



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

**OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS DOS TECIDOS SINTÉTICOS E
SUAS SIGNIFICAÇÕES NA MODA.**

Claudia Rodrigues Leal Barbosa

Caruaru, 2015.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

**OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS DOS TECIDOS SINTÉTICOS E
SUAS SIGNIFICAÇÕES NA MODA.**

Monografia apresentada ao curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco como requisito para obter a graduação sob a orientação da Professora Maria Teresa Lopes.

Caruaru, 2015.

Catálogo na fonte:

Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4-1242

B238a Barbosa, Cláudia Rodrigues Leal.

Os avanços tecnológicos dos tecidos sintéticos e suas significações na moda. / Cláudia Rodrigues Leal Barbosa. - 2015.

46f. il. ; 30 cm.

Orientadora: Maria Teresa Lopes

Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2015.

Inclui referências bibliográficas



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN

PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE

CLAUDIA RODRIGUES LEAL BARBOSA

**“OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS DOS TECIDOS SINTÉTICOS E
SUAS SIGNIFICAÇÕES NA MODA.”**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a(o) aluna(o) CLAUDIA RODRIGUES LEAL BARBOSA

Caruaru, 08 de junho de 2015.

Professora Maria Teresa Lopes

Professor Charles Ricardo Leite da Silva

Professor Dário Brito Rocha Junior

Agradecimentos:

Ao meu amado esposo e companheiro, por toda sua paciência e compreensão das horas dedicadas a este trabalho, assim como o tempo que se dedicou a me ajudar como as correções ortográficas, aos meus queridos filhos que me incentivaram e compreenderam algumas ausências para conclusão deste projeto. A minha orientadora Teresa que me instruiu de maneira clara e objetiva e não me deixou desistir quando achava que não conseguiria.

RESUMO

O objetivo deste presente estudo é identificar como as evoluções tecnológicas dos tecidos têm alterado a percepção das usuárias em relação às fibras utilizadas nas roupas na atualidade. Para isso, por meio de uma pesquisa bibliográfica da história dos tecidos e como a evolução do mercado tem se comportado, busquei criar um cenário para melhor entender as complexidades na hora da escolha de uma matéria prima. Através de entrevistas identificamos as percepções de um grupo de dez usuárias, em relação aos tecidos individualmente, assim como na escolha de uma peça elaborada com fibra sintética ou fibra de seda. Nossa percepção foi de que as usuárias não se preocupam com a composição das fibras têxteis, algumas consideram as sensações táteis durante a escolha de uma peça de vestuário, porém o mais importante é a apresentação do produto em relação ao senso de moda.

Palavras-chaves: Tecidos, Moda e Percepção.

SUMMARY

The aim of this study is to identify how the technological developments of the fabrics have changed the perception of the users in relation to the fibers of the clothes we use today. For this, through a search bibliographic - it is the history of the tissues and how the evolution of the market has behaved , sought to create a scenario to better understand the complexities at the time of choosing a raw material. By interviewing tions identify the perception of a group of ten users with respect to individual tissues as well as in the choice of a part made with synthetic fiber or silk fiber. Our perception was that users do not care about the composition of textile fibers , some consider the tactile sensations when choosing a garment , but the most important is the presentation of the product in relation to the sense of fashion .

Keywords : Fabrics , Fashion and Perception .

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1- MÉTODO DE ABORDAGEM	28
TABELA 2 – COMPARATIVO DE PREÇOS	30
TABELA 3	36
TABELA 4	39

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA I- FIBRAS NATURAIS	13	
FIGURA II – FIBRAS ARTIFICIAIS	13	
FIGURA III – FIBRAS SINTÉTICAS	14	
FIGURA IV – TEAR MANUAL	15	
FIGURA V – TEAR INDUSTRIAL	15	
FIGURA VI – GRÁFICO DE CONSUMO MUNDIAL	17	
FIGURA VII- CRIATÓRIO DO BICHO-DA-SEDA.....	20	
FIGURA VIII – TECIDOS SHANTUNG DE SEDA	FIGURA IX – CLOSE-UP DO SHANTUNG	21
FIGURA X – BLUSA EM SEDA PADRÃO	29	
FIGURA XI- CAMISETA LE LIS BLANC DE SEDA	FIGURA 11 - CAMISETA LE LIS BLANC SINTÉTICA.....	31
FIGURA XII TECIDO DE SEDA	33	
FIGURA XIII – TECIDO DE POLIÉSTER	34	
FIGURA XIV - GRÁFICO DE COMPRAS 1	40	

Sumário

1.Introdução	10
2. Fundamentação teórica.....	12
2.1 História dos tecidos.....	12
2.1.1 <i>Poliéster</i>	17
2.1.2 <i>Seda</i>	19
2.2 Design, moda e tecidos	21
2.3 Significação.....	24
3. Metodologia de Pesquisa.....	26
4. Atividades experimentais	29
4.1 Levantamento de preços	29
4.2 Pesquisas de identificação do tecido	33
4.3 Análise Comparativa.....	39
5. Considerações finais	41
5.1 Como o significado do valor de moda aparente das peças do vestuário feminino, elaboradas com tecidos sintéticos, podem superar a noção da qualidade percebidas dos tecidos pelos seus consumidores?	41
5.2 Qual a significação que o tecido sintético possui?	41
5.3 Qual a significação que o tecido de seda possui?	42
5.4 Qual a relação que o preço nas lojas tem e como ele influencia?	42
5.5 Conclusão	42
Bibliografia	44

1.Introdução

A indústria têxtil vem cada vez mais aprimorando sua produção, não só na questão da ampliação do leque de produtos, mas principalmente na busca por novas tecnologias que permitam uma produção mais rápida e farta, com menor custo e que ao mesmo tempo agrade ao consumidor, e para tal, a segmentação do mercado com a personalização dos produtos e as inovações tecnológicas são desafios constantes na elaboração de novos tecidos. Hoje só as características físico-químicas não são capazes de definir um produto, a análise sensorial é de fundamental importância já que o toque de cada tecido faz uma ponte direta com a usuária, bem como o caráter simbólico e dos significados que se pode agregar a um produto, lhe proporcionando características de moda.

Portanto, este estudo tem como objetivo geral analisar como o significado do valor de moda aparente das peças do vestuário feminino, elaboradas com tecidos sintéticos, pode superar a noção da qualidade percebida nos tecidos pelos seus consumidores.

Para tal iremos de maneira funcionalista, partindo do todo de uma peça de moda desconstruí-la e analisar a suas partes referentes aos tecidos e a significação de moda implícita na peça, um estudo em duas fases: peças e pessoas. Bem como o que faz com que peças de matérias-primas tão diferentes tenha significado de moda semelhantes a ponto de interferir na escolha das mesmas pelas usuárias.

Deste modo, começaremos com uma pesquisa bibliográfica fazendo um breve histórico dos tecidos e seus avanços tecnológicos e por meio de uma pesquisa de campo faremos uma análise de preços de peças semelhantes elaboradas com tecidos de seda e de tecidos de fibras sintéticas. Buscaremos o entendimento de como a usuária identifica o produto através de uma pesquisa tátil comparativa para entendermos como a evolução tecnológica dos fios sintéticos tem

sido tão rápida que tende a confundir os consumidores na hora da compra, fazendo com que as roupas produzidas com este fio fiquem tão parecidas com as de fibra de seda.

Em um terceiro momento utilizaremos outro experimento onde duas peças semelhantes, elaboradas uma com tecido de seda e outra com um tecido sintético, porém com as mesmas significações de moda serão vistas por dez usuárias em uma pesquisa de escolha de compra.

Esse estudo se torna relevante para o campo do design na promoção de um melhor entendimento quanto as diferenças entre o valor percebido de uma peça e o valor de produção desse produto, permitindo uma maior compreensão do designer sobre o momento em que ele deva ou não usar um determinado tipo de material, expondo o quanto os tecidos representam na criação de uma peça com significado de moda.

2. Fundamentação teórica

2.1 História dos tecidos

Os primeiros indícios de têxteis datam de 24.000 a.C., segundo a antropóloga Olga Soffer, contudo não se tem amostras destes tecidos. Os primeiros registros de tecidos são do início da Idade do Bronze, quando o homem iniciou o sedentarismo e a cestaria de objetos, e então surgem os primeiros tecidos em formato de tela. Eram elaborados de fibras naturais como o linho desde 6.000 a.C. assim como a lã e o algodão que tem registros a partir de 3.000 a.C. , já a seda considerado o tecido dos nobres é catalogada a partir de 1.000 a.C., estes tecidos basicamente reinaram até o século XV.

Até o século XVIII a fabricação de tecidos era feita manualmente, o primeiro tear mecanizado surgiu em 1785. Com o advento da Revolução Industrial e a chegada das primeiras máquinas a vapor, uma única máquina de fiar conseguia produzir o equivalente a 200.000 operários em fiadeiras manuais. A produção de têxteis deu um salto considerável tanto em quantidade como em qualidade e variedade, sem deixar de usar os mesmos princípios da tecelagem artesanal até os dias atuais.

Segundo (UDALE, 2009 p. 41) “Os tecidos são fundamentalmente feitos de fibras, que podem ser categorizadas simplesmente como naturais, artificiais ou sintéticas, sendo que cada uma tem suas próprias características e qualidade.”

Os tecidos elaborados com fibras naturais são de origem orgânica, podendo ser vegetal, animal ou mineral. Os tecidos artificiais são aqueles cujas fibras são decorrentes de processos químicos, mas que partiram de um base natural, já os tecidos sintéticos são aqueles que utilizam fibras exclusivamente produzidas com substâncias químicas. Sendo assim exemplificaremos os três grupos nas imagens a seguir:

Figura I- Fibras naturais



Figura II – Fibras artificiais

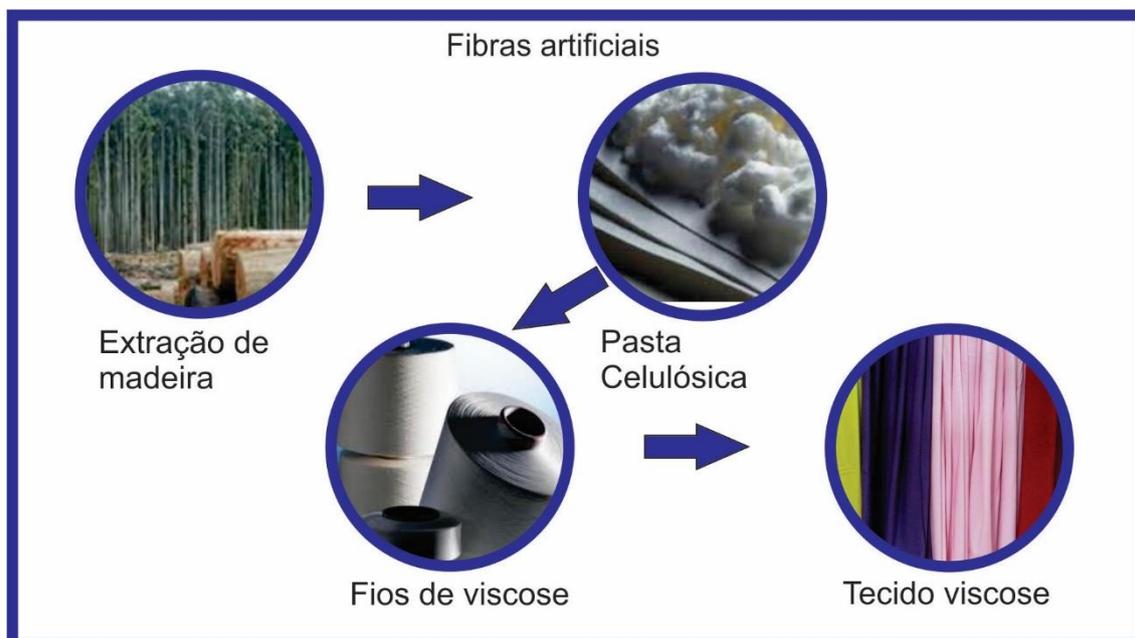
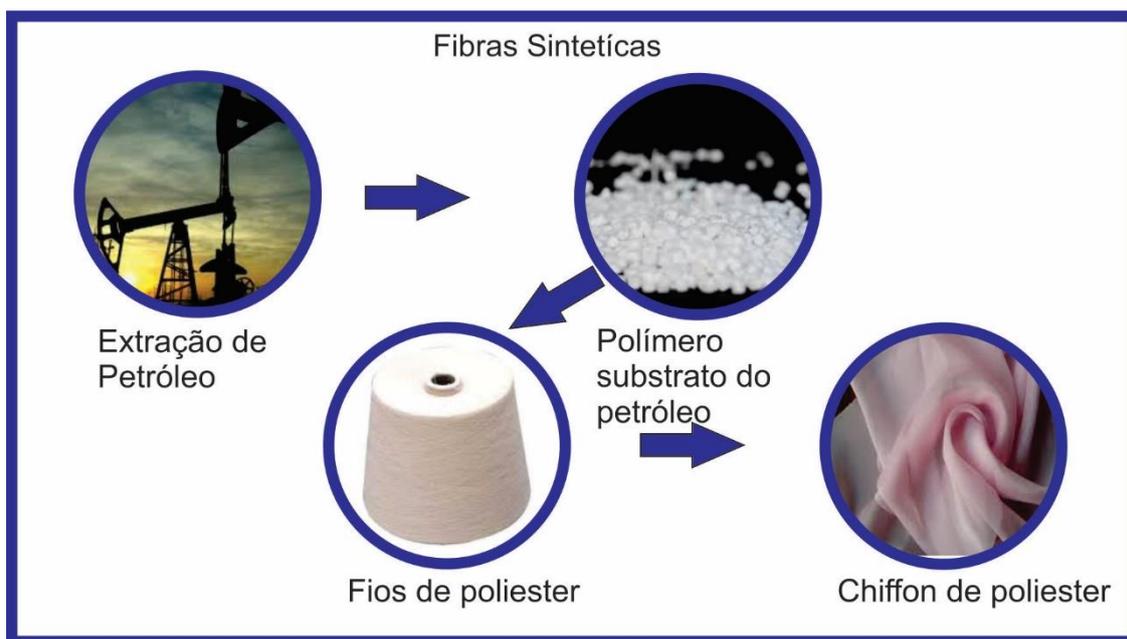


Figura III – Fibras sintéticas

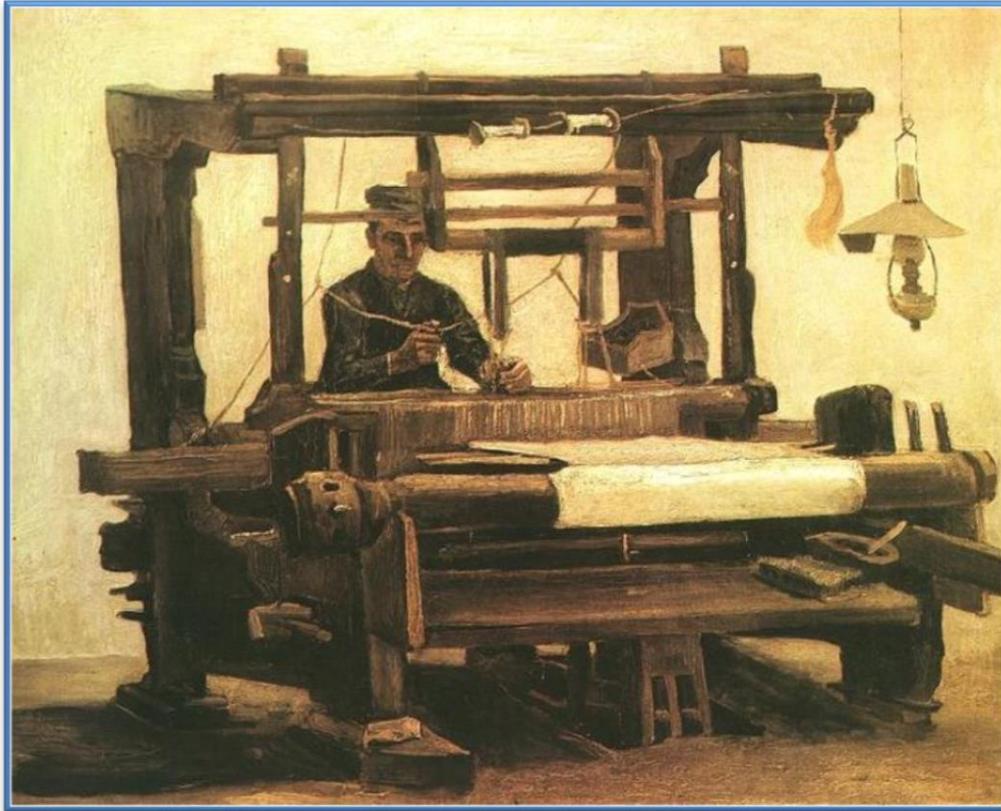


Contudo neste trabalho analisaremos apenas as fibras naturais da Seda e as fibras sintéticas do poliéster.

O processo de tecelagem é composto pela fiação, na qual as fibras e os filamentos são torcidos e transformados em fios, para posteriormente serem tramadas em forma de entrelaçamento de trama e urdume para formar o tecido propriamente dito, faltando ainda os processos de beneficiamento que proporciona o acabamento de tingimento, estamparia, entre outros. Segundo (PEZZOLO, 2007 p. 117 e 118),

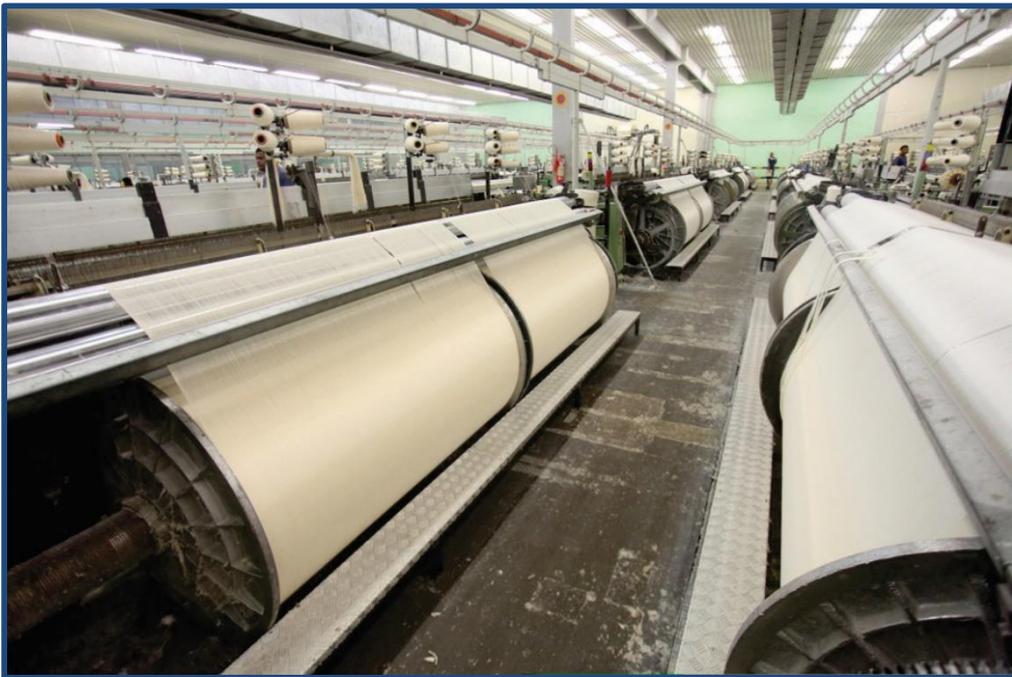
“... o processo da química permitiu que grande número de fibras sintéticas inventadas antes da Segunda Guerra Mundial fosse aperfeiçoado. A evolução tem sido tão grande que hoje muitas fibras sintéticas substituem as naturais, até mesmo com vantagens.”.

Figura IV – Tear Manual



Fonte: <http://www.artehistoria.jcyl.es/v2/contextos/2717.htm>

Figura V – Tear Industrial

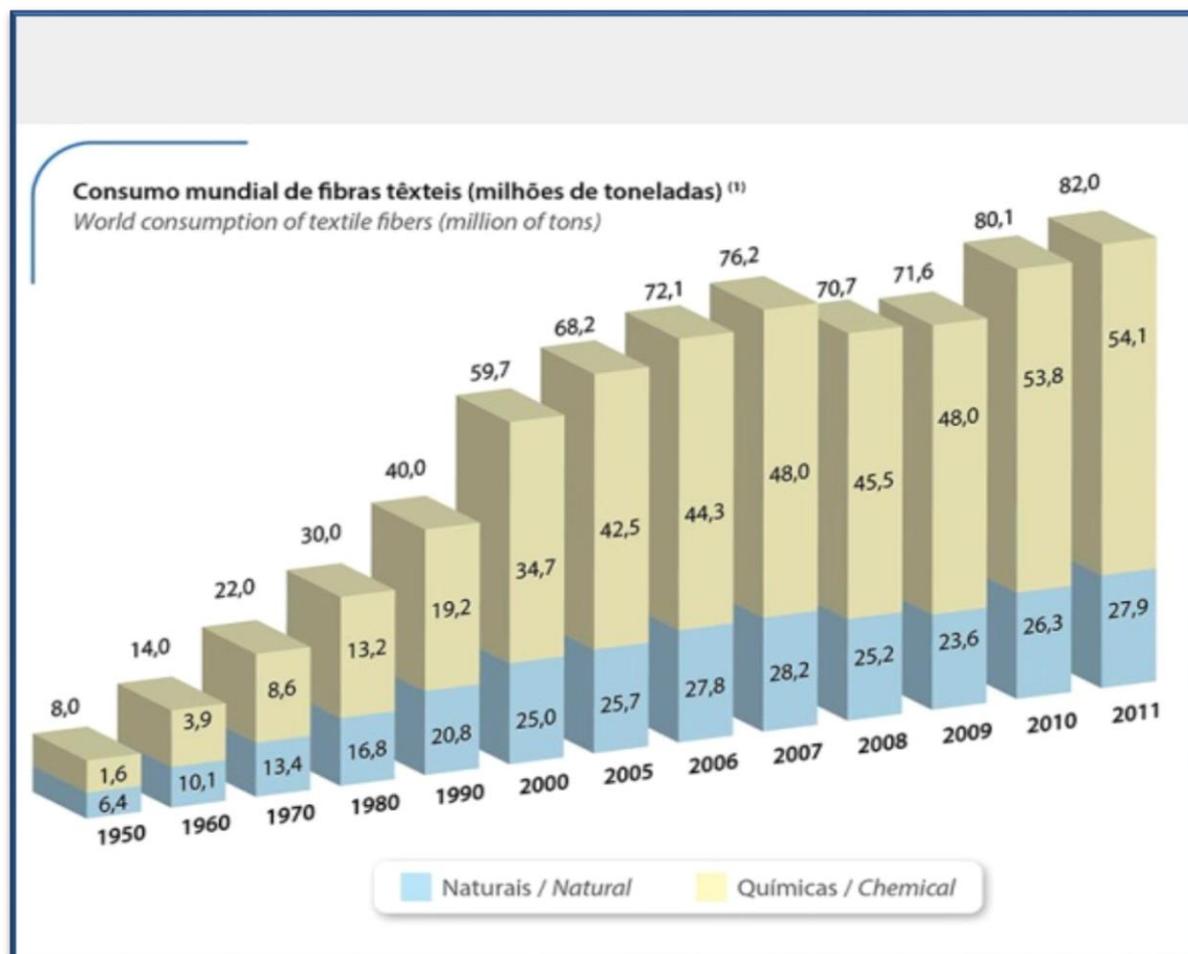


Fonte: <http://www.unitextil.com.br/parque-industrial>

Estas referidas fibras químicas surgiram em 1889 como o raiom que é uma fibra artificialmente modificada, trabalho do químico francês Hilaire Bernigaud, já que é elaborado através da extração da celulose de madeira, este fio foi chamado de seda artificial. Já em 1921 é a vez da celanese ou raiom acetato, criado pelos irmãos suíços Henry e Camille Dreyfus. A partir de então as fibras químicas se multiplicaram, a poliamida (náilon) em 1940 foi considerada a grande invenção, contudo o poliéster em 1941 e o acrílico em 1945 representam as fibras sintéticas de maior interesse para a cadeia têxtil, fazendo com que sua aceitação no mercado, transformasse o mesmo.

A figura VI, demonstra a evolução do consumo de fibras, além de apresentar um comparativo entre o consumo de fibras naturais versus fibras sintéticas. Ao analisá-lo podemos aferir que o consumo total de fibras em 2011 era 1.025% maior que em 1950, este número representa o aumento do mercado consumidor de modo geral, porém quando analisamos o consumo separadamente das fibras naturais o aumento é de 435,93% enquanto que o de fibras sintéticas o aumento chega a 3.381,25%, estes valores se devem à popularização do consumo de tecidos sintéticos, alavancados pelas facilidades de produção em massa dos sintéticos em detrimento das restrições para a produção de fibras naturais, assim como o valor atribuído pela indústria das fibras sintéticas. Este claro avanço do consumo de fibras sintéticas tem aumentado gradativamente a importância do mesmo no mercado e estimulado a constantes pesquisas e desenvolvimentos de novas tecnologias.

Figura VI – Gráfico de consumo mundial



Fontes: IEM/Fiber Organon

Nota: (1) Dados de 2006 a 2009 alterados pela Fiber Organon

2.1.1 Poliéster

As fibras de poliéster têm características peculiares, que foram introduzidas pelo homem para facilitar a vida moderna, como por exemplo: secagem rápida; maior resistência; difícil enrugamento; inalterabilidade das cores; conforto aliado a maciez do toque. Em contrapartida não absorvem a transpiração, deixando a roupa quente e possível de exalar odores.

Na atualidade inúmeras características têm sido incluídas nas fibras sintéticas abrindo um leque de qualidades específicas para as necessidades de cada área,

como o exemplo dos tecidos tecnológicos para esportes, que aumentam o desempenho dos atletas ou ainda os tecidos capazes de aquecer no frio, de refrescar no calor, assim como propriedades específicas como a antimicrobiana, antiestática, com proteção ultravioleta entre outras, porém estas possibilidades se estendem a diversas outras fibras químicas.

Contudo, as fibras sintéticas podem ser consideradas antiecológicas, pois são derivadas do petróleo bruto ou do gás natural provenientes de fontes não renováveis. Além de utilizar um grande volume d'água na sua produção é também de difícil degradação, entretanto quando utilizado como fibra única sem mistura pode ser fundido e reciclado ou ser produzido a partir de garrafas pet como matéria prima da elaboração dos fios, como a fibra *Alya Eco*, processo no qual duas garrafas de refrigerante de dois litros transformam-se em uma camiseta.

Os tecidos tecnológicos, considerados de última geração, acompanham o ritmo do tempo e seus modismos, contudo estes produtos são decorrentes de grandes pesquisas, elaboradas em sofisticados laboratórios químicos, com utilização de propriedades físicas e apoio da informática. “No entanto, os materiais têxteis frutos dessa revolução tecnológica ainda não possuem salvo-conduto direto para entrar na moda,..” (CHATAIGNIER, 2006 p. 112), este processo de inclusão na moda é gradativo e muitas vezes bem específico, os tecidos tecnológicos são facilmente introduzidos nas vestimentas esportivas, pois em geral agregam benefícios para os atletas em diversas modalidades.

Em nossa pesquisa encontramos o tecido *Fashion Paper*, que é um papel com aspecto de seda fina. É uma fibra derivada da celulose, contudo tem propriedades que permitem a construção de volumes nas peças que seriam muito difíceis de conseguir na seda natural, é um exemplo claro de como as fibras sintéticas agregadas de tecnologia podem modificar a percepção do produto. Entretanto a utilização da seda artificial em substituição a seda natural continua sendo nosso objeto de estudo.

Existem inúmeras opções de seda artificial no mercado, algumas com características visual e tátil muito próxima da seda natural. A indústria têxtil vem cada vez mais aprimorando este tipo de produto.

2.1.2 Seda

As fibras naturais, e principalmente a seda, são fibras confortáveis, agradáveis ao toque, antibacterianos, antialérgicos e além do mais possuem características termodinâmicas que permitem que o corpo respire, todavia não são resistentes à exposição de luz por tempo prolongado, perdem a cor com o tempo, não resistem a temperaturas acima de 175°C e ainda têm grande facilidade de formar rugas.

A seda é um tecido nobre que simboliza o luxo e fascina a sociedade por sua textura macia e seu brilho. Seu surgimento se deu na China e sua importância para a economia foi tão grande que foi criada “A Rota Marítima da Seda” onde era utilizada como moeda de troca e é considerada a precursora do conceito de comércio mundial. Em relação à maneira como foi criado este tecido existe uma lenda que segundo Pezzolo:

... por volta do ano de 2620 a.C. a imperatriz chinesa Xiling Shi tomava seu chá no jardim, sentada sob uma amoreira, quando algo estranho caiu dentro de sua xícara. De forma ovalada e muito leve, o casulo molhado pelo chá quente deixou que uma pontinha de seu filamento aparecesse. Mas a grande descoberta foi que os casulos existentes na amoreira podiam ser desenrolados, produzindo um delicado filamento passível de ser tecido.[...] conta-se que o segredo da fiação lhe foi confiado pela Celeste Fiandeira, que tinha como tarefa tecer a roupa dos deuses. (PEZZOLO, 2007 p. 86)

A narrativa dessa lenda evoca que desde o início a seda é descrita em uma áurea de luxo e com uma simbologia que a deixa com um conceito na sociedade e na cultura chinesa como algo que é ao mesmo tempo sagrado e delicado.

A sericultura foi mantida em segredo na China até o século VI, onde até então só os tecidos e as fibras eram exportadas. Após várias tentativas de desvendar o mistério, monges trouxeram os segredos para Constantinopla onde se deu o início do cultivo do bicho da seda no Oriente. O fio da seda era utilizado em diversos produtos como nas cordas de um instrumento musical inventado pelo imperador Fou-Hi, cordas de arcos, fios de pescas entre outras funções, porém, foi na moda que a seda alcançou significação de luxo, nobreza e riqueza.

Figura VII- Criatório do Bicho-da-Seda.



A produção da seda tem início com o bicho-da-seda (*Bombyx mori L*) que se alimenta exclusivamente de folhas de amoreira, e através de seus excrementos forma um casulo em sua volta, que nada mais é que um novelo de fio (75% a 90% de fibra) com aproximadamente 700 a 1200 metros de extensão, coberto com a sericina (10% a 25%). Quando colocado em água quente elimina a sericina, que é uma espécie de cola natural, permitindo que o fio seja enrolado em meada, para posteriormente unindo várias meadas possa ser torcido até formar um fio mais grosso que permita tecer o tecido de seda. Como são fios naturais, são passíveis de algumas irregularidades que, devido a seu alto custo e sua nobreza não são consideradas defeitos, são apenas separados e utilizados em produtos secundários, como é o caso do *Shantung de seda* que é produzido com fios com pontas grossas e caroços formando um relevo em sua trama.

Figura VIII – Tecidos Shantung de Seda



Figura IX – Close-up do Shantung



Utilizando a condição de um produto extremamente nobre, onde nada deve ser desperdiçado, o projeto nacional Casulo Feliz identificou nos resíduos industriais da produção da seda a possibilidade de reaproveitamento sustentável. Em 1988, surge a empresa com o objetivo de “Os produtos O Casulo Feliz, são influenciados pela brasileiridade cultural, focado em beleza, reaproveitamento, design e luxo.” . A produção dos fios é feita de maneira artesanal, todo o processo de fiação é manual e o tingimento acontece com pigmentos vegetais, conferindo uma simbologia a mais aos produtos por eles elaborados. O projeto trabalha em parceria com algumas marcas brasileiras como a Osklen que utilizou tecidos do Casulo Feliz na coleção verão 2013 com a marca da *ecofriendly*.

2.2 Design, moda e tecidos

Nas últimas décadas vimos mudanças radicais no cenário mundial, que modificaram as concepções e modos de agir coletivamente, a globalização econômica quebrou várias regras e barreiras tornando o mercado universal. Para o trabalho do designer de moda essa globalização parece não ter barreiras, contudo ainda temos que levar em consideração a cultura e costumes locais, mesmo com o intenso intercâmbio de indivíduos e tecnologia, o sentimento de identidade interfere na aceitação de um produto de moda.

Os tecidos acompanham os homens desde a era Paleolítica, como historiamos anteriormente, desde o nascimento, quando os bebês eram enrolados, até a morte. A utilização destes tecidos com forma de comunicação começaram com

os desenhos de paisagens, para posteriormente serem utilizados como mídia pessoal. Segundo (GARCIA, 2010 p. 38)

No clássico *Medienforschung*²¹, o comunicólogo alemão propõe uma classificação do sistema de mediação a partir de três grupos distintos: mídia primária, mídia secundária e mídia terciária. O corpo humano é considerado por ele como a primeira de todas as mídias. Centrado no presente e ocupando um espaço tridimensional, é plenamente capaz de dispensar aparatos em seu processo comunicativo.

Sendo assim, podemos classificar os tecidos como mídia secundária de acordo com Pross, fazendo um paralelo com a imagem em um papel, o tecido está para o corpo como meio de comunicação.

A palavra moda vem do latim *modus* e é literalmente medida, porém sua significação é tão vasta que pode expressar diversos valores de relações sociais, culturais, históricos e geográficas assim como desejo, excentricidade, rebeldia e status.

Até o século XIV as vestimentas eram usadas para a proteção do corpo e de modo a definir a classe social do indivíduo através das leis suntuárias que restringiam determinados tecidos para as classes mais abastadas. Neste período começaram as diferenciações dos trajes principalmente relacionados às monarquias e cortes europeias. Como o crescimento econômico da burguesia e suas aspirações de nobreza, as vestimentas passaram a imitar a corte refletindo estes anseios de maneira simbólica, porém para alguns historiadores a Revolução Industrial foi o ponto de partida para moda como a conhecemos hoje, baseado em (FOGG, 2013 p. 9) diz que “Foi nesta época que os estilos elegantes passaram a ser prescritos pelo trabalho do costureiro ou estilista de moda.”

A moda das indumentárias segundo (FOGG, 2013 p. 8) “O desejo de se vestir elegante [...] embora forma e conteúdo possam variar, a motivação permanece a mesma: o adorno do corpo humano como uma expressão de identidade.” É esta identidade o que movimenta o ciclo da moda, este desejo de ser e estar que transforma o corpo em vitrine, permitindo a fantasia, o desejo e as expectativas refletidas nas vestimentas e adornos corpóreos.

Na atualidade a moda vive um ciclo intenso, onde as novidades muitas vezes surgem de uma releitura de épocas passadas, os materiais utilizados ajudam a compor estes contextos, porém para que uma peça de vestuário seja considerada uma peça de moda é necessário que ela pertença a um "...contexto de uma cultura social, política e econômica representando assim a estética da época." segundo (FOGG, 2013 p. 12) . As pessoas utilizam-se da moda para comunicar, sendo assim a moda pode ser considerada uma expressão de linguagem, pois segundo Garcia e Miranda:

[...] O indivíduo expressa, portanto, uma atitude, um comportamento pela linguagem da roupa, das cores, dos adereços. Expressa sua adesão a uma determinada "tribo" e conseqüentemente, sua oposição a outras, e isso ocorre não só em termos estéticos, mas moral, político, filosófico, social. (GARCIA, Maria Carolina; MIRANDA, Ana Paula, 2007)

Podemos concluir que o vestuário compõe a identidade social do indivíduo, já que a interação social e a expressão de significados informam algo a seu respeito. Segundo Miranda o consumo é um processo cultural ativo, no qual nossa identidade é construída com símbolos materiais que nos tornam o que consumimos.

Sendo assim, os símbolos são associações entre objetos e significados culturais e nesta construção, um símbolo representa um significado social e para tal necessita de pelo menos dois participantes: um remetente e um receptor, sendo uma das partes "o possuidor do símbolo" e a outra "o observador do símbolo" caracterizando um fenômeno social. Segundo (MIRANDA, 2008 p. 29)

"Para um objeto funcionar como um símbolo é necessário que este compartilhe da realidade com seus compradores. Os produtos possuem significado simbólico social apenas na extensão que a coletividade dos consumidores individuais lhes confere este significado. Os produtos que são símbolos são vistos como possuidores de significação que vão além de sua presença tangível."

Considerando o caso dos tecidos, objeto deste estudo, os símbolos evocativos são evidentes nos produtos elaborados pelos mesmos, a soma do prazer na atividade do consumo pode ser responsável pela escolha do usuário.

2.3 Significação

A moda é uma linguagem sincrética¹ e por isso composta pelas imagens e percepções de objetos como o vestuário, que acabam por comunicar à sociedade muito mais do que suas cores e formas, comunicando assim seus significados. A moda pode tanto expressar a identidade do usuário como um fenômeno de massa. Nesse sentido, se pode entender que o vestuário carrega valores que mostram a personalidade do indivíduo. Segundo Barthes:

A Moda deve projectar o modelo aristocrático, fonte de seu prestígio: é a Moda pura; mas ao mesmo tempo ela deve também representar de uma maneira eufórica, o mundo dos seus consumidores, transformando as funções intramundanas em signos: é a Moda naturalizada, cujos significados são nomeados. De aí o seu estatuto ambíguo: ela significa o mundo e significa-se a si própria, constrói-se neste caso como programa de conduta e no outro como espetáculo luxuoso (BARTHES, 1999, p. 319).

Como se sabe, em Barthes se pode entender que o significado de uma peça do vestuário vai além da imagem visual, é uma combinação de percepções aliadas ao repertório de quem está lhe conferindo sentido. Os significados são atribuições de quem os interpreta, permitindo diferentes significações para um mesmo objeto.

Moda é significação porque é uma representação material do imaginário humano, se argumenta então que a moda está vinculada as mídias, principalmente quando interpretada pelo usuário, ou seja, quando a aceitação e a identificação de uma peça são validadas tanto pela sociedade – na coletividade - como pelo usuário – na individualidade - retroalimentando o ciclo de sentido da moda. Como vemos no gráfico de (TREPTOW, 2007 p. 27):

MODA = Lançamento ➡ Consenso ➡ Consumo ➡ Massificação ➡ Desgaste

Sendo assim, a moda tem um ciclo que começa com uma proposta, seja através de “movimentos de moda na escala social, um efeito trickle-down (gotejamento) e outro o efeito bubble-up (ebolição)” (TREPTOW, 2007 p. 27). Os dois movimentos tem a mesma finalidade porém o trickle-down começa na elite da moda,

¹ Linguagem sincrética é a mistura de vários sistemas de linguagem, que produzem sentido, significação e comunicações, a linguagem como meio de expressão.

onde os divulgadores das tendências são grandes estilistas ou personalidades conhecidas como artistas ou estelas pops, este movimento vai se espalhando através da mídia e chegando até as redes populares do mercado de massa. Já o efeito bubble-up surge nas ruas e passa a definir um estilo bem peculiar, representando em geral um grupo como foi o punk ou o grunge. Este estilo é levado novamente pelas mídias sociais, televisivas e imprensa escrita e, por fim aparecem em passarelas de grandes estilistas enriquecidas e expressando luxo.

Segundo Castilho e Martins:

Como os demais discursos sociais, a moda concretiza desejos e necessidades de uma época, circunscrevendo os sujeitos num determinado espaço de significação. Do erudito à cultura de massa, podem ser recuperadas, por meio da moda, as identidades do sujeito, uma vez que a moda se constitui como um dos extensores do próprio ser humano, filiando-se a determinados discursos sociais que veiculam sua visão de mundo. (CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M., 2005 p. 28)

A necessidade de consumo muitas vezes são decorrentes do desejo estético e simbólico do produto e não da real funcionalidade do objeto, o vestuário faz parte de uma linguagem corporal pode ser codificada

“ com a gestualidade, com a sensorialidade e com a própria decoração corpórea, a moda e o design como projeto, processo de transformação de aparência que objetiva a diferenciação ou a similitude.” (CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M., 2005 p. 31)

sendo assim o desejo de parecer ou informar reflete nos looks que o consumidor escolhe. Pois não nos vestimos apenas para nos proteger e nos compor e sim pensando na nossa aparência para nós mesmo e para os outros, nos inserindo em grupos ou desejando participar deles.

Partindo destas informações, se conclui que uma indumentaria é algo que contém um valor simbólico e portanto uma significação que é individual e coletiva ao mesmo tempo, e por isso uma análise nesse sentido é algo bastante complexo pois acaba passando por contextos socio-históricos, econômicos e culturais intrinsecamente relacionados a sociedade organizada. Segundo (CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M., 2005 p. 41)

“ ..., os adornos e as vestes -, o ser humano experencializa uma constante metamorfose de sua aparência, sempre relacionada a seu

universo de sentidos percebidos e atrelada a determinado contexto em que os objetos /espaço se constroem e são contruídos como extensores do próprio ser humano.”

A partir destas informações, cabe-nos fazer a seguinte observação: o valor percebido esta diretamente ligado ao indivíduo enquanto o valor atribuído depende da sociedade, sendo que o individuo está inserido no grupo social. Desta forma temos duas significações a detalhar:

1. O valor atribuído do produto é o conjunto de valores referentes a matéria-prima, produção, inovações tecnológicas, royalties, entre outros, que de forma quantitativa podem ser aferidos e consequentemente agregados ao valor do produto.
2. O valor percebido é o conjunto de informações que o usuário credita ao produto baseado na relação de benefícios que atenda seus desejos. Diferente do valor atribuído, estes valores dificilmente serão quantificados, pois eles estão ligados à percepção que cada usuário tem ao tomar contato com a linguagem do produto em uma relação de satisfação ou utilidade, e da sua negativa também, advinda do consumo do referido produto.

Assim pode-se concluir que uma análise da significação de um produto é uma combinação direta entre entender os discursos de quem o observa, consumidor ou não, e de quem o produz – nesse caso designers, comerciantes, e a indústria que produz os produtos de moda.

3. Metodologia de Pesquisa

O método aplicado neste trabalho será o indutivo, no qual partimos da observação de que as peças de vestuário vem cada vez mais utilizando os tecidos sintéticos. A moda aparente destas peças lhes confere valor de peças de luxo semelhantes às de fibras de seda.

E segundo Lakatos e Marconi os argumentos dedutivos e indutivos se diferenciam em:

... o dedutivo tem o propósito de explicar o conteúdo das premissas; o indutivo tem o desígnio de ampliar o alcance dos conhecimentos. Analisando isso sob outro enfoque, diríamos que os argumentos dedutivos ou estão corretos ou incorretos, ou as premissas sustentam de modo completo a conclusão ou, quando a forma é logicamente incorreta, não a sustentam de forma alguma; portanto, não há graduações intermediárias. Contrariamente, os argumentos indutivos admitem diferentes graus de força, dependendo da capacidade das premissas de sustentarem a conclusão. Resumindo, os argumentos indutivos aumentam o conteúdo das premissas, com sacrifício da precisão, ao passo que os argumentos dedutivos sacrificam a ampliação do conteúdo para atingir a "certeza".. (LAKATOS, Eva maria; MARCONI, Marina de Andrade, 2003 p. 92)

Em nosso trabalho usaremos o método de pesquisa exploratória-descritiva com duas etapas. A princípio faremos uma revisão bibliográfica de como surgiu a fibra da seda e as fibras sintéticas.

Na segunda etapa, coletaremos dados de preço em oito lojas que atendem públicos-alvo diferentes. Posteriormente faremos uma pesquisa individual, com o objetivo de percebermos o conhecimento dos tipos de tecidos que estão sendo apresentados e como eles interferem no momento da escolha de uma peça para as usuárias. O terceiro e último experimento que será outra abordagem comparativa quando apresentaremos duas peças semelhantes porém produzidas com os tecidos estudados, seda e poliéster, contendo os mesmos significados de moda.

Por fim, baseados nas informações colhidas, iremos expressar nossas considerações a respeito do assunto.

Tabela 1- Método de Abordagem

Metodologia de pesquisa		
1º Método de Abordagem	<i>indutivo</i>	Partindo da observação do aumento na participação de peças de vestuário em fibras sintéticas ,analisaremos como o produto de moda é dotado de uma significação aberta, e como os tecidos (sintéticos e naturais) tem valores de significação contextuais e diferentes.
2º Método de procedimentos	<i>Levantamento Bibliográfico</i>	Tem a finalidade de gerar a base epistemológica dos argumentos da monografia e direcionar à pratica.
	<i>Base experimental</i>	<i>Experimento 01</i> Levantamento de Preços Para o entendimento do valor atribuído ao produto de moda no ponto de venda.
		<i>Experimento 02</i> Pesquisa individual Para o entendimento do valor percebido ao produto de moda (observação de modelagem e materialidade).
	<i>Análise dos dados</i>	Análise de discurso da pesquisa e análise comparativa entre os dois experimentos
<i>Apontamentos finais</i>	Considerações sobre a significação do produto de moda, tomando como base a seda.	

4. Atividades experimentais

4.1 Levantamento de preços

Nesta etapa buscamos analisar lojas com produtos semelhantes, porém com propostas diferentes em relação ao público alvo de cada uma. A escolha das peças a serem analisadas foi determinada com as seguintes características: uma camiseta regata com alças largas, em formato evasê, estampada ou lisa e confeccionada em seda ou poliéster.

Figura X – Blusa em seda padrão



Nossa pesquisa foi efetuada no mês de junho de 2014 nas cidades de Caruaru e Recife.

Tabela 2 – Comparativo de preços

Loja / Cidade	Tecido Seda /Preço	Tecido sinté- tico/preço	Percentual de dife- rença %
	R\$ 398,00	Não tinha	Sem comparativo
	R\$ 199,00	R\$ 119,90	66,72%
	R\$ 359,60	R\$ 339,50	5,82%
	R\$ 189,90	R\$ 89,90	110,90%
	Não tinha	R\$ 69,90	Sem comparativo
	Não tinha	R\$ 29,90	Sem comparativo
	R\$ 249,90	R\$ 109,90	127,38%
	R\$ 219,90	R\$ 109,90	100,59%

Para analisarmos a tabela 2, primeiro faremos uma breve explicação sobre os perfis de cada loja pesquisada: as lojas Animale, Le Lis Blanc e Shoulder têm um público alvo de mulheres de classe média alta; a fast fashion Zara, mesmo sendo considerada uma loja popular em alguns países apresenta um mix de produto destinado também a mulheres de classe média alta em nosso país; já as lojas C&A e Riachuelo que também são fast fashion atendem ao uma classe social mais popular; e as duas lojas situadas em Caruaru são lojas de multimar- cas destinas a classe média alta da nossa cidade.

Loja Animale – a loja só possuía a camiseta em seda, a vendedora informou que a estampa era exclusiva e que o preço era compatível com os demais produtos da loja. Segundo a vendedora a marca prima por produtos de boa qualidade, portanto uma peça tão básica tem que ser elaborada com o tecido de melhor qualidade.

Loja Shoulder – a loja possuía a camiseta nos dois tecidos, seda e poliéster, porém com uma variação de preço de 66,72% entre elas, também segundo a vendedora poucas usuárias identificam a diferença da qualidade do tecido, em geral escolhem pela identificação com a estampa e levam em consideração o preço.

Lojas Le Lis Blanc – a loja possuía a camiseta nos dois tecidos, porém a variação de preço era mínima 5,82%, segundo a vendedora os produtos têm igual aceitação e em geral as usuárias não se preocupam em verificar a composição dos tecidos apenas o toque e aparência dos mesmos, e que as estampas são fatores decisivos para escolha do produto.

Figura XI- Camiseta Le Lis Blanc de Seda



Figura 11 - Camiseta Le Lis Blanc sintética



Loja Zara – nesta loja também tinha as duas camisetas, seda e poliéster, porém com uma diferença de preço mais expressiva 110,90%. Como não tivemos auxílio de vendedora, já que o modelo de venda é de autoatendimento, apenas observamos a quantidade de opções disponíveis dos dois tipos, as peças de

fibra sintética eram em maior quantidade, e também tivemos dificuldade de identificar apenas no visual e tátil o tipo de tecido.

C&A – nesta rede de loja encontramos apenas as peças de fibra sintética, já que a demanda é mais popular, também em formato de autoatendimento não tivemos auxílio de vendedora, porém diferente da loja **Zara** era tanto visual quanto tátil a identificação da fibra sintética.

Riachuelo – nesta outra rede de loja encontramos apenas as peças de fibra sintética, já que a demanda é mais popular, e mais uma vez ficou claro a identificação visual e tátil do produto.

Entre&Vista – esta loja possuía os dois tipos de camisetas, por tratar-se de uma loja multimarca, as peças analisadas eram de fornecedores distintos, e as diferenças eram evidentes desde o tipo de tecido, acabamento e apresentação do produto, a variação de preço foi a maior encontrada entre as pesquisadas, 127,38% o valor aparente do produto fez muita diferença.

Karmens – neste estabelecimento também encontramos os dois tipos de camisetas, é uma loja multimarcas, as peças também eram de fornecedores distintos, porém as diferenças não eram tantas, a apresentação do produto era semelhante e a identificação do tecido foi mais difícil, a vendedora nos informou que a maioria das consumidoras não se preocupa em identificar o produto que estão consumindo, apenas analisam o valor estético da peça e o preço.

De acordo com os preços e variedades observadas nas lojas verificamos que as variações são imensas de uma loja para outra, mesmo quando utilizam o mesmo tipo de composição de tecido, pois identificamos que no caso das fibras sintéticas existem inúmeras possibilidades de fiação, acarretando um acabamento diferenciado nos tecidos encontrados. Já nas fibras da seda existe uma semelhança muito grande, independente da tecelagem que a produziu.

Em se tratando da análise sobre os testemunhos das vendedoras, a nossa impressão é de que as consumidoras não se preocupam com que tipo de fibra as peças são produzidas, achamos que é por falta de informação a despeito das mesmas, já que as composições das fibras nos dizem muito a respeito do que

estamos consumindo, desde a questão estética, ecológica, de durabilidade e de manuseio da peça. Segundo as vendedoras a primeira impressão das consumidoras é quanto ao visual do produto, se a cor, a estampa e a modelagem estão de acordo com o que buscam e se estão nos padrões da moda atual.

Levando isso em consideração nas lojas de maior valor agregado do produto as peças produzidas em tecidos sintéticos tinham uma aparência muito próxima das de seda, inclusive com uma variação de preço menor que se compararmos com as das lojas populares.

4.2 Pesquisas de identificação do tecido

Esta etapa da pesquisa se faz necessária para conhecermos como as usuárias identificam os tecidos, e se isso é relevante na hora da compra de uma peça de vestuário. Para tal, nesta etapa do processo de pesquisa, entregamos dois tecidos as pesquisadas, sendo um de seda e outro sintético com características da seda. Os tecidos eram de cores diferentes, porém foi solicitado as pesquisadas que abstivessem a cor de cada produto. E também foi informado que a pesquisa se tratava da qualidade dos tecidos.

Figura XII tecido de seda



Figura XIII – tecido de poliéster



Questionário para análise dos tecidos

	Tecido 1	Tecido 2
Qual o tecido mais confortável?		
Qual o tecido que você acha mais nobre ² ?		
Qual o tecido que você acha com mais cara de moda?		
Algum dos tecidos é sintético?		
Algum dos tecidos é seda?		

O que você sente ao tocar no tecido 1?

O que você sente ao tocar no tecido 2?

Estes tecidos lhe trazem alguma memória afetiva? Qual?

O tecido 1 tem algum significado para você?

O tecido 2 tem algum significado para você?

Consumidora das lojas abaixo:

Lojas/ cidade	Sim	Não
		
SHOULDER		
		
ZARA		
		
riachuelo 		
entre&vista		
		

² Tecido nobre aquele com característica de luxo, refinamento, capaz de vestir reis e rainhas, repleto de significações sociais, culturais e emocionais.

Nesta etapa as repostas eram de marcar “X” e as pesquisadas podiam optar por um tecido, os dois ou nenhum dos dois.

Tabela 3

RELATÓRIO DO COMPARATIVO DOS TECIDOS											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Qual o tecido mais confortável?	TEC 1	X		X	X	X	X	X	X	X	X
	TEC 2		X		X						
Qual o tecido que você acha mais nobre?	TEC 1			X	X	X	X			X	X
	TEC 2	X	X		X			X	X		
Qual o tecido que você acha com mais cara de moda?	TEC 1			X	X	X	X		X		
	TEC 2	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Alguns dos tecidos é sintético?	TEC 1	X	X		X		X	X	X		X
	TEC 2	X			X	X	X		X	X	X
Alguns dos tecidos é seda?	TEC 1		X	X		X				X	
	TEC 2			X				X			

tec1. Seda tec2 .Poliester

Sendo assim, na primeira pergunta obtivemos oito votos para o tecido de seda, um para o sintético e um voto iguais no conforto. Com relação a nobreza do tecido, a seda obteve cinco votos, o sintético quatro e em um voto nos foi dito que seriam iguais. Em relação ao significado de moda, o tecido de seda ficou com um voto, o sintético ficou com cinco votos e quatro pesquisadas optaram pela igualdade dos tecidos. Já na identificação como sintético, cinco pesquisadas acharam que ambos eram sintéticos, duas acharam que a seda seria sintética e apenas duas acertaram a composição do tecido e uma informou que nenhum dos dois tecidos seria sintético. Na identificação da seda apenas três entrevistadas acertaram o tecido, uma respondeu que o tecido sintético era seda e outra respondeu que ambos os tecidos eram seda.

Analisando as respostas, concluímos que apesar de 80% das pesquisadas informarem que o tecido de seda era mais confortável, isso não se confirmou na pergunta seguinte quanto à nobreza do tecido, ou seja, o conforto por si só não foi interpretado como uma qualidade primordial de nobreza dos tecidos como antigamente, foram levados em consideração a praticidade, e a aparência do tecido.

Quanto ao tecido que mais apresentava informação de moda 40% das pesquisadas informaram que os tecidos tinham o mesmo valor de moda, e 50% optaram pelo tecido sintético, ou seja a apresentação do tecido sintético é tão similar ao tecido de seda, que fica difícil a sua identificação.

Na segunda etapa do questionário as perguntas eram de respostas abertas. As respostas foram analisadas para privilegiar a fala das pesquisadas, preservando suas palavras chaves.

O que você sente quando toca no tecido 1? Como este era o tecido de seda as palavras mais citadas foram: conforto, maciez e caimento do tecido, em geral as pesquisadas se ativeram a estas características como mais importantes.

O que você sente quando toca o tecido 2? Quanto ao tecido sintético, a respostas variaram entre macio e áspero, conforto, calor e caimento, algumas pesquisadas consideraram o tecido áspero em relação ao tecido 1, porém caso fosse apresentado apenas o tecido 2 não o considerariam áspero.

Estes tecidos lhe trazem alguma memória afetiva? Qual? Todas as entrevistadas responderam não em relação à memória afetiva, mesmo sabendo que “segundo a lei embriológica geral, quanto mais cedo se desenvolve uma função fisiológica, mais fundamental provavelmente ela será (MONTAGU, 1971)”. O tato é o sentido sensorial que primeiro funciona em todas as espécies: humanos, animais e aves, sendo assim o tecido deveria fazer parte deste repertório individual de cada entrevistada.

O tecido 1 tem algum significado para você? As entrevistadas responderam que o tecido remetia a roupas de festa, confirmando a característica nobre do tecido apresentado.

O tecido 2 tem algum significado para você? As entrevistadas responderam que o tecido remetia a roupas de festa, considerando que suas características seriam muito próximas ou iguais a do tecido de seda.

A terceira etapa do questionário era de marcar “X”, o intuito desta análise era conhecer um pouco o perfil de quem estava sendo entrevistada, das nossas usuárias 100% são clientes da fast fashion Zara, onde encontramos as peças com muita dificuldade de identificação tátil do produto, pois a maioria das peças é importada e utiliza um poliéster de boa qualidade, com toque muito semelhante

ao da seda. Já na Riachuelo outra fast fashion mais popular 90% se disseram usuárias dos produtos desta loja, porém lá existe apenas peças com tecidos de poliéster. Na C&A 70% confirmaram ser consumidoras da loja, e mais uma vez a loja só expõe peças elaboradas com tecidos de fibra sintética, pois se trata de uma loja fast fashion popular. Em relação a loja Shoulder se disseram consumidoras apenas 40% das entrevistadas, na Animale 30% informaram ser consumidoras, porém nesta loja existe apenas peças em seda. Nas lojas Les Lis Blanc, Entre&vista e Karmens apenas 20% eram consumidoras.

Na realidade nosso universo de entrevistadas apresenta um consumo maior nas lojas mais populares, com exceção da Zara onde todas são clientes, as lojas que mais apresentaram consumidoras são lojas que apresentam apenas um tipo de tecido o de poliéster, deixando nossos achados um pouco vago em relação ao consumo em si.

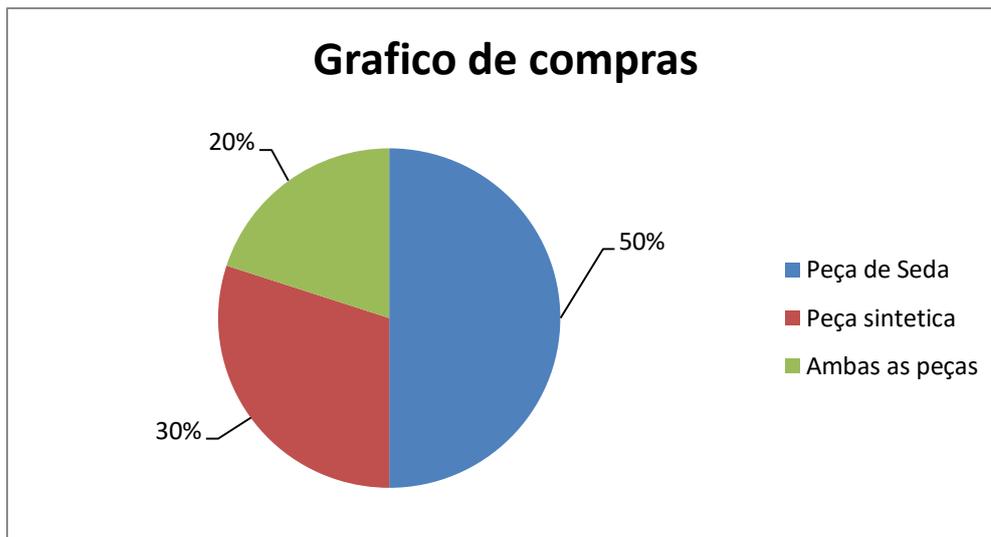
Tabela 4

RELATÓRIO DE LOJAS/CONSUMIDORAS										
Lojas/ cidade	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Animale / Recife	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	SIM	NÃO	NÃO	NÃO
Soulder / Recife	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO
Le Lis Blanc / Recife	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Zara / Recife	SIM									
C&A / Recife	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Riachuelo / Recife	SIM	SIM	SIM	NÃO	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM	SIM
Entre e Vista / Caruaru	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO
Karmens / Caruaru	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO	NÃO

4.3 Análise Comparativa

Nesta etapa da pesquisa apresentamos duas peças semelhantes elaboradas com os tecidos: sintético e de seda para as entrevistadas, com intuito de analisar a percepção das mesmas quanto a significação de moda inserida em cada peça. Em nosso questionário perguntamos “qual das peças elas comprariam, e por quê?” E “qual tinha maior significado de moda?”

Figura XIV - Gráfico de compras 1



A peça produzida em seda seria comprada por 50% das usuárias, por considerarem que a aparência e o conforto da peça deveriam predominar na hora da escolha. Já 30% das usuárias comprariam a peça sintética, por aparentar amassar menos e ser mais prática na hora de usar, já que o toque e a aparência eram praticamente iguais. As 20% restantes comprariam qualquer umas das peças ou ambas, pois não conseguiam visualizar diferença que justificassem a escolha de uma em detrimento a outra.

Em nosso estudo o preço de as peças não foi levado em consideração, a pergunta se restringia à aparência da peça. Não foi informado valores a nenhuma entrevistada.

5. Considerações finais

Sendo assim, nosso alvo neste estudo foi compreender se de fato as fibras têxteis de seda ou as fibras sintéticas interferem na escolha de um produto, e quais são as características mais relevantes nesta escolha, assim como o valor atribuído aos referidos produtos são interpretados pelas usuárias. E para tal responderemos algumas perguntas a seguir.

5.1 Como o significado do valor de moda aparente das peças do vestuário feminino, elaboradas com tecidos sintéticos, podem superar a noção da qualidade percebidas dos tecidos pelos seus consumidores?

A despeito das respostas sobre o significado de moda de um tecido, os produtos apresentados por si só não obtiveram quase nenhuma diferenciação, de modo que a apresentação de ambos foi por nós considerada semelhante. Identificamos que o valor de moda de uma peça pronta é mais importante que o tecido separadamente, o contexto onde a peça é apresentada a usuária interfere na sua escolha, assim como a cor e o valor atribuído a peça decorrente da marca do produto.

A falta de informação das usuárias em relação à qualidade dos tecidos, a falta de hábito de consultar as etiquetas informativas aliadas às evoluções tecnológicas nos permitem concluir que a composição do tecido em si tem pouca influência na decisão da compra. É importante ressaltar que a sensação tátil dos produtos é muito parecida, excetuando-se as lojas mais populares onde a diferença dos tecidos era mais nítida, embora que os preços eram muito diferentes também.

5.2 Qual a significação que o tecido sintético possui?

Com os avanços tecnológicos e a massificação dos tecidos sintéticos, a significação deste produto por si só não tem representatividade no mundo da moda, o tecido sintético se mistura na grande gama de ofertas produzidas à partir destas inovações, permitindo que a falta de informação do consumidor quanto a sua origem não interfira na suas escolhas, assim como a aparência tão próxima dos tecidos naturais, que são ditos nobres, confunde os consumidores, e como as

peças do vestuário são compostas por diversos fatores que representam a resultante final do produto de moda, o tecido não tem tanta força como no passado.

5.3 Qual a significação que o tecido de seda possui?

Os tecidos de seda continuam tendo um significado de luxo e riqueza, porém no universo analisado isto não foi relevante na escolha de uma peça, durante a entrevista falávamos em seda versus poliéster, todas eram unânimes em classificar a seda como melhor, contudo não conseguiram efetivamente identificar o produto como tal.

5.4 Qual a relação que o preço nas lojas tem e como ele influencia?

A diferença de preço do produto de seda em relação aos de poliéster vem para comprovar o valor real do produto, já que a produção de um tecido de seda é muito mais demorada e dispendiosa que a produção do tecido sintético. Entretanto esta diferença se refletiu também no valor percebido dos produtos, já que as lojas destinadas ao público de maior poder aquisitivo eram as que apresentavam os maiores preços assim como as opções de produtos em seda, como o exemplo da loja Animale que não possuía o produto proposto em tecido sintético apenas em seda, ou a loja Le Lis Blanc que possuía os dois tipos porém com uma diferença mínima de 5,82% agregando valor ao produto sintético.

5.5 Conclusão

Sendo assim, nossa atuação enquanto designer é buscar o máximo de conhecimento possível para iniciar um projeto de coleção com um universo de informações sempre voltados para as tendências, contudo não podemos deixar de nos preocuparmos com a qualidade das matérias-primas que iremos utilizar, assim como os anseios dos consumidores e suas percepções em relação ao nosso trabalho, o conhecimento das características das fibras, suas usabilidades e seus significados são relevantes que o processo criativo seja bem aceito. Mesmo que ao final do projeto o consumidor não consiga identificar as fibras de acordo com suas constituições, elas são importantes para dar à aparência almejada por nós designers ao produto. Hora atribuindo valores que não os têm assim como inovações capazes de imitar percepções de qualidade e conforto.

Na atualidade o consumo é um dos fenômenos mais estudados nas relações de aceitação social, a relação entre seres humanos e objetos de uso pessoal está intrinsicamente ligados aos conceitos de moda, ao desejo e a maneira de vê e de ser visto. Fatores que tem influência cultural, econômica e social na valorização destes objetos. A significação de uma peça, o valor atribuído, o valor percebido, a marca e o marketing que envolve um produto, tudo isso influencia na compra de um produto de moda, o jogo de sedução e interesse das indústrias têxteis e do vestuário interferem nas escolhas feitas pelos consumidores.

Para mim de forma especial, este trabalho explica uma percepção realista das minhas atividades profissionais, já que trabalho no mercado do vestuário e não conseguia compreender as escolhas por determinados tecidos, há meu ver inadequado para o clima nordestino principalmente, porém as escolhas de uma peça de vestuário compõem um conjunto de significação muito maior, mesmo que o tecido seja o principal componente de sua elaboração, apenas a qualidade e ou as características do tecido não são determinantes para o consumidor. O tecido se mostra apenas uma coadjuvante na peça final já que todos os valores atribuídos e percebidos são mais relevantes para o consumidor.

Do ponto de vista acadêmico, esta pesquisa confirma a necessidade de um estudo com um maior universo amostral de entrevistadas, a fim de aumentar a percepção do tema, segmentando os públicos alvos e as lojas base do estudo, proporcionando assim uma informação mais adequada aos designers de acordo com suas segmentações de mercado.

Bibliografia

ANDRADE, Maria Margarida de. 2006. *Introdução à metodologia do trabalho científico*. São Paulo : Atlas, 2006. ISBN 85-224-4124-3.

ASPECTOS EPISTEMOLÓGICOS SUBJACENTES A ESCOLHA DA TÉCNICA DO GRUPO FOCAL NA PESQUISA QUALITATIVA. **SMEHA, Luciane Najar. 2010.** n.2, Santa Maria : Revista de psicologia da IMED, 2010, Vol. vol.1 . 260-268.

CASTILHO, Kathia. 2009. *Moda e Linguagem*. São Paulo : Anhembi Morumbi, 2009. 2º edição.

CASTILHO, Kathia, MARTINS, Marcelo M. 2005. *Discursos da moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo : Anhembi Morumbi, 2005.

CHATAIGNIER, Gilda. 2006. *Fio a Fio: tecidos, moda e linguagem*. São Paulo : Estação das Letras, 2006.

FOGG, Marnie. 2013. *Tudo sobre moda*. Rio de Janeiro : Sextante, 2013.

GARCIA, CAROL. 2010. *Baseado em fábulas reais*. São Paulo : Estação das letras e cores, 2010.

GARCIA, Maria Carolina; MIRANDA, Ana Paula. 2007. *Moda é Comunicação*. São Paulo : Anhembi Morumbi, 2007.

LAKATOS, Eva maria; MARCONI, Marina de Andrade. 2003. *Fundamentos de metodologia Científica I*. São Paulo : Atlas, 2003.

LIMA, Manolita Correia. 2004. *Monografia a engenharia da produção acadêmica*. São Paulo : Saraiva, 2004.

LIPOVESTSKY, Gilles. 1944. *O Luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das Marcas*. São Paulo : Companhia das Letras, 1944. ISBN 978-85-359-0707-0.

MIRANDA, Ana Paula de. 2008. *Consumo de moda: relação pessoa-objeto*. São Paulo : Estação Letras e Cores, 2008.

PEZZOLO, Dinah Bueno. 2007. *Tecidos: história, trams, tipos e usos*. São Paulo : Senac São Paulo, 2007.

TREPTOW, DORIS. 2007. *Inventando Moda*. Brusque : D.treptow, 2007.

UDALE, Jenny. 2009. *Fundamentos de design de moda: tecidos e moda*. Porto Alegre : Artmed Editora S.A., 2009. ISBN 978-85-7780-524-2.

<http://textilporto.com.br/porto/fibras-e-o-mercado-mundial/> - acesso 01/08/2014.

<http://www.ocasulofeliz.com.br/siteModa/empresa> - acesso: 06/08/2014.

<http://gauchaopina.blogspot.com.br/2013/03/invencoes-e-descobertas-tear-jenny.html> -
acesso: 13/08/2014.

<http://www.artehistoria.jcyl.es/v2/contextos/2717.htm> – acesso:13/08/2014

<http://www.unitextil.com.br/parque-industrial> - acesso: 13/08/2014.