surgiu com o intuito de eliminar o descarte de tecido no processo de produção de peças de vestuário (ALCÂNTARA, 2016). Para isso, o criador de moda precisa executar suas criações de forma diferenciada, associando, principalmente, a criação e a modelagem para conseguir um plano de corte das peças sem gerar desperdício. O processo de concepção, desenvolvimento e produção é orientado pelo objetivo de zero resíduos, preferencialmente utilizando todo o tecido na peça de roupa, planejando a modelagem para o encaixe dos moldes sem desperdício de matéria-prima (BREVE, 2018).

Esse termo é relativamente novo, mas o método esteve presente ao longo da história do vestuário por meio de peças com formatos retangulares e poucos recortes, quando vestiam-se enrolando ou amarrando os tecidos ou peles de animais ao redor do corpo, geralmente ligado a questões econômicas e praticidade. Conforme aborda Gwilt (2014, p. 80) “A túnica da Grécia Antiga e o quimono japonês eram painéis de linhas simples que faziam a peça poder ser cortada no tecido com pouquíssimo desperdício”.

Quando as roupas foram sendo ajustadas ao corpo, e os moldes passaram a ter formatos diferenciados, o encaixe dos mesmos passou a gerar sobras de tecido que antes não existiam (GWILT, 2014). Com a forma anatômica do corpo retratada nos moldes por meio das curvaturas e pences, os encaixes passaram a produzir maior desperdício de tecido, pois já não eram mais pensados em formas retas de roupas, e sim em curvas que contornariam melhor o corpo, porém não se encaixavam corretamente umas nas outras.

Contemporaneamente, os encaixes de moldes que evitam desperdício de tecido é uma das formas das empresas trabalharem com questões sustentáveis, principalmente quando se utilizam do método ZWFD. Para evitar esses resíduos, é prudente fornecer





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

peças que trabalhem a sustentabilidade internamente na empresa, desenvolvendo produtos sustentáveis desde a concepção e garantindo essa entrega aos consumidores. Cietta (2017, p. 422) defende que “O que precisamos, na verdade, é iniciar uma reflexão que pontue sobretudo a sustentabilidade do lado da produção, mais do que a lentidão do lado do consumo”. Uma boa alternativa, em termos de sustentabilidade para as indústrias de vestuário, é associar as tendências sustentáveis com o processo de desenvolvimento das peças, conseguindo projetar produtos que evitem ou reduzam expressivamente a geração de resíduos têxteis e, mesmo assim, continuem a seguir as tendências de mercado.

Tendências

O estudo das tendências, enquanto área acadêmica, é relativamente recente e é definido, conforme Campos e Wolf (2018, p. 19), como “uma inclinação predisposta para algo, alguém ou alguma situação que provavelmente acontecerá no futuro próximo”. Apesar de buscar pelo ponto de vista do amanhã, o estudo das tendências não tem relação com a futurologia (RECH; SILVEIRA, 2017).

Foi apenas no século XIX que o termo se popularizou, sendo empregado como uma predisposição para modo de agir ou orientação de necessidades (CAMPOS; WOLF, 2018). É possível afirmar que, a partir desse enfoque, a palavra começou a ser utilizada com relevância econômica, inclusive coincidindo com o prelúdio para o consumo de massa. As tendências impactam diretamente sobre o “estar atualizado”, necessidade que a moda começou a impor por meio da obsolescência dos produtos.

O estudo das tendências é imprescindível para as marcas, pois estudá-las é uma ferramenta estratégica que pode auxiliar de maneira assertiva, podendo ser utilizada por diversos setores, e não apenas pela moda (BREVE; GONZAGA; MENDES, 2018). A tendência costuma ser influenciada por manifestações sociais e culturais, e não se volta apenas ao vestuário. Dessa forma, quando se aborda a tendência da cor que será usada em determinada estação, por exemplo, a mesma também pode nortear para outras áreas, como objetos de decoração.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Contemporaneamente, a indústria do vestuário costuma fazer uso de plataformas de tendências que buscam facilitar suas pesquisas de moda. Dentre as plataformas disponíveis, algumas se sobressaem no mercado, como é o caso do WGSN, que é vista como a líder mundial neste quesito (BREVE; GONZAGA; MENDES, 2018; TREPTOW, 2013). No Brasil, existe a plataforma Use Fashion, que se anuncia como uma plataforma para pequenas empresas, sendo muito utilizada pela facilidade de usabilidade por apresentar-se totalmente em língua portuguesa e representar tendências voltadas ao mercado nacional.

Como exemplo, a influência das tendências de moda voltadas à sustentabilidade está surtindo resultados positivos e popularizando-se gradativamente, visto que, de acordo com Breve, Gonzaga e Mendes (2018, p. 328) “As pessoas não estão mais preocupadas apenas em comprar um produto e utilizá-lo, mas em buscar por algo carregado de valores que contribuam para o bem da sociedade”. Com isso, torna-se importante analisar como as marcas estão fazendo uso das tendências de mercado em seus produtos de vestuário.

Apresentação das marcas analisadas

As peças de vestuário das duas marcas estudadas, ambas de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, foram tomadas como base para análise em relação ao ZWFD. As marcas analisadas são engajadas com questões ambientais, que expõem essa identidade em suas redes sociais e *sites*. Treptow (2013) destaca que a identidade de uma marca é um dos diferenciais que influenciam o consumidor no momento da decisão de compra, sendo, então, de grande valia.

Com base em análise das redes sociais e *sites* das marcas, bem como entrevista realizada com representantes das mesmas, foi possível observar que, internamente, no processo produtivo de seus produtos, ambas utilizam o método ZWFD como abordagem para execução dos processos criativo e produtivo. Assim, o presente estudo busca entender a aplicação das tendências de mercado nas peças desenvolvidas a partir desse método e, para isso, inicialmente apresentam-se as marcas analisadas.





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A marca A foi fundada em 2018, por uma estudante de moda que se formou na Argentina e que, ao retornar ao Brasil, aplicou os conhecimentos adquiridos durante a graduação, utilizando do movimento *slow fashion* para incentivar a redução do ritmo de consumo e evitar a geração de resíduos têxteis por meio da utilização do método ZWFD, com seus cortes geométricos e dobraduras em pences e pregas.

Já a marca B foi fundada em 2017 por uma arquiteta e uma artista plástica. As peças da marca são atemporais e sem gênero, e as modelagens costumam ter formatos retos. Os produtos de vestuário da marca são projetados com o intuito de conseguir o melhor aproveitamento dos tecidos e, por conta disso, não são graduados em diferentes tamanhos, sendo comercializadas em tamanho único. Quando o modelo criado gera algum tipo de desperdício de tecido, é desenvolvida uma segunda peça para aproveitar as sobras da primeira. Nesse caso, é realizado o encaixe das duas peças simultaneamente para conseguir aproveitar totalmente o tecido. Assim, conhecendo brevemente as marcas analisadas, busca-se analisar a inserção das tendências em suas peças.

Análise das tendências de mercado inseridas em produtos de vestuário

Por meio de observação dos produtos de vestuário produzidos pelas marcas A e B com a utilização do método ZWFD, foi possível confrontar os fundamentos teóricos sobre as pesquisas de tendência de mercado voltadas à sustentabilidade, na forma como as marcas inserem essas tendências em suas peças.

De modo a entender a aplicação das tendências pelas marcas analisadas na pesquisa, apresenta-se, dentre as tendências de mercado norteadas pela plataforma WGSN, a que tem maior relação com a sustentabilidade, por direcionar melhor as novidades com as marcas pesquisadas que possuem este foco. Assim, foi selecionada a tendência apresentada pela plataforma WGSN como “Cápsula de design sustentável: pré-verão 19, Moda de estoque morto”, direcionada para vestuário feminino. Pretendeu-se confrontar a tendência citada anteriormente com os produtos apresentados pelas marcas, analisando a sua aplicação neles. Conforme Treptow (2013, p. 27) “Tendência de moda



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

[...] é o nome dado aos produtos que retratam o gosto dominante de um determinado tempo”, considerando o comportamento e o modo de consumo dos consumidores.

O estudo busca analisar as formas das peças, sem considerar cores e demais influências das tendências, por exemplo, em termos de comportamento, pois busca-se entender a aplicação das tendências nas marcas de pesquisa de campo que utilizam o método ZWFD. A moda muda constantemente, mas a estrutura do vestuário e as formas gerais são estáveis, as mudanças geralmente dizem respeito aos elementos superficiais (LIPOVETSKY, 2009).

A tendência “Moda de estoque morto” é apresentada inicialmente na Figura 1, que tem como tema Resíduos Têxteis. A peça apresenta leveza e fluidez, sem revelar as formas do corpo, por tratar-se de uma peça ampla. Logo nesta primeira figura é possível observar a relação direta com o método ZWFD utilizado pelas marcas estudadas, pois a peça tem formato amplo, não retrata explicitamente as formas do corpo humano. Assim, usar roupas fluidas e amplas, conforme a tendência sugere, tem relação direta com “estar na moda”, tendo a mesma significância de estar informada, saber o que se passa no mundo (MIRANDA, 2017).

Figura 1: Tendência sustentável — resíduos têxteis



Fonte: Harper's Bazaar (2018) *apud* Walters (2018).

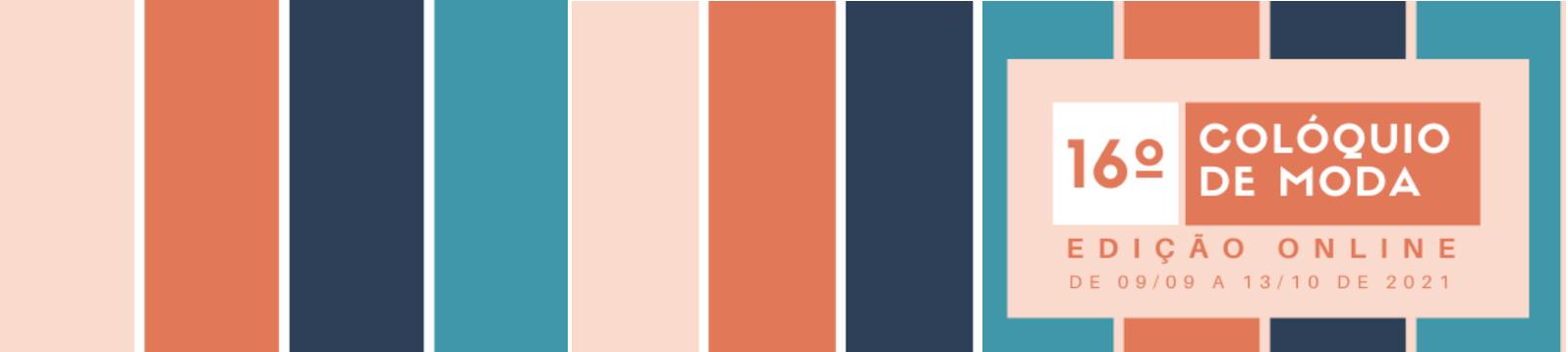
As peças apresentadas pelas marcas, no geral, possuem características como fluidez e amplitude, semelhantes ao que foi destacado das tendências da plataforma WGSN. A marca A apresenta roupas desenvolvidas com formas geométricas, fazendo uso de pregas e pences para determinados ajustes, como na cintura, por exemplo. Já marca B apresenta peças com modelagens em formas retas, e as roupas são ajustadas com o auxílio de elástico localizado em locais específicos, como a cintura, ou então, por meio de cintos que o cliente pode fazer uso junto à peça.

No que se refere à tendência pesquisada no WGSN, apresenta-se o “vestido remendado” como inspiração, sendo descrito por meio da fluidez das peças quando apresenta o vestido que desliza sobre o corpo (WALTERS, 2018). A tendência de vestido remendado, ilustrada na Figura 2, apresenta peças fluídas e com volumes moderados à amplos. As peças são levemente ajustadas ao corpo na região da cintura, porém sem retratar o formato da mesma. Os recortes assimétricos e de cores distintas possuem princípios decorativos ou como método de aproveitamento de tecidos, não possuindo relação com a vestibilidade da peça. Há duas formas distintas referente às mangas: ou elas são volumosas, ou são inexistentes.

Figura 2: Tendência sustentável — Vestido remendado



Fonte: Walters (2018).



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A marca A desenvolve, em sua grande maioria, peças de cor únicas e construídas de um único tecido, possuindo apenas algumas peças dupla face de um segundo tecido e algumas peças com recorte de uma segunda cor na região do ombro. Dessa forma, a tendência “remendo”, apresentada pela plataforma WGSN, ainda é pouco explorada pela marca em suas peças de vestuário, havendo, talvez, uma oportunidade de design para explorar mais de um tecido em uma mesma peça. Já as peças analisadas da marca B dispõem de produtos produzidos a partir de dois tecidos, possuindo relação com as imagens apresentadas na tendência. Desde a primeira peça desenvolvida pela marca já havia a característica de utilização de mais de um tecido em um produto de vestuário, como a proposta de remendo.

Uma característica comum em ambas as marcas analisadas é a utilização de mangas amplas ou ausência das mesmas. No geral, as cavas possuem formato reto, possivelmente para conseguir melhor aproveitamento de tecidos. Quando alguma peça apresenta mangas, muitas vezes elas possuem formato retangular, também com o mesmo princípio de facilidade de encaixe dos moldes e aproveitamento máximo do tecido.

Os itens utilitários, conforme apresentados na Figura 3, são apontados pela tendência da plataforma WGSN com modelagens levemente soltas, sem ajustar na cintura, ou então sendo ajustada por faixas ou cinto e, na maioria das peças, com muitos recortes, que facilitam o processo de encaixe dos moldes, quando se pensa em ZWFD.

A tendência de itens utilitários apresenta casacos amplos com recortes, bolsos em formato quadrado e presença de lapela sobre os bolsos, remetendo à proposta de peças utilitárias.



Figura 3: Tendência sustentável — Utilitário



Fonte: Walters (2018).

Os itens utilitários são traduzidos por ambas as marcas analisadas como sobreposições com bolsos quadrados ou retangulares, em tamanhos grandes. Dessa forma, a tendência foi explorada em detalhes das peças, especialmente nos bolsos com a função utilitária de armazenar coisas e/ou decorar os produtos de vestuário.

Essa inspiração de utilização dos itens utilitários por meio dos bolsos nas peças foi aplicada de maneira semelhante pelas duas marcas, o que demonstra haver uma tendência para concepção de peças com conceito utilitário por parte de marcas que possuem perspectiva sustentável. Outra observação relevante identificada nesta análise trata-se de que ambas as marcas tiveram, como método de aplicação das tendências, apenas os detalhes, e não como forma ou estrutura da peça de vestuário.

Na plataforma de pesquisa WGSN (WALTERS, 2018), por exemplo, os macacões possuem formatos mais retos e amplos, conforme a Figura 4, com inspiração utilitária, sem ajustar no corpo e com bolsos amplos. Apesar da facilidade de bolsos funcionais, essa característica não é a única que se sobressai na peça de vestuário dessa tendência. Miranda (2017, p. 56) destaca que “Produtos têm importância que vai além da questão funcional”, como a significação que os mesmos são capazes de expressar por meio do visual ou forma que representam.

16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Figura 4: Tendência sustentável — Macacão



Fonte: Walters (2018).

Observando as peças das marcas analisadas, o macacão é uma peça recorrente em suas coleções, sendo que ambas utilizam deste tipo de vestuário para traduzir as tendências. Os bolsos estão presentes nos macacões das marcas, mas apresentam-se internamente na peça, nem sempre aparecendo por fora com pespontos ou mesmo sobrepostos, como ilustrado pelas tendências apresentadas na plataforma WGSN.

Como exemplo, um macacão da marca A possui formato amplo por meio de uma modelagem reta, contudo é ajustado à cintura com o auxílio de uma faixa. Os bolsos laterais estão presentes, remetendo à proposta utilitária. Ainda, o macacão apresenta cava em formato retilíneo, sendo desenvolvido desta forma para evitar um possível descarte de tecido que geraria em caso de cava curvilínea, reforçando a importância do ZWFD para a marca. Já o macacão da marca B é semelhante ao macacão da marca A, porém sem a faixa na cintura. Uma marca diferencia-se da anterior por um detalhe de estilo, que tem relação direta com o desenvolvimento de um em relação ao outro (FIORIN, 2000).

A partir da comparação entre tendência de moda e produtos analisados que utilizam o método ZWFD, é possível afirmar que, mesmo marcas sustentáveis e que costumam associar seus produtos à atemporalidade, utilizam as tendências de mercado em suas peças de vestuário. Dessa forma, as tendências são traduzidas para peças



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

sustentáveis associando atemporalidade com alguns itens da tendência atual, o diálogo entre a tradição e o novo (SANT'ANNA, 2016).

Entre peças de vestuário que utilizam, de forma híbrida, o tradicional e o novo, existem criadores de moda que abordam seus trabalhos como autorais e atemporais, justificando indiferença às tendências (TREPTOW, 2013). Porém, com tendências tão abrangentes e envolvendo tantas áreas, fica cada vez mais difícil construir moda de maneira isolada das demais criações do mundo, até porque, em questão de formato de peças, existem muitas opções no mercado, dificultando a criação de uma nova forma. Por conta da quantidade de opções de peças existentes, as tendências são separadas por nichos de mercado, ou círculos pequenos, sendo mais assertivas conforme o consumidor a quem se destina (ERNER, 2005), caso que também se visualiza com o nicho de mercado relacionado à sustentabilidade, em que as tendências analisadas apontam para questões sustentáveis.

Considerações finais

Com base na análise em que objetivou-se identificar a inserção das tendências de mercado em produtos de vestuário de marcas que produzem suas peças utilizando o método ZWD, foi possível identificar que, mesmo marcas de vestuário que defendem as questões sustentáveis e a redução do consumo de coisas que a pessoa não precisa, criam seus produtos em consonância com as tendências de mercado. Para tentar diferenciar-se das demais marcas disponíveis no mercado, as marcas de *slow fashion* apresentadas misturam o conceito atemporal às tendências de mercado, disponibilizando ao consumidor peças que compõem atemporalidade com toque de temporalidade.

Assim, foram identificados itens que demonstram a utilização das tendências de mercado inseridas em produtos de vestuário das marcas estudadas, utilizando-se do método ZWFD. Identificaram-se produtos híbridos entre temporal e atemporal, ou seja, que utilizam estilo clássico e atemporal, porém, todas as peças analisadas têm algumas





16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

características das tendências de mercado apontadas pela plataforma WGSN para marcas sustentáveis.

Como implicação prática, a pesquisa contribui para compreender como as marcas sustentáveis abordam a tendência de mercado em suas peças de vestuário, revelando para a sociedade o que é apresentado pelas mesmas. Além disso, é relevante para as indústrias, por poder nortear, quanto ao uso das tendências, as demais marcas sustentáveis já existentes ou que pretendem ingressar neste meio.

Esse artigo limitou-se a estudar duas marcas, porém sugere-se aprofundar essa pesquisa com mais marcas de vestuário, verificando a recorrência da utilização híbrida de temporal ou atemporal por marcas que utilizam o método ZWFD.

Referências

ALCÂNTARA, Paula de. **A aplicação do conceito zero waste na criação de roupas de festa para o segmento feminino**. 2016. 191 f. Trabalho de conclusão de curso, Curso superior de Tecnologia em Design de moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2016. Disponível em:

http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/5950/1/AP_CODEM_2016_1_17.pdf.

Acesso em: 20 abr. 2021.

BREVE, Danilo Gondim. **Zero Waste: design sustentável aplicado ao ensino de moda**. 2018. 152 f. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda), Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em:

<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-20122018-001634/pt-br.php>.

Acesso em: 20 abr. 2021.

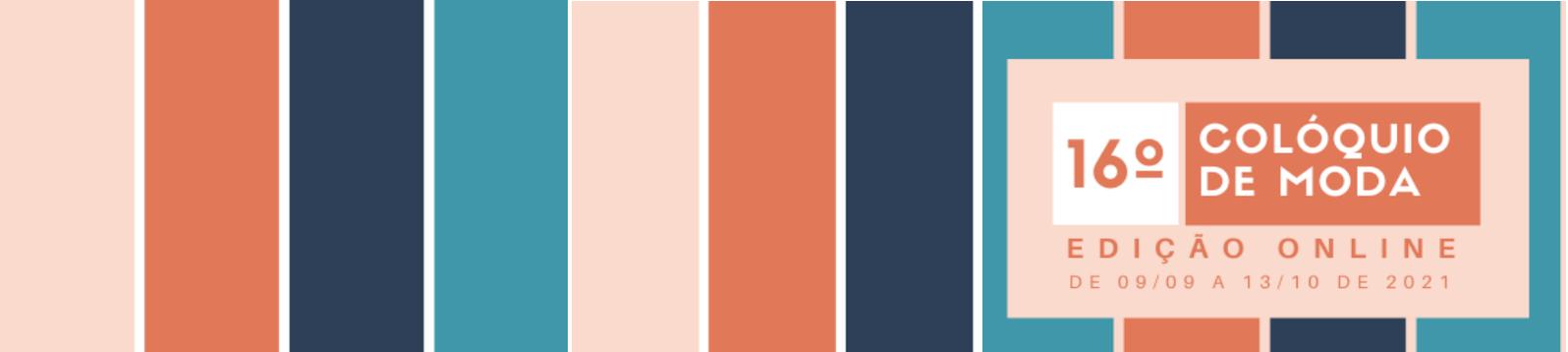
BREVE, Danilo Gondim; GONZAGA, Liliane da Silva; MENDES, Francisca Dantas. Sustentabilidade como uma tendência no mercado da moda. **Modapalavra E-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 22, p. 311-331, 2018. ISSN: 1982 – 615x

Disponível em:

<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/11859>. Acesso em:

28 out. 2020.

CAMPOS, Amanda Queiroz; WOLF, Brigitte. O conceito de tendência na moda: significado, histórico, conotação. **Modapalavra E-periódico**, Florianópolis, v. 11, n. 12, p. 11-30, 2018. ISSN: 1982 – 615x. Disponível em:



16º

COLÓQUIO
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

<https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/11754>. Acesso em: 20 abr. 2021.

CIETTA, Enrico. **A economia da moda**. Tradução Adriana Tulio Baggio. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e cores, 2017.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda?:** como a criamos, porque a seguimos. Tradução Eric Roland René Heneault. São Paulo: Editora Senac, 2005.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda e sustentabilidade:** design para mudança. Tradução Janaína Marcoantonio. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

FIORIN, José Luiz. O descobrimento da língua portuguesa. *In:* BRAITH, B.; BASTOS, N. (Org) **Imagens do Brasil 500 anos**. São Paulo: Educ, 2000.

GWILT, Alison. **Moda sustentável:** um guia prático. Tradução Márcia Longarço. 1. ed. São Paulo: GG, 2014.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero:** a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda:** a relação pessoa-objeto. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

RECH, Sandra Regina; SILVEIRA, Icléia. Abordagem terminológica dos estudos de tendências. **13º Colóquio de Moda**. Out. 2017. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2017/anais/anais/13-Coloquio-de-Moda_2017/GT/gt_6/gt_6_ABORDAGEM_TERMINOLOGIA_DOS.pdf. Acesso em: 28 out. 2019.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda:** sociedade, imagem e consumo. 2ª ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

SCHULTE, Neide Köhler; LOPES, Luciana Dornbusch. Moda e sustentabilidade. *In:* SANT'ANNA, Mara Rubia; RECH, Sandra Regina. **Brasil: 100 anos de moda – 1913 a 2013**. Florianópolis: UDESC, 2014. p. 111–113

TREPTOW, Doris. **Inventando moda:** planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

WALTERS, Polly. **Cápsula de design sustentável** — pré-verão 19 — Moda de estoque morto. 20 abr. 2018. WGSN. Acesso em: 24 out. 2019.

