

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

EDGAR NUNES BORGES

**A ARTE DA CONSTRUÇÃO: INFLUÊNCIA DO MINIMALISMO
NO ÂMBITO PRODUTIVO DA MODA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

EDGAR NUNES BORGES

**A ARTE DA CONSTRUÇÃO: INFLUÊNCIA DO MINIMALISMO
NO ÂMBITO PRODUTIVO DA MODA**

Trabalho de conclusão de curso apresentado
como requisito parcial à obtenção de título de
Tecnólogo em Design de Moda da Universidade
tecnológica Federal do Paraná.

Orientadora: Josiany Oenning

APUCARANA

2015



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 153
A arte da construção: influência do minimalismo no âmbito produtivo da moda
por

EDGAR NUNES BORGES

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos dezoito dias do mês de junho do ano de dois mil e quinze, às vinte e duas horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. O candidato foi arguido pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) JOSIANY OENNING – ORIENTADOR(A)

**PROFESSOR(A) PATRÍCIA HELENA CAMPESTRINI HARGER –
EXAMINADOR(A)**

PROFESSOR(A) ANDRESSA KAREN ROSSI – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

RESUMO

BORGES, Edgar Nunes. **A arte da construção**: influência do minimalismo no âmbito produtivo da moda. 2015. 120p. Trabalho de Conclusão de Curso Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

O presente trabalho consiste em apresentar uma correlação entre o design e a arte, através do desenvolvimento de estudos sobre a inovação e qualidade do produto de moda. Com métodos que possam atingir os resultados esperados.

Em específico o movimento de arte: minimalismo, entra como influenciador nos processos de desenvolvimento de produto, junto com a técnica de modelagem tridimensional. Com os resultados da pesquisa bibliográfica nas áreas do minimalismo, modelagem, indústria e design apresentados na fundamentação deste trabalho, a segunda etapa parte do preceito experimental, ou seja, a parte de criação física do produto, através das técnicas, conceitos e embasamentos teóricos. Que juntos, criam o elo entre a arte e a moda, com características que englobam os dois meios, tais como: a singularidade das formas, a repetição da geometria dentro do produto e a ligação da estrutura com os materiais relacionados à ambientes fabris. Pois para Batchelor (2001), o movimento da arte moderna tem princípios voltados à indústria, em muitas obras do minimalismo.

O projeto tem como objetivo final, proporcionar inovação dentro do mercado de moda, com melhorias no ciclo de criação e produção.

Palavras chaves: Moda. Arte. Minimalismo. *Design*. Moulage.

ABSTRACT

BORGES, Edgar Nunes. **The art of building**: influence of minimalism in the production of fashion context. 2015, 75p. Work Course Completion Technology in Fashion design - Federal Technological University of Paraná. Apucarana, 2015.

The present work is to present a correlation between design and art, through the development of studies on innovation and quality fashion product. With methods that can achieve the expected results.

In the specific art movement: minimalism, comes as influential in product development processes, along with the modeling technique on the body (moulage). With the results of the literature in the areas of minimalism, modeling, industry and design presented in the grounds of this work, the second stage of the experimental precept, ie the part of physical creation of the product, through the techniques, concepts and theoretical grounds. That together create the link between art and fashion, with features that include those media, such as the uniqueness of forms, repeating the geometry inside the product and the connection structure with materials related to manufacturing environments. For to Batchelor (2001), the movement of modern art has principles aimed at industry, in many works of minimalism.

The project's ultimate goal to provide innovation within the fashion market, with improvements in the design and production cycle.

Keywords: Fashion. Art. Minimalism. Design. Moulage.

SÚMÁRIO DE FIGURAS

Figura 1: confecção anos50	14
Figura 2: ciclo produtivo de uma indústria têxtil.....	16
Figura 3: inovação do produto.....	19
Figura 4: Madeleine Vionnet.....	21
Figura 5: coleção de inverno 2013	23
Figura 6: Comparativo entre as obras de Sol Lewitt e Donald Judd.....	25
Figura 7: Dan Flavin - Arte com a luz Fonte: Mireille Tap, 2014.....	25
Figura 8: IrisVan Herpen	27
Figura 9: The Row - Winter 2014	28
Figura 10: Logotipo da marca.....	34
Figura 11: Look Fernanda Yamamoto; look Maticjevski.....	36
Figura 12: The Row; Osklen.....	36
Figura 13: Público alvo	39
Figura 14: Painel Comportamental	40
Figura 15: Macrotendência.....	41
Figura 16: coleção de inverno 2015 The Row	42
Figura 17: Dan Flavin – Stedelijk – Museum Amsterdam.....	44
Figura 18: Formas estruturas	46
Figura 19: Heydar Aliyev cultural center.....	47
Figura 20: cartela de cores.....	48
Figura 21: Alternativa 01	49
Figura 22: Alternativa 02	50
Figura 23: Alternativa 03	51
Figura 24: Alternativa 04	52
Figura 25: Alternativa 05	53
Figura 26: Alternativa 06	54
Figura 27: Alternativa 07	55
Figura 28: Alternativa 08	56
Figura 29: Alternativa 09	57
Figura 30: Alternativa 10	58
Figura 31: Alternativa 11	59
Figura 32: Alternativa 12	60

Figura 33: Alternativa 13	61
Figura 34: Alternativa 14	62
Figura 35: Alternativa 15	63
Figura 36: Alternativa 16	64
Figura 37: Alternativa 17	65
Figura 38: Alternativa 18	66
Figura 39: Alternativa 19	67
Figura 40: Alternativa 20	68
Figura 41: Alternativa 21	69
Figura 42: Alternativa 22	70
Figura 43: Alternativa 23	71
Figura 44: Alternativa 24	72
Figura 45: Alternativa 25	73
Figura 46: prancha look 1	101
Figura 47: prancha look 5	102
Figura 48: prancha look 9	103
Figura 49: prancha look 10	104
Figura 50: prancha look 22	105
Figura 51: prancha look 25	106
Figura 52: look 1 e 5	107
Figura 53: look 25 e 22	108
Figura 54: look 9 e 10	109
Figura 55: janelas do site	110
Figura 56: janelas do site	111
Figura 57: capa de album – shura	116
Figura 58: make-up	116

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Estudo experimental 1	30
Tabela 2:Estudo experimental 2.....	31
Tabela 3: Mix de coleção	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVO	12
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	12
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
2 INDÚSTRIA DA MODA	14
2.1 O MERCADO DA MODA.....	16
3 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO	18
4 MODELAGEM	19
4.1 MOULAGE	21
4.1.1 RELAÇÃO ENTRE INDÚSTRIA DA MODA E A <i>MOULAGE</i>	22
5 MOVIMENTO DA ARTE MODERNA: MINIMALISMO	24
5.1 RELAÇÃO DO MINIMALISMO COM A MODA	26
6 METODOLOGIA	29
6.1 PESQUISA EXPERIMENTAL	29
6.1.1 ESTUDO EXPERIMENTAL 1	30
6.1.2 ESTUDO EXPERIMENTAL 2.....	31
6.2 CONCLUSÕES DA PESQUISA EXPERIMENTAL 1 E 2	32
6.2.1 ANÁLISE DE DADOS:	32
7 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	34
7.1 A MARCA.....	34
7.1.1 RAZÃO SOCIAL	35
7.1.2 CONCEITO.....	35
7.1.3 PORTE	35
7.1.4 SEGMENTO.....	35
7.1.5 CONCORRENTES.....	36
7.2 MARKETING	37
7.2.1 PRODUTO.....	37
7.2.2 PREÇO.....	37
7.2.3 PRAÇA	38
7.2.4 PROMOÇÃO	38

7.3 PÚBLICO ALVO.....	38
7.3.1 PAINEL COMPORTAMENTAL	40
7.4 TENDÊNCIAS.....	41
7.4.1 MACROTENDÊNCIA.....	41
7.4.2 MICROTENDÊNCIA.....	41
8 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	43
8.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	43
8.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	44
8.2.1 CONCEITO DA COLEÇÃO	44
8.2.2 NOME DA COLEÇÃO: NEXO.....	44
8.2.3 REFERÊNCIA DA COLEÇÃO	44
8.2.4 CORES.....	45
8.2.5 MATERIAIS	45
8.2.6 FORMAS E ESTRUTURAS (SHAPES)	45
8.2.7 TECNOLOGIAS	46
8.2.8 MIX DE COLEÇÃO	46
8.3 PAINEL SEMANTICO.....	47
8.4 CARTELA DE CORES	48
8.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	48
8.6 JUSTIFICATIVA DAS ALTERNATIVAS	74
8.7 FICHAS TÉCNICAS.....	75
8.8 PRANCHA DOS LOOKS CONFECCIONADOS.....	101
8.9 LOOKS CONFECCIONADOS	107
9.1 DOSSIÊ ELETRÔNICO	110
9.1.1 SITE.....	110
9.1.2 CATALOGO	112
9.2 O DESFILE	116
10 CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
11 REFERÊNCIAS.....	118

1 INTRODUÇÃO

Com a evolução da arte e da tecnologia, unir conceitos estéticos e funcionais em um produto exige tempo, qualificação e ferramentas operacionais que estimulem o mercado em seus novos rumos, pois o rápido progresso de inovação é de fato exigente.

Ao tratar do mercado de moda, o mesmo demonstra muitas características desse novo consumo; com todas as exigências dos polos de compras em constante movimento e a necessidade do novo. Saturado por uma gama de marcas que produzem tendências similares, alguns de seus consumidores por vezes se sentem esgotados da massificação dos produtos.

Assim, como estratégia diferenciadora, o presente trabalho objetiva explorar a relação da arte com a moda, como ela pode influenciar na construção de um produto e o mesmo possa passar do simples para o diferente.

Essa relação é traduzida pela influência do movimento artístico dos anos 60, conhecido como *minimalismo*. Onde os conceitos de arte, embasados pelos trabalhos de artistas como *Donald Judd* e *Sol Lewitt*, influenciam a moda na criação de novos métodos e concepções de novas peças do vestuário.

Esse método de criação utiliza-se de um método tridimensional, ou seja, a sobreposição do tecido ao corpo/manequim, conhecido como modelagem tridimensional ou *moulage*.

Este elo não tem apenas a finalidade de transformar o design do produto em algo novo ou conceitual, mas também proporcionar benefícios para a indústria produtiva de moda, onde cada produto possa atender as necessidades de confecção, e evitar prejuízos dentro do ciclo de produção, e assim gerar eficácia para a empresa.

Para que o projeto seja bem visto dentro de uma fábrica do setor de moda, é necessária plena colaboração do setor de desenvolvimento junto ao departamento de construção, sendo elaborado um projeto de estudos experimentais. Fazendo com que haja melhorias significativas na qualidade de fabricação.

Essa união tem por objetivo ativar o setor criativo da moda, divulgar mais cultura dentro dos produtos, demonstrar novas relações do design de moda com a arte, proporcionar melhorias para a indústria e atender melhor às necessidades do consumidor, seja nos aspectos de qualidade, ou de estética visual e intelectual.

1.1 PROBLEMA

Como arte pode influenciar a indústria de moda no setor criativo e na linha de produção?

1.2 OBJETIVO

1.2.1 Objetivo Geral

Inserir o movimento da arte moderna *minimalismo*, no desenvolvimento de um produto de moda, como elo para criação e melhorias nos processos fabris.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Empregar a arte como meio de pesquisa e desenvolvimento do projeto;
- Explanar a relação entre arte e moda;
- Aprimorar a *moulage* para âmbito industrial;
- Aplicar os conceitos do Minimalismo nos processos de criatividade e construção do produto;
- Apresentar resultados através das pesquisas bibliográfica e experimental.
- Analisar os dados e projetar conclusões propícias para a indústria de moda.

1.3 JUSTIFICATIVA

Analisar o mercado de moda nos dias atuais reflete o quão grande está a aquisição dos produtos do vestuário pelo consumidor, fazendo com que a indústria se mantenha em um ritmo muito acelerado para suprir essa demanda. Em decorrência disto, muitas vezes a indústria acaba falhando no quesito tempo, qualidade e inovação.

Para isso os designers de hoje precisam estar mais atentos ao mercado e as oportunidades que o mesmo proporciona na condição de inovação e melhorias. Dentro desse aspecto a arte é uma grande influenciadora e pode transportar

conhecimento para dentro das empresas e difundir estratégias e novos conceitos de criação.

Acerca dos fatos, o presente trabalho estuda essa problemática para propor soluções que possam ajudar na inovação do design e melhoria da confecção do produto.

2 INDÚSTRIA DA MODA

De acordo com Treptow (2005) a indústria da moda tem sua estrutura baseada na criação, produção e venda, e esse elo traz a grande potência da atualidade. Devido ao seu avanço tecnológico e o alto índice de empregabilidade, a moda passou a ganhar novos olhares e investimentos por parte do mercado e dos consumidores.

Feghali e Dwyer (2006, p. 30) compreendem a indústria da moda como “as atividades industriais mais antigas da humanidade, que utilizam-se de métodos e processos bastante conhecidos e tecnologia de domínio universal”.

Segundo Jones (2005) as indústrias desenvolveram práticas de trabalho mais rápidas e eficientes após a revolução industrial na Europa, inclusive uma das que tiveram maior potencial foi a do setor têxtil.

Este período de inovações tecnológicas teve grande marco com a criação de um produto que mudou o rumo da moda, de acordo com Jones (2005, p. 56) “A produção de roupas em massa tornou-se possível com a invenção da máquina de costura em 1829.

Com a invenção da máquina de costura, o processo passou a ganhar novas características de produção, partindo do processo manual para o *prêt-à-porter*, que surge em 1949 como um marco na história da indústria, a máquina reinventou o cenário de moda da época com base nos processos de fabricação. *Damasceno e Rigold* (2008) afirmam que a intenção do novo método era produzir roupas com um acabamento superior aos da época, engajadas nas tendências de moda, com um valor mais baixo que as feitas sob encomenda.



Figura 1: confecção anos50
Fonte: Queila Ferraz, 2011

Feghali (2006) explica que a moda tem tomado novos rumos a todo tempo, tendo constante evolução paralela ao mundo. Pois ao se falar em moda, logo vem a premissa das evoluções tecnológicas que vem se reinventando.

As novas tecnologias e inovações do design estão sendo cada vez mais esperadas pelo mercado brasileiro, pois para Feghali (2006, p. 61) “a crise econômica gerada pela abertura indiscriminada das importações de produtos têxteis levou à decadência do setor têxtil no Brasil.”

Para competir no mercado internacional e levantar a economia de moda no País, as empresas precisam inovar mais no design, ganhar produtividade, e melhorar a qualidade. E assim atender mais rápido as necessidades e exigências dos consumidores.

No presente setor da moda, de acordo com Feghali (2006), o setores que mais ganharam inovações tecnológicas, foi o ramo das indústrias têxteis, com o desenvolvimento de novas fibras, e o da modelagem, com os variados software para construção do produto e corte automático.

De acordo com Silva, Jesus, Ubanere (2014) o setor de modelagem tem avançado muito no quesito tecnologia, um de suas principais contribuições para o ramo da moda, foram os softwares que ajudam a produtividade da empresa e melhora a qualidade do produto.

“A criação de uma infraestrutura tecnológica cabe a instalação de programas específicos para o setor, como o *CAD (Computer Aided Design)*, que são um dos grandes avanços para a melhoria da área. Com esses programas é possível que as modelagens e encaixes sejam feitos no computador e impressos em *plotters*, contam ainda com máquinas para enfiamentos automáticos de tecidos ligados aos programas” (Silva, Jesus, Ubanere; 2014, p. 2).

As empresas de softwares especializados em modelagem vem crescendo muito com as exigências das empresas de moda, já que as mesmas estão dando atenção especializada para cada setor, e assim atingir melhores resultados no produto final.

Dentro do ciclo produtivo esses softwares são muito importantes, como retrata a figura 2, ao dividir a empresa em três grandes espaços, o desenvolvimento, a criação e a produção, e demonstrar a importância do software em cada setor. Que está ligado de certo modo a todos os espaços, desde a criação de um produto, até suas devidas características de corte, encaixe e costura que geram visibilidade de como este

produto será alocado na produção, através da modelagem, dos piques, da sequência operacional e outros fatores.

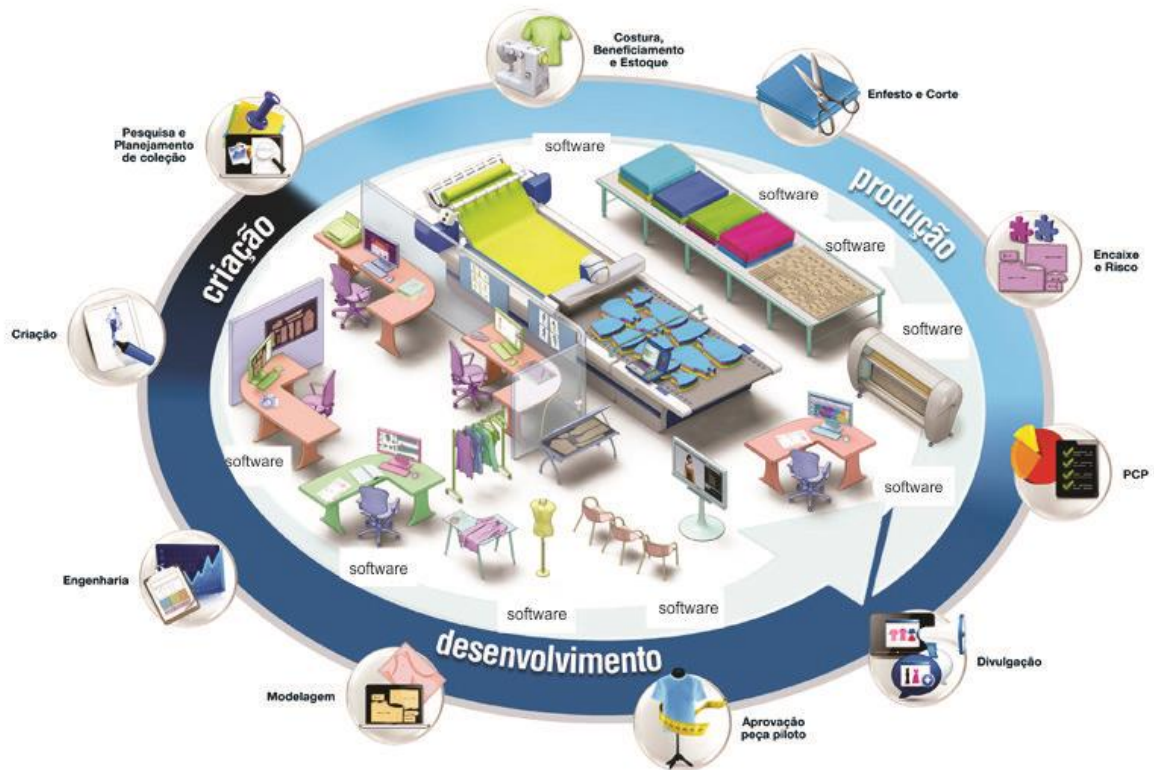


Figura 2: ciclo produtivo de uma indústria têxtil
Fonte: <http://www.audaces.com/br/confianca/moda-de-ponta-a-ponta>

A inovação tecnológica é importante para a cadeia de moda, pois agrega benefícios ao ciclo produtivo, que interfere diretamente no produto final.

2.1 O MERCADO DA MODA

A situação mercadológica de moda na atualidade tem estabelecido a ideia de ciclos produtivos, massividade e alta competitividade, para Treptow (2005) essa compressão vem da sede do mercado por constantes inovações, com lançamentos de coleções semestrais, mensais e até semanais.

A moda tem a função de atender uma demanda de desejos e necessidades da população, ela precisa necessariamente passar por uma aceitação e para que isso aconteça, Traptow (2005) menciona as fases que a rotatividade do mercado passa, sendo o lançamento, a aceitação, o consumo, a cópia e o desgaste.

Onde o lançamento parte das marcas, que geralmente são denominadas como as grandes lançadoras de tendências. Assim o mercado tem a aceitação, e propositalmente vem o consumo em massa. Desse consumo, as marcas que tendem a querer lucrar sem investimento criativo, acabam copiando muitas destas tendências, fazendo com que o desgaste da mesma seja inevitável.

Primeiramente a tendência é lançada como um proposta, que tem interferência por parte da publicidade, seja ela do dia-a-dia ou em mídias. Para que haja esta influência, Traptow (2005) cita dois modos de surgimento de tendências, o “trickle-down” e o “bubble-up”

“O efeito “trickle-down” começa no topo da elite da moda, com um lançamento de alta-costura ou estilo de uma estrela pop, como madona, por exemplo. Valorizado pela exposição na mídia. O efeito “bubble-up” faz o caminho contrário, elevando na escala social um estilo surgido nas ruas, como foi o caso dos estilos “punk” e “grunge”(Traptow,2005, p.28).

Quando essas influências passam a atingir altos níveis de consumo por parte da população, o conceito de moda passa a ser massificado, como citado anteriormente.

Nessa relação de altos níveis das exigências de inovação, constante competitividade, dar foco ao novo se torna algo complicado, quando o prazo é curto. Visando essa união de fatores, o mercado do presente trabalho tenta revisar estes conceitos para agregar outras técnicas como diferenciadores de processos e estratégias para maximizar este curto tempo

O projeto visa mudar essa concepção de mercado através da inovação do ciclo de criação com métodos embasados na arte e na moulage, que geram alternativas viáveis à indústria com produtos inovadores e com qualidade na produção.

Essa estrutura de novos processos de inovação e maximização de tempo, cresce com o designer, já que ele tem a função dos estudos das tendências, gerenciamento do projeto e de saber as necessidades dos consumidores.

Feghali (2006) afirma que para atender este constante processo de mudanças do novo mercado de moda, é função do designer procurar novas alternativas para atender os novos desejos do público-alvo.

3 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Bürdek (2006) também explica que o processo criativo não se dá em um ambiente vazio, sem pré-procedimentos e inspirações, onde cada produto é determinado por uma união de condições e decisões. Os fundamentos históricos e bibliográficos também são importantes para essa construção, assim como os fatores ergonômicos e sociológicos.

Já para Santos (2000) a definição de desenvolvimento é uma relação de qualidade e design, onde essa relação se define em duas projeções, o desenvolvimento de produto e o projeto de produto.

“o desenvolvimento de produtos é o processo experimental de escolha das características dos mesmo que correspondem às necessidades dos clientes, enquanto projeto de produtos é o processo de definição das características dos mesmo, exigidas para a satisfação dos clientes” (Santos, 2000, p. 20)

A definição das necessidades do mercado são importantes, para que os pré-requisitos sejam levantados e abordados na hora de projetar ou desenvolver o experimento, e assim atingir os objetivos do trabalho com qualidade e inovação.

Dentro do ciclo criativo há a necessidade de experimentar novas estratégias através do embasamento levantado pela equipe de criação junto às necessidades do consumidor, e assim partir para o desenvolvimento, com a intenção de gerar características que modifique o comum, como mostra a figura 3.

Na figura é possível observar que o elo entre os procedimentos geram não só o design inovador, mas também a eficácia do produto, uma característica que tem a importância de gerar resultados quanto as necessidade do cliente, e assim ser aprovado e produzido.



Figura 3: inovação do produto
Fonte: do autor

Após as definições do sistema, as vantagens desse produto serão medidas em níveis de qualidade e diferenciação, correlacionados com a eficácia técnica do produto. E em última etapa, esse ciclo passa a gerar novas estratégias de inovação, com novas pesquisas, para o embasamento.

4 MODELAGEM

Como parte essencial de um produto de design, a modelagem, ou estrutura de um objeto está para a moda, assim como a engenharia está para a arquitetura, de acordo com a comparação de Treptow (2005). Já que o desenho tem a necessidade de se tornar um produto, em primeira instância é feito um protótipo.

Para Treptow (2005) esse estudo é feito entre a equipe de desenvolvimento junto com a de modelagem, para que ambos saibam os pontos negativos e positivos do protótipo.

“É extremamente recomendável que todas as modelagens passem por um processo de aprovação por meio de montagem de peças-piloto que garantam a eliminação de qualquer defeito de caimento ou problemas produtivos, além de verificar a viabilidade de produção.” (SABRA, 2009, p.79)

O profissional da área tem a especialidade de entender de matemática, ergonomia, antropometria e outras noções espaciais para reproduzir fielmente a peça a ser fabricada e gerar o melhor serviço.

Sabra (2009, p.77) especifica que o produto é configurado de acordo com os conhecimentos do profissional e a modelagem determina, por exemplo, as folgas de uma peça, que poderá ser reta, ajustada ou ampla, em relação ao corpo do usuário.

No quesito estético, o volume de uma peça tanto pode acompanhar o conforto do corpo como pode alterá-lo, deixando a peça mais larga ou mais ajustada, Sabra (2009) afirma que isso vai depender do grupo de estilo e do conceito da marca.

E para que a proporção fique adequada ao público, ter a capacidade de interpretar medidas e tabelas é um passo muito importante no processo de construção.

“Quanto mais medidas são empregadas em uma construção de modelagem, mais preciso pode se tornar um trabalho, porém, elas devem ter uma relação direta entre o corpo e a função da peça do vestuário. Existem medidas primárias que podem ser utilizadas para definir o tamanho de um manequim, como as circunferências de busto ou tórax, cintura e quadril.” (SABRA, 2009, p.83)

Sem medidas específicas, outra vertente da área de modelagem, a moulage, tem muito potencial por abstrair ferramentas citadas acima e prever o caimento da roupa antes mesmo da *pilotista* fechar. Para que a peça possa ser confeccionada há uma responsável, conhecida como *pilotista*, uma costureira especializada da empresa que deve conhecer todos os métodos de montagem relativos aos produtos desenvolvidos pela confecção, pois Sabra (2009) afirma a importância de tal profissional no ramo.

A área não só está ampliando seus novos meios de trabalho, como também está expandido as tecnologias e é isso que muitas empresas do ramo de moda estão melhorando em seus ambientes de modelagem, pois para Sabra (2009) as empresas de confecção têm a disposição de softwares que aceleram o processo de modelagem, encaixe e corte. A automatização dos processos citados anteriormente agrega soluções para minimizar o tempo e poupar matéria prima.

4.1 MOULAGE

A *moulage*, palavra francesa que significa “forma” teve início no século XX, e foi incorporada como referencial histórico, devido a grandes personalidades da época, como por exemplo, Paul Poiret e Madeleine Vionnet, pela desconstrução do modelo de vestimenta ao retirar o espartilho, como dito por Stevenson (2012).



Figura 4: Madeleine Vionnet
Fonte: giorgia 2013

Desde o período de Vionnet com seus modelos costurados direto em bonecas (figura 4), até os dias atuais, essa técnica tem por objetivo segundo Machado e Scaletsky (2014) sobrepor o material diretamente no manequim ou direto ao corpo, para adaptar o tecido em sua melhor forma de caimento de acordo com a proposta do designer. “A partir disso, é possível planificar a base, onde após captar as formas corporais na *moulage*, o tecido é aberto e é feito molde em papel” (BONAZZA, 2008, p.2). Madeleine vionnet fonte: giorgia 2013

Para Souza (2008) o método possibilita uma melhor percepção anatômica, pois a manipulação do material sobre o corpo simula situações reais de uso. Essa análise tridimensional influencia o designer a observar melhor a anatomia humana, e gerar ideias que possibilitem melhorias e inovações no processo de construção.

“O conhecimento sobre as proporções do corpo é progressivamente alcançado por meio da vivência do processo, em que a visualização propicia a educação de olhar, desenvolvendo a percepção da escala, e a

experimentação permite a apreensão dessa escala pelo fazer.” (Souza, 2008, p.343)

O olhar aguçado não só contribui com a construção da peça, mas também estimula o lado criativo através do estudo da forma, propiciando modificação estética e funcional do produto para que o mesmo tenha diferenciação.

Machado e Scaletsky (2014) propõem que o lado criativo da *moulage* ajuda a visualizar melhor volumes complexos do produto, que o esboço feito de primeira instância no papel deixa a desejar. Também afirmam que neste período de criação direto no corpo a elaboração da roupa é mais rápida e eficaz, com alternativas de amarrações e poucas costuras.

4.1.1 Relação entre indústria da moda e a *moulage*

A partir do consenso de que a moda se reinventou e passou a trabalhar de modo mais rápido, Bonazza (2008) insere nesse contexto, a relação com a *moulage*, pois a técnica se passa a ser muito importante para o setor, já que ela trabalha o quesito tempo e qualidade do produto.

“percebendo a priorização do tempo e qualidade da indústria de confecção do vestuário, os quais são pontos fundamentais para adquirir lucros, discute-se a inserção da técnica de *moulage* no processo industrial para a confecção da peça piloto. Dessa maneira, a pesquisa é iniciada analisando a *moulage* integrada a modelagem plana, dentro do processo industrial, como método teoricamente vantajoso para a indústria na concepção das coleções” (Bonazza, 2008, p. 1).

Esse processo ainda para o autor é vantajoso, já que a peça é confeccionada de maneira tridimensional, sobrepondo o material direto ao corpo para ser trabalhado.

Bonazza (2008) cita alguns aspectos que enfatizam a eficácia da *moulage*, como essência da boa construção e concepção das peças do vestuário, sendo uma delas: a manipulação das correções direto no produto sem necessidade de confeccionar novas pilotos, já que as mesmas são alfinetadas sobre o manequim; pois melhora a qualidade do produto e agrega melhorias no tempo de produção.

A *moulage* colabora com a indústria, especialmente com o setor de criação, já que a peça piloto é refeita no menor número de vezes possível, quando o(a) modelista ajusta o tecido sobre o manequim de acordo com a representação desejada, fazendo com que a peça tenha o caimento e volume certo, sem ter a necessidade de

fazer a peça na modelagem plana em primeira instância e após fazer o teste da peça pronta sobre o manequim ou modelo.

De acordo com Silveira et al. (2013) isso leva o designer a pensar diretamente sobre o manequim fazendo com que o mesmo observe se o modelo ficou conforme o planejado, e na hora faça as devidas alterações se necessárias, junto ao modelista.

Segundo o autor, “Isso permite o envolvimento direto com a criação do modelo e sua forma, pois podem ser percebidas as proporções e feitas mudanças enquanto o modelo está no manequim (Silveira; Rosa; Costa; Lopes, 2013, p. 3)”.

A marca brasileira de moda conceitual feminina Fernanda Yamamoto, trabalha bastante com essa concepção de criação. A estilista usa o método em toda coleção, deixando as peças com o DNA da marca.



Figura 5: coleção de inverno 2013
Fonte: fernandayamamoto.com.br

A figura 5 demonstra uma das criações de Fernanda Yamamoto, feita sobre o corpo, atingindo não só o design inovador, como também a adequação ergonômica.

5 MOVIMENTO DA ARTE MODERNA: MINIMALISMO

A arte minimalista teve seu início por volta dos anos 60 (entre 1963 e 1965), e de acordo com Batchelor (2004) alguns artistas começaram a expor seus trabalhos independentemente em Nova York para instigar a sociedade devido ao momento que se passava na época.

As obras possuíam algumas semelhanças entre os variados artistas, como a tridimensionalidade e a repetição das formas. Quando as obras deram o auge, elas começaram a se espelhar e esse conjunto de características passou a ser denominado como um estilo de movimento.

De acordo com Batchelor (2004), o movimento foi realmente batizado quando Richard Wollheim publicou sua obra literária, denominada “minimal art”, no começo de 1965.

Para rotular uma obra de minimalista, alguns artistas da época utilizavam características similares em suas produções. Algumas delas, de acordo com Batchelor (2004), eram: estruturas geométricas; rigidez nos materiais e nas estruturas, monocromia e aparência abstrata.

Artistas da época como Dan Flavin, Donald Judd e Sol Le Witt realizaram trabalhos com peculiaridades semelhantes, e nas obras deles, Batchelor (2004) observa que “mudou substancialmente o aspecto que a arte poderia ter, como poderia ser feita e do que poderia ser feita.

Para alguns críticos, essa arte se classifica muitas vezes como idealista, racional e clássica. Batchelor (2004) afirma ainda que há controversas e muitas das vezes as obras são classificadas como sensual, irracional e obsessiva. Seguindo esses dois padrões de análise o minimalismo pode passar do sensato para o literário, atingindo lados divergentes de outras artes.

A figura 06 representa o comparativo entre as obras de Sol Lewitt (imagem da esquerda) e de Donald Judd (imagem da direita). Elas possuem um perfil estético não muito parecido, porém as características do movimento as deixam semelhantes. São baseadas em um formato cúbico ou retangular, composição simples e seu módulo (estrutura) é repetido várias vezes, para dar forma à um único objeto. Esse aspecto de repetição da forma, traz a ideia de que as coisas vem uma após as outras.

E por serem simples, com poucas cores, até mesmo apenas uma, em formatos não comuns, elas possuem características abstratas. Os materiais não são manipulados para parecerem outros, a intenção dos artistas é que cada aspecto seja conservado, já que era muito comum fazerem similaridades com aspectos rígidos da indústrias.

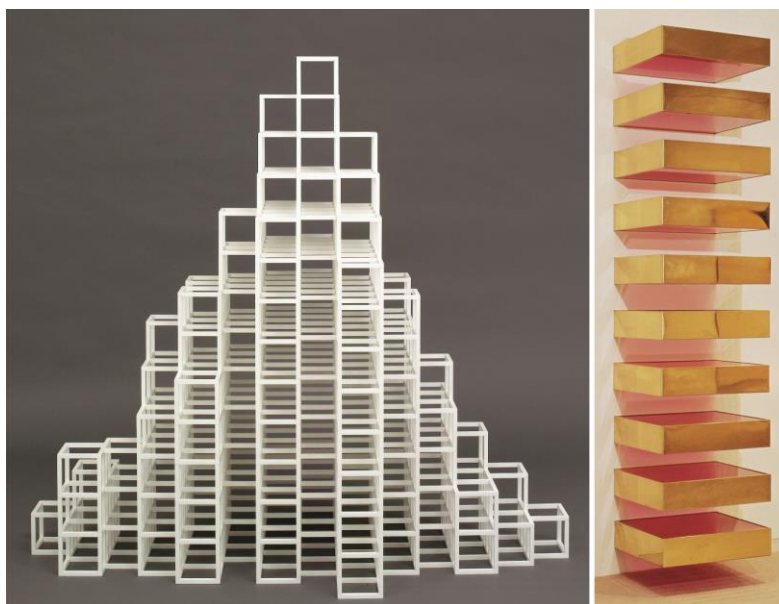


Figura 6: Comparativo entre as obras de Sol Lewitt e Donald Judd
Fonte: do autor, 2015

No contexto da exposição dessas obras a distribuição de cada uma era feita propositalmente sem querer expor em quadros ou até em um pedestal. Elas eram alocadas em um espaço plano, as vezes dispersas ou aglomeradas.

Dan Flavin (figura 7) segue o mesmo padrão dos artistas citados acima, com similaridade e poucas forma.

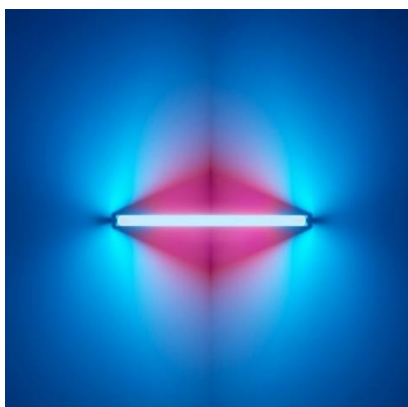


Figura 7: Dan Flavin - Arte com a luz
Fonte: Mireille Tap, 2014

As poucas luzes utilizadas em seus trabalhos, tem ligação direta com o espaço e demonstra como o simples pode demonstra algo inovador. As cores com a rigidez dos nuances representa a pintura rude das indústrias.

5.1 RELAÇÃO DO MINIMALISMO COM A MODA

Esta etapa tem por finalidade embasar os conceitos do minimalismo com moda e seus respectivos papéis no setor de desenvolvimento, e suas novas formas de uso.

Com base na questão mercadológica que permeia a moda, este trabalho propõe aplicar o minimalismo como grande diferenciador na elaboração de um produto do vestuário, criando assim algo com teor conceitual.

O conceitual propõe a diferença na questão estética da peça e pode vir a demonstrar as tendências futuras, como reflete Pires (2008, p. 219) “a teoria relativa à moda, bem como seu desenvolvimento, vê a possibilidade desta em inscrever sobre si mesma os futuros “mundos possíveis”.” Fundamentando a ideia de que as teorias de embasamento são refletidas no diferente.

O produto com propósito de algo conceitual se baseia na relação entre arte, design e moda, como retratado na figura 8, a peça de alta-costura da designer Iris Van Herpen, que alia os conceitos do minimalismo (repetição das formas, monocromia e a estrutura rígida), em um produto de moda, visando a inovação, divulgação de cultura e a não massificação do mercado.



Figura 8: IrisVan Herpen
Fonte: irisvanherpen- haute couture, 2011

Para este propósito conceitual ter possibilidades de atingir o nível de eficácia no desenvolvimento de algum produto, os quesitos estéticos e produtivos tendem a caminhar juntos para gerar qualidade. De acordo com Pires (2008), os dois caminhos que esta relação tende a seguir, são: a inovação, significação e expressão, demonstrando o lado estético e as tendências de mercado, e o circuito industrial e comercial.

Aliar os conceitos de embasamento das pesquisas com a prática de elaboração do produto, exige a compreensão de que o desenvolvimento de produto necessita de ferramentas específicas para atingir um alto grau de inovação. Neles é possível citar, a interação do homem com o objeto, a prática de estudos semióticos sobre o consumidor, e a junção dos conceitos diferenciadores encontrados nas pesquisas, como os do minimalismo.

Para gerar esse relacionamento, destaca-se a experiência prática de criação e iteração com o desenvolvimento, e do estereótipo do produto que causa relação direta com o consumidor.

Um objeto de design tem impacto na sociedade de acordo com a interpretação do receptor, todas essas áreas necessitam de uma linha para prosperar a aceitação do público.

“A obra de arte, assim como o produto de moda ou de design, resulta em um objeto aberto e sujeito às diversas interpretações, recriações ou releituras, tanto do usuário/observador/espectador quanto do interator nos objetos e

processos que utilizam tecnologias e sistemas digitais, virtuais e mobilidade, bem como de outros designers ou de profissionais de criação dos mais diversos segmentos profissionais.” (PIRES, 2008, p. 39)

Embora a estética seja inovadora, ao se estudar o espaço em que ela está alocada, há necessidade de uma exploração de sua matéria como design, Juvenal cita que “o espaço não é um ambiente (real ou lógico) em que as coisas se dispõem, mas o meio pelo qual a posição das coisas se torna possível” (apud Merleau-Ponty, 1996, p. 328)”.

Juvenal (2008) relata que o espaço não consegue estimular uma obra de arte sozinho, ele a constrói a partir da experiência humana, então só existe se houver um sujeito que o modifique.

Entrelaçado com a indústria, o minimalismo é focado na redução de processos, no estímulo à inovação, e na modificação do espaço exposto.

A marca *The Row* é um exemplo desse olhar minimalista sobre moda e recria padrões de estética que inovam o produto.



Figura 9: The Row - Winter 2014
Fonte: Vivian Loh 2014

A figura 9 demonstra visualmente os aspectos que é descrito no texto, como as formas rígidas, a repetição geométrica e a estética maciças do tecido, representado aspectos industriais.

6 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho inicia-se com a pesquisa bibliográfica, que para Gil (2009), é constituída principalmente através da busca de conteúdo em livros e artigos, onde as ideologias propõem a análise das diversas posições acerca de um problema. Na relação entre conteúdo e operador, a pesquisa faz com que autor não seja apenas um consultante de conteúdo, mas saiba conduzir o trabalho da maneira coerente, de acordo com Boaventura (2007).

A problemática é estudada com base nas áreas da arte, moda e indústria, com o intuito de entrelaçá-las, para buscar resultados junto a área da pesquisa experimental.

Gil (2008) afirma que a pesquisa experimental consiste em delimitar um objeto de estudo, selecionar os métodos que serão capazes de influenciá-los, e definir as formas de controle e observação dos efeitos que os métodos produzem no objeto.

Através da história da indústria e da arte; das características do minimalismo; do mercado de consumo atual; das necessidades do consumidor e da indústria de moda; das inovações tecnológicas e das possíveis inovações no design, foram realizados dois estudos experimentais. O primeiro é uma peça denominada como *tshirt* e o segundo uma calça, que foram modeladas sobre o manequim e após a aplicação de todos os conceitos, geraram resultados propícios à indústria de moda.

Resultados esses que inovam o design e a aplicabilidade dos produtos no setor de produção.

6.1 PESQUISA EXPERIMENTAL

Com base nas definições metodológicas do projeto, esta etapa segue o caminho da pesquisa, planejamento, aplicação dos conceitos, desenvolvimento, e coleta de dados. As duas pesquisas tem os mesmo objetivos, agregar inovação e qualidade ao produto. Foram feitos dois estudos para averiguar melhor as teses da fundamentação e tentar comprovar todos os procedimentos propostos pelo trabalho.

6.1.1 Estudo experimental 1

Tabela 1: Estudo experimental 1
Fonte: do autor, 2015

		
<p>Etapa 1: corte do retângulo</p>	<p>Etapa 2: sobreposição do tecido no manequim.</p>	<p>Etapa 3: marcações sobre as linhas anatômicas do manequim e a adaptação das linhas de costura, para minimiza-las.</p>
		
<p>Etapa 4: análise dos volumes, marcados com piques, para extrair os excessos de tecido.</p>	<p>Etapa 5: modificação nos conceitos estéticos e aplicação da repetição das formas no outro lado.</p>	<p>Etapa 6: peça confeccionada e pronta para produção.</p>
		
<p>Etapa 7: após modelo definido, a planificação da peça é passada para o sistema, onde é feito seu rastreio vetorial, para encaixe e corte na enfestadeira automática, pois sua modelagem é complexa para o corte manual.</p>		

6.1.2 Estudo experimental 2

Tabela 2:Estudo experimental 2

		
<p>Etapa 1: corte do retângulo</p>		
		
<p>ETAPA 3: ajuste do tecido nas laterais e entrepernas.</p>	<p>ETAPA 4: manipulação do excesso de tecido e excesso de tecido nas laterais.</p>	<p>ETAPA 5: ajuste da lateral, para definir o quadril e dar caimento na calça através da pence.</p>
		
<p>ETAPA 6: aplicação de mais uma pence para melhorar o caimento.</p>	<p>ETAPA 7: definição dos ajustes para visualizar a lateral</p>	<p>ETAPA 8: parte traseira, com recorte na entrepernas para melhorar o caimento.</p>
		
<p>ETAPA 8: planificação do molde, e vetorização no software de modelagem, visando melhorias na produção e no encaixe</p>		

6.2 CONCLUSÕES DA PESQUISA EXPERIMENTAL 1 E 2

Os dois processos foram desenvolvidos em um laboratório próprio para *moulage*, seguindo um cronograma de etapas, para serem analisadas ao final do experimento. A tabela 1 e 2 exemplificam tecnicamente como o autor manipulou o tecido sobre o manequim e as devidas intenções de cada processo, até chegar ao resultado esperado, com inovação no design e qualidade nos processos produtivos.

Antes de chegar a etapa técnica (desenvolvimento), o autor utilizou todo o embasamento teórico para construir um pré-projeto, e assim tomar conhecimento de que ponto iria partir o trabalho, como seria usada a *moulage* junto aos conceitos do minimalismo, e como este elo iria melhorar a qualidade nas indústrias.

Com base na anatomia humana, a primeira análise foi sobre os excessos de tecido que o retângulo produzia sobre o corpo. Na segunda análise, o foco principal foi voltado para a questão de costura, dando prioridade a menor quantidade de elos que a peça poderia ter, e seus devidos acabamentos. Para que as peças pudessem ser inovadoras, foram incrementadas algumas linhas (*pence*) repetidas nos dois lados da peça – representando o minimalismo-, e também melhorando o caimento da peça. Os volumes, a rigidez das matérias aplicadas (tecido) também foram propositalmente escolhidos para dar ao produto as características dos trabalhos de alguns artistas, como os de Jonald Judd.

Após as definições de todos os aspectos técnicos e estéticos, a modelagem ainda no tecido foi repassada para o papel e possivelmente para o software, para ser reproduzida na indústria.

6.2.1 Análise de dados:

As peças foram estudadas e de acordo com os resultados, as mesmas podem ser inseridas na indústria. Os resultados obtidos do experimento 1 são:

- 2 costuras de união e 4 de acabamento;
- a nova modelagem gera 15% de desperdício de tecido por peça, em um retângulo de 75cm x 115cm, já no padrão o desperdício é maior, já que as partes estão separadas;
- o encaixe tem um maior rendimento no enfiado, pois o molde se encaixa duas vezes na largura do tecido de 160cm;

- a estética da *tshirt* é inovadora..

Os resultados obtidos no experimento 2, são:

- 3 costuras de união e 5 de acabamento;
- o novo protótipo utiliza o próprio tecido para alocar pences e dar uma nova estética e melhor conforto;
- modelagem simétrica;
- A nova modelagem gera em torno 12% de desperdício de tecido por peça, em um retângulo de 95cm x 100cm;
- O encaixe tem um maior rendimento no enfiado, caso a largura do tecido seja igual a da modelagem, pois ela tem um perímetro quase retangular;
- O modelo se encaixa em variados corpos, pois suas pences proporcionam aumento e diminuição no encaixe ao corpo, gerando melhor ajuste e ergonomia;

Como conclusão, o experimento agrega vantagens e segue as prioridades que o trabalho tem como meta, no qual prioriza a indústria para gerar melhores resultados, inovação e aumentar a qualidade produtiva, otimizando os custos.

7 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

Como segunda etapa deste trabalho foi desenvolvida a construção de uma marca que tem o intuito de transmitir em seus produtos a essência da pesquisa realizada.

7.1 A MARCA

A ENB está ligada as experiências de vida do ser, onde os sentidos, as emoções e os desejos são projetados e alcançados, para o bem estar de cada um. Fortalecendo sempre que, a imagem demonstra muito a personalidade e intensifica os sentidos no dia-a-dia. A marca tenta transparecer leveza e conhecimentos em seus produtos, para que o cliente se sinta confortável e espiritualmente tranquilo para se dispor ao mundo.

Criada para atender necessidades não só estéticas, mas em primeira instância, as do conhecimento - parte fundamental para qualquer ser-humano-, ela tenta abranger os horizontes da cultura artística do Brasil. E com isso expressar em seus produtos a elegância minimalista do País.

A marca visa sempre o bem estar, a inovação, a capacidade intelectual, a projeção do futuro, e a liberdade de expressão artística de cada um. Tendo isso nos princípios, ela atinge um nicho de mercado específico, voltado para o lado do menos é mais, e de que o diferencial está à frente da singularidade dos produtos massificados, pois do ponto de vista ENB, isso na maioria das vezes não agrega valor emocional nem psíquico.

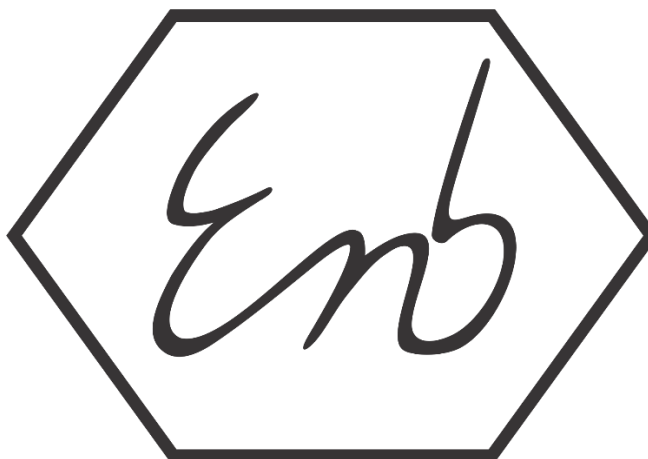


Figura 10: Logotipo da marca
Fonte: do autor, 2015

O logotipo (figura 11) foi desenvolvido pensando na filosofia ENB, demonstrada pela singularidade dos objetos. As formas que se interagem entre si, pelo formato geométrico com a escrita suave.

A caligrafia ENB, evidencia a essência de aliar o manual a tecnologia; o design a arte. O hexágono representa a estrutura da marca, pela repetição dos lados de maneira uniforme, com encaixe perfeito nas laterais ao se encontrar com outro objeto da mesma dimensão, representando a interação social que a marca tem com seu público.

7.1.1 Razão social

E.N.B. LTDA

7.1.2 Conceito

A marca demonstra sua essência através da intelectualidade e leveza, pois sua total exuberância estética e cultural são evidenciadas nas roupas, com frescor e ergonomia. E assim, o público possa se sentir atraído e confiante ao adquirir qualquer produto ENB.

7.1.3 Porte

A marca é considerada uma microempresa, mas suas metas a longo prazo, é se tornar uma marca de pequeno porte. Como a essência da ENB é não ligar sua produção à uma indústria massiva e apenas lucrativa, ela crescerá em níveis pequenos.

A produção é baixa, porém como citado no trabalho, a conscientização pela melhoria da produção leva aos aspectos diferenciadores das outras marcas. Ela ainda não está consolidada no mercado, porém as pretensões a curto prazo é levar aos poucos seu DNA para os consumidores, e cada vez aumentar esse nicho, chegando ao nível almejado, e difundir o conceito ideológico da marca, para aumentar o número de intelectuais ENB.

7.1.4 Segmento

Feminino.

7.1.5 Concorrentes

Por ser uma marca com características fortes de estilo e estar buscando um nicho específico de consumidor, seus concorrentes diretos são marcas conceituais, que priorizam a estética e qualidade como as marcas Fernanda Yamamoto (imagem da esquerda) e Maticevski (imagem da direita).



Figura 11: Look Fernanda Yamamoto; look Maticevski
Fontes: fernanadayamamoto.com
Maticevski.com

E como concorrentes indiretos as marcas The Row (esquerda) de Osklen(direita).



Figura 12: The Row; Osklen
Fontes: therow.com
Osklen.com

7.2 MARKETING

Inserir o marketing dentro de uma organização é essencial para o seu funcionamento e retorno por parte do pós-venda. Ambrósio (2007) cita que essa ferramenta empresarial é um grande alicerce de comunicação entre a organização, produto/serviço e consumidor, pois o foco do trabalho se baseia na satisfação do cliente para gerar resultados positivos para a empresa.

Esse conjunto de técnicas para Ambrósio (2007) é uma filosofia, que através da produção de bens tangíveis e intangíveis, tem o dever de estimular o consumidor, proporcionar elos com o produto e satisfazer suas necessidades e desejos.

O marketing da empresa será aplicado através dos 4 P's.

7.2.1 Produto

Com o foco na diferenciação de mercado e exploração dos conceitos artísticos estudados na coleção, a ENB visa se engajar mais no lado conceitual sobre seus produtos, focando na estética não comercial. Pois o intuito de cada peça é levar ao consumidor história, sentimentos e conhecimento, transformando todos esses aspectos em desejos.

Atender as necessidades do consumidor, é de primeira instância para a marca, pois é ele quem necessita de cada produto, e passa a consumir e disseminar a marca. Para não desfocar e deixar de lado o gosto pelo novo, a ENB disponibilizará sempre um grande conjunto de informações culturais ligadas as artes e design para que o as peças sempre atendam às exigências propostas pelo público.

Essa complexidade de informações inseridas nas roupas deixam elas com menos detalhes físicos, pois o foco da marca é o minimalismo, já que a proposta da é difundir conhecimento e cultura com poucas referências estéticas envolvidas diretamente nos produtos.

7.2.2 Preço

Os preços irão variar entre R\$100,00 a \$1000,00 com base de mercado e cálculos de custos dos produtos.

7.2.3 Praça

A marca será lançada virtualmente de início, pois seu público é pequeno e está mais ligado à internet em seu dia-a-dia, tendo a necessidade desse primeiro contato ser maior virtualmente. Mas terá também arte que parcerias com multimarcas e galerias de design para vender os produtos e assim o público visualizar as peças pessoalmente.

7.2.4 Promoção

Para divulgar melhor a marca serão criadas redes sociais, um e-commerce e parcerias com lojas online especializadas em design contemporâneo de variados produtos, não só os de moda.

A marca também disponibilizará contato via e-mail para que o cliente se sinta à vontade ao sugerir novas ideias ou apenas melhorias.

7.3 PÚBLICO ALVO

São mulheres de 27 a 42 anos, que moram em regiões metropolitanas de classe média. Apreciam cultura em âmbito generalizado sem preceitos. Levam uma vida de aprendizado por onde passam. Tentam absorver o máximo de informações, seja em viagens, trabalhos ou eventos. Possuem como hobby ir a museus, teatros, cinemas, parques, eventos públicos, praias, bares, restaurantes, entre outros.

São mulheres sensatas, serenas e de mente aberta, pois o elo com diferentes culturas sempre lhe atrai. Se consideram contemporâneas e minimalistas, seja pelas atitudes ou até mesmo pelo visual. Vestem-se com clareza, usam bastantes formas geométricas, tanto simétricas quanto assimétricas, suas composições exibem uma união de tons e prevalecem o conforto e a adequação do tecido para a temperatura.

Personalidades de cargos estáveis, como salários razoáveis e que possuem identidade transparente, seja no ambiente de trabalho ou no de lazer



Figura 13: Público alvo
Fonte: pinterest

7.3.1 Painel comportamental

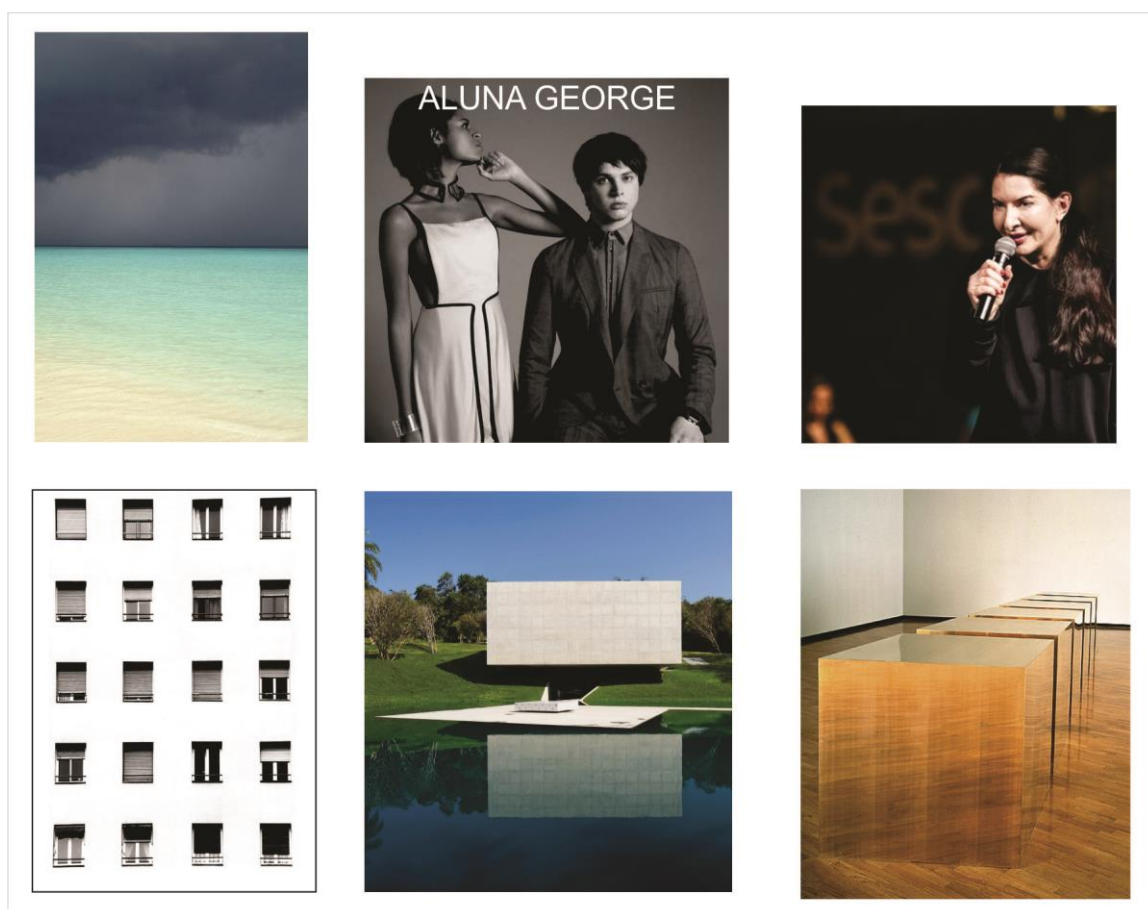


Figura 14: Painel Comportamental
Fonte: do autor, 2015

A imagem acima representa visualmente algumas características do público alvo, com as suas similaridades de gostos e influências. A primeira imagem representa o gosto pelo frescor e pela natureza; seguindo a sequência, a segunda trata-se de uma dupla de músicos ingleses que possui um estilo bem contemporâneo; a quarta imagem representa a artista Marina Abramovic falando sobre seu espetáculo no espaço cultural do SESC; a imagem com várias janelas é a representação do minimalismo pela fotografia Hilla bécher; o museu do Inhotim é representado pela foto com a lagoa; e por último a obra do artista plástico Donald Judd.

7.4 TENDÊNCIAS

7.4.1 Macrotendência

A macrotendência inserida no projeto para a coleção busca envolver o passado, presente e futuro, ou seja conciliar os fatos do passado no presente para gerar novos conjuntos de informações.

De acordo com o serviço online de tendências WGSN, a tendência PAST MODERN, recria tendências com base no passado, como forma de comunicação sutil e calma. “A ideia por trás do PASSADO moderno é o futuro que não costumava ser”; isso envolve a fusão do passado, presente e futuro.” WGSN (2015).



Figura 15: Macrotendência
Fonte: wsgn.com, 2015

7.4.2 Microtendência

Para a micro tendência o tema escolhido foi o conforto, de acordo com a revista de tendências USEFASHION, ele é materializado através do visual simplificado e da estrutura das formas amplas e as cores predominantes são as sutis. Não só a

ergonomia prevalece, como também o conforto visual como referência para este diálogo de tendências.

A marca *The Row* usou características parecidas para representar sua coleção de inverno 2015. Os *shapes* são largos, com tecidos confortáveis e cores em tons pastéis.



Figura 16: coleção de inverno 2015 The Row
Fonte: therow.com

8 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

8.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A indústria da moda está cada vez mais saturada pelas necessidades massivas que são impostas pela sociedade, derivadas das tendências, sejam elas da moda ou em ramos do consumo. Elas sempre valorizam o comum, algo imposto que nós faz atirar para o rápido, pelo “necessário”, e assim, em casos específicos, deixar a prioridade pelo novo. O consumo não se dá apenas por simples instancias, e sim pelo fator eminente da produção e publicidade dos produtos, no qual a demanda é o fator essencial para a oferta.

. Pensando nisso a marca ENB demonstra através da coleção de verão, produtos de moda que mesmo conceituais podem ser viáveis ao uso e atingir seu devido público com estética, qualidade e inovação.

O desenvolvimento do projeto teve bases referências do minimalismo e estruturado com as técnicas de moulage, como visto no trabalho os estudos experimentais, para que as peças pudessem tomar forma e serem concluídas com êxito na estética e na produção.

A coleção nexa verão 2015 da ENB teve base nos conceitos minimalistas para chegar a um elo entre o novo e as necessidades do consumidor. Baseada no conceito arquitetura orgânica a coleção busca transmitir o elo entre o geométrico e o fluido, atingindo não são parâmetros estéticos como intelectuais, pois faz o consumidor pensar e sentir toda a questão de elaboração do produto, deixando o questionar sobre como cai a peça cai ao corpo, como as cores combinam, como a informação abstrata é transmitida apenas pelo design.

8.2 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

8.2.1 Conceito da coleção

O primor da estrutura, é elevar os sentidos da arquitetura, deixar as características aprimoradas a nível de excelência.

8.2.2 Nome da coleção: Nexo

A coleção Nexo verão 2015 traz consigo a interação entre os conceitos do movimento minimalista e da arquitetura contemporânea/orgânica com a essência da modelagem tridimensional. Essa relação não só inova a estética das peças, como transmite cultura em cada elemento, forma e cor. As peças foram embasadas nos trabalhos de artistas como Jonald Judd, Robert Morris, Sol Lewitt, Dan Flavin, Carl Andradre, Frank Stella e da arquiteta Zaha Hadid. Esse envolvimento deu resultado ao trabalho da 1ª coleção da marca e como retribuição as peças levam os nomes dos artistas citados.

8.2.3 Referência da coleção



Figura 17: Dan Flavin – Stedelijk – Museum Amsterdam
Fonte: [https://www.flickr.com/photos/stedelijkmuseum/5511652784/-](https://www.flickr.com/photos/stedelijkmuseum/5511652784/)

A obra de Dan Flavin com luz fluorescente, de 1986, desenvolvida no museu Stedelijk em Amsterdam, retrata com clareza os aspectos da interação do espaço com a arte; a inovação através do minimalismo – na proposta o artista faz interação com a arquitetura. As cores do projeto, em leves nuances por conta do reflexo das luzes nas paredes brancas, deixa o ambiente com aspecto sofisticado; e une a tecnologia com arte. As formas geométricas rígidas interagem bem com os detalhes da arquitetura orgânica.

8.2.4 Cores

As cores são sóbrias, e opacas, trazendo referência do minimalismo. Como os looks serão monocromáticos, as cores terão nuances, mas não variedades drásticas de diferentes tons – como representado da geração de alternativa.

8.2.5 Materiais

Os materiais escolhidos para esta coleção são de aspectos rígidos e leves, como: malha fio 30, tule, tela de variados formatos, organza, malha texturizada, jeans, sarja com elastano e camurça. Mas todos com um toque confortável ao corpo. Alguns terão aspectos de materiais de indústria, lembrando os trabalhos minimalista da década de 60, como o tule com couro, e seja botone

8.2.6 Formas e estruturas (shapes)

Os *Shapes* são compostos por formas amplas, com variação na cintura e nos ombros, mas na maioria das peças, as linhas retas prevalecem. Os formatos foram baseados na microtendência “conforto”, junto com os resultados da metodologia experimental.

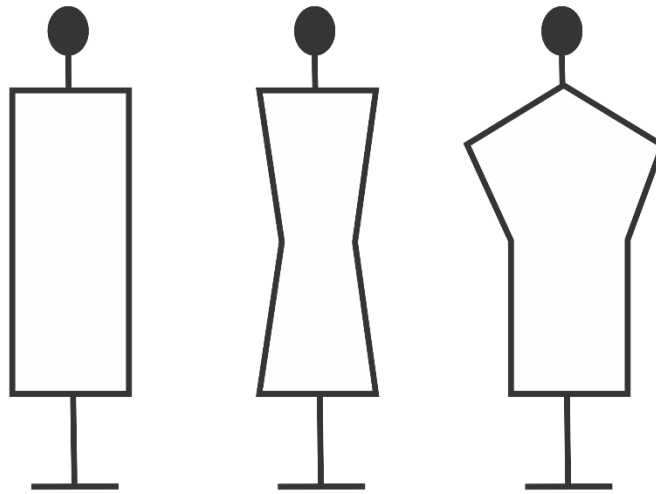


Figura 18: Formas estruturas
 Fonte: do autor, 2015

8.2.7 Tecnologias

A inovação tecnológica dentro desta coleção está situada nos materiais, pois as fibras e a estrutura têxtil de cada um carrega alguma informação nova, seja visual ou ergonômica.

8.2.8 Mix de coleção

Tabela 3: Mix de coleção
 Fonte: do autor, 2015

	PEÇAS	%
TOPS	24	50%
BOTONS	17	34%
MACACÕES	2	4%
VESTIDOS	6	12%
TOTAL	49	100%

8.3 PAINEL SEMANTICO

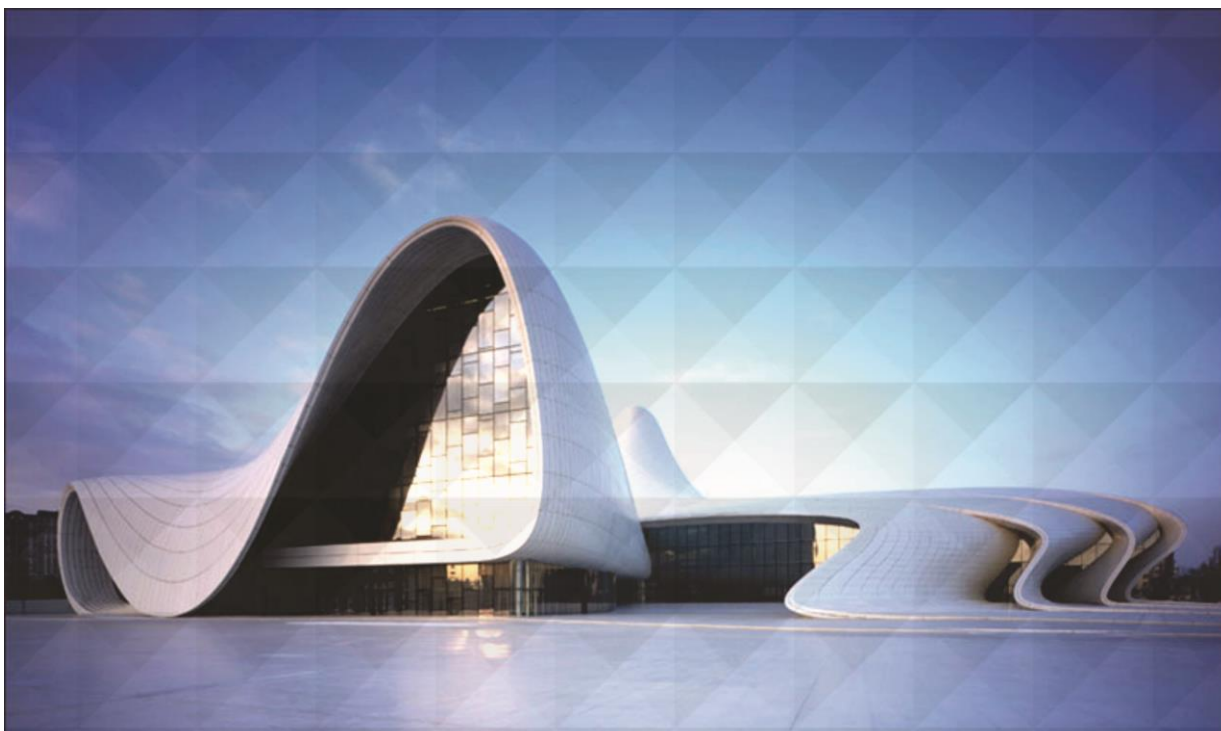


Figura 19: Heydar Aliyev cultural center

Fonte: designboom.com/architecture/zaha-hadid-heydar-aliyev-cultural-centre-progress/

A figura 19 retrata o complexo de edifícios denominado *heydar aliyev cultural centre*, um centro cultural localizado em Baku, projetado pela arquiteta iraniana Zaha Hadid. Com a foto original, foi incrementado um segundo plano transparente com formas geométricas, trazendo um pouco dos aspectos minimalistas de geometria e repetição da forma.

A obra remete a interação das formas orgânicas com o aspecto denso da estrutura. A estética valoriza a grande reprodução de texturas; os nuances de cores, explorados pela união dos tons formando variados degrados. A combinação projetada pela natureza com o espaço urbano; a repetição das formas tanto nos materiais da obra quanto da interferência da transparência, refletem os conceitos da coleção, características essas que são encontradas nos *shapes*, materiais e cores.

8.4 CARTELA DE CORES

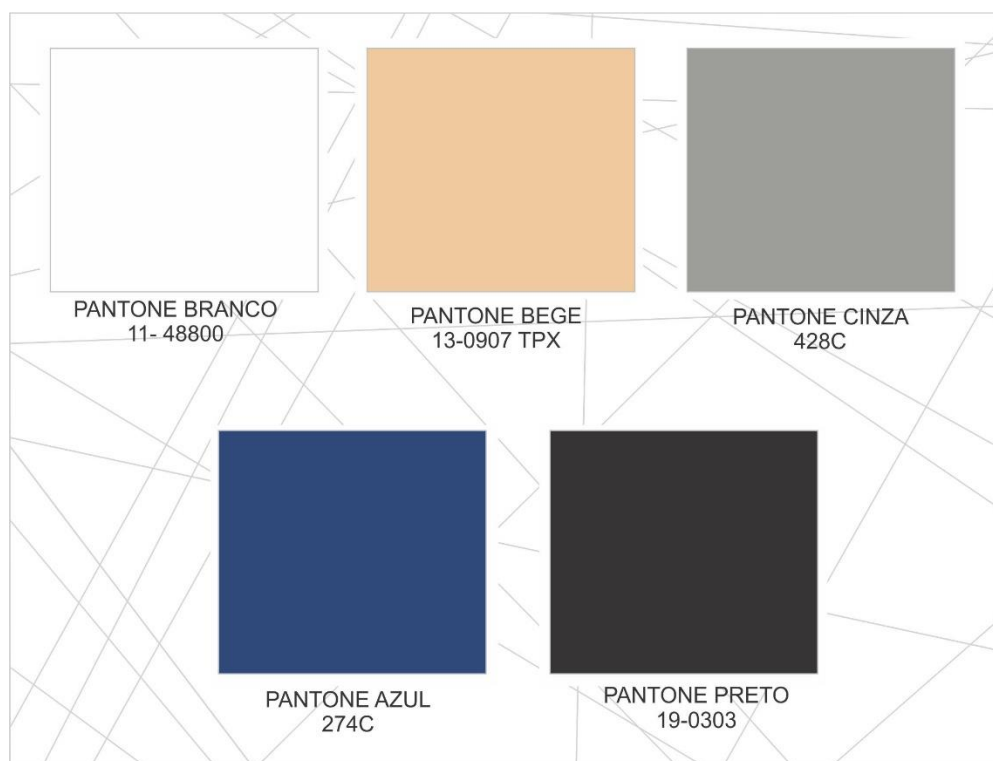


Figura 20: cartela de cores
Fonte: do autor, 2015

8.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS



Figura 21: Alternativa 01
Fonte: Do autor, 2015

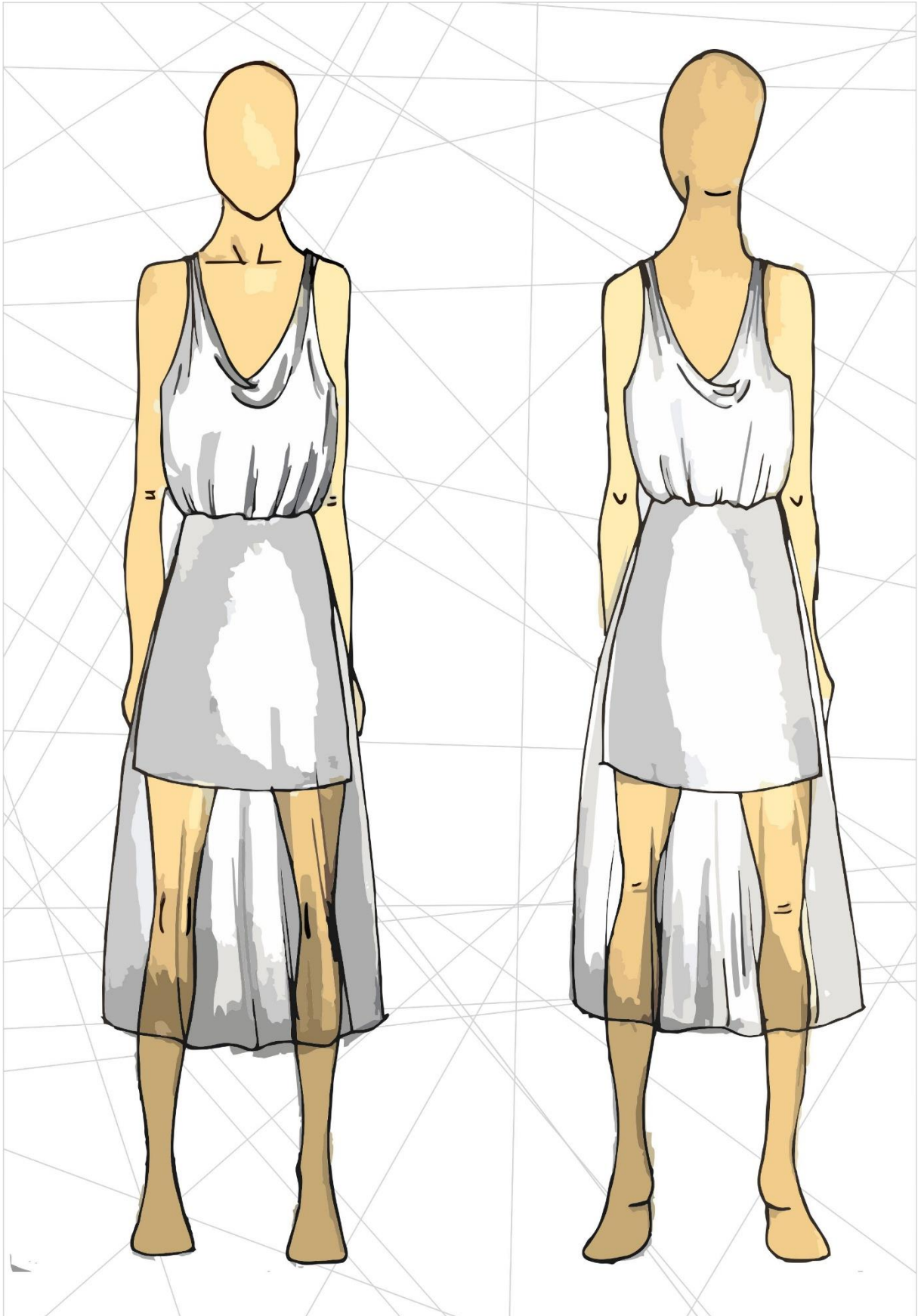


Figura 22: Alternativa 02
Fonte: Do autor, 2015



Figura 23: Alternativa 03
Fonte: Do autor, 2015



Figura 24: Alternativa 04
Fonte: Do autor, 2015



Figura 25: Alternativa 05
Fonte: Do autor, 2015

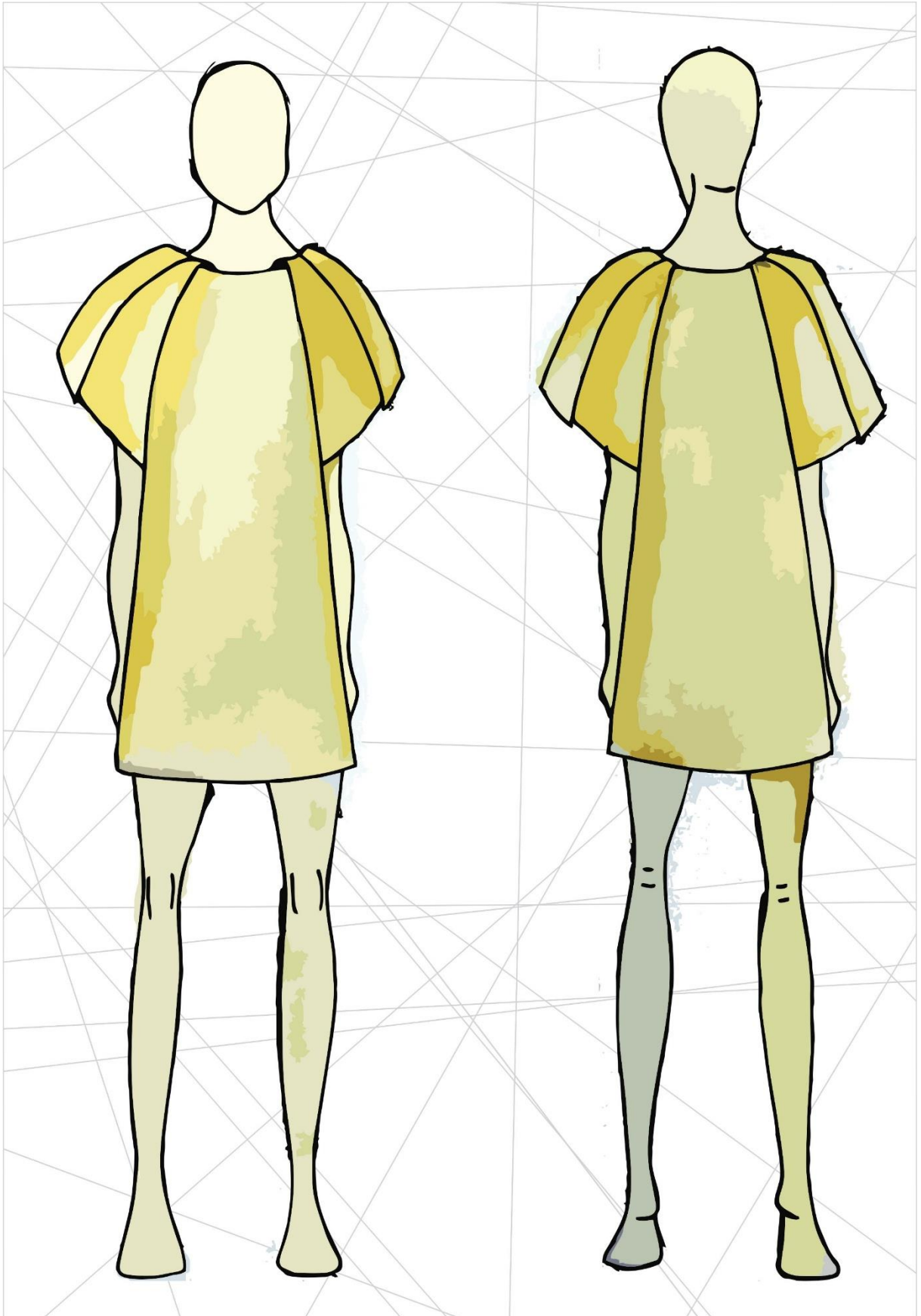


Figura 26: Alternativa 06
Fonte: Do autor, 2015

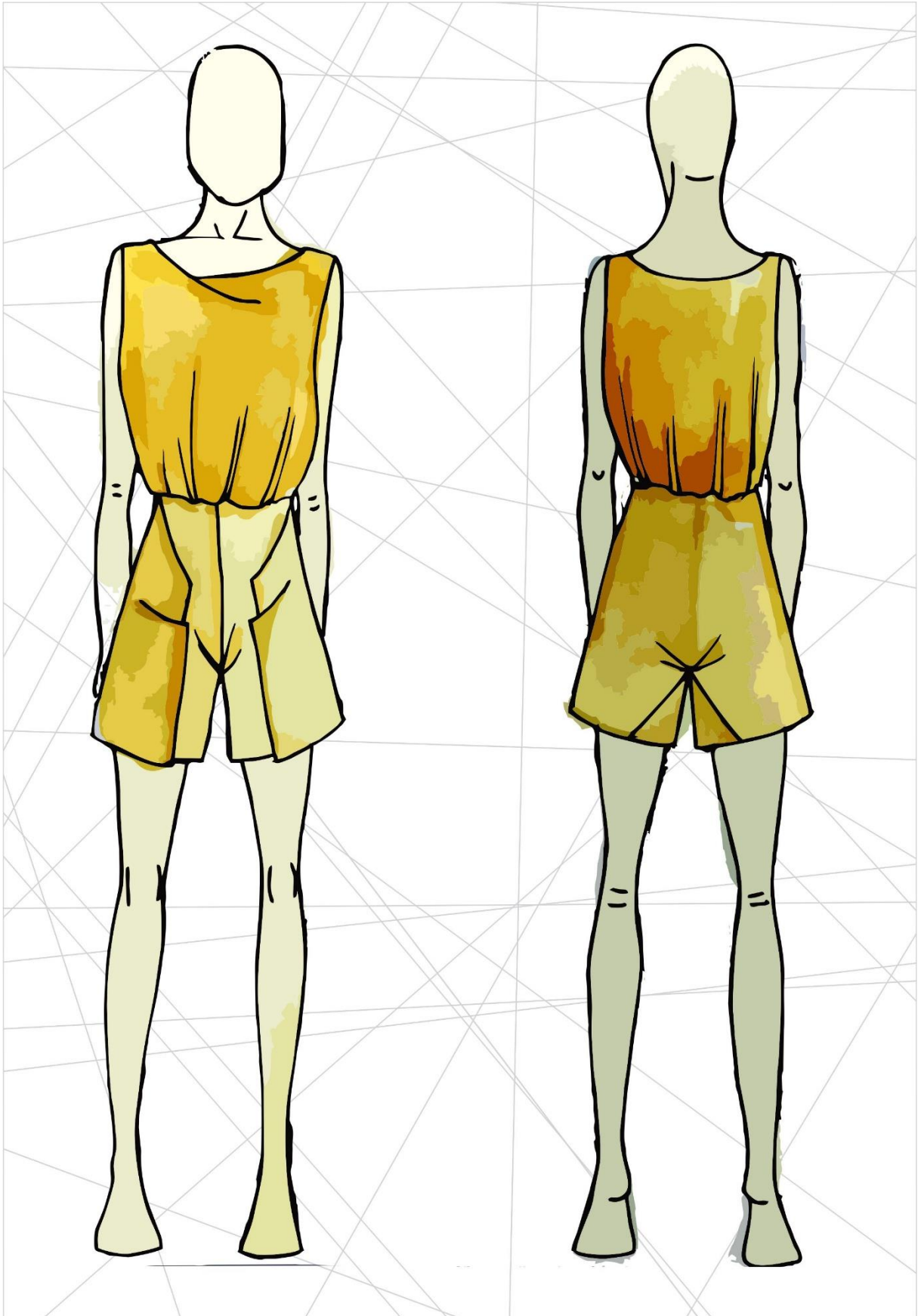


Figura 27: Alternativa 07
Fonte: Do autor, 2015



Figura 28: Alternativa 08
Fonte: Do autor, 2015

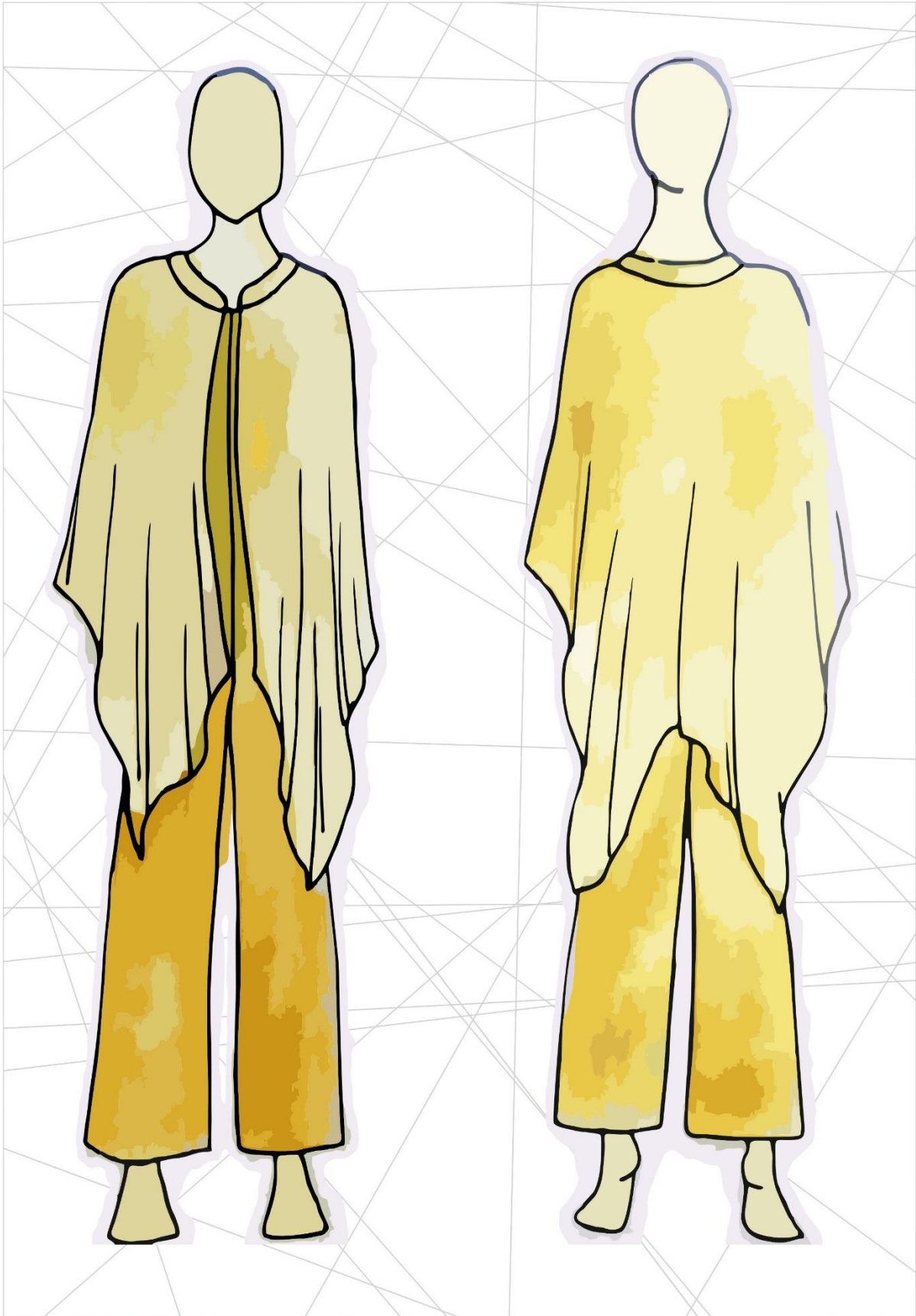


Figura 29: Alternativa 09
Fonte: Do autor, 2015



Figura 30: Alternativa 10
Fonte: Do autor, 2015



Figura 31: Alternativa 11
Fonte: Do autor, 2015



Figura 32: Alternativa 12
Fonte: Do autor, 2015



Figura 33: Alternativa 13
Fonte: Do autor, 2015

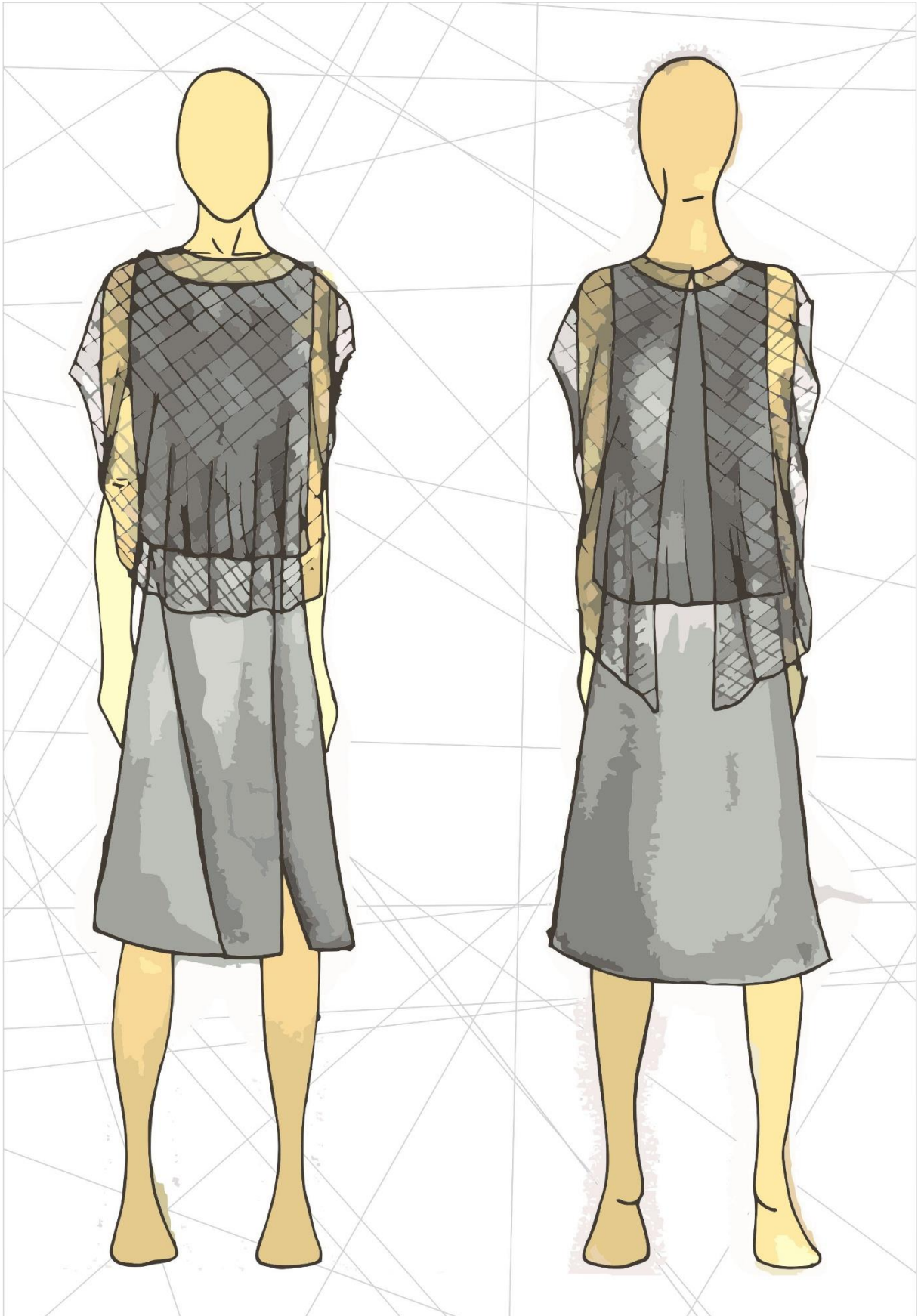


Figura 34: Alternativa 14
Fonte: Do autor, 2015



Figura 35: Alternativa 15
Fonte: Do autor, 2015



Figura 36: Alternativa 16
Fonte: Do autor, 2015



Figura 37: Alternativa 17
Fonte: Do autor, 2015



Figura 38: Alternativa 18
Fonte: Do autor, 2015



Figura 39: Alternativa 19
Fonte: Do autor, 2015



Figura 40: Alternativa 20
Fonte: Do autor, 2015



Figura 41: Alternativa 21
Fonte: Do autor, 2015



Figura 42: Alternativa 22
Fonte: Do autor, 2015



Figura 43: Alternativa 23
Fonte: Do autor, 2015



Figura 44: Alternativa 24
Fonte: Do autor, 2015



Figura 45: Alternativa 25
Fonte: Do autor, 2015

8.6 JUSTIFICATIVA DAS ALTERNATIVAS

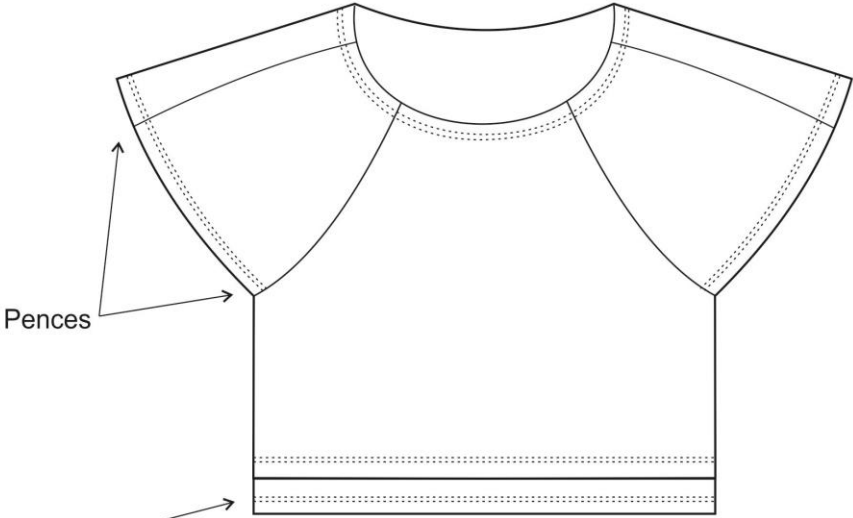
Os looks escolhidos para a pré-coleção, foram as alternativas 01, 04, 05, 09, 10, 11, 14, 16, 19, 22, 24, e 25, pois representam a essência da marca de modo explícito, e também o contexto do trabalho na parte de pesquisa experimental e bibliográfica. As criações demonstram modelagens inovadoras, com contextos minimalistas, nas formas, nos materiais e nas cores. Os 12 looks são monocromáticos e geométricos, e suas estruturas e texturas são sempre espelhadas, dando a ideia de repetição das formas, como nos trabalhos minimalistas.

Elas englobam o contexto do público-alvo, já que transmitem conteúdo artístico e inovação estética. E como tendência as amplas modelagens carregam conforto e modelagens over-size.

Os aspectos técnicos das peças causam impacto na indústria, já que todas são baseadas nos estudos das tabelas de estudo do look 01 e 04. E todas as modelagens foram feitas a partir de um retângulo com as características das conclusões do estudo experimental 1 e 2.

8.7 FICHAS TÉCNICAS

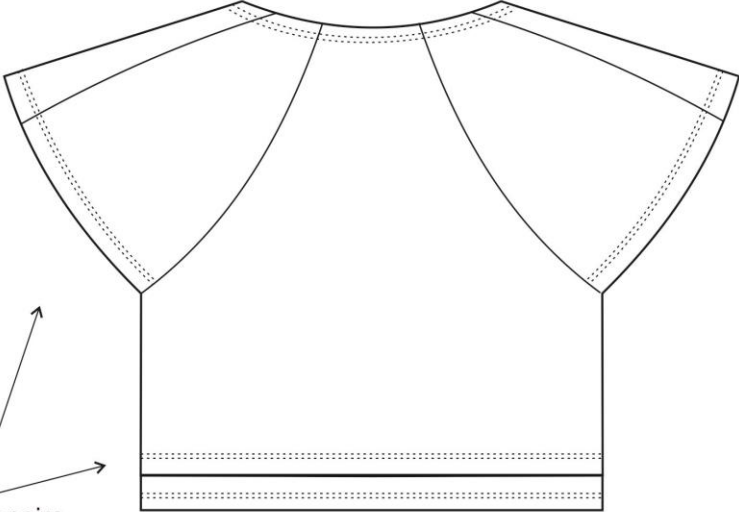
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 01	MARCA: Enb	ESTILISTA: Edgar N. Borges
COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: Edgar N. Borges
PRODUTO: t-shirt Carl	GRADE: P, M, G e GG	DATA: 06/06/2015



Pences

Tecido de tela sobreposto, sendo maior na parte superior.

FRENTE



Barras na galoneira com 2 agulhas.

COSTAS

TECIDOS										
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT
MEIA MALHA		Surf Girl		100% CO			50cm			10,00
TELA DE MALHA		Surf Girl		60% CO 40% PES			60cm			10,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT
Etiqueta		Nikey					1			0,80
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										
SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	operação						Máquina			
1	unir laterais						overloque			
2	fixar pences						reta			
3	rebater gola						galoneira			
4	rebater barra das mangas						galoneira			
5	rebater barras						galoneira			
6	pesponto nas pences						reta			
7	dobrar e embalar						manual			

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 02

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: pantalona Andrade

MARCA: Enb

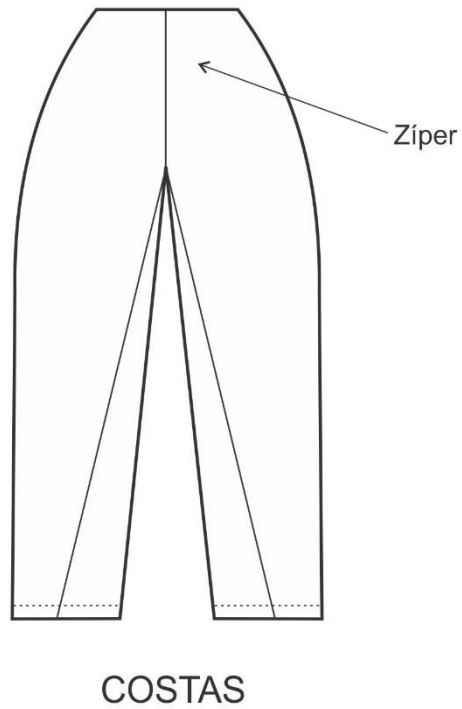
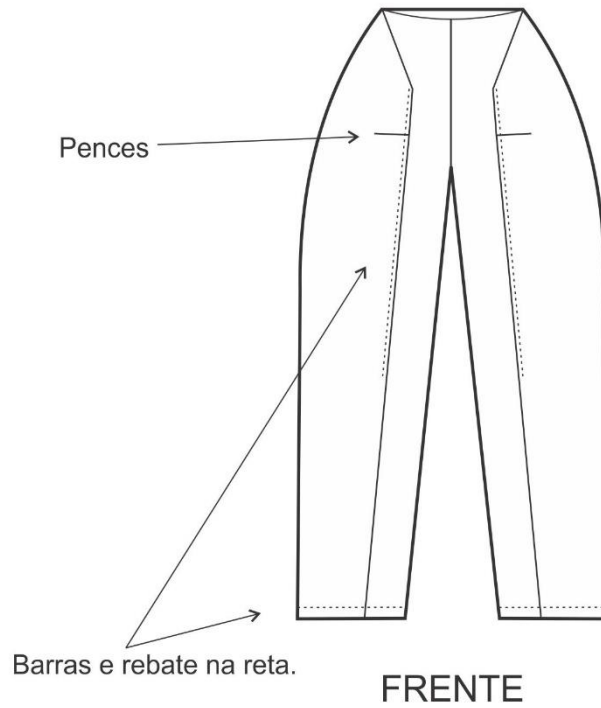
TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tecido textura	Surf Girl	80% CO 10% PES 10% PEU	100 cm	15,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Nikey		1	0,80
Embalagem	Multi-embalagens		1	0,30

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper invisível	Bazar TUPI	Branco	1	1,00

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	19 cm	20 cm	21 cm	22 cm	23 cm					

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	operação	Máquina
1	overlocar contornos das modelagens	overloque
2	preparar e rebater as pences	reta
3	pregar zíper	reta
4	fechar laterais	reta
5	fechar gancho	reta
6	preparar e aplicar o cós	reta
7	fazer barras	reta
6	dobrar e embalar	manual

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 03

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: trench coat Robert

MARCA: Enb

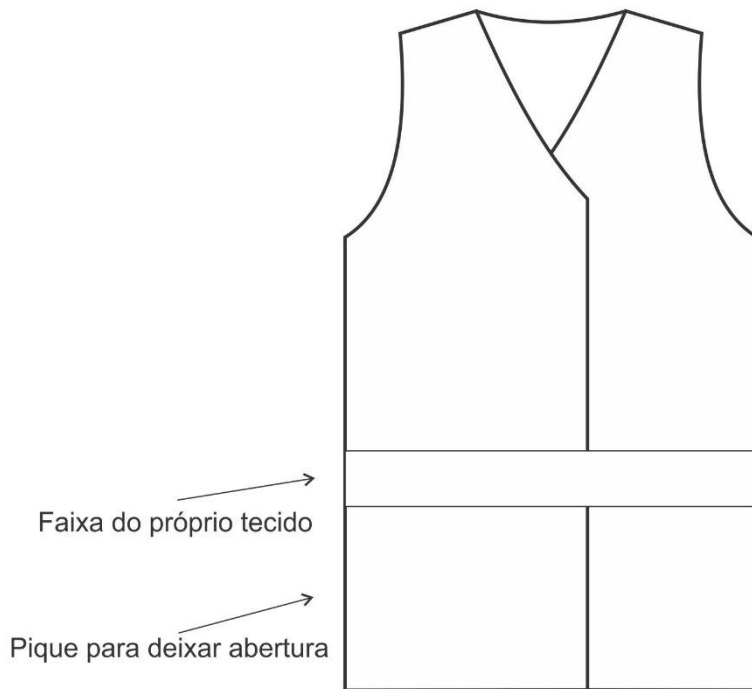
TAMANHO PILOTO: M

GRADE: P, M, G e GG

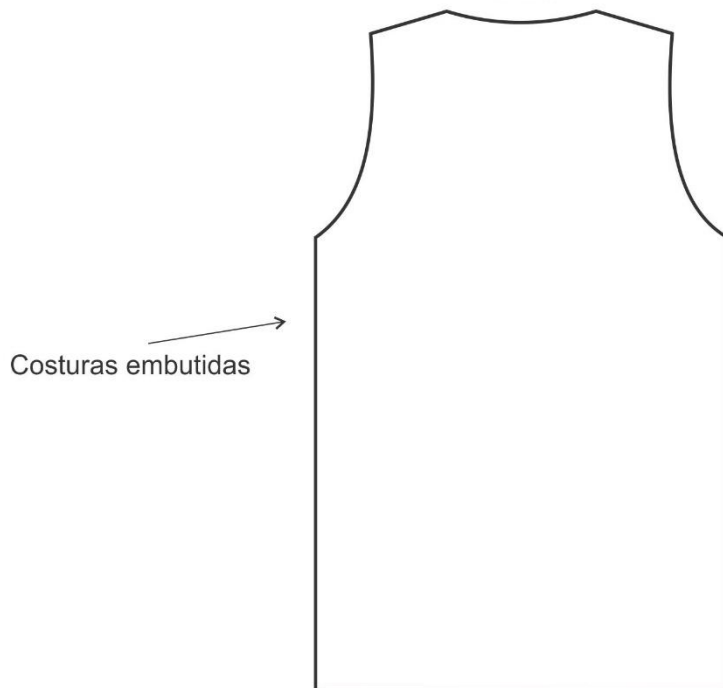
ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



FRENTE



COSTAS

TECIDOS											
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Tecido textura		Surf Girl		80% CO 10%PES 10%PEU			100 cm			15,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30	
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)											
34	36	38	40	42	44	46	48				
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS				
Cintura:											
Quadril:											
Gancho frente:											
Gancho Traseiro:											
Barra:											
Entreperna:											
SEQUÊNCIA OPERACIONAL											
No	operação						Máquina				
1	preparar faixa						reta				
2	fixar faixa						reta				
3	embutir laterais e frente						reta				
4	embutir cavas						reta				
5	embutir ombros						reta				
6	dobrar e embalar						manual				

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 04

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: Saia Morris

MARCA: Enb

TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

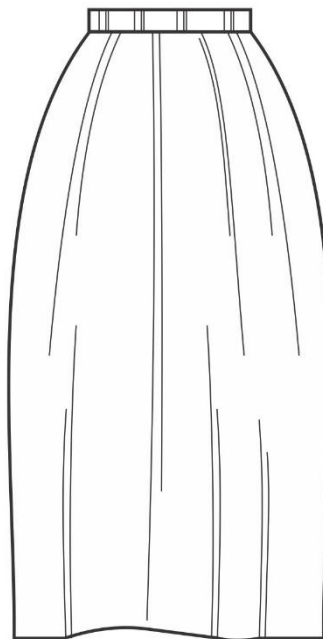
ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



FRENTE



COSTAS

TECIDOS										
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Tecido transparência		Surf Girl		100%PES		300 cm			10,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey				1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens				1			0,30	
AVIAMENTOS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
elástico 5 cm		UTFPR		branco		60 cm			2,00/m	
TAMANHO DO ELÁSTICO (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	60cm	60cm	60cm	65cm	65cm					
SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	operação					Máquina				
1	unir laterais					interloque				
2	preparar cós					reta				
3	aplicar o cós					reta				
4	fazer acabamento no cós					overloque				
5	dobrar e embalar					manual				

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 05

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: Saia Sol L.

MARCA: Enb

TAMANHO PILOTO: 38

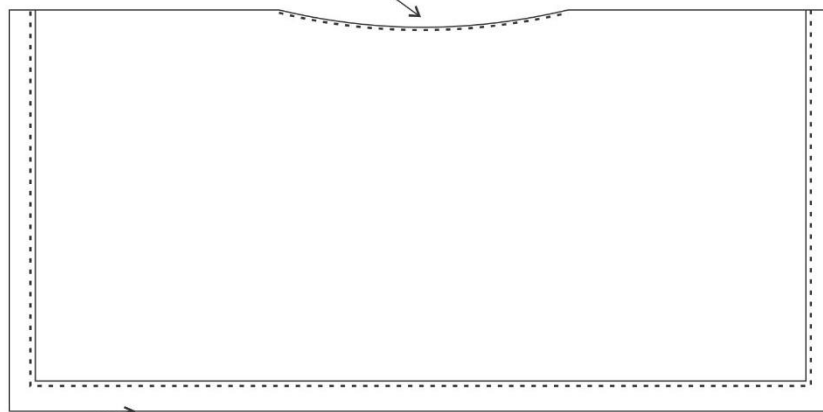
GRADE: 36,38,40,42 e 44

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

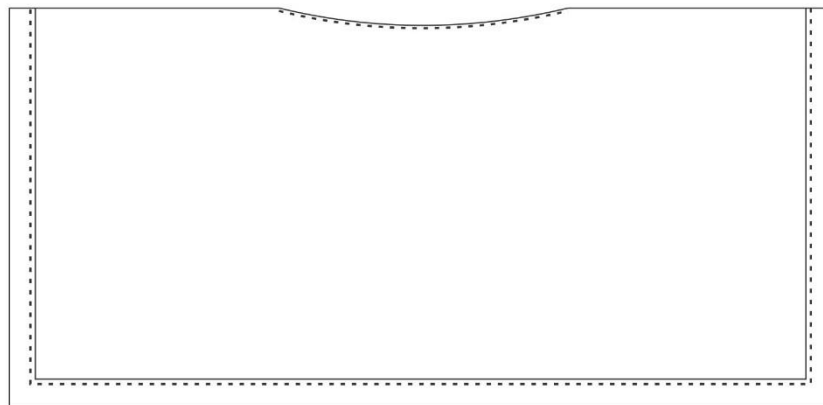
DATA: 06/06/2015

Cós com revel rebatido



Rebate com barrinha virada

FRENTE



COSTAS

TECIDOS											
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Sarja		Surf Girl		100% CO			100 cm			10,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30	
AVIAMENTOS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
Zíper invisível		Bazar TUPI		Preto			1			1,00	
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)											
34	36	38	40	42	44	46	48				
	19cm	20cm	21cm	22cm	23cm						
SEQUÊNCIA OPERACIONAL											
No	operação					Máquina					
1	unir laterais					interloque					
2	preparar revel					reta e overloque					
3	aplicar o revel					reta					
4	fazer barra					reta					
5	dobrar e embalar					manual					

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 06

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: t-shirt Lewitt

MARCA: Enb

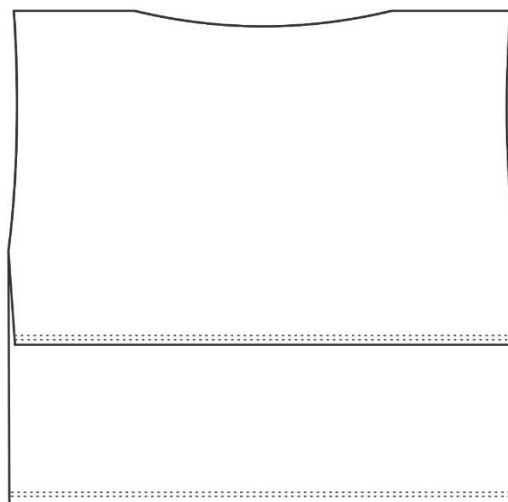
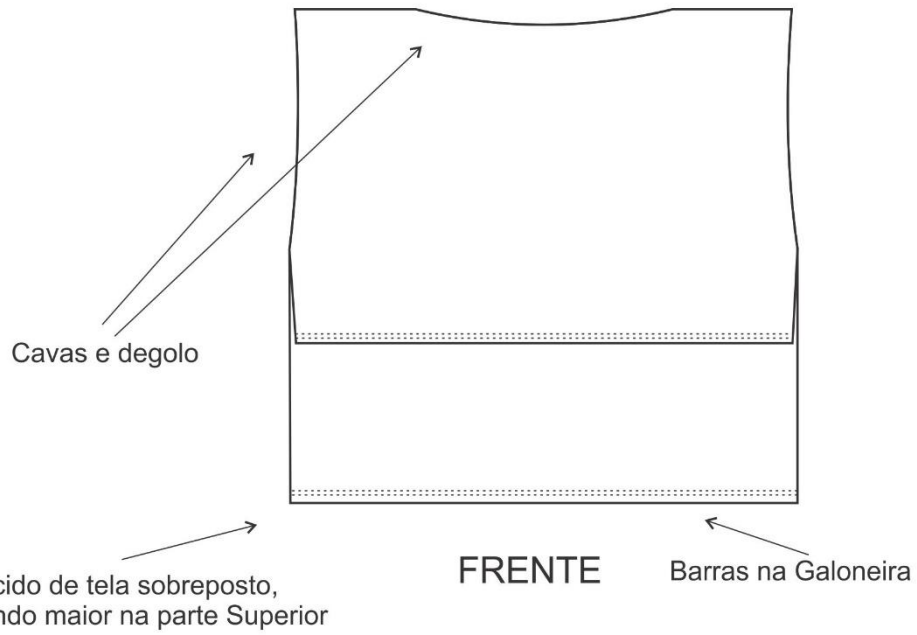
TAMANHO PILOTO: M

GRADE: P, M, G e GG

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



COSTAS

TECIDOS										
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT
MEIA MALHA		Surf Girl		100% CO			40cm			10,00
TELA DE MALHA		Surf Girl		60% CO 40% PES			60cm			10,00
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT
Etiqueta		Nikey					1			0,80
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										
SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	operação						Máquina			
1	unir laterais						overloque			
2	fechar degolo embutido						overloque			
3	fechar cavas embutidas						overloque			
4	rebater barra						galoneira			
5	dobrar e embalar						manual			

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 07

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: t-shirt Carl

MARCA: Enb

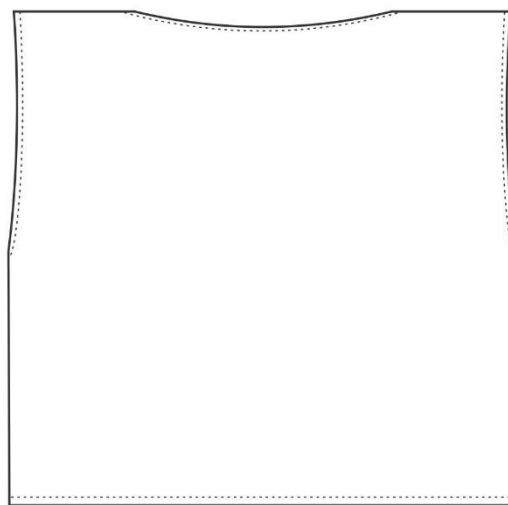
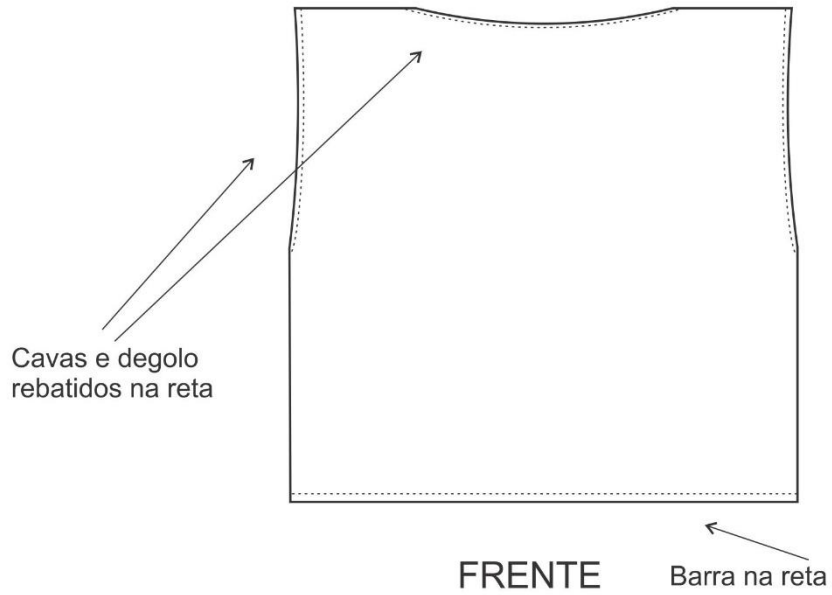
TAMANHO PILOTO: M

GRADE: P, M, G e GG

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



TECIDOS										
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA		R\$ UNIT	
Tecido metalizado		Surf Girl		50% CO 50%PES			60cm		10,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA		R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1		0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1		0,30	
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										
SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	operação						Máquina			
1	unir laterais						interloque			
2	rebater gola						reta			
3	rebater cavas						reta			
4	rebater barra						reta			
5	dobrar e embalar						manual			

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 08

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: top Judd

MARCA: Enb

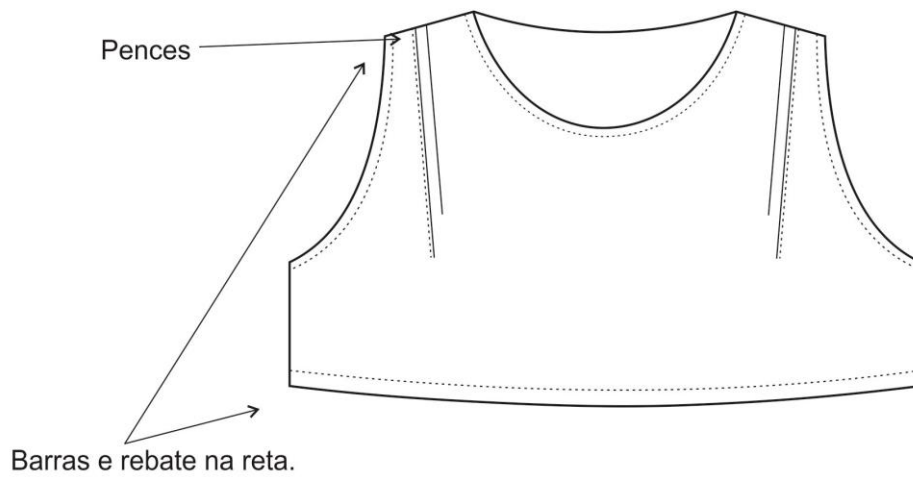
TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

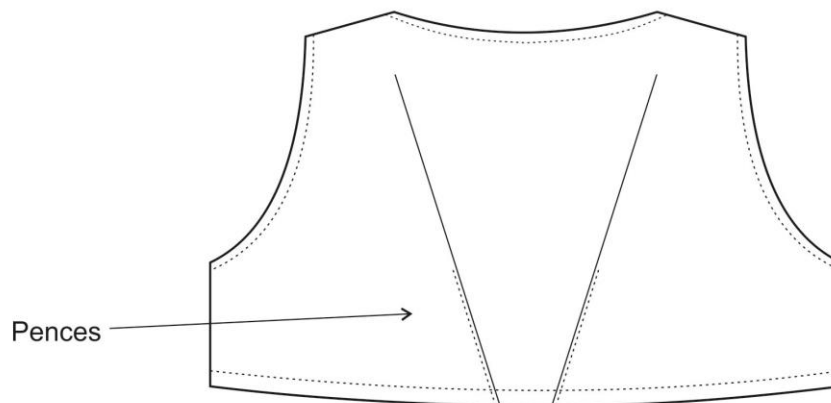
ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



FRENTE



COSTAS

TECIDOS											
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Tricoline		Surf Girl		100%CO			40 cm			10,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30	
AVIAMENTOS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
Cordão		UTFPR		PRETO			120cm			1,00/m	
TAMANHO DO CORDÃO (em centímetros)											
34	36	38	40	42	44	46	48				
	100cm	100cm	100cm	120cm	120cm						
SEQUÊNCIA OPERACIONAL											
No	operação						Máquina				
1	rebater pences						reta				
2	unir ombros						reta				
3	aplicar cordão						reta				
4	unir lateral						interloque				
5	rebater cordão						reta				
6	fazer barras						reta				
7	dobrar e embalar						manual				

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 09

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: Saia D.J

MARCA: Enb

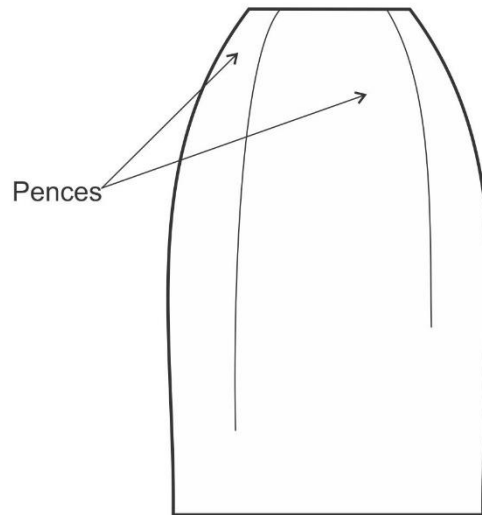
TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

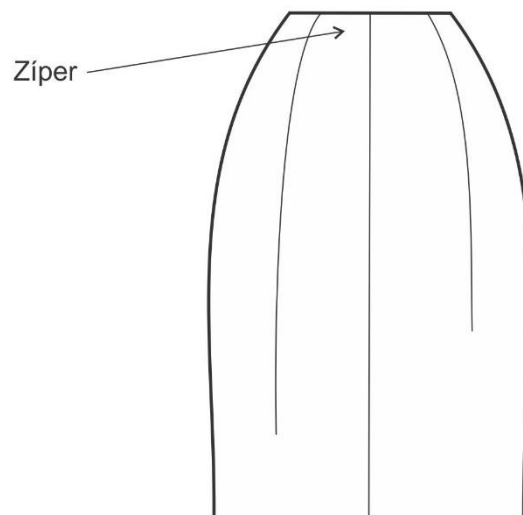
ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



FRENTE



COSTAS

TECIDOS											
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Tecido tule com couro		Surf Girl		100%PES			70cm			18,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30	
AVIAMENTOS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
Zíper invisível		Bazar TUPI		Preto			1			1,00	
TAMANHO DO ZÍPER (em centímetros)											
34	36	38	40	42	44	46	48				
	19cm	20cm	21cm	22cm	23cm						
SEQUÊNCIA OPERACIONAL											
No	operação						Máquina				
1	overlocar laterais do tecido						overloque				
2	unir laterais do tecido						reta				
3	aplicar o zíper						reta				
4	aplicar o revel						reta				
5	dobrar e embalar						manual				

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 10

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: Capa Zaha Hadid

MARCA: Enb

TAMANHO PILOTO: M

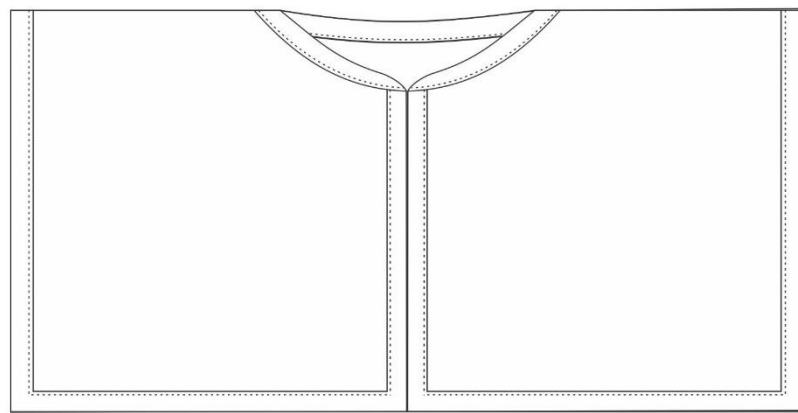
GRADE: P, M, G e GG

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

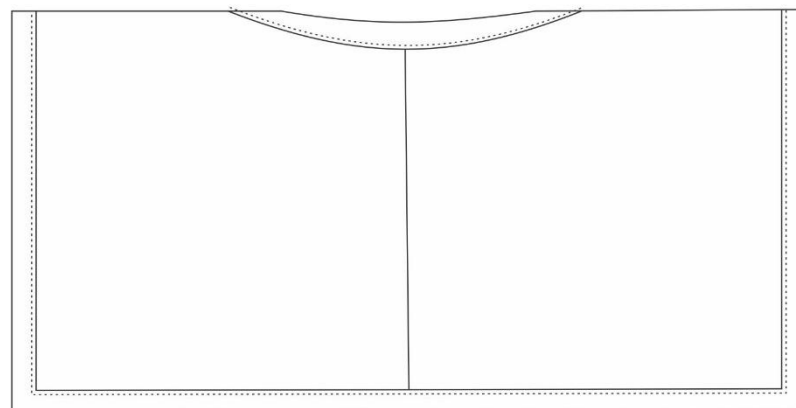
DATA: 06/06/2015

Pé de gola rebatido



Rebate com barrinha virada

FRENTE



COSTAS

TECIDOS											
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Malha Texturizada		Surf Girl		90% CO 10% PUE			150 cm			20,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey					1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens					1			0,30	
AVIAMENTOS											
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR			CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)											
34	36	38	40	42	44	46	48				
SEQUÊNCIA OPERACIONAL											
No	operação					Máquina					
1	unir costas					interloque					
2	preparar pé de gola					reta					
3	fazer barra					reta					
4	aplicar e rebater pé de gola					reta					
5	dobrar e embalar					manual					

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 13

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: macacão Frank

MARCA: Enb

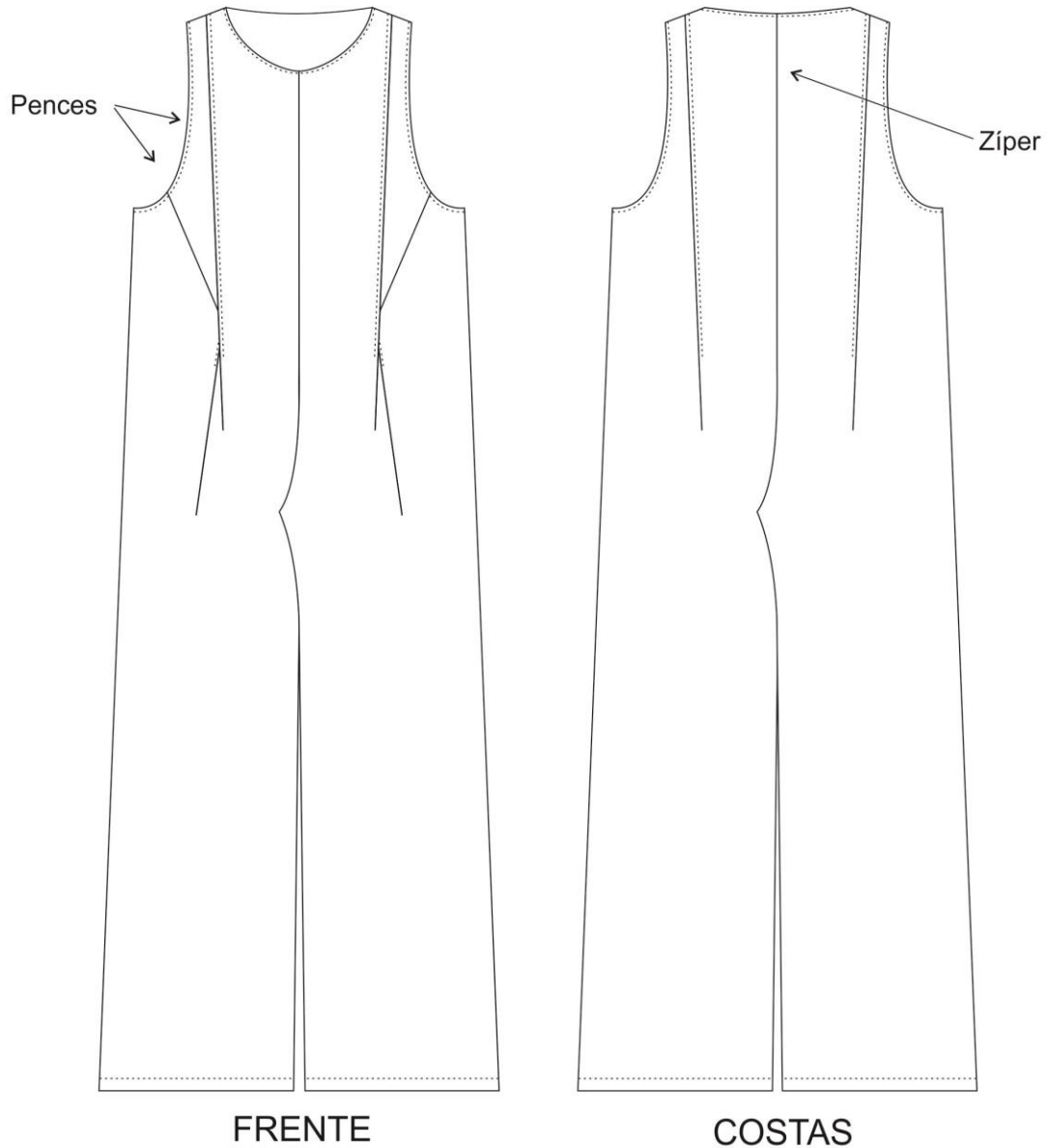
TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Surf Girl	100% CO	80cm	10,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Nikey		1	0,80
Embalagem	Multi-embalagens		1	0,30

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper invisível	Bazar TUPI	Branco	1	1,00

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	50 cm	50 cm	55 cm	55 cm	60 cm					

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	operação	Máquina
1	overlocar contornos das costas e frente	overloque
2	preparar e rebater as pences	reta
3	fechar entrepernas	interloque
4	pregar zíper	reta
5	fechar frente e costas	reta
6	aplicar revel no degolo e cavas	reta
7	fazer barras	reta
8	dobrar e embalar	manual

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 11

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: saia midi Flavin

MARCA: Enb

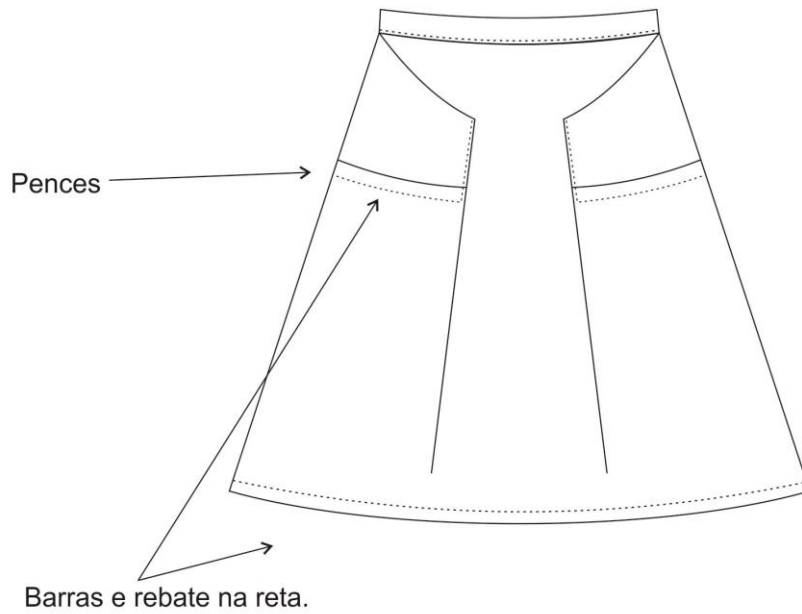
TAMANHO PILOTO: 38

GRADE: 36,38,40,42 e 44

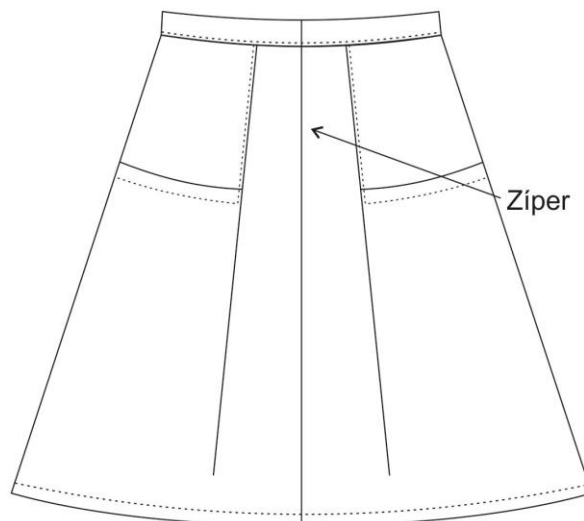
ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

DATA: 06/06/2015



FRENTE



COSTAS

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Sarja	Surf Girl	100% CO	80cm	10,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta	Nikey		1	0,80
Embalagem	Multi-embalagens		1	0,30

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Zíper invisível	Bazar TUPI	Branco	1	1,00

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
	19 cm	20 cm	21 cm	22 cm	23 cm					

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	operação	Máquina
1	overlocar contornos das costas	overloque
2	preparar e rebater as pences	reta
3	pregar zíper	reta
4	fechar costas	reta
5	preparar e aplicar o cóis	reta
6	fazer barras	reta
7	dobrar e embalar	manual

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 12

COLEÇÃO: Inverno 2015 - nexo

PRODUTO: top Dan

MARCA: Enb

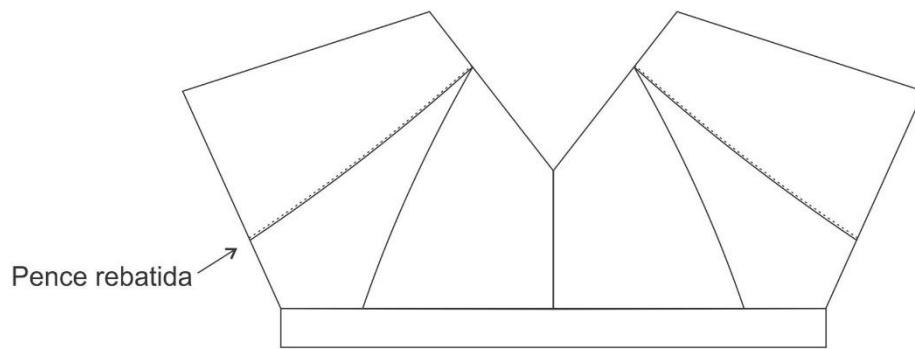
TAMANHO PILOTO: M

GRADE: P, M, G e GG

ESTILISTA: Edgar N. Borges

MODELISTA: Edgar N. Borges

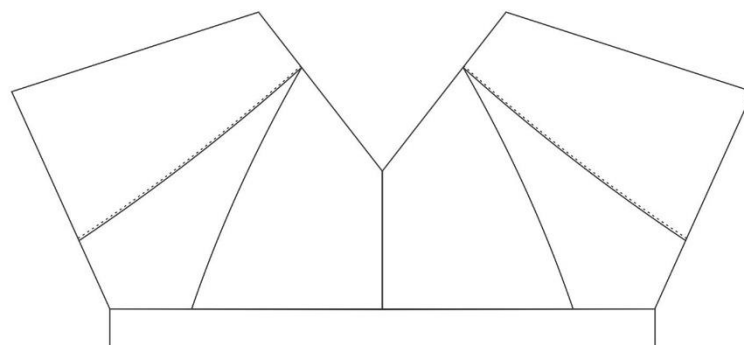
DATA: 06/06/2015



Pence rebatida

Pala para acabamento

FRENTE



COSTAS

TECIDOS										
TECIDOS		FORNECEDOR		COMPOSIÇÃO		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Malha Texturizada		Surf Girl		90% CO 10% PUE		50 cm			20,00	
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT	
Etiqueta		Nikey				1			0,80	
Embalagem		Multi-embalagens				1			0,30	
AVIAMENTOS										
DESCRIÇÃO		FORNECEDOR		COR		CONSUMO/PEÇA			R\$ UNIT.	
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)										
34	36	38	40	42	44	46	48			
SEQUÊNCIA OPERACIONAL										
No	operação					Máquina				
1	preparar pences					reta				
2	embutir ombro					overloque				
3	rebater viras da gola					reta				
4	fechar frente costas					overloque				
5	fechar laterais					overloque				
6	Aplicar pala na barra					overloque				
7	dobrar e embalar					manual				

8.8 PRANCHA DOS LOOKS CONFECCIONADOS

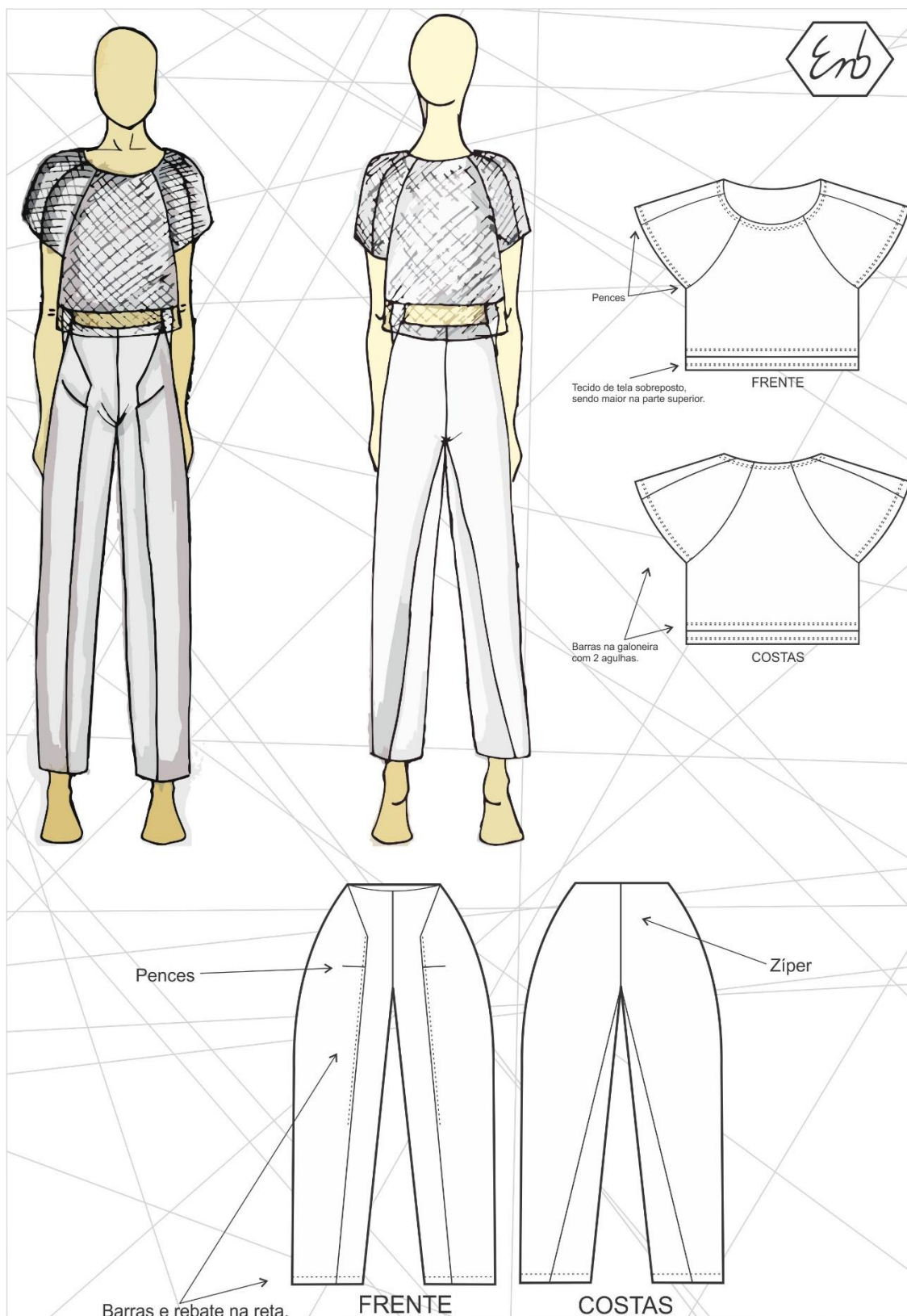


Figura 46: prancha look 1
Fonte: do autor



Figura 47: prancha look 5
Fonte: do autor, 2015



Figura 48: prancha look 9
Fonte: do autor, 2015

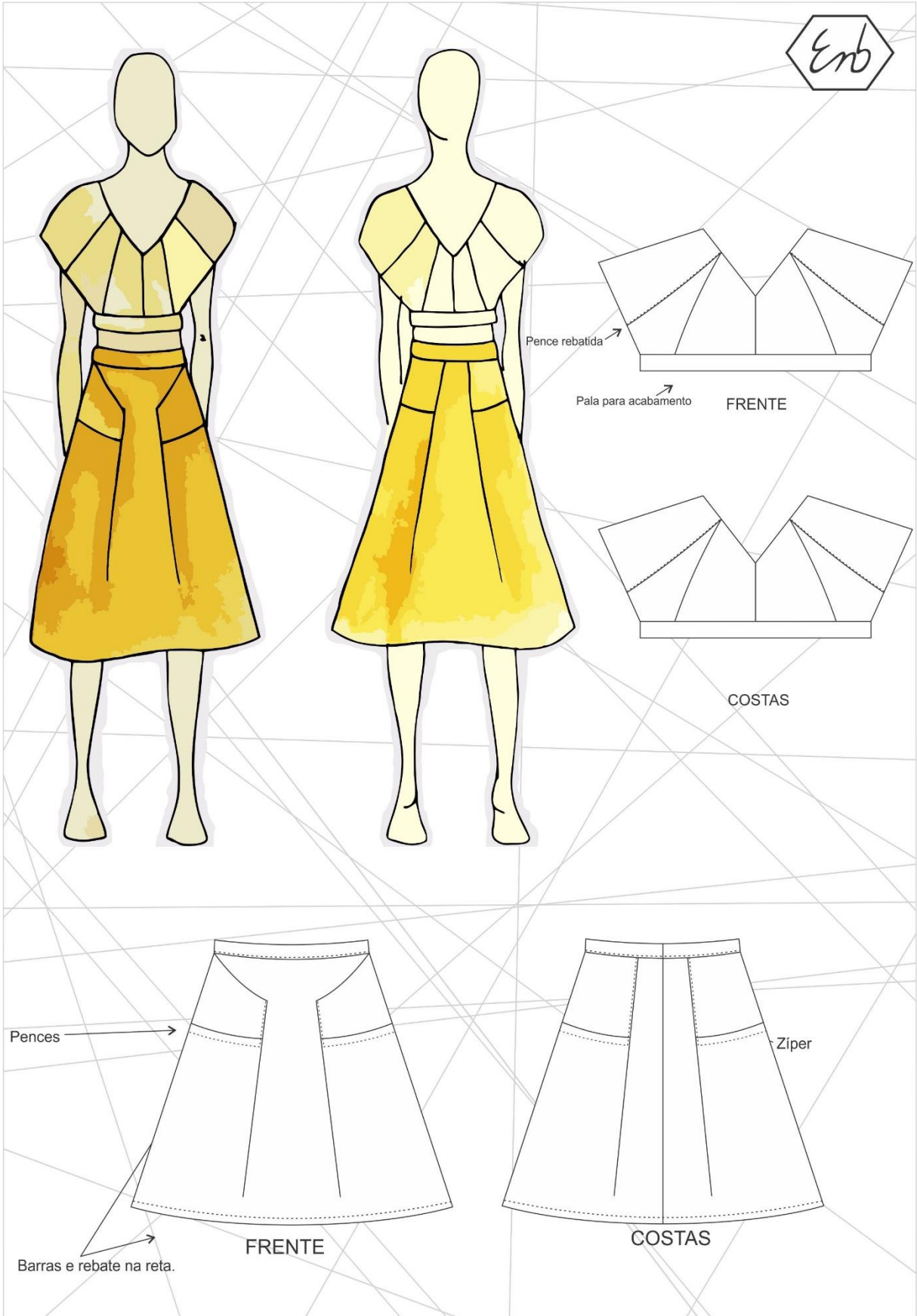


Figura 49: prancha look 10
Fonte: do autor, 2015

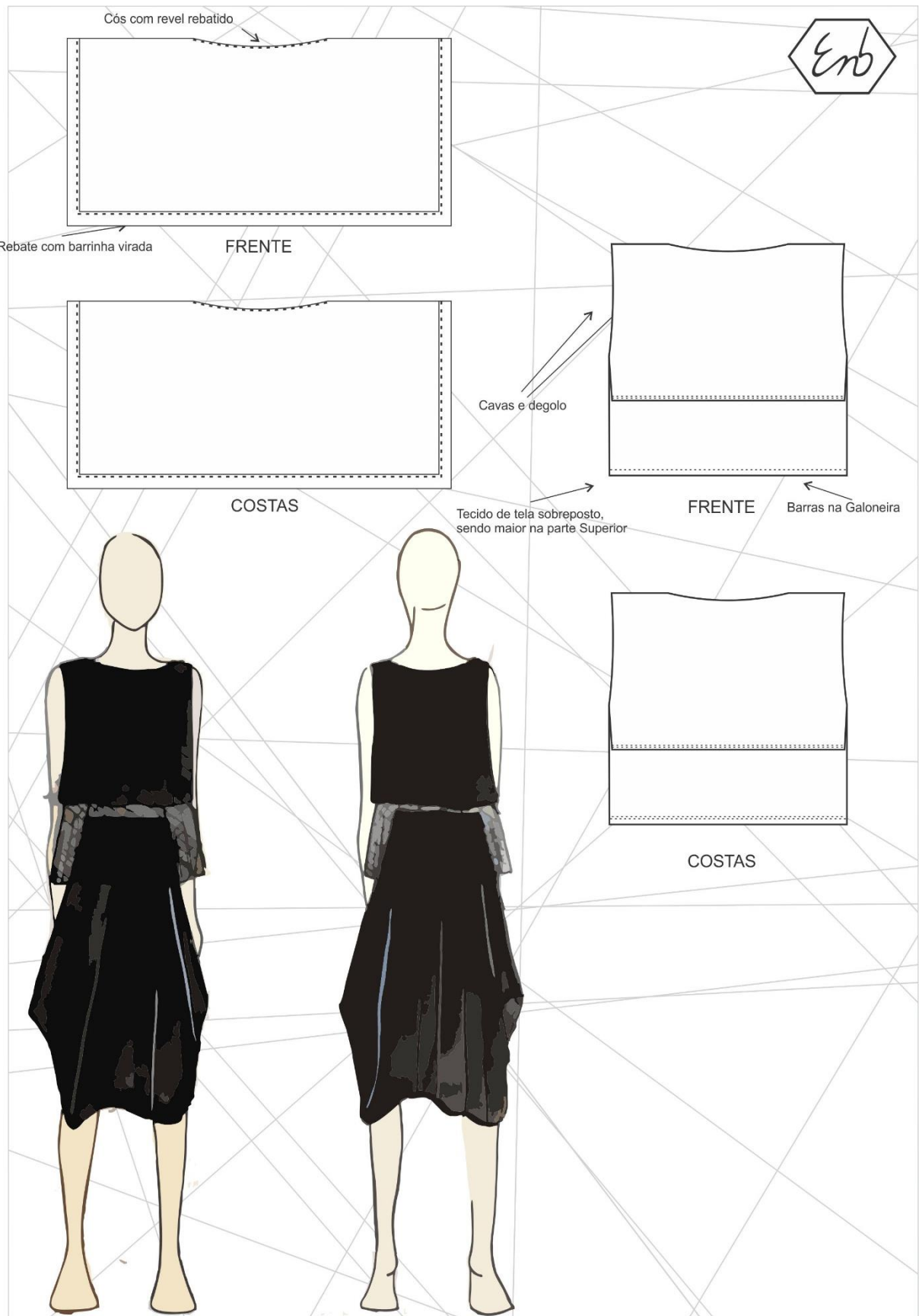


Figura 50: prancha look 22
 Fonte: do autor, 2015



Figura 51: prancha look 25
 Fonte: do autor, 2015

8.9 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 52: look 1 e 5
Fonte: do autor, 2015



Figura 53: look 25 e 22
Fonte: do autor, 2015



Figura 54: look 9 e 10
Fonte: do autor, 2015

9.1 DOSSIÊ ELETRÔNICO

9.1.1 Site

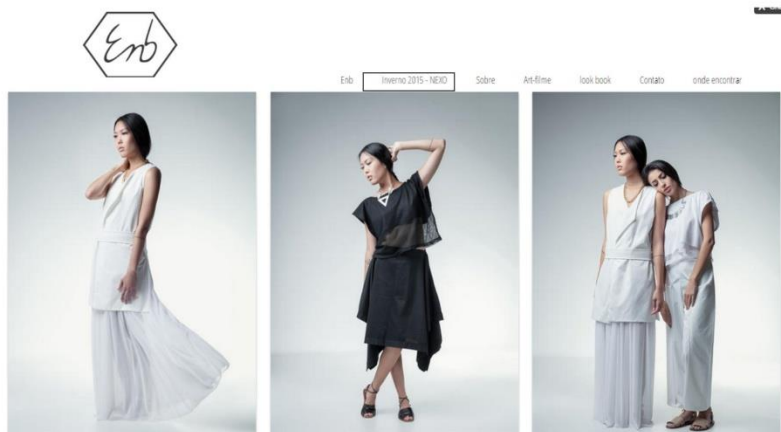
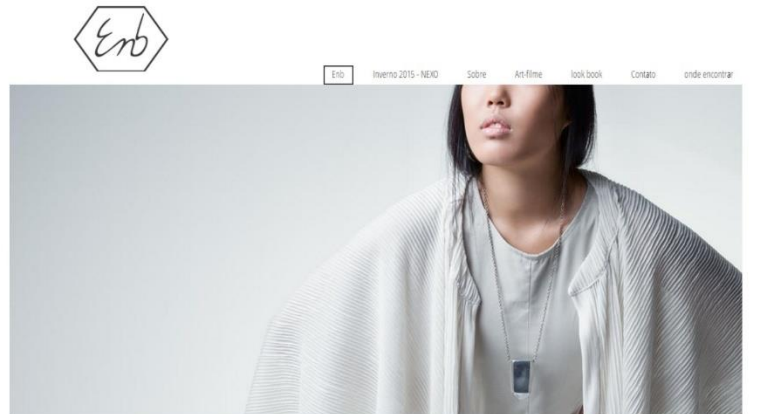


Figura 55: janelas do site
Fonte: do autor, 2015

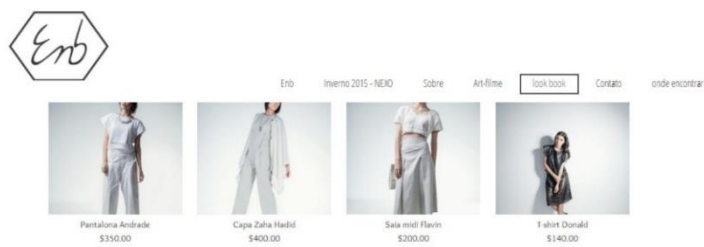
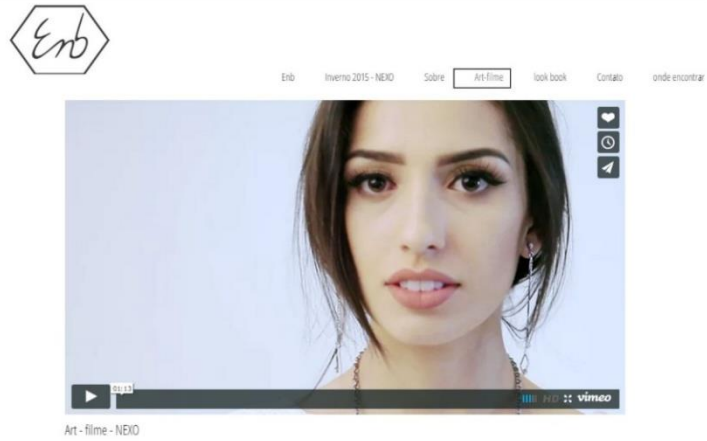
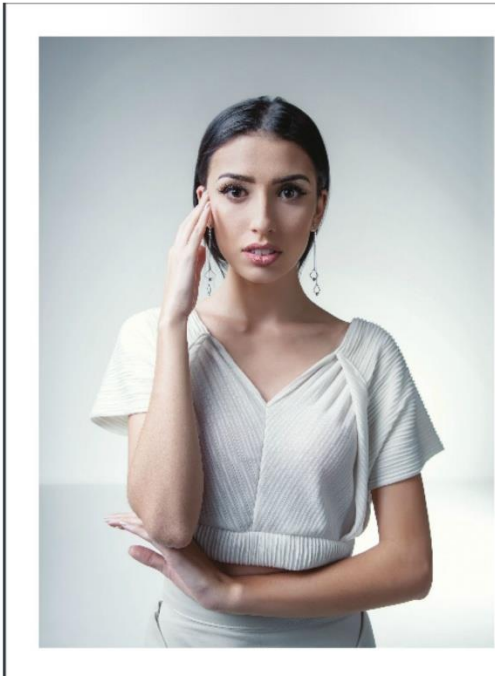


Figura 56: janelas do site
Fonte: do autor, 2015

9.1.2 Catalogo









DIREÇÃO GERAL E COORDENAÇÃO DE ESTILO
Edgar Nunes Borges

MODELISTA
Edgar Nunes Borges

FOTOGRAFIA
Kadu Nakagushi

PROJETO GRÁFICO
Edgar Nunes Borges
Kadu Nakagushi

MODELOS
Karen Rei
Michele Kubo

MAKE Up & HAIR
Karen Rei
Michele Kubo

 @benzfashion

9.2 O DESFILE

A música que abrirá o desfile será *Touch* da cantora *Shura*, seguindo a linha minimalista e irreverente da coleção, trazendo uma sonoridade leve para dar conexão aos looks e as modelos.

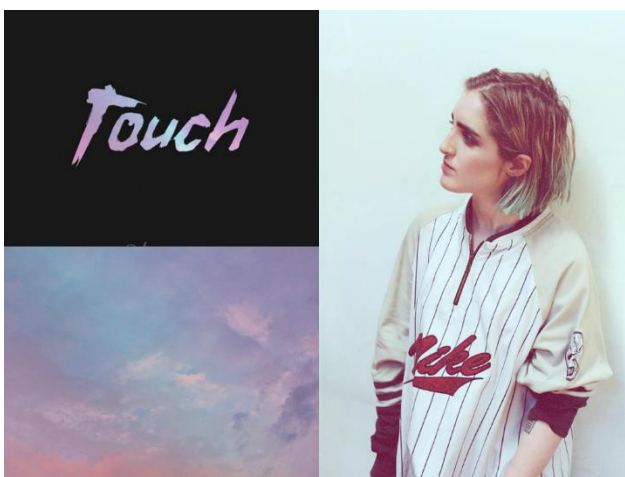


Figura 57: capa de álbum – shura
Fonte: google imagens, 2015

A maquiagem terá uma pele limpa e leve, apenas com base, blush e pó, nos lábios um tom nude, e nos olhos, apenas rímel e lápis. O cabelo é natural, apenas dividido ao meio e preso na parte de trás. Esse conjunto entre os elementos faciais ornará com as roupas sutis da coleção.



Figura 58: make-up
Fonte: do autor, 2015

10 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação que arte possui no contexto do design, é muito abrangente, ela interfere de várias maneiras, com muitas atribuições contextuais e tangíveis para o mercado da inovação, da qualidade e do consumo. Principalmente com características que remetem as obras e ideias do passado.

Foi dessa maneira que o presente trabalho buscou colocar sua proposta em tese, para averiguar se as contribuições da arte contemporânea tem a índole de agregar valores no desenvolvimento criativo e produtivo da moda. E incluir nesse produto a intelectualidade do movimento intrinsecamente na peça, sem parecer algo “em série”.

As obras de certo modo são mais do que apenas objetos exposto em galerias. Possuem muitas informações que podem sim ajudar os designers de hoje a conquistar novos espaços através do conhecimento cultural. E transformar essas informações em novas experiências para o mercado, visando sempre o diferente, para oferecer ao cliente algo que ele sinta prazer em comprar.

Na pesquisa experimental é unanima perceber o quão grande é o elo entre as áreas da moda, o quanto cada uma depende da outra, e como é grande a responsabilidade de um designer ao criar algo que atenda às necessidades do consumidor, e atinja com qualidade a produtividade industrial. Mas com a influência da arte, pode se notar uma contextualidade mutua entre esses espaços.

Dan flavin, criador de muitas obras do movimento minimalista, situa suas obras em espaços urbanos, criando elos de criatividade e interação entre as pessoas. Dando conteúdo a quem está passando. Exatamente assim o minimalismo influencio este trabalho, com suas teses, obras e artistas.

Os resultados tanto bibliográficos como experimentais contribuíram para ver a relação da moda com arte, mas também enxergar melhor o âmbito em geral, a indústria produtiva ligada ao ramo criativo; a modelagem inserida no contexto comercial do produto, como diferenciadora; a inovação dos métodos de desenvolvimento; minimização de processos; e a maximização da qualidade.

11 REFERÊNCIAS

AMBRÓSIO, V. **Plano de marketing: um roteiro para a ação**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FEGHALI, M. K. **As engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2006.

JONES, S. J. **Fashion Design: manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

MORELLI, G.; ITO, V. H. **Minimalismo, geometria e pop art: direções para o desenvolvimento de uma coleção de vestuário**. Unifebe, 2010.

PIRES, D. B. **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

TREPTOW, D. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 3. Ed. Brusque: do autor, 2005.

FARTHING, S. **Tudo sobre arte**. Rio de Janeiro: Sextane, 2010.

GIL, A.C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. Rio de Janeiro: Sextane, 2010.

BOAVENTURA, E.M. **Metodologia da pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2007.

BONAZZA, K. L. **Vestuário: modelagem tridimensional para uma qualidade 2008, Rio Grande do sul**. Disponível em: < http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42661.pdf > Acesso em 22 de out. de 2014.

DAMASCENO, B.M.S; RIGOLDE, C.C.A. **Aplicabilidade da moulage dentro da indústria de confecção como diferencial no produto de moda**. 2008, Rio Grande do sul. Disponível em: < http://coloquiomoda.com.br/anais/anais/4-Coloquio-de-Moda_2008/42661.pdf > Acesso em 22 de out. de 2014.

MACHADO, L; SCALETISKY, C.C. **Design de Moda e Design Estratégico: análise do deslocamento da técnica de moulage para a etapa metaprojetual**, 2014, Rio Grande do Sul. Disponível em:<http://www.ufrgs.br/ped2014/trabalhos/trabalhos/511_arq2.pdf> Acesso em 20 de out. de 2014.

SILVEIRA, D. **A relação da técnica moulage com o corpo** 2013, Ceará. Disponível em:< http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-2-EDUCACAO_COMUNICACAO-ORAL/A-Relacao-Da-Tecnica-Moulage-Com-O-Corpo.pdf > Acesso em 20 de out. de 2014.

JUVENAL, R.V. **Sobre o espaço e a percepção no minimalismo: Notas sobre obras de Robert Morris e Dan Flavin**. 2008, Rio de Janeiro. Disponível em:< <http://aisthe.ifcs.ufrj.br/vol%20II/VIGNOLI.pdf> > Acesso em 20 de out. de 2014.

SOUZA, P. M. **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

STEVESON, N.J. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta à Alexander McQueen**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SABRA, F. **Modelagem**. São Paulo: Estação das letras e cores, 2009.

SILVA, C. T.; JESUS, B.S.; ULBARENE, R.C. **Implantação do software cad/cam no setor de corte de uma confecção**. 2014, Disponível em: < <http://www.unaerp.br/index.php/revista-cientifica-integrada/edicoes-anteriores/edicao-n-3-2014-1-1/1476-176-477-1-sm/file> > acessado em 03 de abril de 2015

BATCHELOR, D., **Minimalismo**. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

SANTOS, F. A. **O design como diferencial competitivo**. Itajai: Editora da Univali, 2000.

BURDEK, B.E. **Design: história, teoria e prática do design**. São Paulo: Editora Edgard Bluncher, 2006.