

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO**

RISONEIDE LAURENTINO DA SILVA

**A METODOLOGIA DE PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO COMO PROPULSORA
DO DESIGN DE MODA DA MARCA ELLY JEANS**

CARUARU

2018

RISONEIDE LAURENTINO DA SILVA

**A METODOLOGIA DE PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO COMO PROPULSORA
DO DESIGN DE MODA DA MARCA ELLY JEANS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Centro Acadêmico do
Agreste da Universidade Federal de
Pernambuco como requisito exigido
para obtenção do título de Bacharel
em Design.

Orientador: Andréa Barbosa Camargo

CARUARU

2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S586m Silva, RisoneideLaurentino da.
A metodologia de planejamento de coleção comopropulsora do design de moda da marca Elly Jeans. / RisoneideLaurentino da Silva. – 2018.
114 f.il. : 30 cm.

Orientadora: Andréa Barbosa Camargo.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2018.
Inclui Referências.

1. Moda. 2. Cópia. 3. Elly Jeans (Firma). 4. Design. I. Camargo, Andréa Barbosa(Orientadora).II.Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-313)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO**

Parecer de comissão examinadora
de defesa de projeto de
graduação em design de
RISONEIDE LAURENTINO DA SILVA

**A METODOLOGIA DE PLANEJAMENTO DE COLEÇÃO COMO PROPULSORA
DO DESIGN DE MODA DA MARCA ELLY JEANS**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob presidência
do primeiro, considera a aluna aprovada

Caruaru, 16 de julho de 2018

Andréa Barbosa Camargo

Luiz Clério Duarte Júnior

Jacqueline de Siqueira Bezerra

AGRADECIMENTOS

Tarefa difícil será desenvolver essa etapa sem desmanchar em lágrimas, muito mais do que as derramadas em todo decorrer do trabalho. Início agradecendo a Deus, por todo seu cuidado e carinho para comigo, pois ele é o responsável por iluminar os caminhos e por dar forças quando tudo parecia ser muito difícil. À Maria Santíssima por seu amor infinito e interseção para com toda minha vida acadêmica. Ambos sempre encontravam formas de demonstra zelo para comigo e usava de anjos para me auxiliar na caminhada rumo à conquista de mais um sono.

À minha mãe, por todo amor, incentivo, cuidado, apoio, investimento... Agradeço por todas as vezes que se mostrou lutar junto, quando pensava em desistir ou não ser capaz. Orgulho-me muito em tê-la comigo. Ao meu pai, por me encher de amor, arrancar os sorrisos mais sinceros quando a vontade é chorar e sair correndo doida. Obrigada meus pais por mostrarem dia a pós dia, desde o conceber, que sou capas de conquistar todos os meus sonhos.

Aos meus familiares, por todo incentivo, apoio e orações.

A gratidão também é grande para com minha tia Kátia e minha irmã/madrinha Cristiane. Foram responsáveis pela base da minha educação, como sou grata por cada tabuada e ditado de palavras que fazia na maioria das vezes emburrada. Sou grata também por cada incentivo, por cada vez que choraram junto, por todos os terços rezados em minha intenção e pelo apoio nas minhas aventuras.

Aos meus afilhados, por toda paciência nos momentos de ausência, por todas as vezes que fui preenchida do mais puro amor e pela alegria que tenho em tê-los em minha vida.

Aos meus amigos, que são verdadeiros anjos na minha vida. À Edvania Aquino, por todo companheirismo e irmandade, literalmente um presente de Deus, estivemos juntas nos ratos do fim de mês, nos fins de períodos, nas poucas baladas e principalmente nos momentos de conquistas, esse é apenas mais um. Sou muito grata a Emmanuel Wagner, por toda sua paciência diante ao meu desespero, por toda credibilidade nos meus trabalhos acadêmicos e profissionais, por todas as fotos da vida e principalmente pelo editorial deste trabalho. À Steffany Silva por está ao meu lado, mesmo diante do tempo distante, por ceder seu ombro e abraço nos momentos de dificuldade, por aguentar todo meu denço e por me contagiar com seu sorriso lindo que arranca o meu junto. À Naildo Felipe por todas as risadas e sonhos

compartilhados, por toda confiança e amor bruto. Aos que não foram citados, sintam-se representados.

Às docentes, Danielle Simoes-Borgiani, Flavia Zimmerle e Tatiana Leite que contribuíram e serão sempre exemplo para minha vida acadêmica e profissional. Gratidão por cada aula, projeto, conversa, feedback, experiência e puxões de orelha.

À banca examinadora do presente trabalho.

Por fim e não menos importante, quero agradecer a minha querida e amada orientadora Andrea Camargo, por ter compartilhado todo seu conhecimento de forma tão amiga e companheira, por todo incentivo, por acreditar quando eu não acreditava, por suportar todos meus momentos de loucura e insegurança. Tenho a mesma como grande inspiração e prometo não medir esforços para mantê-la orgulhosa.

Até aqui nos ajudou o Senhor. 1 Samuel 7:12

RESUMO

A cultura da cópia no Polo de Confeções do Agreste pernambucano estimula a propagação de produtos de baixa qualidade, tendo em vista esse fator, o presente trabalho, tem por objetivo o desenvolvimento de uma coleção de moda para a marca Elly Jeans, pertencente ao polo supracitado, precisamente à cidade de Toritama. Estudamos o histórico da marca, as características e anseios de seu público consumidor, visando a absorção da criação pelo mercado. Para tal, utilizamos como metodologia projetual a descrita por Doris Treptow (2013). O projeto final é composto por 23 looks, 37 peças, com o tema Constellation. Inspiração esta, permeada com cores, elementos de estilo e padronagens que representam o mundo estrelar. O jeans é o protagonista desta coleção, impulsionando-nos a perceber a gama de opções que podem ser geradas com esta matéria-prima produzida em um dos maiores produtores de jeans do país.

Palavras-Chave: projeto de coleção, cópia, Elly Jeans, *Constellation*.

ABSTRACT

The copy culture in the Polo Confections of AgrestePernambucano, stimulates the propagation of low quality products, in view of this factor, the present work aims the development of a fashion collection for the brand Elly Jeans, belonging to the aforementioned polo, precisely to the Toritama city. We study the brand history, the characteristics and yearnings of its consuming public, aiming at the absorption of market creation. For this, we use as design methodology the one described by Doris Treptow (2013). The final design consists of 23 looks, 37 pieces, with Constellation theme. The Inspiration is permeated with colors, style elements and patterns that represent the starry world. The protagonist in this collection is the Jeans, impelling us to realize a range of options that can be generated with this raw material produced in one of the largest jeans producers in the country.

Keywords: collection design, copy, Elly Jeans, Constellation.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Blogueira Rafaela Galvão.....	37
Figura 2 - Blogueira Karine Filizola.....	37
Figura 3 - Cantora Marcia Felipe	38
Figura 4 - Blogueira Mariana Ferrari.....	38
Figura 5 - Coleção verão 2017 “Caribe”	40
Figura 6 - Coleção verão 2017 “Caribe Fantase”.....	40
Figura 7 - Coleção inverno 2017 “Vintage”	41
Figura 8 - Coleção verão 2018 “Cruise”	41
Figura 9 - Coleção verão 2018 “Resort”	42
Figura 10 - Brytch Jeans (detonado e correntes).....	43
Figura 11 - Elly Jeans (detonado e correntes).....	43
Figura 12 - USYMY Jeans (lavagem de estrelas).....	44
Figura 13 - Elly Jeans (lavagem de estrelas).....	44
Figura 14 - Painel de Público.....	46
Figura 15 - Painel de Tendência.....	49
Figura 16 - Painel de Tema	52
Figura 17 - Cores.....	53
Figura 18 - Esboços.....	58
Figura 19 - Look 01.....	59
Figura 20 - Look 02.....	60
Figura 21 - Look 03.....	61
Figura 22 - Look 04.....	62
Figura 23 - Look 05.....	63
Figura 24 - Look 06.....	64
Figura 25 - Look 07.....	65
Figura 26 - Look 08.....	66
Figura 27 - Look 09.....	67
Figura 28 - Look 10.....	68
Figura 29 - Look 11.....	69
Figura 30 - Look 12.....	70
Figura 31 - Look 13.....	71

Figura 32 - Look 14.....	72
Figura 33 - Look 15.....	73
Figura 34 - Look 16.....	74
Figura 35 - Look 17.....	75
Figura 36 - Look 18.....	76
Figura 37 - Look 19.....	77
Figura 38 - Look 20.....	78
Figura 39 - Look 21.....	79
Figura 40 - Look 22.....	80
Figura 41 - Look 23.....	81
Figura 42 – Modelagem colete galáxia	82
Figura 43 - Modelagem saia midi botões	83
Figura 44 - Modelagem jaqueta longa	83
Figura 45 - Modelagem calça skinny	84
Figura 46 - Modelagem macacão galáxia	84
Figura 47 - Lavagem da peça piloto	85
Figura 48 - Resultado da lavagem da peça piloto.....	86
Figura 49 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 01).....	88
Figura 50 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 02).....	89
Figura 51 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 03).....	90
Figura 52 - Ficha técnica calça skinny (folha 01).....	91
Figura 53 - Ficha técnica calça skinny (folha 02).....	92
Figura 54 - Ficha técnica calça skinny (folha 03).....	93
Figura 55 - Ficha técnica colete galáxia (folha 01)	94
Figura 56 - Ficha técnica colete galáxia (folha 02)	95
Figura 57 - Ficha técnica colete galáxia (folha 03)	96
Figura 58 - Ficha técnica saia midi botões (folha 01)	97
Figura 59 - Ficha técnica saia midi botões (folha 02)	98
Figura 60 - Ficha técnica saia midi botões (folha 03)	99
Figura 61 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 01)	100
Figura 62 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 02)	101
Figura 63 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 03)	102
Figura 64 - Ensaio Look 12.....	104
Figura 65 - Ensaio look 12.....	105

Figura 66 - Ensaio Look 18.....	106
Figura 67 - Ensaio Look 18.....	107
Figura 68 - Ensaio Look 23.....	108
Figura 69 - Ensaio Look 23.....	109

LISTA DE TABELA

Tabela 1 - Métodos usados para criação dos produtos pelas empresas e empreendedores complementares do Polo de Confecções do Agreste.....	28
Tabela 2 - Desenvolvimento de coleção pelas empresas do Polo de Confecções do Agreste	29
Tabela 3 - Quantitativo de coleções produzidas em um ano pelas empresas e empreendimentos complementares do Polo de Confecções do Agreste	29
Tabela 4 - Comparativo das metodologias de projeto e planejamento de coleção apresentadas.....	31
Tabela 5 - Macrotendências inverno 2018	47
Tabela 6 - Mix de Coleção.....	50

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
2	JUSTIFICATIVA	16
3	OBJETIVOS	16
3.1	Objetivo Geral	16
3.2	Objetivos Específicos	16
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
4.1	A roupa: Da Indumentária à moda.....	17
4.1.1	<i>Designer de Moda</i>	18
4.1.2	<i>Uma Coleção de moda</i>	19
4.1.3	<i>Moda e tendência</i>	22
4.2	O jeans de Toritama.....	23
4.2.1	O polo de confecções de Pernambuco	23
4.2.2	<i>Toritama, a capital do jeans</i>	23
4.2.3	<i>Jeans: da origem aos dias atuais</i>	25
4.2.4	<i>A cultura da cópia no polo de confecções do Agreste</i>	27
5	METODOLOGIA DE PESQUISA	30
5.1	Metodologia Projetual	30
5.2	Metodologia de coleção de moda por Treptow.....	33
6	O ESTUDO DE CASO: A ELLY JEANS	36
6.1	Estilo de marca	38
6.2	Elly Jeans e a prática da cópia	42
6.3	Público	44
6.4	Macrotendência Inverno 2018.....	46
6.5	Mix de coleção	49
6.6	Tema de coleção.....	50
6.7	Cor	52
6.8	Tecidos e aviamentos	53
6.9	Elemento e Princípios de design.....	54
6.10	Elemento de estilo	57
6.11	Desenhos.....	57
6.12	Modelagem	82
6.12	Prototipagem	85
6.13	Ficha Técnica	86

7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
	REFERÊNCIAS.....	112

1 INTRODUÇÃO

Toritama está entre as cidades que juntas integram o polo de confecções do Agreste, cidade onde a confecção de jeans é predominante. Estimasse que esse tipo de produção teve início há aproximadamente trinta anos. (FADE/SEBRAE, 2003). O início da confecção na região foi de forma desordenada e sem planejamento, permitindo assim o surgimento da cultura de cópia.

Segundo Mota, na região pertencente ao polo de confecções, é perceptível que atualmente o mercado é fortalecido e desenvolvido através das práticas de cópia em sua produção (MOTA, 2017).

A cópia, fruto da velocidade sagaz na produção de vestuário em Toritama, atribui as suas peças, baixa qualidade e conseqüentemente baixa competitividade, pois uns copiam os outros e nenhum se destaca. Treptow (2013) aponta que algumas empresas que praticam esse processo de cópia possuem seus estoques aglomerados de peças sem nenhuma relação entre si, dificultando a venda casada.

Tendo em vista este cenário que caracteriza a capital do jeans, e observada a falta de planejamento na criação de uma coleção de vestuário, fomos prospectar uma marca local que atendesse a estes parâmetros para se tornar nosso objeto de estudo.

A Elly Jeans é uma marca de confecção de vestuário, localizada na cidade de Toritama, considerada uma das empresas líderes de vendas em atacado e varejo, possuindo clientes atacadistas de vários estados do Brasil. Porém, detectamos indícios de que também está inserida no mercado de cópia, comum à região.

Com isso, temos como pergunta para esta pesquisa: como desenvolver uma coleção de moda para a marca Elly jeans, utilizando uma metodologia de planejamento de coleção, que enfatize a criação em detrimento da cópia?

O processo criativo de design de moda, para o desenvolvimento de coleções de produtos, ocorre através de metodologias que pesquisam, analisa e desenvolve produtos direcionados ao público que se busca ser atingido. Treptow (2013, p. 38) afirma que “para que uma coleção seja coerente, é necessária uma metodologia para o processo de criação”. Assim, este trabalho busca desenvolver uma coleção de moda possuindo como norte a metodologia de Doris Treptow, para a marca Elly Jeans, localizada em Toritama. De forma a propor um modo de criação de produtos, distanciando-se da cópia.

2 JUSTIFICATIVA

Este trabalho justifica-se como um trabalho de design de moda, possuindo como embasamento a metodologia de Doris Treptow, 2013. Busca integrar a indústria de confecção de vestuário da cidade de Toritama à uma metodologia de planejamento e desenvolvimento de coleção, mostrando assim um outro caminho que vai além da cópia estabelecida na região.

Estimasse que no Polo de Confecções do Agreste, passem semanalmente 45 mil pessoas por semana. Em suas grandes feiras, emprega 76 mil pessoas, produzem 57 milhões de peças por mês e realizam o faturamento mensal superior a R\$ 144 milhões. (SEBRAE-PE, 2013) Contudo toda essa produção é feita de forma desordenada e através de cópia, a coleção a ser desenvolvida neste presente trabalho busca otimizar os números, através da diminuição de descarte e, principalmente, a melhoria da qualidade dos produtos desenvolvidos, com planejamento e identidade de moda.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Criar uma coleção de moda Jeans para uma marca pertencente ao polo de confecções do Agreste: A Elly Jeans.

3.2 Objetivos Específicos

- Analisar a identidade de estilo da marca Elly Jeans;
- Levantar seu posicionamento em relação a cópia;
- Compreender como funciona o mercado de confecção de Jeans em Toritama;
- Desenvolver uma coleção de moda para Elly Jeans.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 A roupa: Da Indumentária à moda

As roupas acompanham o ser humano no seu dia a dia e em diferentes culturas espalhadas pelo mundo. Treptow (2013) afirma que desde o início a roupa acompanha nossa evolução, de forma a cobrir e proteger o corpo de baixas temperaturas, como também da vegetação local, e a pele animal foi o primeiro artifício para essa finalidade.

Durante a pré-história, especificamente na era glacial, os primitivos que estavam na Europa tinham a necessidade de cobrir o corpo devido às baixas temperaturas. A pele dos animais que caçavam para alimentar o bando, agora também possuía a função de proteção. Para que a pele se adequasse ao corpo, usavam os tendões dos animais ou cordões de fibras vegetais. Com o auxílio de pequenos ossos, espinhos ou pedras criavam uma espécie de alinhavo, de onde surgiu a inspiração para a agulha de mão (NERY, 2014).

No início, a roupa possuía ligação com rituais religiosos e significados místicos, além de diferenciação de classes. A confecção do vestuário se dava de acordo com a disponibilidade de matéria prima da região, como os egípcios que viviam do Nilo e aproveitavam para tecer as fibras de linho cultivadas nas margens do rio (TREPTOW, 2013).

O vestuário presente no período que antecede o fim da idade média é nomeado de indumentária. Lipovetsky (1989) afirma que só é possível reconhecer moda a partir do fim da Idade Média, justamente este sistema de moda que conhecemos até os dias atuais.

A moda vai além do ato de cobrir o corpo, da roupa em si, ela é um fenômeno social que se define através de “mudanças sociológicas, psicológicas e estéticas, intrínsecas à arquitetura, às artes visuais, à música, à religião, à política, à literatura, à perspectiva filosófica, à decoração e ao vestuário” (RECH, 2002, p. 29). Nery (2014, p. 9) acompanha a ideia dizendo “Moda não é simples vestimenta. Ela é o signo das formas de expressão que se mostram também em outros domínios”.

Para Lipovetsky (1989) a moda é um meio de extrema importância para o desenvolvimento da modernidade no mundo ocidental, ela esteve presente nas grades mudanças, sofrendo novas adaptações, dando identidade a cada tempo

vivido. Stevenson (2012, p. 6) afirma que “novo e moda são termos que andam juntos, porque a moda, por sua natureza volátil, é sempre nova”.

4.1.1 Designer de Moda

O desenvolvimento de produtos de moda engloba vários fatores que buscam solucionar um problema do mercado consumidor. Como afirma Löbach (2011) o processo de trabalho do designer é tanto criativo quanto solucionador de problema. Para Peruzzi (1998, p. 11) as características presentes no projeto de design devem ser: “inovação, confiabilidade, racionalização, evolução tecnológica, padrão estético, rápida percepção da função-uso de produtos, adequação às características socioeconômicas e culturais do usuário”.

Dentre as necessidades profissionais de um profissional de moda é necessário que o mesmo tenha percepção das tecnologias acessíveis, para que possa desenvolver produtos de forma a serem facilmente aceitos pelo público estabelecido (TREPTOW, 2013).

No mercado da moda existem dois tipos de profissionais que costumam ser confundidos em relação a sua função, o designer e o estilista. De acordo com Treptow (2013) a função do designer é voltada para o meio industrial e mercadológico, enquanto a do estilista aparenta denotar algo mais lúdico, criativo e livre de preocupações mercadológicas.

O serviço do designer, diferente do que muitos pensam, não é gerado pelo acaso, existe a necessidade de investigação, através de pesquisas focadas no que diz respeito ao trabalho a ser executado pelo profissional dessa área. “O processo de pesquisa e investigação é um momento empolgante para o designer, que pode buscar novas fontes de inspiração, alimentar sua imaginação e educar a mente criativa” (MATHARU, 2011, p. 97).

Mota (2017) fala que existem vários fatores necessários para que o designer desenvolva seu projeto, alguns deles são: a necessidade do usuário, aspectos culturais, sociais, simbólicos, além do fluxo de informação global, a questão empresarial e a economia local. Contudo o profissional de design não está necessariamente ligado só ao artefato, mas sim a todo um contexto de necessidades de desejos.

Com a velocidade da moda Sorger (2009, p. 16) fala que “os designers são como aves caçadoras à procura de alvos”. Com isso, para se manter no mercado de moda, o designer deve estar sempre muito bem atualizado com relação as novidades do mercado, através de pesquisas, tanto para novas inspirações, quanto para o uso de novos materiais, ou seja, deve ser um constante pesquisador. Suas criações podem ser derivadas dessas pesquisas, como também inspiradas por personalidades/celebridades ou até mesmo em seu próprio estado de espírito(SORGER, 2009).

4.1.2 Uma Coleção de moda

A coleção de moda é definida por Rech (2002, p.68) como um “conjunto de produtos, com harmonia do ponto de vista estético ou comercial, cuja fabricação e entrega são previstas para alguma época do ano”.

As coleções de Moda devem mostrar composições harmônicas quanto ao seu conjunto. Sendo definida com um agrupado de peças de roupas destinadas para um público com o objetivo de lançamento e instabilidade de tendências de moda e também para dispor produtos no mercado (MENDES, 2010).

A definição de coleção por Frings (2012) aponta a existência de conceito de coleção e de grupo. Este conceito é constituído por grupos de roupas de mesmo estilo ou para a mesma finalidade, a junção dos grupos pode formar uma coleção, sendo cada um com um tema baseado em cor, tendência e tecidos. Contudo é necessário que cada um dos grupos possua um elemento em comum, que se repita e desta maneira possa dar unidade para as peças que constituem a coleção de moda.

Para Liger (2012) a coleção de moda é um conjunto ou grupo de produtos, podendo ser de vestuário, como também de acessórios, calçados, óculos, entre outros. É necessário que haja uma relação entre os produtos de uma coleção, nesse sentido o autor não relaciona com harmonia ou estética.

Diante das definições acima, quando voltamos nossas pesquisas para história da moda vemos que foi no ano de 1858 na *rue de laPaix* , que surgiu o conceito de coleção de moda e de costureiro. Isso a partir da inauguraçãoda *Maison Worth &Borbergh*.

Foi o inglês *Charles Frederick Worth* o pioneiro no que diz respeito à criação de uma coleção de moda. Criou coleções sazonais, possuindo o primeiro estabelecimento de alta-costura e assim a preferência de Napoleão III e da imperatriz Eugênia (STEVENSON, 2012). Ainda sobre o costureiro, Treptow (2013) aponta que seu surgimento no mercado fez com que nascessem os tempos de criação, relegando ao passado às oficinas de costura, pois estas passam a ser grandes *maisons* de criação. Na *Maison Worth* figuram os primeiros registros de lançamento de coleções, com a presença das clientes que eram espectadoras do desfile de suas criações, estes ainda sem uma unidade visual.

A estilista Elsa Schiaparelli, na década de 1930, propõe as coleções de moda com temáticas, preservando o estilo do criador, porém com variação de tema de coleção para coleção (TREPTOW, 2013).

Simões (2010) aponta uma percepção em relação a estratégia do surgimento da primeira coleção, falando que surge com o intuito de movimentar o consumo daquela época, além de possuir o objetivo de fazer com que o costureiro deixasse de ser um mero reproduzidor de pedidos, para ser um ditador de moda.

É notório, até nos dias atuais, em algumas empresas de moda, a falta de identidade de marca, ausência de um mostruário onde as peças possuam unidade estética e, também, é visível nas vitrines que as peças não harmonizam entre si. Tudo isso e tantos outros fatores são ocasionados pela falta de método de desenvolvimento de coleção de moda, uma vez que essas marcas produzem produtos através da cópia ou da adaptação de tendências veiculadas na mídia (TREPTOW, 2013).

Rech (2002, p. 58) defende que “produtos resultantes de projeto de designer têm maior desempenho que aqueles desenvolvidos por métodos empíricos”.

No que tange ao mercado de moda, via de regra, observamos que as coleções podem figurar em um ambiente onde predomina a alta-costura ou o *prêt-à-poter*. Renfrew (2010, p. 80) define a alta-costura como “o mais alto e mais especializado nível de mercado”. O surgimento se deu quando a França era considerada o centro dos tecidos luxuosos da Europa, no início do século XVII, onde a seda predominava o mercado e as mulheres nobres da corte encomendavam seus vestidos com exclusividade aos costureiros (RENFREW, 2010).

A alta-costura confecciona, até os dias atuais, produtos de moda com exclusividade, sua produção é artesanal e geralmente sob medida. É um mercado

restrito a milionários, aos altos nobres e as celebridades. Os desfiles de alta-costura são um grande meio de divulgação e o que gera lucro para marcas são os produtos secundários. Atualmente esse mercado só possui 200 clientes e em 1943 já chegou a ter 20.000. Em suas coleções podem conter no mínimo 35 modelos, segundo as regras de 1992, a produção deve ser executada em um atelier localizado em Paris e com quinze funcionários atuantes (TREPTOW, 2013).

Após a segunda grande guerra, surge a indústria do *prêt-à-porter*, com o intuito de produção de vestuário em larga escala, logo ganhou visibilidade, pela sua variedade e os preços mais baixos. Conhecido como, pronto para vestir, o *prêt-à-porter* é comercializado desde lojas multimarcas até empresas de vendas exclusivas. A fabricação de roupas antecede esse período, porém ganha nome e visibilidade quando Pierre Cardin, em 1959, lança sua primeira coleção nesse seguimento e abre as portas para várias marcas de alta costura, produzirentambém o *prêt-à-porter*. É dividido em três grandes categorias de distribuição, são elas os fabricantes, os atacadistas e os faccionistas (TREPTOW, 2013).

Dentro do planejamento das coleções, sejam elas de alta-costura ou de *prêt-à-porter*, é importante ressaltar a etapa do mix de produtos, pois consiste na variedade de produtos que são oferecidos pela empresa em sua coleção. “A expressão do mix de produtos é medida pelo número de artigos dentro de cada linha, ou seja, o número de modelos compondo cada categoria de produtos dentro da coleção: quantos shorts, bermudas, regatas [...]” (TREPTOW, 2013, p. 95).

Segundo Pires (2000) o mix de uma coleção pode ser dividido em peças básicas, que compõem 10% de uma coleção, são modelos que podem estar presentes em todas as coleções, peças funcionais e tradicionais. Também compões o mix as peças fashion, que são cerca de 70% da coleção, compostas de modelos contidos de tendências atuais. E por fim as peças vanguardas, 20% da coleção, são peças que possuem as tendências atuais e principalmente futuras. Costumam ser as peças mais diferente da coleção e geralmente compõe fotos, desfiles e vitrines.

Para chegar até o cliente final as coleções de moda são lançadas para comercialização, esse trabalho se dá através da junção do trabalho de design e de marketing. O lançamento pode acontecer das seguintes maneiras: através de participação em feiras, releases para imprensa, desfile, catálogos, endosso de celebridades, vitrines e internet (TREPTOW, 2013).

4.1.3 Moda e tendência

Para Treptow (2013), o fenômeno de moda existe graças a um consenso onde é necessário que as pessoas acreditem no que consomem e assim facilitem para que determinada ideia se torne moda. Com isso, a moda passa a ser consubstanciada como um fenômeno sociológico, que passa por determinadas fases dentro da sociedade, são elas “de lançamento, consenso, consumo ampliado, massificação e desgaste” (TREPTOW, 2013, p. 22).

“Independentemente de onde surja um novo modo de vestir ou uma variação de uma peça de roupa, seja das passarelas ou dos subúrbios, para chegar a ser moda ele precisa ser aceito e imitado” (TREPTOW, 2013, p. 23).

No renascimento surgem as tendências, com o propósito do advento da moda, em um cenário onde as quebras de tradições não eram bem vistas, com isso não havia a constante adoção de novos padrões estéticos. Os vanguardistas quando buscavam a adoção do novo, não possuíam o intuito da quebra com o passado, mas sim buscavam o processo de evolução (TREPTOW, 2013).

“Tendência de moda, ou modismo, é o nome dado aos produtos que retratam o gosto dominante de um determinado tempo” (TREPTOW, 2013, p. 27). Caldas (2004) fala que a tendência está introduzida em toda cultura contemporânea, desta forma desde a cotação do dólar até as cores da próxima estação, dos hábitos até a gastronomia. Com a globalização as mudanças acontecem de forma mais acelerada, devido ao acesso rápido à informação, contudo as tendências também seguem de maneira veloz.

Lipovestsky (1989) chama de tendência da moda a similaridade entre as peças diferentes de uma coleção de um determinado ano, sendo assim características como comprimento das peças, marcação da cintura, tipo de decote, medida dos ombros.

Para o processo de criação das indústrias criativas são necessárias pesquisas de tendências, sejam elas da atualidade ou passadas, para que possam atender as necessidades e desejos do consumidor final. A pesquisa é afinada para que o profissional de criação possa usar de tecidos, modelagens, cores e superfícies que expressem no vestuário as tendências detectadas naquela estação definida (RENFREW, 2010).

4.2 O jeans de Toritama

4.2.1 O polo de confecções de Pernambuco

O polo de confecções do Agreste de Pernambuco é considerado um dos maiores do país. Possui três principais cidades, sendo elas Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. Também são pertencentes ao polo outras cidades, como: Agrestina, Brejo da Madre de Deus, Cupira, Riacho das Almas, Surubim, Taquaritinga do Norte e Vertentes. Segundo relatos de moradores, o polo iniciou suas atividades no fim da década de 40, com a Feira da Sulanca na cidade de Santa Cruz do Capibaribe.

A cidade de Caruaru, conhecida como a capital do Agreste está localizada à 130 km da capital, Recife. Sua economia gira em torno da confecção e comercialização de vestuário. A Feira da Sulanca é seu principal centro de comercialização, juntamente com o Polo comercial de Caruaru.

A cidade de Santa Cruz do Capibaribe é a terceira maior cidade do Agreste pernambucano, com 190km de distância da capital do estado, destacando-se também pela confecção de vestuário. Foi a pioneira, entre as cidades pertencentes ao polo de confecções, na comercialização têxtil, com a sua Feira da Sulanca.

4.2.2 Toritama, a capital do jeans

A cidade de Toritama pertence ao estado de Pernambuco, está localizada no Agreste Setentrional, a uma distância de 167 km da Capital, Recife. Possui população habitacional de 44.189, segundo IBGE (2017). A mesma começou a ser povoada a partir da década de 60, à beira do rio Capibaribe. As terras pertencentes a cidade foram doadas, e pertenciam antes ao município de Vertentes. Posteriormente, a construção de uma ponte sob o rio Capibaribe possibilitou um contato comercial entre Toritama e a cidade vizinha, Caruaru. Já em 1938, Toritama deixa de ser distrito de Vertentes e passa a pertencer à cidade de Taquaritinga. Porém, somente em 1953 foi desmembrada e tornou-se um município independente. (FADE, 2003).

Dentre as características físicas da cidade de Toritama, pode-se destacar a sua caatinga, que se define pela escassez de madeira da região, sendo necessária

a compra de madeira na Paraíba. A cidade é considerada a capital do Jeans e pertencida ao Polo de Confeccões do Agreste de Pernambuco (BDE, 2006).

A cidade de Toritama possui como maior parte de sua economia a confecção de vestuário e o jeans é predominante. A cidade é responsável por 16% da produção do país, gerando aproximadamente 25 mil empregos diretos, chegando a produzir anualmente 60 milhões de peças, sendo que o seu faturamento em um ano se aproxima à R\$450 milhões de reais. Além das lojas, Toritama também possui o parque das feiras às margens da BR-104, com aproximadamente mil boxes padronizados, e para atender melhor seus consumidores o parque possui duas praças de alimentação, auditório, estacionamento e ainda pousada (G1 CARUARU, 2017).

Fade (2003) descreve que Toritama tinha como produção principal a comercialização de calçados em couro e borracha, antes do jeans. E que há aproximadamente 30 anos teve início a confecção de jeans na cidade, sendo a cidade considerada o maior polo de confecções do Norte e Nordeste.

O denim foi introduzido nas confecções em meados dos anos 80. Esses produtos possuíam baixa qualidade, com um menor preço. A preferência pelo jeans segundo Cabral (2007) pode se dá pela semelhança, do tecido denim ainda cru, com o couro usado na confecção de sapatos.

Com a produção e comercialização de jeans, no Polo de Confeccões do Agreste, houve um aumento na cadeia produtiva da região, como exemplo as lavanderias que iniciaram seus trabalhos na cidade de Caruaru em seguida na cidade de Toritama. Como consequência, surgiram, também, vendedores de tecidos diretamente de produtores das regiões Sul e Sudeste do país, além de revendedores de máquina de costura (CABRAL, 2007).

Um dos fatores que rodeia a produção no polo de confecções do Agreste é a cópia. Pesquisas demonstraram em gráficos que as empresas não fazem um desenvolvimento periódico de coleção e 90% do total afirma não desenvolver coleção, o que fazem são modelos para serem lançados semanalmente (SEBRAE, 2013). Como aponta Simões:

A realidade o Polo é da voraz necessidade de renovação de peças e da limitação de materiais, o que faz com que as confecções optem pela não criação de coleção e sim pela cópia direta de roupas de novela e de outras confecções (2010, p.17).

O Sebrae (2013) aponta alguns fatores referentes aos pontos fracos presentes nas empresas e facções do polo de confecções do Agreste, são eles: a má formação da mão de obra, escassez de trabalhadores qualificados, a falta de profissionalismo, grande número de empresas informais, cargas tributárias excessivas, a questão ambiental, a imagem transmitida de produtos de baixa qualidade e a falta de segurança.

4.2.3 Jeans: da origem aos dias atuais

Foi no ano de 1853 que Levi Strauss confeccionou as primeiras calças de denim, para atender as necessidades dos trabalhadores das minas da Califórnia, que precisavam de algo de tão grande resistência. Com a grande popularização, logo surgiu concorrentes para Strauss. Henry David Lee era fabricante de óleo enlatado, resolveu fazer o fardamento de seus funcionários de denim, com isso viu a possibilidade de um negócio de sucesso, em 1926 começou a fabricar calça jeans e até os dias atuais está ativa no mercado com a marca Lee (CATOIRA, 2006).

Segundo Catoira (2006), foi pós a segunda Guerra Mundial que houve uma popularização do jeans e foi além do vestuário do jovem americano. Ganhou visibilidade também com os astros do cinema americano.

Segundo Zibetti (2007), foi a partir dos anos 80 que designers como MARITHÉ & FRANÇOIS GIRBAUD, KATHARINE HAINNETT e PAUL SMITH, introduziram o denim em suas coleções. O jeans consegue ser vendido por preços recordes, dominando o mercado fashion com a Lycra inserida na sua composição. No Brasil, as primeiras marcas lançadas nesse mercado foram a TRITON e a ZOOMP, que possuíam o público jovem como consumidor.

As peças jeans estão presentes no armário de grande parte da população atual, porém fez parte de vários momentos importantes da história da humanidade sem perder sua popularidade. Lu Catoira (2006, p. 93) aponta que “Ao longo da história do mundo têxtil, o índigo denim caracterizou-se pelo tecido de maior produção e popularidade durante um período de tempo bem maior do que qualquer outro item da área da vestimenta”.

“A palavra jeans é originada de Gênese, nome francês para Gênova, cidade italiana onde os marinheiros usavam resistentes calças de trabalho confeccionadas

com o tecido denim” (PEZZOLO, 2007; p. 232). Atualmente é comum as pessoas acharem que a nomenclatura jeans é atribuída ao tecido, porém o tecido é o denim e a peça pronta o jeans (PEZZOLO, 2007).

Denim é o tecido utilizado em maior parte da produção das peças de jeans. A sua nomenclatura teve origem na França, a partir da expressão *toile de Nimes*, em referência a cidade de Nimes, onde era fabricado desde da idade Média e utilizado até para fabricação de velas para barcos (CATOIRA, 2006).

As fibras de algodão constituem o tecido denim. O algodão é uma fibra natural vegetal, uma das mais antigas cultivadas pelo homem, a história aponta que na China em 2000 a.C. já eram tecidas fibras de algodão. Porém foi a Índia a primeira a comercializar tecidos em 2600 a. C. e foi através dessa comercialização que o algodão chegou até o Egito (PEZZOLO, 2007). O Brasil está entre os cinco maiores produtores mundiais de algodão, juntamente com países como China, Índia, EUA e Paquistão, diz a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão - ABRAPA (2016).

Classificado como um tecido plano, o denim possui como característica o entrelaçamento de dois conjuntos de fios, formando um ângulo de 90°. Um conjunto de fio, chamado de urdume, é disposto no sentido longitudinal e outro conjunto de fios, chamado de trama, é disposto no sentido transversal. A resistência do denim também se dá pela forma na qual os fios de algodão são tramados, o ligamento utilizado é o de sarja. Esse ligamento é normalmente reconhecido pelas linhas horizontais, que formam o ângulo de 45°, possuem lado direito e avessos visivelmente distintos. O ligamento de sarja tem um ritmo de tecer onde o fio de trama passa por cima de dois de urdume e em seguida por baixo um de urdume e assim sucessivamente (PEZZOLO, 2007).

“Agora, o mundo é mais azul, pois o povo veste azul, o azul do índigo do jeans” (CATOIRA, 2006, p. 79). O índigo é o corante responsável pelo azul característico do denim. Ainda segundo Catoira (2006) o nome índigo é atribuído a cor como também pode ser atribuído ao tecido, seu pigmento azul é extraído de plantas orientais *Indigofera* e *Isatitinctoris*. A indústria têxtil é uma das que mais consomem pigmento do índigo.

O Jeans é uma peça do vestuário que com o tempo se popularizou de forma a atender desde o público que busca o clássico, como os que preferem o novo e amoderno. Com isso após o tecido denim pronto ou até mesmo a peça jeans confeccionada, pode passar por um tratamento para obter acabamentos diversos,

como. Segundo Pezzolo (2007), os principais tratamentos aplicados ao denim ou ao jeans são o délavé, o destroyer, a estonagem e o desgaste localizado.

1. O délavé consiste no processo onde ocorre uma lavagem com alvejante químico como o intuito de desbotar e amaciar, esse processo pode ocorrer com o tecido denim ou diretamente no jeans.
2. O destroyer também ocorre com uma lavagem, porém com o uso de enzimas químicas que corroem as fibras e desgastam a peça, dando o aspecto de envelhecida. Além da ação dos produtos químicos, também podem ser acrescentadas nesse processo pedras e argilas, para alcançar o aspecto desejado.
3. Na estonagem o processo de lavagem ocorre em tambores industriais com pedras de argilas, em contato com as peças é provocado o atrito direto do jeans dando-lhe o aspecto de usado principalmente rente as costuras, altera a macieis e a tonalidade da peça.
4. O desgaste localizado é considerado um acabamento, onde é atribuído o efeito desejado peça por peça. Ocorre um clareamento localizado com o uso de uma pistola. Também pode ocorrer o desgaste localizado por abrasão com o uso de lixa.

4.2.4 A cultura da cópia no polo de confecções do Agreste

A cultura da cópia está bem infiltrada na sociedade atual, é algo que vem se desenvolvendo a longos tempos, porém com o surgimento da internet se prolifera com maior rapidez e facilidade.

Caldas (2004) salienta ser comum a todos os criadores fazerem uso, com frequência, de referências, sejam elas de outras épocas, da arte, da arquitetura, da literatura, de forma conceitual ou não, porém é necessário ter em vista o cuidado e respeito aos limites éticos.

Ao fazer uma análise na confecção de vestuário no polo de confecções do Agreste de Pernambuco, é notória a cultura da cópia como consequência de uma produção e um crescimento frenético, juntamente a um alto número de produção informal, de acordo Barros:

O Polo de Confecções do Agreste de Pernambuco produz peças de baixa qualidade, voltadas a um mercado regional pouco exigente. A maioria das indústrias do PCA usa, como metodologia de desenvolvimento de coleção,

a cópia de produtos já lançados no mercado. É por isso que, além de problemas relativos à criação de uma moda com identidade pernambucana, essas empresas têm sentido os efeitos, apesar das barreiras protecionistas, do crescimento da concorrência no setor de vestuário, principalmente vindo da China (BARROS. 2009, p. 9).

Barros (2009) levanta a questão de que a maior parte das indústrias pertencentes ao polo de confecções do Agreste estão situadas no fim da cadeia de moda. A falta de informação de mercado de moda é o principal motivo, pois não conseguem criar novos produtos com valor agregado, as informações que possuem acesso são através de mídias populares, como novelas e revistas não especializadas.

Em pesquisa realizada pelo Sebrae (Tabela, 1, 2 e 3) no polo de confecções do Agreste pernambucano, foi observada em números claros a cópia dentro da confecção de vestuário. A pesquisa foi feita em empresas e facções.

Tabela 1 - Métodos usados para criação dos produtos pelas empresas e empreendedores complementares do Polo de Confecções do Agreste

<i>Método</i>	Porcentagem das empresas que fazem a “criação” por um dos métodos discriminados	Porcentagem dos empreendimentos complementares que fazem a “criação” por um dos métodos discriminados
<i>Cópia</i>	53,0	22,0
<i>Criação própria</i>	59,0	4,0
<i>Criação de estilista/ designer contratado</i>	7,0	1,0
<i>Pesquisas em livros/revistas técnicas</i>	24,0	1,0
<i>Pesquisas da internet</i>	17,0	0

Fonte: SEBRAE PE (2013)

Foi constatado que 90% das empresas não produzem coleções e as facções não fazem esse tipo de processo. Das empresas que produzem coleções 32% são duas coleções e 29% são quatro coleções ao ano. Dos números de empresas

avaliadas apenas 7% disseram fazer uso do serviço de designers ou estilistas(SEBRAE, 2013).

Tabela 2 - Desenvolvimento de coleção pelas empresas do Polo de Confecções do Agreste

<i>Desenvolvem coleção?</i>	Percentual de empresas (%)
<i>Sim</i>	9
<i>Não</i>	90
<i>Não sabem/Não responderam</i>	1
<i>Total</i>	100

Fonte: SEBRAE PE (2013)

Tabela 3 - Quantitativo de coleções produzidas em um ano pelas empresas e empreendimentos complementares do Polo de Confecções do Agreste

<i>Quantas coleções desenvolvem por ano?</i>	Percentual de empresas (%)
<i>Uma</i>	8
<i>Duas</i>	32
<i>Três</i>	15
<i>Quatro</i>	29
<i>Mais de quatro</i>	10
<i>Não sabem/Não responderam</i>	5
<i>Total</i>	100

Fonte: SEBRAE PE (2013)

Existem vários fatores que impossibilitam as empresas de serem inseridas em um campo mais amplo e de maior valor agregado, alguns deles são: a falta de pesquisa que alimenta o desenvolvimento de produtos de moda, a desatualização das tendências e a ausência de planejamento de coleção. Esses fatores necessitam de uma maior visibilidade, pois são capazes de tornar o Polo de Confecções do Agreste mais atrativo e com consequência uma melhoria econômica. (BARROS, 2009)

5 METODOLOGIA DE PESQUISA

A metodologia de pesquisa que irá nortear este trabalho é a de estudo de caso referente à marca Elly Jeans que é uma empresa pertencente ao polo de confecções do Agreste de Pernambuco.

Segundo Gil (2002), a metodologia de estudo de caso é um processo bastante intenso para que possa possibilitar um grande e minucioso conhecimento, mediante um ou poucos objetivos. Abundantemente utilizado para pesquisas nas ciências sociais e biomédicas. O autor aponta os possíveis atributos adquiridos com o estudo de caso:

- a) explorar situações da vida real cujos limites não estão claramente definidos; b) preservar o caráter unitário do objeto estudado; c) descrever a situação do contexto em que está sendo feita determinada investigação; d) formular hipóteses ou desenvolver teorias; e e) explicar as variáveis causais de determinado fenômeno em situações muito complexas que não possibilitam a utilização de levantamentos e experimentos. (GIL, 2002; p. 54)

Na perspectiva de Yin (2015), o método de pesquisa através de estudo de caso se diferencia dos demais a partir da necessidade de compreensão dos fenômenos sociais relevantes. Não é considerada apenas uma técnica explicativa, mas uma investigação prática e profunda dos fenômenos contemporâneos dentro de um contexto maior. Yin (2015) também ressalta que o processo de estudo de caso pode possuir extrema dificuldade, mesmo sendo considerado por muitos um método leve e tradicional.

5.1 Metodologia Projetual

A criação de moda consiste em um processo de projetar produtos. O profissional de design de moda precisa dominar as técnicas e pesquisas de mercado, de tratamento de materiais e ergonomia que irão lhe permitir chegar ao produto final com os requisitos solicitados pelos consumidores. Com isso é necessária uma metodologia para nortear o processo de desenvolvimento.

Das várias metodologias destinadas ao desenvolvimento de coleção de design de moda, vamos elencar um quadro (Tabela 4) comparativo das desenvolvidas por Rech (2002), por Treptow (2005) e por Montemezzo (2003).

Tabela 4 - Comparativo das metodologias de projeto e planejamento de coleção apresentadas.

<i>Rech (2002)</i>	<i>Treptow (2007)</i>	<i>Montemezzo (2003)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Geração do conceito <ol style="list-style-type: none"> 1. Análise das coleções anteriores 2. Direcionamento mercadológico 3. Dimensão da coleção - Triagem <ol style="list-style-type: none"> 4. Análise quanto à elaboração 5. Análise quanto à adequação 6. Coleta de informações sobre moda 7. Definição da coleção - Projeto preliminar <ol style="list-style-type: none"> 1. Esboços dos modelos 2. Escolha de cores, formas, tecidos, aviamentos, componentes, acessórios e etiquetas 3. Definição dos modelos - Avaliação e melhoramento <ol style="list-style-type: none"> 1. Desenho técnico 2. Modelagem 3. Ficha técnica - Prototipagem e projeto final <ol style="list-style-type: none"> 1. A peça-piloto é 	<ul style="list-style-type: none"> - Reunião de planejamento - Cronograma de coleção - Parâmetro da coleção - Dimensão da coleção - Pesquisa de tendências - Briefing de coleção - Inspiração - Cores - Tecidos - Aviamento - Elementos de design - Elemento de estilo - Desenho - Reunião de definição - Modelagem - Prototipagem - Reunião de aprovação - Graduação e encaixe 	<ul style="list-style-type: none"> - Preparação <ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar comportamentos humanos que sinalizem a demanda por produtos de moda 2. Coletar dados sobre estes comportamentos 3. Definir a necessidade a ser atendida através de produtos de moda, definindo o Problema de Design de Moda. 4. Coletar dados sobre o público a ser atendido, conhecer as suas necessidades práticas e estéticasimbólicas 5. Pesquisar tendências socioculturais, de moda, materiais e tecnologias que se vinculem com o universo do públicoalvo e da empresa 6. Delimitar as especificações do projeto 7. Delimitar o conceito gerador, o qual define os

<p>desenvolvida</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Aprovação 3. Desenvolvimento da embalagem 4. Produção de materiais para divulgação (catálogos e fotos) 	<ul style="list-style-type: none"> - Ficha técnica - Etapa de produção, lançamento e vendas 	<p>princípios funcionais e de estilo do produto ou conjunto de produtos</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Sintetizar o conceito em referências de linguagem visual <ul style="list-style-type: none"> - Geração <ol style="list-style-type: none"> 1. Gerar alternativas de solução do problema (esboços/desenhos, estudos de modelos 2. Estudos de configuração, materiais e tecnologias - Avaliação <ol style="list-style-type: none"> 1. Avaliar as alternativas, de acordo com o conceito gerador e as especificações do projeto 2. Selecionar a alternativa (ou alternativas) coerente com o conceito gerador e especificações do projeto - Concretização <ol style="list-style-type: none"> 1. Detalhar a configuração do produto (ou produtos) selecionado (desenhos técnicos) 2. *Desenvolvimentos tridimensionais para experimentações 3. Avaliações de caimento, conforto, usabilidade, impacto ambiental e
---	---	---

		<p>custo</p> <p>4. Corrigir eventuais inadequações</p> <p>– Documentação para produção</p> <p>1. Confecção de Ficha-técnica definitiva</p> <p>2. *Confecção de Peça piloto</p>
--	--	--

Fonte: Agrupado pelo autor (2018)

Das três metodologias elencadas acima, podemos observar que a desenvolvida por Treptow (2013) tem um caráter mais didático, o que a torna mais efetiva e simples de ser gerida por um aluno de graduação, visto que as fases são detalhadas por terminologias objetivas, de fácil direcionamento operacional, gerando no aluno uma maior confiança na criação projetual para um trabalho de conclusão de curso (TCC). Deste modo, a metodologia projetual que irá nortear este projeto será a proposta por Treptow (2013).

5.2 Metodologia de coleção de moda por Treptow

Na metodologia de Doris Treptow (2013), a coleção de moda deve ser de acordo a complementar os aspectos da identidade da marca, com funcionalidade e benefícios, além de possuir o perfil do consumidor e das cores e materiais propostos, para que sejam criados produtos absorvíveis pelo público. Esse método se assemelha a um passo a passo detalhado e é dividido em duas partes. A primeira voltada para o entendimento das definições de moda, das marcas, do consumidor, da gestão e de pesquisa. A segunda parte consiste no planejamento da coleção, nesta fase o autor aborda desde a etapa de reuniões iniciais, até a etapa de reunião de feedback das vendas.

A seguir uma breve explanação sobre as etapas executadas na metodologia de Treptow (2013):

1. Reunião de planejamento: etapa onde ocorre a definição da quantidade de peças que irá compor a coleção, desta forma é definida a distribuição no mix de produtos, o tempo de execução da coleção e de comercialização, o capital de giro disponível para o investimento e o potencial de faturamento com a coleção planejada.
2. Cronograma de Coleção: nesta fase é feita uma tabela para organizar as atividades previstas em relação as datas de execução.
3. Parâmetro da coleção: é a fase onde são estipulados o mix de produtos e o mix de moda, é construído em formato de tabela e auxilia no trabalho do designer.
4. Dimensão da coleção: é decidido o tamanho total da coleção, em quantidade em relação a modelos, cores e tamanhos, ou ocorre o estudo do faturamento médio ideal.
5. Pesquisa de tendências: coletada todas as informações e de materiais que possam dá suporte ao desenvolvimento da coleção.
6. Briefing da coleção: construído através da junção de informações, que possuam o conceito da coleção de forma clara, as expectativas de venda, as tendências de moda e mercado.
7. Inspiração: consiste na fase de escolha do tema para coleção.
8. Cor: definição da cartela de cores, essa etapa deve ser compreendida de acordo com o contexto do tema anteriormente decidido.
9. Tecido: etapa de seleção de tecidos para constituírem as peças da coleção.
10. Aviamentos: escolha dos aviamentos essenciais.
11. Elemento de design: os elementos e princípios do design são compostos pelos tipos de silhueta que será aplicada a coleção, as linhas, as texturas e a cor.
12. Elemento de estilo: fase de definição e ocorre de forma a selecionar os detalhes que se repetem na coleção em modelos diferentes, que dão uma unidade a coleção.
13. Desenho: momento do planejamento em que as alternativas são geradas através de desenhos, que podem ser esboços, croquis ou

desenho técnico. Essa fase pode ser executada manualmente ou por meio digital. Além dos modelos, são gerados os desenhos de estampas e bordados caso tenha na coleção.

14. Reunião de definição: realizada para avaliar as propostas da coleção, podendo ocorrer alterações e definições. Após a seleção dos modelos e a aprovação concreta para prototipagem.
15. Modelagem: a fase de modelagem ocorre e pode ser executada através da moulage ou da modelagem plana.
16. Prototipagem: confecção da peça piloto, também chamada de protótipo, para a avaliação do processo de produção da peça, podendo ainda ocorrer alterações.
17. Reunião de Aprovação: possui o objetivo de aprovar a coleção no contexto até a prototipagem.
18. Graduação e encaixe: onde as peças são preparadas para produção em grande quantidade, esse processo pode ser realizado manualmente ou através de sistemas como CAD/CAM (computer aided design e computeraided manufacturing).
19. Ficha técnica: consiste em um documento descritivo, onde está todas as informações técnicas das peças da coleção desenvolvida.

Ainda são apontadas por Treptow (2013) outras etapas, porém diz respeito a fabricação, divulgação e venda dos produtos, são elas: formação do preço de venda, mostruário, produção, lançamento, divulgação, comercialização, entregas e reunião de feedback. Nesse método desenvolvido por Treptow (2013) é notório a destinação ao meio de produção de forma prática e planejada.

6 O ESTUDO DE CASO: A ELLY JEANS

A Elly Jeans é uma marca pertencente ao polo de confecções do Agreste de Pernambuco, surgiu no mercado a partir da empreendedora Rafaelly Cavalcante, no ano de 2009. Natural de Toritama, Rafaelly decidiu pôr em prática seu empreendimento, dando início a Elly Jeans, nome derivado do apelido dado pelo seu irmão mais novo, tendo como significado grego “linda como o sol” e, significado italiano, “Jeová, Justiça”. O Jeans no nome de marca representa a matéria-prima mais usada na região e também pela empresa.

Um das principais concorrentes diretas da Elly Jeans são: Brytch Jeans e USYMY Jeans Wear, Rone Jeans e Zugurat Denim. Essas marcas possuem a mesma proposta de estilo e produto, localizadas na mesma região. Em escala nacional, as marcas que concorrem indiretamente e que podem seduzir o mesmo público são: Romanel, O Boticario, Touth entre outras.

A Elly Jeans possui uma grande interação com os meios digitais e por consequência contribui para o aumento da visibilidade e do consumo de seus produtos. Através da imagem de blogueiras e digitais influenciadores, disposta em sites, facebook e instagram, a marca procura criar identificação com o grupo de consumidores a serem atingidos.

O público consumidor busca através do consumo uma identificação com o *lifestyle* das influenciadoras digitais, que representam e transmitem a imagem da Elly Jeans, na figura 01 a blogueira Rafaela Galvão tem participação no editorial de fotos da coleção inverno 2017, que foi realizado em Buenos Aires, Argentina. Na figura 02 a Blogueira Recifense Karine Filizola confirma presença em desfile realizado pela empresa no festival do jeans de Toritama. A cantora Marcia Felipe faz show usando peça da Elly Jeans, figura 03. Na figura 04 a blogueira Mariana Ferrari participa do editorial de fotos do verão 2018 no Rio Grande do Norte.

Figura 1 - Blogueira Rafaela Galvão



Fonte: Instagram Elly Jeans

Figura 2 - Blogueira Karine Filizola



Fonte: Instagram Elly Jeans

Figura 3 - Cantora Marcia Felipe



Fonte: Instagram Elly Jeans

Figura 4 - Blogueira Mariana Ferrari



Fonte: Instagram Elly Jeans

6.1 Estilo de marca

A partir de um levantamento visual feito das últimas três coleções presentes nas mídias sociais da Elly Jeans (verão 2017, inverno 2017 e verão 2018), onde a empresa expõe seus produtos para venda, buscamos sintetizar assim sua linha de estilo. Esse meio de pesquisa foi utilizado por falta de acesso aos materiais no contato direto com a empresa. Treptow (2013) aponta importância de analisar as

coleções anteriores, para que o design tome conhecimento dos artigos mais produzidos e mais vendidos da empresa.

A Elly Jeans afirma possuir novidades semanais em suas lojas, então após o lançamento são introduzidas novas peças semanalmente a coleções da estação. Os lançamentos das coleções ocorrem de forma sazonal, no entanto as coleções de verão são divididas em duas partes. É notória a existência de um tema, que gera elementos de estilo unindo as peças, porém é visível a falta de planejamento, pois dentro da mesma coleção existem peças que não mantêm uma unidade estética com os demais itens da coleção.

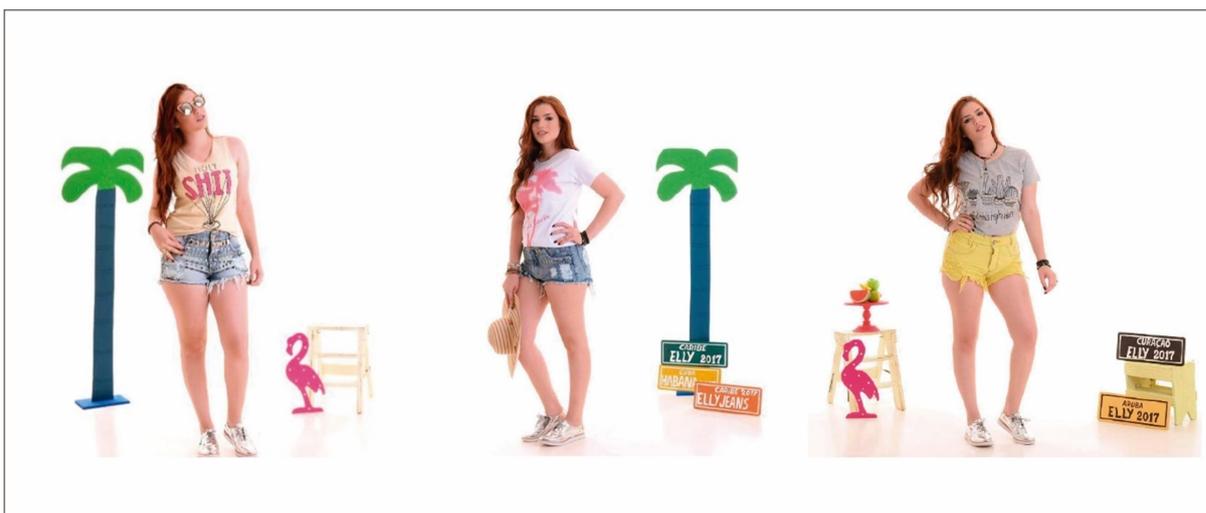
O jeans é a predominância, porém também estão presentes nas coleções peças de malha¹ e tecido plano². No jeans, o uso de lavagem é praticamente imprescindível, somado ao *destroyer* e outras matérias sobre o tecido.

A primeira coleção analisada foi a de verão 2017, dividida em duas fases, a “Caribe” e a segunda fase intitulada “*Caribe Fantase*”, destinada a temporada de carnaval. Na coleção o colorido e as estampas localizadas buscam representar o tema. Os shorts em jeans, como vemos nas figuras 05 e 06, estão em maior número na coleção, com variação de cores, texturas e aplicação de bordados. Em menor quantidade possui saias, bermudas e calças, como também t-shirt e colete emmalharia.

¹A malha é constituída por fios que se cruzam, através do entrelaçamento por laçadas de um ou mais fios (PEZZOLO, 2007).

²O tecido plano se caracteriza através do entrelaçamento de dois conjuntos de fios, o urdume no sentido longitudinal e o de trama no sentido transversal, formando o ângulo de 90°(PEZZOLO, 2007).

Figura 5 - Coleção verão 2017 “Caribe”



Fonte: Instagram Elly Jeans

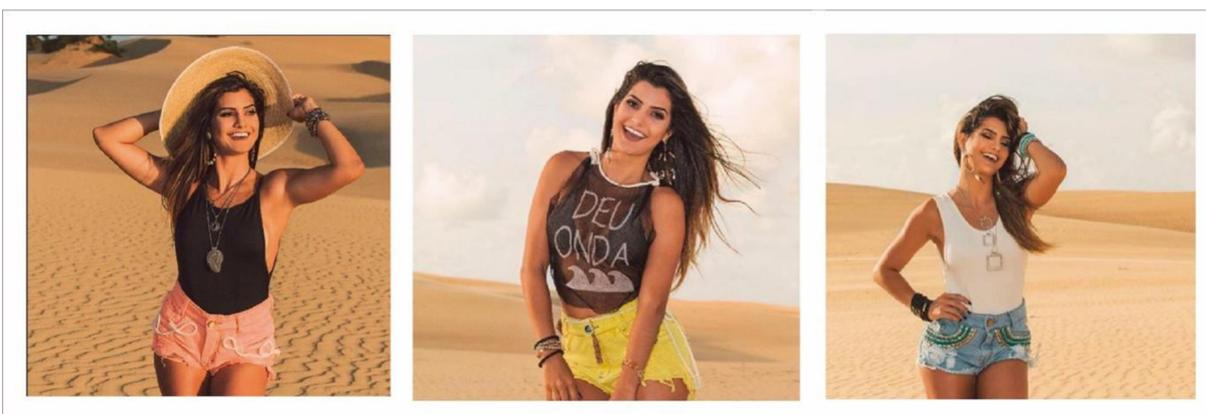
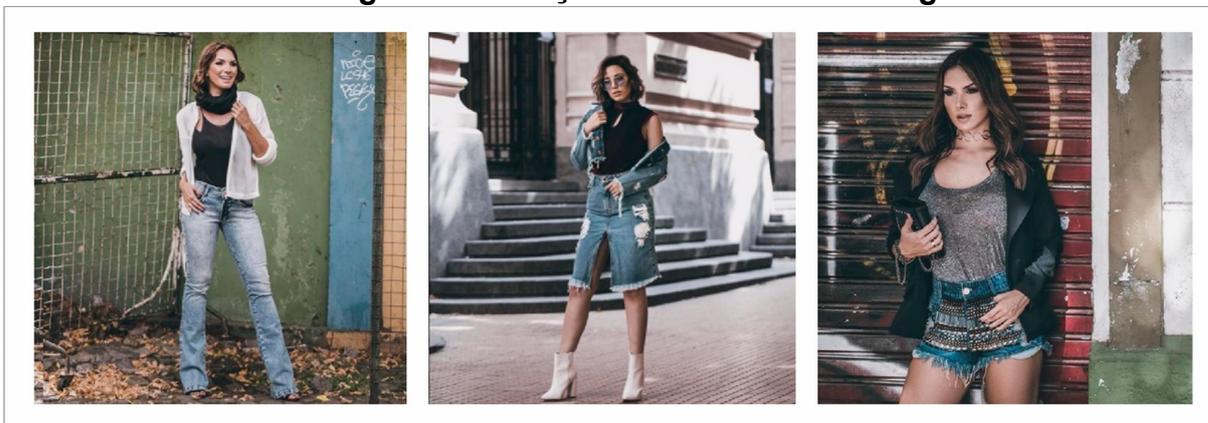


Figura 6 - Coleção verão 2017 “Caribe Fantase”

Fonte: Instagram Elly Jeans

A coleção de inverno 2017 possui o tema “Vintage” e apresenta peças casuais e modernas visivelmente adaptadas ao inverno do Nordeste brasileiro (figura 07). Foi apresentada nas passarelas da edição 2017 do Festival do Jeans de Toritama. Cores sóbrias e os tons terrosos são os tornam protagonistas. O maior número de peças da coleção é o jeans, porém são combinados a peças de outros tecidos, como malha, lamê, tule e tecido plano. Uma curiosidade notada é que mesmo sendo uma coleção de inverno, possui mais shorts que calças compridas.

Figura 7 - Coleção inverno 2017 “Vintage”

Fonte: Instagram Elly Jeans

As últimas coleções analisadas correspondem ao verão 2018, intituladas de “Cruise” (figura 08) e “Resort” (figura 09), respectivamente, dentre as demais, possui mais peças publicadas e uma variedade de elementos de estilo que não transmite unidade. O Jeans ainda sim é maioria. As peças mais básicas dão espaço para as peças com estampa corrida e localizadas, em tecidos como viscose, lamê, tule, renda, brim e tricoline. O short é a peça que possui o maior número de modelos e são em maior quantidade, junto aos coletes, calças, jardineiras, conjuntos e vestidos, compondo assim uma coleção para vários estilos.

**Figura 8 - Coleção verão 2018 “Cruise”**

Fonte: Instagram Elly Jeans



Figura 9 - Coleção verão 2018 “Resort”

Fonte: Instagram Elly Jeans

6.2 Elly Jeans e a prática da cópia

Barros (2009) aponta inúmeros fatores que, se postos em prática tornaria o mercado de vestuário do Polo de Confeções do Agreste mais atrativo e economicamente mais viável. A pesquisa e a priorização da informação em relação às tendências e ao público-alvo são consideradas um dos principais fatores, com isso necessitam estabelecer uma identidade estética própria para seus produtos, assim fazendo a prática da produção efetiva da moda.

No quesito que diz respeito à identidade das empresas, é identificado nas coleções da Elly jeans e de suas principais concorrentes indícios de peças copiadas, uma das outras. Este fato acaba por impossibilitar as marcas de conseguirem atingir uma identidade própria. Perpetuando, assim, a prática de criação de coleções baseadas em cópias.

Para ilustrar esta questão, identificamos algumas peças divulgadas nos Instagrams de três empresas pertencentes à Toritama. Na figura 10, a marca Brytch Jeans publica sua peça com acabamento detonado e correntes, no dia 25 de outubro de 2016, meses depois, a marca Elly Jeans divulga, na figura 11, uma peça com as mesmas características, precisamente no dia 28 de abril de 2017. Ainda, na figura 12, a USYMY Jeans divulga seu short com lavagem de estrela, no dia 27 de julho de 2017, em seguida, no dia 21 de outubro de 2017, figura 13, a Elly Jeans divulga sua peça similar.

Figura 10 - Brytch Jeans (detonado e correntes)



Fonte: Instagram Brytch Jeans

Figura 11 - Elly Jeans (detonado e correntes)



Fonte: Instagram Elly Jeans

Figura 12 - USYMY Jeans (lavagem de estrelas)



Fonte: Instagram USYMY Jeans

Figura 13 - Elly Jeans (lavagem de estrelas)



Fonte: Instagram Elly Jeans

6.3 Público

É importante conhecer a fundo o comportamento do público que a marca busca conquistar através dos produtos de suas coleções. O conhecimento ocorre através de pesquisas de comportamento, descobrindo a fundo o estilo de vida, o poder aquisitivo, hábitos de consumo, dentre outros. Com isso adquirindo suporte para proporcionar identificação entre marca e consumidor, garantindo assim fidelização (TREPTOW, 2013).

As Mulheres consumidoras da Elly Jeans possuem uma identificação direta com a marca que por sua vez alimenta a busca contínua por novidades. São

denominadas por Treptow (2013) como usuário *fashion*, consomem com frequência e em grande número.

São atentas e seguidoras das tendências de moda, buscam as informações em revistas, sites e mídias sociais. Identificam-se com o *lifestyle* das influenciadoras digitais ligadas à marca. Bem resolvidas e independentes, respiram jovialidade. Esforçadas, buscam o que querem diariamente, como estudante, estagiária, funcionária ou empresária.

Sempre em conexão com o mundo, nas folgas, férias ou feriados buscam conhecer lugares novos e também visitar os velhos, amam o contado com a natureza e buscam sempre reencontrar o mar. É do dia, mas também da noite e é nos bares, shows e baladas que amam exibir seus *look'sfashion*. Tudo isso muito bem atualizado em seu Instagram, postam fotos dos melhores momentos de sua vida em busca de likes.

Amam seus animais de estimação, cuidam dos pets como filhos. Apreciam momentos em família, mas não perdem o *happy hour* com os amigos. Defendem o que acreditam e buscam dia a dia conquistar seus objetivos, organizando os compromissos para que tenham tempo de cuidar muito bem de sua estética.

O painel apresentado na figura 17 corresponde de forma imagética as características da mulher consumidora da marca Elly Jeans. As imagens foram coletadas fazendo associação com as publicações das redes sociais das clientes. Treptow (2013, p. 48) ressalta que “painéisImagéticos auxiliam a identificar o consumidor através de suas preferências e poder aquisitivo”.

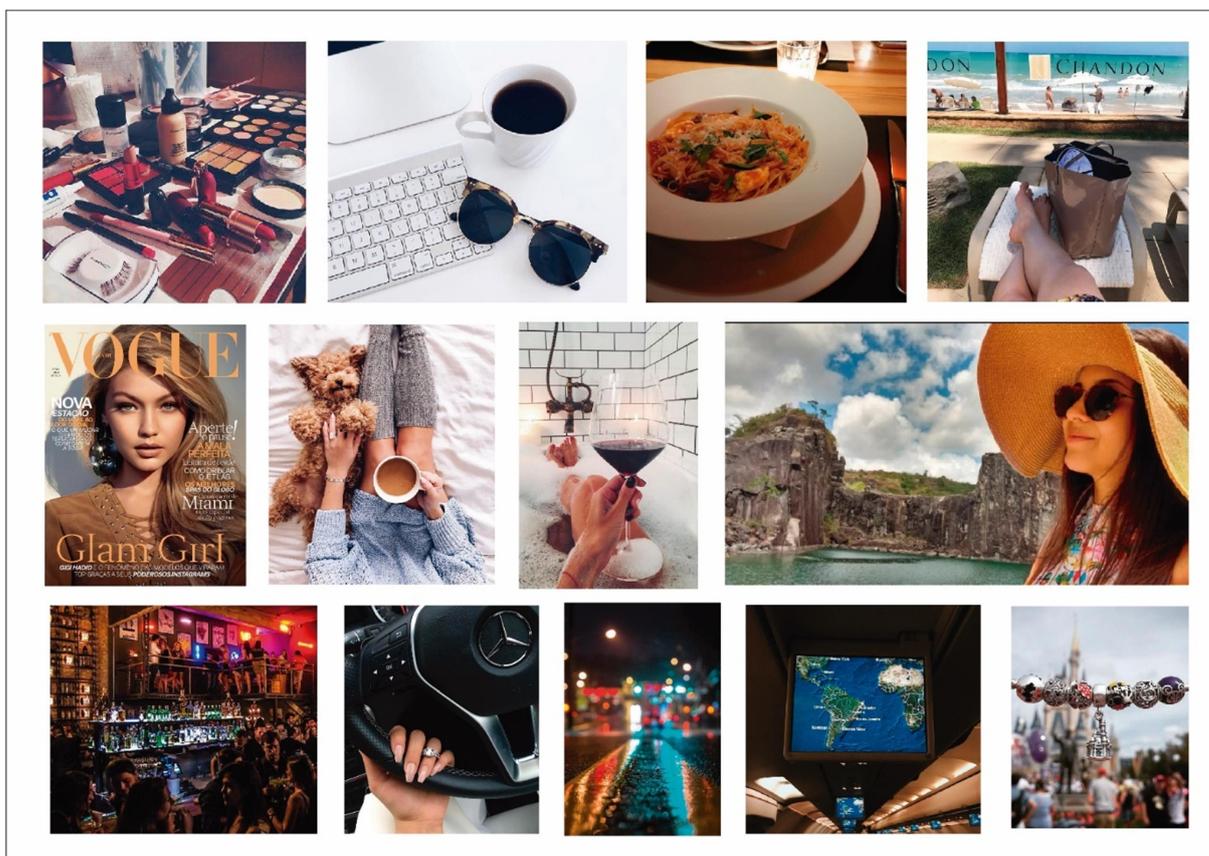


Figura 14 - Painel de Público

Fonte: Imagens agrupada pelo autor (2018)

6.4 Macrotendência Inverno 2018

As macrotendências comportamentais previstas para entrar em vigor no Inverno 2018, segundo o caderno Utopias, desenvolvido pelo SENAI (2017) são: Coexistência, Visão Beta e, por fim, À La Carte.

Seguem na tabela 5 as especificidades sobre as macrotendências apresentadas pelo SENAI, para o inverno 2018:

Tabela 5 - Macrotendências inverno 2018

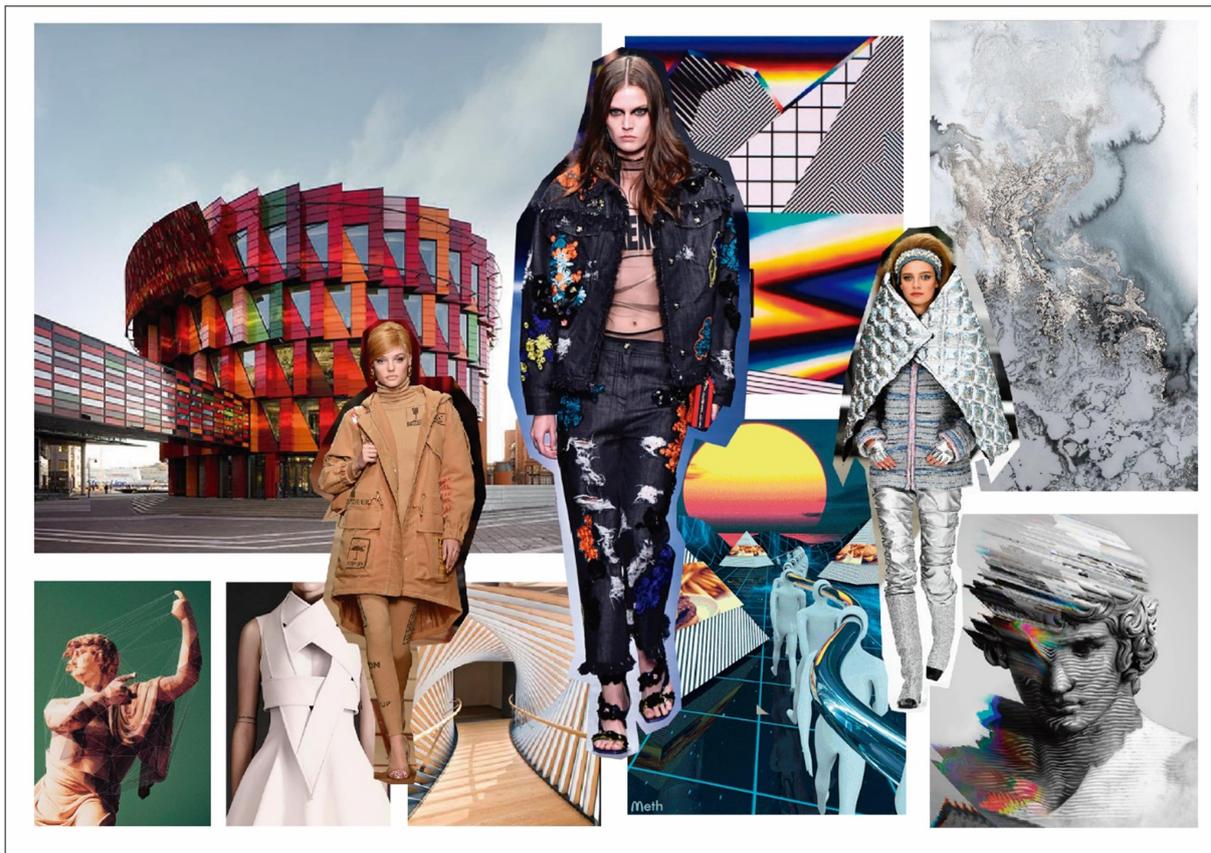
	Coexistência	Visão Beta	À La Carte
<i>Abordagem Geral</i>	Consiste na valorização desde os produtos e recursos locais até a capacidade humana de aceitar, respeitar e conviver com as diferentes realidades, histórias e línguas, buscando sempre as respostas no passado e na tradição, tudo isso visando através do deslocamento cultural um mundo melhor para todos.	Fala sobre a necessidade e a atual busca de muitos pelo equilíbrio, para melhorar assim sua vida e do seu entorno. Propõem uma busca para melhor atender as pessoas, aprimorando práticas que possam garantir um futuro de maior qualidade de vida.	Tratasse de como vem usando o comportamento do consumidor através das culturas de rede e Mídias sociais, até os robôs sensíveis e o meio ambiente. Com tudo inspiram a produção não apenas de produtos de bens, mas ideias que sejam capazes de envolver, marca e usuários, emocionalmente.
<i>Mix de influências</i>	Fazedores Aborda o comportamento de quem vive um dia após o outro, sem roteiro, sabendo exatamente a hora de experimentar novas experiências, com bom humor e de forma bem intuitiva. Geração Z Mostra a importância das marcas buscarem entender esta geração,	Millennials Trata de quanto o consumismo deixa de ser interessante para as novas gerações, a ideia que prevalece é de possuir menos e experimentar mais Individualização Enfatiza a busca de consumir o que tem a ver com si, empresas que produzam sob encomenda de suas necessidades	Escapismo Retrata a atual busca de fuga das pessoas de todas as idades, devido aos tempos turbulentos e a busca nas marcas por esse escape. Personalização em Massa Propõe para as marcas fornecerem produtos que proporcione ao consumidor o poder de escolha de acordo com suas necessidades e seus desejos Propósito

até porque estão mais preocupados com a significação das coisas e seu custo-benefício.		Trata da construção de uma relação emocional entre os produtos e seus usuários, sendo isso a principal junção entre a marca e seu público
	Consciência	
Personalização	Fala da busca por uma vida melhor, sendo a melhoria social e ecologia global	Talento
	Humanização	Mostra que é necessário criatividade para atrair os clientes que se tonam cada vez mais exigentes e que questionam o real e o não real
Apresenta a busca dos consumidores de produtos que expressem sua individualidade, com isso o crescimento do serviço de personalização.	Aponta a empatia entre consumidor e marca, na busca do desenvolvimento de soluções tecnológicas, que incentivem ações para um desenvolvimento econômico justo e humanizado	
Deslocamento		
Trata da mistura de costumes a partir da situação global atual, criando assim novas culturas moldadas pela mescla de lugares, experiências e tradições.		

Fonte: Agrupado pelo autor (2018)

Dentre as macrotendências analisadas no caderno Utopia do SENAI (2017), selecionamos a À La Carte, como referência para a produção da coleção Inverno 2018 Elly Jeans. A seleção se deu a partir dos aspectos citados anteriormente, sendo eles o público, o estilo e a personalidade da marca. A macrotendência À La Carte é a que existe maior identificação com a proposta da marca e de seus consumidores, assim seus parâmetros foram utilizados no planejamento da presente coleção.

Figura 15 - Painel de Tendência



Fonte: Imagens agrupada pelo autor (2018)

Construímos um painel para expressar de forma imagética a macro-tendência utilizada, figura 18.

6.5 Mix de coleção

A tabela de mix, também conhecida como tabela de parâmetro, segundo Treptow (2013) é constituída de informações que definem a quantidade e os tipos de peças presentes na coleção. Essa tabela divide as peças em três categorias: Básico, Fashion e Vanguarda. As peças básicas constituem ao menos 10% das peças e são modelos que podem estar presentes em quase todas as coleções. As peças *fashions* são cerca de 70% dos produtos e são peças que possuem as tendências atuais, que serão vendidas no período da coleção. Já as Vanguardas são peças apontadas como complementares, são compostas das tendências atuais e futuras, muitas vezes não apresentam características comerciais e constituem 20% das peças.

De acordo com as informações acima elencadas, foi desenvolvida na tabela 6 o mix da coleção, onde estão listadas as estruturas que serão desenvolvidas na coleção inverno 2018 Elly Jeans. Como uma empresa é de caráter fashion cerca de 62% de suas peças seguem essa linha, seguindo de 38% de peças básicas e 00% de peças vanguardas. Essa divisão se deu a partir da análise de seu público.

Tabela 6 - Mix de Coleção

	Estrutura	Básico	Fashion	Vanguarda	Tota
					I
Top	Camiseta		1		16
	Blusa	2	1		
	Cropped	1	1		
	Camisa	3	1		
	Colete	1	2		
	Jaqueta	1	2		
Botom	Short	2			15
	Saia		4		
	Bermuda	1			
	Calça	3	5		
Peça Inteira	Vestido		4		06
	Macacão		2		
	Total	14	23	0	37

Fonte: Autor (2018)

6.6 Tema de coleção

A coleção Outono inverno 2018 Elly Jeans, produzida através deste trabalho, possui como tema *Constellation*. Que indaga algo vinculado à... Em meio à escuridão da noite, quando o sol desaparece, dando lugar às estrelas, há de ser vivenciado um espetáculo de luz.

Essa coleção busca, através dessa temática, enfatizar que as mulheres Elly Jeans são estrelas e juntas podem formar constelações a serem seguidas por novos consumidores.

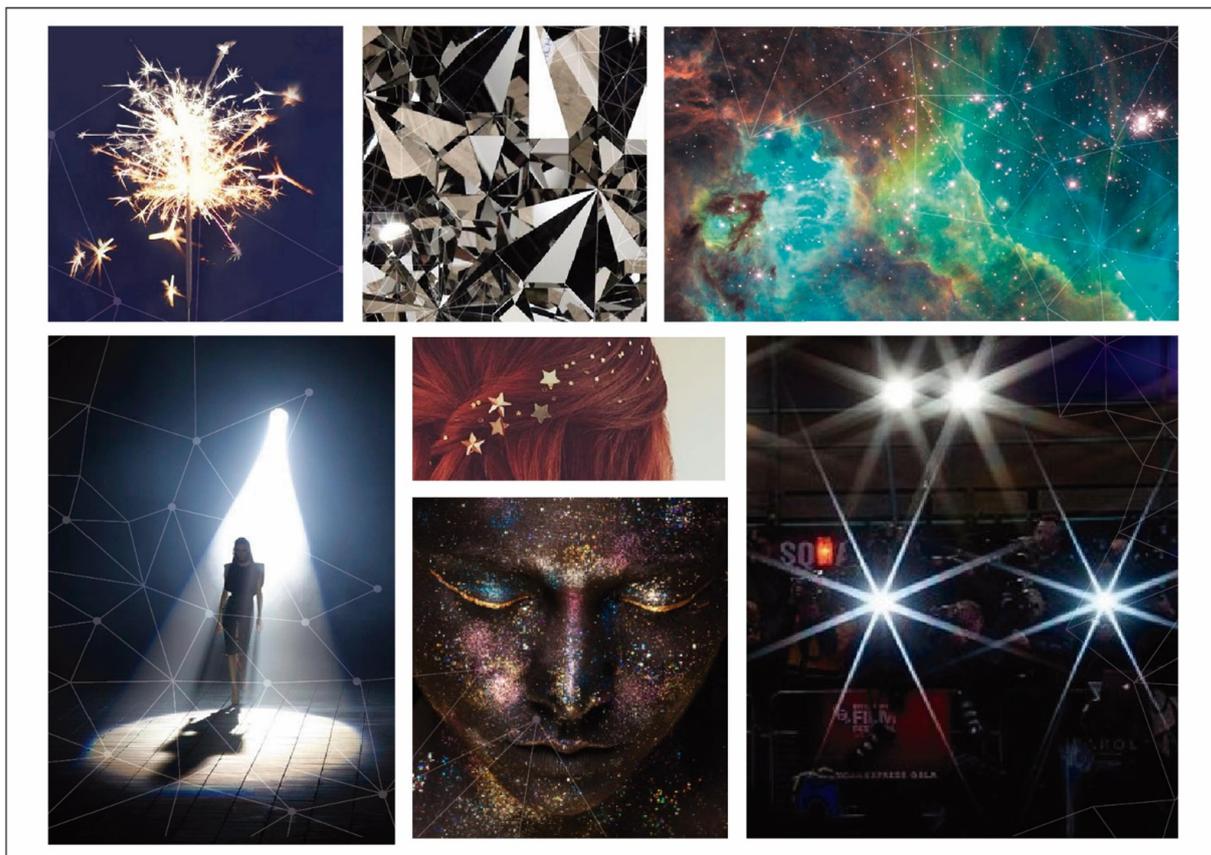
As estrelas segundo o dicionário online de língua portuguesa Aurélio, é “um astro fixo de luz própria”, dentre as definições aplicadas ele também aponta que uma pessoa pode ser definida como estrela a partir de seus talentos e da sua fama.

Reconhecemos atualmente as celebridades como “estrelas” e essa identificação surgiu com o auge de Hollywood, os atores e atrizes elevados a seres de luz, inacessíveis, possuindo até registro na sua famosa calçada da fama.

Com os avanços tecnológicos e a internet cada vez mais acessível, surgem, também, as estrelas da web, despertando em todos esse desejo de ser “estrela”. Nos Blogs, no Youtube, no Facebook, no Twitter, e no Instagram as pessoas saem do anonimato expressando publicamente sua opinião, ensinando o que sabem fazer de melhor e até mesmo oferecendo entretenimento. Formando assim, uma constelação de estrelas, umas com mais brilho e outras com menos intensidade, mas tendo em comum o mesmo objetivo que é se destacar e deixar sua marca no nosso planeta.

Sendo assim, *Constellation* foi escolhido como tema para a coleção, pois o valor estético, gráfico e metafórico é significativo e coerente com o nosso desejo de dar personalidade a Elly Jeans. Serão utilizadas como referência visual, as características de forma e brilho das estrelas, como está presente no painel de tema (figura 19).

Figura 16 - Painel de Tema



Fonte: Imagens agrupadas pelo autor (2018)

As peças foram desenvolvidas a partir das referências, mantendo a perspectiva comercial. A utilização de recortes, lavagens e bordados foram as alternativas encontradas para absorção do tema nos produtos da coleção *Constellation* outono inverno 2018 Elly Jeans.

6.7Cor

A capacidade humana distingue 350 mil cores, dentro de toda essa variedade o designer possui a missão de selecionar as cores que constituirá as coleções de moda. Muitos profissionais trabalham com escolhas a partir de painéis de tema de inspiração, porém vale ressaltar a importância das particularidades do mercado-alvo em que a coleção é destinada (TREPTOW, 2013).

“A cartela de cor de uma coleção deve ser composta por todas as cores que serão utilizadas, incluindo preto e branco. A cartela de cor deve reportar ao tema escolhido para a coleção” (TREPTOW, 2013; p. 109).

Conforma os caminhos orientados por Treptow (2013), ocorreu a elaboração da tabela de cor (figura 20), a partir do tema, das tendências filtradas e das particularidades do público que busca ser atingido.

Figura 17 - Cores



Fonte: Própria (2018)

6.8 Tecidos e aviamentos

Jones (2005, p. 122) “O tecido é para o estilista o que é para o artista: meio de expressão criativa.” Com tudo o tecido é para o profissional de moda boa parte da materialização de suas coleções. As características do tecido, caimento, textura, cor, superfície, deve ser adequada à proposta da coleção.

Os tecidos são constituídos de um conjunto de fios têxteis, constituídos de fibras, que são tramados por um tear. A coleção elaborada neste trabalho é constituída de tecidos planos. O denim constitui maior parte das peças, o brim e tricoline para o acabamento dos bolsos. Após prontas, algumas das peças de tecido foram submetidas a um tipo de beneficiamento onde é atribuída uma nova superfície através do uso de alvejante.

Os aviamentos são matéria-prima secundária na confecção da peça de vestuário. Poder exercer funcionalidade ou apenas função decorativa (TREPTOW, 2013). Na presente coleção os aviamentos são funcionais e são eles a linha (comum e de pesponto), zíper de metal, botões de metal, etiqueta de informações.

6.9 Elemento e Princípios de design

Conhecer bem os elementos de design é essencial para criação coleções de produtos com harmonia estética. Treptow (2013) o considera elementos do design a linha, a cor, a padronagem, a silhueta e a forma.

Tabela 7 - Elementos de Design

Elementos de Design	Definição	Aplicação na Coleção
Linha	São percebidas através dos recortes, costuras e limites de bainha. Esse elemento pode ser explorado buscando favorecer as ideias do criador de moda, propondo assim volumes, profundidades e alongamento.	Ocorreu o uso do presente elemento de design, através de recortes, costuras e comprimento das peças.
Textura	O vínculo humano com o vestuário é visual e tátil. As texturas podem ser exploradas através de vários materiais além do tecido, a aplicação e bordados é uma delas.	Trabalhamos este elemento através de bordado industrial e manual, para que fosse alcançado a textura e o brilho.
Padronagem	Consiste na mudança química e/ou física que proporciona a alteração de cor e/ou textura de tecidos lisos.	O uso desse elemento se deu de forma química, com uso de alvejantes para alterar a superfície do tecido.
Silhueta	É a forma ou volume da roupa que, no mundo da moda pode ser descrito por meio de letras, são elas: Linha A, linha Y e linha H.	As silhuetas utilizadas na coleção <i>Constellation</i> variam entre a linha A e Y.
Forma	É formado por partes menores que constituem os looks e formam a silhueta. São notadas através de recortes, contrastes de cor, textura e padronagem.	Foi analisada as peças menores para que formassem looks com as silhuetas apontadas no elemento acima.

Fonte: Treptow (2013)

Os princípios de design são considerados por Treptow (2013) um meio de direcionamento para o profissional criador de moda, podendo fazer uso de forma consciente ou inconsciente.

Tabela 8 - Princípios de Design

Princípios de Design	Definição	Aplicação na Coleção
Repetição	Constitui um conjunto de linhas que saem de um mesmo ponto para outros pontos distintos.	Sequência dos botões.
Ritmo	Como o próprio nome diz, é a discordância entre duas ou mais partes da peça projetada, dividindo assim o foco de quem visualiza.	Não ouve o uso deste princípio.
Graduação	Princípio que proporciona a percepção de unidade e continuidade dentre as peças apresentadas.	Não ouve o uso deste princípio.
Radiação	A busca pelo equilíbrio os looks, relacionando bem os tops com os bottons, enfatizando a simetria humana vertical.	Os bordado.
Contraste	Como o próprio nome diz, é a discordância entre duas ou mais partes da peça projetada, dividindo assim o foco de quem visualiza.	O contraste entre as peças com e sem lavagem.
Harmonia	Princípio que proporciona a percepção de unidade e continuidade dentre as peças apresentadas.	Harmonia entre as cores e os recortes.
Equilíbrio	A busca pelo equilíbrio os looks, relacionando bem os tops com os bottons, enfatizando a simetria humana vertical.	O equilíbrio em bolsos, lapelas e recortes.
Proporção	É a análise comparativa de cada uma das partes em relação ao todo.	Comprimento de peças e aviamentos.

Fonte: Treptow (2013)

6.10 Elemento de estilo

O elemento de estilo é fundamental em uma coleção de produtos de moda, pois é através dele que ocorre a unidade estética. Consiste em repetições de detalhes por todos os modelos de peças, esses detalhes são absoldidos do tema da coleção, porém também poder ser constituído pelos elementos de design. (TREPTOW, 2013)

É visível a presença de vários elementos de estilo na coleção *Constellation*, proporcionando assim uma unidade visual. Os recortes estão bem presentes nas peças, é um elemento de design, porém dentro do tema representa os feixes de luz das estrelas, assim como também dos flashes das câmeras. Os botões são prateados também fazendo alusão ao brilho das estrelas. As mangas do modelo raglan estão presente em todos os tops da coleção, com seu recorte diagonal sugere o tema, através da geometria das estrelas. A lavagem de algumas peças constitui o elemento de design padronagem, porém também é um elemento de design, representa a textura visual da galáxia. Os bordados são em forma de estrelas e a aplicação de pedrarias reforça ainda mais o tema.

6.11Desenhos

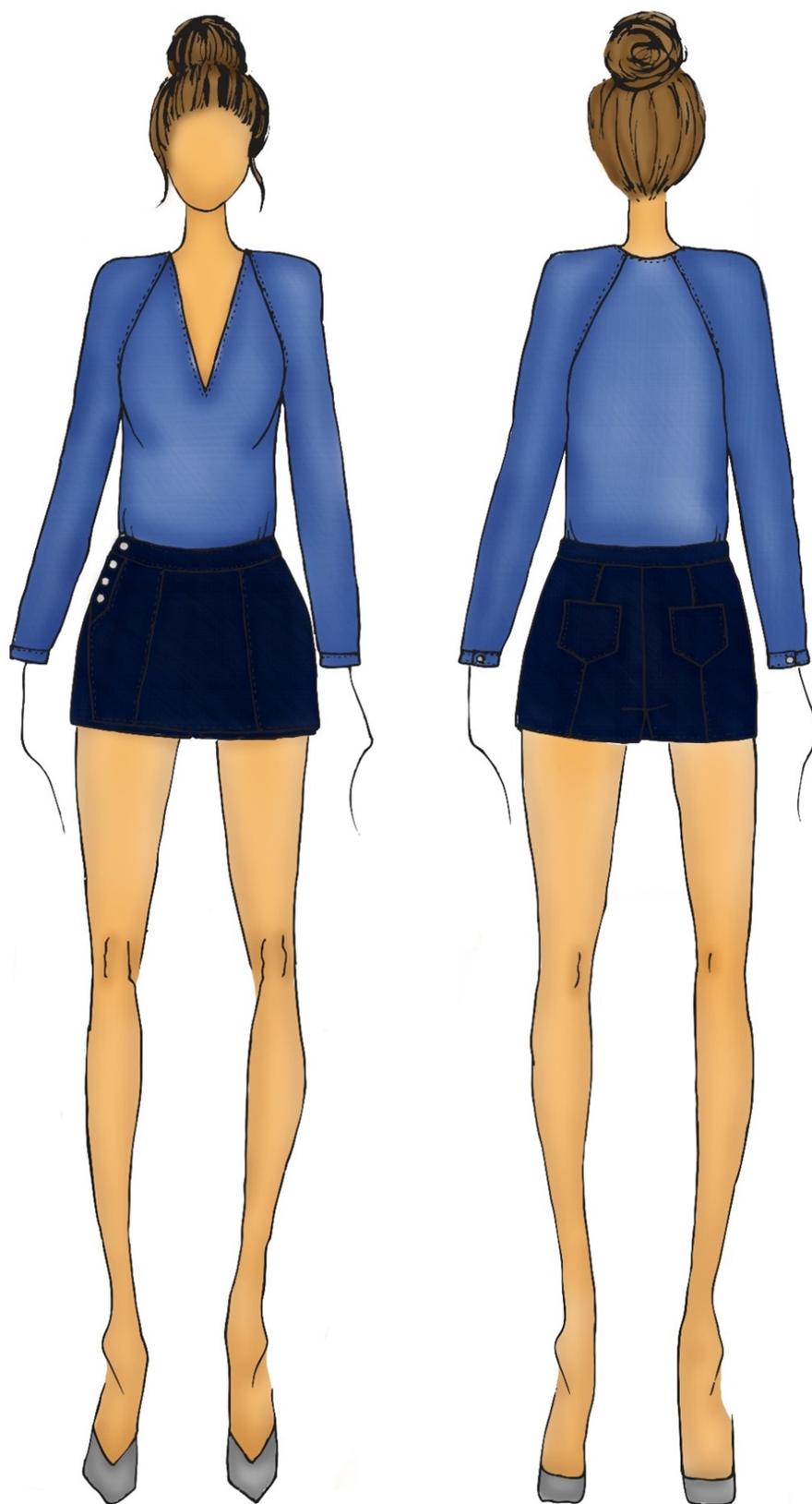
Após as pesquisas, análises e decisões, iniciamos o processo de geração de alternativas de produtos para coleção através de esboços (figura 21). Treptow (2013) fala que os esboços não necessitam de compromissos estéticos.

Figura 18 - Esboços

Fonte: Própria (2018)

A partir das análises dos esboços, concluímos e finalizamos através de desenhos de moda assistido por computador. Os programas utilizados foram: Adobe Illustrator e Adobe Photoshop. A coleção ficou composta de 23 looks presentes nas figuras 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 44.

Figura 19 - Look 01



Fonte: Própria (2018)

Figura 20 - Look 02



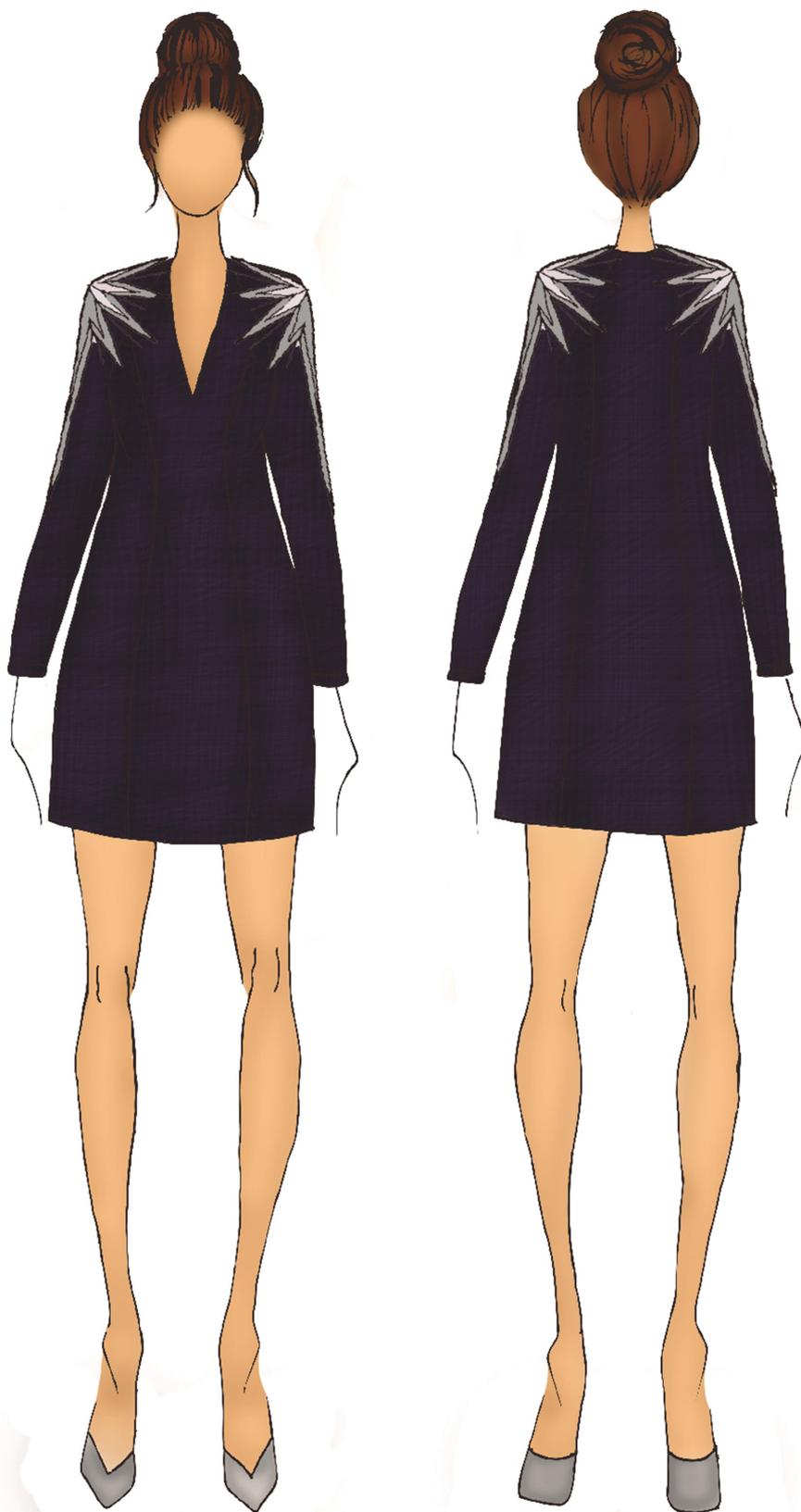
Fonte: Própria (2018)

Figura 21 - Look 03



Fonte: Própria (2018)

Figura 22 - Look 04



Fonte: Própria (2018)

Figura 23 - Look 05



Fonte: Própria (2018)

Figura 24 - Look 06



Fonte: Própria (2018)

Figura 25 - Look 07



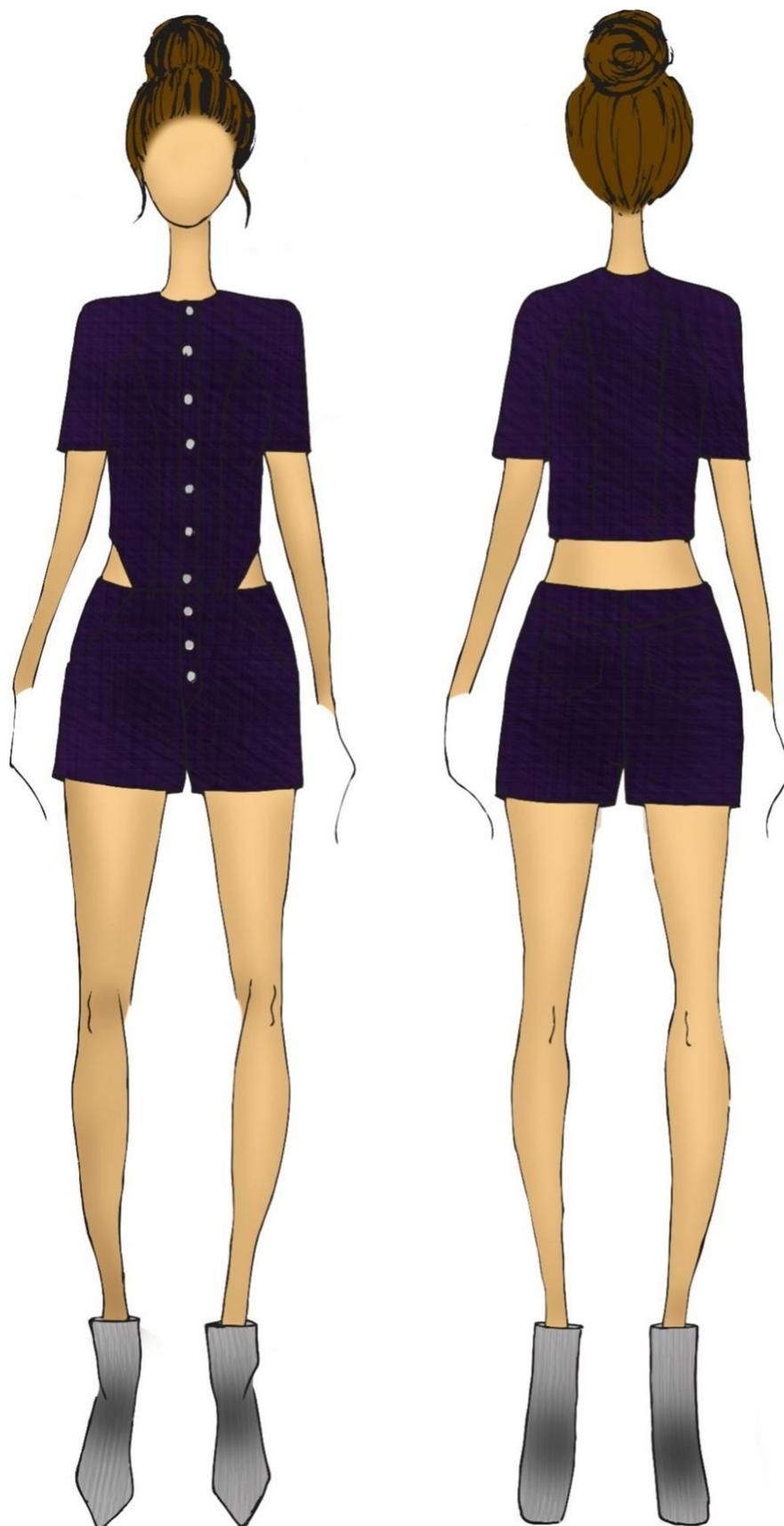
Fonte: Própria (2018)

Figura 26 - Look 08



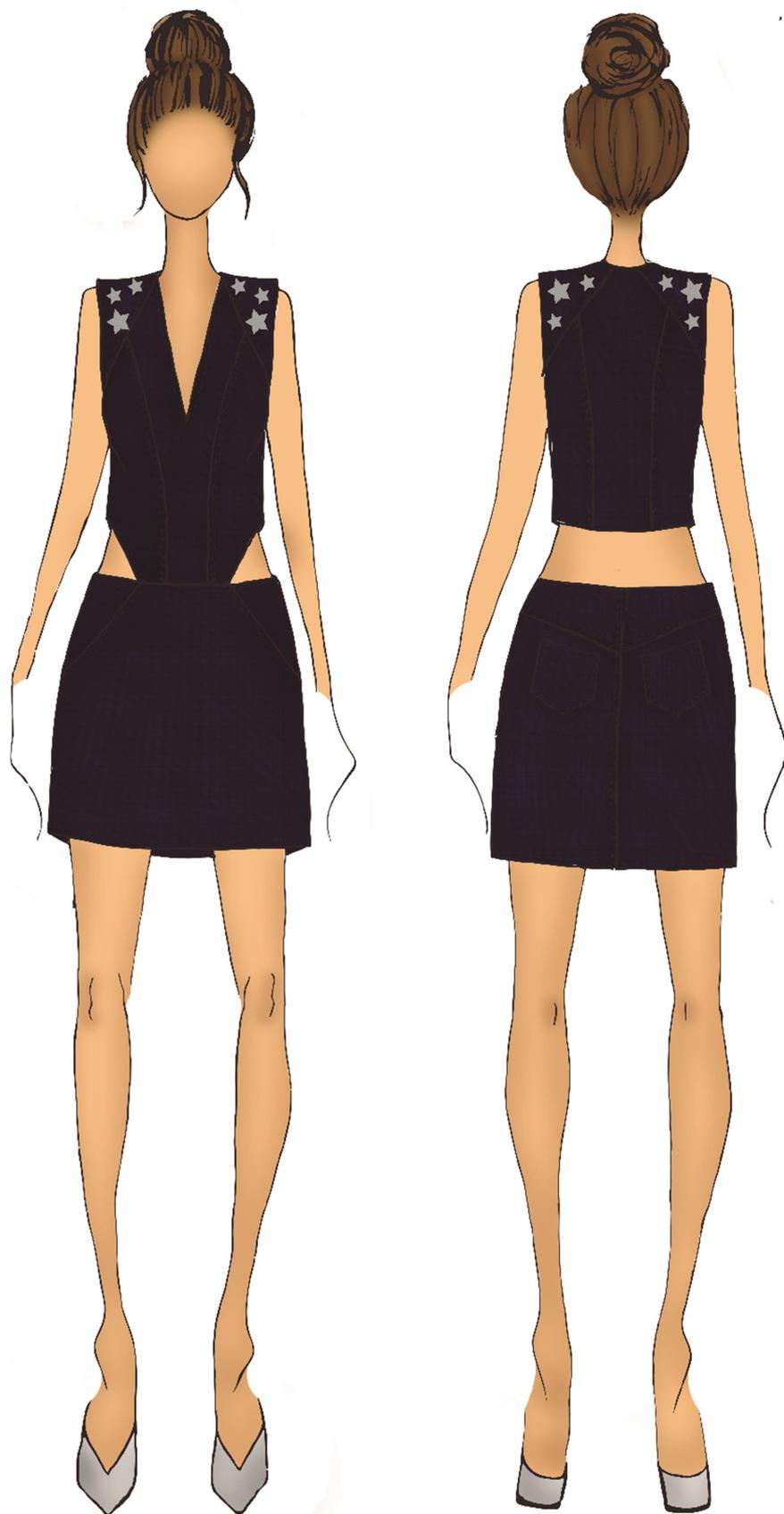
Fonte: Própria (2018)

Figura 27 - Look 09



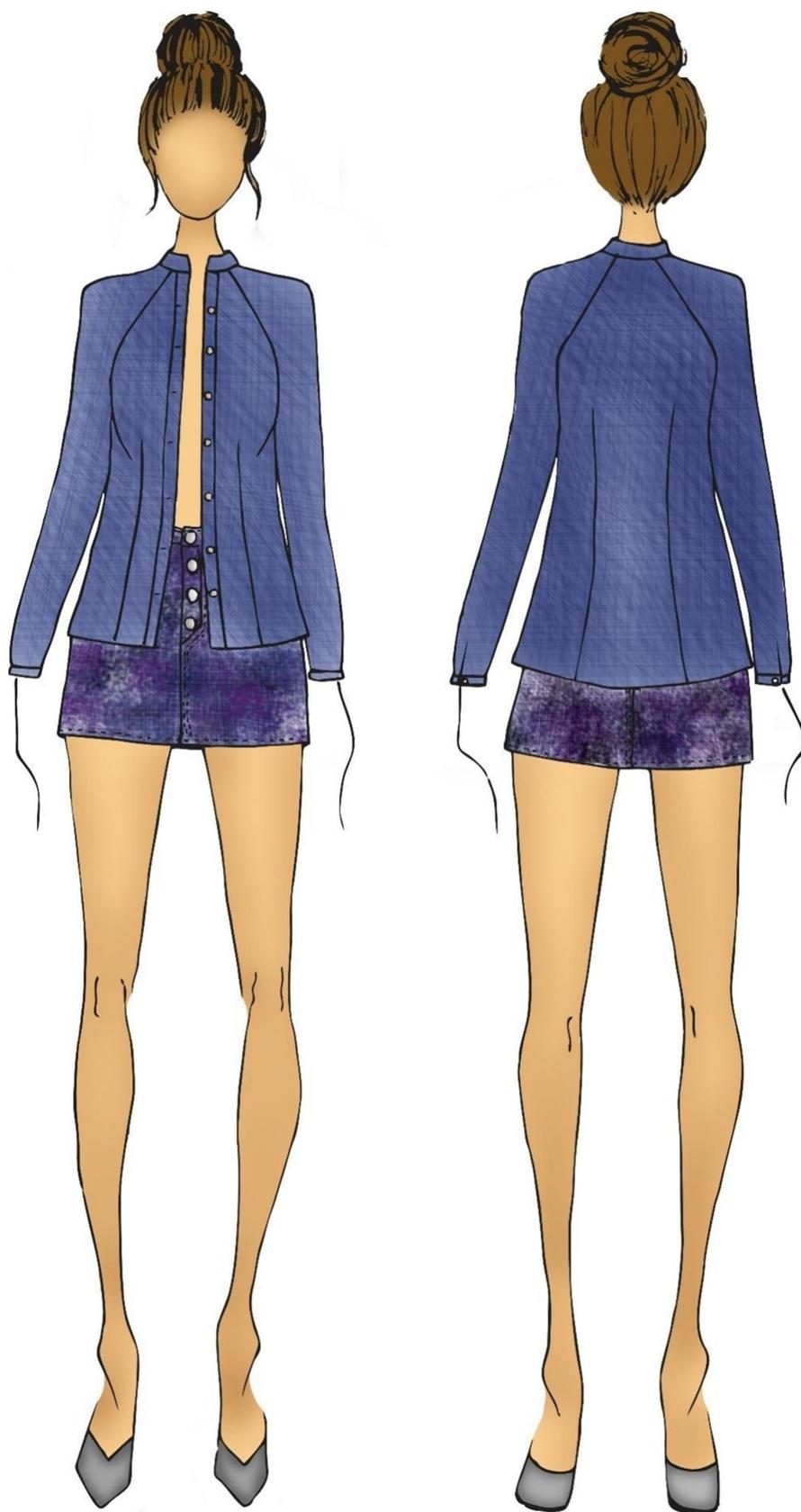
Fonte: Própria (2018)

Figura 28 - Look 10



Fonte: Própria (2018)

Figura 29 - Look 11



Fonte: Própria (2018)

Figura 30 - Look 12



Fonte: Própria (2018)

Figura 31 - Look 13



Fonte: Própria (2018)

Figura 32 - Look 14



Fonte: Própria (2018)

Figura 33 - Look 15



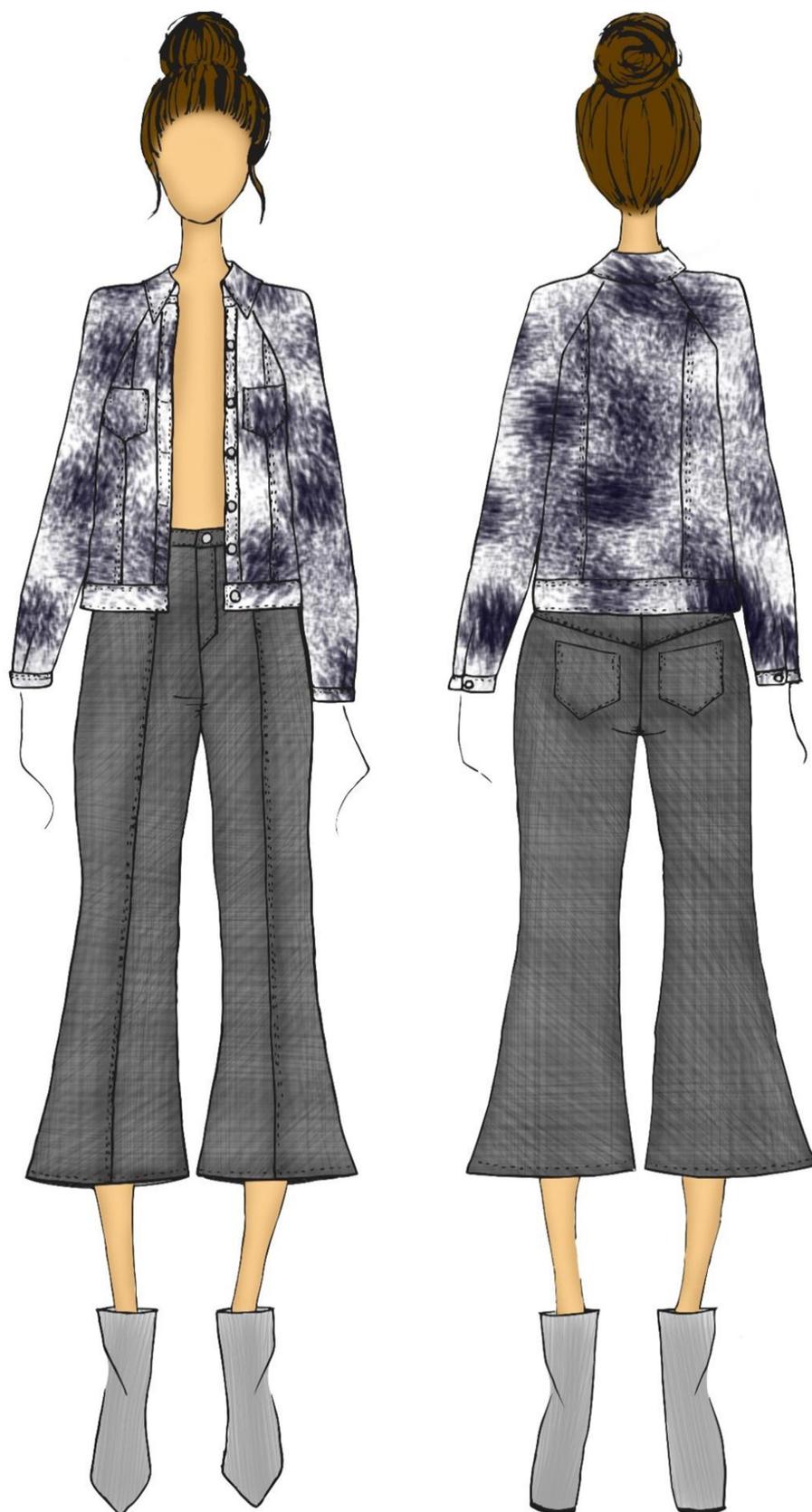
Fonte: Própria (2018)

Figura 34 - Look 16



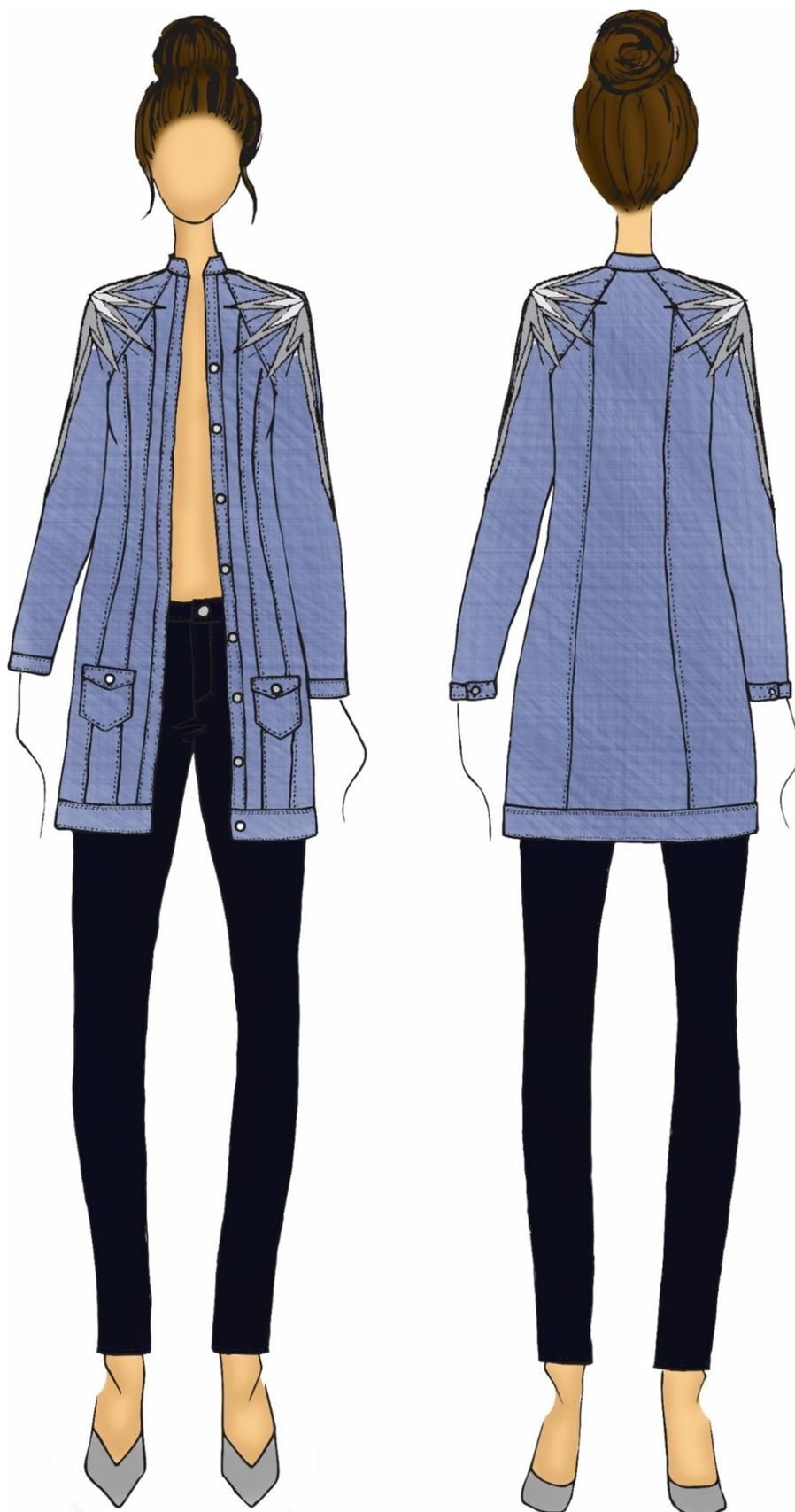
Fonte: Própria (2018)

Figura 35 - Look 17



Fonte: Própria (2018)

Figura 36 - Look 18



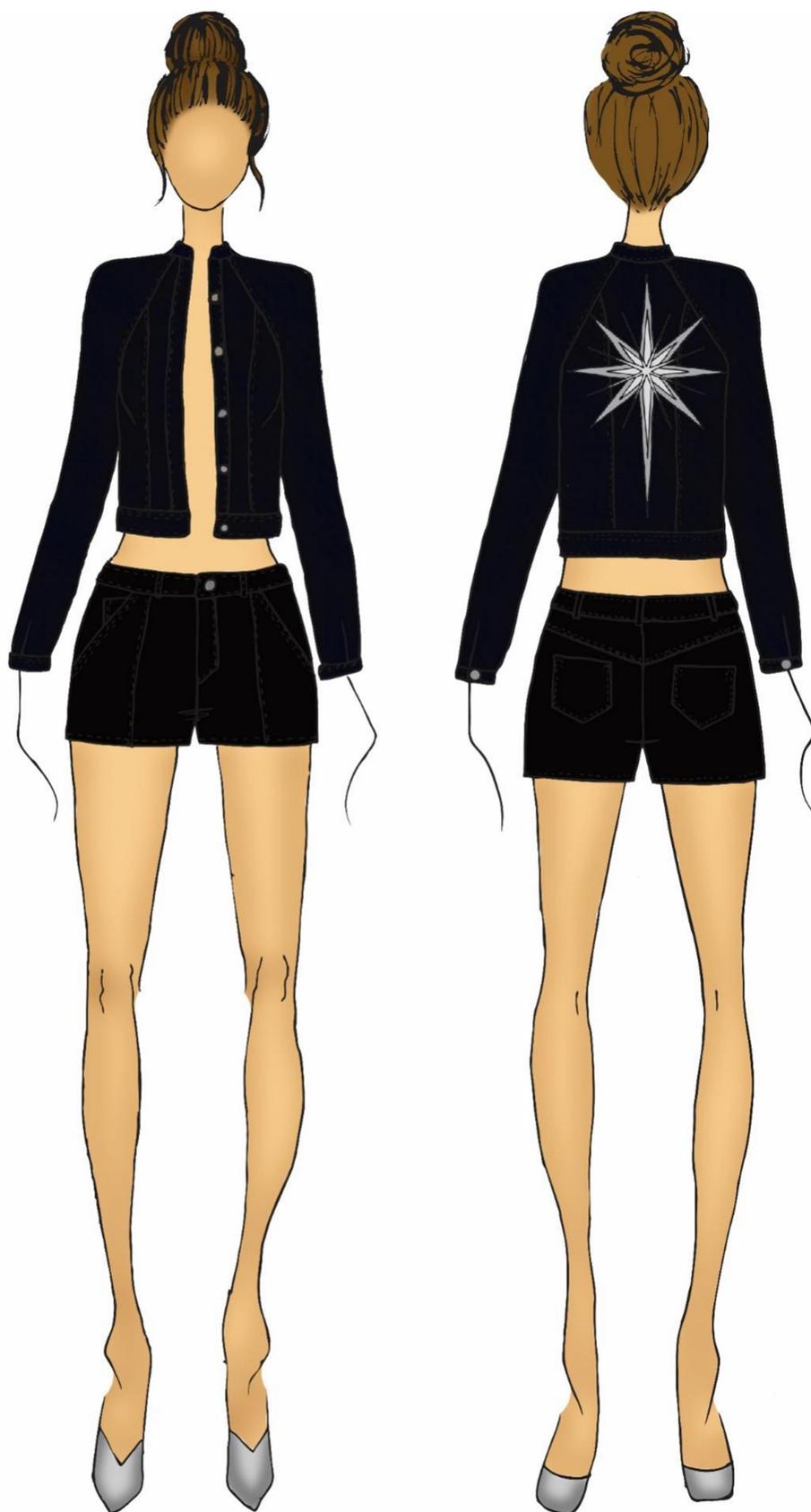
Fonte: Própria (2018)

Figura 37 - Look 19



Fonte: Própria (2018)

Figura 38 - Look 20



Fonte: Própria (2018)

Figura 39 - Look 21



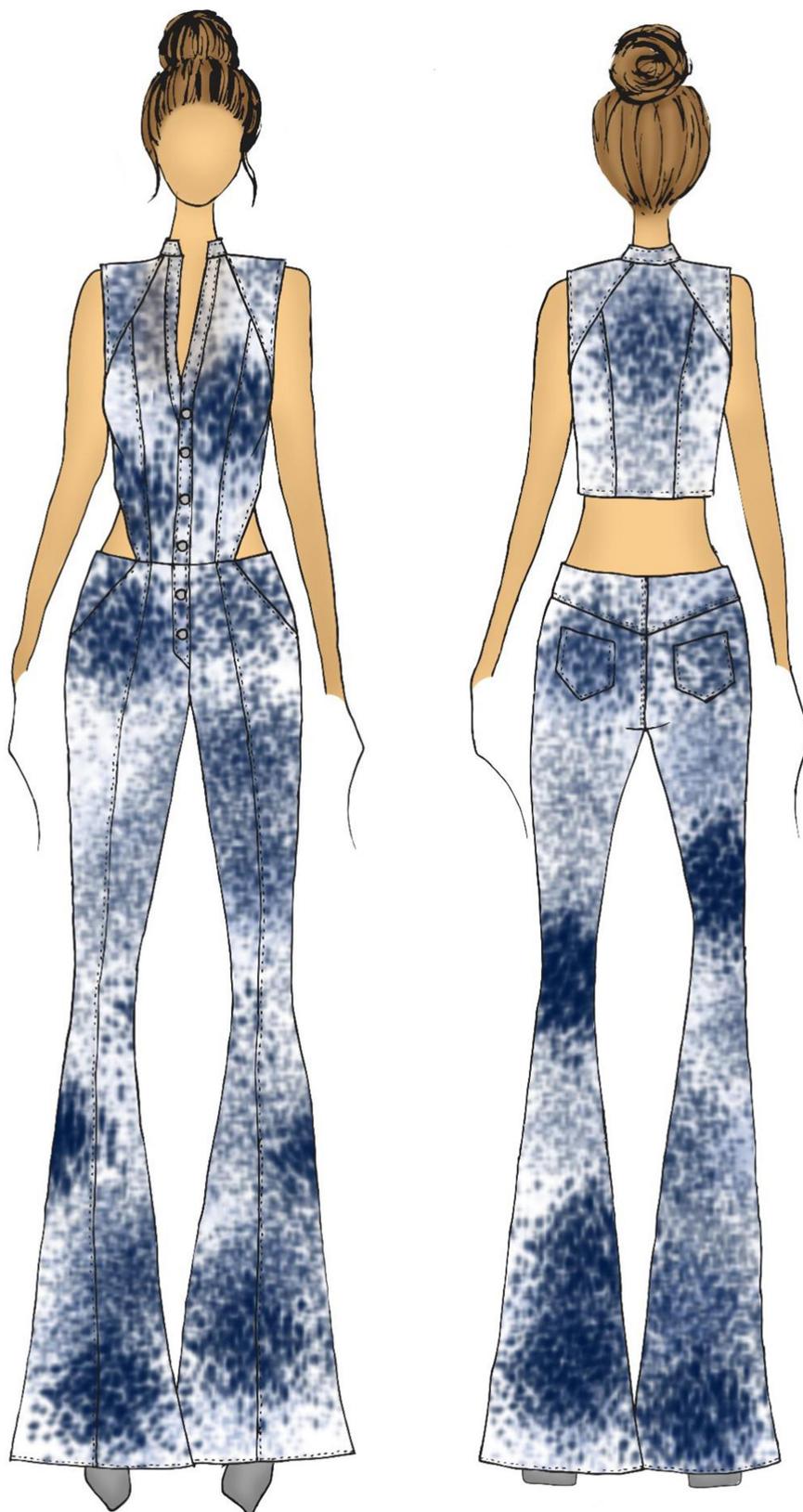
Fonte: Própria (2018)

Figura 40 - Look 22



Fonte: Própria (2018)

Figura 41 - Look 23



Fonte: Própria (2018)

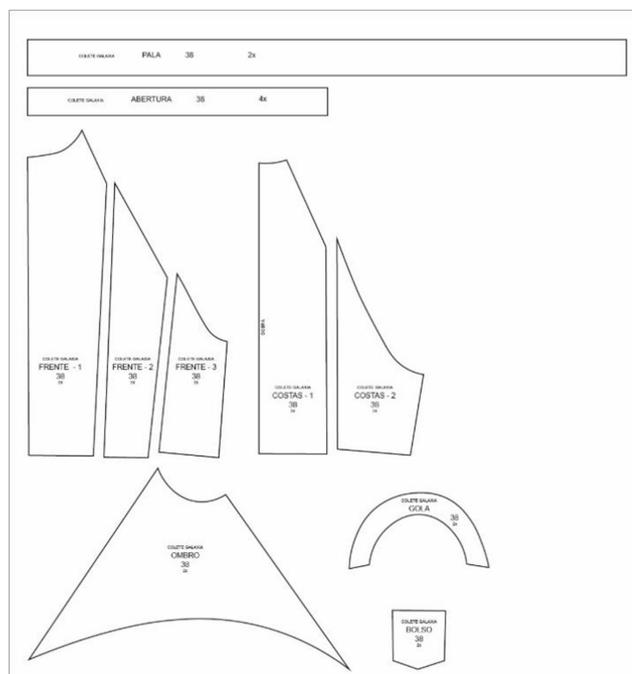
6.12 Modelagem

O processo de modelagem é o início da materialização do modelo criado através de desenho, se dá através de cálculos de medidas, de forma a ser traçado no papel o modelo de forma bidimensional. A modelagem pode ser executada através de programas de computadores (CAD/CAM), porém independente da forma que for construída a modelagem deve receber informações que a defina (TREPTOW, 2013).

Jones (2005, p.143) define a modelagem plana como “um trabalho de precisão, que exige e cálculos apurados, uso de proporção, mão firme e habilidades para imaginar o efeito em três dimensões”.

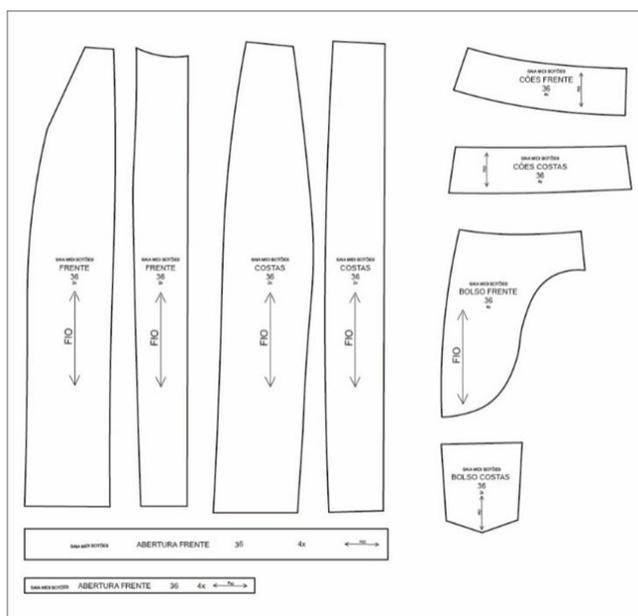
A modelagem do presente trabalho foi construída de forma manual e transformada para o meio digital, seguindo de informações fundamentais, são elas: O modelo ou código da peça, a parte da modelagem, o tamanho, quantas vezes deve ser cortado, se possuir dobra de tecido e o sentido do fio. As figuras 45, 46, 47, 48, 49 são as modelagens dos protótipos confeccionados.

Figura 42–Modelagem colete galáxia



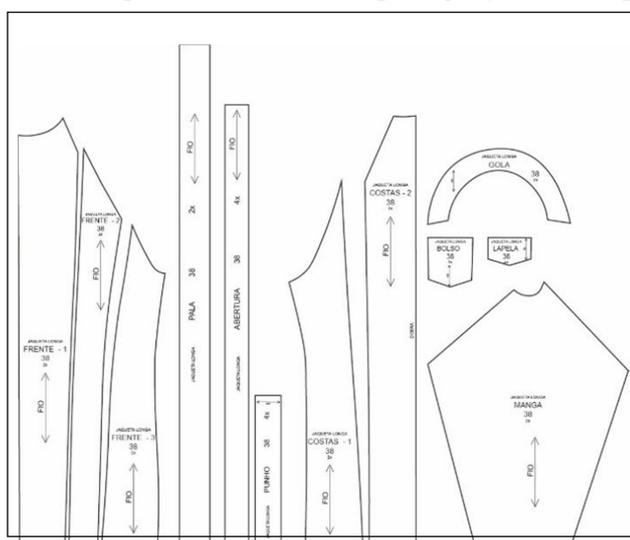
Fonte: Própria (2018)

Figura 43 - Modelagem saia midi botões



Fonte: Própria (2018)

Figura 44 - Modelagem jaqueta longa



Fonte: Própria (2018)

6.12 Prototipagem

A prototipagem é a etapa de construção da peça-piloto ou protótipo, que consiste na confecção da peça exata da coleção, para análise de dificuldades e conforto de usabilidade. Os protótipos costurados podem passar por processos de finalizações, como lavagens e bordados (TREPTOW, 2013).

A construção da peça piloto se deu através de máquinas de costura industrial (máquina reta, overlock e caseadeira), máquina de pregar botões, máquina de bordado industrial, além de trabalho manual de bordado e lavagem.

A lavagem do protótipo ocorreu através de alvejante de uso doméstico somado a água. O processo foi executado de forma manual, com auxílio de amarrações na peça e a luz solar, como podemos ver na figura 50. O resultado na figura 51.

Figura 47 - Lavagem da peça piloto



Fonte: Própria (2018)

Figura 48 - Resultado da lavagem da peça piloto



Fonte: Própria (2018)

6.13 Ficha Técnica

A ficha técnica é considerada uma etapa de extrema importância, pois é a documentação descritiva da peça da coleção. Nela é necessário conter todas as informações necessárias para confecção da peça, além de dados sobre matéria-prima, beneficiamentos e finalizações (TREPTOW, 2013).

Leite e Velloso (2014) apresentam a ficha técnica como um documento onde é necessário conter todo o registro descritivo do produto. Também aponta que as empresas desenvolvem seus documentos de acordo com suas necessidades, assim existe uma flexibilidade em relação a formatação da ficha técnica.

As fichas técnicas deste presente trabalho foram construídas de acordo com as recomendações de formatação de Leite e Velloso (2014).

Segundo Leite e Velloso é recomendável conter em uma ficha técnica:

“1-Cabeçario referindo o nome da empresa, a coleção, o nome da peça, suas referências uma breve descrição e tudo que for pertinente à denominação do produto.

2-Desenho técnico do modelo, de frente, de costas, se necessário, de lateral.

3-Dados dos materiais utilizados, que podem ser divididos em principais e secundários; aviamentos e materiais de adorno em geral. Devem ser assim descritos: nome do material e/ou código, composição, especificação de tamanho (no caso do tecido, a largura; e de outros produtos como botão e fecho eclair, a numeração), gasto, cor, fabricante, fornecedor, preço por quantidade.

4-Etiquetas devem trazer obrigatoriamente as seguintes informações: - Nome fantasia e marca registrada ou razão social (por extenso). – Tratamento e cuidados de conservação, por texto ou símbolo. – Indicação do tamanho da peça, por número ou letra. – Os dados de composição do tecido, com nome das fibras e o percentual de incidência, em ordem decrescente. – Cadastro de pessoa jurídica (CNPJ) da empresa e país de origem.

5-Beneficiamento, quando o produto passa por algum processo de transformação que não faça parte da confecção em si, como tingimento, estamparia, bordado ou lavagem.

6-Grade de tamanho, quadro com os tamanhos e o número de peças que serão produzidos.

7-Sequência de montagem da peça, ordem em que a peça é costurada.

8-Sequencia operacional informa sobre a operação que vai ser feita e tipo de ferramenta que será utilizada.

9-Minutagem, medição de tempo (minutos) gastos em cada operação.

10-Modelagem planejada, todas as peças do molde desenhadas separadamente.

11-Descrição da peça”(LEITE, VELOSO, 2014, p. 147-150).

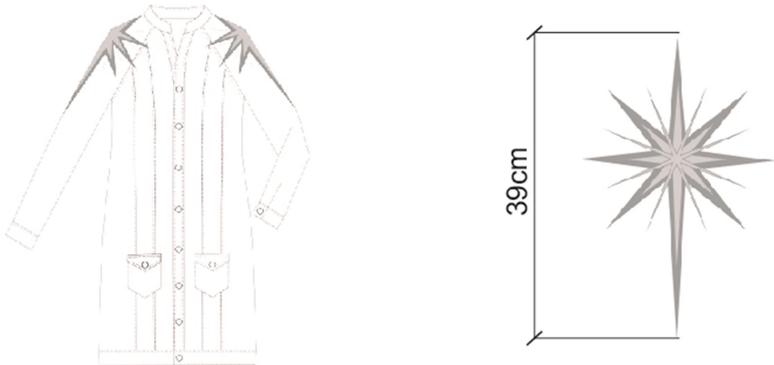
As fichas técnicas das peças confeccionadas neste trabalho foram desenvolvidas a partir dos pontos recomendados por Leite e Velloso (2014), com exceção da grade de tamanhos, que não foi desenvolvida, pois não cabe a este trabalho a produção em larga escala. Devido às informações presentes na ficha técnica, a mesma apresentou três folhas como na figura 52, 53 e 54 que corresponde a jaqueta longa, a figura 55, 56 e 57 a calça skinny, a figura 58, 59 e 60 colete galáxia, a figura 61, 62 e 63 saia midi de botões e as figuras 64, 65 e 66 ao macacão galáxia.

Figura 49 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 01)

FICHA TÉCNICA							
ELLY JEANS							
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA				MODELO: JAQUETA LONGA			
ANO: 2018				REF: 0003			
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Jaqueta longa, com mangas longas, punhos e bordado de estrela nas mangas.							
<p>FRENTE:</p>				<p>COSTAS:</p>			
MATÉRIA-PRIMA PRINCIPAL							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Denim	100% Algodão	Azul	180cm	MM	Center Fabril	160cm	R\$ 29,80
MATÉRIA-PRIMA SECUNDÁRIA							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Linha pesponto	100% Poliéster	Azul	2.100cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,99
Linha	100% Poliéster	Azul	1.800cm	Polycron Têxtil	Avil Têxtil	X	R\$ 3,50
Fio	100% Poliéster	Azul	702cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 7,90
Botão flexível	Latão	Prata	12uni.	Eberle	Avil Têxtil	2cm	R\$ 1,00
ETIQUETAS							
TIPO				LOCALIZAÇÃO			
Etiqueta de composição.				Parte lateral esquerda.			

Fonte: Própria (2018)

Figura 50 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 02)

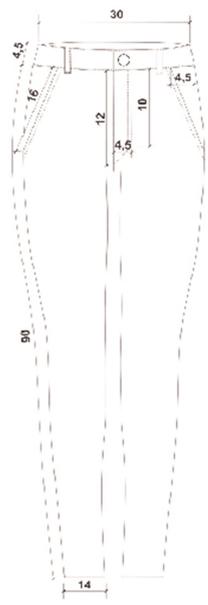
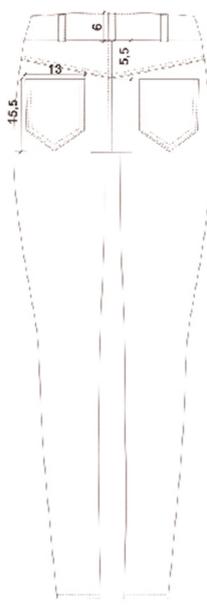
FICHA TÉCNICA	
ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: JAQUETA LONGA
ANO: 2018	REF: 0003
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Jaqueta longa, com mangas longas, punhos e bordado de estrela nas mangas.	
BENEFICIAMENTO	
Amaciamento e bordado.	
	
SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA	
Frente.	
Costas.	
Lapela e bolso.	
Manga	
Abertura.	
Gola.	
Pala.	
Aberturas de botões.	
Aplicação dos botões.	
Aplicação de etiqueta.	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MIN
Fechar recortes da frente e das costas. Costura reta e overlok.	6'
Costura de pesponto nos recortes da frente e das costas. Costura reta.	12'
Fechamento lateral de frente e costas. costura reta e overlok.	1' 30"
Montagem de lapela e aplicação da mesma. Costura reta.	3'
Aplicação de bolso. Costura reta.	4'
Montagem e aplicação de punho. Costura reta.	10'
Aplicação de mangas. Costura reta e overlok.	15'
Acabamento de abertura. Costura reta.	5'
Aplicação de pala. Costura reta.	5'
Aplicação de Gola. Costura reta.	12'
Execução e abertura de casas de botões. Caseadeira.	10'
Aplicação dos botões e suas devidas aberturas. Maquina de pregar botões.	12'
Aplicação de etiqueta de composição. costura reta.	10"
Aplicação de bordado nas laterais da manga. costura reta.	30'

Fonte: Própria (2018)

Figura 51 - Ficha técnica jaqueta longa (folha 03)

FICHA TÉCNICA ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: JAQUETA LONGA
ANO: 2018	REF: 0003
<p>DESCRIÇÃO DE PEÇA: Jaqueta longa, com mangas longas, punhos e bordado de estrela nas mangas.</p>	
<p>MODELAGEM PLANIFICADA</p>	
<p>MATÉRIA-PRIMA UTILIZADA</p>	

Figura 52 - Ficha técnica calça skinny (folha 01)

FICHA TÉCNICA							
ELLY JEANS							
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA				MODELO: CALÇA SKINNY			
ANO: 2018				REF: 0004			
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Calça jeans comprida tradicional, com bolsos faca nas laterais e bolso chapado na traseira.							
<p>FRENTE:</p> 				<p>COSTAS:</p> 			
MATÉRIA-PRIMA PRINCIPAL							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Denim	100% Algodão	Azul	120cm	MM	Center Fabril	160cm	R\$ 29,80
Tricoline	100% Algodão	Branco	15cm	Eurtex	Center Fabril	140cm	R\$ 26,90
MATÉRIA-PRIMA SECUNDÁRIA							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Linha pesponto	100% Poliéster	Marrom	1.050cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,99
Linha	100% Poliéster	Marrom	1.050cm	Polycron Têxtil	Avil Têxtil	X	R\$ 3,50
Fio	100% Poliéster	Azul	634cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 7,90
Botão flexível	Latão	Prata	1uni.	Eberle	Avil Têxtil	2cm	R\$ 1,00
ETIQUETAS							
TIPO				LOCALIZAÇÃO			
Etiqueta de composição.				Parte interna do cócs.			

Fonte: Própria (2018)

Figura 53 - Ficha técnica calça skinny (folha 02)

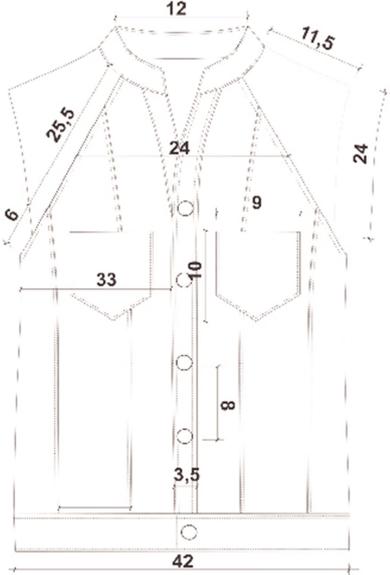
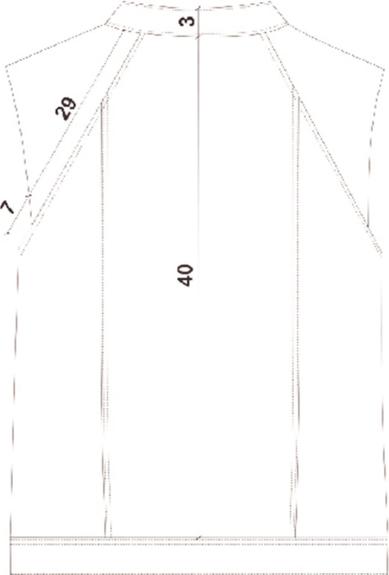
<h1>ELLY JEANS</h1>	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: CALÇA SKINNY
ANO: 2018	REF: 0004
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Calça jeans comprida tradicional, com bolsos faca nas laterais e bolso chapado na traseira.	
BENEFICIAMENTO	
Amaciamento.	
SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA	
Bolso dianteiro.	
Bolso traseiro.	
Junção frente e costas.	
Zipper	
Cóes.	
Passantes.	
Bainha.	
Aberturas de botões.	
Aplicação dos botões.	
Aplicação de etiqueta.	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MIN
Montagem do bolso dianteiro. Costura reta e overlok.	5'
Montagem de pala das costas. Costura reta e overlok .	6'
Aplicação de bolso traseiro. Costura reta e overlok	8'
Fechamento lateral de frente/costas e entre pernas. costura reta e overlok.	10'
Costura de pesponto na lateral. Costura reta.	30''
Montagem e aplicação do cóes e zipper. Costura reta.	15'
Bainha da peça. Costura reta.	5'
Montagem e aplicação de passantes. Costura reta.	6'
Execução e abertura de casa do botão. Caseadeira.	2'
Aplicação de botão. Maquina de pregar botões.	15''
Aplicação de etiqueta de composição. Costura reta.	10''

Fonte: Própria (2018)

Figura 54 - Ficha técnica calça skinny (folha 03)

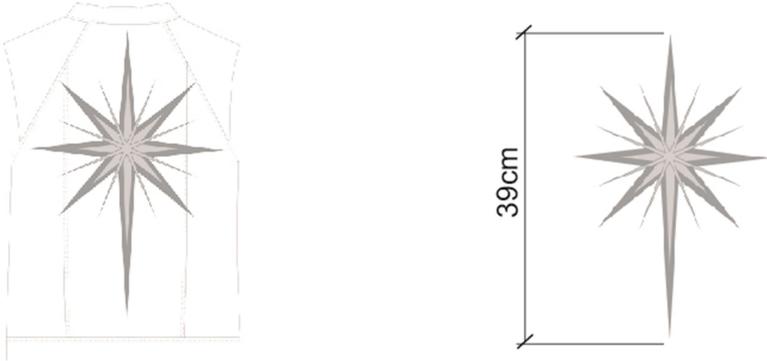
<h1>ELLY JEANS</h1>	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: CALÇA SKINNY
ANO: 2018	REF: 0004
<p>DESCRIÇÃO DE PEÇA: Calça jeans comprida tradicional, com bolsos faca nas laterais e bolso chapado na traseira.</p>	
<p>MODELAGEM PLANIFICADA</p>	
<p>MATÉRIA-PRIMA UTILIZADA</p>	

Figura 55 - Ficha técnica colete galáxia (folha 01)

FICHA TÉCNICA							
ELLY JEANS							
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA				MODELO: COLETE GALÁXIA			
ANO: 2018				REF: 0001			
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Colete curto, com recortes, abertura frontal com botões, bolsos na linha do busto e bordado no centro das costas.							
<p>FRENTE:</p> 				<p>COSTAS:</p> 			
MATÉRIA-PRIMA PRINCIPAL							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Denim	100% Algodão	Azul	90cm	MM	Center Fabril	160cm	R\$ 29,80
MATÉRIA-PRIMA SECUNDÁRIA							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Linha pesponto	100% Poliéster	Branco	1.242cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,90
Linha	100% Poliéster	Azul	2.484cm	Polycron Têxtil	Avil Têxtil	X	R\$ 3,50
Botão flexível	Latão	Prata	5uni.	Eberle	Avil Têxtil	2cm	R\$ 5,00
Fio	100% Poliéster	Azul	1.132cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 4,50
ETIQUETAS							
TIPO				LOCALIZAÇÃO			
Etiqueta de composição.				Lateral esquerda da peça .			

Fonte: Própria (2018)

Figura 56 - Ficha técnica colete galáxia (folha 02)

FICHA TÉCNICA	
ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: COLETE GALÁXIA
ANO: 2018	REF: 0001
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Colete curto, com recortes, abertura frontal com botões, bolsos na linha do busto e bordado no centro das costas.	
BENEFICIAMENTO	
Lavagem através de alvejante e bordado.	
	
SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA	
Frente.	
Costas.	
Bolso.	
Ombro.	
Abertura.	
Gola.	
Pala.	
Aberturas de botões.	
Aplicação dos botões.	
Aplicação de etiqueta.	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MIN
Fechar recortes da frente e das costas. Costura reta e overlok.	3'
Costura de pesponto nos recortes da frente e das costas. Costura reta.	6'
Fechamento lateral de frente e costas. costura reta e overlok.	1' 30"
Junção de combro em partes da frente e costas. Costura reta e overlok.	1'
Costura de pesponto nas junções do ombro com as partes da frente e costas. Costura reta.	50"
Acabamento das cavas. Costura reta.	30"
Aplicação de bolsos. Costura reta.	4'
Aplicação de acabamento de abertura e pala. Costura reta.	10'
Aplicação de Gola. Costura reta.	5'
Execução e abertura de casas de botões. Caseadeira.	9'
Aplicação dos botões e suas devidas aberturas. Maquina de pregar botões.	2'
Aplicação de etiqueta de composição. costura reta.	10"

Fonte: Própria (2018)

Figura 57 - Ficha técnica colete galáxia (folha 03)

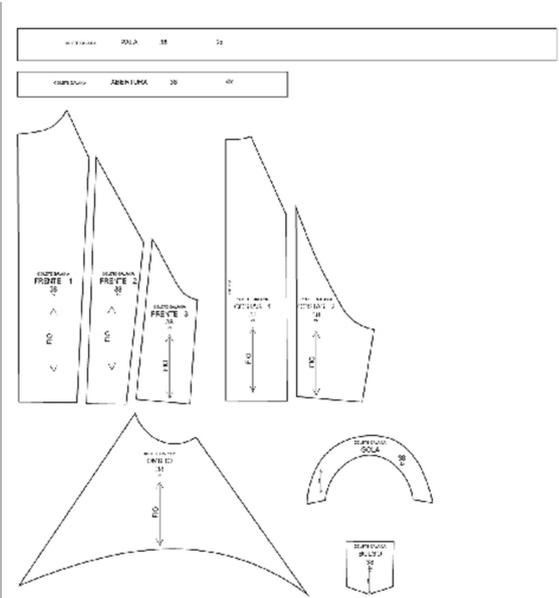
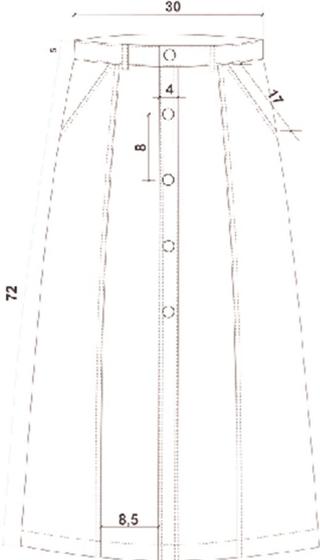
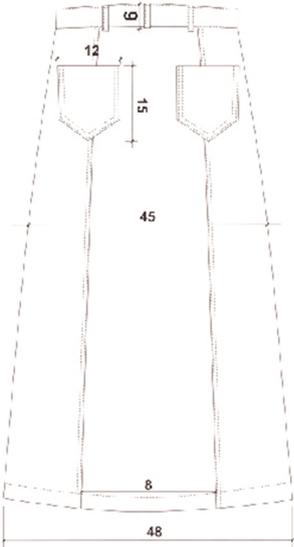
FICHA TÉCNICA ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: COLETE GALÁXIA
ANO: 2018	REF: 0001
<p>DESCRIÇÃO DE PEÇA: Colete curto, com recortes, abertura frontal com botões, bolsos na linha do busto e bordado no centro das costas.</p>	
<p>MODELAGEM PLANIFICADA</p> 	
<p>MATERIA-PRIMA UTILIZADA</p>	

Figura 58 - Ficha técnica saia midi botões (folha 01)

FICHA TÉCNICA							
ELLY JEANS							
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA				MODELO: SAIA MIDI BOTÕES			
ANO: 2018				REF: 0002			
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Saia midi, recortes, abertura frontal e botões.							
<p>FRENTE:</p> 				<p>COSTAS:</p> 			
MATÉRIA-PRIMA PRINCIPAL							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Denim	100% Algodão	Azul	110cm	MM	Center Fabril	160cm	R\$ 29,80
Tricoline	100% Algodão	Branco	15cm	Eurtex	Center Fabril	140cm	R\$ 26,90
MATÉRIA-PRIMA SECUNDÁRIA							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Linha pesponto	100% Poliéster	Branco	721cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,99
Linha pesponto	100% Poliéster	Marrom	1.215cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,99
Linha	100% Poliéster	Marrom	1.305cm	Polycron Têxtil	Avil Têxtil	X	R\$ 3,50
Fio	100% Poliéster	Azul	634cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 7,90
Botão flexível	Latão	Prata	6uni.	Eberle	Avil Têxtil	2cm	R\$ 1,00
ETIQUETAS							
TIPO				LOCALIZAÇÃO			
Etiqueta de composição.				Parte interna do cóes.			

Fonte: Própria (2018)

Figura 59 - Ficha técnica saia midi botões (folha 02)

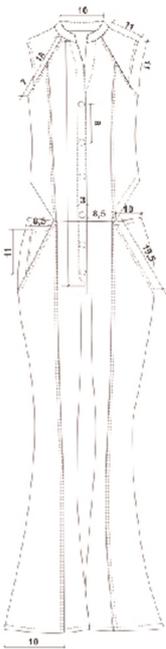
FICHA TÉCNICA	
ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: SAIA MIDI BOTÕES
ANO: 2018	REF: 0002
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Saia midi, recortes, abertura frontal e botões.	
BENEFICIAMENTO	
Amaciamento.	
SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA	
Frente	
Costas.	
Bolso dianteiro.	
Bolso trazeiro.	
Abertura.	
Cós.	
Bainha.	
Passantes.	
Aberturas de botões	
Aplicação dos botões.	
Aplicação de etiqueta.	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MIN
Fechar recortes da frente e das costas. Costura reta e overlok.	4'
Costura de pesponto nos recortes da frente e das costas. Costura reta.	8'
Montagem de bolso dianteiro. Costura reta e overlok	10'
Fechamento lateral de frente e costas. costura reta e overlok.	2'
Costura de pesponto na lateral da peça até abaixo do bolso. Costura reta.	30''
Aplicação de bolsos trazeiros. Costura reta.	8'
Aplicação da abertura. Costura reta.	11'
Montagem e aplicação do cós. Costura reta.	5'
Bainha da peça. Costura reta.	2'
Aplicação de passantes. Costura reta.	10'
Execução e abertura de casas de botões. Caseadeira.	10'
Aplicação dos botões. Maquina de pregar botões.	5'
Aplicação de etiqueta de composição. costura reta.	10''

Fonte: Própria (2018)

Figura 60 - Ficha técnica saia midi botões (folha 03)

FICHA TÉCNICA ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: COLETE GALÁXIA
ANO: 2018	REF: 0001
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Saia midi, recortes, abertura frontal e botões.	
MODELAGEM PLANIFICADA	
<p style="text-align: center;"> CINTURA BOLSO COSTAS </p> <p style="text-align: center;"> FRENTE COSTAS </p> <p style="text-align: center;"> ABERTURA FRENTE BOTÃO </p>	
MATÉRIA-PRIMA UTILIZADA	

Figura 61 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 01)

FICHA TÉCNICA							
ELLY JEANS							
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA				MODELO: MACACÃO GALÁXIA			
ANO: 2018				REF: 0005			
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Macacão longo flare, com recortes e abertura frontal de botões.							
<p>FRENTE:</p> 				<p>COSTAS:</p> 			
MATÉRIA-PRIMA PRINCIPAL							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Denim	100% Algodão	Azul	250cm	MM	Center Fabril	160cm	R\$ 29,80
Tricoline	100% Algodão	Branco	15cm	Eurtex	Center Fabril	15cm	R\$ 26,90
MATÉRIA-PRIMA SECUNDÁRIA							
NOME	COMPOSIÇÃO	COR	GASTO	FABRICANTE	FORNECEDOR	LARGURA	PREÇO
Linha pesponto	100% Poliéster	Branco	3.242cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 18,90
Linha	100% Poliéster	Azul	2.984cm	Polycron Têxtil	Avil Têxtil	X	R\$ 3,50
Botão flexível	Latão	Prata	6uni.	Eberle	Avil Têxtil	2cm	R\$ 1,00
Fio	100% Poliéster	Azul	1.432cm	Sancris	Avil Têxtil	X	R\$ 4,50
ETIQUETAS							
TIPO				LOCALIZAÇÃO			
Etiqueta de composição.				Lateral esquerda da peça .			

Fonte: Própria (2018)

Figura 62 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 02)

FICHA TÉCNICA	
ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: MACACÃO GALÁXIA
ANO: 2018	REF: 0005
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Macacão longo flare, com recortes e abertura frontal de botões.	
BENEFICIAMENTO	
Lavagem através de alvejante.	
SEQUÊNCIA DE MONTAGEM DA PEÇA	
Frente.	
Bolsos da frente.	
Costas.	
Bolsos das costas.	
Ombros.	
Abertura.	
Gola.	
Pala das costas.	
Aberturas de botões.	
Aplicação dos botões.	
Aplicação de etiqueta.	
Aplicação de bordado.	
SEQUÊNCIA OPERACIONAL	MIN.
Fechar recortes da frente e das costas. Costura reta e overlok.	3'
Costura de pesponto nos recortes da frente e das costas. Costura reta.	6'
Aplicação de bolsos da frente. Costura reta e overlok.	5'
Aplicação de bolsos das costas. Costura reta.	8'
Fechamento lateral de frente e costas. costura reta e overlok.	7'
Junção de ombro em partes da frente e costas. Costura reta e overlok.	10'
Costura de pesponto nas junções do ombro com as partes da frente e costas. Costura reta.	1'
Acabamento de cava. Costura reta.	30"
Aplicação de acabamento da frente. Costura reta.	12'
Aplicação de Gola. Costura reta.	15'
Aplicação de pala das costas. Costura reta.	6'
Bainha da calça do macacão. Costura reta.	5'
Execução e abertura de casas de botões. Caseadeira.	7'
Aplicação dos botões. Maquina de pregar botões.	3'
Aplicação de etiqueta de composição. costura reta.	10"

Fonte: Própria (2018)

Figura 63 - Ficha técnica macacão galáxia (folha 03)

FICHA TÉCNICA ELLY JEANS	
COLEÇÃO: CONSTELLATION POR RISO SILVA	MODELO: MACACÃO GALÁXIA
ANO: 2018	REF: 0005
DESCRIÇÃO DE PEÇA: Macacão longo flare, com recortes e abertura frontal de botões.	
MODELAGEM PLANIFICADA	
MATERIA-PRIMA UTILIZADA	

As etapas da metodologia de Doris Treptow (2013) que diz respeito ao criador de moda e que iremos executar neste trabalho, possui o término na ficha técnica das peças confeccionadas. Porém ainda a este trabalho foi atribuído um ensaio fotográfico das peças confeccionadas para melhor visibilidade (figura 67, 68, 69, 70, 71, 72).

Figura 64 - Ensaio Look 12



Fonte: Própria (2018)

Figura 65 - Ensaio look 12

Fonte: Própria (2018)

Look 12: Colete de denim, com lavagem e bordado centralizado nas costas. Saia midi, com abertura na frente, fechamento de botões e pespontos em destaque.

Figura 66 - Ensaio Look 18

Fonte: Própria (2018)

Figura 67 - Ensaio Look 18



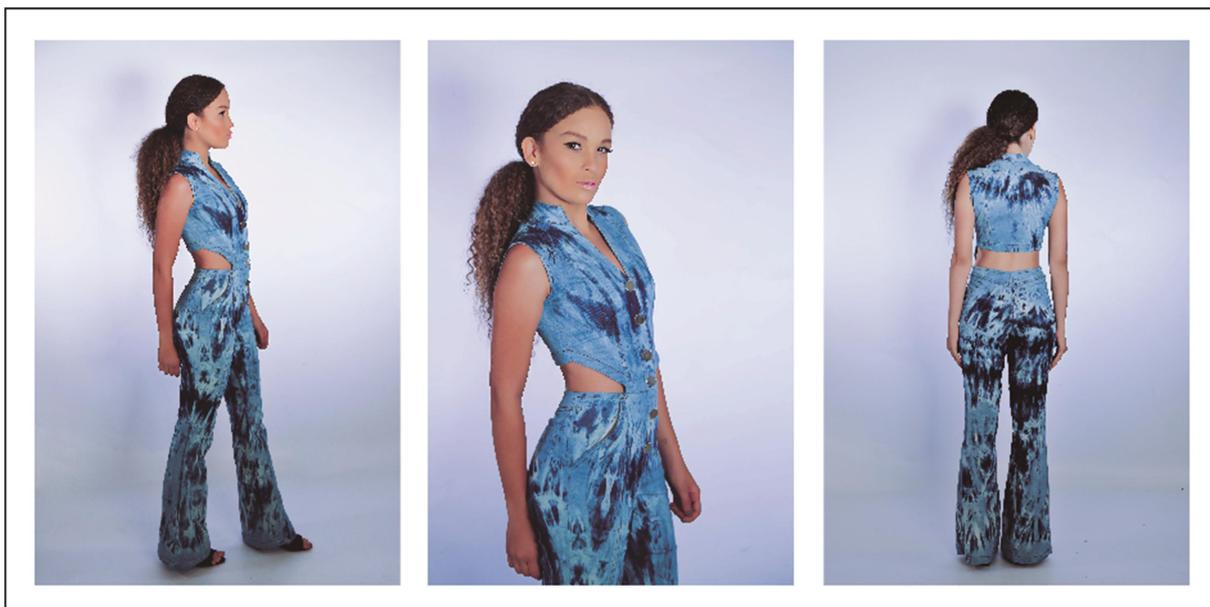
Fonte: Própria (2018)

Look 18: Jaqueta longa, com abertura frontal, fechamento de botões, bordados nas laterais das mangas, bolsos com lapela na linha do quadril. Calça básica skinny.

Figura 68 - Ensaio Look 23



Fonte: Própria (2018)

Figura 69 - Ensaio Look 23

Fonte: Própria (2018)

Look 23: Macacão, com alça flare, recortes laterais, abertura frontal e fechamento de botões.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente trabalho permitiu a criação de uma coleção de moda de vestuário onde pudemos trabalhar de forma ampla, desde a criação, perpassando pela lavagem do jeans, confecção de 3 looks, 5 peças, produção de moda e editorial para a marca Elly Jeans. Isso para demonstrar a importância de uma ação com auxílio de uma metodologia projetual, norteando o designer, além de impulsionar o exercício do criador como algo desvinculado da cópia, prática recorrente nas confecções do polo do Agreste pernambucano.

A partir das análises feitas da marca, do seu público-alvo, dos seus concorrentes e de seu posicionamento em relação a cópia na confecção de vestuário, pudemos direcionar nossa criação em busca de uma identidade, feita a partir da matéria-prima jeans. Para tal, utilizamos a metodologia de Doris Treptow (2013) de forma a atender os desejos e necessidade dos consumidores que, através das redes sociais, mostraram-se pessoas vaidosas e desejosas de se destacar pela moda. Daí o tema de coleção ser designado de “*Constellation*”, enfatizando que as mulheres Elly Jeans são estrelas e juntas podem formar constelações a serem seguidas por novos consumidores.

A partir do tema, filtramos inspirações para o desenvolvimento das peças seguindo assim o mix da coleção pré-estabelecido. Em seguida definimos cor, tecidos e aviamentos de forma a seguir os elementos e princípios de design. Traçamos assim os elementos de estilo da coleção, imprimindo o tema nas peças criadas.

A etapa de criação tem início com o desenvolvimento dos esboços que não exigiram muita qualidade no traçado. As peças foram criadas tendo em vistas todos os parâmetros explicitados pela metodologia, com posterior adequação dos desenhos ao meio digital. A seguir, selecionamos os looks que seriam prototipados para este trabalho e seguimos para as próximas fases.

O desenvolvimento da modelagem é o início da materialização das peças, foi executada de forma manual e em seguida transposta para o meio digital com suas respectivas informações. Neste momento, as peças tomam forma no processo de prototipagem, além da fase de costura, realizamos a lavagem do jeans de maneira caseira, fazendo uso de alvejante doméstico, com isso conseguimos atingir a padronagem desejada.

Para encerrar as etapas da metodologia que competem a este trabalho, a documentação das peças em forma de fichas técnicas foi uma etapa de grande importância, pois é nela que apresentamos todas as informações necessárias para produção das peças.

Com este trabalho percebemos que é possível desenvolver uma coleção de moda para o Polo de Confeções do Agreste pernambucano, fazendo uso de uma metodologia projetual. Em especial a utilizada para este estudo, por se tratar de uma metodologia com boa didática e destinada ao mercado, não elencando grandes dificuldades em seu processo de execução. A relevância se vincula a propagar que o crescimento da prática da criação planejada pode imprimir às confeções do Polo de Confeções de Agreste de Pernambuco, com ênfase na cidade de Toritama, uma identidade de moda própria, o que a prática da cópia não possibilita.

Este trabalho pode ser utilizado como base e direcionamento para outros estudos acadêmicos, para que possamos criar uma maior interação entre o mercado de moda local e a universidade, com vistas a assimilar as falhas e dificuldades desta interação para, enfim, propor soluções de design.

REFERÊNCIAS

- BARROS, I. S. **O Cenário do Polo de confecções do Agreste de Pernambuco**, Recife. Anais do 2º encontro de ensino pesquisa e extensão da faculdade Senac, 2009.,54dx.
- BRYTCHJEANS. **Feed de Fotos**. Disponível em:<<https://www.instagram.com/p/BeWRRXfAYDI/?hl=pt-br&taken-by=brytchjeans>>. Acesso em: 5 de jul de 2018
- CABRAL, R. M. **Relações possíveis entre empreendedorismo, arranjos organizacionais e institucionais: Estudo de casos múltiplos no Pólo de Confecções do Agreste Pernambucano**. Tese de Doutorado. Curso de Doutorado em Administração. UFBA, Salvador, 2007.
- CALDAS, D. **Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2004.
- CATOIRA, L. **Jeans, a roupa que transcende a moda**. 1ª. ed. São Paulo: Ideias e Letras, 2006.
- ELLY JEANS, **Feed de Fotos**.Disponível em: <Elly Jeans (@ellyjeans) • Fotos e vídeos do Instagram>. Acesso em: 10 de abr de 2018
- FADE, UFPE. **Estudo de caracterização econômico do pólo de confecções do Agreste Pernambucano. Relatório final apresentado ao SEBRAE-PE**. Recife. 2003
- FRINGS, G. S. **Moda do conceito ao consumidor**. 9ª. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 4ª. Ed. São Paulo: Atlas S/A, 2002.
- JONES, S. J. **Fashion design – manual do estilista**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- LEITE, A. S.; VELLOSO, M. D. **Desenho técnico de roupa feminina**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.
- LIGER, I. **Moda 360º: design, matéria-prima e produção para o mercado global**. São Paulo: Senac, 2007.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LOBACH, B. **Design Industrial – base para configuração de produtos industriais**. São Paulo. Edgard Blunch, 2001.
- MATHARU, G. **O que é design de moda?** Porto Alegre: Bookman, 2011.

- MENDES, F. D. **Um estudo comparativo entre as manufaturas do vestuário de moda do Brasil e da Índia.** Tese de doutorado (Doutorado em Engenharia de Produção). Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2010.
- MONTEMEZZO, M. C. F. S. **Diretrizes metodológicas para o projeto de produto de moda no âmbito acadêmico.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Desenho Industrial. UNESP, Bauru, 2003.
- MOTA, L. F. B. **Processo de criação de estampa têxtil na cultura do consumo: Reflexões sobre o Polo de Confeções do Agreste de Pernambuco.** Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação em Design. UFPE, Recife, 2017.
- NERY, M. L. **A evolução da indumentária: subsídios para criação de figurino.** Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2014.
- PERUZZI, J. T. **Manual sobre a importância do design no desenvolvimento de produtos.** Bento Gonçalves: SENAI/CETEMO/SEBRAE, 1998.
- PEZZOLO, D. B. **Tecido: história, tramas, tipos e usos.** São Paulo: Senac, 2007.
- PIRES, D. **Design de moda. Apostila (Pós-graduação lato sensu em moda: criação e produção).** Coordenadoria de Pós-Graduação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.
- RECH, S. R. **Moda: por um fio de qualidade.** Florianópolis: UDESC, 2002.
- RENFREW, E.; RENFREW, C. **Desenvolvendo uma coleção.** Porto Alegre: Bookmen, 2010.
- SEBRAE, **Estudo Econômico do Arranjo Produtivo Local de Confeções do Agreste Pernambucano.** Recife, 2013.
- SEBRAE. **Estudo de Caracterização Econômica do Polo de Confeções do Agreste Pernambucano.** 1 ed. Pernambuco, 2003.
- SENAI, Departamento Nacional. **Inova moda: Criação: utopias: inverno 2018 / Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Departamento Nacional; SEBRAE Nacional – Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2017.**
- SIMÕES, D. S. **Procedimentos metodológicos para criação de coleção para o polo de confeções do agreste de Pernambuco.** Dissertação de Mestrado. Programa de pós-graduação em Design. UFPE, Recife, 2010.
- SORGER, R. **Fundamentos do design de moda.** Porto Alegre: Bookman, 2009.
- STEVENSPN, N. J. **Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção. 5ª. ed. São Paulo: Edição da Autora, 2013.

USYMYJEANS. **Feed de Fotos**. Disponível em:

<<https://www.instagram.com/p/BjVUAUzAS-9/?hl=pt-br&taken-by=usymyjeans>>.

Acesso em: 5 de jul de 2018

YIN, R. K. **Estudo de Caso, planejamento e métodos**. 5.ed. São Paulo: Bookman, 2015.

ZIBETTI, S. **Jeans – Um símbolo da cultura jovem**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de comunicação e turismo. UNIMAR, Marília, 2007.