



**Ecofashion: o que a moda
sustentável
trasmite na sociedade**



TÉCNICO EM: DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS

AUTORES

**GABRIELLY GOVEIA FARIA
KAUÊ ALVES DA ROCHA
NIKOLLAS BENEVENI DE SOUZA
YASMIM SOARES MEIRA**

**TÍTULO DO TRABALHO:
ECOFASHION
MODA SUSTENTÁVEL**

01 | SUMÁRIO



HISTÓRIA DO PRODUTO	03, 04
RESUMO	05
PROBLEMÁTICA	06
OBJETIVO	07
METODOLOGIA	08
PRODUTO	09
OBJETIVO DO PRODUTO	10
INTERFACE	11
LINGUAGENS/FERRAMENTAS UTILIZADAS	12
PESQUISA DE CAMPO	13,14
CONCLUSÃO	15

ECOFASHION

MONOGRAFIA OFICIAL

ETEC JUSCELINO KUBITSCHKEK DE OLIVEIRA

Orientador: Professor Helton de Andrade Silva



HISTÓRIA DO PRODUTO

Escrito por Yasmim Soares

Sabemos o quão difícil é a doação de roupas e também a troca de roupas na sociedade, e se houvesse um jeito mais rápido para ajudar a todos.

DÊ UMA
OLHADA NESTA
MONOGRAFIA:

Ná pagina 07
contem uma
breve
explanção
sobre o protótipo
em
desenvolvimento





HISTÓRIA DO PRODUTO

Escrito por Gabrielly Goveia

O setor da moda está passando por uma profunda revolução, obrigando os profissionais a atender às demandas cada vez maiores dos consumidores.

A Ecofashion surge como uma resposta para minimizar o impacto ambiental causado pelo mundo da moda. Ela enfatiza a utilização de matérias-primas ecológicas e adota métodos de produção circular.

Para se tornar um catalisador de mudanças, esse compromisso precisa ecoar em toda a cadeia da moda. Desde a produção de tecidos e o processo criativo até a fabricação e a troca pelo consumidor, cada etapa desempenha um papel crucial.

DÊ UMA OLHADA NESTA MONOGRAFIA:

Ná pagina 07 contem uma breve explanação sobre o protótipo em desenvolvimento





RESUMO

Escrito por Yasimi Soares

Ao enviar um pedido há empresa, tenha essas três coisas em mente. Primeira: caso seja uma troca de roupas que estejam de ótimo estado de uso. Segundo: coloque as devidas informações sobre a peça detalhadamente. Terceiro: na barra de doações procure sobre os pontos aonde você poderá deixar suas peças de roupas.

O sucesso de qualquer iniciativa de doação ou troca de roupas, mediada por plataformas digitais, depende de uma colaboração consciente entre o usuário (doador/trocador) e a empresa (plataforma). Três princípios fundamentais garantem a eficiência e a dignidade do processo: Transparência e Detalhamento da Informação: O doador ou trocador deve fornecer informações completas e precisas sobre cada peça (tamanho, cor, tipo de tecido, estado de conservação). Este detalhamento é vital para que a plataforma possa gerenciar a logística, facilitar a triagem e, principalmente, permitir que o receptor encontre exatamente o que precisa, otimizando o uso dos recursos e reduzindo a frustração.



PROBLEMÁTICA

Escrito por Gabrielly Goveia

Doações através de aplicativo, é possível garantir funcionamento de um app de doações e levar ao conhecimento da sociedade?

Será que com esse reconhecimento do aplicativo sociedade irá ter mais visão sobre a doação de roupas e as pessoas que necessitam disso?

Qual motivo real que podemos pensar e discutir sobre o real motivo que quase ninguém não sabe ou não querem doar?

Não é que as pessoas não queiram ajudar, mas o esforço logístico de separar, lavar e se deslocar para doar é maior do que o tempo que elas estão dispostas a investir. É mais fácil jogar no lixo ou guardar no armário.

Falta de Confiança e Transparência O doador se pergunta: "Será que minha roupa vai mesmo para quem precisa? Ou será vendida ou jogada fora?" A ausência de um elo de confiança sobre o destino final da doação gera inércia.

Desconexão com a Necessidade A maioria das pessoas não tem contato direto com a realidade da pobreza. A necessidade de doação é abstrata, vista apenas em campanhas sazonais. A doação não está integrada ao cotidiano do "desapego" e da organização do armário.



OBJETIVO

Escrito por **Gabrielly Goveia**

Garantir que o aplicativo funcione de forma eficiente é a base de tudo. Sem uma boa experiência do usuário, a divulgação e a conscientização não se sustentam.

A melhor tecnologia de nada adianta se a sociedade não souber que ela existe. A divulgação deve ser focada e ter um custo-benefício positivo.

Conscientização da Sociedade sobre a Importância das Doações (O Pilar do Impacto Social)

O app deve ser capaz de geolocalizar doadores e pontos de coleta/recebimento, otimizando rotas para reduzir custos e tempo. Proteger os dados dos usuários e garantir que os itens anunciados estejam em conformidade com as regras de doação digna. Firmar parcerias com igrejas, escolas, ONGs e associações de bairro. Eles promovem o app em troca da otimização de suas coletas. Combate o conceito de doar o que é lixo. Instrui o doador a tratar o ato como um repasse de valor e não um descarte. Constrói a confiança e transforma o ato abstrato de doar em uma experiência tangível e emocionante, incentivando a repetição do gesto.



METODOLOGIA

Escrito por Yasmim Soares

O Eco Fashion (ou Moda Sustentável) é uma abordagem que busca reduzir os impactos ambientais e sociais da indústria da moda, priorizando a ética, a qualidade e a longevidade em toda a cadeia de valor. Essa metodologia é inspirada nos princípios do Slow Fashion, em oposição ao modelo de consumo rápido (Fast Fashion).

A metodologia pode ser dividida em quatro pilares principais, que orientam as decisões de design, produção e consumo:

1. Design Circular e Longevidade (O que é feito)

Esta fase foca na criação de produtos com o fim de seu ciclo de vida em mente, maximizando sua vida útil e sua capacidade de retornar ao ciclo produtivo.

Escolha de Matéria-Prima Sustentável:

Priorizar tecidos orgânicos (algodão orgânico, linho, cânhamo, etc.) que não utilizam agrotóxicos ou pesticidas, reduzindo o impacto no solo e na água.

Utilizar materiais reciclados ou de upcycling (reaproveitamento de resíduos têxteis ou peças antigas) para diminuir a demanda por novos recursos.

Optar por fibras com menor consumo de água e energia em seu cultivo/produção (ex: Tencel/Liocel, bambu, alguns tipos de poliéster reciclado).

Ecofashion
MODA SUSTENTÁVEL

Bem-vindo

Entrar como usuário
Acesse sua conta para trocar e doar roupas

Email

Senha

Entrar

Área de administração
Acesso restrito — apenas administradores

Usuário ou email

Senha

Entrar como admin

[Não tem uma conta?](#)

PRODUTO

Escrito por Gabrielly Goveia/ Yasmim Soares

Nosso produto terá grande diferenças pra aquelas pessoas da sociedade que precisa de doação de roupas ou quer doar roupas é não sabe como, mas com o aplicativo Ecofashion vai facilitar para ambas partes da sociedade.

Com ação da troca de roupas irá receber o TREVO que a nossa moeda digital para a troca, ajudando a voce ter pontos para troca de roupas e doação.



OBJETIVO DO PRODUTO

Escrito por Gabrielly Goveia

Ecofashion é mais do que um aplicativo de doação; é a sua ponte digital para a solidariedade e a moda circular. Ele resolve o dilema de "quero doar, mas é muito complicado" e "para onde minhas roupas realmente vão?", garantindo que o seu desapego se converta, de forma rápida e transparente, em dignidade para quem mais precisa.

Implica a Diferenciação: Ao se declarar "mais do que um aplicativo de doação", a Ecofashion eleva seu status. Ele não é apenas um facilitador de logística, mas um catalisador de mudança de comportamento.

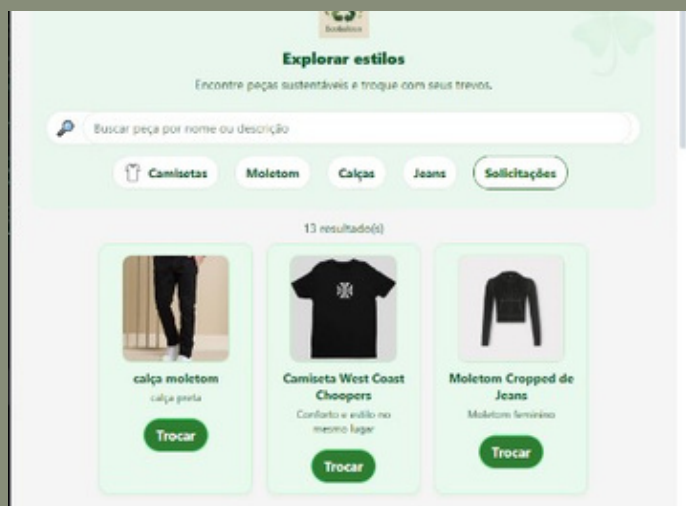
A Solução do Produto: A Ecofashion resolve isso oferecendo comodidade. Ele integra a logística no ciclo de desapego, tornando o agendamento da coleta mais fácil do que o descarte no lixo, superando a inércia do usuário.

A promessa de Ação: O uso de "rápida e transparente" reforça que a ação será eficiente (rápida) e confiável (transparente), ligando diretamente o ato individual do "desapego" a um resultado social positivo e verificável.



INTERFACE

Desenvolvido por Kauê Alves / Nikollas Beneveni





Ecofashion
MODA SUSTENTÁVEL

Bem-vindo

Entrar como usuário

Acesse sua conta para trocar e doar roupas

Email

Senha

Entrar

Área de administração

Acesso restrito — apenas administradores

Usuário ou email

Senha

Entrar como admin

[Não tem uma conta?](#)

LIGUAGENS / FERRAMENTAS UTILIZADAS

Escrito por Kauê Alves

HTML

Linguagem de Marcação:

Define a estrutura e o conteúdo de uma página web.

CSS

Linguagem de Estilização:

Define a aparência, o layout e o design visual de página web.

JAVASCRIPT

Linguagem de Programação:

Adiciona interatividade, comportamento dinâmico e lógica do lado do cliente (**front-end**) ou do servidor (**back-end**).

TYPERSCRIPT

Superset de JavaScript:

Adiciona tipagem estática e ferramenta orientadas a objetos, melhorando a escalabilidade e a manutenção de grandes projetos JavaScript.

MySQL

Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados(SGBD):

Armazena, gerencia e recupera dados de forma estruturada, sendo essencial para manter o conteúdo dinâmico de qualquer aplicação.

PESQUISA DE CAMPO

ESCRITO POR GABRIELLY GOVEIA

Com objetivo de entender o comportamento de consumo do brasileiro se tratando de moda sustentável, a pesquisa revelou dados inéditos sobre motivações de consumo, padrões de uso e cuidados com as peças além de como e com qual frequência as pessoas descartam suas roupas. A pesquisa incorpora um estudo maior sobre sustentabilidade na indústria. Podemos ver nos gráficos como a sociedade faz o uso de doações de roupas e compras de roupas.

Qual a sua renda mensal aproximada?

114 respostas

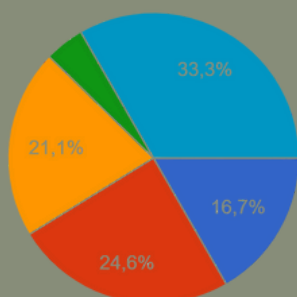


GRÁFICO 1 - EXPLICAÇÃO

Os dados apresentados sobre a distribuição de renda mensal em um determinado grupo revelam um panorama complexo, marcado pela concentração em faixas de baixa renda e uma significativa parcela de respondentes que opta pela reserva na informação.

A maior concentração (ou moda da distribuição) se encontra na faixa VERMELHA (De R\$ 1.001 a R\$ 2.500), representando 25,6% dos entrevistados. Essa faixa tipicamente engloba trabalhadores com salários próximos ao piso ou aqueles que dependem de benefícios sociais complementares.

À medida que a renda aumenta, o percentual de indivíduos diminui.

A faixa LARANJA (De R\$ 2.501 a R\$ 5.000) representa a classe média-baixa ou aqueles com empregos formais estáveis, somando 21,5%.

Com que frequência você compra roupas novas?

127 respostas

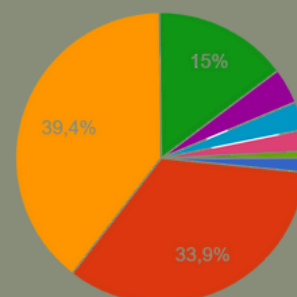


GRÁFICO 2 - EXPLICAÇÃO

A análise da frequência de compra de roupas novas revela uma clara tendência de consumo menos frequente e, possivelmente, mais consciente dentro do grupo pesquisado.

A categoria VERDE (Raramente) predomina, indicando que uma parte significativa dos indivíduos adota um ritmo de aquisição lento ou adquire peças apenas por real necessidade, e não por impulso.

Este padrão é reforçado pelo segundo grupo mais representativo, a faixa LARANJA (A cada 3-6 meses). Este comportamento sugere um consumo moderado, típico de quem compra em trocas de estação ou em períodos promocionais específicos, mas sem a constância do consumo mensal.

Em contraste, a categoria VERMELHO (Mensalmente) é a menos expressiva. A baixa frequência de compras mensais sugere que o grupo, em sua maioria, não está alinhado ao modelo de consumo rápido (fast fashion) que dita a aquisição constante de novas peças.

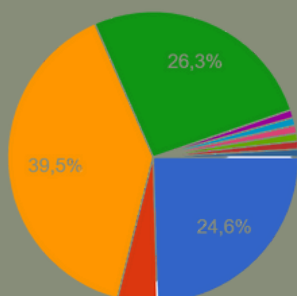
PESQUISA DE CAMPO

ESCRITO POR YASMIM SOARES

Ao enviar uma newsletter da empresa, tenha essas três coisas em mente. Primeira: envie sua newsletter regularmente. Mantenha seu compromisso, se será semanal, mensal ou trimestral. A segunda é ter um layout adequado. Crie uma newsletter interessante e fácil de ler. Por último, garanta a qualidade do conteúdo e das imagens que você irá compartilhar.

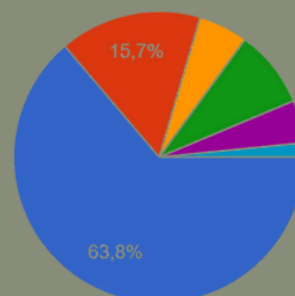
Onde você costuma comprar roupas?

114 respostas



Quando você realiza a compra de roupas, você doa aquelas que não usa?

127 respostas



- Sim
- Raramente
- Não, por sites
- Nunca
- As vezes
- Nunca

GRAFICO 3 - EXPLICAÇÃO

Os resultados indicam um mercado de moda com uma competição acirrada e uma segmentação clara: o consumidor de hoje está altamente adaptado à compra online, buscando a eficiência e a amplitude do digital (40,5%).

No entanto, o formato físico não está obsoleto; ele se sustenta na demanda por experiências tangíveis – seja o preço e a conveniência das lojas de departamento, seja a qualidade e a exclusividade das lojas de marca específica. Para as empresas, o desafio está em integrar esses canais de forma eficaz (omnichannel), já que o consumidor transita livremente entre o smartphone e o provador.

GRÁFICO 4 - EXPLICAÇÃO

Os dados mostram que a disposição para doar é alta (quase dois terços dos entrevistados).

O maior desafio, portanto, não está em convencer as pessoas sobre a importância da doação, mas sim em superar as barreiras logísticas e de esforço que transformam o "Sim" da maioria em um "Raramente" prático. Para plataformas de doação, o foco deve estar em tornar o processo mais fácil do que o acúmulo ou o descarte, mirando especialmente a conversão do grupo "Raramente" em doadores consistentes.

A categoria Raramente (14,9%) indica um grupo que tem a intenção de doar, mas falha em fazê-lo com frequência. O ato de doar, para eles, pode estar ligado à conveniência ou à participação em campanhas pontuais, refletindo a barreira logística e de esforço que muitas vezes impede a ação.



CONCLUSÃO

Escrito por Gabrielly Goveia

Nós Concluimos que o tema do TCC é para refletir uma transformação significativa, onde o consumo consciente ganha relevância, e busca por práticas de produção e consumo mais ecológicos. Então isso não é uma tendencia passageira, mas sim uma mudança estrutural que visa reduzir o desperdício e minimizar os impactos ambientais.

REFERÊNCIAS :



HAZEL CLARK

- **Reavaliar o sistema da moda:** Clark argumenta que não basta fazer pequenas mudanças nos modelos de produção existentes; é necessário examinar e mudar os próprios modelos. Ela defende uma redefinição da moda que priorize a necessidade humana em vez do lucro e do desejo por novidades constantes.
- **Promover o *Slow Fashion*:** Ela foi uma das pioneiras na discussão acadêmica e pública sobre o *slow fashion*, inspirada pelo movimento *slow food*. Seu artigo "SLOW + FASHION – an oxymoron – or a promise for the future...?" é uma referência na área e explora a ideia de que a abordagem "lenta" pode ser uma estratégia para a sustentabilidade.

REFERÊNCIAS :



KATE FLETCHER

- **Criação do termo *Slow Fashion*:** Em 2007/2008, Fletcher cunhou o termo *slow fashion* ("moda lenta") como uma alternativa ao sistema de *fast fashion* ("moda rápida"). Ela defende um movimento que valoriza a qualidade, a longevidade e o respeito por todas as pessoas envolvidas na cadeia de produção, em vez da produção em massa e do consumo acelerado.
- ***Craft of Use* (Artesanato do Uso):** Fletcher introduziu o conceito de "artesanato do uso", que muda o foco da produção de roupas para a forma como os consumidores interagem com elas após a compra. Isso envolve o cuidado, a reparação, a adaptação e a personalização das peças, aumentando sua vida útil e o envolvimento pessoal, e indo além do consumismo passivo.

