

PROJETO DE COLEÇÃO DE ALPARGATAS A PARTIR DE SUBPRODUTOS DA PALHA DE BANANEIRA

Andrea Fernanda de Santana Costa¹

Helena Rafaela Magalhães Galvão²

Patrícia de Oliveira Souza³

Jacqueline da Silva Macedo⁴

RESUMO

A partir da análise dos conceitos de design, moda e sustentabilidade apresenta-se o desenvolvimento de uma coleção de calçados, tipo alpargata, a ser desenvolvida pela Associação Beneficente Maria Auxiliadora, situada na cidade de Machados -PE, evidenciando como o uso de fibra natural de bananeira, com o auxílio de técnicas de design, pode contribuir para gerar alternativas de produtos de moda.

Palavras-chave: Artesanato. Palha de bananeira. Design. Moda. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Aided design techniques, the use of natural banana fiber, generating alternative products more attractive, sparked the group's goal to develop the concepts of design, fashion and sustainability a collection of shoes alpargata type to be developed in association Mary Help charity in the city of Axes - PE

Keywords: Straw banana. Design. Fashion. Sustainability.

¹ Mestre em Desenvolvimento de Processos Ambientais; Universidade Federal de Pernambuco

² Bacharelado em Design, Universidade Federal de Pernambuco.

³ Bacharelado em Design; Universidade Federal de Pernambuco.

⁴ Bacharelado em Design, Universidade Federal de Pernambuco.

INTRODUÇÃO

A bananicultura é uma das atividades agrícolas no setor de frutas que ocupa posição de destaque em relação à produção e comercialização mundial sendo precedida apenas pela produção de frutas cítricas. No Brasil grande parte da produção de bananas é consumida pela população interna do país (FERREIRA, 2012).

Segundo Ferreira (2012) a produção da banana é para algumas cidades de Pernambuco, principalmente na região da Zona da Mata, uma atividade econômica bastante relevante juntamente à produção da cana-de-açúcar. No Estado de Pernambuco a bananicultura se diferencia, ao longo das localidades do Agreste, Zona da Mata e Sertão, pelo tipo de produção, nível de tecnologia empregada e organização das propriedades. Na Zona da Mata e no Agreste o perfil produtor é variável de acordo com o tipo de propriedade, mas geralmente a bananicultura emprega baixo investimento tecnológico, sendo produzida por agricultura familiar e comercialização geralmente local. A produção da banana no sertão acontece em propriedades maiores (tipo latifúndios) com investimentos em sistemas de irrigação mais eficientes e emprego de técnicas mais modernas de manutenção climática adequada, isso garante uma produtividade maior e mais rentável.

Da bananeira podem-se extrair além do fruto, diversos subprodutos oriundos da planta. Desses subprodutos merecem destaque as folhas, utilizadas na culinária de muitas regiões e o caule de onde são extraídas fibras (SOARES, 2014).

Na cidade de Machados – PE, uma comunidade de artesãos dedica-se a transformar os subprodutos do caule da bananeira em arte. Os integrantes dessa comunidade participam das etapas de extração das fibras dos caules de bananeiras, do processo de secagem e do beneficiamento das fibras, transformando-as em artesanato. São confeccionadas cestas, caixas, embalagens para cachaça local e outros produtos a partir das fibras obtidas da bananeira.

Figura 1: Associação Beneficente de artesões de Machados-PE.



Fonte:arquivo pessoal

O Design que, segundo Löbach (2001), pode ser conceituado como desenvolvimento de ideias, que se configuram em projetos, posteriormente em produtos com o objetivo de satisfazer as necessidades do ambiente humano; surge para auxiliar a comunidade de artesanato de Machados - PE a potencializar o uso das fibras de bananeira, gerando alternativas de produtos mais atraentes, satisfatórios, e passíveis de produção de acordo com as técnicas e meios disponíveis na comunidade.

A moda que, segundo Sant'Anna (2009), envolve processos de distinção ou identificação social e disposição para novidades, surge no contexto do desenvolvimento do projeto de alpargatas com fibras de bananeira na cidade de Machados, com o objetivo de direcionar a escolha da temática para coleção, o público-alvo desejado, e caracterizar o tipo de consumidor que seja atingido pelo produtor (perceber as referências de moda das quais compartilham o grupo de usuários desejáveis para as alpargatas).

REFERENCIAL TEÓRICO

Moda

O processo de moda acontece pelo desejo de pertencer a um determinado grupo sem que se perca a individualidade. A moda se caracteriza pela identificação e distinção (BARNARD, 2003).

De acordo com Barnard (2003) nas sociedades em que o impulso socializante for menor que o de diferenciação haverá pouca ou nenhuma chance de existir moda. A necessidade de expressão da individualidade é que geralmente proporciona mudanças no vestuário.

Sant'Anna (2009) ressalta a moda como fenômeno social firmado a partir da estruturação social. A moda constata-se pelos processos de imitação e distinção entre os homens, sendo também uma disposição para o novo, para mudanças efêmeras. A moda se configura pelo novo, pela substituição de um item por outro. Essas mudanças só podem acontecer quando há uma

organização social, em que haja diferentes classes sociais em ordem de hierarquia (BARNARD, 2003).

A moda também pode ser compreendida como processo comunicativo em que as vestimentas e adornos em conjunto transmitem mensagens.

Em Barnard (2003) as indumentárias são classificadas em dois tipos: indumentárias fixas e indumentárias donairosas ou elegantes. A indumentária fixa é aquela em que há pouca variação no decorrer do tempo, mas no espaço (localidade) a variação é grande. Enquanto a indumentária elegante faz a relação oposta, sua variação é grande no tempo embora em diferentes locais varie pouco. Portanto a indumentária elegante é que caracteriza a moda, por sua rapidez de mudança, sua efemeridade, descontinuidade, passagem e substituição.

Segundo Barnard (2003) a análise mais pertinente da moda como processo comunicativo é a proposta pela escola semiótica. A escola semiótica considera que a mensagem e a comunicação são um resultado da interação social. Nesse modelo a intenção de quem emite a mensagem através dos signos do vestuário (roupas, acessórios, adornos) não é mais importante que a comunicação como o todo. É levado em consideração que o receptor/espectador da mensagem de moda tem referências próprias, um próprio repertório cultural que interfere na interpretação que este terá acerca da mensagem.

Produto com valor de Moda

Evidenciando as necessidades e desejos do consumidor, um produto é definido por:

Qualquer coisa que possa ser oferecida a um mercado para atenção, aquisição, uso ou consumo e que possa satisfazer a um desejo ou necessidade. Os produtos vão além de bens tangíveis. De forma mais ampla, os produtos incluem objetos físicos, serviços, pessoas, locais, organizações, ideias ou combinações desses elementos (KOTLER, 1999, p. 190, *apud* RECH, 2003, p.02.).

Segundo Rech (2003) os dois níveis classificatórios de um produto por são:

- **Produto Básico** – condiz com um produto que realmente o consumidor deseja obter.
- **Produto Ampliado** – é a soma do produto básico com o produto real, atribuídos a vantagens complementares e serviços ao consumidor.

A partir de dados do IEMI – Instituto de Estudos e Marketing Industrial (1990-1997) o mercado dos artefatos de vestuário é fragmentado em dois segmentos: o de produtos básicos, onde o preço baixo e a ampla repartição se fundamentam com base na geração de produtos em larga escala, e os produtos de moda que se configuram por preços altos e distribuição seleta em canais especiais e regiões metropolitanas, já que os lotes de produção são limitados (RECH, 2003).

Assim sendo, Rech (2003) conceitua produto de moda como qualquer elemento do serviço que combine as propriedades de criação, qualidade,

vestibilidade, aparência e preços com base nas vantagens e anseios do segmento de mercado ao qual o produto se destina. O produto de moda é formado por uma sucessão de estágios que correspondem à análise, elaboração, criação e difusão. O estágio de análise é dividido em duas etapas, uma sociocultural na qual se definem questões relacionadas, por exemplo, ao ciclo de vida de um determinado produto, e outra socioeconômica em que se determinam fatores relacionados ao produto tais como preço, segmento de mercado, público-alvo, promoção, custos de desenvolvimento. No estágio de elaboração a ideia inicial do produto é transformada em alternativas viáveis à produção. A criação corresponde a desenvolver o conceito do produto em um artesanato físico através da geração de ideias. Por fim, o estágio de difusão que se relaciona com estratégias de marketing e distribuição do produto.

Acessórios de Moda

O consumidor é estimulado a ação de comprar impulsionado pela moda como um dos mecanismos que faz parte do processo de transmissão de significados. Tais significados passam por um processo de renovação cultural onde pessoas e suas interações sociais são categorizadas a partir de códigos da moda. Sendo assim, as relações sociais disseminam valores culturais que os objetos, as roupas e as pessoas adquirem (LEITE, 2012).

A formação de grupos e o convívio com esses é uma necessidade inerente aos seres humanos. Consumir vestimentas e acessórios de moda é um meio para se inserir num grupo, a fim de ser percebido e se fazer perceber perante a sociedade como indivíduo que interage e contribui para um determinado grupo social.

De acordo com Leite (2012):

Para entender o consumidor de moda é preciso ver a moda como forma de gerenciar aparência, onde roupas e acessórios em suas diferentes formas causam uma impressão nos outros sobre nós de forma gerenciada diante dos objetos a serem alcançados.

Sobre o processo de transmissão de significados Ferreira (2009) esclarece que:

Uma incursão na etimologia das palavras “ornamento”, “ornamentação”, “ornamental”, reforça tal ideia. Essas palavras são derivações do verbo latino *ornare*, que significa, na acepção latina original, “adornar” ou “equipar”. Nesse sentido, “ornar”, não se resume a adicionar coisas supérfluas, mas exprime um acréscimo de qualidade, uma melhoria (GOLA, 2008, p. 18, *apud* FERREIRA, 2009).

Desta forma, a utilização de ornamentos é um veículo com finalidade estética e, principalmente, de distinção de grupos.

No mundo contemporâneo, o homem aprimora, produz e consome os ornamentos visando não só a inserção em grupos através da moda, mas também em utilizar-se de uma ferramenta possuidora de valores sociais com a qual adquire identidade pessoal e por consequência faz ser percebido como importante na sociedade.

Artesanato

As atividades artesanais surgiram da necessidade do homem de resolver desde situações práticas a questões de sobrevivência. O artesanato é a união entre as habilidades manuais e as intelectuais para confecção de objetos, utensílios e que culmina no desenvolvimento de ofícios (SANTOS, 1998).

Para iniciar a conceituação de artesanato, Santos (1998) busca a origem etimológica da palavra que deriva do francês *artésian*, que quer dizer artífice, pessoa que desempenha o trabalho manual. Diferentemente de um trabalhador da indústria, o artífice (artesão) conhece e participa da produção do produto em todas as fases e julga-se um aprendiz especializado no ofício.

Segundo Santos (1998) artesanato são produtos desenvolvidos mediante uma solicitação prévia e apresenta um número limitado de peças. Todas as etapas da linha de produção são feitas pelo artesão e/ou colaboradores familiares apresentando detalhes sutis entre o conjunto de peças produzidas. O autor considera artesanato tradicional “toda a produção de artefatos que esteja ligada às atividades econômicas desenvolvidas na região e a antigas manifestações culturais ou artísticas de valor decorativo”. (SANTOS, 1998, p.?)

A cartilha *Base Conceitual do Artesanato Brasileiro*, do MDICE (2012, p.?) propõe a seguinte definição para artesanato:

Compreende toda a produção resultante da transformação de matérias-primas, com predominância manual, por indivíduo que detenha o domínio integral de uma ou mais técnicas, aliando criatividade, habilidade e valor cultural (*possui valor simbólico e identidade cultural*), podendo no processo de sua atividade ocorrer o auxílio limitado de máquinas, ferramentas, artefatos e utensílios

Não é ARTESANATO:

- Trabalho realizado a partir de simples montagem, com peças industrializadas e/ou produzidas por outras pessoas;
- Lapidação de pedras preciosas;
- Fabricação de sabonetes, perfumarias e sais de banho, com exceção daqueles produzidos com essências extraídas de folhas, flores, raízes, frutos e flora nacional.
- Habilidades aprendidas através de revistas, livros, programas de TV, dentre outros, sem identidade cultural.

Pode-se concluir que o artesanato configura a produção de objetos/artefatos por indivíduos que tem domínio e participam de todas as etapas produtivas. O artesanato é caracterizado ainda pela limitação do número de peças, pela exclusividade de cada uma delas (visto que se trata de uma produção manual) e pelo contexto cultural que pode ser atribuído ao produto.

Artesanato produzido com a palha e fibra de bananeira

Pernambuco é um estado que apresenta a bananicultura como uma atividade agrícola muito importante. No Sertão, grandes e médios produtores

usam sistemas de irrigação e climatização das plantações aumentando a qualidade das frutas e o potencial competitivo de mercado. Na Região da Mata a bananicultura é uma atividade agrícola familiar permanente que apresenta um baixo investimento tecnológico, superada apenas pela produção da cana-de-açúcar (FERREIRA, 2012).

A casca, fibra e renda da bananeira é uma matéria-prima natural, que é retirada do caule da árvore adulta quando os cachos estão no ponto ideal para cortar, mediante um processo de extração artesanal. Esse material fibroso está sendo empregado, como matéria-prima para a confecção de muitas peças de artesanato: tapetes, cestas, bolsas, sandálias, colares e os objetos de decoração.

Figura 2: Artesanato desenvolvido na comunidade de artesão de Machados –PE, com subprodutos do caule da bananeira.



Fonte:arquivo pessoal

A palha da bananeira é produzida a partir das bainhas foliares extraídas do pseudocaule da bananeira, que equivale a seu tronco. O corte do pseudocaule é uma prática adotada no sistema de cultivo da bananeira mãe, cortando-se o pseudocaule de modo a dar espaço para o crescimento dos filhotes. Do pseudocaule da bananeira é possível extrair vários tipos de palhas, cada um com uma característica diferente: as palhas mais finas (utilizadas para dar acabamento, costurar, adornar, etc.) são chamadas de filé e contra-filé, as mais grossas (utilizadas para trabalhos mais rústicos) são chamadas de palha inteira, das três camadas que é constituída a palha inteira retira-se a palha interna (menos resistente), a rendinha (toda vazada) é a palha raspada (extremamente resistente).

À medida que as partes das fibras são separadas elas devem ser lavadas com água e colocadas em exposição ao sol pelo período necessário para cada tipo de fibra enquanto que, o tronco pode ser processado e utilizado para a confecção do papel artesanal e na elaboração de móveis sustentáveis. O material deve ficar armazenado em um local seco e arejado protegido da umidade.

Moda e sustentabilidade

A sustentabilidade é um tema que trata do planejamento e promoção de iniciativas que privilegiem o desenvolvimento de projetos de produtos, serviços

e atividades que equilibram o bem-estar humano e a minimização dos impactos ambientais.

O termo sustentabilidade pertence a um sistema, ao qual se relacionam os conceitos integrados de continuidade, considerados o grande pilar da sustentabilidade. Sendo eles: questões econômicas, culturais, sociais e ambientais de sociedade, seu modelo ideal tem como ideia atender às necessidades apresentadas pela sociedade contemporânea de forma que essas necessidades não venham a ser supridas prejudicando as futuras gerações sempre na busca por soluções alternativas para o desenvolvimento da sociedade (AMATO NETO, 2012).

O pilar econômico representa a geração de riqueza pela e para a sociedade, através do fornecimento de bens (duráveis) e serviços; o pilar ambiental relaciona-se à conservação e ao manejo dos recursos naturais; e o pilar social visa atingir a equidade e a participação de todos os grupos sociais na construção e manutenção do equilíbrio do sistema, compartilhando direitos e responsabilidade (OZELITO, 2009).

Segundo Lourdes (2010) a sustentabilidade surge de um sistema complexo apresentando cinco características, que são: interdependência, reciclagem, parceria, flexibilidade e diversidade. Seu maior desafio é manter em equilíbrio o desenvolvimento humano, crescimento econômico e preservação do meio ambiente.

Segundo Vezzoli (2008) a relação entre design e sustentabilidade pode ser entendida como “ato de projetar produtos, serviços e sistemas com um baixo impacto ambiental e uma alta qualidade social”. O planejamento e desenvolvimento de projetos devem considerar todas as fases do produto indo desde a extração da matéria-prima, passando pelos processos de produção, uso e descarte.

Tais maneiras de práticas sustentáveis podem ser percebidas nos dias atuais com manifestações objetivas sendo elas: utilização de fontes limpas e renováveis, práticas de consumo social e ambiental sustentável e preservação de recursos naturais e direitos humanos. Aplicadas no cotidiano de forma macro ou micro (AMATO NETO, 2012).

Para a elaboração de projetos de produto sustentável as fases de pré-produção, produção, distribuição, uso do produto e destinação do produto são esquematizadas por Vezzoli (2008). A pré-produção trata da obtenção da matéria-prima e escolha de processos de produção. Na fase de produção os recursos são beneficiados, são confeccionados os componentes do produto e ocorre a montagem e finalização. Em seguida, a distribuição à etapa responsável pelo planejamento e controle de embalagens e do deslocamento feito pelo produto durante todo o ciclo de vida. O uso do produto considera os recursos que possam ser necessários à utilização do produto. Se outros impactos serão causados pelos recursos necessários à manutenção e funcionamento do produto. Por último a fase de destinação do produto que se vincula ao descarte, tratando se o produto será reciclável, retornável, biodegradável.

À análise da viabilidade de um produto sustentável deve levar em consideração a função do produto, a satisfação que este traz e também observar individualmente as vantagens ambientais, econômicas e competitivas diante o mercado (VEZZOLI, 2008).

No que diz respeito à moda e à sustentabilidade a discussão pode partir do conceito efêmero das peças de vestuário, que por meio do lançamento periódico de tendências e desfiles acabam promovendo o consumo exacerbado e conseqüentemente, a produção de mais resíduos para o ambiente.

A relação entre design, moda e sustentabilidade é abordada por Blanch (2008) a partir de uma análise dos períodos históricos relacionados à evolução da indústria de bens de consumo e têxtil. O design e a moda caminham em busca da sustentabilidade, investindo em alternativas de produtos que causem impactos menores ao ambiente e melhorem a qualidade de vida da sociedade.

Dentre as mais importantes mudanças que apontaram para a associação do conceito de sustentabilidade ligada à moda está o surgimento dos Laboratórios de Tendências que são centros de estudo especializados para apontar novos caminhos à indústria como; oportunidades no mercado, comportamento de consumo e mudanças sociais (BLANCH, 2008).

Tratando de moda e sustentabilidade Vezzoli (2008) aponta quatro “cenários de inovação social e técnica para a sustentabilidade no cuidado do vestuário”. A análise proposta por Vezzoli (2008) está intimamente relacionada aos impactos ambientais causados pela manutenção do vestuário, principalmente os processos de lavagem e secagem que consomem recursos como energia e materiais de limpeza. Os quatro cenários propostos relacionam alternativas para aumentar a durabilidade do vestuário e diminuir o consumo de produtos têxteis, visando amenizar os impactos ambientais causados pela indústria da Moda.

Metodologia

O desenvolvimento do projeto em questão ocorreu seguindo as seguintes etapas:

- Visita ao Local da intervenção de Design;
- Reconhecimento da matéria-prima e das técnicas disponíveis no local de intervenção;
- Observação do artesanato já produzido pela comunidade de artesão de Machados;
- Análise de similares do produto proposto para desenvolvimento com fibra de bananeira, as alpargatas;
- Criação de briefing, desenvolvimento do conceito da coleção e geração das alternativas;

Resultados e Discussão

O briefing para o desenvolvimento da coleção de produtos com valor de moda foi desenvolvido a partir de uma inspiração no carnaval brasileiro e tomou

como tema para o estudo a marchinha de carnaval, composição de Carlos Alberto Ferreira Braga (Braguinha) que exaltava, com bom humor, as qualidades da fruta, na marchinha carnavalesca “Yes, Nós Temos Banana”, gravada por Carmem Miranda artista que apresentava um estilo eclético e que se apresentava como precursora do tropicalismo, movimento cultural brasileiro.

Figura 3: Marchinha carnavalesca “Yes, Nós Temos Banana” e Carmem Miranda

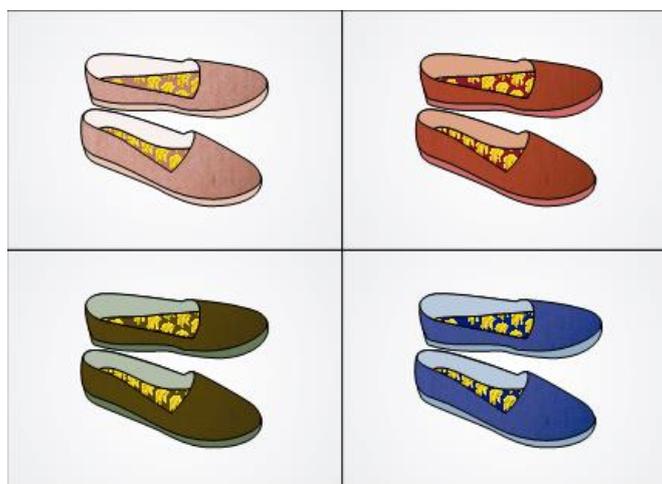
*Yes, nós temos banana
Banana pra dar e vender
Banana, menina tem vitamina
Banana engorda e faz crescer
Vai para França o café
Pois é
Para o Japão o algodão
Pois não
Somos da crise se ela vier
Banana para quem quiser
Yes, nós temos banana
Banana pra dar e vender
Banana menina tem vitamina
Banana engorda e faz crescer
Mate para o Paraguai
Não vai
Ouro do bolso da gente
Não sai
Velho ou menino, homem ou
mulher
Banana para quem quiser*



Fonte: (Imagem da esquerda) Letra da marchinha carnavalesca e “Yes, Nós Temos Banana” composta por Braguinha e gravada por Carmem Miranda. (Imagem da direita) Carmem Miranda exaltando o tropicalismo, movimento cultural brasileiro. (< <http://www.vocesabia.net/curiosidades/yes-nos-temos-banana>) (2014).

A geração de alternativas foi construída com o auxílio de um software Corel Draw para desenvolvimento ilustrativo da coleção e “Yes, Nós Temos Banana”. Nele foi desenvolvido o formato, cores e estampas que serão reproduzidas nas palmilhas das alpargatas.

Figura 3: Coleção de Alpargatas “Yes, Nós Temos Banana”



Fonte: arquivo pessoal

O planejamento desse produto de moda visa à construção de uma alpargata. A estrutura externa e interna será produzida a partir de um entrelaçamento de palhas de bananeira montada sob um solado tipo sanduiche composto por duas camadas de borracha sintética. A palmilha será de borracha leve e flexível recoberta por um tecido brim estampado por transferência. A superfície será impressa no tecido utilizando a técnica de sublimação.

Uma pintura na estrutura de palha evitará que o produto perca sua forma original, devido à grande absorção desse material, a fibra de bananeira. Os solados das alpargatas devem ser protegidos com fitas adesivas, para não comprometer o acabamento e qualidade do calçado. Em seguida a pintura utilizando: tinta de PVA, específica para artesanato, pincel largo para cobrir a maior área e pincel delicado para acabamento e detalhes. A secagem após a primeira e segunda demão de tinta possibilita um melhor acabamento do produto.

Consideração final

O uso de conceitos de design junto aos conhecimentos empíricos, utilizados pelos artesãos do município de Machados-PE, sobre a produção de artesanato possibilitam novas metodologias acadêmicas e projetuais e um valor agregado diferenciado aos produtos. A pesquisa exploratória contribui para o desenvolvimento de relações de parcerias entre o meio acadêmico e a sociedade, possibilitando a troca de saberes.

O processo de entrelaçamento das fibras de bananeira, utilizados pelos artesãos, poderão ser inovados a partir da utilização de técnicas para a construção das estruturas têxteis.

Testes de tingimentos possibilitarão uma variação de cor e um ajuste do produto as tendências de moda do mercado. Além de possibilitar o desenvolvimento de novos produtos com valor de moda que são desenvolvidos com a palha da bananeira. Testes para quantificar a absorção aos líquidos, resistência à tração e solidez a cor da fibra de bananeira definirão a possibilidade de novas aplicações para o material, ampliando a usabilidade.

REFERÊNCIAS

AMATO NETO, J. **Sustentabilidade e produção: teoria e prática para uma gestão sustentável**. São Paulo: Atlas, 2012.

ARTENATA Galeria de Artesanato Brasileiro. Disponível em: <<http://www.artenata.com.br/materiais/fibras/>>. Acesso em 10/mar/2013.

BARNARD, Malcolm. **Moda e comunicação**. Trad. Lucia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BLANCH, Alex. NOVIK, Laura. Design, moda e negócios politicamente corretos. In: Dorotéia Pires. (Org.). **Design de Moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2008.

FERREIA, Naligi Fernanda. HELD, Maria Silva Barros. A Ornamentação na Sociedade Contemporânea. São Paulo: Colóquio de Moda, 2012.

FERREIA, Naligi Fernanda. HELD, Maria Silva Barros. Valores intrínsecos em acessórios de moda. São Paulo: Colóquio de Moda, 2011.

FERREIRA, Leandro Barboza. MENELAU, Almir Silveira. Análise do mercado da banana em Pernambuco. Recife: Encontro Pernambucano de Economia - ENPECON, 2012.

FLOR de Palha. Disponível em: <<http://aflordepalha.blogspot.com.br/search/label/Fibra%20de%20bananeira>>. Acesso em 10 mar. 2013.

G-COM. Grupos de estudos consumo de Moda. Disponível em: <http://www.g-como.com/pag_revista.html>. Acesso em: 09 mar. 2013.

LEITE, Charles. MIRANDA, Ana Paula Celso de. Consumo de acessórios de moda: um é pouco, dois é bom e muitos é bom demais! Recife: **G-COMO**. Revista Eletrônica Trimestral do Grupo de Estudos em consumo de Moda da Universidade Federal de Pernambuco Centro acadêmico do agreste. 2012.

LÖBACH, Bernd. **Design Industrial** – Bases para a configuração dos produtos industriais. Trad. Freddy Van Camp. São Paulo: Blucher, 2001.

MDCIE, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Programa do Artesanato Brasileiro. Base conceitual do artesanato brasileiro. Brasília: 2012.

PILARES da Sustentabilidade. Disponível em: <<http://lassu.usp.br/sustentabilidade/pilares-da-sustentabilidade>>. Acesso em 20 de fev. 2014.

RECH, Sandra. Estágios do Produto de Moda. Minas Gerais: XXIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2003.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. São Paulo: Editora Estação das Letras e das Cores, 2009.

SANTOS, Maria Clara Curado dos. **Artesanato no concelho da Moita**. Lisboa: Departamento de Ação Sociocultural / Câmara Municipal da Moita, 1998.

SOARES, Graça Maria Oliveira. Uma alternativa sustentável para o meio ambiente, a cultura e o artesanato. Disponível em: <http://www.nandeva.org/sites/default/files/paginas/anexos/fibras_bananeira.pdf> Acesso em: 09 fev.2014.

YES, Nós Temos Banana. Disponível em: <<http://www.vocesabia.net/curiosidades/yes-nos-temos-banana/>>. Acesso em 01 fev. 2014.

VEZZOLI, Carlo. Cenário do design para uma moda sustentável. In: Dorotéia Pires. (Org.). **Design de Moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2008.