

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

CAROLINA ANASTACIO ALEXANDRINO
MARIANA LAUTENSCHLAGER FERRARI

**A READEQUAÇÃO DO DESCARTE DAS MATÉRIAS-PRIMAS
UTILIZADAS NA FABRICAÇÃO DE ESTOFADOS E DE ARTIGOS
PARA DECORAÇÃO EM ROUPAS DE FESTAS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2013

CAROLINA ANASTACIO ALEXANDRINO
MARIANA LAUTENSCHLAGER FERRARI

**A READEQUAÇÃO DO DESCARTE DAS MATÉRIAS-PRIMAS
UTILIZADAS NA FABRICAÇÃO DE ESTOFADOS E DE ARTIGOS
PARA DECORAÇÃO EM ROUPAS DE FESTAS**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
apresentado como requisito parcial para obtenção
do título de Tecnólogo, do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda da UTFPR –
Universidade Tecnológica Federal do Paraná –
Câmpus Apucarana,

Orientador: Prof. Ms. Celso Tetsuro Suono

APUCARANA

2013



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 66
A readequação do descarte das matérias prima utilizadas na fabricação de
estofados e de artigos para decoração em roupas
por

CAROLINA ANASTACIO ALEXANDRINO
E
MARIANA LAUTENSCHLAGER FERRARI

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e nove dias do mês de agosto do ano de dois mil e treze, às vinte e uma horas e trinta minutos, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, Linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento do Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. As candidatas foram arguidas pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) CELSO TETSURO SUONO – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) – TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) LIVIA MARSARI PEREIRA – EXAMINADOR(A)

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

Dedicamos este trabalho primeiramente à Deus, aos nossos pais queridos, pela oportunidade, ao nosso professor e orientador Celso e a todos que contribuíram por mais esta vitória.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos, primeiramente, ao nosso bom Deus pela conclusão deste trabalho, pelo empenho, pela força e pela inteligência que nos foram concedidos.

Ao nosso professor e orientador Celso Tetsuro Suono, pelo exemplo de competência e dedicação no transcorrer deste trabalho.

Aos demais professores que estiveram presentes durante nossa trajetória ao longo do curso.

Às nossas famílias e namorados, que com muita paciência, carinho e amor nos ajudaram no decorrer deste trabalho e de todo o curso.

Aos nossos colegas de turma, que diretamente ou indiretamente contribuíram para a nossa formação profissional.

Aos nossos amigos, que compartilharam bons e maus momentos conosco.

RESUMO

ALEXANDRINO, Carolina Anastacio; FERRARI, Mariana Lautenschlager. **A readequação do descarte das matérias-primas utilizadas na fabricação de estofados e de artigos para decoração em roupas de festas.** 2013. 194 f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso II) – Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2013.

Este projeto tem por intuito desenvolver uma coleção de roupas de festas com proposta sustentável. Para tanto, pautará na ideia de trabalhar com retrazos de couro descartados pelas indústrias do setor moveleiro e automobilístico e com sobras de materiais utilizados na fabricação de artigos para decoração. O contexto de inovação está em inserir no vestuário de festas o uso de materiais não-convencionais para a fabricação desse produto e propor ciclo de vida maior para as peças, com a introdução de um conceito multi-utilitário dos modelos.

Palavras-chave: Sustentabilidade. Roupas de Festas.

ABSTRACT

ALEXANDRINO, Carolina Anastacio; FERRARI, Mariana Lautenschlager. **The readjustment of the disposal of raw materials used in the manufacture of upholstered furniture and decoration items on clothes party.** In 2013. 194 p. Monograph (Work Completion Course II) - Course of Technology in Fashion Design, Federal Technological University of Parana. Apucarana, 2013.

This project is meant to develop a collection of clothes for parties of proposed development. To do so, based on the idea of working with leather retrace discarded by the industrial and automotive and furniture industry with leftover materials used in the manufacture of articles for decoration. The context of innovation is inserted in the clothing parties the use of unconventional materials for the manufacture of the product life cycle and propose to the higher parts, with the introduction of a multi-use concept models.

Keywords: Sustainability. Clothes for parties.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – CRONOGRAMA PARA CUMPRIMENTO DAS ETAPAS DO TCC.	41
TABELA 2 – <i>MIX</i> DA COLEÇÃO.....	71

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – MÉDIA DA FAIXA ETÁRIA DAS PARTICIPANTES DA PESQUISA DE CAMPO.....	44
GRÁFICO 2 – MÉDIA PERCENTUAL DAS PROFISSÕES APONTADAS NA PESQUISA DE CAMPO.....	45
GRÁFICO 3 – RESULTADOS DA 1ª PERGUNTA.....	45
GRÁFICO 4 – RESULTADOS DA 2ª PERGUNTA.....	46
GRÁFICO 5 – RESULTADOS DA 3ª PERGUNTA.....	47
GRÁFICO 6 – RESULTADOS DA 4ª PERGUNTA.....	47
GRÁFICO 7 – RESULTADOS DA 5ª PERGUNTA.....	48
GRÁFICO 8 – RESULTADOS DA 6ª PERGUNTA.....	49
GRÁFICO 9 – RESULTADOS DA 7ª PERGUNTA.....	49
GRÁFICO 10 – RESULTADOS DA 8ª PERGUNTA.....	50
GRÁFICO 11 – RESULTADOS DA 9ª PERGUNTA.....	51
GRÁFICO 12 – RESULTADOS DA 10ª PERGUNTA.....	52

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – INDUMENTÁRIA EGÍPCIA.....	23
FIGURA 2 – VESTES SUMÉRIAS DOS POVOS ASSÍRIOS E BIZÂNICOS.....	23
FIGURA 3 – INDUMENTÁRIA DA IDADE MÉDIA ATÉ O SÉCULO XV.....	25
FIGURA 4 – INDUMENTÁRIA DA RENASCENÇA – SÉCULO XVI.....	26
FIGURA 5 – INDUMENTÁRIA DO PERÍODO DO ILUMINISMO – SÉCULOS XVII E XVIII.....	27
FIGURA 6 – INDUMENTÁRIA DO PERÍODO DA <i>BELLE ÉPOQUE</i> – SÉCULO XIX.....	28
FIGURA 7 – INDUMENTÁRIA DO SÉCULO XX.....	28
FIGURA 8 – CRIAÇÃO DE MODA DO SÉCULO XXI.....	30
FIGURA 9 – TIPOS DE CORPOS (PÊRA).....	38
FIGURA 10 – TIPOS DE CORPOS (RETANGULAR).....	38
FIGURA 11 – TIPOS DE CORPOS (MORANGO).....	39
FIGURA 12 – TIPOS DE CORPOS (AMPULHETA).....	39
FIGURA 13 – AMOSTRAS DE COURO RECOLHIDAS NAS EMPRESAS.....	43
FIGURA 14 – LOGOMARCA.....	54
FIGURA 15 – IMAGEM DO PÚBLICO ALVO.....	58
FIGURA 16 – <i>SHAPES</i>	64
FIGURA 17 – <i>BRIEFING</i> DA COLEÇÃO.....	66
FIGURA 18 – CARTELA DE CORES.....	67
FIGURA 19 – CARTELA DE MATERIAIS (TECIDOS).....	68
FIGURA 20 – CARTELA DE MATERIAIS (AVIAMENTOS 1).....	69
FIGURA 21 – CARTELA DE MATERIAIS (AVIAMENTOS 2).....	70
FIGURA 22 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 01</i>).....	72
FIGURA 23 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 02</i>).....	73
FIGURA 24 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 03</i>).....	74
FIGURA 25 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 04</i>).....	75
FIGURA 26 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 05</i>).....	76
FIGURA 27 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 06</i>).....	77
FIGURA 28 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 07</i>).....	78
FIGURA 29 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 08</i>).....	79
FIGURA 30 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 09</i>).....	80
FIGURA 31 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 10</i>).....	81
FIGURA 32 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (<i>LOOK 11</i>).....	82

FIGURA 33 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 12).....	83
FIGURA 34 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 13).....	84
FIGURA 35 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 14).....	85
FIGURA 36 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 15).....	86
FIGURA 37 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 16).....	87
FIGURA 38 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 17).....	88
FIGURA 39 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 18).....	89
FIGURA 40 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 19).....	90
FIGURA 41 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 20).....	91
FIGURA 42 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 21).....	92
FIGURA 43 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 22).....	93
FIGURA 44 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 23).....	94
FIGURA 45 – GEARAÇÃO DE ALTERNATIVAS (LOOK 24).....	95
FIGURA 46 – GERAÇÃO DE ALTERNATIVA (LOOK 25)	96
FIGURA 47 - 1º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, CINTO, SAIA CURTA E SAIA LONGA).	97
FIGURA 48 - 2º LOOK SELECIONADO (VESTIDO CURTO E SAIA REMOVÍVEL).	98
FIGURA 49 - 3º LOOK SELECIONADO (VESTIDO CURTO, CINTO E SAIA LONGA).....	99
FIGURA 50 - 4º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, CINTO, SAIA CURTA E SAIA LONGA).	100
FIGURA 51 - 5º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, CINTO, SAIA CURTA E SAIA LONGA).	101
FIGURA 52 - 6º LOOK SELECIONADO (VESTIDO CURTO, CINTO E SAIA LONGA).....	102
FIGURA 53 - 7º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, SAIA CURTA E SAIA LONGA).....	103
FIGURA 54 - 9º LOOK SELECIONADO (BODY, CINTO E SAIA LONGA).....	105
FIGURA 55 - 10º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, CINTO, SAIA CURTA E SAIA LONGA).	106
FIGURA 56 - 11º LOOK SELECIONADO (VESTIDO LONGO COM DETALHE ALÇA REMOVÍVEL).	107
FIGURA 57 - 12º LOOK SELECIONADO (TOP CORSELET, CINTO E SAIA LONGA).....	108
FIGURA 58 – FICHA TÉCNICA TOP CORSELET - FRENTE (LOOK 1).....	109
FIGURA 59 – FICHA TÉCNICA TOP CORSELET - COSTA (LOOK 1).....	110
FIGURA 60 – FICHA TÉCNICA TOP CORSELET - SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 1).....	111

FIGURA 61 – FICHA TÉCNICA CINTO – FRENTE (<i>LOOK 1</i>).....	112
FIGURA 62 – FICHA TÉCNICA CINTO – COSTA (<i>LOOK 1</i>).....	113
FIGURA 63 – FICHA TÉCNICA CINTO - SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 1</i>)	114
FIGURA 64 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – FRENTE (<i>LOOK 1</i>)	115
FIGURA 65 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – COSTA (<i>LOOK 1</i>)	116
FIGURA 66 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 1</i>).....	117
FIGURA 67 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – FRENTE (<i>LOOK 1</i>)	118
FIGURA 68 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – COSTA (<i>LOOK 1</i>)	119
FIGURA 69 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 1</i>).....	120
FIGURA 70 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – FRENTE (<i>LOOK 2</i>)	121
FIGURA 71 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – COSTA (<i>LOOK 2</i>)	122
FIGURA 72 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 2</i>).....	123
FIGURA 73 – FICHA TÉCNICA SAIA REMOVÍVEL – FRENTE (<i>LOOK 2</i>).....	124
FIGURA 74 – FICHA TÉCNICA SAIA REMOVÍVEL – COSTA (<i>LOOK 2</i>).....	125
FIGURA 75 – FICHA TÉCNICA SAIA REMOVÍVEL – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 2</i>).....	126
FIGURA 76 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – FRENTE (<i>LOOK 3</i>)	127
FIGURA 77 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – COSTA (<i>LOOK 3</i>)	128
FIGURA 78 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 3</i>).....	129
FIGURA 79 – FICHA TÉCNICA CINTO – FRENTE (<i>LOOK 3</i>).....	130
FIGURA 80 – FICHA TÉCNICA CINTO – COSTA (<i>LOOK 3</i>).....	131
FIGURA 81 – FICHA TÉCNICA CINTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 3</i>)	132
FIGURA 82 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – FRENTE (<i>LOOK 3</i>)	133
FIGURA 83 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – COSTA (<i>LOOK 3</i>)	134
FIGURA 84 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 3</i>).....	135
FIGURA 85 – FICHA TÉCNICA <i>TOP CORSELET</i> – FRENTE (<i>LOOK 4</i>)	136
FIGURA 86 – FICHA TÉCNICA <i>TOP CORSELET</i> – COSTA (<i>LOOK 4</i>)	137
FIGURA 87 – FICHA TÉCNICA <i>TOP CORSELET</i> – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (<i>LOOK 4</i>).....	138
FIGURA 88 – FICHA TÉCNICA CINTO – FRENTE (<i>LOOK 4</i>).....	139
FIGURA 89 – FICHA TÉCNICA CINTO – COSTA (<i>LOOK 4</i>).....	140

FIGURA 90 – FICHA TÉCNICA CINTO SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 4)	141
FIGURA 91 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – FRENTE (LOOK 4)	142
FIGURA 92 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – COSTA (LOOK 4)	143
FIGURA 93 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 4)	144
FIGURA 94 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – FRENTE (LOOK 4)	145
FIGURA 95 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – COSTA (LOOK 4)	146
FIGURA 96 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 4)	147
FIGURA 97 – FICHA TÉCNICA TOP CORSELET – FRENTE (LOOK 5)	148
FIGURA 98 - FICHA TÉCNICA TOP CORSELET – COSTA (LOOK 5)	149
FIGURA 99 – FICHA TÉCNICA TOP CORSELET – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 5)	150
FIGURA 100 – FICHA TÉCNICA CINTO – FRENTE (LOOK 5)	151
FIGURA 101 – FICHA TÉCNICA CINTO – COSTA (LOOK 5)	152
FIGURA 102 – FICHA TÉCNICA CINTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 5)	153
FIGURA 103 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – FRENTE (LOOK 5)	154
FIGURA 104 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – COSTA (LOOK 5)	155
FIGURA 105 – FICHA TÉCNICA SAIA CURTA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 5)	156
FIGURA 106 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – FRENTE (LOOK 5)	157
FIGURA 107 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – COSTA (LOOK 5)	158
FIGURA 108 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 5)	159
FIGURA 109 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – FRENTE (LOOK 6)	160
FIGURA 110 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – COSTA (LOOK 6)	161
FIGURA 111 – FICHA TÉCNICA VESTIDO CURTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 6)	162
FIGURA 112 – FICHA TÉCNICA CINTO – FRENTE (LOOK 6)	163
FIGURA 113 – FICHA TÉCNICA CINTO – COSTA (LOOK 6)	164
FIGURA 114 – FICHA TÉCNICA CINTO – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 6)	165
FIGURA 115 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – FRENTE (LOOK 6)	166
FIGURA 116 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – COSTA (LOOK 6)	167
FIGURA 117 – FICHA TÉCNICA SAIA LONGA – SEQUÊNCIA OPERACIONAL (LOOK 6)	168
FIGURA 118 – LAYOUT DA PÁGINA PRINCIPAL DO SITE DA MARCA	169

FIGURA 119 – CAPA DO CATÁLOGO IMPRESSO.....170

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	18
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	19
1.2 OBJETIVOS	19
1.2.1 Objetivo Geral	19
1.2.2 Objetivos Específicos	20
1.3 JUSTIFICATIVA	20
1.4 HIPÓTESE	21
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	22
2.1 A EVOLUÇÃO DA INDUMENTÁRIA.....	22
2.2 A NOVA CLASSE B: GRUPO POTENCIAL DE CONSUMO	30
2.3 O DESIGN E AS SUAS FUNÇÕES	31
2.4 A SUSTENTABILIDADE NA SOCIEDADE.....	33
2.5 A PRÁTICA SUSTENTÁVEL E A BUSCA PELA INOVAÇÃO NO SEGMENTO DE ROUPAS DE FESTAS	35
2.6 OS ASPECTOS FORMAIS DOS DIFERENTES TIPOS DE CORPOS.....	37
3 METODOLOGIA.....	40
3.1 TIPO DE PESQUISA.....	40
3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS	40
3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO.....	41
3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO.....	41
3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA	42
3.6 PESQUISA EXPLORATÓRIA	43
3.7 ANÁLISE DOS RESULTADOS	43
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	53
4.1 EMPRESA.....	53
4.1.1 Nome da Empresa	53
4.1.2 Porte.....	53
4.1.3 Marca	54
4.1.4 Conceito da Marca	55
4.1.5 Segmento	55
4.1.6 Distribuição.....	55
4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)	56
4.1.8 Sistemas de Venda e Pontos de Venda	56
4.1.9 Promoção e Preços Praticados	57
4.2 PÚBLICO ALVO	58
4.2.1 Perfil do Consumidor.....	59
4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS	59
4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)	59
4.3.2 Microtendências (Estéticas)	61

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	62
4.4.1 Delimitação Projetual.....	62
4.4.2 Especificações do Projeto	62
4.4.2.1 Conceito da coleção	63
4.4.2.2 Nome da coleção	63
4.4.2.3 Referência da coleção.....	63
4.4.2.4 Formas e estruturas (<i>shapes</i>)	64
4.4.2.5 Tecnologias	65
4.5 BRIEFING	66
4.6 CARTELA DE CORES	67
4.7 CARTELA DE MATERIAIS.....	68
4.7.1 Tecidos.....	68
4.7.2 Aviamentos.....	69
4.8 MIX DA COLEÇÃO	71
4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS	72
4.9.1 Look 01.....	72
4.9.2 Look 02.....	73
4.9.3 Look 03.....	74
4.9.4 Look 04.....	75
4.9.5 Look 05.....	76
4.9.6 Look 06.....	77
4.9.7 Look 07.....	78
4.9.8 Look 08.....	79
4.9.9 Look 09.....	80
4.9.10 Look 10.....	81
4.9.11 Look 11.....	82
4.9.12 Look 12.....	83
4.9.13 Look 13.....	84
4.9.14 Look 14.....	85
4.9.15 Look 15.....	86
4.9.16 Look 16.....	87
4.9.17 Look 17.....	88
4.9.18 Look 18.....	89
4.9.19 Look 19.....	90
4.9.20 Look 20.....	91
4.9.21 Look 21.....	92
4.9.22 Look 22.....	93
4.9.23 Look 23.....	94
4.9.24 Look 24.....	95
4.9.25 Look 25.....	96
4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	97

4.10.1 Modelo 1 – 1º <i>Look</i> Selecionado	97
4.10.3 Modelo 3 – 3º <i>Look</i> Selecionado	99
4.10.6 Modelo 6 – 6º <i>Look</i> Selecionado	102
4.10.7 Modelo 7 – 7º <i>Look</i> Selecionado	103
4.10.10 Modelo 10 – 10º <i>Look</i> Selecionado	106
4.10.11 Modelo 11 – 11º <i>Look</i> Selecionado	107
4.10.12 Modelo 12 – 12º <i>Look</i> Selecionado	108
4.11 Ficha Técnica	109
4.11. 1 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 1 confeccionado – <i>top corselet</i> - frente , costa e sequência operacional	109
4.11. 2 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 1 confeccionado – Cinto - frente , costa e sequência operacional.....	112
4.11. 3 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 1 confeccionado – Saia curta - frente , costa e sequência operacional	115
4.11. 4 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 1 confeccionado – Saia longa - frente , costa e sequência operacional	118
4.11. 5 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 2 confeccionado – Vestido curto - frente , costa e sequência operacional	121
4.11. 6 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 2 confeccionado – Saia removível - frente , costa e sequência operacional	124
4.11. 7 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 3 confeccionado – Vestido curto - frente , costa e sequência operacional	127
4.11. 8 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 3 confeccionado – Cinto - frente , costa e sequência operacional.....	130
4.11. 9 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 3 confeccionado – Saia longa - frente , costa e sequência operacional	133
4.11. 10 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 4 confeccionado – <i>Top corselet</i> - frente , costa e sequência operacional	136
4.11. 11 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 4 confeccionado – Cinto - frente , costa e sequência operacional.....	139
4.11. 12 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 4 confeccionado – Saia curta - frente , costa e sequência operacional	142
4.11. 13 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 4 confeccionado – Saia longa - frente , costa e sequência operacional	145
4.11. 14 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 5 confeccionado – <i>Top corselet</i> - frente , costa e sequência operacional	148
4.11. 15 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 5 confeccionado – Cinto - frente , costa e sequência operacional.....	151
4.11. 16 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 5 confeccionado – Saia curta - frente , costa e sequência operacional	154
4.11. 17 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 5 confeccionado – Saia longa - frente , costa e sequência operacional	157
4.11. 18 - Ficha Técnica – <i>Look</i> 6 confeccionado – Vestido curto - frente , costa e sequência operacional	160

4.11. 19 - Ficha Técnica – <i>Look 6</i> confeccionado – Cinto - frente , costa e sequência operacional.....	163
4.11. 20 - Ficha Técnica – <i>Look 6</i> confeccionado – Saia longa - frente , costa e sequência operacional	166
5 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)	169
6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO	170
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	174
REFERÊNCIAS.....	175
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO	179
APÊNDICE B – PRANCHAS DOS 12 <i>LOOKS</i> SELECIONADOS.....	180
APÊNDICE C – <i>LOOKS</i> CONFECCIONADOS E <i>LOOKS</i> CASUAIS -	186
FOTOS FRENTE, LATERAL E COSTAS.....	186
ANEXO A – FICHA DE ACOMPANHAMENTO DE ORIENTAÇÕES.....	192

1 INTRODUÇÃO

A ascensão do poder aquisitivo da nova classe B trouxe uma multidão de consumidores que atualmente são capazes de adquirir produtos que até então eram restritos a um número limitado de pessoas das classes mais privilegiadas. Dentre os itens mais desejados por esse novo grupo encontram-se a aquisição do imóvel próprio, a compra ou troca do automóvel e a realização de viagens turísticas ou de lazer. Essa situação promove anseio maior na aquisição desses bens e, diante disso, há uma tendência para o aumento significativo no consumo de determinados tipos de matérias-primas para atender a capacidade de produção desses produtos nas empresas.

Sabe-se que o setor moveleiro e a indústria automobilística utilizam o couro como matéria-prima no revestimento de conjunto de estofados e de bancos para automóveis. Assim como em outras áreas, o uso frequente desse material condiciona o acúmulo de retrazos que acabam não sendo aproveitados pelas empresas, uma vez que suas dimensões não são suficientes para a fabricação de novas peças. Sem alternativas para reutilizar essas sobras, muitas vezes as empresas são forçadas a descartar esse material a céu aberto, gerando grandes problemas para o meio ambiente.

Outro segmento que também tem problema semelhante é o setor de artigos para decoração. A fabricação de cortinas, tapetes, almofadas e outros produtos da linha *home* também condiciona a sobra de pontas de tecidos dos rolos, com dimensões que não possibilitam seu aproveitamento na fabricação de mais unidades, o que também provoca acúmulo dessas matérias-primas na natureza.

Devido a esse fenômeno, é importante estabelecer iniciativas que possam gerar a reutilização desses materiais no desenvolvimento de produtos em diversos setores. Entende-se que essas sobras de matérias-primas poderiam ser utilizadas em produtos de outro segmento como, por exemplo, a moda. Mesmo se tratando de retrazos, percebe-se a possibilidade de articular produtos de vestuário com essas matérias-primas, já que alguns tipos de couro de revestimento de estofados e de tecidos para artigos de decoração apresentam características positivas para o desenvolvimento de produtos de moda, como a flexibilidade e o toque agradável junto à pele.

Por se enquadrar como uma proposta de investigação para a linha de pesquisa de Produto, objetiva-se o desenvolvimento de peças de vestuário que tragam como inovação a articulação de matérias-primas não-convencionais (couro de estofados e materiais de artigos para decoração) na confecção de roupas para festas. A proposta justifica-se no desafio de aplicar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso para o desenvolvimento e materialização de uma coleção de moda e, ao mesmo tempo, fortalecer o conceito da prática sustentável no empreendimento de projetos em parceria com empresas já instituídas no mercado.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O problema desse trabalho é caracterizado no acúmulo do grande volume de rebaños de couro dos setores das indústrias moveleira (estofados) e automobilística (bancos para automóveis) e das sobras de materiais utilizados na fabricação de artigos para decoração (cortinas, tapetes, almofadas e outros) que não são aproveitados pelas empresas e que acabam sendo descartados no meio ambiente.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver produtos de vestuário no segmento de roupas de festas com rebaños de couro descartados pelas indústrias dos setores moveleiro e automobilístico, articulados em parceria com sobras de matérias-primas utilizadas em artigos para decoração.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Abordar os conceitos ecológicos e de sustentabilidade e a importância de sua aplicação no desenvolvimento de produtos para o mercado globalizado;
- Visitar indústrias de móveis e empresas de revestimento de bancos para automóveis com o intuito de verificar a quantidade de couro não utilizada e o destino dado para essa sobra de matéria-prima;
- Visitar empresas do setor de artigos para decoração e levantar os tipos de sobras de matérias-primas que não são aproveitadas na produção de sua linha de produtos;
- Fazer pesquisa de campo com grupo de pessoas para verificar a possibilidade de aceitação de peças fabricadas com matérias-primas não-convencionais para vestuário e que apresente conceito sustentável e inovador no segmento de roupas de festas;
- Experimentar, por meio dos conhecimentos teóricos e práticos adquiridos ao longo do curso, possibilidades de elaboração e materialização do produto vestuário proposto e apresentar o resultado final com a produção de monografia e desfile para conclusão do Curso de Tecnologia em Design de Moda.

1.3 JUSTIFICATIVA

A proposta desse estudo justifica-se na preocupação em encontrar alternativas que amenizem os problemas causados no meio ambiente e que são gerados com o acúmulo de sobras de matérias-primas nas empresas.

Uma vez que a atuação do designer contemporâneo deve levar em consideração a tendência da prática sustentável, a tarefa para desenvolver um projeto acadêmico aplicando tais princípios surge como proposta desafiadora ao final do curso de moda.

Ainda nesse sentido, a escolha pelo segmento de roupas de festas pretende trazer uma proposta diferenciada na elaboração dos modelos. A intenção é

quebrar o paradigma de que o vestuário desenvolvido para esse segmento somente pode ser utilizado em uma ou duas ocasiões especiais, provocando o descarte do modelo. A ideia é elaborar peças sofisticadas e que ao mesmo tempo possam ser recicladas em combinações com roupas usadas em ocasiões mais informais ou do dia-a-dia.

1.4 HIPÓTESE

A elaboração e o desenvolvimento de uma coleção de roupas de festas, pautada nos princípios ecológicos e de sustentabilidade e com a utilização de materiais não-convencionais para a fabricação de vestuário como fator de inovação, poderia trazer a perspectiva de parcerias com empresas de diversos segmentos. Tais empresas poderiam fornecer as sobras de matérias-primas – geralmente descartadas por elas no meio ambiente – aos egressos em início de carreira. Por meio desse processo, haveria a possibilidade do ingresso de trabalhos mais autorais dos futuros profissionais no mercado de trabalho, despertando com isso o olhar de empresários do setor de moda para o investimento em novos talentos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A EVOLUÇÃO DA INDUMENTÁRIA

(...) A moda, em seu sentido historicamente específico, implica, para começar, a expectativa fundamentada de que as formas de vestuário dominantes irão mudar em intervalos explicitamente marcados” – Hans Ulrich Gumbrecht. (POLLINI, 2007, p. 17)

De forma geral, os historiadores remontam as origens do vestuário na Pré-História. As roupas eram utilizadas por necessidade de abrigo e proteção. Na Antiguidade ainda não existia um conceito de moda, mas as pessoas já usavam as roupas como distinção social. A indumentária era constituída de grandes pedaços de panos confeccionados em teares manuais e depois costurados, presos com alfinete ou amarrados de forma a deixá-los drapeados.

Todas as informações que serão descritas ao longo desse capítulo partem do estudo de Leventon (2009). De acordo com a autora, o volume e a cor identificavam os grupos sociais. A cor branca era sagrada para os egípcios, que durante séculos vestiram roupas sem tingimento. Os trajes coloridos apareceram apenas entre 1550 a.C.. As vestimentas egípcias mantiveram-se relativamente inalteradas entre 3000 a.C. e 1550 a.C.,

Os materiais utilizados nessas vestimentas eram essencialmente o linho, a lã e a seda de várias cores. Os tecidos eram feitos de fibra vegetal, especialmente o linho, cujo frescor e leveza eram adequados ao clima. As vestimentas íntimas femininas eram feitas de linho e apresentavam uma forma retangular, que se cruzava sobre o peito. As mulheres em Roma utilizavam túnicas longas com mangas.

Essas vestimentas, por sua vez, foram fortemente influenciadas pela interação com as populações do Oriente próximo e da Ásia central, que introduziram tecidos como o linho fino, o algodão e a seda na produção de chapéus, sapatos, túnicas, calças, para citar apenas algumas peças, antes fabricadas pelo gregos e romanos com fibra de linho e lã. Tais contribuições favoreceram a mistura de estilo e tecidos que marcaria a moda ocidental ao longo dos séculos. (LEVENTON, 2009, p. 13)

Peças drapeadas eram comuns e alguns modelos eram utilizados tanto por homens quanto por mulheres. Um exemplo disso era o *schenti*, tipo de saia

antes exclusiva do faraó, que passou a ser usada também pelas camadas superiores (Figura 1).



Figura 1 – Indumentária egípcia.
Fonte: Leventon (2009)

As vestes sumérias mais antigas consistiam em peças de lã de carneiro em torno da cintura e mantos nas partes superiores (Figura 2). Sob o domínio dos assírios 1132 – 609 a.C., os feltros foram substituídos por tecidos cujas margens eram adornadas com bordados, apliques, metais preciosos, pompons e franjas.



Figura 2 – Vestes sumérias dos povos assírios e bizânicos.
Fonte: Leventon (2009)

No Império Romano a sociedade era muito estratificada e o vestuário era um aspecto importante no estabelecimento e na manutenção da hierarquia. A posição do indivíduo podia ser identificada por uma grande variedade de fatores, como a qualidade dos materiais, o tipo, o tamanho e as cores das roupas, além da forma como eram vestidas.

Os escravos podiam ser identificados pelos calçados ou pela ausência deles, já que eram proibidos de vestirem os *calcei*, sapatos romanos de cano alto. O uso da *toga* e da *palla* representava os valores cívicos e morais da sociedade, como a dignidade para os homens e a castidade para as mulheres. As mesmas peças podiam ser usadas também como punição a uma mulher divorciada por ter cometido um adultério e a uma prostituta por cometer pecados.

A Idade Média até o século XV foi o período medieval que durou 1000 anos. Iniciou em 476 até 1453. Com a queda do Império Romano no ano de 476, a escuridão desceu sobre a Europa e todas as atividades culturais definharam. A maior preocupação era a sobrevivência.

O pior momento de atraso cultural foi durante a alta Idade Média. Somente no século XI, com o surgimento das escolas e das universidades é que a Idade das Trevas começou a ser dissipada. É possível perceber como os trajes europeus se tornaram cada vez mais extravagantes e elaborados, fabricados a partir de uma variedade maior de materiais e com mais elementos decorativos.

Na Inglaterra, a tapeçaria de Bayeux, fonte importante para o vestuário, narra o início desse amálgama com a bem-sucedida invasão normanda e a conquista da Inglaterra. A peça artística faz pouca distinção entre os trajes representados, embora os penteados dos normandos e ingleses sejam claramente diferenciados.

Nos séculos XII e XIV, os modelos passaram a ser mais ajustados à silhueta (Figura 3). As mulheres da realeza ou da aristocracia francesa do século XIV vestiam roupas fossilizadas no chamado *robe royale*: um conjunto de quatro ou cinco peças usadas em ocasiões especiais até o fim do século XV. A versão mais elegante é o sobretudo aberto nas laterais, com um corpete rígido na frente e cortado do ombro à cintura e nos lados para revelar a túnica justa por baixo.



Figura 3 – Indumentária da Idade Média até o século XV.
Fonte: LEVENTON (2009)

A moda inglesa seguiu os padrões franceses durante o século XV. Por outro lado, a comparação entre os dois vestuários revelou algumas diferenças. Exemplo disso são as linhas de corte inglesas que eram sempre mais quadradas do que na França e as becas e sobrevestes, que eram menos ajustadas à silhueta.

Na baixa Idade Média foram construídas catedrais e igrejas magníficas em estilo gótico, assim como castelos e mosteiros. Foi um período de destaque para pintores, poetas, escritores e filósofos. Entre os séculos XIV e XV, o vestuário contava com uma corte luxuosa, sofisticada, elegante e cheia de cerimônias, além de uma classe média crescente com acesso fácil a materiais de alta qualidade. Esses foram os principais ingredientes para a moda florescer e se reinventar de forma consciente ou inconsciente. O Iluminismo trouxe ainda a luz párea do mundo, acabando com as práticas medievais.

A moda, no sentido efêmero em que a compreendemos hoje, não existia de fato nos séculos passados. Detinham-se hábitos e costumes que denotavam a classe social e o poder das classes abastadas. A indumentária, jóias e ornamentos eram ostentação não somente do belo, mas do luxo e do poder, exclusividade e riqueza direcionada a poucos. (LIGER, 2012, p. 19)

Segundo Leventon (2009), a Renascença do século XVI foi a era da redescoberta e da revalorização dos referenciais culturais da Antiguidade clássica. A arte antiga atingiu a perfeição, o equilíbrio e o respeito pela pintura e pela escultura de grandes artistas como Raphael e Leonardo da Vinci (1480).

As cortes européias ditavam a moda no século XVI, porém cheias de traços da Era Gótica medieval. Comerciantes e navegadores faziam o comércio do Oriente para a Europa trazendo sedas, brocados, novas técnicas de tingimento, tempero, perfumes e jóias exclusivas. Monarcas e cortesãos se esforçavam para usar os trajes mais ostensivos do momento.

A moda italiana renascentista era simples, mas com tecidos luxuosos, joalheria elegante e cores brilhantes. A escalada social da pequena nobreza, incluindo boas propostas de casamento para mulheres, dependia das relações com a corte e, por isso, era importante para as mulheres estarem vestidas com elegância; As jovens buscavam por vestes de baixo que fossem duplas, vestidos de seda, além de bons adereços para o pescoço e para a cabeça.

Os tecidos da época eram caros e elegantes, como brocados, veludos, sedas e rendas (Figura 4). O peito era discretamente enfatizado e a saia caía com pregas largas e generosas.



Figura 4 – Indumentária da Renascença – século XVI.
Fonte: Leventon (2009)

Por volta de 1450, os vestidos femininos passaram a ter a parte de cima separada da saia, dando origem aos primeiros corpetes quadrados ou circulares, que eram usados (ou não) por cima dos vestidos tipo casaco aberto na frente. Além disso, lenços e leques também eram considerados acessórios importantes.

No período do Iluminismo – séculos XVII e XVIII – os estilos das roupas, especialmente as femininas, passaram por diversas mudanças neste período. Contudo foi na indústria que ocorreram as transformações mais radicais.

A ressignificação dos papéis sociais de gênero naquele momento trouxe uma mudança importante no vestuário que se desdobra até hoje, com a ideia de que a mulher é a principal consumidora de moda. Na medida em que crescia a produção, crescia também o consumo e a criação de novas indústrias de roupas e produtos afins.

A comercialização da moda pronta e do tamanho padrão já existia desde o século XVI. A França dominava o mercado de tecidos e materiais de luxo e se estabeleceu como centro irradiador da moda na metade do século XVII (Figura 5). Mais tarde, esse pólo foi deslocado para a Inglaterra, no fim do século XVIII, em especial no que se refere aos trajes masculinos.



Figura 5 – Indumentária do período do Iluminismo – séculos XVII e XVIII.
Fonte: Leventon (2009)

O século XVIII e início do XIX destacaram-se pelos contrastes entre as silhuetas femininas e masculinas e pela diferença entre os tecidos e materiais usados por ambos.

No início do século XIX – época da *Belle Époque* – os habitantes de uma Paris repleta de novos parques e monumentos participaram da retomada do luxo na Era Napoleônica. A classe superior apreciava bons acessórios como luvas, bolsas, véus de renda, flores artificiais para ornamentar cabelos e saias. As fábricas

têxteis de Lyon forneciam os tafetás, veludos e brocados, em substituição aos leves tecidos que eram importados da Índia (Figura 6).



Figura 6 – Indumentária do período da *Belle Époque* – século XIX.
Fonte: Leventon (2009)

No final do século XIX, as novas ricas queriam demonstrar o seu desejo de revigorar a antiga classe aristocrática. As *premières* tornaram-se eventos mundanos e estimularam ainda mais a profusão de formas e detalhes da roupa feminina. As roupas tinham muitos babados, plissados, franjas e passamanarias.

No início do século XX a silhueta feminina começou a se modificar, apresentando busto menor e quadris mais estreitos. Artistas, médicos e alfaiates procuraram reformar a roupa feminina para libertar os corpos das armaduras de barbatanas e *corselets*, e também acabar com golas altas e as caudas. A silhueta reta feminina se simplificou, de tal modo que se assemelhava a um tubo (Figura 7).



Figura 7 – Indumentária do século XX.
Fonte: Leventon (2009)

Os vestidos encurtaram e a cintura baixou até os quadris. Xales ou lenços com franjas de seda cobriam os decotes profundos nas costas dos vestidos de festas. Dentre o século XX, a moda mudou de 10 em 10 anos.

Nos anos 50, inúmeras tendências surgiram, sempre no sentido de manter o predomínio parisiense da Alta Costura. As linhas “A”, “H” e “Y” se sucederam em ritmo rápido. Uma moda jovem começou a vigorar no final dos anos 50, com calças *cigarretes*, sapatilhas de balé e suéteres. Com os filmes sobre rebeldia, os *blue jeans* foram divulgados no mundo inteiro.

Nós saímos de uma época de guerra, de uniformes, de mulheres-soldados, de ombros quadrados e estrutura de boxeador. Eu desenho *femmes-fleurs* de ombros doces, bustos suaves, cinturas marcadas e saia que explodem em volumes e camadas. Quero construir meus vestidos, moldá-los sobre as curvas do corpo. A própria mulher definirá o contorno e o estilo – Christian Dior. (ALMANAQUE FOLHA UOL, 2012)

De acordo com Leventon (2009), nos anos 60, o ritmo do *twist*, os vestidos curtos e a minissaia entraram no circuito *fashion*. No final dessa década, os *hippies* apareceram com um novo jeito de trajar saias e acessórios. Fibras sintéticas ficaram cada vez mais leves e resistentes e melhoraram a qualidade da confecção. Na briga das saias longas e minis, nasce o comprimento midi e que foi muito usado com botas.

Nos anos 70 há uma volta à natureza, à preocupação com a saúde e ao estilo de vida mais simples. Grandes estilistas propuseram trajes amplos e confortáveis, como a pantalonina e a calça boca-de-sino. Os tecidos eram muito leves e as estampas constituíam de padrões florais ou com tingimento *tie dye*. No final da década, os comprimentos das peças oscilavam entre o mini, o maxi e o midi.

Os anos 80 trouxeram extravagâncias tanto nas grandes ombreiras – que dominaram a década – como no uso de brilhos em tecidos como o lurex. O jeans passou a ser valorizado por *grifes* famosas e o uso do elastano nas peças valorizava as curvas femininas. Foi nesse período que a roupa esportiva passou a ser usada no cotidiano, juntamente com as *leggings*, os *collants* e as bermudas estilo ciclista.

Nos anos 90 o estilo minimalista tornou-se o auge da moda, procurando eliminar os excessos dos anos 80. Surgem os trajes básicos do dia-a-dia propostos principalmente pela indústria americana. O uso do preto, em transparência ou rebordados, se torna quase obrigatório para as festas noturnas.

O início do século XXI traz a moda como uma interpretação pessoal e como releitura de épocas passadas. O “tudo-junto-misturado” estabelece o modo como as pessoas da atual geração refletem no seu jeito de ver o mundo (Figura 8). Parafrazeando Katharine Hepburn (2001): “Eu visto o meu gênero de roupa para me poupar o trabalho de decidir o que devo vestir”.



Figura 8 – Criação de moda do século XXI.
Fonte: Correio Braziliense (2013)

2.2 A NOVA CLASSE B: GRUPO POTENCIAL DE CONSUMO

O Brasil é o maior país da América Latina e nos últimos anos tem passado por várias mudanças sociais, políticas e econômicas. Como a maioria das sociedades em desenvolvimento, o Brasil se enquadra no sistema econômico capitalista. De acordo com Karl Marx, toda sociedade caracterizada pelo capitalismo desenvolvido possui uma subdivisão de classes, conhecida basicamente em três níveis que são “baixa”, “média” e “alta”.

Gomes (2011) descreve a classe de renda baixa como sendo aquela que possui baixo poder aquisitivo, com qualidade de vida comprometida, ficando privada de lazer e de entretenimento. Suas necessidades básicas se concentram em saúde e alimentação e apesar de não ser uma regra, ela é constituída por pessoas como operários, serventes, desempregados, moradores de rua, bóias-frias, ambulantes, trabalhadores rurais, faxineiras, vigias, entre outros. No outro extremo está a classe de renda alta, composta por pessoas que não possuem nenhuma dificuldade em suprir todas as suas necessidades, sejam elas essenciais ou não.

Esse grupo geralmente é constituído por pessoas como empresários e industriais de sucesso, profissionais autônomos com clientes de alto poder aquisitivo ou descendentes de famílias ricas e tradicionais.

Entre essas duas classes encontra-se a classe de renda média, apontada por Gomes (2011) como sendo um grupo com poder aquisitivo e padrão de vida capaz de suprir tanto as necessidades básicas de sobrevivência – como alimentação, saúde e moradia – quanto atender outros tipos de anseios voltados ao consumo e ao lazer. Em geral, esse grupo é formado por proprietários de pequenos negócios, comerciantes, universitários, executivos de pequenas empresas, etc.

Alguns estudiosos classificam essas classes em outras subdivisões como elite, classe média-alta, classe média-baixa, miseráveis, classe operária, entre outras. Independente disso, a noção de classe média varia conforme a região geográfica e, basicamente, está atrelada ao desenvolvimento econômico do país. Logo, as pessoas que se enquadram na classe de renda média podem situar-se em diferentes níveis no contexto social.

Com o fortalecimento da moeda e diante da expansão das relações políticas e econômicas do Brasil com outros países, percebe-se como fenômeno um aumento significativo no poder aquisitivo do brasileiro. Recentemente, três importantes instituições divulgaram pesquisas que apontam o surgimento de uma nova classe média no país. Em 2008, a Fundação Getúlio Vargas (RJ), o IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e o Instituto Ipsos apontam que aproximadamente 20 milhões de brasileiros melhoraram o seu padrão de vida nos últimos anos.

2.3 O DESIGN E AS SUAS FUNÇÕES

Design é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multi-facetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Assim, design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e o fator crucial das trocas econômicas e culturais. (...) Design trata de produtos, serviços e sistemas concebidos através de ferramentas, organizações e da lógica introduzidas pela industrialização – não somente quando são produzidos em série. (ICSID, 2000)

Ao designer cabe propor soluções inovadoras antes de uma solicitação de demanda. Hoje, mais do que qualquer outro momento da história do Design, o profissional desta área parte de um panorama cultural e social e apresenta propostas que visam a melhoria da qualidade de vida do ser humano em seus núcleos socioculturais e econômicos.

De acordo com Moura (2008, p. 69), “fazer design significa trabalhar com o futuro, executando a concepção e o planejamento daquilo que virá a existir, anunciando novos caminhos e possibilidades”.

O design é em sua essência um processo criativo e inovador, provedor de soluções para problemas de importância fundamental para as esferas produtivas, tecnológicas, econômicas, sociais, ambientais e culturais. (MOURA, 2008, p. 71)

Produtos são criados no âmbito do Design em razão da inovação – que vai além de um estilo, de um tempo determinado e das relações mercadológicas – e do circuito industrial e comercial – como uma relação de serviços que atendem a demanda desenfreada típica do capitalismo e do consumismo.

De acordo com Löbach (2001), podemos distinguir no Design três tipos de funções: a função “prática”; a função “estética” e a função “simbólica”.

Todo designer projeta produtos com foco nessas funções. O aspecto prático de um produto preocupa-se com questões que relacionam aspectos como funcionalidade, conforto e bem-estar. Já a questão estética determina uma relação sensorial com o usuário, em que formas, cores e texturas despertam o desejo por possuir determinado produto para atender os anseios de beleza e identidade. Por fim, a relação simbólica remete à espiritualidade do homem, que estabelece na percepção do objeto ligações com experiências e valores interiores.

O consumo relaciona-se diretamente ao *status*. Esta relação somente é possível devido ao valor simbólico que os produtos perpassam para o público. A função simbólica dos produtos é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais de uso. (LÖBACH, 2001)

Um símbolo é um sinal, ou seja, um signo existente para algo. A realidade que é apresentada pelo símbolo está presente no espírito humano com sua presença. Podemos citar como exemplo um vestido de festas, em que a pessoa se recordará de todos os momentos especiais que teve na vida ao olhar para aquela roupa. As formas, cores e texturas do vestuário simbolizarão importantes imagens na vida da pessoa, que logo associará o objeto em sua mente.

Usar um traje é, fundamentalmente, um ato de significação e, conseqüentemente, um ato profundamente social instalado em pleno coração da dialética das sociedades. (BARTHES apud PIRES, 2008, p. 95)

Algumas funções, como a "prática", são consideradas como essenciais na concepção do produto. Outras estão mais diretamente relacionadas, como no caso das funções "estética" e "simbólica". Observa-se que no desenvolvimento de produtos de moda, a maioria das peças criadas tem como foco principal o forte apelo visual para conquistar o consumidor.

As funções estética e simbólica estão diretamente relacionadas, e assim como as embalagens atraem os consumidores por possuir formas diferenciadas e mais atrativas, com o universo do vestuário ocorre o mesmo: o que vestimos é um invólucro, que nos identifica e diferencia perante tantas outras pessoas que nos cercam. Qualquer que seja o gosto contemporâneo, o sucesso de um produto depende em grande parte de seu design, de sua apresentação. O packaging pode melhorar, diz-se, em 25% a distribuição de um produto, muitas vezes basta uma nova embalagem para recuperar um produto desaquecido. Ontem como hoje, o cliente é determinado em parte em função do aspecto exterior das coisas. (LIPOVETSKY, 2006)

2.4 A SUSTENTABILIDADE NA SOCIEDADE

Com o surgimento em meados dos anos de 1970, a sustentabilidade é um conceito sistêmico relacionado aos aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais que visa suprir as necessidades humanas. A sustentabilidade é a capacidade de suportar, tornando as coisas mais permanentes e duráveis através dos tempos, sem comprometer as futuras gerações e sem agredir o meio ambiente, usando recursos naturais de forma inteligente para garantir o futuro da humanidade.

Deveríamos ser capazes de passar de uma sociedade em que o bem-estar e a saúde econômica, que hoje são medidos em termos de crescimento da produção e do consumo de matéria-prima, para uma sociedade em que seja possível viver melhor, consumindo muito menos e desenvolver a economia reduzindo a produção de produtos materiais. (MANZINI & VEZZOLI, 2008, p. 31)

O desenvolvimento sustentável propõe-se a configurar uma sociedade humana que garanta – a médio e longo prazos – um planeta em boas condições para o desenvolvimento das diversas formas de vida, de maneira que seus membros e suas economias possam preencher as suas necessidades e expressar o seu maior

potencial. Ao mesmo tempo, preserva a biodiversidade e os ecossistemas naturais, agindo com pró-eficiência na manutenção indefinida de seus ideais, garantindo os recursos naturais necessários para as próximas gerações como, por exemplo, a boa qualidade de vida.

De acordo com Lester Brown (2008), do Instituto WorldWatch, “uma sociedade sustentável é aquela que satisfaz as suas necessidades sem diminuir as possibilidades das gerações futuras de satisfazer as delas”. Sendo assim, o conceito de sustentabilidade é como um elemento-chave que nos permite pensar e buscar soluções viáveis para amenizar os problemas causados no meio ambiente.

Em uma sociedade há alguns aspectos de sustentabilidade ambiental que buscam qualidade de vida melhor. O consumo sustentável é saber usar os recursos naturais para satisfazer as necessidades do presente sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras.

O design sustentável é importante para todos os mercados de consumo do planeta, pois é uma poderosa ferramenta a favor do desaquecimento global. Mais do que o consumo, os processos produtivos inconsequentes são os grandes vilões que agem contra o meio ambiente.

Atualmente, o designer assume como obrigação interagir com os processos industriais e propor novas soluções que minimizem os efeitos residuais da produção e de todo ciclo de vida do produto. E a questão não é só minimizar os efeitos, mas trabalhar para que se reduza a quantidade de resíduos. Cabe ao profissional gerar inovações e soluções que busquem melhorias nesse sentido, caso contrário o foco e a própria profissão do designer perde todo o sentido.

“Ecodesign”, “design sustentável” e “*green design*” são os termos utilizados para uma crescente tendência mundial nos campos da Arquitetura, Engenharia e Design, cujo objetivo é desenvolver produtos, sistemas e serviços que reduzam o uso de recursos não-renováveis para minimizar os impactos ambientais.

Os princípios no desenvolvimento de produtos sustentáveis buscam a escolha por materiais de baixo impacto ambiental, menos poluentes, não-tóxicos ou de produção sustentável, que sejam reciclados e que requeiram menos energia na fabricação.

Reutilizar a matéria-prima é a maneira mais prática de colaborar com a minimização dos recursos. De modo geral, a redução no consumo de matéria-prima

e energia determina a anulação dos impactos ambientais provenientes daquilo que não utilizamos.

Sabe-se que a reutilização de matéria-prima não resolve os problemas gerados pelo acúmulo de resíduos, mas por outro lado, o seu remanejamento contribui, significativamente, para que tais resíduos não sejam acondicionados em aterros ou queimados a céu aberto. Além disso, a reutilização de resíduos diminui a necessidade por nova exploração de recursos naturais para a produção de novos produtos.

As práticas sustentáveis estão cada vez mais em evidência em todos os setores. As indústrias se preocupam com o meio ambiente e com isso estão sempre inovando os seus projetos.

Santos (2010) defende que os designers têm um papel importante nesse processo de conscientização de consumidores responsáveis e, por isso, têm o dever de desenvolver produtos de qualidade, aliados ao compromisso com as questões ambientais.

Hoje, existe um forte apelo na mídia para que a moda e a sustentabilidade andem juntas a todo momento. Um dos produtos de maior sucesso dessa parceria é a *ecobag*, que desde 2007 surge como uma boa alternativa para reduzir o excesso de lixo causado pelo uso de sacolas plásticas.

Isso demonstra a grande preocupação que o universo da moda vem tendo com o meio ambiente. Além dessa iniciativa, outros projetos surgem no Brasil, com o intuito de promover práticas sustentáveis com profissionais da moda junto às empresas de diversos segmentos, em que se busca dar a devida importância na reutilização dos resíduos gerados para o desenvolvimento de novos produtos e que, ao mesmo tempo, atendam os anseios da população.

2.5 A PRÁTICA SUSTENTÁVEL E A BUSCA PELA INOVAÇÃO NO SEGMENTO DE ROUPAS DE FESTAS

Por estarem condicionados, na maioria das vezes, a ocasiões especiais, os vestidos de festas são usados pouquíssimas vezes. Com o tempo, tais

peças se tornam inúteis e vagas, tornando-se objetos descartáveis nos guarda-roupas das mulheres.

A opção do profissional de moda para trabalhar com esse segmento poderia ser considerada como risco para o discurso sustentável. Por outro lado, é impossível para a mulher moderna se abdicar dos anseios em vestir uma roupa especial que a torne a atração principal dos olhares das pessoas nas festas.

Visto por esse prisma, a proposta por se trabalhar com o segmento de roupas de festas apresenta-se com grande desafio para muitos profissionais de design de moda que pretendem enveredar suas atividades nesse ramo.

Nesse sentido, caberia pensar na possibilidade do desenvolvimento de roupas de festas que fossem multi-utilitárias, ou seja, que após o uso em eventos especiais, as peças pudessem ser aproveitadas para outras ocasiões mais informais, evitando com isso a sua inutilidade no guarda-roupa. Caso isso fosse feito, haveria então a possibilidade de se aplicar durante o desenvolvimento desses produtos uma ótica sustentável, que trouxesse benefícios para o meio ambiente e, ao mesmo tempo, inovação no conceito de uso para esse tipo de vestuário.

Entende-se como conceito de inovação a exploração de novas ideias. Exemplos de inovações podem ser relacionados a novos mercados, novos modelos de negócios, novos processos e métodos organizacionais e novas fontes de suprimentos. Nesses casos, trata-se de mudanças nos processos de produção dos produtos ou serviços que não gera, necessariamente, impacto no produto final, mas que por outro lado, produz benefícios no processo de produção, com ganhos na produtividade e na diminuição de custos.

Existem também outras formas de inovação que podem aqui serem destacadas. Uma delas consiste em modificações nos atributos do produto, com mudança na forma como ele é percebido pelos consumidores. Se um produto é realmente inovador, ele exige uma mudança de hábito no cliente, tanto para aprender a usá-lo como no seu uso no dia-a-dia.

Além disso, um produto inovador deve ser pensado para consumir o mínimo de energia e matéria-prima em sua fabricação e deixar o menor rastro possível durante sua produção, uso e pós-uso. Também deve responder a uma demanda de mercado, sendo parte integrante da estratégia de negócios de uma empresa. É necessário eliminar o óbvio e acrescentar algo mais significativo em um produto inovador.

O design sustentável não é uma questão inercial, mas sim, de constante mudança de velocidade. É agente de propostas e soluções, portanto, detentor de imensa pró-atividade e sinergia.

Sabe-se que o paradigma no desenvolvimento de roupas de festas parte do princípio de que para se ter um bom resultado é necessário trabalhar com matérias-primas têxteis nobres e que sejam voltadas para esse segmento.

Observa-se que a moda inova cada vez mais na reutilização das matérias-primas que são consideradas como descarte nas empresas de confecção. Por outro lado, por que não pensar em explorar outros tipos de matérias-primas, até mesmo aquelas que não são produzidas especificamente para a fabricação de vestuário?

É de conhecimento que as sobras de pontas de rolos de materiais e retalhos para artigos de decoração e de retraços de couro utilizados pelas indústrias moveleiras e automobilísticas são também um problema para o meio ambiente e, muitas vezes, não encontram alternativas de reaproveitamento tornando-se um problema semelhante àqueles enfrentados pelas indústrias de vestuário.

Pensando nisso, surge aqui o seguinte questionamento: "Como unir a prática sustentável em um produto de ciclo de vida curto (roupas de festas), com o uso de materiais não-convencionais (retraços de couro descartados pelas indústrias moveleiras e automobilísticas e sobras de materiais utilizados na fabricação de artigos para decoração) para o produto vestuário?"

Esse é o desafio com o qual as autoras desse estudo pretendem trabalhar ao longo deste projeto.

2.6 OS ASPECTOS FORMAIS DOS DIFERENTES TIPOS DE CORPOS

A elaboração de produtos de moda, em especial no segmento de roupas para festas, deve considerar o atendimento aos diferentes tipos de corpos que podemos encontrar na sociedade. Assim, alguns estudiosos da área recomendam o uso de determinadas estruturas de vestuário para potencializar as características de cada mulher, valorizando os aspectos e as particularidades dos diversos biotipos.


CORPO PÊRA	
	<ul style="list-style-type: none"> • Silhueta alongada, com pouco busto, costas pequenas e quadris grandes. A barriga normalmente não é um problema. • Corpo ideal para compor com peças com mais forma e estrutura para equilibrar o volume. • O ideal é manter ênfase na parte de cima como peças que ressaltem o decote e tirem a atenção dos quadris. • Mulheres com o corpo tipo pêra ficam muito bem de vestidos, desde que escolham as formas certas como as saias em linha A. • No caso de vestidos com mangas, deve-se investir em estruturas, lapelas largas e ombros definidos. • Evitar saias lápis, rabo de peixe e tubinho. • Pode-se investir nos volumes, desde que as peças tenham um bom caimento. • As saias longas usadas com um cinto para deixar a cintura alta valorizam esse tipo de silhueta.

Figura 9 – Tipos de corpos (pêra).
 Fonte: adaptado de Liveonbeauty (2013)


CORPO RETANGULAR	
	<ul style="list-style-type: none"> • Silhueta que aceita praticamente tudo já que não precisa minimizar nada. • Vestidos mais estruturados criam a ilusão de mais curvas. • Mulheres com seios menores devem evitar decotes tipo coração. • Evitar os vestidos tubinhos e que fiquem muito grudados ao corpo. • Investir em saias na linha A, pois deixam as formas mais femininas. • Combinar peça na parte superior que seja mais trabalhada ou texturizada com uma saia mais curta. • Usar as saias lápis e tubinhos e evitar as saias volumosas demais, pois elas destroem as proporções. • Optar pelo uso de peças mais acinturadas. • Criar curvas na silhueta com a utilização de cintos. • Evitar o uso da cintura baixa porque alongam o tronco.

Figura 10 – Tipos de corpos (retangular).
 Fonte: adaptado de Liveonbeauty (2013)

CORPO MORANGO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Silhueta de ombros largos e seios maiores que o quadril e cintura. • Pode abusar dos decotes em V e de um ombro só. • Utilizar peças mais sóbrias na parte de cima. • As saias em linha A, evasê e godê são as que mais equilibram sua silhueta. • Saias que comecem na cintura alta e não no quadril são as mais indicadas para esse tipo de corpo. • Evitar saias lápis ou tubinhos e saias em linha H, que podem fazer a sua parte superior parecer mais pesada. • Recomenda-se usar peças acinturadas e com volumes abaixo da linha da cintura.

Figura 11 – Tipos de corpos (morango).
 Fonte: adaptado de Liveonbeauty (2013)


CORPO AMPULHETA	
<p><i>Corpo Ampulheta</i></p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Nessa silhueta existe um equilíbrio entre seios, ombros e o quadril, que lembram a diva Marilyn Monroe. • Pode apostar em vestidos tipo envelope. • O uso de cintos ressalta a linha da cintura. • Pode abusar dos <i>corselets</i>. • As formas femininas dessa silhueta privilegiam o uso de saias esvoaçantes e com certo volume, desde que caiam a partir da cintura. • Corpo ideal para usar peças mais ajustadas e acinturadas na parte superior e combinadas com saias de linha A, evasês e saias lápis. • Evitar os rabos de peixe, pois ressaltam demais o quadril.

Figura 12 – Tipos de corpos (ampulheta).
 Fonte: adaptado de Liveonbeauty (2013)

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

De acordo com Gil (2006), a pesquisa pode ser definida como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas.

Tendo o propósito de apresentar modelo sustentável para o uso de sobras de materiais como couro para revestimento de bancos e de tecidos para objetos de decoração readequados em produtos de vestuário de moda, especificamente para o segmento de roupas de festas, essa pesquisa caracteriza-se por possuir uma abordagem qualitativa. Os dados qualitativos pretendem verificar a relação da realidade com o objeto de estudo, obtendo várias interpretações de uma análise indutiva por parte do pesquisador.

3.2 INSTRUMENTO PARA COLETA DE DADOS

O instrumento para coleta de dados será um questionário com perguntas de múltipla escolha. De acordo com Gil (2006, p. 128), o questionário é uma técnica de investigação em que são apresentadas perguntas aos participantes tendo como objetivo levantar o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas e outras informações.

O uso do questionário apresenta como principais vantagens a abordagem de um número relativamente grande de pessoas e requer menores gastos já que não exige treinamento especializado de pessoas para executar a sua aplicação. Além disso, ele garante o anonimato dos participantes na investigação, possibilitando que eles respondam no momento em que achar mais adequado. Este instrumento também permite aos participantes responder as perguntas sem a interferência de opiniões por parte do pesquisador.

O questionário elaborado para esse estudo possui dez perguntas que foram elaboradas com o objetivo de levantar as principais informações que pautarão o direcionamento mercadológico e o desenvolvimento da coleção. Sua aplicação será feita via *online*, por meio da *internet*.

3.3 DELIMITAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

O objeto de estudo foi delimitado em um grupo de 50 mulheres, na faixa etária entre 25 e 30 anos, pertencentes à classe de renda média alta, ou seja, a nova classe B.

Geograficamente, esse grupo encontra-se localizado na região Sul do país no Estado do Paraná.

3.4 CRONOGRAMA DE TRABALHO

O cronograma para o cumprimento das principais etapas desse trabalho se baseará conforme descrito na seguinte tabela:

Etapas	2011		2012					2013				
	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Mai	Jun	Jul	Ago	Set
Elaboração do pré-projeto – TCC I	X	X										
Definição do projeto – TCC II		X	X									
Fundamentação teórica		X	X	X	X	X	X					
Pesquisa de campo – coleta de dados								X				
Análise dos dados – estruturação da pesquisa								X				
Direcionamento mercadológico								X	X			
Desenvolvimento do projeto								X	X	X	x	
Planejamento do dossiê eletrônico e catálogo									X	X	X	
Redação da monografia para pré-banca								X	X			
Desenvolvimento e execução do protótipo								X	X			
Apresentação para pré-banca									X			
Correções na monografia e alterações no protótipo após pré-banca									X	X		
Confecção dos 6 looks selecionados										X	X	
Finalização do dossiê eletrônico e do catálogo impresso										X	x	
Apresentação para banca final												X
Correções finais na monografia												X
Entrega da versão final do TCC												X

Tabela 1 – Cronograma para cumprimento das etapas do TCC.

Fonte: Das autoras (2011)

3.5 ESTRUTURAÇÃO DA PESQUISA

No intuito de abordar uma prática inovadora na utilização de matérias-primas não-convencionais na fabricação de vestuário para festas, a pesquisa se pautará nos seguintes procedimentos:

- 1ª Fase: Pesquisa bibliográfica, desenvolvida por meio de revisão de literatura em livros, revistas, artigos, sites e outros materiais de referência, levantando informações relevantes na fundamentação teórica do trabalho.

- 2ª Fase: Pesquisa de campo, com a aplicação de questionário com perguntas de múltipla escolha com os agentes participantes para levantar dados para auxiliar no direcionamento mercadológico e verificar o grau de aceitação no consumo das peças a serem propostas.

- 3ª Fase: Pesquisa exploratória, com visitas nas empresas do setor moveleiro e automobilístico e nas indústrias que fabricam artigos para decoração, para buscar informações como dimensões, densidade, volume, etc, dos retrazos e sobras de matérias-primas que são descartados. Nessa etapa, serão coletadas amostras para o desenvolvimento de testes experimentais e de viabilidade técnica para a aplicação dessas matérias-primas na confecção de estruturas de vestuário;

- 4ª Fase: Pesquisa experimental, com a escolha e a classificação das amostras mais relevantes que serão adotadas nos testes preliminares de confecção das estruturas de vestuário pré-selecionadas de acordo com a temática do projeto. Será considerado como parâmetro principal de seleção dessas amostras o melhor aproveitamento no traçado das partes dos moldes. Nessa etapa também serão verificados os aspectos técnicos de costura e dos processos de acabamentos quanto ao uso desses materiais para vestuário de festas.

- 5ª Fase: Pesquisa descritiva e documental, com a descrição detalhada dos processos utilizados para a materialização das estruturas de vestuário pré-selecionadas para a confecção dos *looks* finais da coleção desse trabalho.

3.6 PESQUISA EXPLORATÓRIA

A fase exploratória do trabalho teve o intuito de investigar os tipos de retrazos e de sobras de matérias-primas que eram descartadas pelo setor moveleiro e automobilístico e pelas indústrias de produtos para decoração da região norte do Paraná.

Foram realizadas visitas em uma empresa do setor moveleiro e automobilístico para identificar os tipos de couro que poderiam ser reaproveitados na confecção de peças de vestuário, levando em consideração os aspectos de gramatura, contato junto à pele, dimensões e cores.

Durante essa fase foram encontrados retrazos com dimensões propícias para o encaixe dos moldes das estruturas de vestuário que seriam desenvolvidas para a coleção deste estudo. As sobras de matérias-primas possuíam dimensões consideravelmente grandes e, apesar de não ter muita utilidade para a confecção de novos mobiliários para as empresas, elas foram avaliadas como de bom tamanho para o encaixe para moldes de vestuários (Figura 13).



Figura 13 – Amostras de couro recolhidas nas empresas.
Fonte: Das autoras (2012)

3.7 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A pesquisa de campo foi realizada com um grupo de 50 mulheres, pertencentes à classe de renda média alta e que buscam por produtos diferenciados

em relação às roupas feitas para ocasiões especiais como formaturas, casamentos, aniversários e outros tipos de eventos referentes às festas.

Os dados coletados são apresentados por meio de gráficos percentuais para facilitar a visualização. Os resultados são analisados e comentados para direcionar os principais aspectos que serão considerados para articular essas informações no direcionamento mercadológico e na proposta de coleção durante o desenvolvimento do projeto.

Idade e Profissão: As primeiras variáveis a serem consideradas na investigação eram a faixa etária e a profissão. Conforme podemos observar no Gráfico 1, a maioria das participantes (48%) encontra-se na média de idade do público alvo escolhido, que é de 25 a 30 anos. Uma outra parcela considerável (36%) está na faixa etária dos 19 aos 24 anos, grupo que também aparece como potencial consumidor dos produtos a serem propostos pela marca desse trabalho.

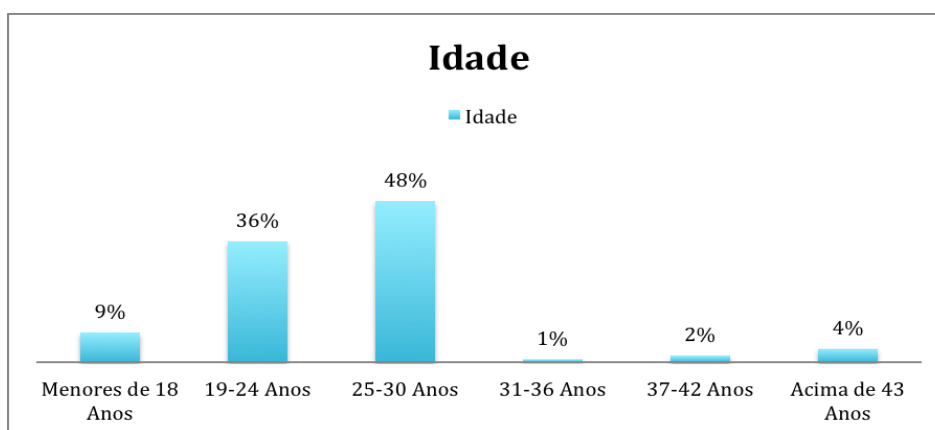


Gráfico 1 – Média da faixa etária das participantes da pesquisa de campo.
Fonte: Das autoras (2013)

Com relação às profissões descritas, as mais apontadas foram: estudante (32%), profissionais da área de saúde e beleza (22%), profissionais de comunicação e design (15%) e de setores administrativos (14%). Na sequência aparecem os servidores públicos e profissionais da área jurídica (7%), seguidos pelas trabalhadoras da área de educação e de profissões de diversos campos, ambos com os mesmos índices de respostas (5%), conforme demonstra o Gráfico 2.

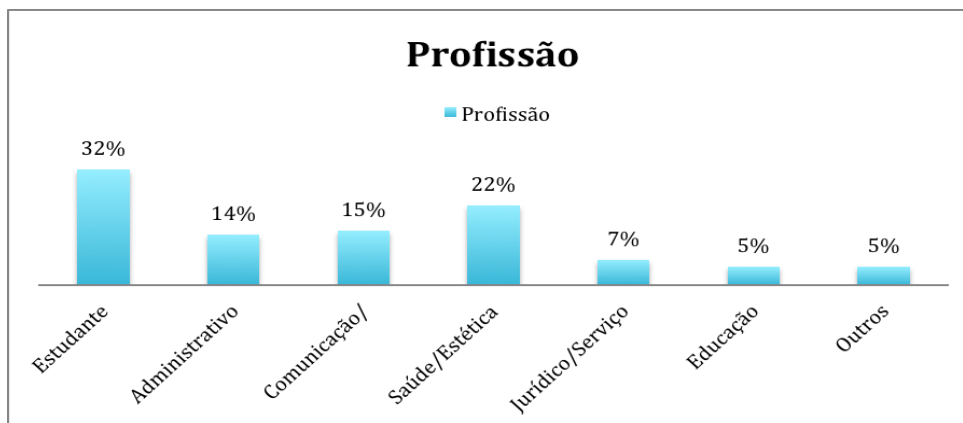


Gráfico 2 – Média percentual das profissões apontadas na pesquisa de campo.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 1ª pergunta: Essa pergunta tinha como propósito verificar os tipos de eventos que as participantes costumavam frequentar mais em ocasiões de festas. De acordo com os dados apresentados no Gráfico 3, podemos perceber que a maioria dessas jovens costumam ir em bailes de formaturas (35%). Casamentos (23%) e aniversários (21%) são outros tipos de eventos que foram bastante indicados no levantamento. Confraternizações com amigos (9%), confraternizações familiares (8%) e jantares (4%) aparecem como festas indicadas pelas participantes, mas em menores índices. Apesar de não ser uma regra, esses resultados apontam que o apelo de mercado da marca privilegiará a criação e o desenvolvimento de peças voltadas para os três primeiros eventos mais votados que são as formaturas, os casamentos e os aniversários.

1. Enumere, por ordem crescente, o tipo de evento em que você costuma ir com mais frequência? (Ex.: 1 para o primeiro evento mais frequentado, 2 para o segundo evento mais frequentado, 3 para o terceiro evento mais frequentado, ...)

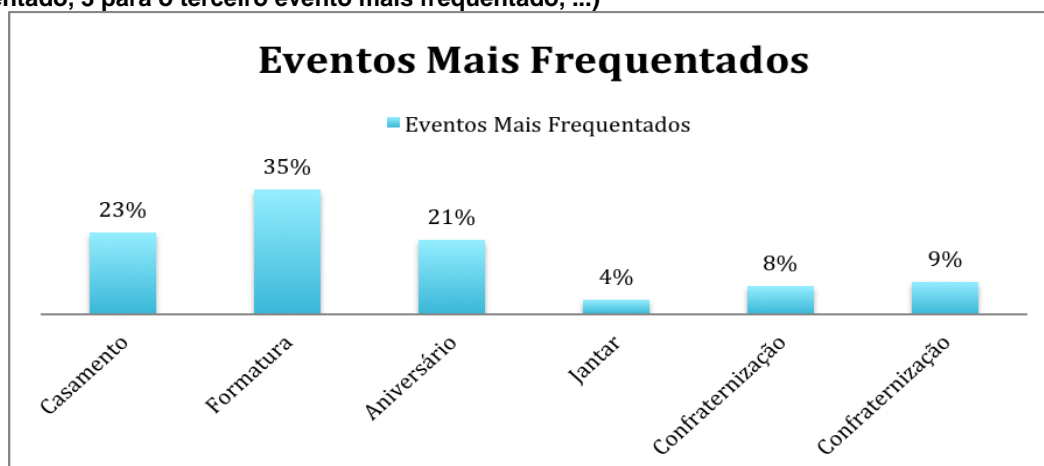


Gráfico 3 – Resultados da 1ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 2ª pergunta: 67% das clientes admitiram que preferem fazer as suas compras de roupas de festas em lojas multimarcas. Em segundo lugar aparecem os estabelecimentos em shoppings, com 23% na preferência das mulheres conforme demonstra o Gráfico 4. Esses dados apontam que a curto prazo, a empresa não traçará como meta a implantação de uma loja de marca própria para esse primeiro momento. Também nessa fase o site da empresa será desenvolvido apenas com o propósito de divulgação da marca, não sendo implantado nesse estágio o sistema *e.commerce* para a venda das peças.

2. Onde costuma comprar suas roupas para festas e eventos especiais?

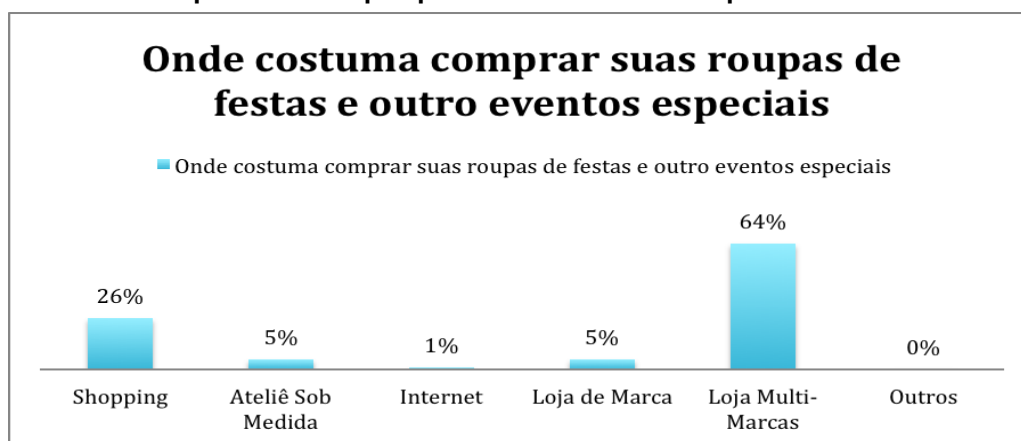


Gráfico 4 – Resultados da 2ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 3ª pergunta: Sofisticado (37%), romântico (23%) e moderno (14%) são os estilos com os quais as mulheres mais se identificam na hora de vestir uma roupa de festas, conforme os dados do Gráfico 5. Dessa maneira, os produtos da marca serão desenvolvidos sob o conceito e a estética desses três estilos apontados na pesquisa, atendendo assim as exigências do público e tendo como objetivo principal conquistar o gosto de suas clientes.

3. Em se tratando de roupas para festas, com qual estilo você mais se identifica?



Gráfico 5 – Resultados da 3ª pergunta.

Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 4ª pergunta: Os dados apresentados no Gráfico 6 revelam que a maior parte das participantes se deixa influenciar pelas tendências de moda no momento da escolha de suas roupas de festas. 38% delas afirmam que sempre seguem as tendências, enquanto que uma outra parcela significativa (30%) quase sempre acaba tendo o mesmo comportamento. Já 28% delas demonstram que às vezes se deixam influenciar pelas tendências de mercado, enquanto que um grupo muito pequeno (5%) informou que raramente costuma fazer isso. Mesmo em graus diferentes de intensidade, todas as mulheres que participaram da pesquisa admitiram, de algum modo, seguir tendências, o que representa como diretrizes que as informações sobre tendências de moda (macro e micro) deverão ser exploradas ao máximo durante o processo de criação e de desenvolvimento da coleção.

4. Você costuma seguir tendências de moda quando compra roupas para festas?

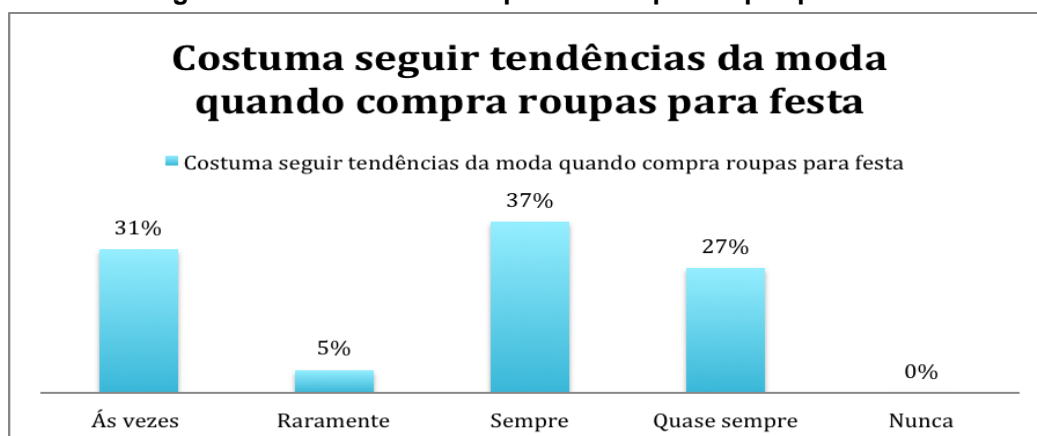


Gráfico 6 – Resultados da 4ª pergunta.

Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 5ª pergunta: Até R\$1.000,00 foram os valores apontados pela maior parte das participantes (46%) como o limite gasto com roupas de festas, conforme os resultados do Gráfico 7. Outros grupos significativos responderam que se dispõem a pagar valores acima de R\$4.001,00 (22%) ou entre R\$3.001,00 e R\$4.000,00 (16%). Esses dados servirão como parâmetro para estabelecer a margem de preços que serão praticados no mercado pela empresa, respeitando com isso o poder aquisitivo de compras do seu público e dando maiores possibilidades de sucesso nas vendas dos seus produtos.

5. Em média, quanto você costuma gastar na compra de uma roupa de festas?



Gráfico 7 – Resultados da 5ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 6ª pergunta: A modelagem simultaneamente ajustada e ampla foi a preferida das mulheres na pesquisa de campo. Conforme demonstra o Gráfico 8, a grande maioria das participantes (72%) respondeu que preferem roupas de festas que ofereçam essas características em seus modelos. Já a modelagem toda ajustada teve um índice de 25% na preferência dessas mulheres. Esses dados revelam que para o desenvolvimento da modelagem das peças, a marca deve, na medida do possível, priorizar o uso de formas e estruturas (*shapes*) que atendam a essas exigências estéticas.

6. Quando você compra roupas para festas, qual o tipo de modelagem que você prefere?

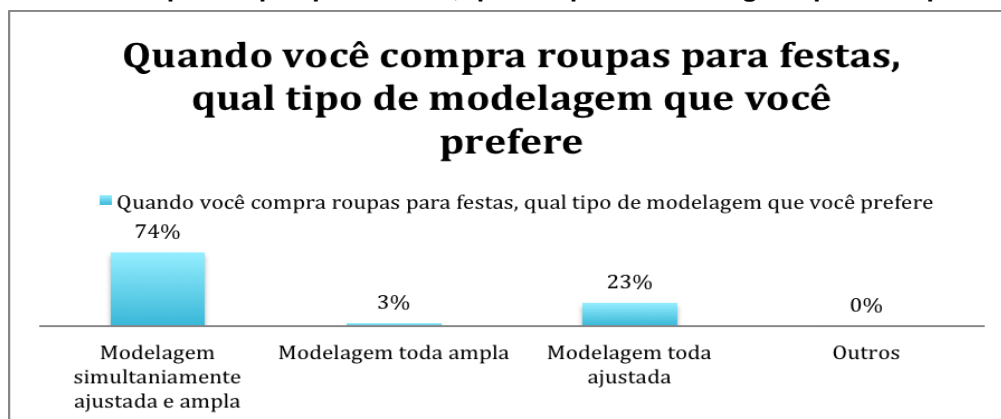


Gráfico 8 – Resultados da 6ª pergunta.

Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 7ª pergunta: Recortes estratégicos (33%) e bordados (33%) aparecem empatados como os detalhes mais atrativos em roupas de festas, conforme demonstra o Gráfico 9. Em seguida vêm os decotes (24%) e a assimetria (10%). Mesmo não sendo uma regra geral para a coleção, os elementos que a marca adotará com mais frequência na articulação e ornamentação das estruturas de *shapes* privilegiarão as três alternativas mais votadas nessa abordagem. Sendo assim, haverá um cuidado maior no tratamento das linhas de recortes, nos tipos de materiais utilizados para os bordados e na valorização dos desenhos que irão delinear os contornos dos decotes das peças. Ocasionalmente, para alguns modelos da coleção serão acrescentados a assimetria.

7. Que tipo de elementos lhe atrai em uma roupa de festas? (Pode assinalar mais de uma alternativa)

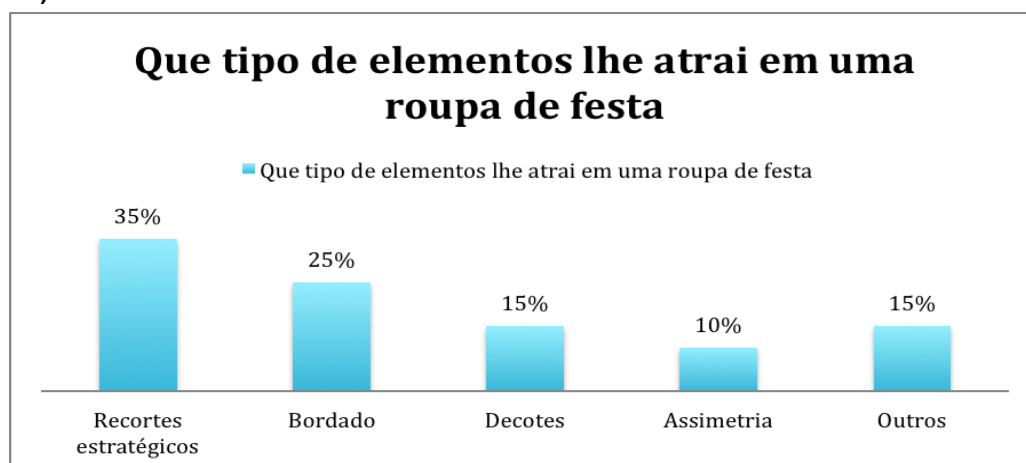


Gráfico 9 – Resultados da 7ª pergunta.

Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 8ª pergunta: Os tecidos lisos foram indicados no Gráfico 10 como sendo o material mais ideal na confecção do vestuário para festas. 77% das mulheres preferem comprar roupas com superfícies totalmente lisas, enquanto que 23% admitiram aceitar combinações de tecidos lisos com estampados para ocasiões mais especiais. Em função desses dados, a marca adotará como matéria-prima têxtil principal para a coleção o uso de materiais com superfícies lisas, deixando as combinações de tecidos lisos e estampados apenas para algumas peças.

8. Quando compra roupas de festas, você tem mais preferência por tecidos:

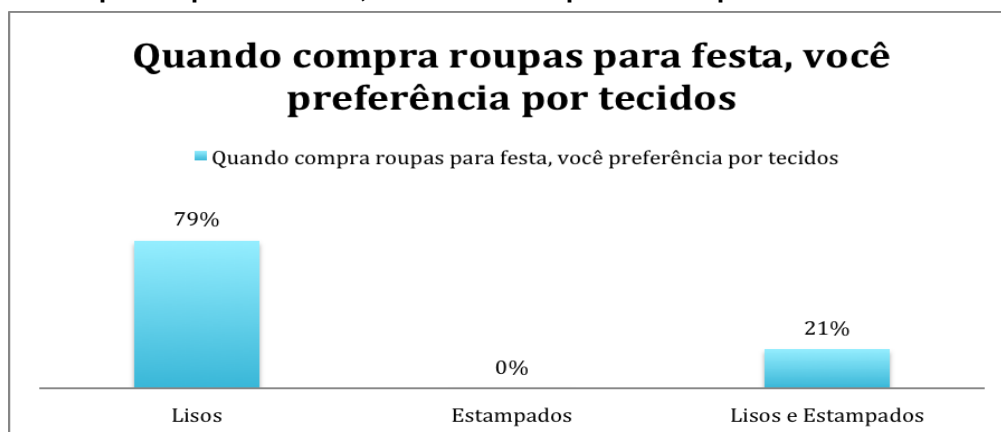


Gráfico 10 – Resultados da 8ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 9ª pergunta: A internet (79%) revelou-se como sendo a mídia mais utilizada pelas participantes para a busca de informações sobre roupas de festas, conforme os dados do Gráfico 11. Em segundo lugar aparece a revista com um índice de 16% apontado pelas mulheres. Pautado nesses resultados, o projeto do site da marca priorizará na primeira etapa informações referentes apenas à divulgação da marca e dos pontos de vendas em que os produtos poderão ser encontrados, não havendo ainda foco voltado para as vendas via internet para essa fase. Apesar do item revista (16%) aparecer como a segunda mídia mais indicada na pesquisa, esse meio de comunicação não será adotado devido aos custos elevados para a circulação de publicidade. A mídia impressa será substituída com o desenvolvimento e a produção de catálogos que serão fornecidos aos lojistas/clientes da marca e que ficarão disponibilizados nos pontos de venda para as consumidoras desses estabelecimentos.

9. Qual o meio que você utiliza para buscar informações sobre moda para festas?

Gráfico 11 – Resultados da 9ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

Resultados da 10ª pergunta: O conceito ecológico que a marca pretende aliar aos seus produtos foi visto de forma positiva pela maioria das mulheres abordadas nesse estudo. Os dados apresentados no Gráfico 12 demonstram que a maioria delas (77%) compraria roupas de festas com valores agregados pautados na linha ecológica e sustentável. Uma outra parcela (16%) demonstrou também certo interesse para adquirir vestuários com esse conceito. Se aplicados de forma adequada, esses índices demonstram potencial considerável no que se refere ao uso de materiais não-convencionais para o desenvolvimento de roupas de festas. Essa prática aponta para uma expectativa positiva quanto à diminuição de resíduos jogados no meio ambiente – como, por exemplo, as sobras de couro e de materiais de decoração descartados pelas indústrias desses setores – e que poderiam ser utilizados como inovação para agregar valores nos vestuários de festas.

10. Você compraria uma roupa de festas confeccionada com base na filosofia do "ecologicamente correto"?

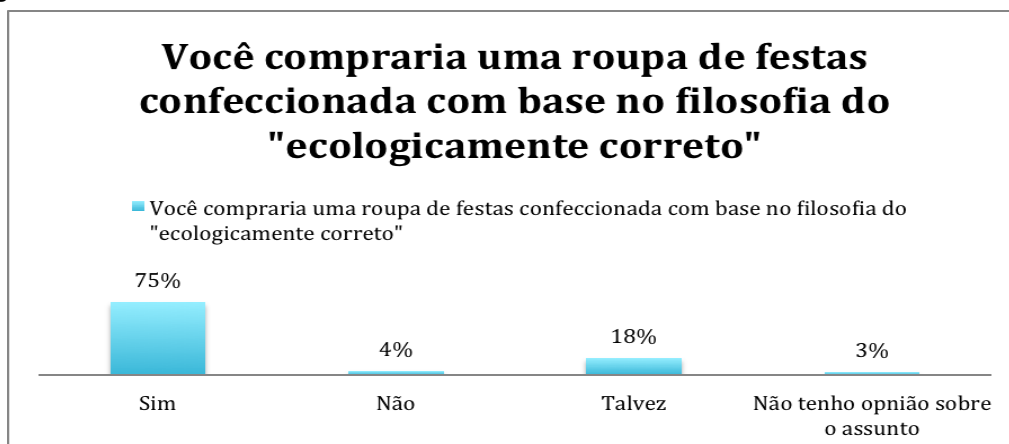


Gráfico 12 – Resultados da 10ª pergunta.
Fonte: Das autoras (2013)

As análises feitas com os resultados da pesquisa de campo demonstraram a total viabilidade para se fabricar roupas no segmento festas com o conceito ecológico e sustentável.

Geralmente, as roupas do segmento festas têm como propósito vestir as mulheres para ocasiões mais especiais, deixando-as com uma imagem sofisticada e elegante. Por outro lado, o ciclo de vida desses produtos tende a entrar num estado estagnado, inutilizando-os dentro do guarda-roupa das mulheres ao longo dos anos.

Além do reaproveitamento de matérias-primas descartadas no meio ambiente para o desenvolvimento de produtos para esse segmento, a proposta de coleção nesse trabalho visa também estabelecer a elaboração de roupas de festas que tenham ciclo de vida mais durável, cumprindo o seu papel nos eventos sociais mais específicos, mas ao mesmo tempo oferecendo a possibilidade de serem reutilizadas em combinações com peças do guarda-roupa básico e do dia-a-dia para outras ocasiões.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

Goiaba Doce é uma empresa de pequeno porte com sede na cidade de Cambé, no Estado do Paraná. As etapas de criação, do desenvolvimento e da pilotagem dos produtos são executadas em sua sede própria. Já a produção das peças será feita, inicialmente, no sistema *private label*, com parceiros e empresas terceirizadas.

A administração, o controle de qualidade e o serviço de marketing também estarão sob a responsabilidade das sócias-proprietárias e de sua equipe.

4.1.1 Nome da Empresa

A razão social da empresa denomina-se Goiaba Doce Indústria e Comércio de Confeções Ltda.

4.1.2 Porte

Trata-se de uma empresa de pequeno porte gerenciada por duas sócias-proprietárias tendo o auxílio de uma equipe constituída por 15 funcionários.

4.1.3 Marca

Goiaba Doce

Figura 14 – Logomarca.
Fonte: Das autoras (2012)

A exemplo dos nomes de marcas famosas como a “Rosa Chá” – fundada em 1993 pelo estilista e empresário Almir Slama e a “Mulher do Padre” – criada por Vinicius Campion e Paula Ferrali em 1995, a marca Goiaba Doce possui esse nome devido ao seu conceito inusitado trabalhado nas roupas de festas, diferenciando-se das outras marcas por meio da exploração de materiais ecológicos junto a tecidos nobres para traduzir a imagem sofisticada de suas consumidoras.

Para elas, a roupa deve representar a expressão de seus sentidos, de suas vontades e de seus desejos. Românticas, elas buscam inspirações com a transformação do estilo *vintage* em linguagem mais contemporânea, com olhar próprio e minucioso, que traduz a sua identidade por meio de peças únicas e na medida certa para todas as suas vontades.

Uma marca feminina de roupas para festas que proporciona exclusividade em seus produtos com modelagem apurada, acabamento primoroso e aplicação de materiais diferenciados e ecologicamente corretos em harmonia com matérias-primas têxteis nobres como sedas, organzas, musselines e tules.

Além disso, valoriza-se ainda o trabalho manual e artesanal, desenvolvido com técnicas *handmade* que constroem detalhes originais e luminosos ornamentados por meio dos bordados feitos à mão com rendas, pedrarias, pérolas e paetês, que agregam mais valor às peças.

4.1.4 Conceito da Marca

O conceito da marca é voltado para mulheres elegantes e de bom gosto, com estilo sensual, sofisticado, romântico e ao mesmo tempo moderno.

Trabalha dentro da linha do “ecologicamente correto” e agrega valores aos seus produtos com a combinação de materiais ecológicos e diferenciados junto aos tecidos nobres e tradicionais que são utilizados no vestuário de festas.

4.1.5 Segmento

O segmento principal da marca é o de roupas de festas feminino. Por outro lado, a marca também trará como proposta a oferta de peças que possam ser usadas tanto nos eventos sociais mais especiais como também em outras ocasiões, com a possibilidade de suas clientes combinarem os modelos da marca com outros tipos de peças do guarda-roupa do dia-a-dia.

4.1.6 Distribuição

A distribuição dos produtos será feita em território nacional, para todos os Estados brasileiros. As roupas da marca Goiaba Doce poderão ser encontradas em lojas multimarcas e estabelecimentos instalados nos grandes shopping-centers.

Os clientes/lojistas serão atendidos por meio de representantes que repassarão os pedidos diretamente para a empresa via e.mail ou fax. A empresa trabalhará com um prazo de 45 a 60 dias úteis como período médio na fabricação dos produtos solicitados e no cumprimento da entrega dos pedidos.

As encomendas serão entregues por meio de transportadoras, sendo que nas compras acima de R\$ 8.000,00, os clientes/lojistas ficarão isentos do pagamento do frete.

4.1.7 Concorrentes (Diretos e Indiretos)

A concorrência no mercado de moda é uma realidade para todos os tipos de segmentos. No caso do segmento de roupas de festas feminino, isso também não poderia ser diferente.

Tendo em vista a utilização de materiais ecológicos e diferenciados do setor moveleiro e de decoração como fator inovador na produção de suas peças, não foi possível identificar uma empresa com os mesmos moldes de conceito da marca Goiaba Doce.

Entretanto, podemos classificar como eventuais concorrentes indiretos as marcas Silvia Fregonese, Eliane Matos e Lucia Franco, além de outras, por também produzirem artigos para o mesmo segmento de mercado.

4.1.8 Sistemas de Venda e Pontos de Venda

A curto prazo, as vendas dos produtos da marca Goiaba Doce serão viabilizadas em espaços físicos, mais especificamente em lojas multimarcas e shoppings-centers espalhados em todo território nacional, com abrangência maior para as regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

Posteriormente, como metas a médio prazo, a empresa pretende instalar uma loja de marca própria na cidade do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, tendo como objetivo oferecer um atendimento mais personalizado às suas clientes. Também fará um plano de implantação no site para iniciar a venda de seus produtos pelo sistema *e.commerce*.

Após o reconhecimento da marca no mercado brasileiro, a empresa fará um plano estratégico a longo prazo, tendo como intuito comercializar os seus produtos no mercado externo, iniciando suas exportações para países do Mercosul.

4.1.9 Promoção e Preços Praticados

Os preços praticados para a venda dos produtos da marca irão variar entre patamares próximos aos valores de R\$1.000,00 para as peças mais básicas até R\$2.500,00 para os modelos mais elaborados. Nos meses de janeiro e fevereiro (formaturas), maio (casamentos) e dezembro (comemorações de fim de ano), a empresa oferecerá descontos especiais que poderão variar de 5% a 15% do valor total dos pedidos para as compras feitas pelos clientes/lojistas.

Também haverá promoções de queima de estoque para os modelos de coleções anteriores, com descontos na faixa de 20% a 40% sobre o valor final das peças.

4.2 PÚBLICO ALVO



Figura 15 – Imagem do público alvo.
Fonte: Domínio da Moda (2013)

4.2.1 Perfil do Consumidor

Mulheres na faixa etária entre 25 e 30 anos, pertencentes à classe de renda média alta (a nova classe B), com um perfil sensual, romântico e sofisticado. São pessoas antenadas às tendências de moda e que não abrem mão de peças de vestuário com design inovador e diferenciado para compor seus *looks* para as festas, privilegiando o uso de modelos com formas que valorizem a sua silhueta e com detalhes especiais nos recortes, decotes e bordados.

De personalidade forte, elas são objetivas e sabem o que querem no que diz respeito à sua vida profissional, pessoal e social. Gostam de cuidar da estética do corpo para se manterem sempre bonitas e sensuais e buscam fazer isso com atividades físicas e tratamentos de beleza.

Frequentam muitos eventos como festas de formaturas, casamentos e aniversários e adoram sair nas baladas com os amigos. Costumam de vez em quando fugir da agitação das grandes metrópoles indo a lugares mais calmos e tranquilos como fazendas, *resorts* e também em cruzeiros marítimos.

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendências (Socioculturais)

De acordo com Liger (2012), nota-se que as tendências são a interpretação das reações socioculturais que surgem em pontos diferentes do planeta. As macrotendências são grandes movimentos de cultura, com observação dos comportamentos da sociedade que influenciam na forma com que as pessoas pensam e consomem. Os estúdios estilísticos possuem equipes muito bem preparadas que pesquisam constantemente essas reações de comportamento e as interpretam em forma de tendências para os diversos âmbitos.

Segundo Popcorn (2007), a definição de uma tendência vem da sedimentação do conhecimento de diferentes especialistas. Para a autora, o estudo

do passado e do presente é que determina a direção que leva ao futuro. O futuro pode estar presente nas ações cotidianas mais frequentes, em que devemos decodificar a cultura: afinal o futuro consumidor não surge do nada, mas da confluência de fatores psicológicos, sociológicos, demográficos e econômicos, em que diferentes especialistas possuem as peças de um quebra-cabeça do que está por vir.

Antecipar as mudanças necessita de pesquisas permanentes para conseguir prever tendências de comportamento, em que produtos podem virar sucesso e tais mudanças podem fazer parte do cotidiano das pessoas. Sua solidificação representa diferentes desejos individuais concisos, contendo estabilidade suficiente para continuar avançando no mercado, tais como:

Formação de clãs: pessoas que compartilham interesses comuns – ideias, aspirações, vícios e lazer. Fazer parte de um grupo é algo para se orgulhar e interagir.

Aventura da fantasia: necessidade de escapadas emocionais para sair da rotina, buscando estímulos através do turismo, da alimentação ou da realidade virtual.

Feminina Mente: mulheres não pensam como os homens, são diferentes. Essa tendência reflete um novo conjunto de valores profissionais e sociais, estimulando-nos a alterar a consciência de marketing – de um modelo orientado para objetivos e hierárquico para um modelo baseado no cuidar, no compartilhar e no familiar.

99 Vidas: o ritmo frenético e a falta de tempo forçam as pessoas a assumirem vários papéis a fim de lidarem com a vida corrida e altamente tecnológica.

Consumidor vigilante: consumidores – que não toleram mais produtos de baixa qualidade, serviços ruins e mau atendimento – querem empresas com maior grau de consciência e responsabilidade, pois podem manipular o mercado através de pressão, protesto e política.

Para Pascaline (2013), estamos vivendo uma temporada em que o indivíduo olha para o futuro com determinação e tenacidade, buscando o novo através de experimentações inusitadas. Nessa era o homem reinventa e interpreta tudo, inclusive a natureza.

4.3.2 Microtendências (Estéticas)

As tendências estéticas, conhecidas como microtendências, também ajudam a determinar a forma de consumo. Na moda, elas costumam ser coisas mais específicas como a silhueta, a cor ou o material.

As microtendências para o verão 2014/2015 investem suas apostas na valorização dos processos e acabamentos *handmade*. As propostas apresentadas na última edição da *Première Vision Pluriel*, em Paris, reforçam esse conceito como a palavra-chave da temporada.

Como destaque aparecem os tecidos estampados, as rendas e as texturas dos materiais. A feminilidade é retratada nas rendas e nos bordados com materiais sofisticados e acabamentos refinados, com efeitos frescos de verão, trabalhados de forma “ecocompatível”. Há ainda as transparências suaves, com um trabalho minucioso que resgata os aspectos de riqueza.

As microtendências do verão 2014/2015 tratam de valorizar a sensação que os produtos irão provocar a quem for consumi-los, com materiais preciosos, assim como o processo artesanal que produz o objeto exclusivo.

Dentre elas há o destaque para o visual rústico com centro nas inspirações em Neo-Geo, que chama a atenção pela mistura dos padrões étnicos junto à alfaiataria. As matérias-primas recicladas ganham um novo *status* e são pontos fortes dessa tendência para as coleções dos grandes estilistas.

A madeira e o couro são as principais referências de inspirações para os materiais. Já para as cores, o foco está para os contrastes entre os diversos tons de azul, o uso do terracota como destaque e a aplicação de muitos coloridos junto às matizes neutras, suaves e de tons pastéis.

4.4 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.4.1 Delimitação Projetual

O produto vestuário de moda deve, na medida do possível, atender as diversas funções ao qual o Design considera como essenciais para todo projeto, como as necessidades estéticas, funcionais e simbólicas.

Para o alcance dessas metas, é importante que todo criador ou designer delimite o seu campo projetual, especificando os principais aspectos que serão articulados. Na sequência, apresentaremos esses aspectos conforme as necessidades a serem trabalhadas na coleção desse estudo.

4.4.2 Especificações do Projeto

A proposta visa o desenvolvimento de roupas para o segmento festas/feminino com peças que ofereçam diferenciais na modelagem, desenvolvida por meio de técnicas planas e tridimensionais.

O design dos modelos se pautará em pesquisas e informações de tendências de moda, que trabalharão as relações de cores, formas e matérias-primas buscando atender o estilo sofisticado, sensual, romântico e moderno das consumidoras da marca.

Com base nas diretrizes do *ecodesign*, trará como inovação a readequação do descarte das matérias-primas utilizadas na fabricação de estofados e de artigos para decoração para os produtos desse segmento, promovendo ainda ciclo de vida mais prolongado para os seus modelos em combinações feitas com peças do guarda-roupa do dia-a-dia.

4.4.2.1 Conceito da coleção

O conceito da coleção imerge em um universo de referências que exploram a força da mulher como mito, com sua sensualidade sendo ressaltada pelas transparências dos materiais. O luxo e a sofisticação são tratados sob a linha ecológica e sustentável e retrata a feminilidade da mulher nos detalhes dos recortes e nos ornamentos de bordados.

As peças são inspiradas na transformação do *vintage* em linguagem contemporânea, com olhar próprio e minucioso e a estética barroca está presente em peças exageradas na medida certa.

O couro determina o aspecto mais estruturado, rústico e ao mesmo tempo nobre, enquanto que as fibras naturais dão o toque de delicadeza e romantismo, servindo como plano de fundo para destacar a riqueza dos detalhes e dos acabamentos.

4.4.2.2 Nome da coleção

O nome da coleção é “Esmerado” e vem traduzir todos os aspectos de elegância, sofisticação, sensualidade e refinamento da mulher contemporânea em uma só palavra.

4.4.2.3 Referência da coleção

O Museu D`Orsay serve como referencial para a coleção da marca Goiaba Doce. Esse museu foi criado para abrigar exemplares de arte ocidental feitos no período de 1848 a 1914.

Localizado em Paris, na França, nas margens do rio Sena e dentro de uma antiga estação ferroviária (a Gare d' Orsay), o Museu D'Orsay foi construído no início do século XX e teve o seu ritmo mais frenético até os anos de 1939. Em 1986,

o prédio neoclássico reabriu para o público com obras de grandes mestres da arte mundial como Monet, Renoir, Rodin e Van Gogh. O museu possui um importante acervo do movimento impressionista e conta ainda com obras de outras épocas.

Apesar das pinturas serem as principais atrações para aqueles que o visitam, o museu também oferece a exposição de outras obras como a coleção de fotografias de arte decorativa, as peças do período *Art Nouveau*, além de possuir lindo espaço que abriga um acolhedor restaurante no primeiro andar.

4.4.2.4 Formas e estruturas (*shapes*)

As formas e estruturas adotadas para os vestuários se basearão nas silhuetas ajustadas e amplas e nas suas possibilidades de combinações. A linha será a longilínea, o que privilegiará a elegância do corpo feminino.

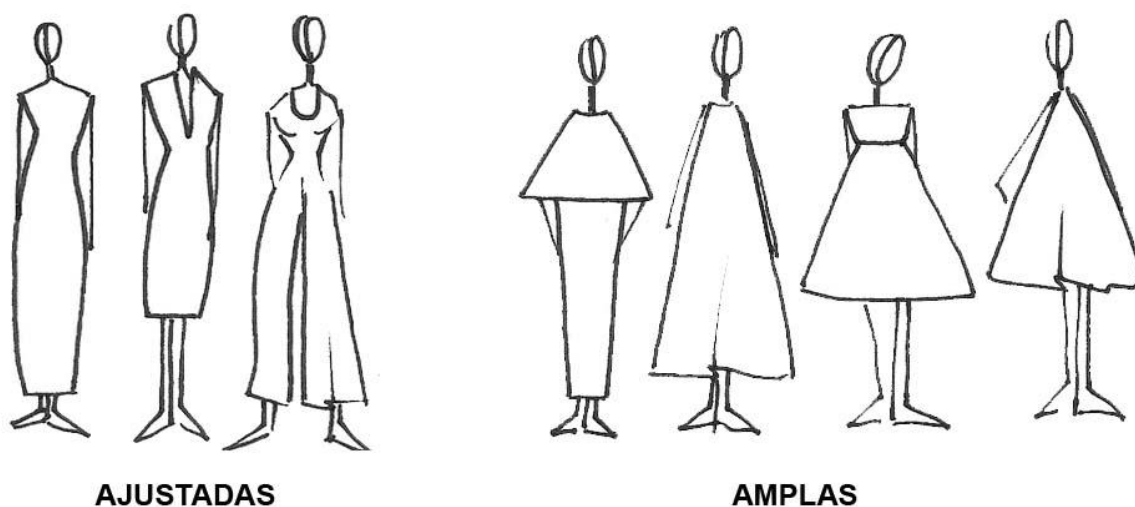


Figura 16 – *Shapes*.
Fonte: adaptado de Direção Criativa de Moda (2013)

4.4.2.5 Tecnologias

Quanto às tecnologias utilizadas no desenvolvimento de produtos, vale ressaltar algumas considerações feitas por Feghali e Dwyer (2001, p. 62) no que se refere a essas questões:

As inovações no processo produtivo na indústria têxtil estão relacionadas ao progresso tecnológico incorporado aos equipamentos, ao desenvolvimento de novas fibras e ao aprimoramento das já conhecidas. Os diversos graus de utilização dessas inovações afetam diretamente os custos finais dos produtos e, conseqüentemente, a competitividade industrial. (FEGHALI E DWYER, 2001, p. 62)

Dentre as tecnologias utilizadas para a fabricação dos produtos da coleção podemos destacar o corte à laser aplicado nos detalhes e acabamentos das peças de couro.

Também serão utilizados equipamentos e maquinários de uso comum no setor de confecção como máquinas industriais de costura do tipo reta e overloque. Na criação e no desenvolvimento dos modelos serão aplicados softwares gráficos para a viabilização da modelagem e do encaixe computadorizado e da elaboração dos desenhos planejados e das fichas técnicas.

4.5 BRIEFING



Figura 17 – *Briefing* da coleção.
Fonte: Almofadas & Bandejas (2013)

4.6 CARTELA DE CORES



Figura 18 – Cartela de cores.
Fonte: Das autoras (2013)

4.7 CARTELA DE MATERIAIS

4.7.1 Tecidos



Figura 19 – Cartela de materiais (tecidos).
Fonte: Das autoras (2013)

4.7.2 Aviamentos








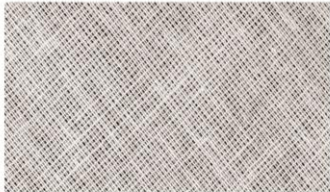


	
<p>Nome: Cristal Aurora Boreal Swaroviski Fornecedor: Laskani Importadora Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Cristal Lustroso Preciosa Fornecedor: Laskani Importadora Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Amêndoa Au four Fornecedor: Laskani Importadora Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Cristal Transparente Lined AB 2X Fornecedor: Laskani Importadora Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Strass Aurora Boreal Swaroviski Fornecedor: Laskani Importadora Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Cristal Transparente Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Barbatana Fornecedor: Vera Cruz Composição: 100% poliéster</p>	<p>Nome: Entretela Fornecedor: Vera Cruz Composição: 100% poliéster</p>
	
<p>Nome: Zíper Invisível Fornecedor: Vera Cruz Composição: 100% poliéster</p>	<p>Nome: Colchete Fornecedor: Vera Cruz Composição: Não há informações</p>

Figura 20 – Cartela de materiais (aviamentos 1).
Fonte: Das autoras (2013)

	
<p>Nome: Strass Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Vidrilho Aurora Boreal Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Pérola Aroz Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Missanga Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Pérola Pequena Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Pérola Média Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>
	
<p>Nome: Pérola Grande Fornecedor: Gemma Bijoux Composição: Não há informações</p>	<p>Nome: Penas Fornecedor: Sítio Rovina Composição: Não há informações</p>

Figura 21 – Cartela de materiais (aviamentos 2).
Fonte: Das autoras (2013)

4.8 MIX DA COLEÇÃO

MIX	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA	TOTAL
<i>Tops</i>	-	5	4	9
<i>Bottons</i> (curtos)	6	-	1	7
<i>Bottons</i> (longos)	11	5	3	19
<i>Body's</i>	1	1	2	4
<i>Dresses</i> (curtos)	-	6	2	8
<i>Dresses</i> (longos)	-	2	2	4
Complementos (cintos)	-	8	3	11
TOTAL	18	27	17	62

Tabela 2 – *Mix* da coleção
 Fonte: Das autoras (2013)

4.9 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS: CROQUIS

4.9.1 Look 01



Figura 22 – Geração de alternativas (look 01).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.2 Look 02



Figura 23 – Geração de alternativas (look 02).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.3 Look 03

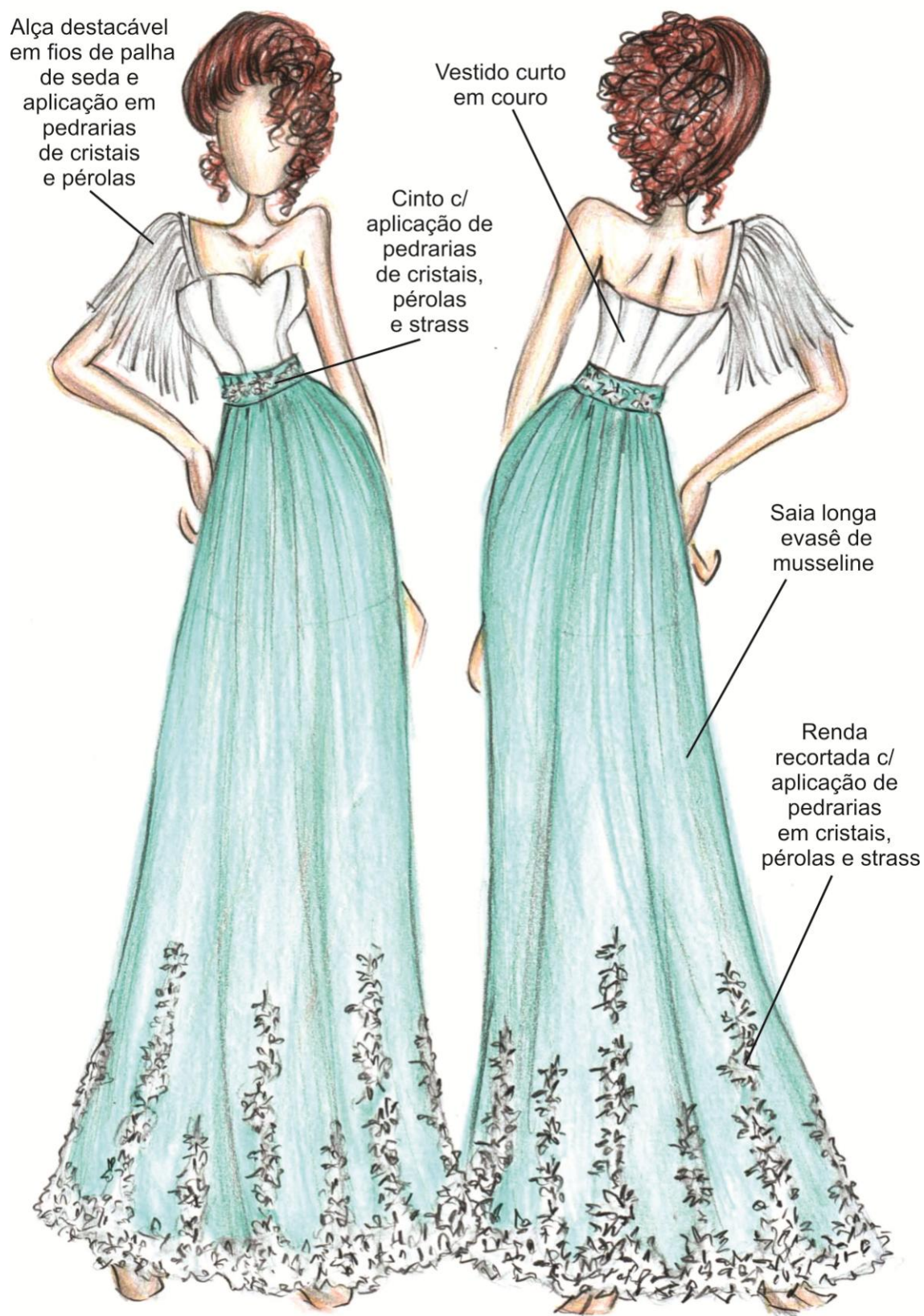


Figura 24 – Geração de alternativas (look 03).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.4 Look 04

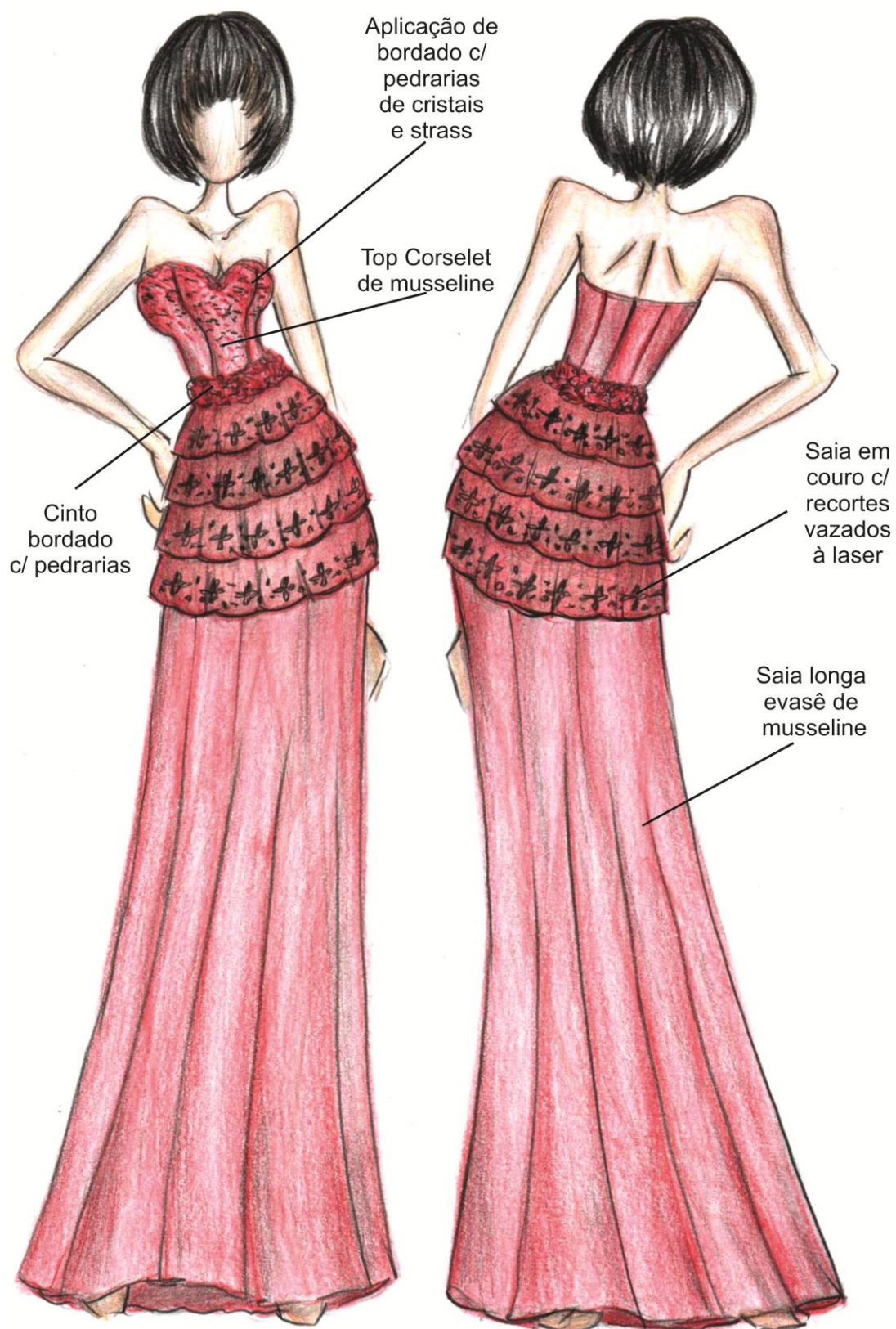


Figura 25 – Geração de alternativas (look 04).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.5 Look 05



Figura 26 – Geração de alternativas (look 05).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.6 Look 06



Figura 27 – Geração de alternativas (look 06).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.7 Look 07



Figura 28 – Geração de alternativas (look 07).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.8 Look 08

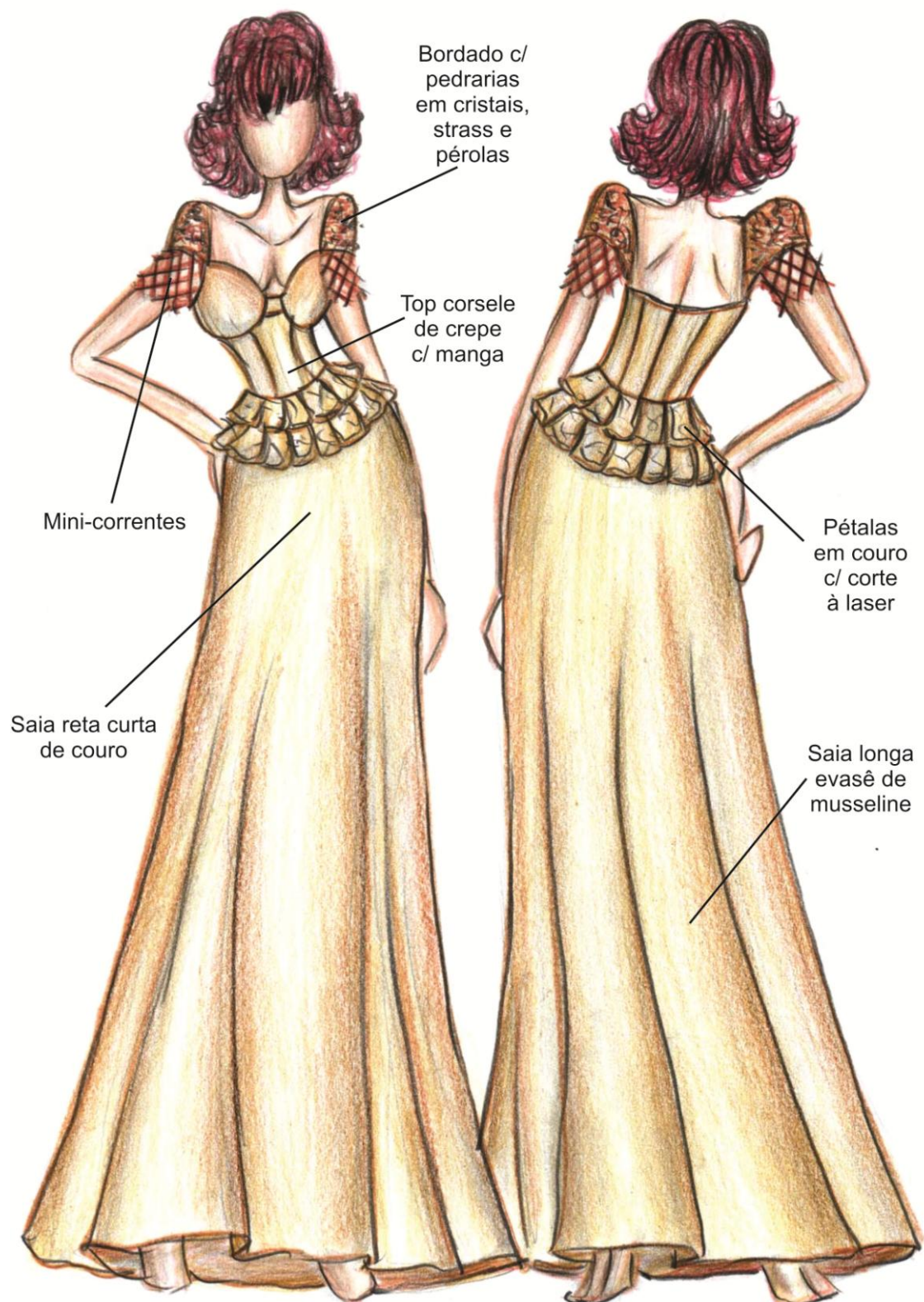


Figura 29 – Geração de alternativas (look 08).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.9 Look 09



Figura 30 – Geração de alternativas (look 09).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.10 Look 10



Figura 31 – Geração de alternativas (look 10).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.11 Look 11



Figura 32 – Geração de alternativas (look 11).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.12 Look 12

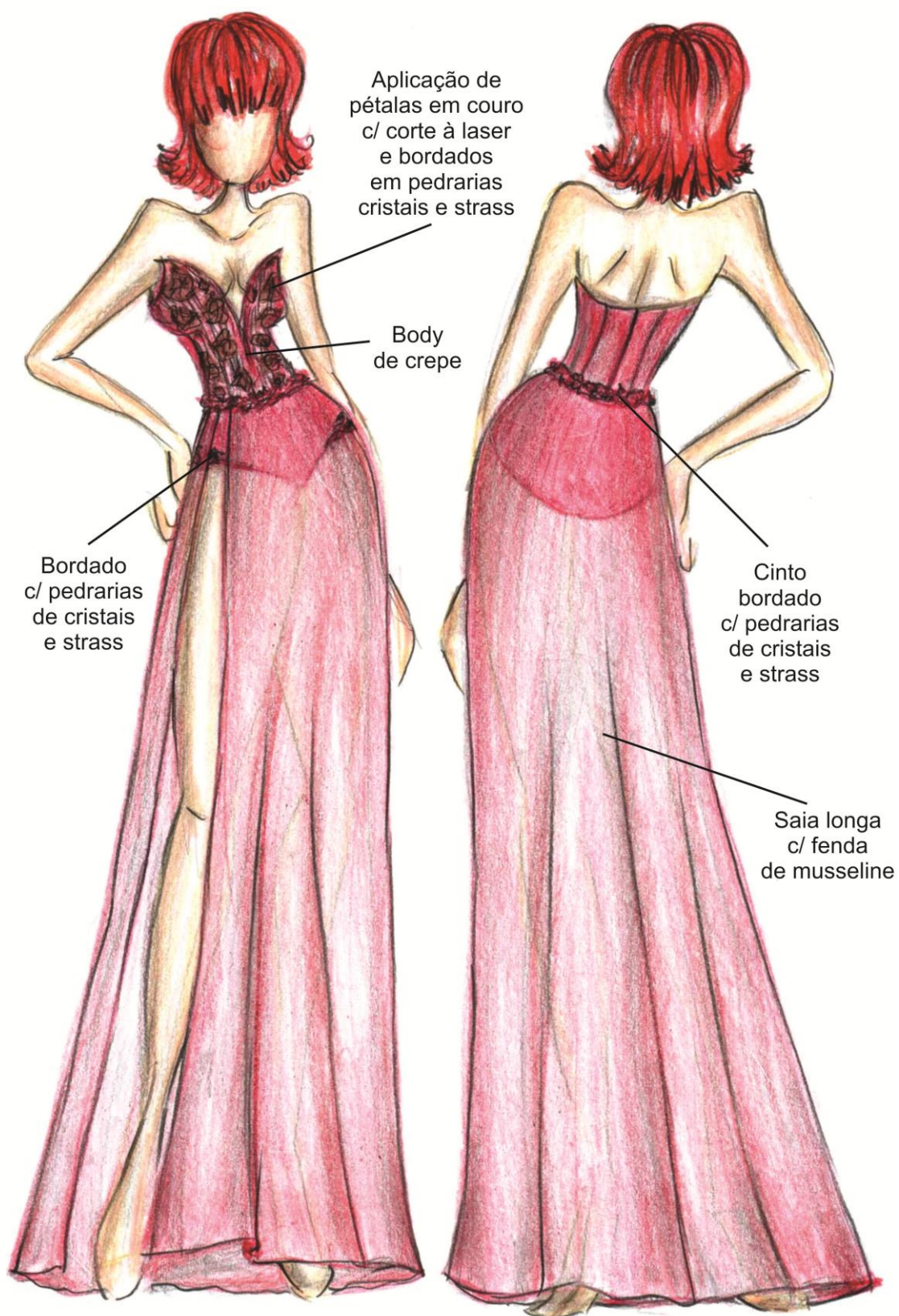


Figura 33 – Geração de alternativas (look 12).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.13 Look 13



Figura 34 – Geração de alternativas (look 13).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.14 Look 14

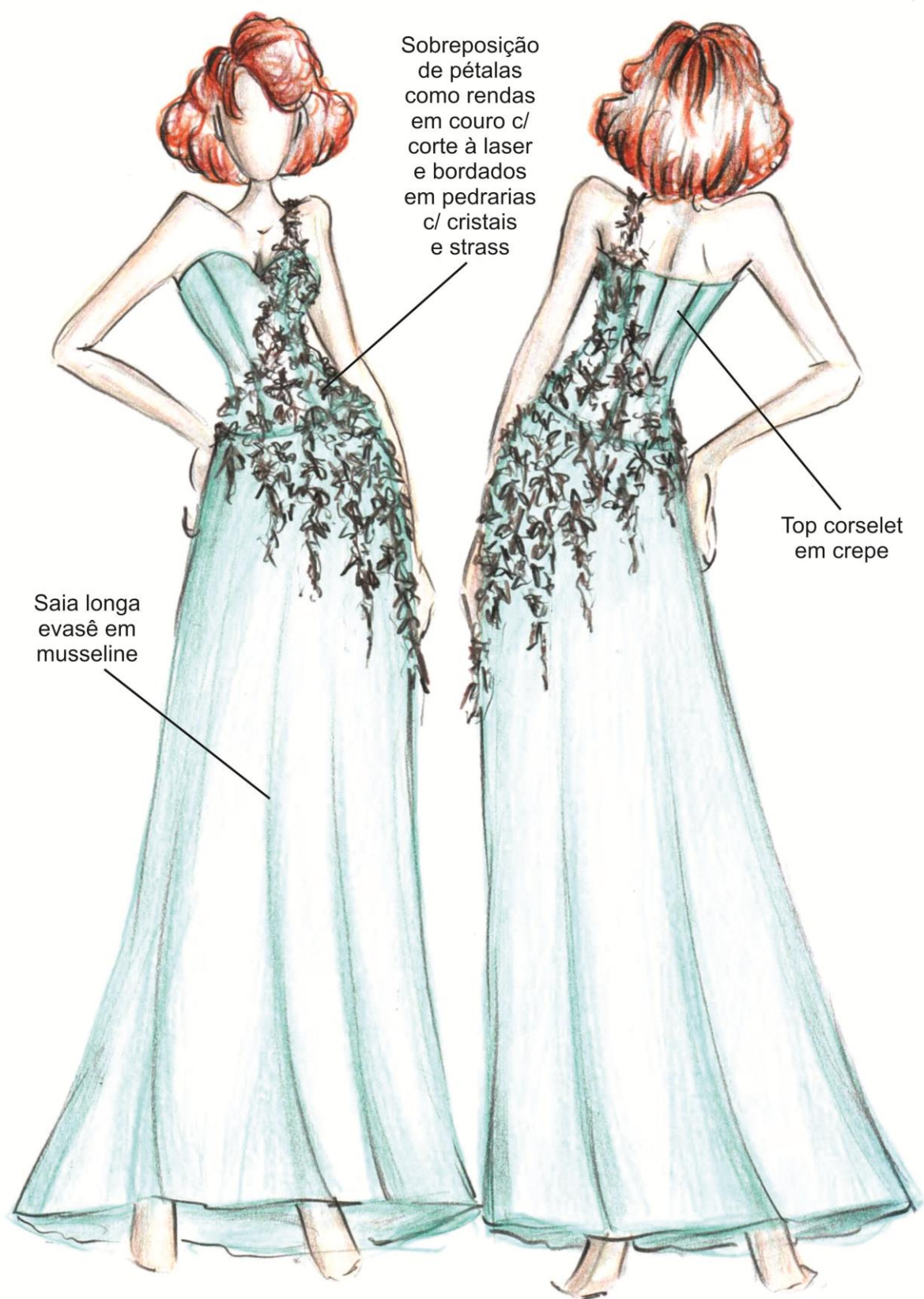


Figura 35 – Geração de alternativas (look 14).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.15 Look 15



Figura 36 – Geração de alternativas (look 15).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.16 Look 16



Figura 37 – Geração de alternativas (look 16).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.17 Look 17



Figura 38 – Geração de alternativas (look 17).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.18 Look 18



Figura 39 – Geração de alternativas (look 18).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.19 Look 19

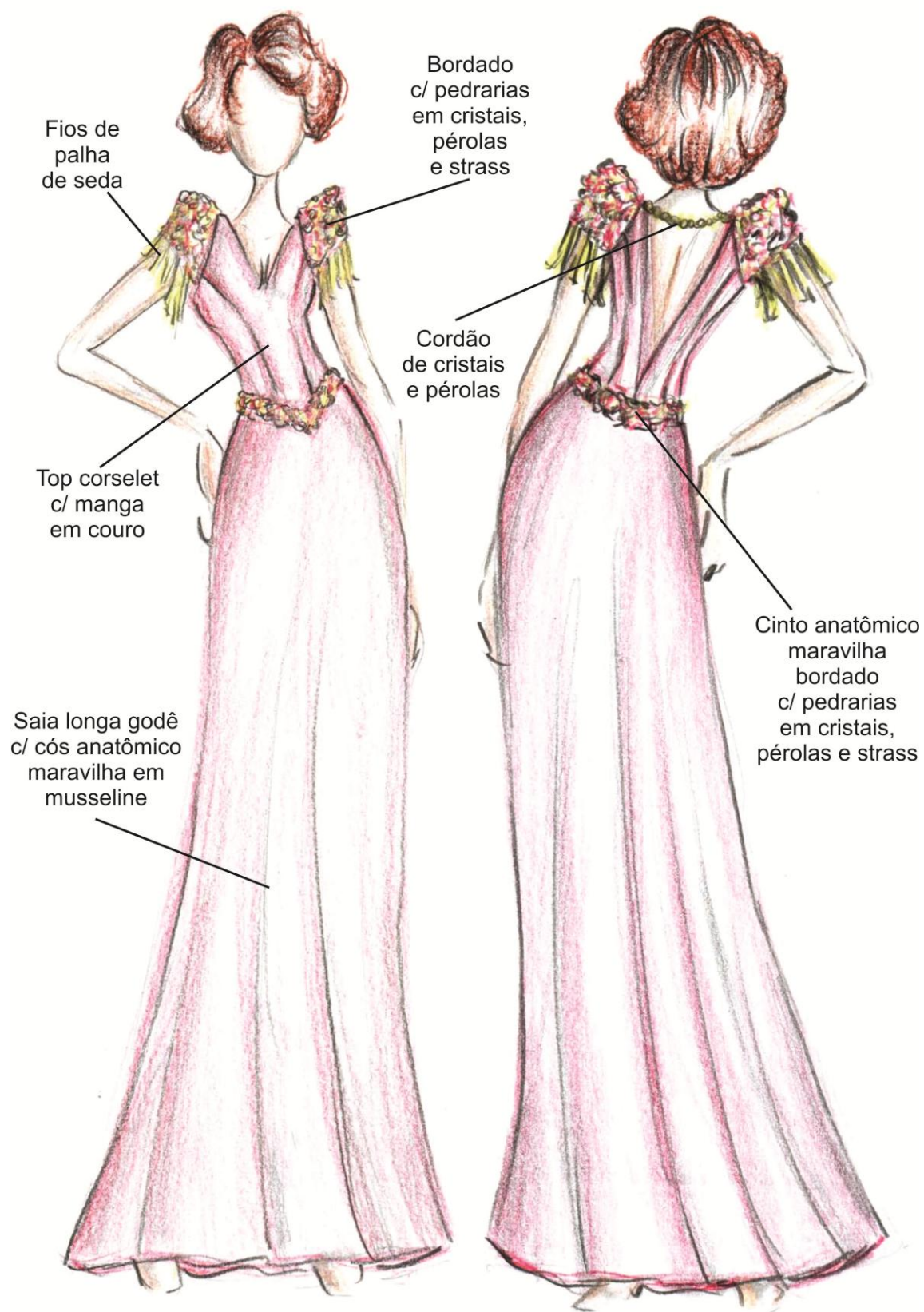


Figura 40 – Geração de alternativas (look 19).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.20 Look 20

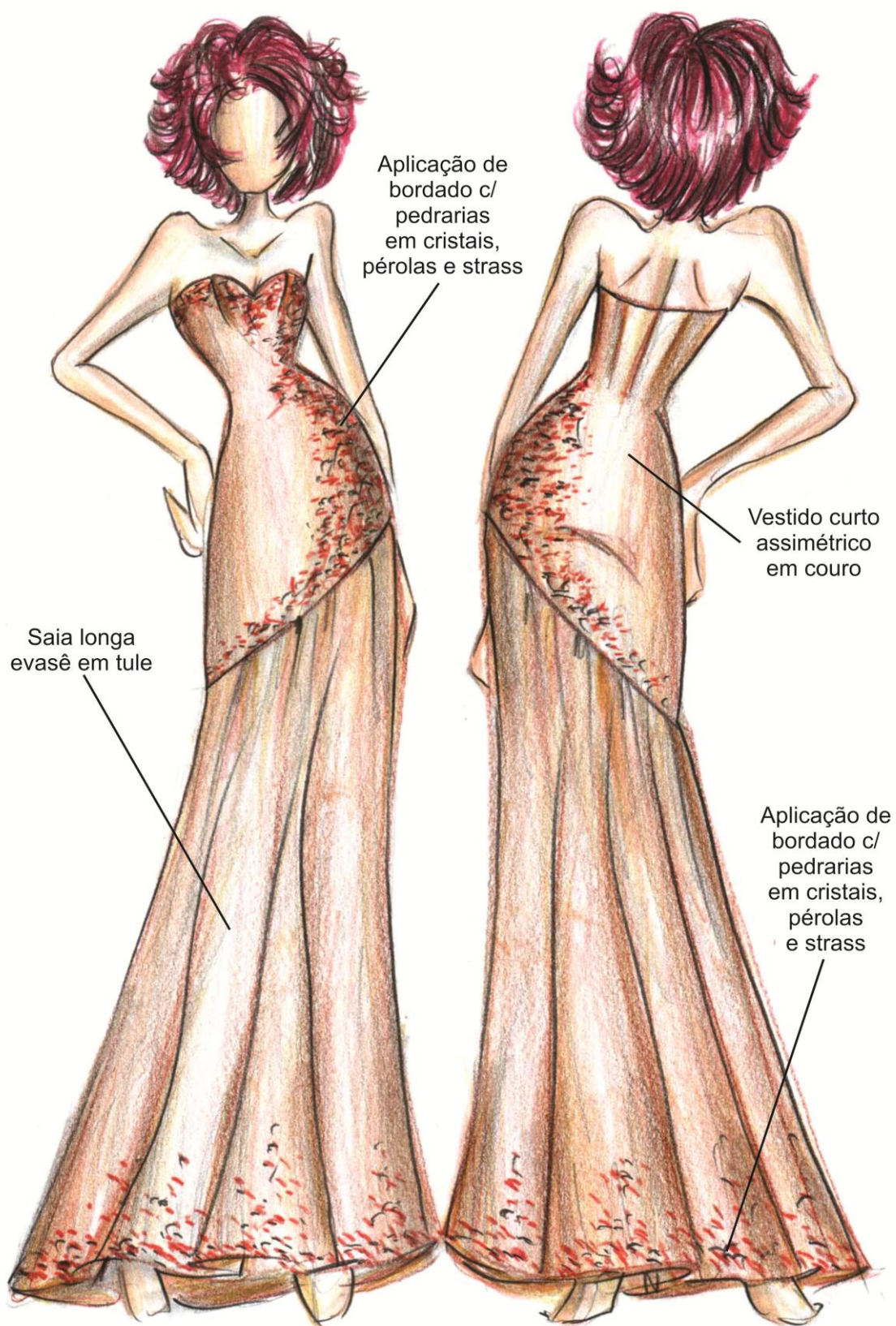


Figura 41 – Geração de alternativas (look 20).
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.21 Look 21



Figura 42 – Geração de alternativas (look 21)
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.22 Look 22

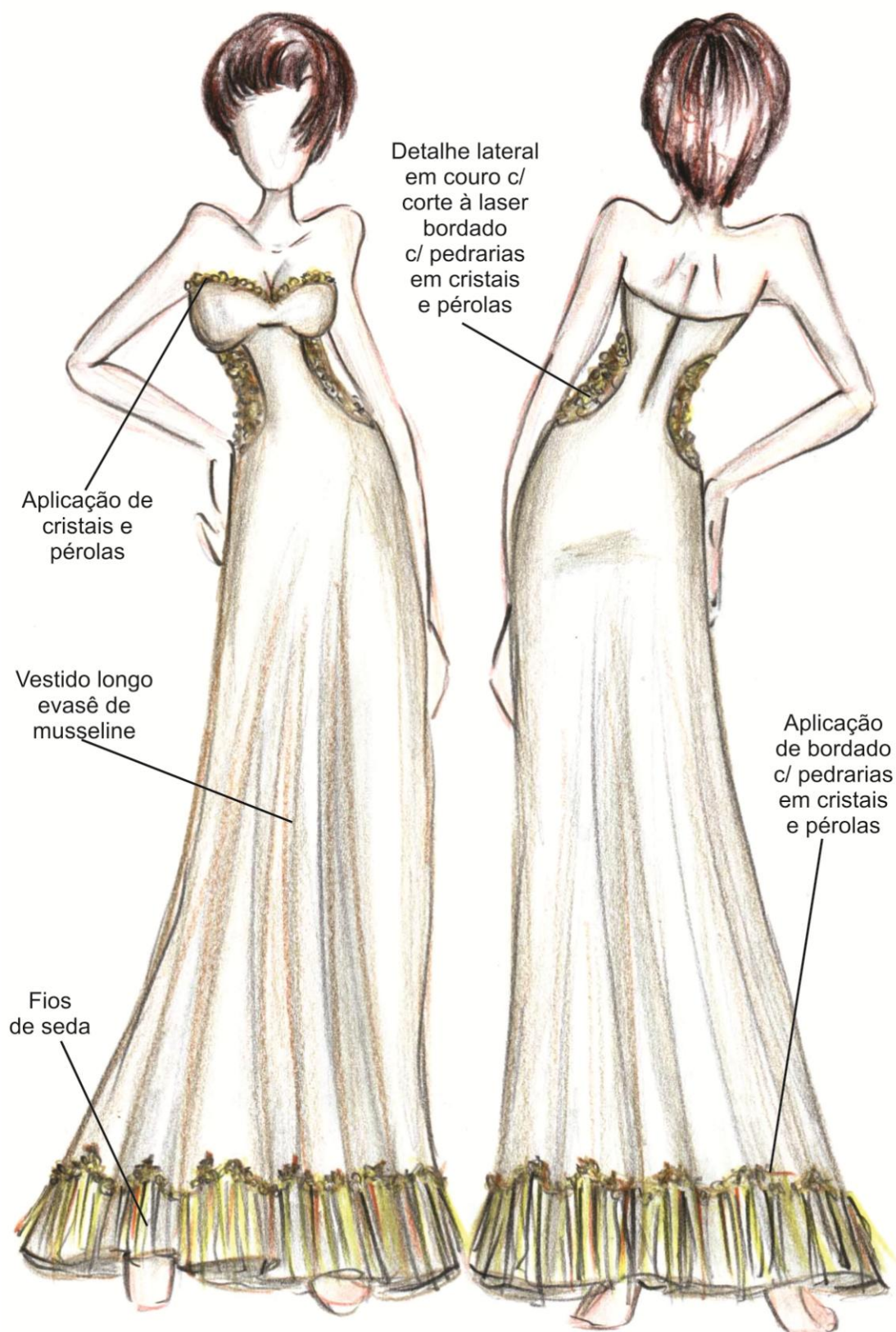


Figura 43 – Geração de alternativas (look 22)
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.23 Look 23



Figura 44 – Geração de alternativas (look 23)
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.24 Look 24



Figura 45 – Geração de alternativas (look 24)
Fonte: Das autoras (2013)

4.9.25 Look 25

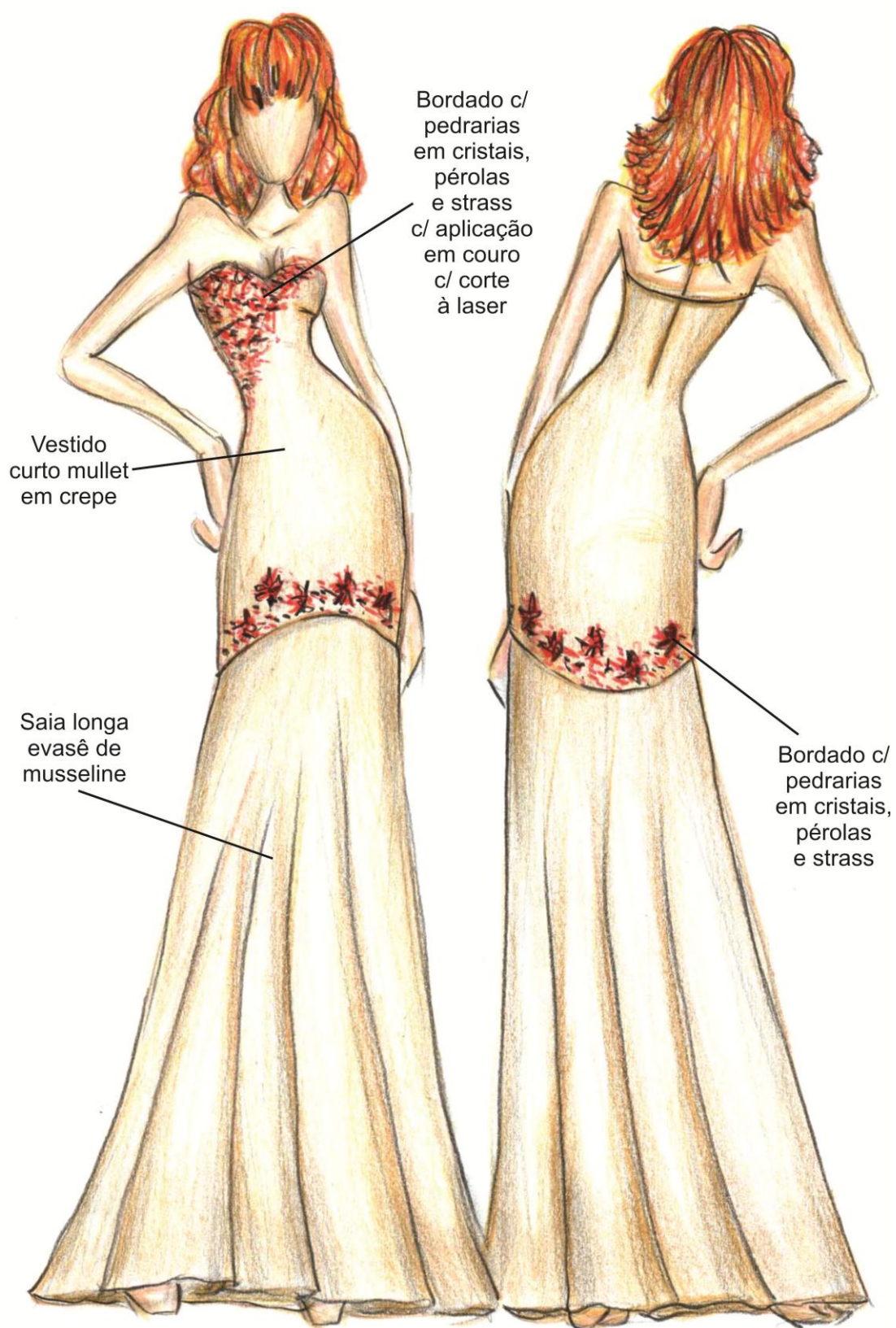


Figura 46 – Geração de alternativa (*look 25*)
Fonte: Das autoras (2013)

4.10 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

4.10.1 Modelo 1 – 1º Look Selecionado



Figura 47 - 1º look selecionado (top corselet, cinto, saia curta e saia longa).
Fonte: Das autoras (2013)

O primeiro *look* selecionado trata-se de uma combinação de quatro peças que tem como objetivo a estruturação de um vestido. O conjunto é composto por um *top corselet* ornado com detalhes de pétalas de couro feitas com corte à laser e uma saia reta curta, ambos confeccionados com crepe “off white”. Sobre a saia menor há a sobreposição de uma saia longa em linha evasê feita com musseline “off white” com detalhes de bordados de palha de seda aplicados na barra com gotas de cristal e pérolas. Um cinto bordado serve ainda como elemento complementar na produção final desse *look*, composto por bordados em pedrarias.

4.10.2 MODELO 2 – 2º LOOK SELECIONADO



Figura 48 - 2º look selecionado (vestido curto e saia removível).
Fonte: Das autoras (2013)

O segundo *look* selecionado é um conjunto de duas peças que tem como finalidade a estruturação de um vestido longo. O conjunto é composto por um vestido curto ornado com detalhes de pétalas de couro feitas com corte à laser em toda a parte frontal e com aplicação de penas e plumas na barra. Uma saia removível em tule pode ser acoplada no vestido curto para formar a estrutura do outro traje.

4.10.3 Modelo 3 – 3º Look Selecionado

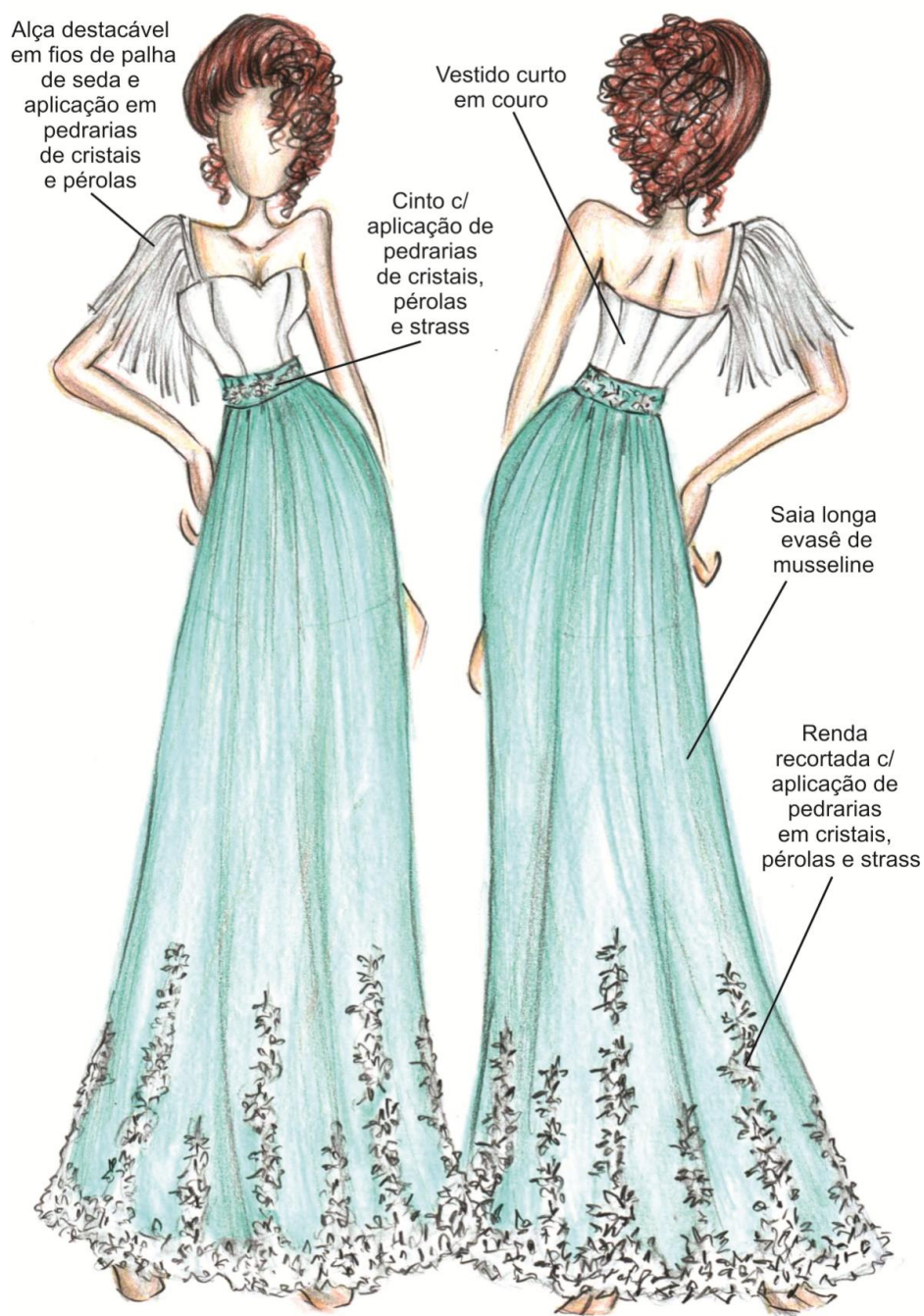


Figura 49 - 3º look selecionado (vestido curto, cinto e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O terceiro *look* selecionado é uma combinação por três peças que compõem um vestido longo. Constitui-se de um vestido tubinho curto decotado tipo tomara-que-caia, com alça removível feita com palha de seda – detalhe diferencial do modelo. Há ainda o cinto com aplicação de bordado com pedrarias e a saia longa, que recebe a aplicação de rendas recortadas e bordados em pedrarias.

4.10.4 MODELO 4 – 4º LOOK SELECIONADO

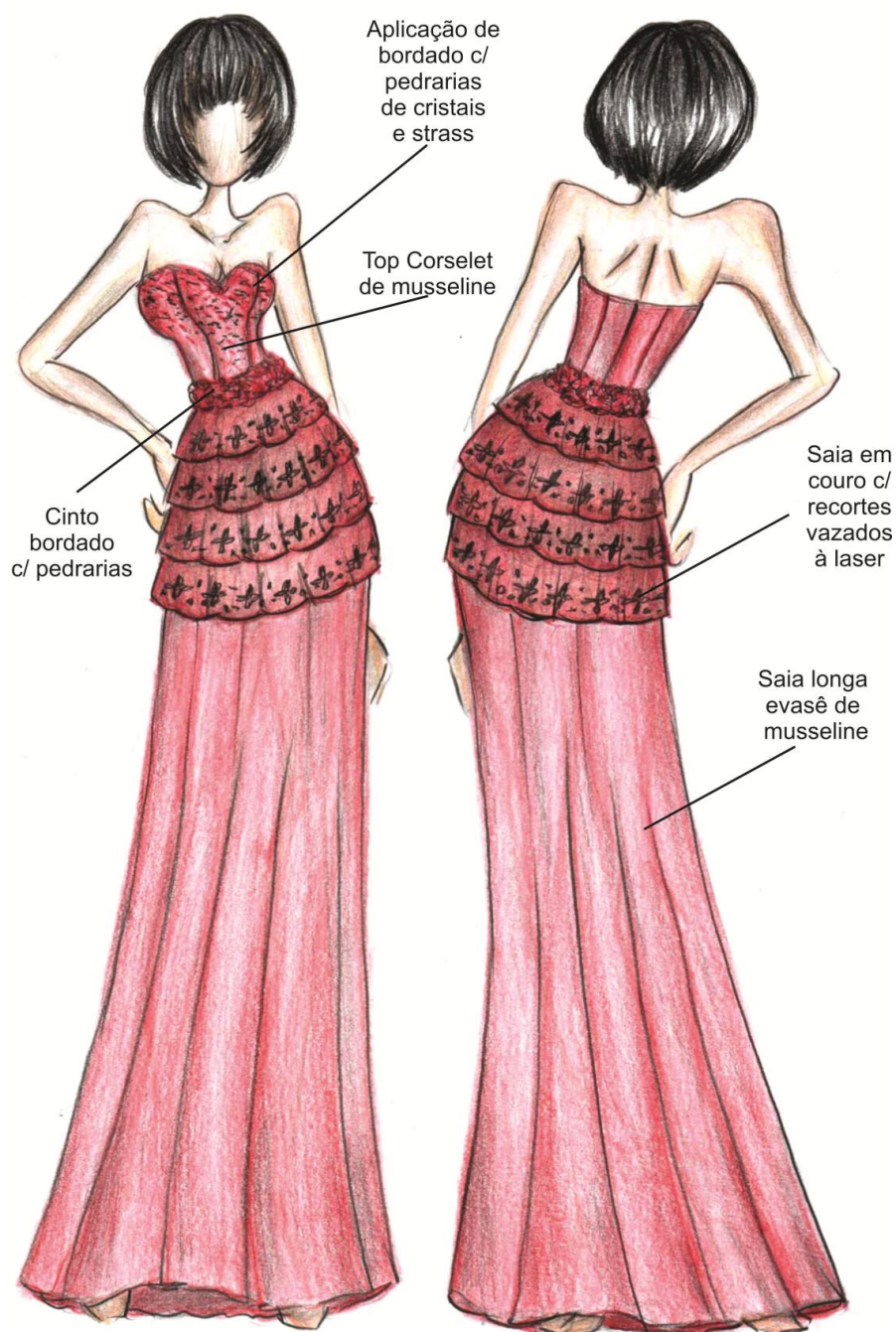


Figura 50 - 4º look selecionado (*top corselet*, cinto, saia curta e saia longa).
Fonte: Das autoras (2013)

O quarto *look* selecionado é formado por um conjunto de quatro peças que juntas formam um vestido longo. É constituído por um *top corselet* e um cinto com aplicação de bordado com pedrarias em cristais e strass. A saia curta em camadas é confeccionada em couro e tem detalhes vazados feitos com corte à laser. Uma saia longa evasê material fluído para dar leveza, complementa o *look* final.

4.10.5 MODELO 5 – 5º LOOK SELECIONADO



Figura 51 - 5º look selecionado (*top corselet*, cinto, saia curta e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O quinto *look* selecionado trata-se de uma combinação de quatro peças que formam um vestido longo muito elegante e sofisticado. O conjunto é composto por um *top corselet* ornado com bordado em pedrarias no decote e aplicações salpicadas de pedrarias sobre a parte frontal. Há ainda o cinto todo bordado com pedrarias que é sobreposto por cima de uma saia curta usada ao mesmo tempo com outra saia mais longa, constituída de três camadas que são mais curtas na frente e com o comprimento mais longo na parte de trás.

4.10.6 Modelo 6 – 6º Look Selecionado



Figura 52 - 6º look selecionado (vestido curto, cinto e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O sexto *look* selecionado constitui-se de um conjunto de três peças que juntas resultam em um vestido longo. O *look* é formado por um vestido curto acinturado com aplicação de bordado em pedrarias que vai do decote até a face frontal da parte superior da peça. O cinto – com comprimento maior – possui um desenho todo elaborado em curvas e também é todo bordado com pedrarias. Quando sobreposto junto à saia longa, com modelagem ampla e fluída, forma um detalhe assimétrico e diferenciado no modelo.

4.10.7 MODELO 7 – 7º LOOK SELECIONADO

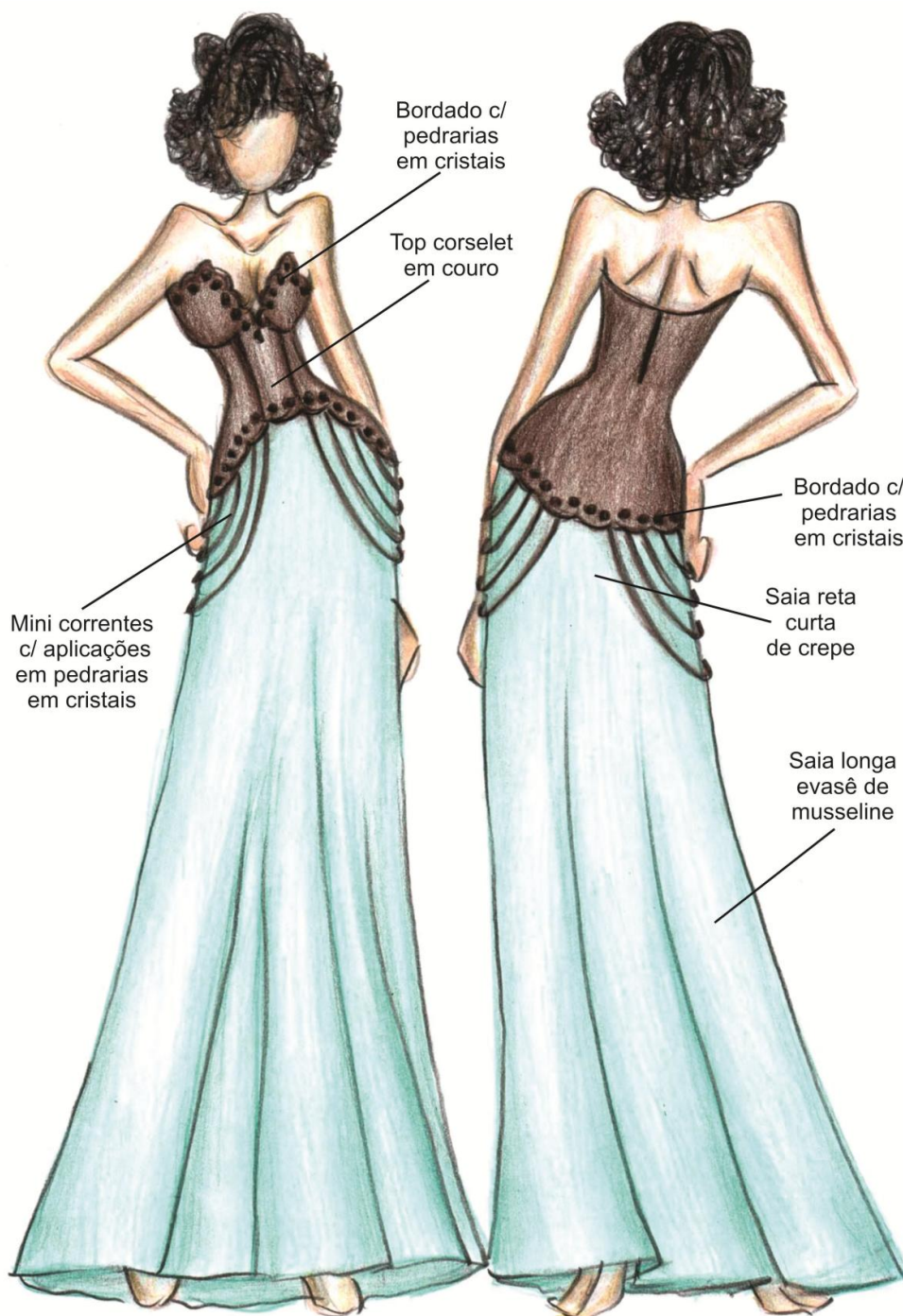


Figura 53 - 7º *look* selecionado (top corselet, saia curta e saia longa).
Fonte: Das autoras (2013)

O sétimo *look* selecionado constitui-se de um conjunto de três peças que juntas resultam em um vestido longo. O *look* é formado por um top corselet em couro acinturado com aplicação de bordado em pedrarias como cristais, no decote e na barra da peça, e na mesma aplicações de mini correntes, uma saia curta em crepe, quando sobreposto junto à saia longa evasê, com modelagem ampla e fluída.

4.10.8 Modelo 8 – 8º Look Selecionado

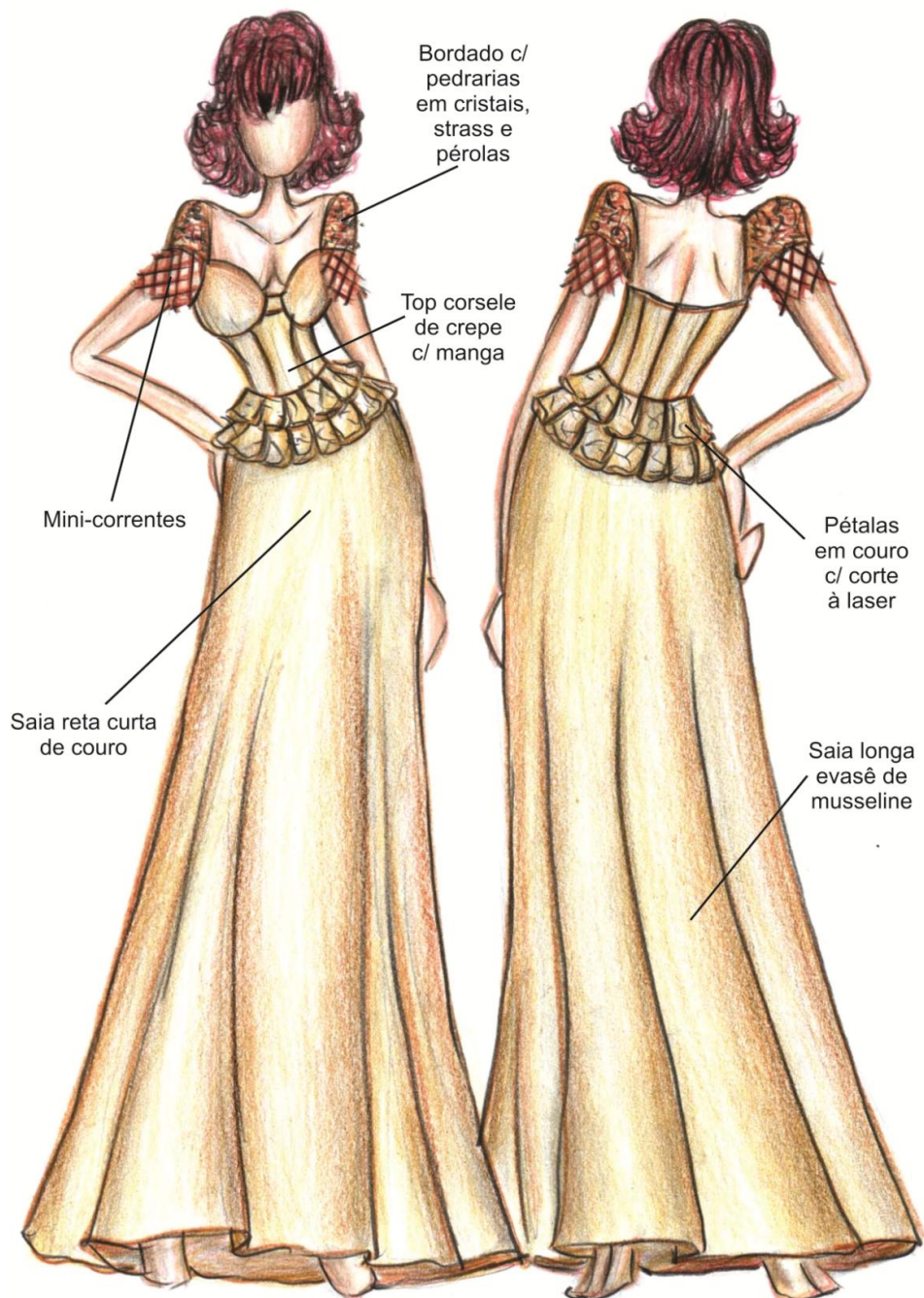


Figura 54 – 8º *look* selecionado (top corselet, saia curta e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O oitavo *look* selecionado constitui-se de um conjunto de três peças que juntas resultam em um vestido longo. O *look* é formado por um top corselet com aplicações em pétalas com corte à laser em couro acinturado e com aplicação de bordado em pedrarias na manga da peça, uma saia curta, quando sobreposto junto à saia longa, com modelagem ampla e fluída, forma um detalhe diferenciado no modelo.

4.10.9 Modelo 9 – 9º Look Selecionado



Figura 54 - 9º look selecionado (body, cinto e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O não *look* selecionado constitui-se de um conjunto de três peças que juntas resultam em um vestido longo. O *look* é formado por um body com aplicações em couro com corte à laser e com bordados em pedrarias na alça da peça, e uma saia longa quando sobreposto junto ao body, com modelagem ampla e assimétrico e diferenciado no modelo. O cinto – com comprimento maior – possui um desenho todo elaborado em curvas e também é todo bordado com pedrarias.

4.10.10 MODELO 10 – 10º LOOK SELECIONADO



Figura 55 - 10º *look* selecionado (top corselet, cinto, saia curta e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O décimo *look* selecionado constitui-se de um conjunto de quatro peças que juntas resultam em um vestido longo. O *look* é formado por um top corselet curto como modelo de cropped em couro com corte à laser acinturado e com aplicação de bordado em pedrarias na peça, uma saia curta e uma saia longa. O cinto fino e delicado com um centímetro – possui um desenho todo elaborado em curvas e também é todo bordado com pedrarias.

4.10.11 MODELO 11 – 11º LOOK SELECIONADO



Figura 56 - 11º look selecionado (vestido longo com detalhe alça removível).
Fonte: Das autoras (2013)

O décimo primeiro *look* selecionado constitui-se de um vestido longo acinturado e de uma alça removível, sendo esta cortada à laser em couro com aplicações de bordados e pedrarias, quando sobreposto junto, com modelagem ampla e assimétrica e diferenciado no modelo.

4.10.12 MODELO 12 – 12º LOOK SELECIONADO

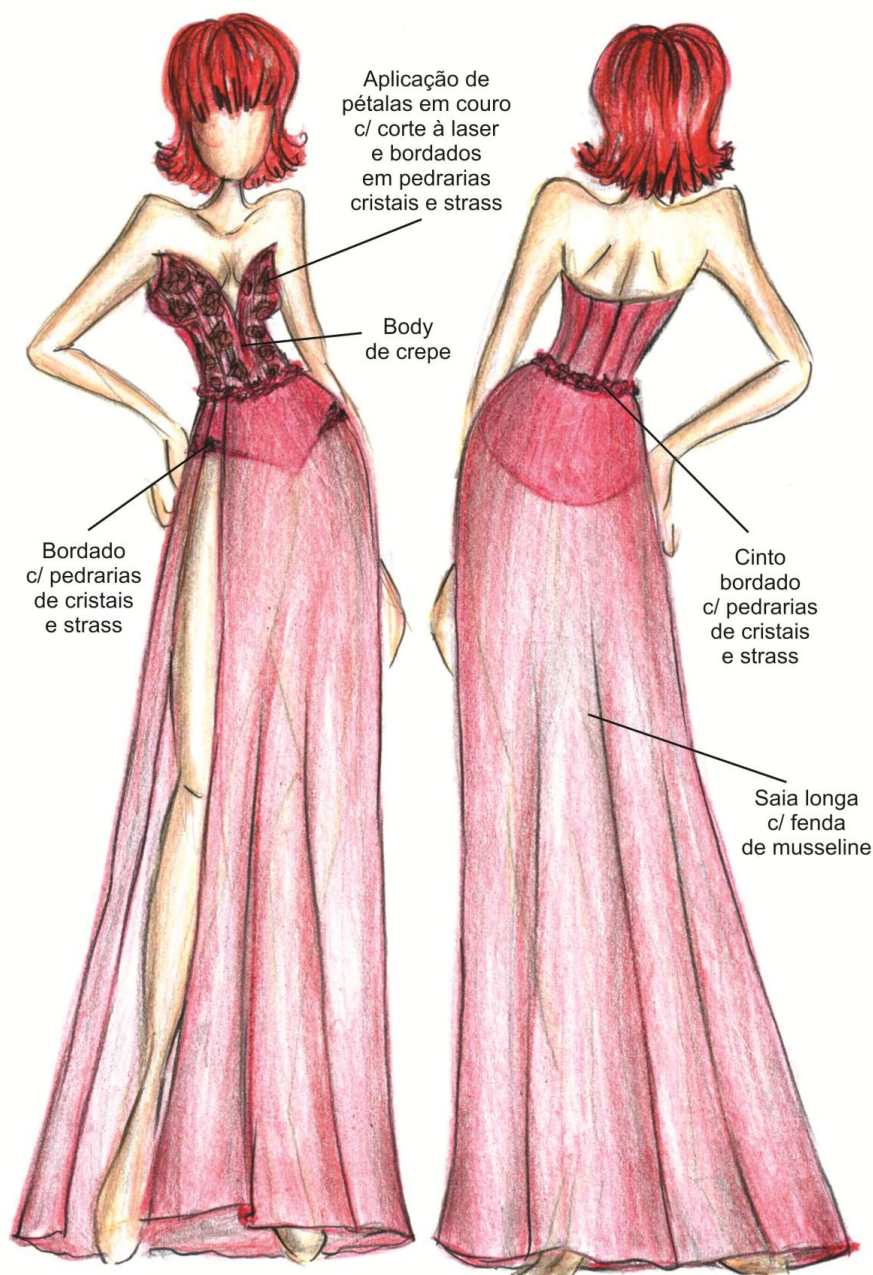


Figura 57 - 12º look selecionado (*top corselet*, cinto e saia longa).
 Fonte: Das autoras (2013)

O décimo segundo *look* selecionado trata-se de uma combinação de três peças que formam um vestido longo muito elegante e sofisticado. O conjunto é composto por um *body* ornado com bordado em pedrarias no decote e aplicações salpicadas em pétalas de couro com corte à laser e pedrarias sobre a parte frontal. Há ainda o cinto todo bordado com pedrarias que é sobreposto por cima de uma saia mais longa, constituída com uma fenda na frente e com o comprimento mais longo na parte de trás.

4.11 FICHA TÉCNICA

4.11. 1 - FICHA TÉCNICA – LOOK 1 CONFECCIONADO – TOP CORSELET - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	1m / 100% poliéster	off-white	Santa Rita Decor
Cetim	1m / 100% poliéster	branco	Santa Rita Decor
Couro	100% couro	whisky	Bancours

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível de encaixe 40 cm	100% poliéster	1	branco	Vera Cruz
colchete		1	niquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	30 m	off-white	Vera Cruz
fio	100% poliéster	65 m	off-white	Vera Cruz
barbatana		1,70m	branca	Vera Cruz
entretela polisecc	100% poliéster	1m	branco	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filinho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS**OBSERVAÇÕES**

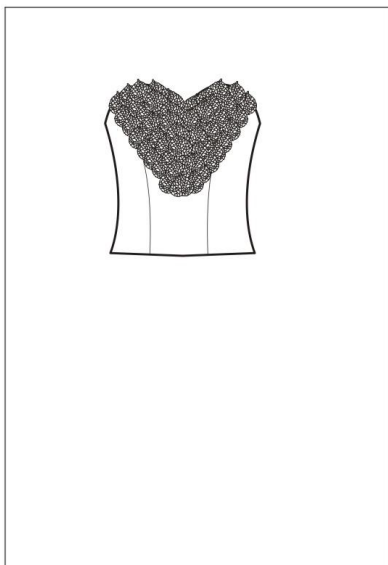
O couro foi cortado em formato de folhas a laser para ser bordado no top corselet

Figura 58 – Ficha técnica Top corselet - Frente (look 1)

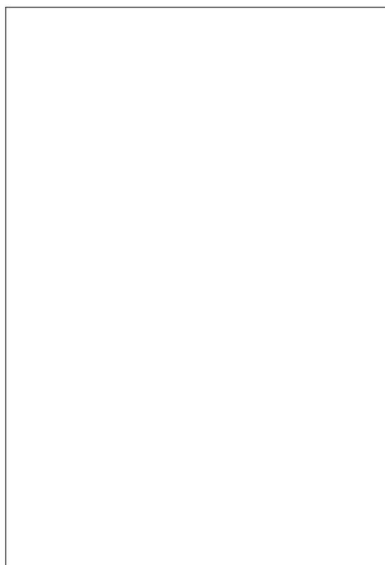
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/06/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 200-001
Tamanho: 38	N. de peças: 1/4	Modelo: Top Corselet	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

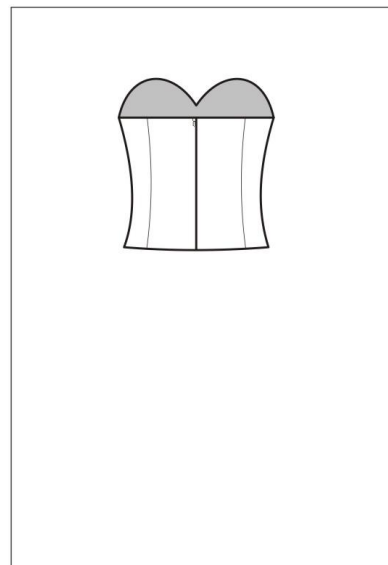
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 59 – Ficha técnica *Top corselet - Costa (look 1)*

Fonte: Das autoras (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência:200-001

Modelo: Top Corselet

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Separar as peças pelo avesso	manual	2 min		
	Entretelar cada peça	pressa térmica	5 min		
	Unir frente e laterais com costura francesa	reta	3 min		
	Repetir o processo no forro	reta	3 min		
	Deixar aberto somente centro costa				
	Fazer túneis para a barbatana	reta	5 min		
	Passar a barbatana pelo túnel e arredondar as extremidades	manual	2 min		
	Una toda a parte superior dos dois com costura reta	reta	2 min		
	Colocar o Ziper	reta	5 min		
	Fechar a barra deixando uma abertura para virar do direito	reta	3 min		
	Feche a abertura	reta	2 min		
	Colocar colchete	manual	2 min		
	Passar	ferro	1 min		

Data 20 / 06 / 2013Nome dos integrantes MatildeFigura 60 – Ficha técnica *Top corselet* - Sequência operacional (*look 1*)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 2 - FICHA TÉCNICA – LOOK 1 CONFECCIONADO – CINTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO			
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES
Crepe	20cm / 100% poliéster		off-white

AVIAMENTO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES
entretela polisecc	100% poliéster		1	branco
colchete			2	niquel
linha	100% poliéster		3 m	off-white

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

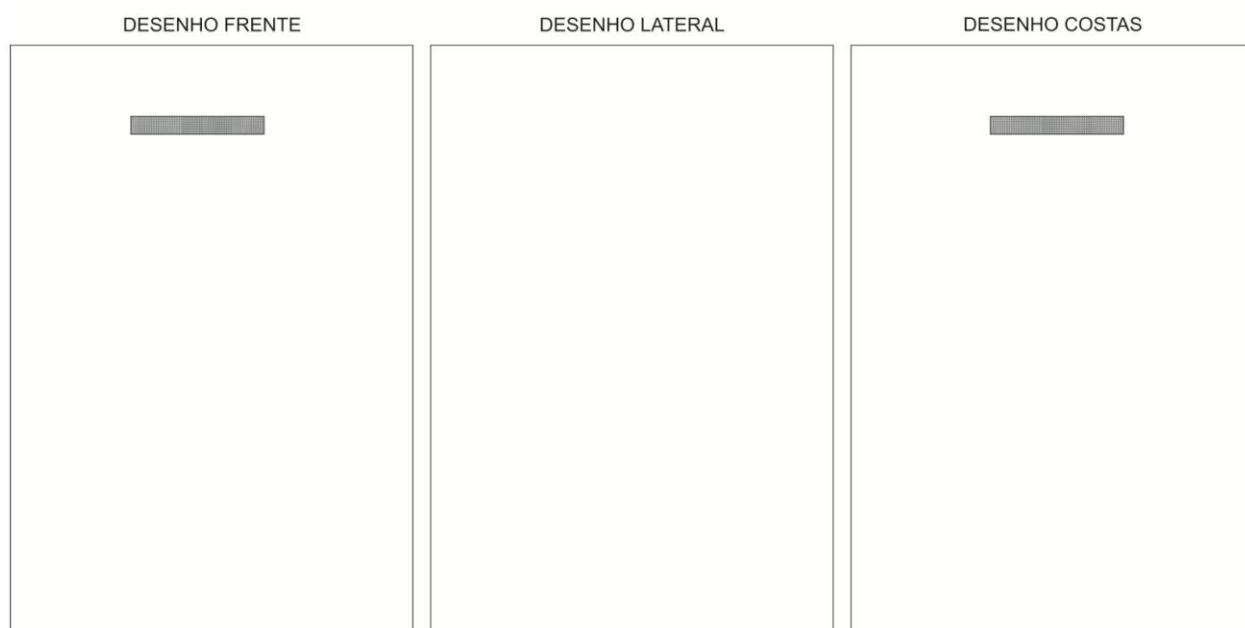
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO	
TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS	OBSERVAÇÕES

Figura 61 – Ficha técnica Cinto – Frente (look 1)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>20 / 06 / 2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 100-001
Tamanho: 38	N. de peças: 4/4	Modelo: Cinto	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

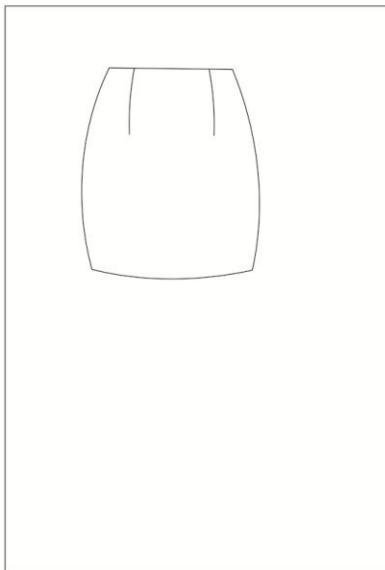


OBSERVAÇÕES

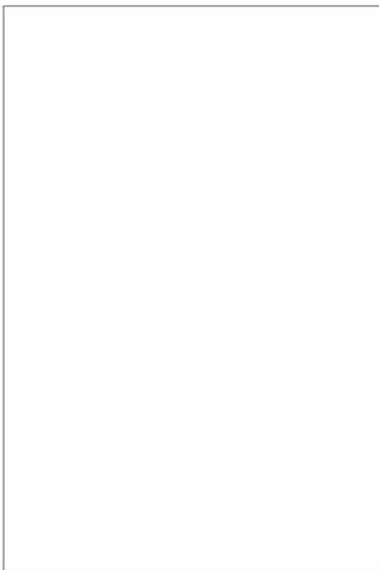
Figura 62 – Ficha técnica Cinto – Costa (*look 1*)
 Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/06/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-001
Tamanho: 38	N. de peças: 2/4	Modelo: Saia Curta Básica	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

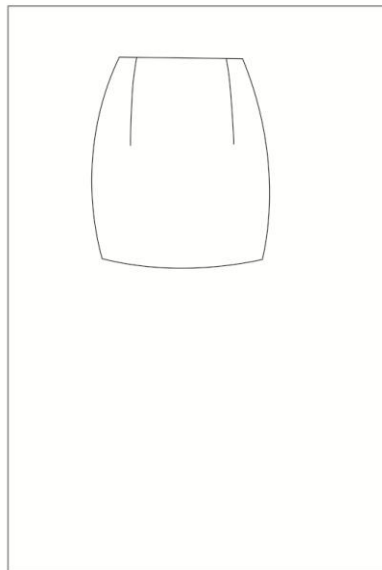
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 65 – Ficha técnica Saia curta – Costa (*look 1*)
 Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/06/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-002
Tamanho: 38	N. de peças: 3/4	Modelo: Saia Longa com Bordado em Pedraria e Palha de seda	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

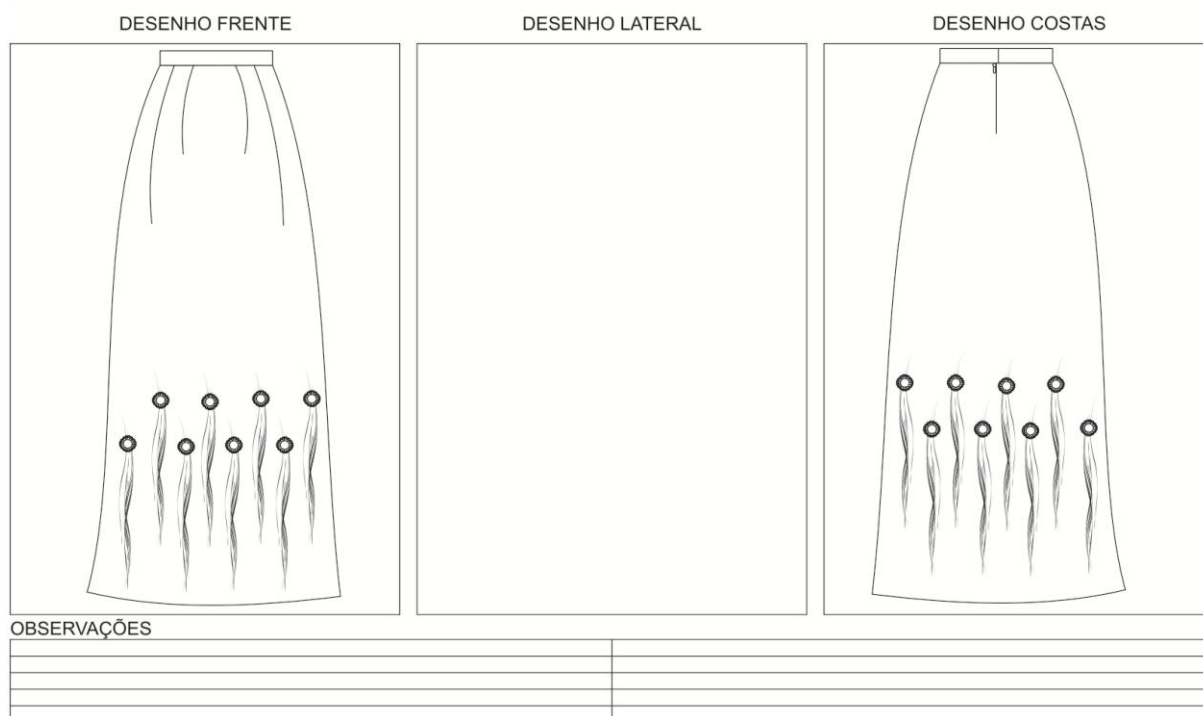


Figura 68 – Ficha técnica Saia longa – Costa (*look 1*)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 5 - FICHA TÉCNICA – LOOK 2 CONFECCIONADO – VESTIDO CURTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	1m / 100% poliéster		capuccino	Santa Rita Decor
Cetim	1 m / 100% poliéster		capuccino	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível 40 cm	100% poliéster		1	capuccino	Vera Cruz
colchete			13	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster		30m	bege	Vera Cruz
fio	100% poliéster		25 m	bege	Vera Cruz
Babatana			110cm		Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filinho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

Barra bordada com cristais, perolas e strass .

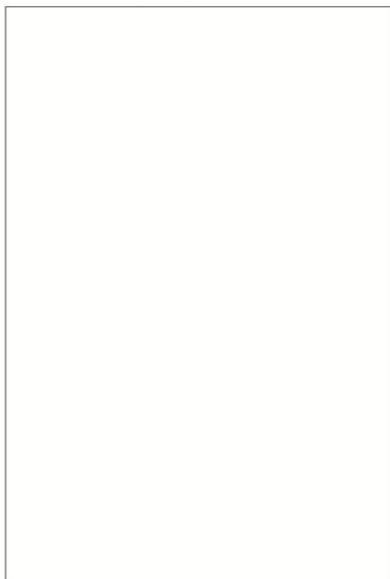
Figura 70 – Ficha técnica Vestido curto – Frente (look 2)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 27/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 500-002
Tamanho: 38	N. de peças: 1/2	Modelo: Vestido Cappuccino com Saia Removível	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

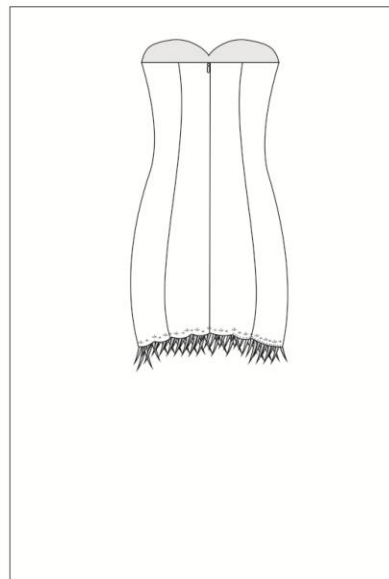
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 71 – Ficha técnica Vestido curto – Costa (look 2)
 Fonte: Das autoras (2013)

FICHA DE SEQÜÊNCIA OPERACIONAL PARA CONSTRUÇÃO DE PEÇA PILOTO

Referência:

Modelo:

Nº	Operação	Máquina	Tempo padrão	Produção hora	Produção dia
	Passar overlock no forro	overlock	5 min		
	Unir os recortes, frente e costa	reta	13 min		
	Fazer o mesmo no forro e quando for unir as laterais colocar o elástico e a fita e deixar uma abertura de 10 cm	reta	10 min		
	Pespontar o forro	reta	5 min		
	Unir toda a parte superior com uma costura reta	reta	3 min		
	Colocar o bojo no forro	reta	5 min		
	Passar a barbatana	manual	1 min		
	Dar retrocesso pra firmar as barbatanas	reta	2 min		
	Colocar o zíper	reta	5 min		
	Fazer barra	reta	3 min		
	Fechar a abertura do forro	reta	1 min		
	Pegar colchete 10 cm acima da barra onde vai fixar a saia	reta	20 min		

Data ___/___/___

Nome dos integrantes _____

Figura 72 – Ficha técnica Vestido curto – Sequência operacional (look 2)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 6 - FICHA TÉCNICA – LOOK 2 CONFECCIONADO – SAIA REMOVÍVEL - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
Crepe	20 cm / 100% poliéster	Capuccino	Santa Rita Decor
Tule	6.00m / 100% poliéster	Capuccino	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO			
entretela poliseccolchete	100% poliéster	20 cm	branca	Vera Cruz
colchete		13	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	15 m	bege	Vera Cruz

GRÁDE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
					1							
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitiho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

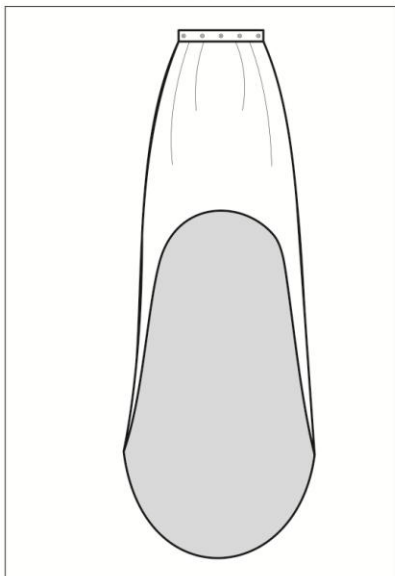
OBSERVAÇÕES

Figura 73 – Ficha técnica Saia removível – Frente (look 2)

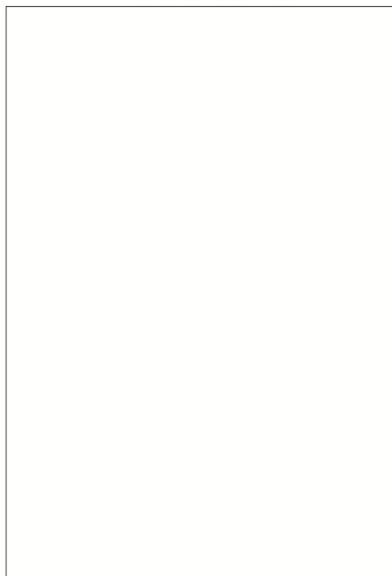
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 27 / 07 / 2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-004
Tamanho: 38	N. de peças: 2 / 2	Modelo: Saia Removível com Calda	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

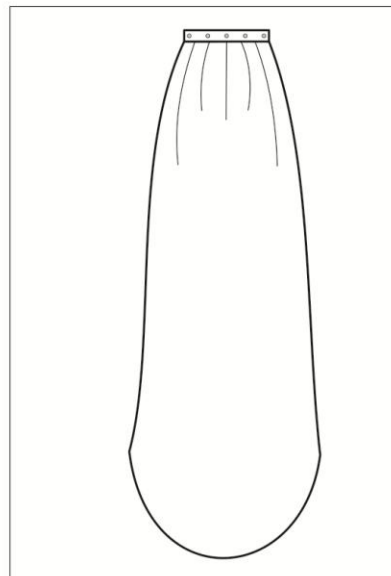
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 74 – Ficha técnica Saia removível – Costa (look 2)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 7 - FICHA TÉCNICA – LOOK 3 CONFECCIONADO – VESTIDO CURTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Couro	180 cm / 100% couro	branco	Bancouros
Cetim	1 m / 100% poliéster	branco	Santa Rita Decor
Palha de seda	30 un / 100% seda	branco	O Casulo Feliuz

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível 40 cm	100% poliéster	1	branco	Vera Cruz
colchete		3	niquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	30m	branco	Vera Cruz
fio	100% poliéster	25 m	branco	Vera Cruz
Babatana		110cm		Vera Cruz

GRADE DO MODELO											
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN				1							

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filinho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

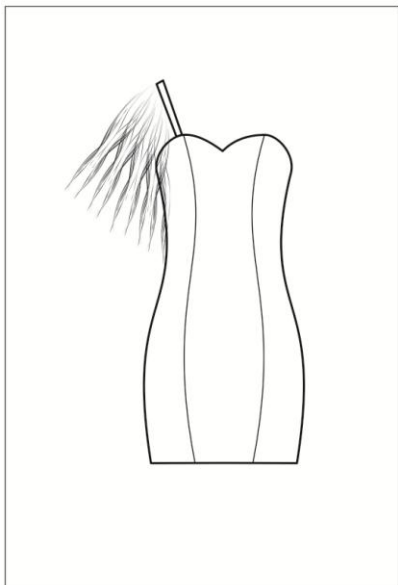
OBSERVAÇÕES

Alça removível, bordada com perolas e strass.

Figura 76 – Ficha técnica Vestido curto – Frente (look 3)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>27 / 07 / 2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 500-001
Tamanho: 38	N. de peças: 1/3	Modelo: Vestido Curto Couro branco/ Alça Removível	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

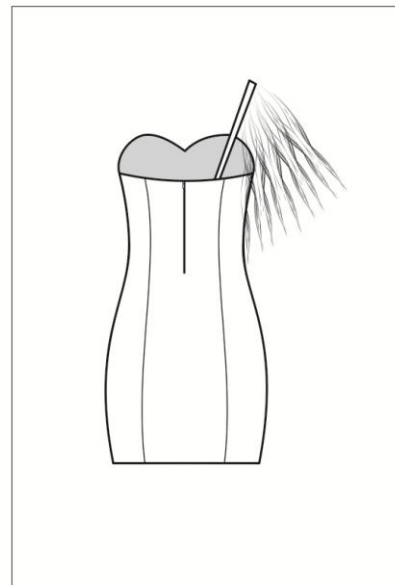
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 77 – Ficha técnica Vestido curto – Costa (look 3)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 8 - FICHA TÉCNICA – LOOK 3 CONFECCIONADO – CINTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	20cm / 100%	poliéster	Verde água	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela polisecc	100%	poliéster	1	branco	Vera Cruz
colchete			2	niquel	Vera Cruz
linha	100%	poliéster	3 m	Verde água	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
					1							
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filinho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

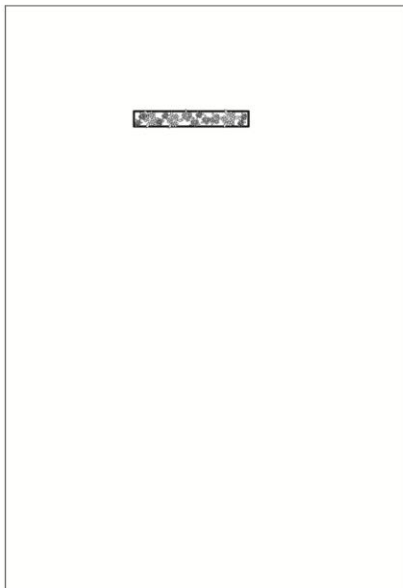
OBSERVAÇÕES

Bordado com renda, cristais perloas, strass.

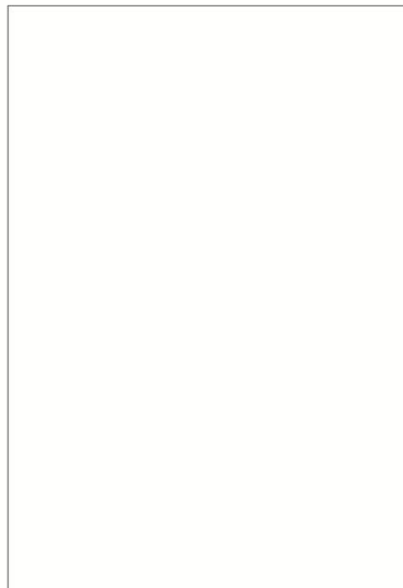
Figura 79 – Ficha técnica Cinto – Frente (look 3)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>20/07/2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 100-002
Tamanho: 38	N. de peças: 2/3	Modelo: Cinto bordado renda	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 80 – Ficha técnica Cinto – Costa (*look 3*)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 9 - FICHA TÉCNICA – LOOK 3 CONFECCIONADO – SAIA LONGA - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline	3.00m / 100% poliéster		Verde água	Santa Rita Decor
Renda	1,60 m / 100% poliéster		branco	Riviera

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela polisecc	100% poliéster		10 cm	branca	Vera Cruz
Zipper invisível 25 cm	100% poliéster		1	verde água	Vera Cruz
colchete			2	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster		35 m	verde água	Vera Cruz
fio	100% poliéster		60 m	verde água	Vera Cruz

GRÁDE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
					1							
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitiho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

Barrado feito com renda e bordado com perolas, cristais e strass.

Figura 82 – Ficha técnica Saia longa – Frente (look 3)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20 / 07 / 2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-003
Tamanho: 38	N. de peças: 3/3	Modelo: Saia Longa com barrado de renda	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

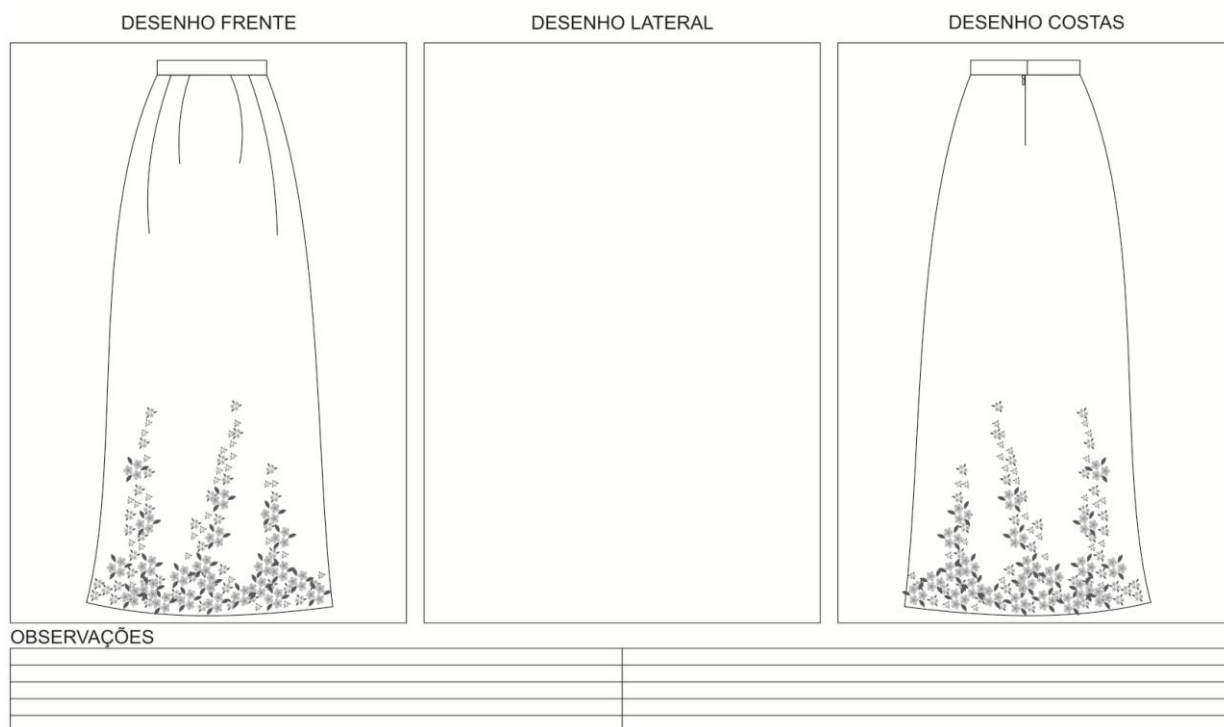


Figura 83 – Ficha técnica Saia longa – Costa (look 3)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 10 - FICHA TÉCNICA – LOOK 4 CONFECCIONADO – TOP CORSELET - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline	1m / 100%	poliéster	Vermelho	Santa Rita Decor
Cetim	2m / 100%	poliéster	Vermelho	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível de encaixe 40 cm	100%	poliéster	1	Vermelho	Vera Cruz
colchete			1	níquel	Vera Cruz
linha	100%	poliéster	30 m	Vermelho	Vera Cruz
fió	100%	poliéster	65 m	Vermelho	Vera Cruz
barbatana			1,10m	branca	Vera Cruz
entretela polisecc	100%	poliéster	1m	branco	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitilho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

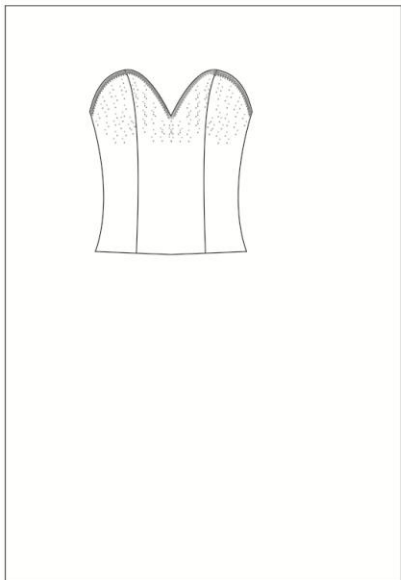
Bordado no decote em degrade de miçangas, cristais e strass.

Figura 85 – Ficha técnica *Top corselet* – Frente (look 4)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>18 / 07 / 2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 200-003
Tamanho: 38	N. de peças: 1/4	Modelo: Top Corselet com Bordado de Pedraria em Degradê	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

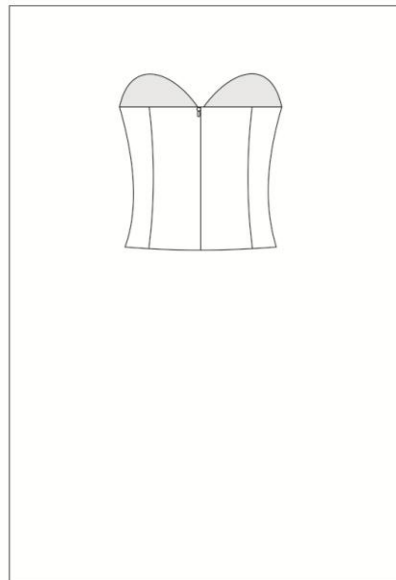
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 86 – Ficha técnica *Top corselet* – Costa (*look 4*)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 11 - FICHA TÉCNICA – LOOK 4 CONFECCIONADO – CINTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO			
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES
Crepe	20cm / 100%	poliéster	vermelho

AVIAMENTO				
DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES
entretela polisecc	100%	poliéster	1	branco
colchete			2	niquel
linha	100%	poliéster	3 m	vermelho

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN					1							

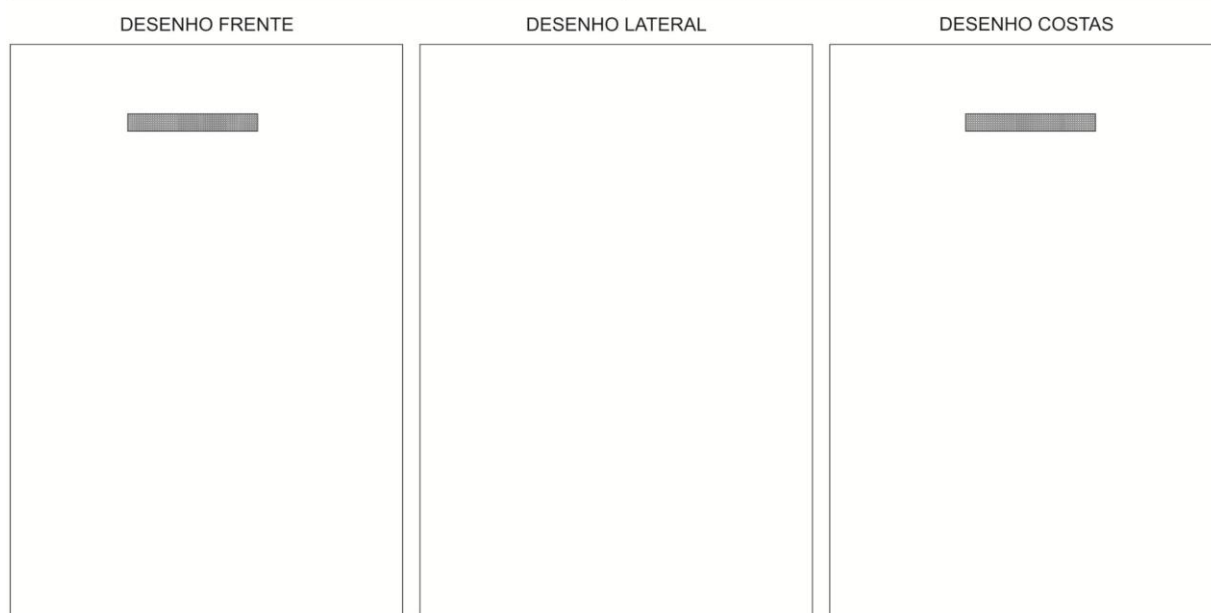
EMBALAGEM E ETIQUETAS					
ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO		AMOSTRAS		OBSERVAÇÕES	
TIPO	OBSERVAÇÕES				
				Bodado com canutilho, cristais miçangas e strass.	

Figura 88 – Ficha técnica Cinto –frente (look 4)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 100-004
Tamanho: 38	N. de peças: 4/4	Modelo: Cinto Com Bordado em Pedraria	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	



OBSERVAÇÕES

Figura 89 – Ficha técnica Cinto – Costa (look 4)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 12 - FICHA TÉCNICA – LOOK 4 CONFECCIONADO – SAIA CURTA - FRENTE ,
COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Couro	1,80 cm / couro		Cereja	Bancouros
Cetim	60 cm / 100% poliéster		Cereja	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível 25 cm fio	100% poliéster		1	Vinho	Vera Cruz
linha	100% poliéster		10 m	Vermelho	Vera Cruz
	100% poliéster		20 m		

GRADE DO MODELO											
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50
RN				1							

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filinho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

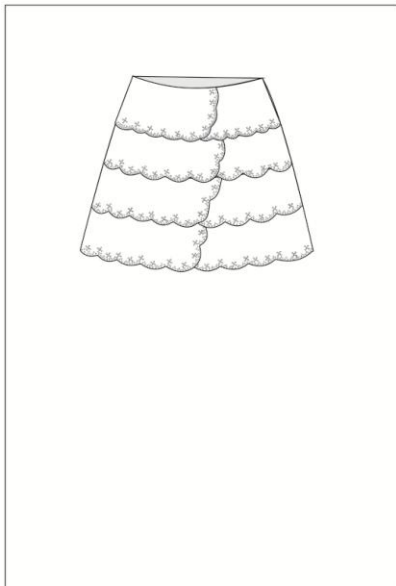
OBSERVAÇÕES

Figura 91 – Ficha técnica Saia curta – Frente (look 4)

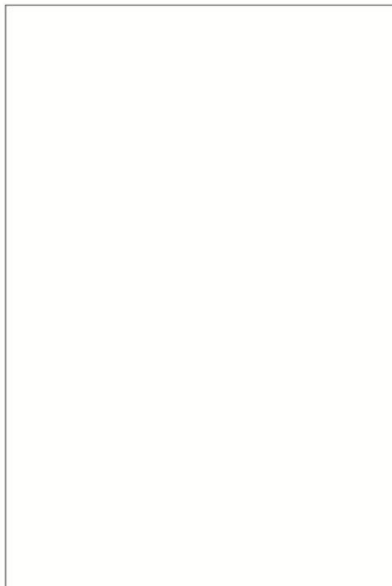
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>01/08/2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 300-009
Tamanho: 38	N. de peças: 2/4	Modelo: Saia Curta babados de couro	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

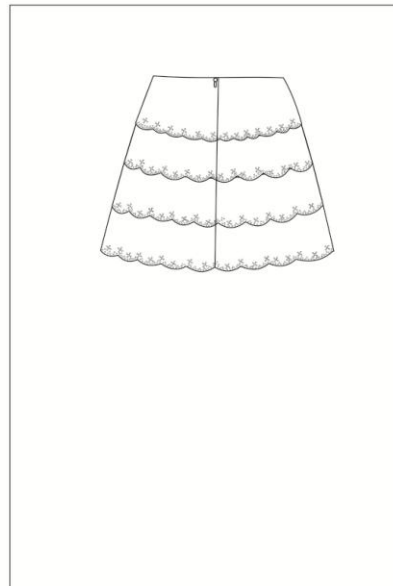
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 92 – Ficha técnica Saia curta – Costa (*look 4*)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 13 - FICHA TÉCNICA – LOOK 4 CONFECCIONADO – SAIA LONGA - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
Musseline	3 m / 100% poliéster	Vermelho	Santa Rita Decor
Cetim	20 cm / 100% poliéster	Vermelho	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO			
entretela polisecc	100% poliéster	10 cm	branca	Vera Cruz
Zipper invisível 25 cm	100% poliéster	1	Vermelho	Vera Cruz
colchete		2	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	35 m	Vermelho	Vera Cruz
fio	100% poliéster	60 m	Vermelho	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
				1								
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

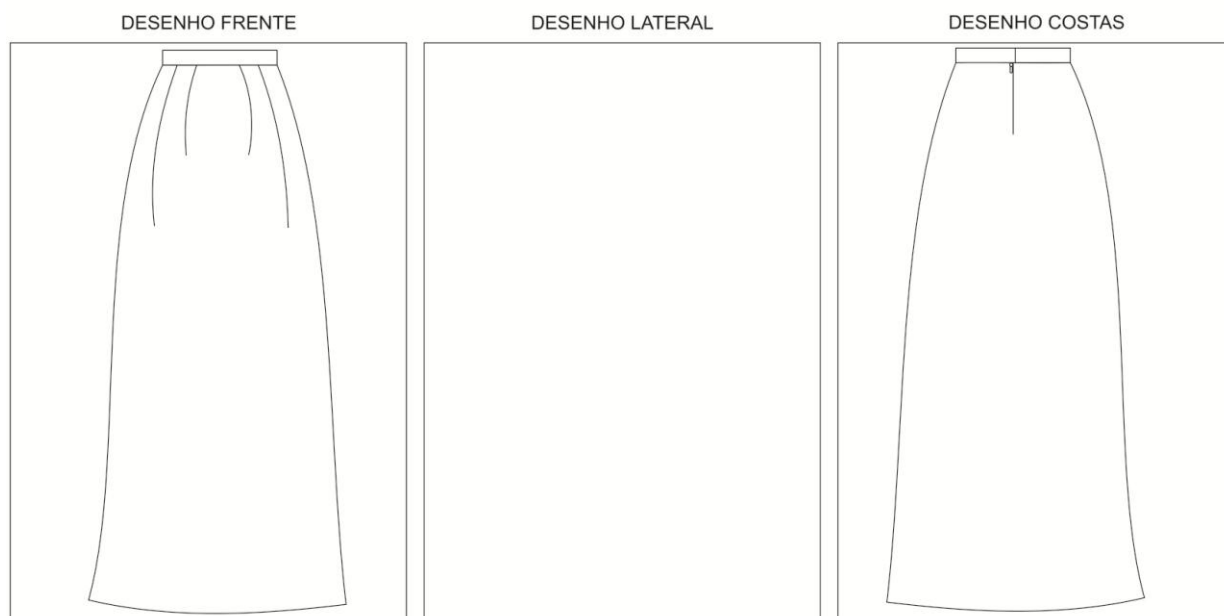
AMOSTRAS

OBSERVAÇÕES

Figura 94 – Ficha técnica Saia longa – Frente (look 4)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-007
Tamanho: 38	N. de peças: 3/4	Modelo: Saia Longa Evasê	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	



OBSERVAÇÕES

Figura 95 – Ficha técnica Saia longa – Costa (*look 4*)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 14 - FICHA TÉCNICA – LOOK 5 CONFECCIONADO – TOP CORSELET - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	1m / 100% poliéster		Verde	Santa Rita Decor
Cetim	1m / 100% poliéster		Verde	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
Zipper invisível de encaixe 40 cm	100% poliéster		1	Verde	Vera Cruz
colchete			1	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster		30 m	Verde	Vera Cruz
fio	100% poliéster		65 m	Verde	Vera Cruz
barbatana			1,10m	branca	Vera Cruz
entretela polisecc	100% poliéster		1m	branco	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN					1							

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitilho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

--

OBSERVAÇÕES

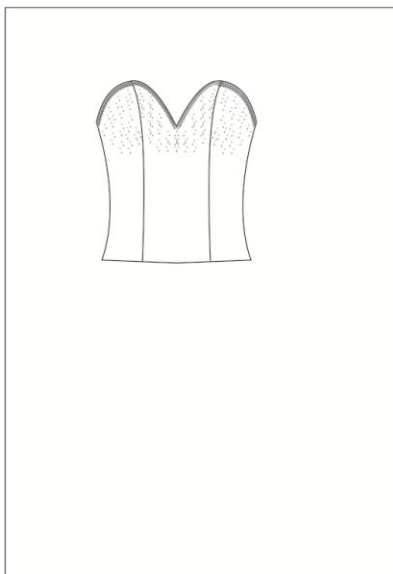
Bordado no decote em degrade de miçangas, cristais e strass.

Figura 97 – Ficha técnica *Top corselet* – Frente (*look 5*)

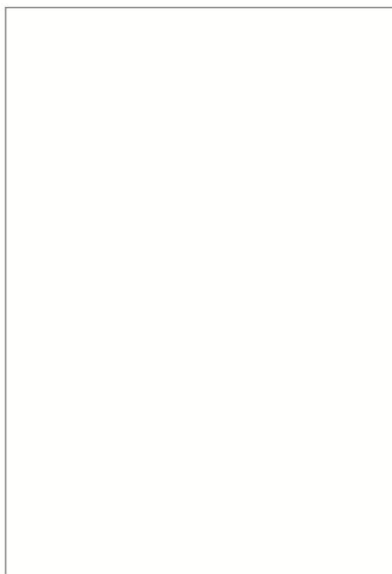
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>17/07/2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 200-002
Tamanho: 38	N. de peças: 1/4	Modelo: Top Corselet com Bordado de Pedraria em Degradê	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

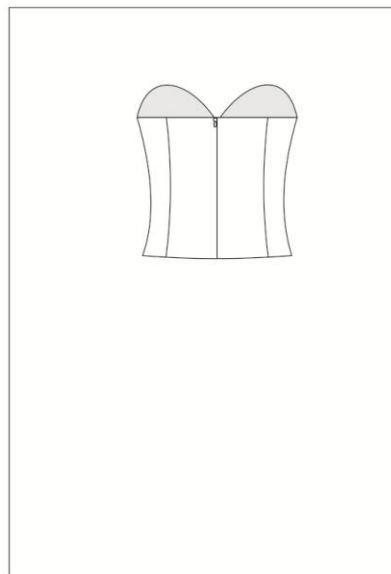
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 98 - Ficha técnica *Top corselet – Costa (look 5)*

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 15 - FICHA TÉCNICA – LOOK 5 CONFECCIONADO – CINTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	20cm	100% poliéster	verde	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela polisecc	100% poliéster		1	branco	Vera Cruz
colchete			2	niquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster		3 m	Verde	Vera Cruz

GRADE DO MODELO													
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14		
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50		
RN					1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitilho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

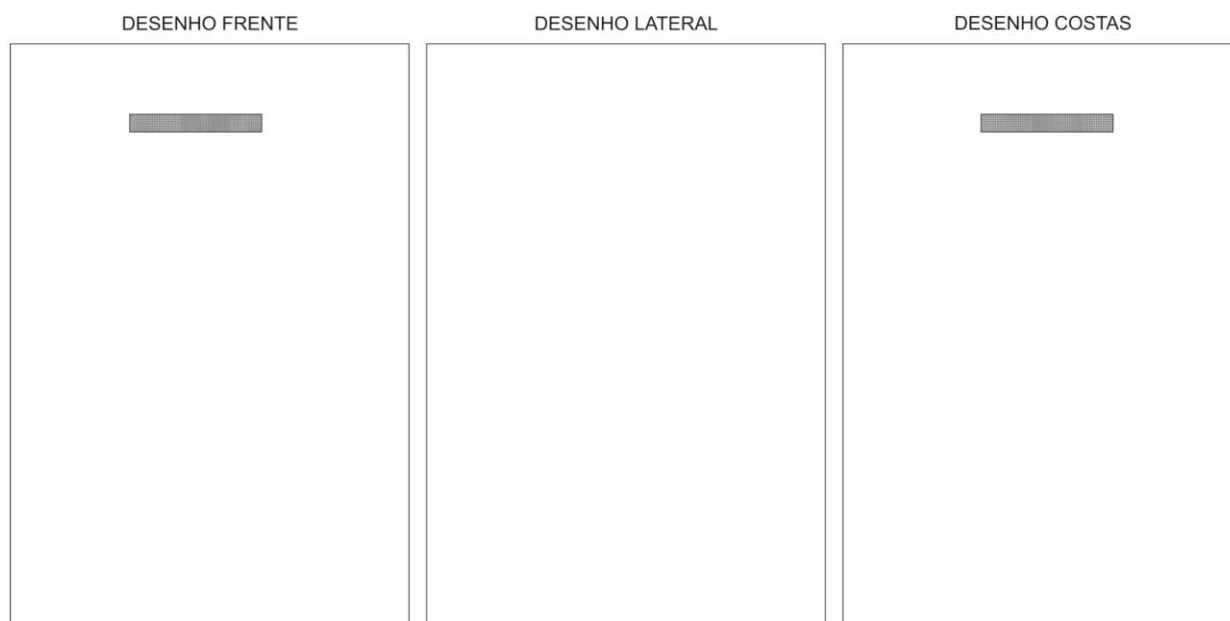
OBSERVAÇÕES

Bodado com canutilho, cristais miçangas e strass.

Figura 100 – Ficha técnica Cinto – Frente (look 5)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 100-005
Tamanho: 38	N. de peças: 4/4	Modelo: Cinto Com Bordado em Pedraria	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	



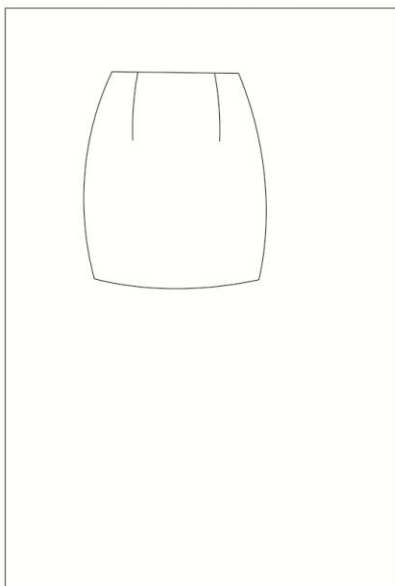
OBSERVAÇÕES

Figura 101 – Ficha técnica Cinto – Costa (*look 5*)

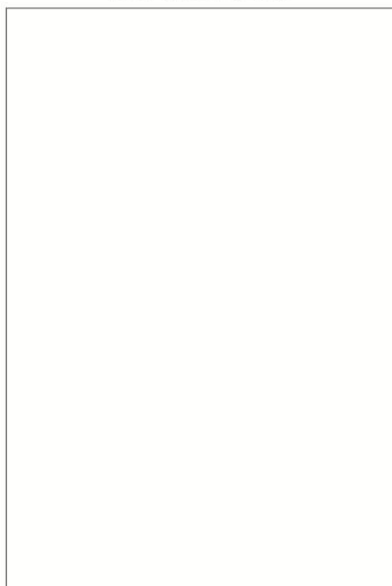
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 25/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-008
Tamanho: 38	N. de peças: 3/4	Modelo: Saia Curta couro	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

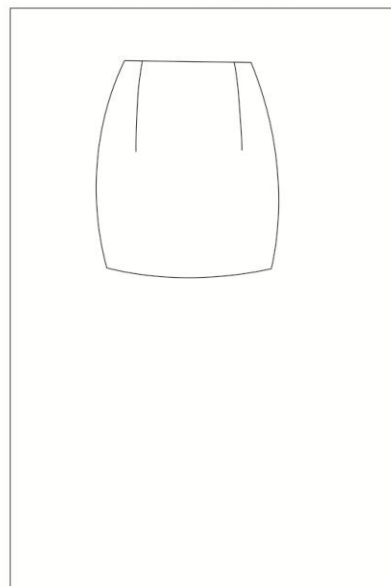
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 104 – Ficha técnica Saia curta – Costa (look 5)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 17 - FICHA TÉCNICA – LOOK 5 CONFECCIONADO – SAIA LONGA - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline	6.00m /	100% poliéster	Verde	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela poliseccolchete	100% poliéster		10 cm	branca	Vera Cruz
linha	100% poliéster		6	níquel	Vera Cruz
fio	100% poliéster		35 m	Verde	Vera Cruz
			60 m	Verde	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

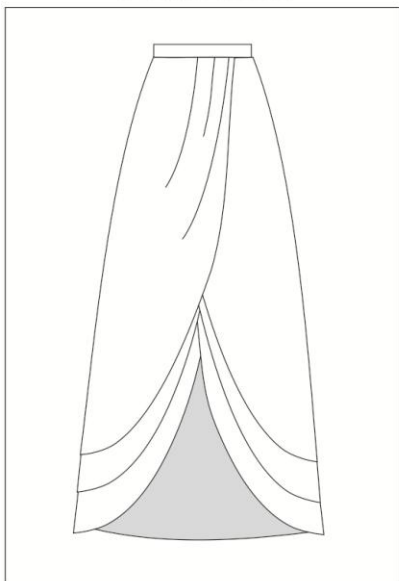
OBSERVAÇÕES

Figura 106 – Ficha técnica Saia longa – Frente (look 5)

Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 13/06/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-005
Tamanho: 38	N. de peças: 2/4	Modelo: Saia Longa Mullet em Camadas	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

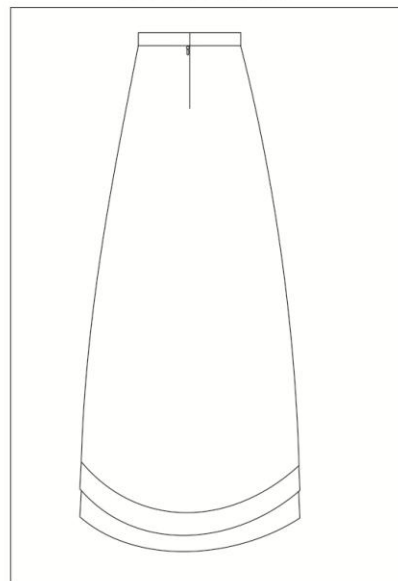
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 107 – Ficha técnica Saia longa – Costa (look 5)

Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 18 - FICHA TÉCNICA – LOOK 6 CONFECCIONADO – VESTIDO CURTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO		
Crepe	1m / 100% poliéster	Rosa	Santa Rita Decor
Cetim	1 m / 100% poliéster	Rosa	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
	COMPOSIÇÃO			
Zipper invisível 40 cm colchete	100% poliéster	1	Rosa níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	30m	Rosa	Vera Cruz
fio	100% poliéster	25 m	Rosa	Vera Cruz
Babatana		110cm		Vera Cruz
Entretela polisecc	100% poliéster	1 m	Branca	

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
RN				1								

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitilho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			
Capa	1	R\$ 20,00			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

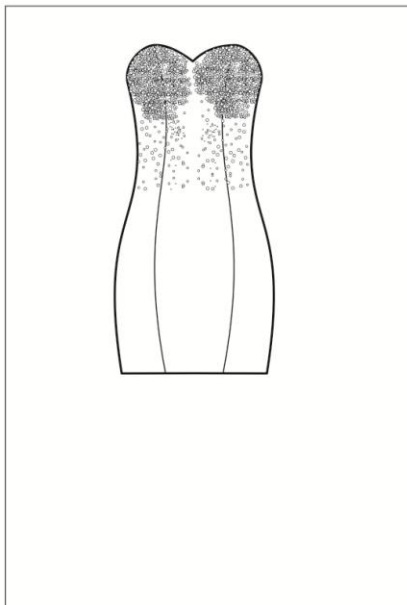
OBSERVAÇÕES

Bordado no decote em degrade cristais, miçangas e strass.

Figura 109 – Ficha técnica Vestido curto – Frente (look 6)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: <u>27/07/2013</u>	Coleção: Verão 2014	REF: 500-003
Tamanho: 38	N. de peças: 1/ 3	Modelo: Vestido Curto TQC com Bordado em Pedraria Decote Coração	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

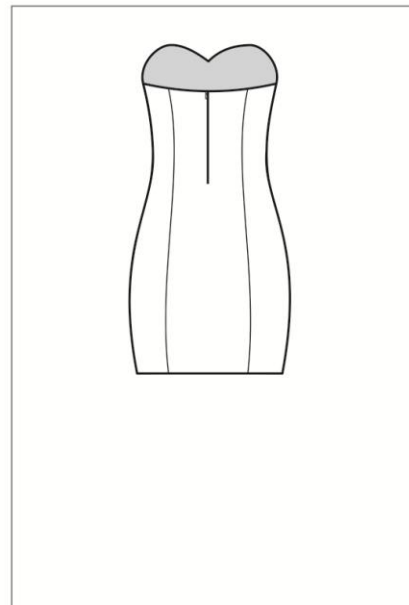
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 110 – Ficha técnica Vestido curto – Costa (*look 6*)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 19 - FICHA TÉCNICA – LOOK 6 CONFECCIONADO – CINTO - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Crepe	20cm /	100% poliéster	Rosa	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela polisecc	100% poliéster		1	branco	Vera Cruz
colchete			2	níquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster		3 m	Rosa	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
					1							
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Fitiho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

AMOSTRAS

OBSERVAÇÕES

Bordado com pétalas de couro

Figura 112 – Ficha técnica Cinto – Frente (look 6)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 20/07/2013	Coleção: Verão 2014	REF: 100-003
Tamanho: 38	N. de peças: 3/3	Modelo: Cinto Maravilha Anatômico	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	



OBSERVAÇÕES

Figura 113 – Ficha técnica Cinto – Costa (look 6)
 Fonte: Das autoras (2013)

4.11. 20 - FICHA TÉCNICA – LOOK 6 CONFECCIONADO – SAIA LONGA - FRENTE , COSTA E SEQUÊNCIA OPERACIONAL

TECIDO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO / COMPOSIÇÃO	CORES	FORNECEDOR
Musseline	30 cm / 100% poliéster	Rosa	Santa Rita Decor
Tule	3 m / 100% poliéster	Rosa	Santa Rita Decor

AVIAMENTO

DESCRIÇÃO	RENDIMENTO / COMPOSIÇÃO	CONSUMO/ PEÇA	CORES	FORNECEDOR
entretela polisecc	100% poliéster	30 cm	branca	Vera Cruz
colchete		6	niquel	Vera Cruz
linha	100% poliéster	35 m	Rosa	Vera Cruz
fio	100% poliéster	60 m	Rosa	Vera Cruz

GRADE DO MODELO												
PP	M	G	GG	1	2	3	4	8	10	12	14	
16			34	36	38	40	42	44	46	48	50	
					1							
RN												

EMBALAGEM E ETIQUETAS

ITEM	QUANTIDADE	PREÇO	ITEM	QUANTIDADE	PREÇO
Filho	1	R\$ 0,25			
Tag	1	R\$ 1,80			
Etq. de composição	1	R\$ 0,05			

BENEFICIAMENTO

TIPO	OBSERVAÇÕES

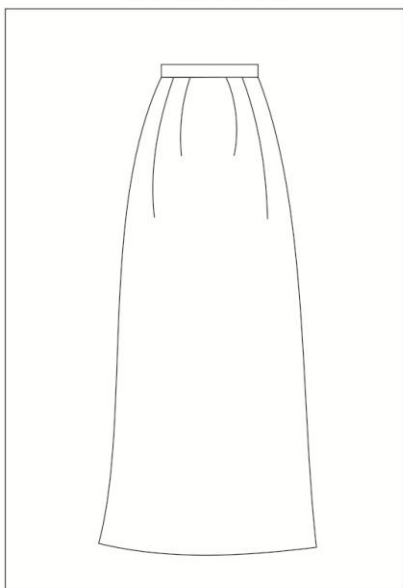
AMOSTRAS

OBSERVAÇÕES

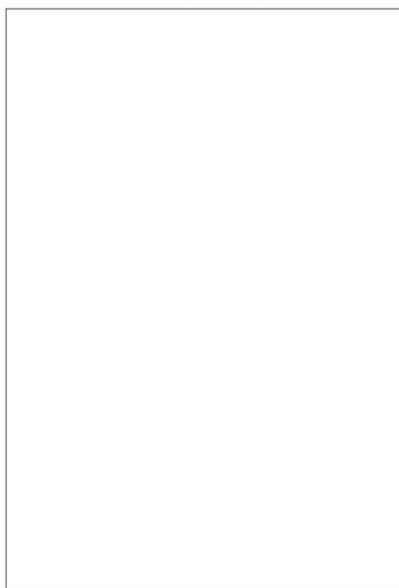
Figura 115 – Ficha técnica Saia longa – Frente (look 6)
Fonte: Das autoras (2013)

Marca: Goiaba Doce	DATA: 27 / 07 / 2013	Coleção: Verão 2014	REF: 300-006
Tamanho: 38	N. de peças: 2/3	Modelo: Saia Longa Cós Maravilha	
Estilista: Carolina / Mariana		Modelista: Carolina / Mariana	

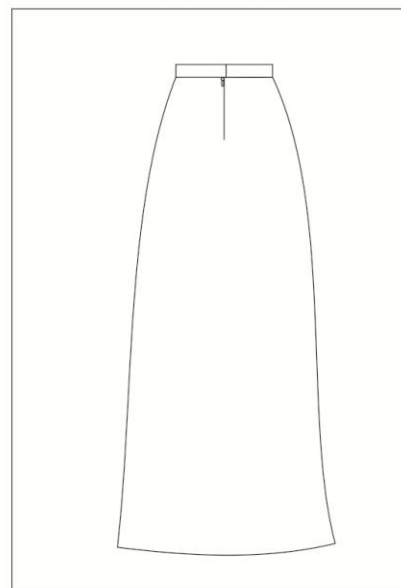
DESENHO FRENTE



DESENHO LATERAL



DESENHO COSTAS



OBSERVAÇÕES

Figura 116 – Ficha técnica Saia longa – Costa (look 6)
 Fonte: Das autoras (2013)

5 PLANEJAMENTO DO DOSSIÊ ELETRÔNICO (SITE)

A página principal do site da marca adotará para o seu *layout* uma diagramação contemporânea composta por nuances da linguagem clássica junto a elementos modernos. O toque de modernidade será dado pelo uso de tipologias de fontes limpas e alongadas (tipo palito) para lembrar a estrutura longilínea da mulher. As cores aplicadas nas letras resgatam o toque das matérias-primas como o couro e o grau de tonalidade utilizado nos textos farão contraste junto a um plano de fundo na cor perola, composto por um desenho de papel de parede com motivos clássicos-barrocos que remetem à sofisticação e ao luxo da marca.



Figura 118 – *Layout* da página principal do site da marca.
Fonte: Das autoras (2013)

6 PLANEJAMENTO DO CATÁLOGO

O catálogo terá as dimensões de 22x30cm. A capa e a contracapa serão impressas em papel couché brilho de 300g, com laminação na frente e fosco no verso.

As páginas internas serão produzidas com papel couché brilho de 230g. Uma das páginas trará o *release* com informações sobre a marca, enquanto que as demais serão constituídas com fotos das modelos com as peças da coleção ambientadas em locações temáticas.

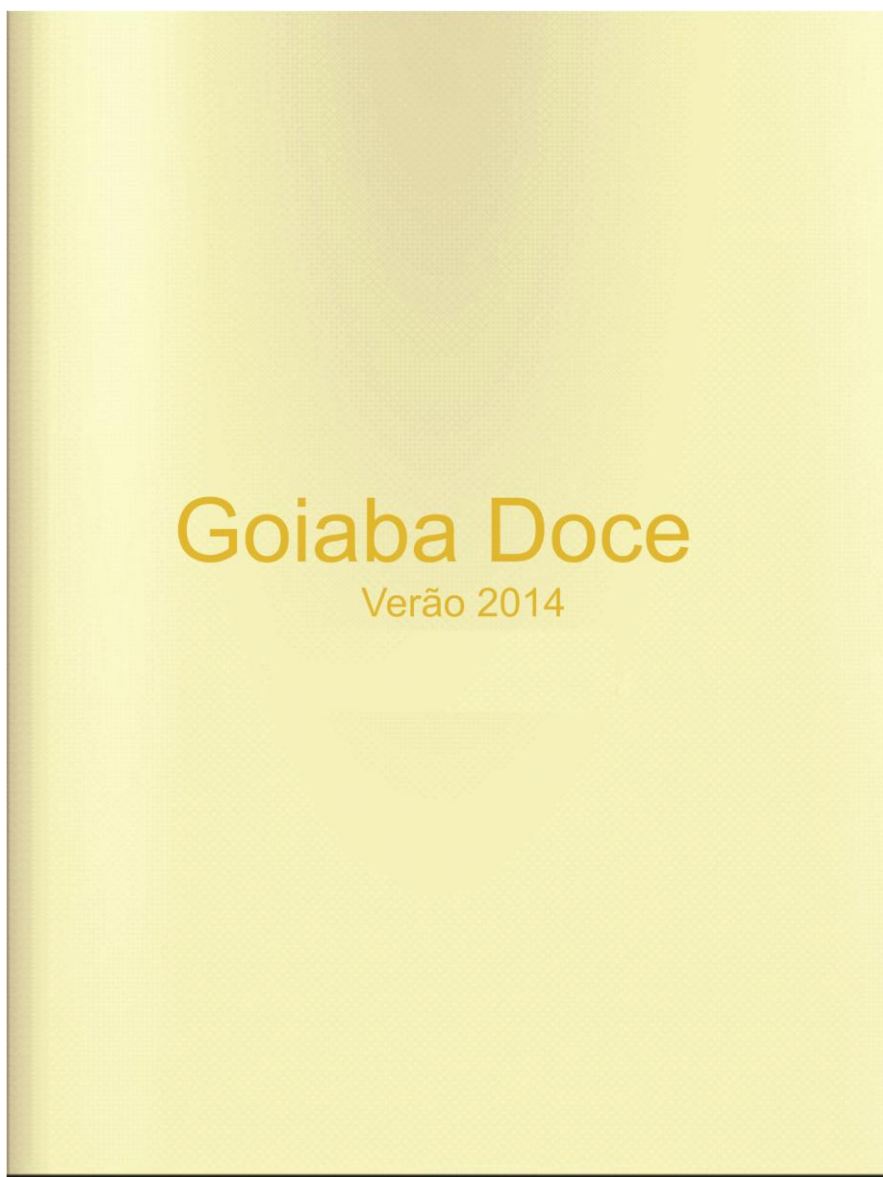


Figura 119 – Capa do catálogo impresso.
Fonte: Das autoras (2013)

O conceito da coleção imerge em um universo de referências que exploram a força da mulher como mito, com sua sensualidade sendo ressaltada pelas transparências dos materiais. O luxo e a sofisticação são tratados sob a linha ecológica e sustentável e retrata a feminilidade da mulher nos detalhes dos recortes e nos ornamentos de bordados.

As peças são inspiradas na transformação do *vintage* em linguagem contemporânea, com olhar próprio e minucioso e a estética barroca está presente em peças exageradas na medida certa.

O couro determina o aspecto mais estruturado, rústico e ao mesmo tempo nobre, enquanto que as fibras naturais dão o toque de delicadeza e romantismo, servindo como plano de fundo para destacar a riqueza dos detalhes e dos acabamentos.







Produção e estilo: Carolina Alexandrino
Marina Ferrari

Fotos: Kadu Nakaguishi

Modelo: Carla Rezende
Geovana Piveta

Make up: Bianca de Assis

Agradecimentos: Carol Camila Modas (acessórios)

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa promoveu como resultado a elaboração de uma coleção de roupas de festas com proposta sustentável. Durante a jornada, foi possível aprofundar mais sobre o tema por meio da pesquisa bibliográfica e da pesquisa aplicada com o desenvolvimento de produtos para esse segmento.

A ideia por se trabalhar com rebaños de couro descartados pelas indústrias do setor moveleiro e automobilístico e com sobras de materiais utilizados na fabricação de artigos para decoração contextualizou um conceito inovador para o vestuário de festas, utilizando materiais não-convencionais em equilíbrio com matérias-primas têxteis nobres utilizadas na confecção das peças.

O estudo também revelou a possibilidade de se propor um ciclo de vida maior para os produtos desse segmento, com a introdução de um conceito multi-utilitário dos modelos, combinando muitas peças da coleção com roupas usadas no dia-a-dia.

Ao final desse trabalho, foi possível perceber a importância dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso para viabilizar o desenvolvimento de projetos na área de moda.

REFERÊNCIAS

A MODA DO SÉCULO XX. Disponível em: <http://www.slideshare.net/rabellocamila/a-moda-do-sculo-xx>>. Acesso em: 01 ago. 2013.

AS 16 TENDÊNCIAS DE FAITH POPCORN. Disponível em: <http://marketing.spaceblog.com.br/43987/AS-16-TENDENCIAS-DE-FAITH-POPCORN/>>. Acesso em: 17 ago. 2013.

AVENTURAS NA HISTÓRIA. Disponível em: <http://guiadoestudante.abril.com.br/aventuras-historia/museu-d-orsay-434388.shtml>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

BIOGRAFIA ALMIR SLAMA. Disponível em: <http://www.amirslama.com.br/conteudo.php?categoria=3&subcategoria=13&conteudo=12>>. Acesso: 16 ago. 2013.

BODY SHAPES. Disponível em: <http://lemondropclothing.com/body-shapes/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

CASA DE CRIADORES – A MULHER DO PADRE. Disponível em: http://almanaque.folha.uol.com.br/criadores_mulherdopadre.htm>. Acesso em: 16 ago. 2013.

CHRISTIAN DIOR. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm>>. Acesso em: 01 ago. 2013.

CITAÇÕES INSPIRADORAS PARA FASHIONISTAS. Disponível em: <http://entremulheres.com/artigos/20-citacoes-inspiradoras-para-fashionistas>> . Acesso em: 01 ago. 2013.

CONCEITOS SOBRE DESIGN. Disponível em: <http://www.lsc.ufsc.br/~edla/design/conceitos.htm>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

CORREIO BRAZILIENSE. O vasto mundo da moda no século 21. Brasília, agosto/2013. Disponível em: http://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/revista/2013/04/28/interna_revista_correio,362714/o-vasto-mundo-da-moda-no-seculo-21.shtml>. Acesso em: 15 nov. 2012.

DOMÍNIO DA MODA. Couro se une à sofisticação da renda para formar uma ousada equação fashion. Disponível em: http://www.dominiodamodablog.com.br/2010/06/couro-se-une-a-sofisticacao-da-renda-para-formar-uma-ousada-equacao-fashion/#.Ubu_zdhi20Y>. Acesso em: 15 mai. 2013.

FEGHALI, Marta Kasznar.; DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: Senac, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GOMES, Cristiana. Classes sociais. **InfoEscola Navegando e Aprendendo**.

Disponível em:

<<http://www.infoescola.com/geografia/desenvolvimento-economico/>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

GUIA PRÁTICO DO MUSEU D'ORSAY – F.A.Q. Disponível em:

<http://tuomaquia.com/guia-pratico-do-museu-d%C2%B4orsay-%E2%80%93-f-a-q/>.

Acesso em: 15 jun. 2013.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2011.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves**: design e desenvolvimento sustentável. São Paulo: Senac, 2005.

LEVENTON, Melissa. **História ilustrada do vestuário**: um estudo da indumentária, do Egito antigo ao final do século XIX, com ilustrações dos mestres Auguste Racinet e Friedrich Hottenroth. Editora Publifolha, 2009.

LIGER, Ilce. **Moda em 360 graus**: design, matéria-prima e produção para o mercado global. São Paulo: Editora Senac, 2012.

LIVEONBEAUTY. Qual o seu tipo de corpo? Disponível em:

<<http://www.liveonbeauty.org/2012/12/qual-o-seu-tipo-de-corpo.html>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

LÖBACH, Bernd. **Design industrial**: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Editora Blücher, 2009.

MACROTENDÊNCIAS DE COMPORTAMENTO: COOL HUNTER APONTA TENDÊNCIAS. Disponível em: <http://www.audaces.com/br/Educacao/Falando-de-Educacao/2013/7/24/macrotendencias-de-comportamento-cool-hunter-aponta-tendencias>>. Acesso em: 17 ago. 2013.

MANZINI, Ézio; VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

MARKETING. Tema Popular. Classe C: a verdadeira classe média brasileira – 20 milhões de consumidores que têm bolso de classe média e cabeça de baixa renda. Disponível em:

<<http://www.revistamarketing.com.br/materia.aspx?m=52>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

MÉTODOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS: UM RESGATE TEÓRICO.

Disponível em:

<http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodos_quantitativos_e_qualitativos_um_resgate_teorico.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2013.

MOURA, Mônica. A moda entre a arte e o design. In: Design de moda: olhares diversos / Dorotéia Babuy Pires. Barueri: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.

MUSEU D' ORSAY – UMA VISITA PELOS BASTIDORES!. Disponível em: <<http://www.almofadasebandejas.com.br/2012/12/museu-dorsay-uma-visita-pelos-bastidores.html>>. Acesso em: 01 jun. 2013.

PALESTRAS E TENDÊNCIAS VERÃO 2014/15 NA PREMIÈRE BRASIL. Disponível em: <<http://m.pt.fashionmag.com/news/Palestras-e-tendencias-verao-2014-15-na-Premiere-Brasil,321591.html>> Acesso em: 10 jun. 2013.

PESQUISA QUANTITATIVA E QUALITATIVA. Disponível em: <<http://monografias.brasilecola.com/regras-abnt/pesquisa-quantitativa-qualitativa.htm>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de moda**: olhares diversos. Barueri: Editora Estação das Letras e Cores, 2008.

POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Editora Claridade, Coleção Saber de Tudo, 2007.

PROENÇA, Graça. **História da arte**. São Paulo: Editora Ática, 2006.

REBOUÇAS, Fernando. Desenvolvimento econômico. InfoEscola Navegando e Aprendendo. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/geografia/desenvolvimento-economico/>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SANTOS, Thiana. Produtos ecológicos. Coletivo verde. Sustentabilidade na prática. Disponível em: <<http://www.coletivoverde.com.br/acessorios-sustentaveis/>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

SILHUETAS PARA BAIXAR. Disponível em: <<http://mbamodauna.blogspot.com.br/2011/09/silhuetas-para-baixar.html>>. Acesso em: 07 jun. 2013.

SOME FASHION. Qual shape combina com você. Disponível em: <<http://www.grupobainhacomarame.com.br/2012/02/16/1869/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

STEVENSON, Nj. **Cronologia da moda**: de Maria Antonieta a Alexander McQueen. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012.

VESTIDO DE NOIVA COM QUALIDADE E CONCEITO. Disponível em: <<http://www.giardinonoivas.com.br/guia-de-estilo/162-vestidos-de-noiva-com-qualidade-e-conceito>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

VILLAR, Mauro Salles. **Dicionário Houaiss**: sinônimos e antônimos – Instituto Antonio Houaiss. São Paulo: Editora Publifolha, 2012.

WEBER, Caroline. **Rainha da moda:** como Maria Antonieta se vestiu para a Revolução. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2008.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

QUESTIONÁRIO

Idade	Profissão

1. Enumere, por ordem crescente, o tipo de evento em que você costuma ir com mais frequência?
(Ex.: 1 para o primeiro evento mais frequentado..., 2 para o segundo evento mais frequentado, 3 para o terceiro evento mais frequentado, ...)

- () Casamento () Formatura () Aniversário () Jantar Social ou Dançante
() Confraternização Familiar () Confraternização c/ Amigos
() Outros: _____

2. Onde costuma comprar suas roupas para festas e eventos especiais?

- () Loja de marca própria () Loja de multimarcas () Shopping
() Ateliê sob medida () Internet () Outros: _____

3. Em se tratando de roupas para festas, com qual estilo você mais se identifica?

- () Romântico () Moderno () Clássico () Contemporâneo
() Casual () Sofisticado () Eclético () Outros: _____

4. Você costuma seguir tendências de moda quando compra roupas para festas?

- () Sempre () Quase sempre () Às vezes () Raramente () Nunca

5. Em média, quanto você costuma gastar na compra de uma roupa de festas?

- () Até R\$1.000,00
() Entre R\$1.001,00 e R\$2.000,00
() Entre R\$2.001,00 e R\$3.000,00
() Entre R\$3.001,00 e R\$4.000,00
() Acima de R\$4.001,00

6. Quando você compra roupas para festas, qual o tipo de modelagem que você prefere?

- () Modelagem toda ajustada () Modelagem toda ampla
() Modelagem simultaneamente ajustada e ampla
() Outros: _____

7. Que tipo de elementos lhe atrai em uma roupa de festas? (Pode assinalar mais de uma alternativa)

- () Recortes estratégicos () Bordados () Decotes () Assimetria
() Outros: _____

8. Quando compra roupas de festas, você tem mais preferência por tecidos:

- () Lisos () Estampados () Lisos e Estampados

9. Qual o meio que você utiliza para buscar informações sobre moda para festas?


- () Revista () Televisão () Catálogo Impresso () Internet
() Outros: _____

10. Você compraria uma roupa de festas confeccionada com base na filosofia do “ecologicamente correto”?

- () Sim () Não () Talvez () Não tenho opinião sobre o assunto

APÊNDICE B – PRANCHAS DOS 12 LOOKS SELECIONADOS

Goiaba Doce evening wear



REF. 100-001 - COMPLEMENTO FASHION CINTO BORDADO EM PEDRARIAS

bordado em pedrarias de cristais e pérolas

Frente

Costas

REF. 200-001 - TOP VANGUARDA TOP CORSELET DE CREPE OFF WHITE

Detalhe 1: aplicação de pétalas em couro c/ corte à laser

Detalhe 1 (ampliado): pétala em couro c/ corte à laser

recorte

ziper invisível

Frente

Costas

REF. 300-001 - BOTTON BÁSICO SAIA RETA CURTA DE CREPE OFF WHITE

pence

Frente

Costas

REF. 400-001 - BOTTON VANGUARDA SAIA EVASÊ LONGA DE MUSSELINE OFF WHITE

ziper invisível

franzidos

Detalhe 2 (ampliado): bordado em pedrarias e fios de palha de seda

cristais e pérolas


fios de palha de seda

Frente

Costas

LOOK 1 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE QUATRO PEÇAS (Top Corselet, Cinto, Saia Curta e Saia Longa)

Goiaba Doce evening wear



REF. 500-001 - DRESS VANGUARDA VESTIDO CURTO DE CREPE CAPPUCCINO C/ SAIA LONGA REMOVÍVEL DE TULE

colchetes

franzidos

Frente

Costas

Detalhe 1: aplicação de pétalas em couro c/ corte à laser

Detalhe 1 (ampliado): pétala em couro c/ corte à laser

recorte

penas naturais de galinha

Frente

ziper invisível

recorte

Detalhe 2: aplicação de bordado em pedrarias

Detalhe 2 (ampliado): bordado em pedrarias de cristais, pérolas e strass

Costas

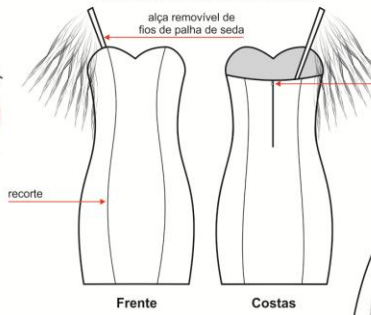
LOOK 2 - VESTIDO C/ SAIA REMOVÍVEL



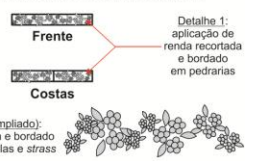
Goiaba Doce

evening wear

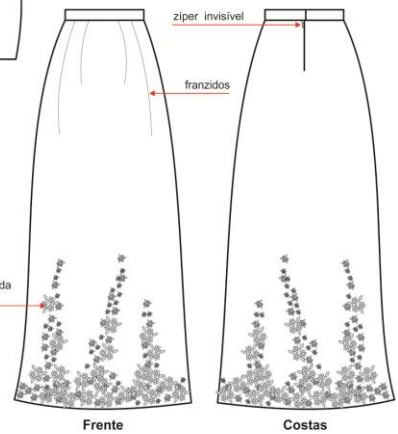
REF. 500-002 - DRESS FASHION
VESTIDO CURTO DE COURO



REF. 100-002 - COMPLEMENTO VANGUARDA
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS



REF. 400-002 - BOTTON VANGUARDA
SAIA EVASÊ LONGA DE MUSSELINE



Detalhe 2 (ampliado):
renda recortada e bordado
de cristais, pérolas e strass

Detalhe 2:
aplicação de renda recortada
e bordado em pedrarias

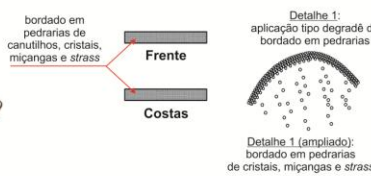
LOOK 3 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Vestido Curto, Cinto e Saia Longa)



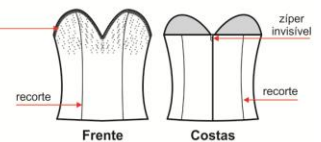
Goiaba Doce

evening wear

REF. 100-003 - COMPLEMENTO FASHION
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS

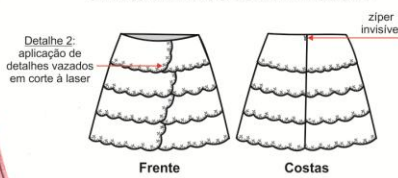


REF. 200-002 - TOP FASHION
TOP CORSELET DE MUSSELINE

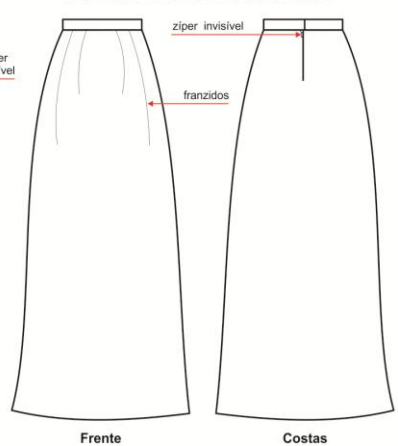


Detalhe 1 (ampliado):
bordado em pedrarias
de cristais, miçangas e strass

REF. 300-002 - BOTTON VANGUARDA
SAIA C/ BABADOS CURTA DE COURO



REF. 400-003 - BOTTON BÁSICO
SAIA EVASÊ LONGA DE MUSSELINE



Detalhe 2:
aplicação de
detalhes vazados
em corte à laser

Detalhe 2 (ampliado):
detalhe vazado
em corte à laser

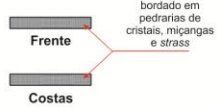
LOOK 4 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE QUATRO PEÇAS (Top Corselet, Cinto, Saia Curta e Saia Longa)

Goiaba Doce

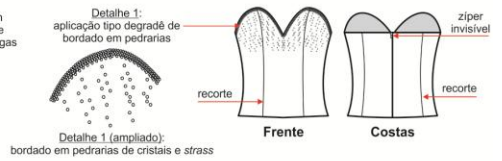
evening wear



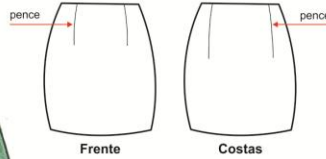
REF. 100-004 - COMPLEMENTO FASHION
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS



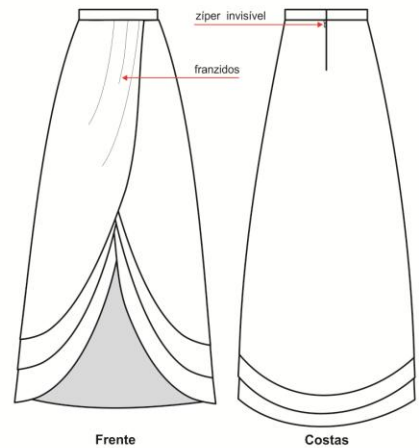
REF. 200-003 - TOP FASHION
TOP CORSELET DE MUSSELINE



REF. 300-003 - BOTTON BÁSICO
SAIA RETA CURTA DE COURO



REF. 400-004 - BOTTON FASHION
SAIA C/ CAMADAS LONGA DE MUSSELINE



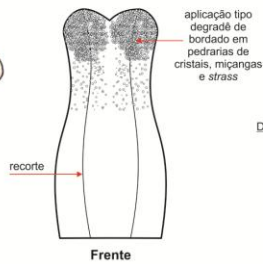
LOOK 5 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE QUATRO PEÇAS (Top Corselet, Cinto, Saia Curta e Saia Longa)

Goiaba Doce

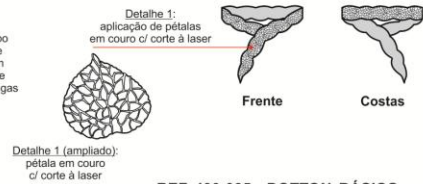
evening wear



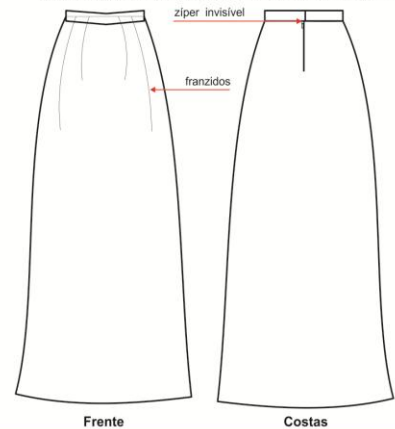
REF. 500-003 - DRESS FASHION
VESTIDO CURTO DE CREPE



REF. 100-005 - COMPLEMENTO VANGUARDA
CINTO DE PÉTALAS EM COURO



REF. 400-005 - BOTTON BÁSICO
SAIA GODÊ LONGA C/ CÔS ANATÔMICO DE TULE



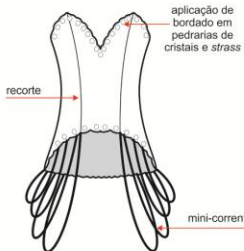
LOOK 6 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Vestido Curto, Cinto e Saia Longa)

Goiaba Doce

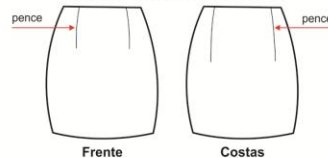
evening wear



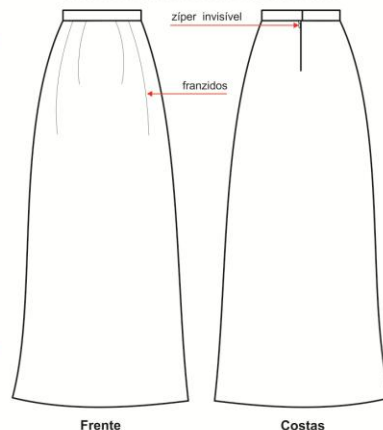
REF. 200-004 - TOP VANGUARDA
TOP CORSELET DE COURO



REF. 300-004 - BOTTON BÁSICO
SAIA RETA CURTA DE CREPE



REF. 400-006 - BOTTON BÁSICO
SAIA EVASÉ LONGA DE MUSSELINE



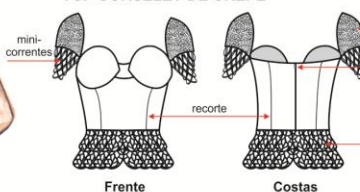
LOOK 7 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Top Corselet, Saia Curta e Saia Longa)

Goiaba Doce

evening wear



REF. 200-005 - TOP VANGUARDA
TOP CORSELET DE CREPE

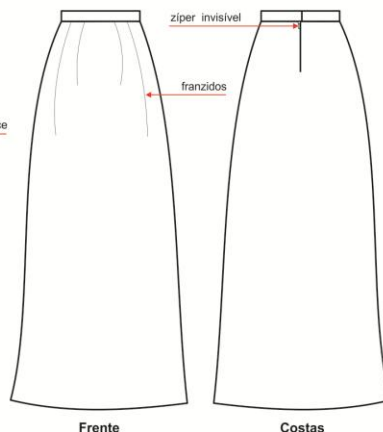


aplicação de bordado em pedrarias de miçangas, cristais e strass

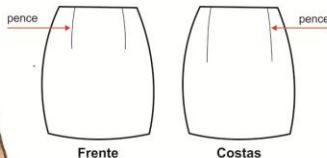
Detalhe 1 (ampliado): pétala em couro c/ corte à laser

Detalhe 1: aplicação de pétalas em couro c/ corte à laser

REF. 400-007 - BOTTON BÁSICO
SAIA EVASÉ LONGA DE MUSSELINE



REF. 300-005 - BOTTON BÁSICO
SAIA RETA CURTA DE COURO



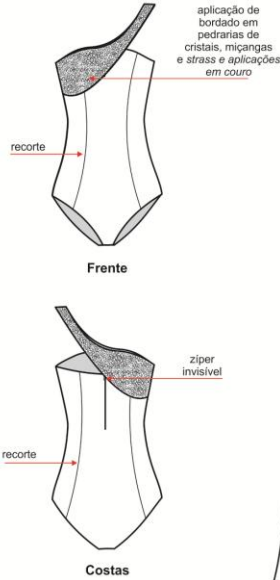
LOOK 8 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Top Corselet, Saia Curta e Saia Longa)



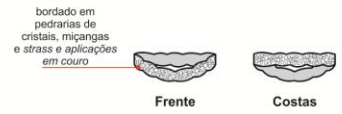
Goiaba Doce

evening wear

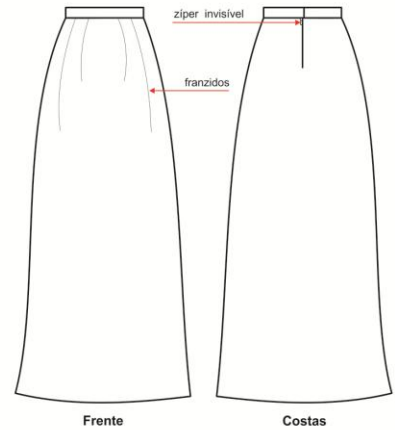
REF. 700-001 - BODY FASHION
BODY DE CREPE



REF. 100-006 - COMPLEMENTO FASHION
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS



REF. 400-008 - BOTTON BÁSICO
SAIA EVASÊ LONGA DE MUSSELINE



LOOK 9 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Body, Cinto e Saia Longa)



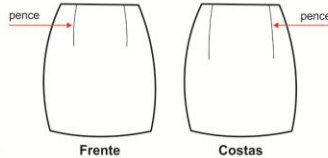
Goiaba Doce

evening wear

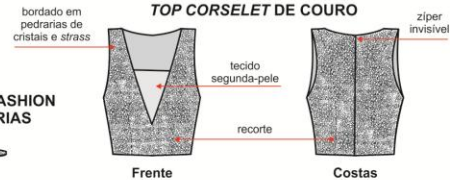
REF. 100-007 - COMPLEMENTO FASHION
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS



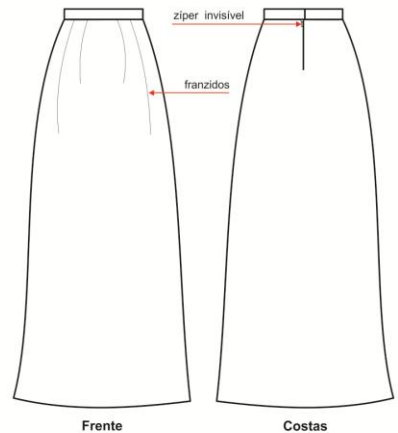
REF. 300-006 - BOTTON BÁSICO
SAIA RETA CURTA DE CREPE



REF. 200-006 - TOP FASHION
TOP CORSELET DE COURO



REF. 400-009 - BOTTON BÁSICO
SAIA EVASÊ LONGA DE MUSSELINE



LOOK 10 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE QUATRO PEÇAS (Top Corselet, Cinto, Saia Curta e Saia Longa)

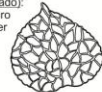
Goiaba Doce

evening wear

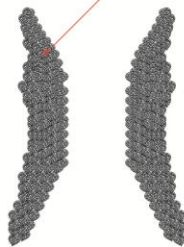
REF. 600-001 - DRESS VANGUARDA
VESTIDO LONGO DE MUSSELINE C/ SOBREPOSIÇÃO REMOVÍVEL



Detalhe 1 (ampliado):
pétala em couro
c/ corte à laser

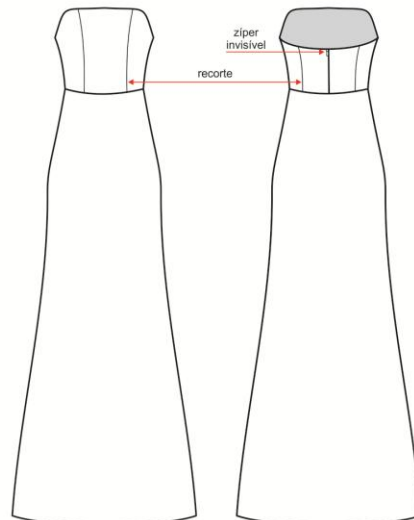


Detalhe 1:
aplicação de pétalas
em couro c/ corte à laser



Frente

Costas



Frente

Costas

LOOK 11 - VESTIDO C/ SOBREPOSIÇÃO REMOVÍVEL

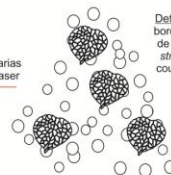
Goiaba Doce

evening wear

REF. 700-002 - BODY VANGUARDA
BODY DE CREPE



Detalhe 1:
aplicação de bordado em pedrarias
e pétalas em couro c/ corte à laser



aplicação de
bordado em
pedrarias de
pérolas e strass

recorte

Frente

recorte

Costas

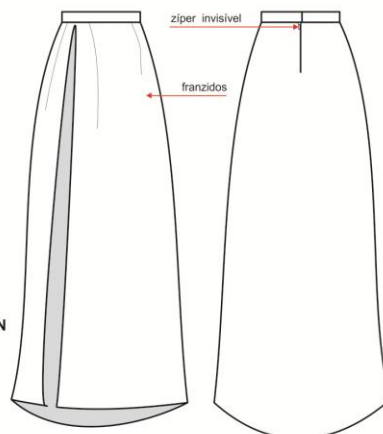
REF. 100-008 - COMPLEMENTO FASHION
CINTO BORDADO EM PEDRARIAS

bordado em
pedrarias de
cristais, pérolas
e strass

Frente

Costas

REF. 400-010 - BOTTON FASHION
SAIA C/ FENDA LONGA DE MUSSELINE



Frente

Costas

LOOK 12 - VESTIDO C/ COMBINAÇÃO DE TRÊS PEÇAS (Body, Cinto e Saia Longa)

**APÊNDICE C – LOOKS CONFECCIONADOS E LOOKS CASUAIS -
FOTOS FRENTE, LATERAL E COSTAS**

Look 1



Look 2



Look 3



Look 4



Look 5



Look 6



ANEXO A – FICHA DE ACOMPANHAMENTO DE ORIENTAÇÕES



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



FICHA DE ACOMPANHAMENTO DE ORIENTAÇÃO DE TCC

TÍTULO DO TRABALHO			
Acadêmicos (as) <i>Carolina A. Alexandino e Cassiana L. Denari</i>			
e-mail:		Telefone:	
Professor Orientador (a): <i>CELSO TETSURO SUONO</i>			
Professor Co-orientador (a):			
DATA DA ORIENTAÇÃO	DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES	ASSINATURAS	
		Orientador(a)	Acadêmico(a)
<i>23/11/11</i>	<i>Definição do problema, objetivos, justificativa</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>30/11/11</i>	<i>Correções no pré-projeto - TCC I</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>09/05/13</i>	<i>Definição dos trabalhos p/ TCC II</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>23/05/13</i>	<i>Instrumentos de coleta de dados</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>04/06/13</i>	<i>Grupos de alternativas. Resultados pesquisa de campo</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>06/06/13</i>	<i>Análise dos resultados</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>20/06/13</i>	<i>Direcionamentos mercadológicos</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>
<i>27/06/13</i>	<i>Direcionamentos mercadológicos</i>	<i>CTSu</i>	<i>Carolina Alexandino</i>

04/07/13	Desenvolvimento do projeto	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
11/07/13	Desenvolvimento do projeto	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
01/08/13	Desenvolvimento do projeto	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
08/08/13	Desenvolvimento do projeto	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
15/08/13	Finalização ateliê impresso e site	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
16/08/13	Finalização dos livros	Art. 1.º	Carolina de Oliveira
22/08/13	Finalização das prêmios	Art. 1.º	Carolina de Oliveira