

**Universidade Federal de Pernambuco
Centro Acadêmico do Agreste
Curso de Design**

NATAN LLEWELLYN ALVES DE SOUZA

**MINIMALISMO, MODA E SENSIBILIDADE:
Um caminho possível entre o “eu” criador e a emoção no
desenvolvimento de coleção.**

Caruaru, 2018

Natan Llewellyn Alves de Souza

MINIMALISMO, MODA E SENSIBILIDADE:

Um caminho possível entre o “eu” criador e a emoção no desenvolvimento de coleção.

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Curso de Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para graduação em Design obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientadora: Prof^a Dr^a Andrea Barbosa Camargo

Caruaru, 2018

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

S729m Souza, Natan Llewellyn Alves de.
Minimalismo, moda e sensibilidade: um caminho possível entre o “eu” criador
e a emoção no desenvolvimento de coleção. / Natan Llewellyn Alves de Souza. –
2018.
75f. : il. : 30 cm.

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

1. Minimalismo. 2. Moda. 3. Gestaltismo. 4. Sociedade de consumo. I. Camargo,
Andréa Barbosa (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-193)



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

Parecer de comissão examinadora
de defesa de projeto de
graduação em Design de
Natan Llewellyn Alves de Souza

**Minimalismo, moda e sensibilidade Um caminho possível entre o “eu”
criador e a emoção no desenvolvimento de coleção.**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência
do primeiro, considera o aluno APROVADO

Caruaru, 16 de julho de 2018

Andréa Barbosa Camargo

Luiz Clério Duarte Júnior

Jacqueline de Siqueira Bezerra

*Sou contra a moda que não dure.
Não consigo imaginar que se jogue
uma roupa fora, só porque é primavera.*

Coco Chanel

Resumo

Este trabalho tem como objetivo desenvolver uma coleção de moda autoral que tem como público-alvo, os minimalistas. O recorte está baseado em pessoas que buscam evocar seus ideais no consumo, pautados, dentre outros, no slow fashion, cuja filosofia baseia-se na consciência dos impactos ambientais e sociais causados pelo consumo desenfreado. Tendo em vista esses aspectos, nossa pesquisa busca entender a sociedade de consumo, o minimalismo enquanto estilo de vida, bem como trabalhar em um tema de coleção que nos dê subsídio para materializar seus valores por meio de produtos. Desse modo, além de estudar o público-alvo e o slow fashion decidimos trabalhar com a significação do wabi-sabi e sua estética para criação da coleção, algo que possibilita a expressão criativa do eu criador. A coleção está constituída por 24 looks, que procuram utilizar cores, texturas, tecidos e formas baseados em uma análise dos looks utilizados pelos minimalistas, bem como a análise formal a partir da Gestalt, evocando os sentidos e a boa forma procurados pelo público-alvo.

Palavras-chave: Coleção de moda, Minimalismo, Slow Fashion, Gestalt.

Abstract

This work aims to develop an authorial fashion collection that targets the minimalist audience. The outline is based on people seeking to evoke its ideals consumption, guided, among others, in slow fashion, whose philosophy is based on the awareness of the environmental and social impacts caused by the unbridled consumption. In view of these aspects, our research seeks to understand consumer society, minimalism as a way of life, as well as work on a collection theme that gives us subsidy to materialize its values through products. Thus, in addition to studying the target audience and the slow fashion we decided to work with the meaning of wabi-sabi and its aesthetics to create the collection, which enables creative expression of self creator. The collection is made up of 24 looks, which seek to use colors, textures, fabrics and shapes based on an analysis of looks used by minimalist and formal analysis from the Gestalt, evoking the senses and good form sought by the target audience .

Keywords: Fashion Collection, Minimalism, Slow Fashion, Gestalt.

Lista de figuras

FIGURA 1 - METODOLOGIA PROJETUAL DE TREPTOW.....	18
FIGURA 2 - EXTENSÃO DO CICLO DE VIDA DO SLOW FASHION.....	24
FIGURA 3 - EXEMPLO DE SEGREGAÇÃO.....	29
FIGURA 4 - EXEMPLO DE UNIFICAÇÃO.....	30
FIGURA 5 - EXEMPLO DE UNIDADE.....	30
FIGURA 6 - EXEMPLO DE FECHAMENTO.....	31
FIGURA 7 - EXEMPLO DE CONTINUIDADE.....	31
FIGURA 8 - EXEMPLO DE PROXIMIDADE.....	32
FIGURA 9 - EXEMPLO DE SEMELHANÇA.....	32
FIGURA 10 - CARACTERÍSTICAS DO LOOK MINIMALISTA.....	36
FIGURA 11 - PAINEL DE TENDÊNCIAS.....	39
FIGURA 12 - PAINEL DE TEMA.....	45
FIGURA 13 - CARTELA DE CORES.....	46
FIGURA 14 - LEIS DA GESTALT PRESENTES NOS LOOKS.....	48
FIGURA 15 - ELEMENTOS DE ESTILO.....	51
FIGURA 16 - ESBOÇOS DOS CROQUIS.....	52
FIGURA 17 - CROQUIS.....	53
FIGURA 18 - CROQUIS.....	54
FIGURA 19 - CROQUIS.....	55
FIGURA 20 - CROQUIS.....	56
FIGURA 21 - CROQUIS.....	57
FIGURA 22 - CROQUIS.....	58
FIGURA 23 - CROQUIS.....	59
FIGURA 24 - CROQUIS.....	60
FIGURA 25 - CROQUIS.....	61
FIGURA 26 - CROQUIS.....	62
FIGURA 27 - CROQUIS.....	63
FIGURA 28 - CROQUIS.....	64
FIGURA 29 - MODELAGENS E PEÇAS PILOTO.....	65
FIGURA 30 - FICHAS TÉCNICAS.....	66
FIGURA 31 - FICHAS TÉCNICAS.....	67

FIGURA 32 - RELEASE.....	68
FIGURA 33 - EDITORIAL.....	69

Lista de tabelas

TABELA 1 – TABELA DE MIX DE COLEÇÃO	41
-------------------------------------	----

Sumário

1	Introdução	11
2	Objetivos	14
2.1	<i>Objetivo Geral</i>	14
2.2	<i>Objetivos Específicos</i>	14
3	Justificativa	15
4	Procedimentos Metodológicos: adotando um caminho para o desenvolvimento de produto	16
4.1	<i>Metodologia Projetual de Doris Treptow</i>	19
5	Projetação	19
5.1	<i>Preparação</i>	19
5.1.1	<i>Origens do Consumo de moda</i>	19
5.1.2	<i>Bases conceituais do Slow Fashion</i>	21
5.1.3	<i>Minimalismo: uma tendência artística</i>	25
5.1.4	<i>Gestalt – Forma e percepção</i>	28
5.1.5	<i>Minimalismo, moda e estilo de vida</i>	33
5.2	<i>Macrotendências Inverno 2018</i>	33
5.3	<i>Shapes</i>	39
5.4	<i>Inspiração</i>	41
5.5	<i>Cores</i>	45
5.6	<i>Tecidos</i>	46
5.7	<i>Silhueta</i>	47
5.8	<i>Princípios de Design</i>	47
5.9	<i>Elementos de estilo</i>	50
5.10	<i>Esboços e Desenhos</i>	51
5.11	<i>Modelagem, peças piloto</i>	65
5.12	<i>Fichas técnicas</i>	65
5.13	<i>Release</i>	68
5.14	<i>Editorial</i>	69
6.	Considerações Finais	70
	REFERÊNCIAS	72
	Glossário	75

1 Introdução

A roupa serve não apenas para cobrir o corpo, mas segundo Barnard (2003) a roupa pode ser considerada uma forma de comunicação não verbal, já que não necessita de palavras faladas nem escritas para comunicarem a sua mensagem. Para Miranda e Rocha (2016) os sinais presentes na roupa, possibilitam o observador deduzir sobre questões diversas como classe social, personalidade, entre outras.

Alguns agentes de ordem social e cultural atuam influenciando e moldando o comportamento de consumo dos indivíduos e podem estar relacionadas ao ambiente em que eles vivem, às relações estabelecidas e aos costumes que vão tomando para si. Determinadas preferências são reflexos do seu diálogo familiar, outras da sua profissão, da relação com os amigos, de suas crenças entre outros. Entretanto a formação dessas preferencias é construída, conforme Kotler e Keller (2006), de forma quase involuntária e vão se formando e se modificando conforme o indivíduo se relaciona com ele mesmo, com as outras pessoas, com a sociedade, com a natureza e até mesmo com o universo.

O comportamento de consumo também é moldado pelo autoconceito que o indivíduo faz de si mesmo. Para Solomon (2002) o autoconceito é o conjunto de crenças que uma pessoa possui de si mesmo. O autoconceito tem um importante papel no comportamento de consumo desses indivíduos, uma vez que eles vão à busca de produtos que legitimem esse conceito de si.

E, em se tratando deste estudo, o autoconceito está pautado no *slow fashion*, pois como afirma Miranda, B. “o *slow* não é um conceito que vai e vem. Na moda, é um movimento sustentável, uma alternativa à produção em massa” (MIRANDA, 2014 p. 01) que tem vinculação com a macrotendência que incentiva a consciência ética, e o esforço para manter a diversidade ecológica, social e cultural. A estética da filosofia *Wabi-Sabi* entra como um despertar para os ciclos de vida dos produtos. Percebemos, que essa estética tem relação com a macrotendência do momento que fala da aceitação das coisa como são e das suas imperfeições. (MIRANDA, B., 2016)

Compreendendo os fatores levantados chegamos a seguinte pergunta de design:

Como desenvolver uma coleção de moda autoral, baseada na estética do *wabi-sabi*, levando em consideração os parâmetros estéticos minimalistas, as macrotendências de comportamento da temporada para qual a coleção foi projetada e o *Slow Fashion*?

Nosso trabalho se propõe criar uma coleção de moda autoral trabalhando como tema, “essência”, entendendo o autoconceito como um dos fatores que determinam a preferência de consumo do público-alvo, além de entender a relação do significado da palavra essência entre este público, a inspiração e a referência estética.

A parte teórica é direcionada a partir de um mergulho na sociedade de consumo. Julgamos necessário esse entendimento, pois o público minimalista de certa forma reage à sociedade do hiperconsumo, conceituada por Lipovetsky em seu livro “A felicidade paradoxal”, onde buscam dar um sentido real ao seu consumo. Após esse entendimento conceituamos o consumo *slow* muito praticado pelo público minimalista.

Posteriormente, faremos uma análise do minimalismo como tendência artística e suas principais características para entendermos como essas influenciam o referido estilo de vida e, conseqüentemente, a moda. Este entendimento, ajuda-nos a ter uma base firme para desenvolver a coleção, escolher nosso tema e nossas referências.

No que tange a metodologia que norteará esta trabalho, temos a proposta por Doris Treptow (2013). A escolha do tema surge com a percepção de que os minimalistas buscam produtos que tenham qualidade e durabilidade, algo que definirá as inspirações para desenvolvimento das peças, seguindo um mix de produtos pré-estabelecido. Em seguida, há a definição da cor, dos tecidos e dos aviamentos, alinhados aos elementos de estilo, esses gerados a partir da observação de imagens que fazem referência ao tema e possui ligação direta com a inspiração.

O processo de criação se desenvolve com a elaboração de esboços que posteriormente serão digitalizados e vetorizados, podendo assim representar

todos os detalhes pretendidos para as peças. A seguir são selecionados os looks para prototipagem.

Após a etapa de prototipagem, para encerrar todas as etapas da metodologia que direciona esse trabalho, são feitas as fichas técnicas, que é o documento onde estão todas as informações necessárias para a produção das peças.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Projetar uma coleção de moda, baseada na metamorfose, levando em consideração os parâmetros estéticos minimalistas, as macrotendências de comportamento da temporada para qual a coleção foi projetada e o *Slow Fashion*.

2.2 Objetivos Específicos

- Levantar características histórias do consumo;
- Caracterizar e compreender o Minimalismo;
- Caracterizar e compreender o *Slow Fashion*;
- Pesquisar referências sobre *wabi-sabi* e a relação com a essência;
- Desenvolver uma coleção de moda.

3. Justificativa

Justifica-se este projeto no campo teórico do Design, pois integra conhecimentos de diversas áreas, o que prova o design como uma área interdisciplinar. O tema surge em consequência da percepção de modificações nas práticas de consumo, essas mudanças afetam de maneira direta as relações dos indivíduos com os bens consumidos, segundo Caldas “nada está mais próximo do corpo do que a roupa” (2004, p. 81) logo compreendemos que essas modificações relacionam-se de maneira mais eficaz no vestuário.

4 Procedimentos Metodológicos: adotando um caminho para o desenvolvimento de produto

Para Munari (2002), a metodologia de projeto fundamenta-se em um conjunto de operações arranjadas em uma ordem lógica evidenciada pela experiência e indispensável para alcançar o objetivo de um projeto.

“A metodologia do design é a resposta dos esforços que se dedicam a melhorar métodos, regras e critérios” (BURDEK, 2006 apud CAPELASSI, 2010, p. 33). O campo do design têm diversas metodologias para a elaboração de produtos, cada autor apresenta uma proposta para o desenvolvimento de produtos conforme o grau de complexidade, a finalidade e a sua área de atuação, porém todos buscam um único objetivo, chegar a um resultado satisfatório com o menor esforço possível. Porém nenhum método deve ser tido como absoluto e definitivo no processo de criação, mas sim modificável à medida que a criatividade do designer pode tornar o método mais eficaz para o desenvolvimento do projeto. (MUNARI, 2002)

O nosso trabalho tem um viés projetual, por esse motivo nos apoiamos na metodologia proposta por Doris Treptow (2013), para o desenvolvimento de planejamento de coleção de moda. A partir daqui apresentamos a metodologia, e o presente trabalho assume a forma de projeto de design. Nessa formatação, nossa fundamentação teórica contempla aspectos como histórico da sociedade de consumo, *slow fashion* e minimalismo, esta etapa contempla a coleta de todo tipo de informação que possam servir de suporte para o desenvolvimento da coleção através da pesquisa (TREPTOW, 2013). A próxima seção apresenta a metodologia de Treptow (2013) e as etapas que guiaram o desenvolvimento desse projeto

4.1 Metodologia projetual de Doris Treptow

Aqui será apresentada a metodologia que norteará o desenvolvimento desse projeto. A metodologia utilizada foi à proposta por Doris Treptow no seu livro *Inventando Moda: Planejamento de Coleção*, ela foi escolhida por ser, em nossa opinião, mais completa que as outras metodologias.

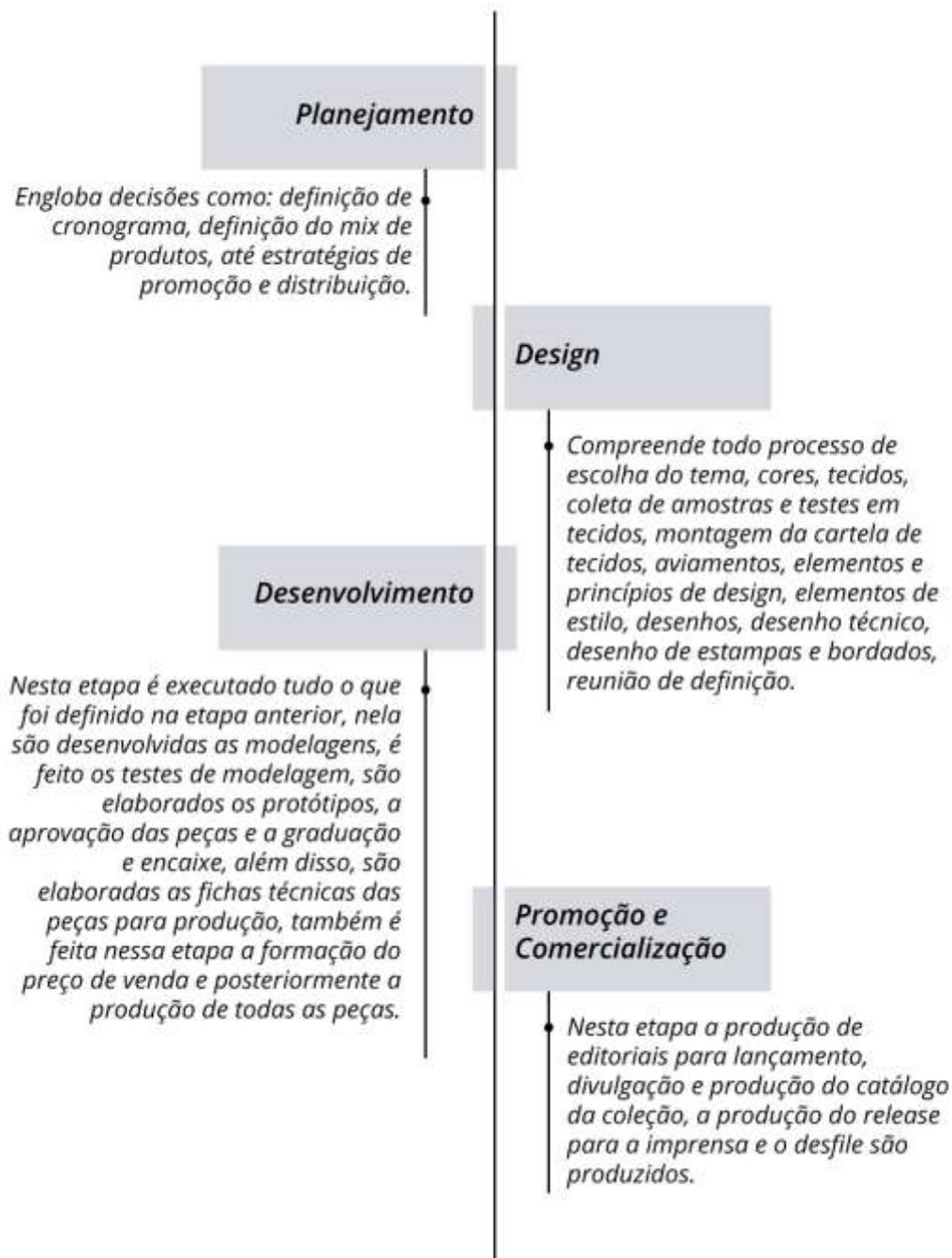
Na metodologia a autora propõe um modelo simplificado para o planejamento e desenvolvimento de coleção de moda. A própria autora defende que “não é preciso seguir à risca os passos apresentados, e que cada um deve adequar a metodologia para suas necessidades” (TREPTOW, 2013 p. 07)

Para desenvolver uma coleção de produtos de moda, o designer precisa levantar uma série de informações, que passam por planejamento, design, desenvolvimento, promoção e comercialização. (TREPTOW, 2013)

Montemezzo (2003) afirma que num processo de desenvolvimento de coleção deve ser levada em conta a obsolescência programada, uma vez que esses produtos são coerentes com padrões estéticos previstos para aquele período. Porém como nosso trabalho está pautado no *slow fashion*, propomos uma imagem de moda atemporal e contemporânea como explicamos no capítulo dedicado ao *slow fashion*.

Para melhor visualização da metodologia proposta por Treptow, elaboramos o gráfico (figura 01) abaixo que apresenta de forma detalhada a metodologia e suas subdivisões.

Figura 1 - Metodologia Projetual de Treptow



Fonte: (TREPTOW, 2013)

Assumindo tal processo metodológico, na próxima seção procedemos para sua aplicação.

5 Projeção

5.1 Preparação

Para melhor compreender o público ao qual este projeto de coleção de moda se destina precisamos fazer um panorama sobre as origens do consumo e da relação dos indivíduos com os bens. Precisamos também entender as bases fundamentais do *slow fashion*, e ter uma visão mais profunda das características do estilo minimalista.

5.1.1 Origens do Consumo de moda

“A moda não pertence a todas as épocas nem a todas as civilizações” (LIPOVETSKY, 2009 p. 24) a roupa, no entanto, acompanha o homem desde a pré-história onde se cobriam de pele para se proteger de intempéries climáticas, dos espinhos e da vegetação. Treptow (2013) justifica que essa roupa tinha caráter único e exclusivo de proteção contra intempéries.

Com a evolução humana a roupa passou a ser usada como elemento de distinção social, exemplo disso são os governantes e sacerdotes de antigas civilizações como os egípcios, que usavam trajes e joias que os distinguiam dos demais.

Desde cedo os bens de consumo foram usados como forma de diferenciar socialmente o comportamento da nobreza, como exemplo, temos as Leis Suntuárias, que buscavam estabelecer hábitos e o modo de consumo desta esfera social, com o objetivo de manter a hierarquia dos grupos sociais. Até esse momento, a indumentária era uma forma de identificar a condição do indivíduo dentro da sociedade, isso perdura até o final da Idade Média, onde podemos constatar que existia indumentária (roupa), mas não moda. (TREPTOW, 2013)

No século XVI, os grupos sociais tinham no centro do ambiente doméstico as unidades de produção e consumo. A alimentação, os trajes e os demais bens eram produzidos em suas propriedades. Nesse momento o consumo de pátina predominava, uma vez que os bens e objetos materiais eram passados entre as gerações, não havendo necessidade de compra.

(MCCRACKEN, 2003) Nessa ideia a pátina era a propriedade simbólica mais importante da cultura material, em relação à representação de *status*.

Cada família dedicava-se ao “culto do *status* familiar” onde cada geração se sentia responsável pelos bens herdados, e na tentativa de manter e aumentar a ambição de *status* das gerações futuras buscavam produtos com atributos particulares. (TASCHNER, 2000) À medida que ficavam mais velhos esses produtos adquiriam valor, nesse contexto a vulgaridade era marcada pelo novo, enquanto a pátina de uso era sinal e garantia de posição. (TASCHNER, 2000)

Porém ainda no séc. XVI uma nova mentalidade toma conta da sociedade, uma revolução no consumo. A pátina que havia funcionado como salvaguarda do *status*, dá lugar ao pensamento de que os bens adquiridos para suprir demandas imediatas de uma guerra social, não necessitavam mais ser feitos com a preocupação de durar muito nem teriam seu valor aumentado à medida que se tornassem velhos, aqui, o valor e o *status* estão no novo. (MCCRACKEN, 2003)

Com o enriquecimento da burguesia após a Revolução Comercial, essa classe passa a ter acesso a tecidos vindos do oriente, dessa forma buscou se inspirar na indumentária aristocrata e passou a imitar seus modos de ser e agir. Por sua vez, os aristocratas, procuravam cada vez mais manter uma distinção hierárquico-social adotando outra forma de vestir. No momento em que uma classe inferior adota um estilo utilizado por uma classe anterior, essa perde o caráter de diferenciador social, essa imitação gera tensão social. (TREPTOW, 2013) Dessa forma é constituído o consumo de moda, dominante até hoje.

A moda surge nesse momento, em que o indivíduo compreende que, por meio do consumo, é possível exercer uma forma de distinção individual, nesse contexto o homem passa a valorizar-se pela distinção dos demais através da aparência, o que podemos traduzir como individualização. Para Pollini (2007) o individualismo possibilita o ser humano a ter confiança em seu poder de mudança e de decisão, pois não estava mais subordinado totalmente ao coletivo e, assim, procura demonstrar este elemento único presente nele e em ninguém mais.

A partir desse momento podemos falar em moda, onde as pessoas mudam a forma como se vestem em função de influências sociais e passam a

variar estilos de acordo com o que está em voga na época. (TREPTOW, 2013) Começa a surgir assim a “sociedade de consumo” que, como explica Lipovetsky (2009) se refere a um tipo de consumo puramente materialista.

“O consumo 'para si' suplantou o consumo 'para o outro’” (LIPOVETSKY, 2007 p. 42); dessa forma, ostentar não significaria mais o agente primordial do consumo de bens, mas, outros motivos sensoriais e estéticos de satisfação emocional e corporal. O hiperconsumo traduz esse novo momento, onde os gastos, não mais significam enfrentamentos simbólicos entre os grupos, assim “o valor distrativo prevalece sobre o valor honorífico” (LIPOVETSKY, 2007 p. 43).

Por sua vez, o mercado, sai da fase de produção em massa e passa para a fase de “produção personalizada de massa” que exige além da produção frenética, uma estratégia de diversificação capaz de suprir essa demanda, já que nessa fase nem sempre a produção antecede a venda. (LIPOVETSKY, 2007) E para que se consuma cada vez mais fazem uso da estratégia da novidade, onde os produtos são renovados constantemente, fazendo com que os consumidores se sintam desatualizados, como afirma Lipovetsky (2007, p.92) “O descarte dos artigos já não é provocado pela mediocridade da fabricação, mas pela economia da velocidade, por produtos novos, mais eficientes ou que respondam a outras necessidades.”

No contemporâneo, surge uma nova relação com o consumo de moda na sociedade, o *slow fashion* que abordaremos no tópico seguinte.

5.1.2 Bases conceituais do *Slow Fashion*

A moda por cumprir um papel fundamental nas relações entre os seres humanos, devido a desejos estéticos ou pelo seu caráter gerador de identidade, necessita ser distinguida do elemento roupa. Fletcher (2011) afirma que o produto roupa é produto material, e está ligada diretamente a demandas pautadas nas necessidades físicas e funcionais dos seres humanos. De maneira oposta, a moda é produção simbólica, uma espécie de *link* entre os indivíduos, o tempo e o espaço, relacionando-se com as necessidades emocionais.

O *slow fashion* é muito mais do que a redução à rapidez de produção, Fletcher e Goose (2011) afirmam que o *slow fashion* demonstra uma nova maneira de enxergar o mundo, onde existe um rompimento com as normas vigentes do setor e com os valores do *fast fashion* (FLETCHER, et al., 2011)

Acredita-se que o *slow fashion* é uma mobilização em reação ao *fast fashion*. Contudo, o *slow fashion* é uma resistência em resposta ao ritmo em que acontecem as mudanças, dessa maneira fortalecendo as conexões dos indivíduos com suas roupas e com os fabricantes, incluindo valores de comunidade, sustentabilidade e diversidade. Baudrillard (1991) defende que deve existir uma relação mais afetiva com os objetos. Segundo ele, o consumo acontece quando é formada uma relação entre o indivíduo e o significado do objeto, logo, o signo que o objeto se reveste é o que o torna consumível. (BAUDRILLARD, 1991)

Para Holt (2009) o *slow fashion* pode ser tido como uma relação entre o antigo o novo, um enfoque para o consumo que abrange questões ambientais, sociais, e éticas, o que denota descobrir como as roupas são produzidas e fazer escolhas ecológicas e socialmente conscientes.

Para a ONG *Slow Movement Portugal* (2015) modernidade e tradição são conceitos compatíveis neste movimento, e ainda assegura que o *slow fashion* é um pensamento que se estabelece e se afirma como moda lenta, que defende o conceito de que a roupa tenha durabilidade e de um novo modelo de consumo mais ético e responsável.

Como Jung e Jin (2014) explicam, o *slow fashion* é uma concepção mais ampla que apenas a sustentabilidade ambiental e que abrange: preocupação com as comunidades locais, oferta de valor percebido sustentável do produto, busca de diversificação para o mundo da moda, a maximização da vida útil do produto e a eficácia para um meio ambiente sustentável.

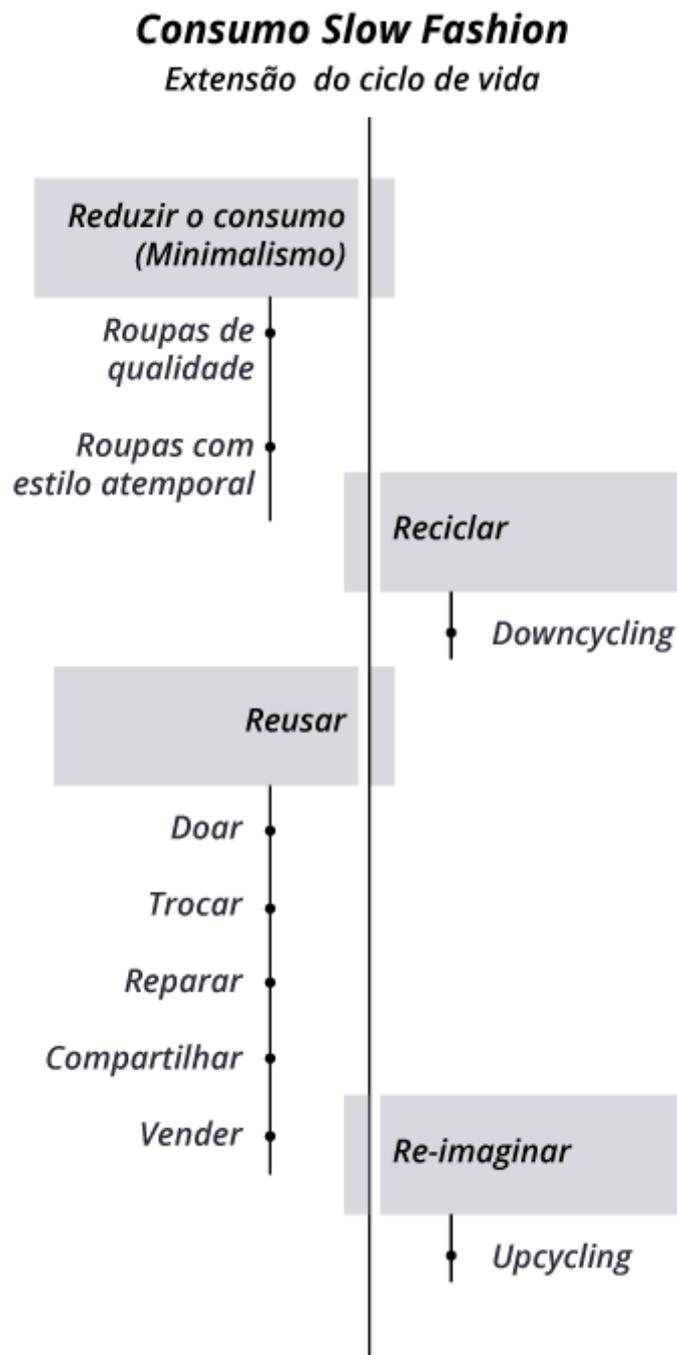
De acordo com Watson e Yan (2013), o consumidor *slow fashion* tem preferência por comprar roupas de qualidade e versáteis, além do mais, buscam complementar seu estilo e guarda-roupa por meio das compras, de modo que o sentimento de que as roupas duram por um longo período de tempo os ajuda a evitar o remorso pós-compra e consumo. Logo, o consumo *slow* implica numa maior vida útil do produto, desde a produção até o descarte,

por esse motivo estender o ciclo de vida do produto e maximizar sua utilidade são questões críticas (JUNG, et al., 2014).

Uma alternativa para mudar a forma de consumir apontada por Calíope (2015) é ter um guarda-roupa minimalista, que compreende a escolha de roupas com estética atemporal que satisfaça o seu estilo, dessa forma o consumidor compra menos roupas, porém essas duram mais tempo. De forma sucinta podemos definir o consumo minimalista como uma filosofia de vida que visa “identificar o essencial e eliminar o resto” (MOTA, 2013)

A Figura a seguir destaca os principais comportamentos do consumidor *slow fashion*, cujo propósito é estender o ciclo de vida de suas roupas ao máximo, minimizando a geração de resíduos.

Figura 2 - Extensão do ciclo de vida do Slow Fashion



Fonte: CALÍOPE, 2015

Desse modo o consumidor do *slow fashion* prolonga a vida útil de suas roupas através de quatro pilares de redução do consumo, dando preferência a roupas com mais qualidade e atemporais, reciclando roupas que por algum motivo não poderiam mais ser aproveitadas, promovendo o reuso das roupas por meio de doação, troca, reparo, empréstimo ou venda, e re-imaginando por

meio da personalização das roupas, fazendo com que a peça tenha um valor superior. (CALÍOPE, 2015)

Ao falar das consequências do movimento *slow* na moda, Fletcher e Groose (2011) afirmam que:

Promove a democratização da moda, não por oferecer as pessoas mais roupas baratas, que basicamente parecem iguais, mas por lhes proporcionar mais controle sobre as instituições e as tecnologias que impactam suas vidas. (FLETCHER, et al., 2011 p. 45)

Assim o papel do designer se torna indispensável ao estimular o consumidor a ter uma relação diferente com as roupas e intensificando o apego emocional.

5.1.3 Minimalismo: uma tendência artística

O minimalismo que tinha como premissa a simplificação da obra, por meio do uso mínimo de linhas, cores e formas, buscava reduzir o abstrato geométrico para apenas o essencial. (ALMEIDA, 2013)

O minimalismo surge na contramão da opulência romântica do expressionismo abstrato nos Estados Unidos, nos anos 1940, que marca a mudança do centro artístico mundial da Europa para os Estados Unidos.

O minimalismo faz referência a uma tendência das artes visuais que ganhou força no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 em Nova York (MINIMALISMO, 2015), teve como principais artistas Donald Judd, Carl Andre, Dan Flavin, e Robert Morris. Buscava um sentido universal na arte, justificando os elementos geométricos de expressão essenciais, como sendo universais, e de apreensão quase que instantânea por qualquer cultura ou pessoa, onde o indivíduo abstrairia de imediato o sentimento originário da combinação de certo espaço, cor e material (FERREIRA, 2008). Teve maior visibilidade nas artes plásticas, mas influenciou também a literatura e a música. A expressão “menos é mais”, do arquiteto alemão Mies van der Rohe representa bem esse estilo. (MOTA, 2013)

Com vocabulário construído de ideias com: despojamento, simplicidade e neutralidade, e seguindo o intuito de aproximar o trabalho artístico do repertório geral além de utilizarem materiais industriais - vidro, aço, acrílico, etc.

-, ainda os apresentava de forma serializada, sem sinal da expressividade artística. Nesse entendimento, são meramente objetos materiais e não veículos portadores de ideias ou emoções. Com isso transmitia “ao observador uma nova percepção (fenomenológica) do ambiente onde as peças se inseriam.” (SEQUEIRA, 2013 p. 21) Nesse sentido o ponto de vista do espectador era fundamental para a apreensão da obra despida de efeitos decorativos e/ou expressivos. (SEQUEIRA, 2013) Dessa forma não há uma reação contra o meio, e sim contra a mediação evocando o fim da figurabilidade (ROJAS, et al., 2015).

Juvenal (2008) aponta algumas características principais das obras de arte minimalistas: “são abstratas, não estão separadas do espaço do espectador, e a natureza dos materiais que a compõem não é disfarçada, são literais, não escondem sua origem industrial.” (JUVENAL, 2008 p. 96)

Desse modo as expressões artísticas desenvolvidas a partir do minimalismo não implicam num menor grau de elaboração compositiva, comprando com outras obras de outros movimentos, no minimalismo a obra se torna mais sofisticada a medida em que seus elementos são decompostos até que aja uma simplificação de seus elementos, e o equilíbrio determinado pelo artista seja alcançado. Refutando assim elementos compositivos complementares considerados supérfluos a sua essência. (SEQUEIRA, 2013)

O minimalismo aproxima obra e vida quando tenta inserir no espectador a habilidade de compreender as diferentes interações entre forma, espaço, cor, seriação, etc., trazendo uma experiência. Nessa perspectiva, a arte é definida como o resultado das correspondências entre espaço, tempo, luz e campo de visão do observador, o espaço tem ligação direta no trabalho, ele é mais do que mero plano de fundo. Nesse sentido o espaço e a percepção são fundamentais na experiência das obras minimalistas. (JUVENAL, 2008) O minimalismo evidenciava dois aspectos: o objeto literal e a teatralização da obra confrontada com o espectador. (SEQUEIRA, 2013)

Com o objeto literal ele sugere à limpeza de informações ao mínimo para a compreensão do todo. No design é uma resposta aos movimentos pós-modernos de reestruturação da função e também uma forma de diálogo subjetivo e até certo ponto artística. (FERREIRA, 2008) Minimalismo refere-se a um estilo estético, não um grupo de artistas organizados autodenominados

minimalistas. Existem diversas contestações sobre a natureza da arte minimalista, desde a designação nominal mais adequada ou ainda sobre os significados das obras. (JUVENAL, 2008)

O minimalismo no objeto busca discutir os excessos pelo meio de uma clareza formal, impessoal, clara, com cores, materiais, etc. Essas pressuposições são justamente o funcionalismo proposto por Walter Gropius a Bauhaus, assim como de Max Bill à Escola de Ulm, tanto do ponto de vista da arquitetura quanto do design.

Com a teatralização o minimalismo procurava responder a um desvio maior na cultura artística daquele período: “desde o fazer e da constituição formal interior da obra de arte, até à resposta do observador e dos próprios processos de consumo” (SEQUEIRA, 2013 p. 23) Para além disso, a teatralidade também se referia ao encontro do espectador com a obra, em que as peças eram expostas sem a mediação de uma moldura ou de pedestais. Desse modo a teatralidade é atribuída à experiência obtida entre espaço e percepção. (JUVENAL, 2008)

O minimalismo inaugurou uma nova condição da recepção do objeto artístico, onde translada seu conteúdo para o campo das relações e significados externos a sua fisicalidade, ou seja, seu significado se estabelece na relação espaço, objeto e espectador. Com isso a obra minimalista era concebida “para” e instalada “em” um lugar específico que defendiam as especificidades do projeto em relação ao contexto. (SEQUEIRA, 2013)

O pós-minimalismo critica, do ponto de vista contextual, que as preocupações minimalistas eram demasiadamente limitadas ao: “perfeito cubo branco, o que explica que qualquer tentativa de inserir as esculturas minimalistas na paisagem, [...] as reduzia a objetos nômadas” (SERRA, 1994 apud SEQUEIRA, 2013, p. 180)

Nos primeiros anos da década de '80, quando se faz referência a era pós moderna, termos como: anti-forma, anti-espaço, não-lugar, anti-monumento, fractalidade, passam a fazer parte do pensamento artístico e arquitetônico. Com isso na tentativa de uma arte mais aberta e experimental, inciou-se uma revisão dos pressupostos minimalistas, onde se estabeleceu por meio das obras de alguns artistas as bases ideológicas para a crítica do minimalismo. (SEQUEIRA, 2013)

5.1.4 *Gestalt* – Forma e percepção

A *Gestalt* é uma escola da Psicologia Experimental. O movimento gestaltista atuou principalmente nos estudos da teoria da forma, com uma contribuição relevante para os estudos da percepção, linguagem, inteligência, aprendizagem, etc. (GOMES FILHO, 2009)

É importante compreender que antes dos estudos da *Gestalt*, a teoria da percepção da forma, do ponto de vista da psicologia clássica, era consequência da somatória de sensações isoladas.

A luz incide na retina e aí inicia uma mensagem que se propaga ao cérebro dando origem à sensações visuais. A forma é dada, posteriormente, por um processo de associação dessas sensações parceladas (FRACCAROLI, 1952 p. 09)

Fraccaroli (1952) salienta que os indivíduos que lidam diretamente com objetos semelhantes, conseguem identificar os estímulos luminosos que eles emanam, justamente por experienciar esta sensação com frequência, algo que facilita o processo de assimilação.

Wertheimer, após sistemáticas pesquisas, apresenta uma nova teoria para o fenômeno da percepção, nesse novo estudo não há, na compreensão da forma, uma continuação da associação das múltiplas sensações, nele, a primeira sensação já a de forma, global e unificada. (FRACCAROLI, 1952) Dessa maneira, a proposição da *Gestalt*, atribuída ao sistema nervoso central um sistema autorregulador que tende a arranjar as formas num “todo” coerente e unificado. (FRACCAROLI, 1952)

Em seus esboços sobre o fenômeno da percepção visual, Koffka, para esclarecer “por que vemos as coisas como as vemos”, constitui uma primeira divisão entre forças externas e forças internas: as forças externas dizem respeito a excitação da retina por meio da luz que provem dos objetos. As forças internas são dadas a partir das qualidades dos estímulos (forças externas), a maneira como se organizam corresponde a uma certa ordem, isto é, elas ocorrem mediante relações dependentes das leis gerais. (GOMES FILHO, 2009)

Para tal, é preciso fazer uma análise específica dos princípios básicos que regem as forças internas de organização. Em seus estudos os psicólogos da *Gestalt* perceberam certas “constantes” nessas forças internas, no que diz

respeito a como se ordenam ou se estruturam as formas. (FRACCAROLI, 1952)

As forças mais simples no processo de percepção da forma visual são **segregação** e **unificação**. “As forças de unificação agem em virtude da igualdade de estimulação. As forças de segregação agem em virtude de desigualdade de estimulação” (FRACCAROLI, 1952 p. 15), ou seja, a segregação é a habilidade de separar, perceber e evidenciar unidades formais dentro do todo ou em partes do todo por meio dos contrastes, na figura 03 percebemos partes segregadas por meio da cor dentro de um todo.

Figura 3 - Exemplo de segregação



Fonte: designculture.com.br

A unificação (figura 4) é a coerência visual de sua linguagem formal. Os fatores de proximidade e semelhança, geralmente, ajudam a promover e reforçar a unificação da figura.

Figura 4 - Exemplo de unificação



Fonte: designculture.com.br

Para que haja a formação de **unidades**, é indispensável que tenha uma descontinuidade de estimulação (ou contraste), numa formação homogênea (sem contraste) nenhuma forma será percebida. Já ao contrário, com a diferença de estimulação, uma determinada forma se destaca em relação ao fundo. (GOMES FILHO, 2009) Ela diz respeito a percepção de um único elemento que pode ser composto por várias partes que são percebidas como apenas um ou apenas um item, na figura 05 a letra “T” é uma unidade visual contínua, já a letra “E” é formada por quatro partes que são percebidas como apenas uma.

Figura 5 - Exemplo de unidade

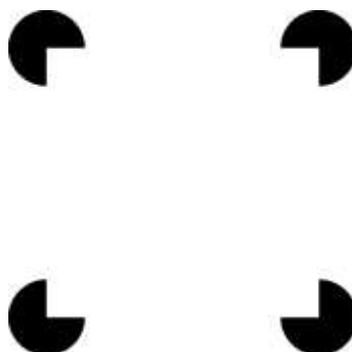


Fonte: designculture.com.br

Contudo esses fatores, explicam a formação de unidades como linha, pontos, manchas, mas não explicam o porquê de uma superfície contornada se

separa do resto do arranjo como unidade visual. Para explicar esse fator, Wertheimer expõe um novo fator de organização da forma, o **fechamento**, nele, as forças de organização dirigem-se, espontaneamente, para uma ordem espacial (figura 6), onde estabelece unidades diferentes dentro do todo, segregando uma determinada superfície. (FRACCAROLI, 1952) obtém-se por meio do agrupamento de elementos que de constituem uma figura total mais fechada ou mais completa.

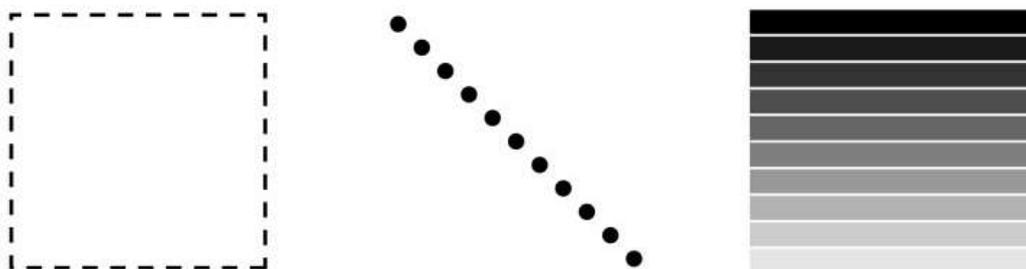
Figura 6 - Exemplo de fechamento



Fonte: designculture.com.br

Outro fator apontado é a **boa continuidade**, em que “toda unidade linear tende, psicologicamente, a se prolongar na mesma direção e com o mesmo movimento” (GOMES FILHO, 2009 p. 21) é a tendência dos elementos de acompanharem outros conforme exemplo na figura 7.

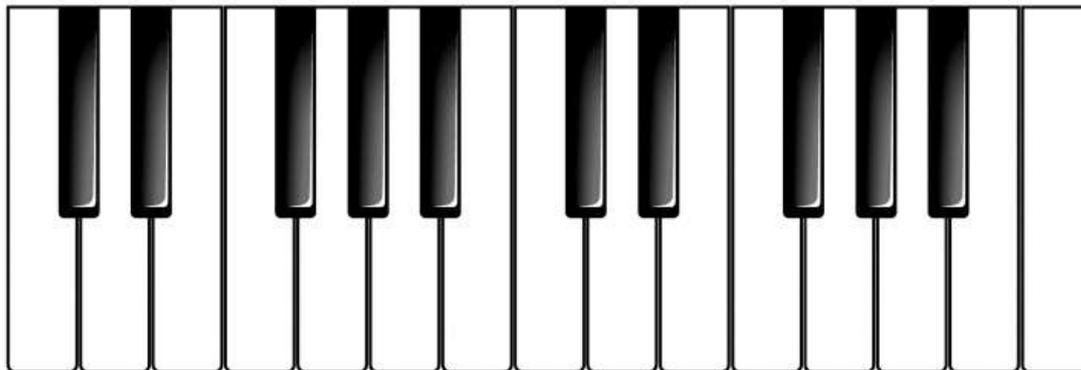
Figura 7 - Exemplo de continuidade



Fonte: designculture.com.br

Há também dois fatores que são mais elementares: **proximidade e semelhança**. Na proximidade elementos que estão próximos um ao outro tendem a ser vistos juntos formando assim unidades, figura 8.

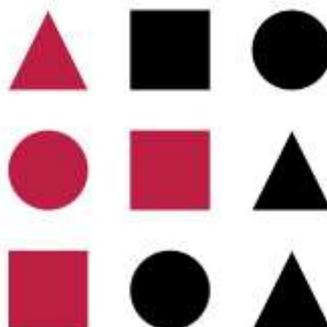
Figura 8 - Exemplo de proximidade



Fonte: designculture.com.br

Já na semelhança objetos com forma e cor idênticos tem a tendência de estabelecerem agrupamentos dos semelhantes, formando assim unidades, vide figura 9. (FRACCAROLI, 1952)

Figura 9 - Exemplo de semelhança



Fonte: designculture.com.br

A *Gestalt* ainda constata que existe um princípio que engloba todos os outros, é o princípio chamado de **pregnância da forma**, conforme esse princípio as forças de arranjo da forma tendem a se conduzir no sentido da clareza, da unidade, do equilíbrio, resultando assim na “boa *Gestalt*”. (FRACCAROLI, 1952)

Compreendendo os fatores teóricos da *Gestalt* decidimos utilizar as suas leis numa análise dos looks para garantir a obtenção da “boa *Gestalt*’ de nossa coleção.

5.1.5 Minimalismo, moda e estilo de vida

A roupa serve não apenas para cobrir o corpo, mas segundo Barnard (2003) a roupa pode ser considerada forma de comunicação não verbal, já que não necessita de palavras faladas nem escritas para comunicarem a sua mensagem.

Para Miranda e Rocha (2016) os sinais presentes na roupa, possibilitam o observador deduzir sobre questões diversas como classe social, personalidade, entre outras:

Quando analisamos grupos e subculturas pela vestimenta é preciso estar atento a valores subjacentes à estética dos observados. São valores construídos e moldados por fatos históricos, econômicos, sociais, culturais etc. e têm reflexos claros - ou camuflados - na forma de vestir da subcultura ou grupo em questão. (MIRANDA E ROCHA, 2016, pág. 01).

Segundo Kozinets apud Segabinazzi (2015) a cultura de consumo é definida como um aparelho interligado de imagens, textos e objetos, que grupos utilizam por meio da construção de práticas, identidades e significados sobrepostos ou até conflitantes, para tornar coletivo o seu senso de ambiente e para orientar as experiências de vida de seus membros.

Fatores sociais e culturais influenciam e adaptam o comportamento do consumidor e estão pautadas ao ambiente em que as pessoas vivem, às relações que elas formam e aos costumes que vão adquirindo. Determinadas preferências são reflexos do seu convívio com a família, outras da sua profissão, da sua relação com os amigos, das crenças e assim por diante.

A formação dessas preferências, entretanto, é construída, conforme Kotler e Keller (2006), de forma quase imperceptível e vão se formando e se transformando à medida que nos relacionamos com nós mesmos, com as outras pessoas, com a sociedade.

“A cultura de um consumidor determina as prioridades globais que ele associa a diferentes atividades e produtos” (SOLOMON, 2002), Kotler (1998) afirma, ainda, que cada cultura possui subculturas que fornecem identificação e socialização mais específicas para seus membros, é por meio das subculturas de consumo que um determinado subgrupo se relaciona com base no

compromisso compartilhado em relação a uma classe de produto, marca ou atividade de consumo. (SEGABINAZZI, 2015)

Para Miranda (2008) as pessoas se expressam por meio do consumo e tem as posses como extensão de si mesmas. Para Solomon (2002) o autoconceito é o conjunto de crenças que uma pessoa tem sobre si mesmo. O autoconceito desempenha um importante papel no comportamento de consumo dos indivíduos, uma vez que eles vão à busca de produtos que legitimem esse conceito de si mesmo.

Há atualmente um movimento de consumo crescente, que tem a internet como locus, baseado no minimalismo. O conceito permeia uma simplicidade voluntária, que tem início na redução do consumo e chega a todos os campos da vida: trabalho, alimentação, a saúde, etc. A ideia é que se viva com menos, viver somente com o necessário, deixando de lado o que seria supérfluo.

Nesse sentido podemos perceber o minimalismo como um comportamento de consumo, uma vez que o estilo de vida se reflete na maneira de consumir dessas pessoas. Não é, entretanto, apenas isso, é também uma maneira encontrada por essas pessoas, de buscar uma vida que faça mais sentido, e que lhes traga mais felicidade. (NEGRETTO, 2013)

Para Mota (2013) o minimalismo é saber identificar o essencial e suprimir o resto, é um meio para nos livrarmos do excesso e focarmos no que é importante. No entanto é aprender a ter o suficiente, nem coisas a mais nem coisas a menos.

Não podemos e nem devemos tratar o minimalismo como uma subcultura, pois ao contrário dos *punks* e *hippies* que negavam um *status quo* pregando uma sociedade alternativa, os minimalistas buscam somente reduzir as forças da sociedade de consumo, sem que seja necessário deixar de fazer parte dela. Portanto, não falamos aqui de uma subcultura, mas sim de um estilo de vida, como definiu Giddens:

Os estilos de vida são práticas rotinizadas, as rotinas incorporadas em hábitos de vestir, comer, modos de agir e lugares preferidos de encontrar os outros; mas as rotinas seguidas estão reflexivamente abertas à mudança à luz da natureza móvel da auto identidade. Cada uma das pequenas decisões que uma pessoa toma todo dia – o que vestir, o que comer, como conduzir-se no trabalho, com quem se encontrar à noite – contribui para essas rotinas. E todas essas

escolhas (assim como as maiores e mais importantes) são decisões não só sobre como agir, mas também sobre quem ser. (GIDDENS, 2002 p. 80)

A expressão “estilo de vida” está atualmente em voga. Embora tenha um significado sociológico mais restrito, designando o estilo de vida distintivo de grupos de status específicos (FEATHERSTONE, 1995)

Segundo Kotler e Keller (2006, p. 191): “um estilo de vida é o padrão de vida da pessoa expresso por atividades, interesses e opiniões. O estilo de vida representa a pessoa por inteiro, interagindo com seu ambiente”.

Neste contexto, o consumidor minimalista reflete até que ponto a aquisição de bens é uma soma com resultado positivo para sua vida e quanto do tempo e energias investidos no consumo acabam por prejudicar outras áreas de suas vidas, como a convivência interpessoal, busca da espiritualidade e o senso de comunidade. (NEGRETTO, 2013)

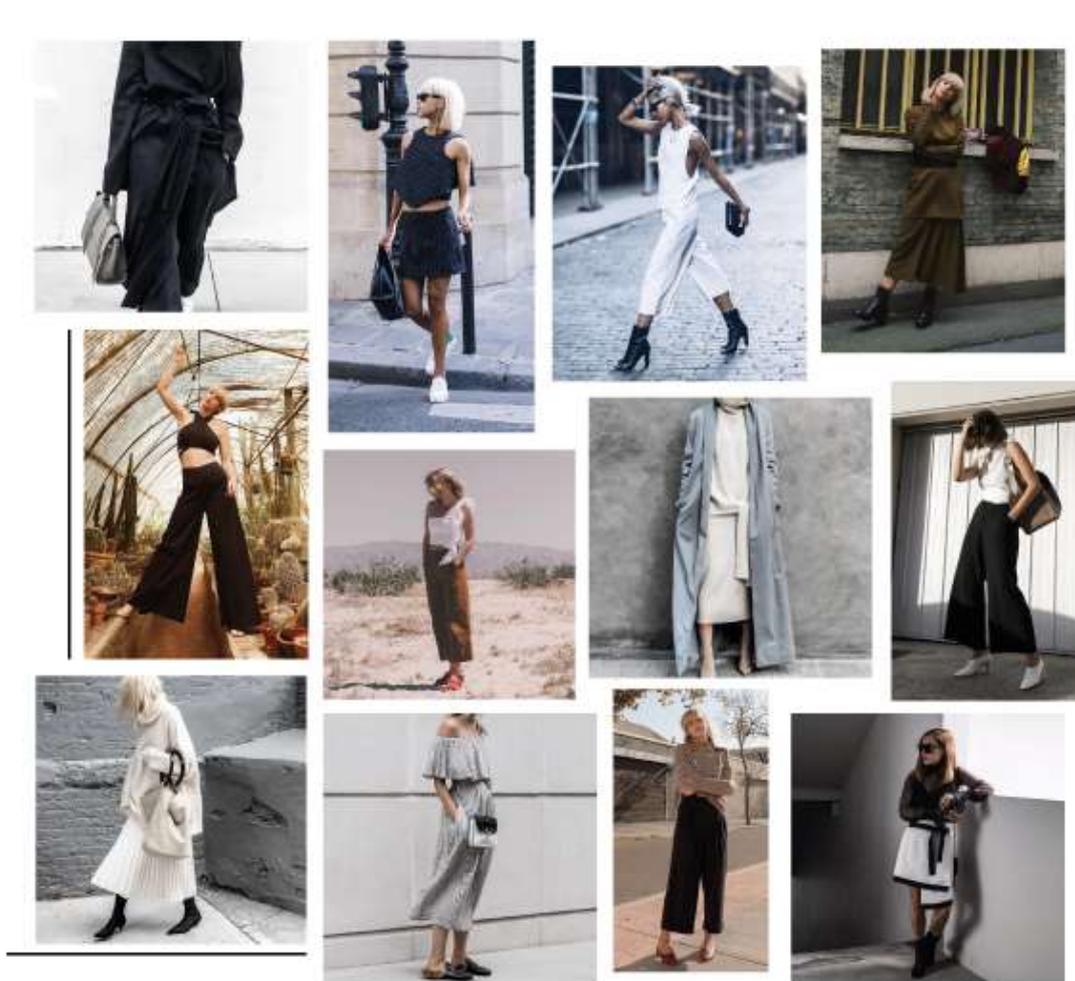
Para esses indivíduos o consumo é usado como forma que se tenha conforto emocional no ato de compra, Miranda (2008) explica que para o “objeto real” além do aspecto funcional, a função simbólica também está presente nas escolhas desses consumidores, acrescidas da função estética e distintiva que a roupa apresenta na maneira de compor a visibilidade pessoal.

Em seu texto Calíope (2015) cita uma observação feita por Karg em relação ao estilo minimalista, onde a autora identifica dois tipos de minimalismo na moda, o primeiro faz referência ao estilo e o outro em relação à quantidade de roupas. No primeiro as roupas possuem modelagens limpas, cores discretas e o foco está no material e não no embelezamento da roupa. No segundo, as roupas são essenciais, independente do estilo e da cor. A autora observa que se as peças se combinam entre si é mais fácil manter um pequeno número de peças, ela observa também que combinações básicas reduzem o número de itens necessários para compor um look harmonioso, “roupas simples e atemporais são menos propensas a tendência de mudanças” (CALÍOPE, 2015 p. 09) combinar esses dois aspectos leva as roupas a terem vidas mais longas e com isso menos desperdício de vestuário.

A partir de uma análise feita na rede social *Instagram* podemos identificar e confirmar os aspectos levantados por Calíope (2015) que, no look, aspectos como atemporalidade, contemporaneidade, pouca ou nenhuma

estampa, e também tecidos com textura e o “eu” constituem o look desse grupo, como mostra a imagem abaixo (figura 10). O estilo de vida também é o fator determinante para o consumidor minimalista, pois é por meio dele que esses indivíduos vão definir seu padrão de consumo e sua preferência por determinadas marcas de moda. Por buscarem peças que tenham uma maior vida útil valorizam marcas que evocam o *Slow Fashion*, por exemplo.

Figura 10 - Características do look minimalista



Fonte: Internet agrupadas pelo autor.

Uma vez analisado o público, partimos agora para a pesquisa de tendências que nortearão o desenvolvimento de nossa coleção.

5.2 Macrotendências Inverno 2018

Nesta subseção analisamos as macrotendências comportamentais para o Inverno 2018, assim como outros aspectos configurativos da nossa coleção: cor, tecidos e estruturas. Macrotendências são desenvolvidas a partir da observação dos movimentos socioculturais que influenciam o comportamento de consumo e a cultura durante longos períodos de tempo. Usamos como base para nossa pesquisa a revista *Vtrends* Nº17 que é produzida e disponibilizada pela Vicunha Têxtil. Segundo a revista as macrotendências para o inverno podem ser divididas em três: *Hyggestyle*, *Savvy Worker*, *Universal Tribes* e *Project Empowerment*.

Em *Hygge Style* “é hora de se desligar das preocupações para se plugar no bem-estar físico e mental, no conforto e no aconchego de viver e compartilhar o presente” (Vicunha, 2017) essa macrotendência aborda a liberdade de movimentos e o conforto como pontos essenciais. Nela “os volumes exploram tanto o estilo tradicional, com cortes retos e próximos ao corpo, assim como também o *relaxed* expresso em formas mais amplas.” (Vicunha, 2017)

Savvy Worker fala da valorização do conhecimento para alcançar excelência na vida e no trabalho, aqui tecnologia e conhecimento humano andam lado-a-lado. Referências do universo acadêmico e empresarial traduzem uma silhueta clean e atemporal com ares contemporâneos. (Vicunha, 2017)

A macrotendência *Universal Tribes* promove um olhar sobre a derrubada de fronteiras e fala do entusiasmo em unir diversas culturas e propõe uma nova relação entre povos. A conexão entre o global e o local “incorpora elementos tradicionais, despretensiosamente modernos, às referências vindas de vários lugares do mundo.” (Vicunha, 2017 p. 40)

A última macrotendência apontada na publicação é chamada de *Project Empowerment*, aborda uma geração que nasceu com a informação na palma de sua mão “eles contestam e promovem mudanças.” (Vicunha, 2017 p. 60)

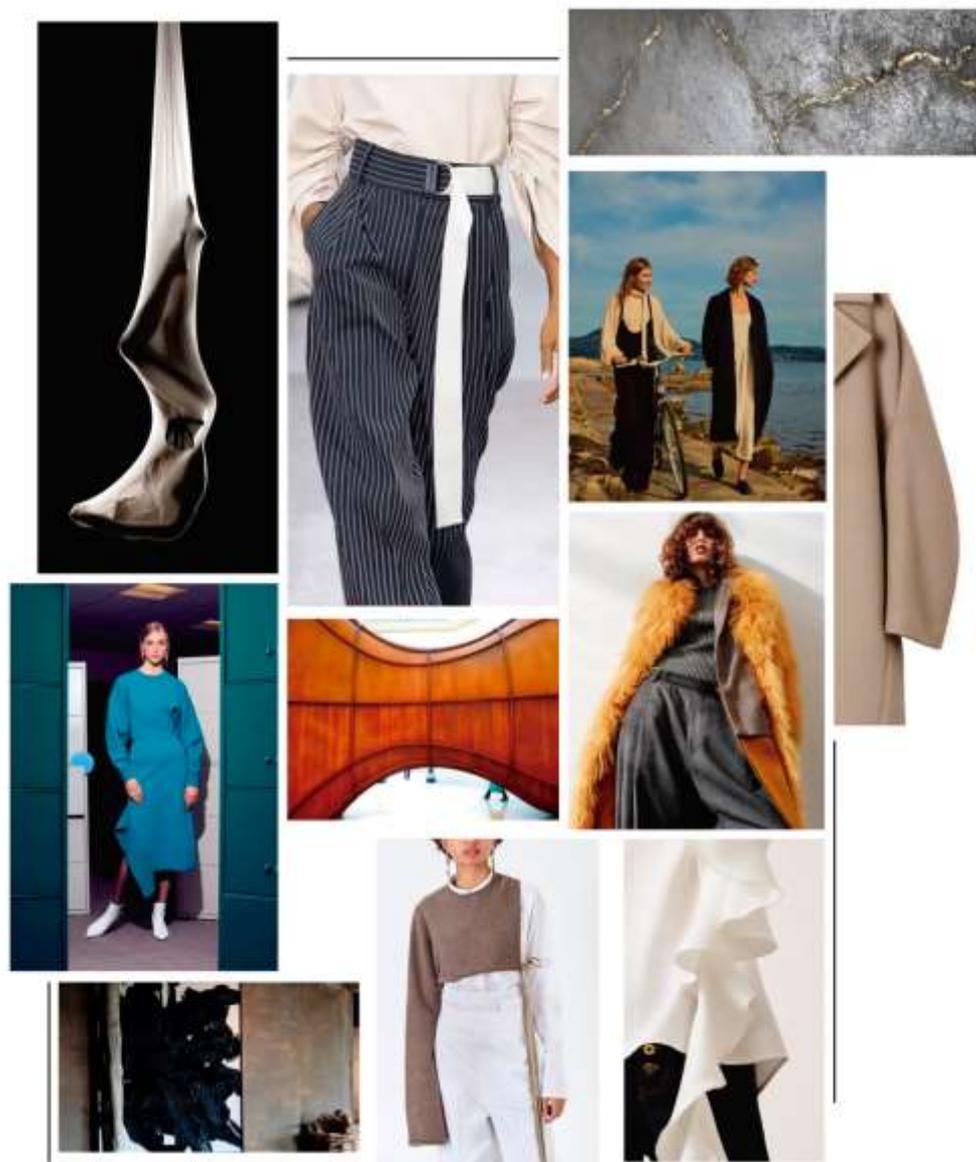
Na contramão da repressão, subvertem a ordem preestabelecida e lutam também pelo direito e prazer da autonomia dos seus desejos. Liberdade geral e irrestrita para o empoderamento de suas ideias, amores e estética. (Vicunha, 2017 p. 60)

O inverno 2018 se mostra bastante plural em suas diversas manifestações e incorpora tendências do míni ao máxi, do *soft* ao estruturado, do *streetstyle* ao glamoroso e do nostálgico ao contemporâneo. “Afinal, o desejo comum é se posicionar e mostrar qual é o estilo de vida de cada um de nós”. (Vicunha, 2017 p. 05)

Para escolher quais seriam as macrotendências que seriam utilizadas, foi levado em consideração as preferências estéticas do público alvo levantadas nos tópicos anteriores. Sendo assim, as macrotendências escolhidas para essa coleção, foram as seguintes *Hygge Style*, *Savvy Worker*.

Uma vez escolhidas as macrotendências, começamos o levantamento dos elementos que criarão os elementos de estilo da nossa coleção. Foi levado em consideração o levantamento feito anteriormente na seção Minimalismo, moda e estilo de vida e o tema da coleção que será apresentado na seção Inspiração. Todos os elementos estão presentes no painel de tendências (figura 11).

Figura 11 - Painel de tendências



Fonte: Internet agrupadas pelo autor (2017)

5.3 Shapes

Nesta seção tratamos dos *shapes* que utilizaremos na nossa coleção e desenvolveremos a nossa tabela de mix.

O mix de produto da coleção, segundo Treptow (2013) compreende a variedade de produtos oferecidos, as linhas de produto de uma empresa e número de produtos dentro de cada linha. Ela divide os produtos em três categorias, são elas: básico - peças funcionais e com venda garantida, ex.:

calça preta, camisa branca, fashion - peças que trazem em sua silhueta e estampas e cores as tendências vigentes no momento e vanguarda - peças que apresentam as tendências atuais ou futuras não muito comerciais, geralmente essas peças fazem parte dos editoriais e das vitrines das lojas durante a temporada da coleção.

Para cada categoria a autora delimita uma porcentagem do total da coleção, 10% para básico, 70% para fashion e 20% para vanguarda, no entanto esses percentuais não são uma restrição no desenvolvimento da coleção. Para o nosso projeto optamos por uma quantidade maior de produtos nas categorias básico e vanguarda, pois em nossas pesquisas para entender como se constrói o look minimalista percebemos que essa categorias se fazem mais presentes nas composições, vide figura 10.

Desse modo desenvolvemos a nossa tabela de mix (tabela 01) a fim de facilitar a leitura da coleção e onde estão listadas todas as estruturas que serão utilizadas em nossa coleção.

Tabela 1 - Tabela de mix de coleção

Estruturas	Básico	Fashion	Vanguarda	Total
<i>Jaqueta oversize</i>			3	3
<i>Blusa manga curta</i>	2	1	1	4
<i>Camisa manga longa</i>			3	3
<i>Blusa sem manga</i>		1	2	3
<i>Blusa com recorte no ombro</i>	1			1
<i>Calça Clochard</i>	3			3
<i>Pantacourt</i>	1			1
<i>Saia lápis</i>	3		1	4
<i>Saia envelope</i>	1	2		3
<i>Saia reta</i>		2		2
<i>Vestido justo</i>		1	1	2
<i>Macacão manga longa</i>			1	1
<i>Macacão sem manga</i>	1			1
<i>Macacão Pantacourt</i>			3	3
<i>Vestido reto</i>	1	2	1	4
Total de peças	13	9	16	38

Fonte: própria (2017)

5.4 Inspiração

Nesta seção abordamos os conceitos relacionados ao conceito *Wabi-Sabi* e buscamos entender como podemos utilizar esses conceitos como subsídio criativo para o desenvolvimento do nosso projeto.

Treptow (2013) afirma que o tema pode surgir de qualquer fonte e que cabe ao designer transformar esse elemento de inspiração em uma proposta de moda coerente com o objetivo da marca.

Wabi-Sabi é a antítese da ideia do que é considerado belo que, em geral, se configura como simétrico, perfeito, duradouro e visualmente agradável, reconhecer que a beleza pode partir de coisas imperfeitas, impermanentes e incompletas, é um reconhecimento bem-vindo. (KOREN, 2013) Com uma visão de mundo poética, *wabi-sabi*, é um conceito japonês baseado na aceitação da transitoriedade.

“Dê boas-vindas à imperfeição. A vida é passageira e transitória” (MIRANDA, B., 2016 p. 01), Koren (2013) afirma que embora “*wabi-sabi*” parece ser um termo japonês, se você olhar “*wabi-sabi*” em um dicionário japonês, você não vai encontrá-lo.

O autor explica que os termos “*wabi*” e “*sabi*” existiram há muito tempo na cultura japonesa porém como termos separados. O termo “*sabi*” pode ser encontrado na primeira coletânea de poesia japonesa compilada no séc. VIII, nesse tempo “*sabi*” significava “ser desolado”. No século 12 “*sabi*” passa a significar “aproveitar o que é velho, desbotado e solitário”, e também se referia a “uma beleza das coisas que murcharam”. (KOREN, 2013)

O termo “*wabi*” surge quase quatrocentos anos depois, no final do século 15, esse termo emerge para descrever uma nova sensibilidade estética que começava a ser usada nas cerimônias de chá. Durante um período de cem anos o significado de “*wabi*” se sobrepõe aos significados de “*sabi*”. (KOREN, 2013)

Em meados do século 20, alguns estudiosos usam o termo “*wabi*”, enquanto outros usam “*sabi*”, para descrever essencialmente o mesmo. Alguns estudiosos usam ambos os termos de forma intercambiável.

[...]

Então, mesmo se “*wabi-sabi*” não “oficialmente” existia antes, existe agora. *Wabi-sabi* reside nos detalhes discretos e negligenciados, no espelho e no oculto, na tentativa e na efêmera. (KOREN, 2013, p. 03, tradução nossa)

O conceito *Wabi-Sabi* está profundamente ligado às cerimônias de chá (*Chanoyu*) onde o menos significa mais, (MIRANDA, B., 2016) pressuposto também da arte e do estilo de vida minimalista. Com o acontecimento de diversos conflitos civis em Kyoto, no século XVI, grande parte dos luxuosos utensílios utilizados nas cerimônias de chá foram destruídos, esses foram

substituídos por produções japonesas menos refinadas. Em contraste com as luxuosas salas de chá que existiam, as salas de chá ‘*wabi*’ eram rústicas e bem menores e geralmente eram cercadas por pequenos jardins. (KOREN, 2013)

Miranda, B. (2016, p. 01) afirma que “essa filosofia — e também a sua estética — se casa com muita harmonia ao *slow living*: ao focarmos nossas atenções e atitudes em valores mais reais e significativos”, a autora também afirma que o wabi-sabi “cultiva tudo que é autêntico ao reconhecer três realidades simples: **nada dura, nada é completo: nada é perfeito.**” (MIRANDA, B. 2016, p. 01, grifo nosso)

Koren apud Miranda (2016) analisa que “a grandeza existe no imperceptível e nos detalhes negligenciados.” (MIRANDA, B. 2016 p. 01) Dessa modo ele se descobre no intrínseco, no oculto, na tentativa e no efêmero, são coisas tão sutis e inconstantes que não são visíveis aos olhos desatentos. Koren (2013) afirma que “para apreciar essas qualidades, certos hábitos de espírito são necessários: calma, atenção e consideração. Se estes não forem presentes, wabi-sabi é invisível.” (KOREN, 2013, p. 04, tradução nossa) Martin (2017) ainda define os termos “*wabi*” e “*sabi*” como:

Wabi simboliza beleza rústica e tranquilidade. Também denota simplicidade e silêncio e pode aplicar a objetos artificiais e naturais. Também pode referir-se a peculiaridades e anomalias nas coisas, uma falha única, por exemplo, que às vezes ocorre durante o processo de produção ou criação.

Sabi refere-se a coisas cuja beleza pode vir apenas com a idade, indicativo de processos naturais que resulta em objetos que são irregulares, despreziosos, e ambíguos. [...] Também incorpora uma apreciação dos ciclos de vida. (MARTIN, 2017, p. 15, tradução nossa)

Jones (2002) afirma que no processo de seleção do tema o designer deve conservar os olhos e ouvidos vigilantes, ao participar de shows, visitar lojas, cafés, etc. “Deve ler jornais, revistas, livros, ouvir músicas e observar as pessoas e as pequenas mudanças estéticas que acontecem na sociedade.” (JONES, 2002 p. 146)

Durante todo o processo de desenvolvimento desse trabalho a música esteve presente, moda e música sempre estiveram ligados, um influenciando o outro, por exemplo, no desfile da *Victoria’s Secret* 2017 em uma das seções

entre os desfiles essa questão é discutida. Nela o cantor Leslie Odom Jr. Explica que “a intersecção entre música e moda é sobre o aspecto do som. Como o som é e como esse som parece.” (Victoria's Secret 2017, 42:41 min)

Deste modo, para o processo de escolha do tema que norteou o desenvolvimento da coleção, a música foi uma parte essencial para nos ajudar a traduzir o sentimento que pretendíamos expressar na criação.

Destacamos o videoclipe da canção “*To Your Health*” (disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=gxDvUsZsWDo>) do cantor britânico Keaton Henson nos chamou a atenção. A simplicidade do local, as notas suaves e a suavidade da voz nos inspiraram, mas e principalmente a leveza dos movimentos da bailarina que dança em suas sapatilhas de ponta, a emoção que a bailarina transmite com seus movimentos em todo o clipe nos traz um sentimento de serenidade, melancolia e nostalgia, o que para nós foi muito inspirador, e se assemelha em muitos aspectos com a filosofia *wabi-sabi*.

Esse sentimento foi traduzido na coleção por meio de um tema que invocasse os valores de simplicidade e transitoriedade algo desejamos transmitir na coleção. Dessa maneira, para a escolha deste tema, buscamos por algo que unisse o que o público alvo procura ao consumir artigos de moda, com a filosofia *wabi-sabi* e com o sentimento despertado pelo videoclipe, anteriormente citado.

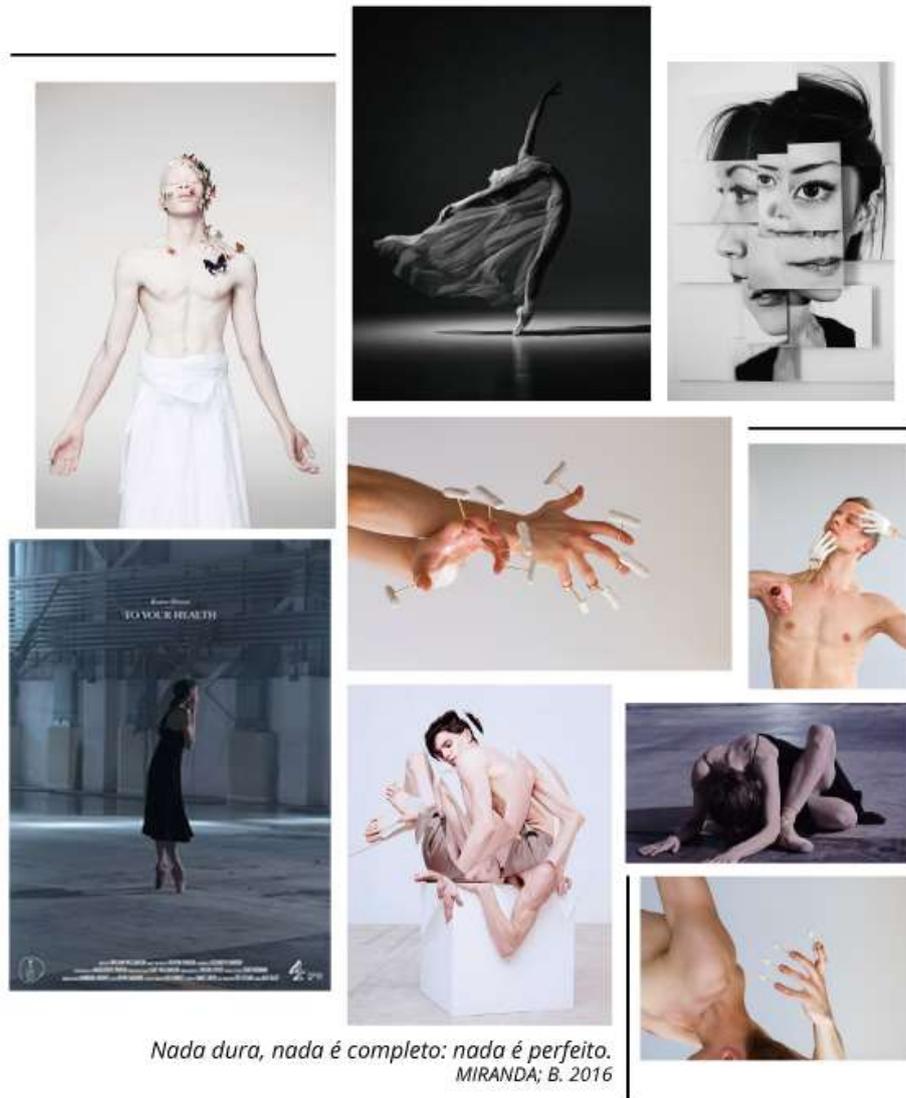
Em nossas pesquisas percebemos a constância da palavra essência tanto nas buscas sobre o “*wabi-sabi*” quanto sobre o minimalismo. No caso do minimalismo a essência surgiu por meio de um pensamento de Massimo Vignelli (1999) sobre o que é o minimalismo, que diz: o minimalismo é a busca da essência das coisas, não da aparência. (VIGNELLI, 1999)

Percebemos no “*wabi-sabi*” que a essência ligada a aceitação de que as coisas são transitórias e imperfeitas, o que é a essência da vida. De um modo prático, salientamos a representação das louças “*wabi-sabi*” que não são descartadas ao quebrar, ao contrário, passam pelo processo de colagem e são reutilizadas.

Assim, a essência foi escolhida para ser o tema de nossa coleção de nome homônimo, por representar o público que busca uma vida centrada no essencial sem supérfluos, a referência estética que busca a essência das formas e a inspiração que fala da essência de cada objeto.

A partir dessas informações reunimos em um painel (figura 12) os elementos que inspiraram no desenvolvimento desse projeto.

Figura 12 - Painel de tema



Fonte: própria (2017)

5.5 Cores

Aqui tratamos da escolha das cores que farão parte da cartela cromática da coleção, Jones (2015) afirma que a escolha das cores é uma das principais etapas e além de uma das mais cruciais do processo de desenvolvimento de uma coleção. Ela deve reportar ao tema, “a escolha das cores determinará o clima da coleção, ou sua ‘sintonia’ com a estação” (JONES, 2015, p.122), ela deve estar extremamente ligada à personalidade do público alvo.

Desse modo, levamos em consideração as cores usadas pelo público pesquisado, bem como as cores que se adequassem ao tema escolhido. De acordo com o levantamento as cores básicas e atemporais como preto, branco e o cinza, foram as mais utilizadas pelo público e percebemos que fazem parte da grande maioria dos seus looks. Tons de rosa, bege, azul e amarelo também fazem parte dos seus looks, essas cores adicionais falam muito da personalidade do indivíduo, aspecto levantado quando falamos do autoconceito.

Dessa forma a figura 13 mostra as cores escolhidas, levando em consideração os aspectos levantados anteriormente.

Figura 13 - Cartela de cores



Fonte- Própria (2017)

5.6 Tecidos

Este tópico aborda a escolha dos tecidos utilizados no desenvolvimento da nossa coleção, levando em consideração o público minimalista e a questão atemporal salientada.

Conhecer os tecidos e suas características é extremamente importante, pois eles são a principal matéria-prima e é através deles que as ideias do designer são transformadas em produtos. (TREPTOW, 2013)

A escolha do tecido é primordial para o sucesso de uma roupa. Primeiramente, o peso e o caimento de um tecido afetarão a silhueta de uma roupa, dando-lhe forma ou deixando-a drapear. [...] Em segundo lugar um tecido será escolhido pelo seu desempenho em relação a sua função. [...] Por fim, os tecidos devem ser escolhidos por seu valor estético, ou seja pela aparência e toque, cor, estampa ou textura. (SORGE, et al., 2009 p. 58)

Aqui levamos em consideração além dos aspectos levantados pelos autores, a atemporalidade, questão muito importante para o público. Sendo assim, a utilização de tecidos que fossem atemporais do ponto de vista de tendências de moda foi muito pensado durante a escolha dos tecidos.

Sabendo disso, a escolha de tecidos foi baseada nas preferências do público, no tema da coleção e na estação a qual a coleção se destina, inverno, sem deixar de lado o fator atemporal. Dessa forma os tecidos escolhidos foram: lã, crepe georgette, sarja, seda, oxford mescla e alfaiataria new look.

5.7 Silhueta

Nossa silhueta foi levantada com base nas preferências estéticas do público alvo apresentadas anteriormente, vide tópico 3.1.5. Algumas estruturas são trabalhadas de forma mais conceitual, apresentando de forma mais 'autêntica' o conceito e o tema da coleção, essas estruturas foram trabalhadas, pois percebemos que o público em alguns momentos opta por peças de vanguarda aliadas a peças mais básicas.

A silhueta da nossa coleção se divide em três momentos: justa, próxima ao corpo e *oversize*. Ao observarmos o público, percebemos que essas estruturas fazem parte dos códigos de vestimenta do mesmo.

5.8 Princípios de Design

A *Gestalt* como observamos no tópico 3.1.4 é uma escola da psicologia experimental, e atuou principalmente no estudo da percepção das formas. "A

Gestalt propõe uma série de leis e princípios, estes servem como um mecanismo de leitura visual das formas” (SÊGA, et al., 2016 p. 03), para que tenham uma boa pregnância, ou seja, sejam de fácil assimilação para o receptor do estímulo visual causado por determinado objeto.

Aqui vamos usar algumas leis e princípios para fazer uma análise e leitura formal das peças criadas, onde serão analisados os elementos de estilo e os detalhes das peças. Optamos por fazer a análise do ponto de vista da *Gestalt*, por esta teoria estar presente na arte minimalista e garantir um arranjo harmônico na concepção das peças. Dessa forma apresentamos as leis presentes nas peças na figura a seguir (14):

Figura 14 - Leis da Gestalt presentes nos looks





Diante do exposto, percebemos a alta pregnância existente nas peças que compõem a coleção. A alta pregnância de uma forma é sinal de harmonia estética, limpeza e clareza visual, conceitos que são a base do nosso tema de coleção.

5.9 Elementos de estilo

Os elementos de estilo reforçam a unidade visual das peças apresentadas numa coleção, essa unidade é obtida através de pequenos detalhes que são repetidos e suas variações. Os elementos de estilo podem ser obtidos por diversos meios como: cortes, tecidos, detalhes de modelagem, etc. (TREPTOW, 2013)

As sobreposições, as linhas por vezes retas outras vezes orgânicas e conforto, são partes fundamentais dos nossos elementos de estilo.

A representação da louça “*wabi-sabi*”, descrita no tópico de inspiração, que passa pelo processo de colagem quando se quebra, está nas sobreposições e recortes, como se fossem partes que não faziam parte do objeto original, mas que por algum motivo se integram a composição original. As linhas geométricas e simples partem da observação dos movimentos realizados pela bailarina no clipe, e as formas orgânicas surgem dos jardins que cercam as salas de chá. Alguns elementos da cultura japonesa também fazem parte da nossa coleção.

Para melhor observação desses elementos, separamos em um painel (figura 15) as imagens que inspiraram as formas e os recortes presentes na coleção.

Figura 15 - Elementos de estilo



Fonte: própria (2018)

5.10 Esboços e Desenhos

Nessa etapa, de posse das informações como tabela de mix, tema, cartela de cores, tecidos e aviamentos, começamos a desenvolver os esboços das peças, Treptow (2013) afirma que deve ser levada em consideração a intercambialidade das peças, ou seja, a possibilidade de uma peça se combinar com outras peças e compor vários looks. Embora seja um pensamento muito importante no desenvolvimento de uma coleção, essa intercambialidade não é relevante para o desenvolvimento do nosso projeto, por não se tratar de um projeto direcionado para comercialização ou desfile.

Com as etapas anteriores finalizadas, elaboramos cerca de 40 esboços (figura 16). Treptow (2013) salienta que o esboço não precisa possuir compromisso estético, ele serve apenas para transferir as ideias para o papel de forma rápida.

Figura 16 - Esboços dos croquis



Fonte: própria (2018)

Após a construção dos esboços, selecionamos os 24 mais significativos para o nosso projeto e finalizamos os desenhos, por meio digital. (Figuras 17,18,...,28)

Figura 17 - Croquis



Fonte: própria (2018)

Figura 18 - Croquis



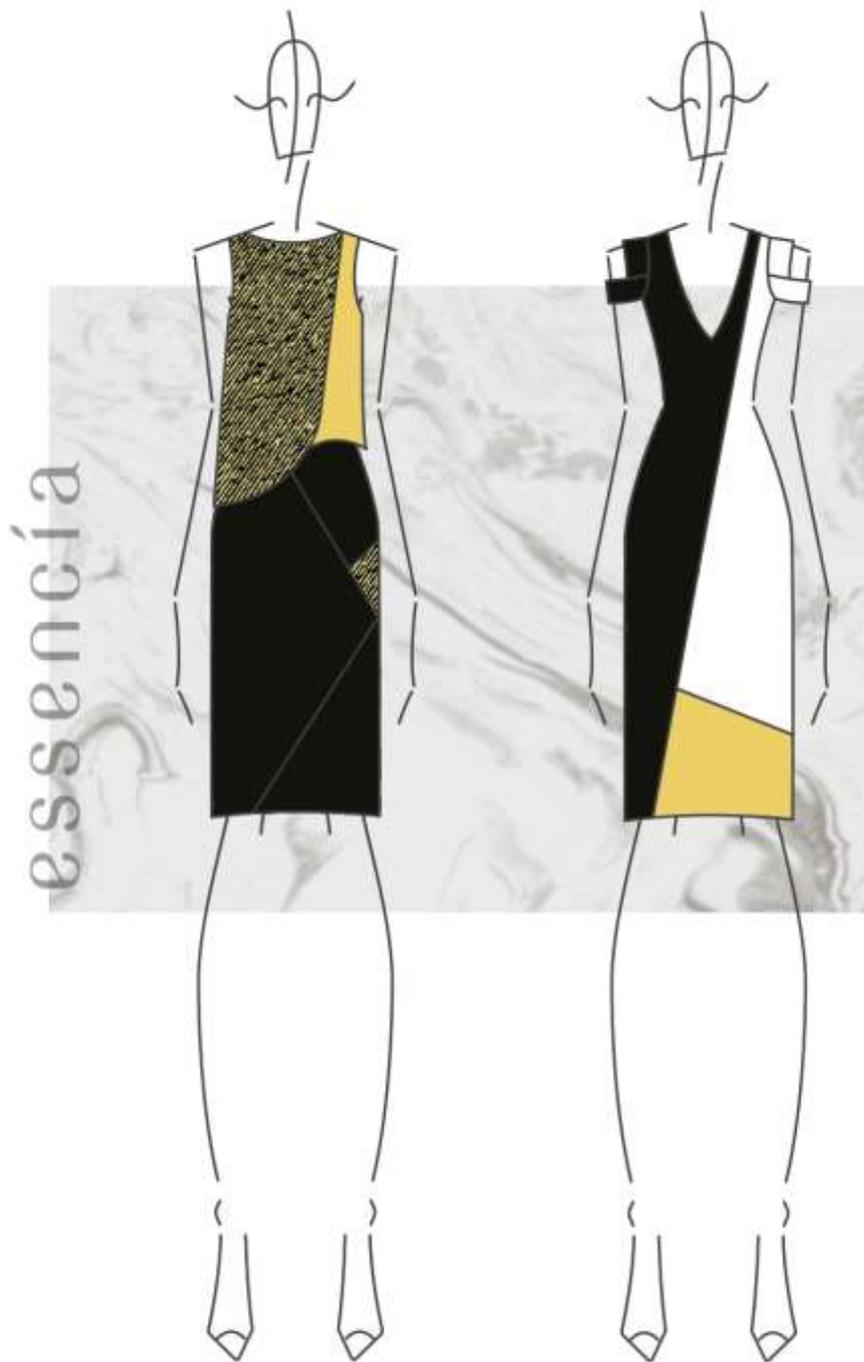
Fonte: própria (2018)

Figura 19 - Croquis



Fonte: própria (2018)

Figura 20 - Croquis



Fonte: própria (2018)

Figura 21 - Croquis



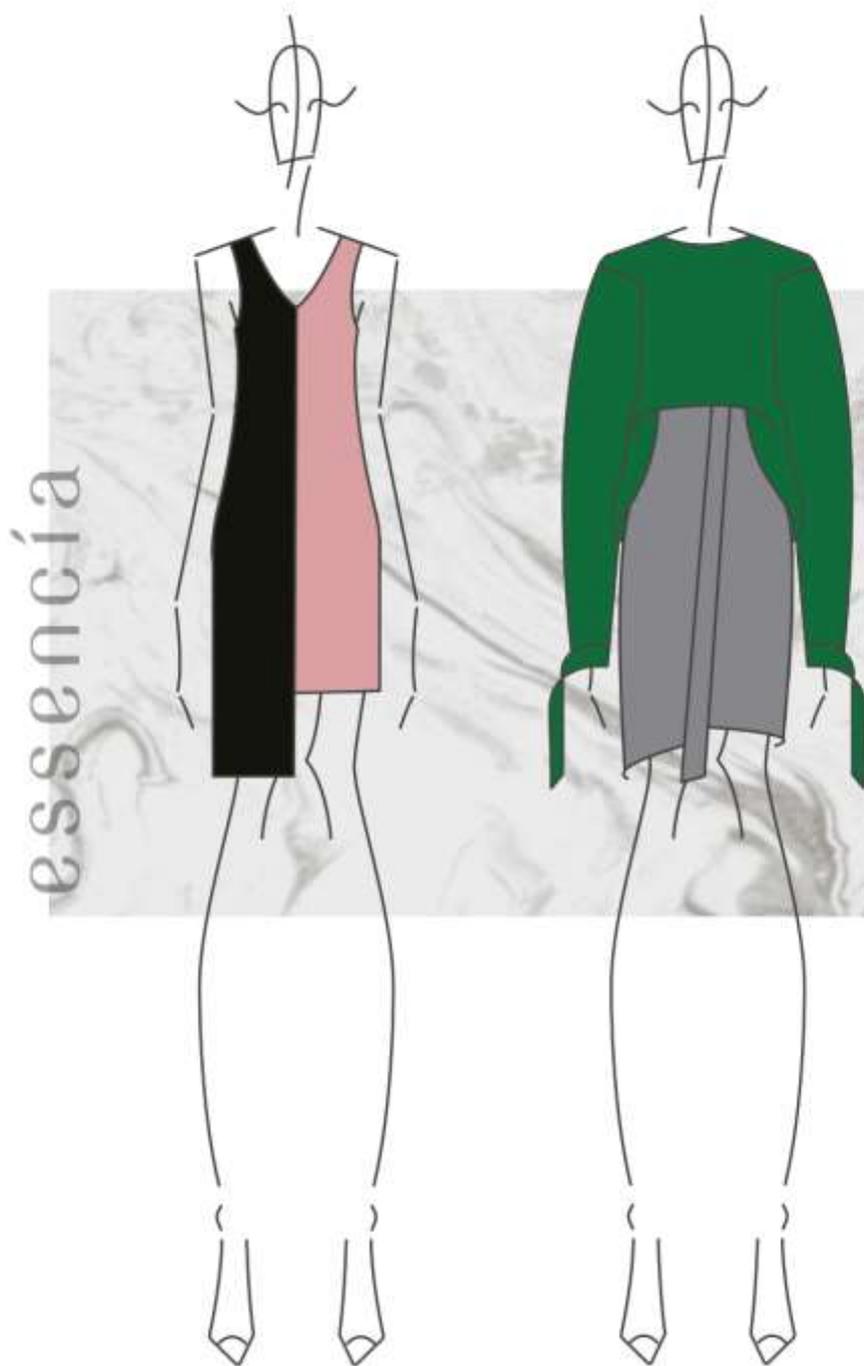
Fonte: própria (2018)

Figura 22 - Croquis



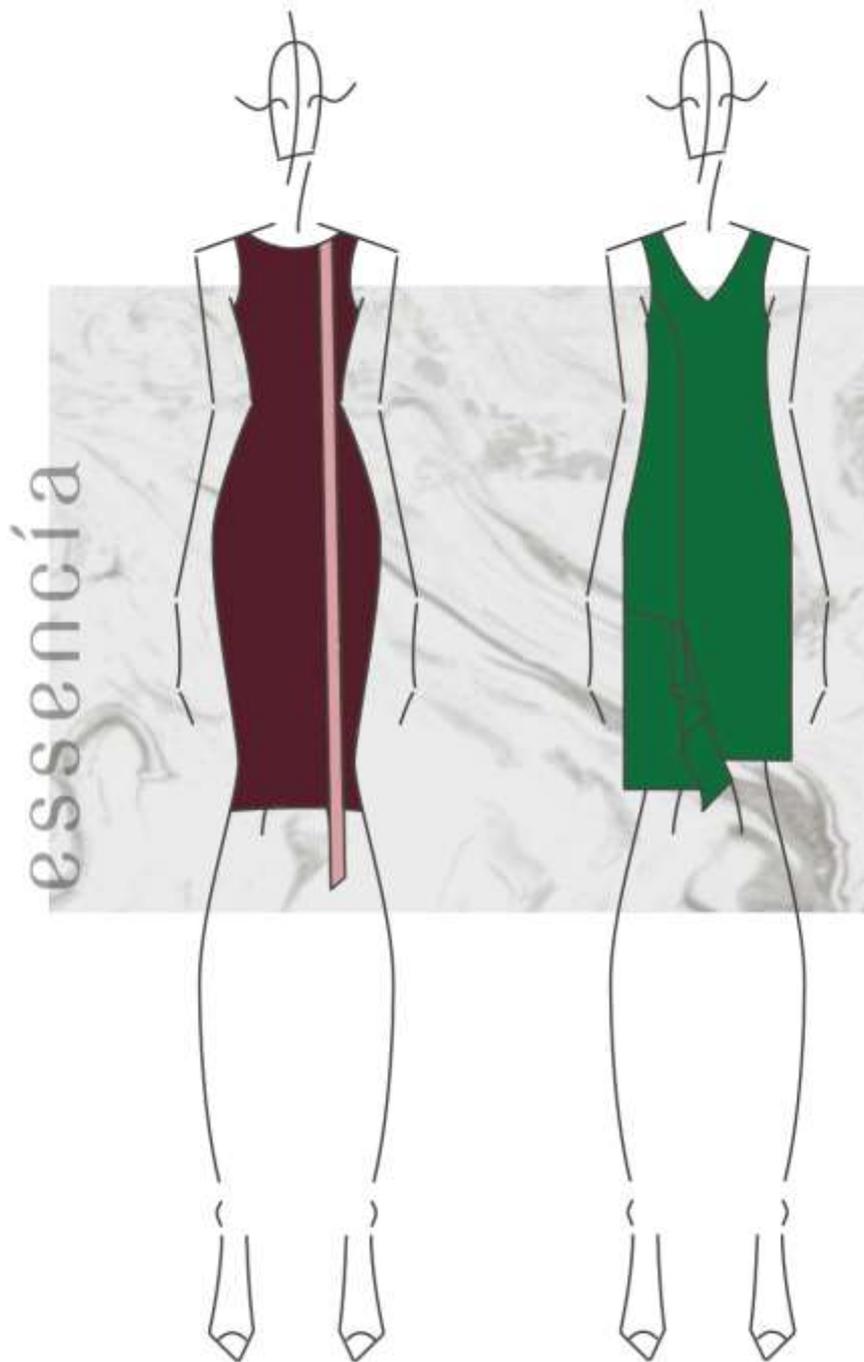
Fonte: própria (2018)

Figura 23 - Croquis



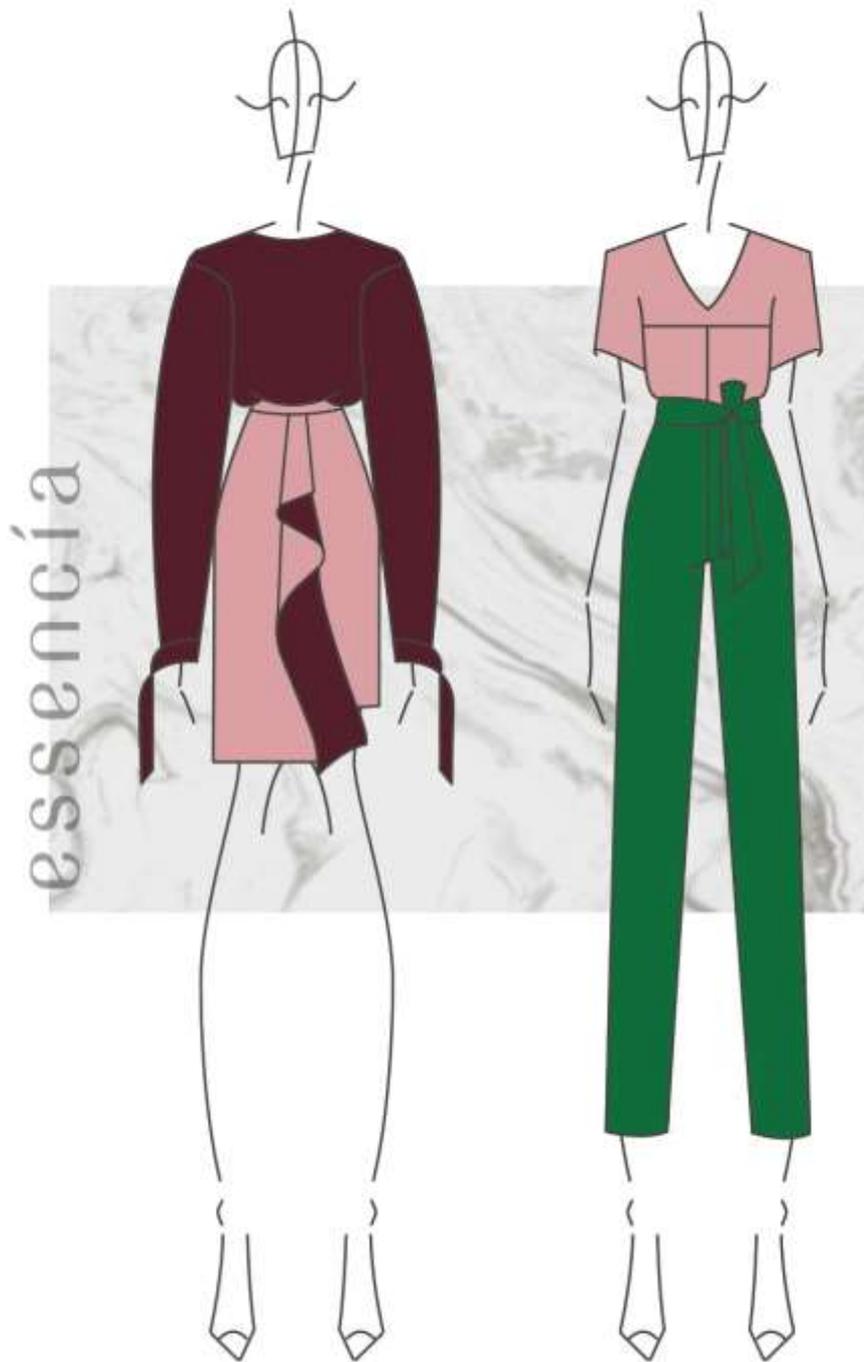
Fonte: própria (2018)

Figura 24 - Croquis



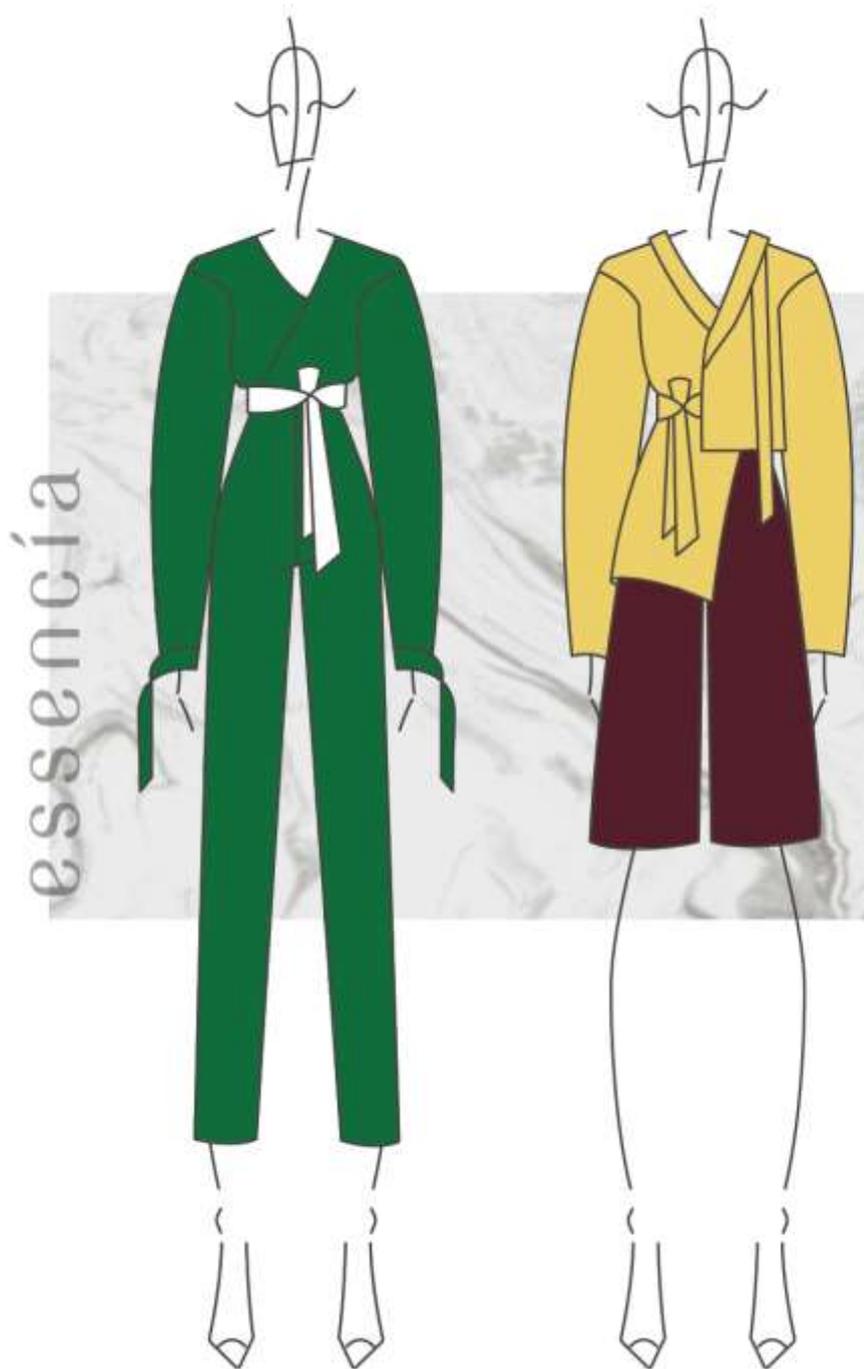
Fonte: própria (2018)

Figura 25 - Croquis



Fonte: própria (2018)

Figura 26 - Croquis



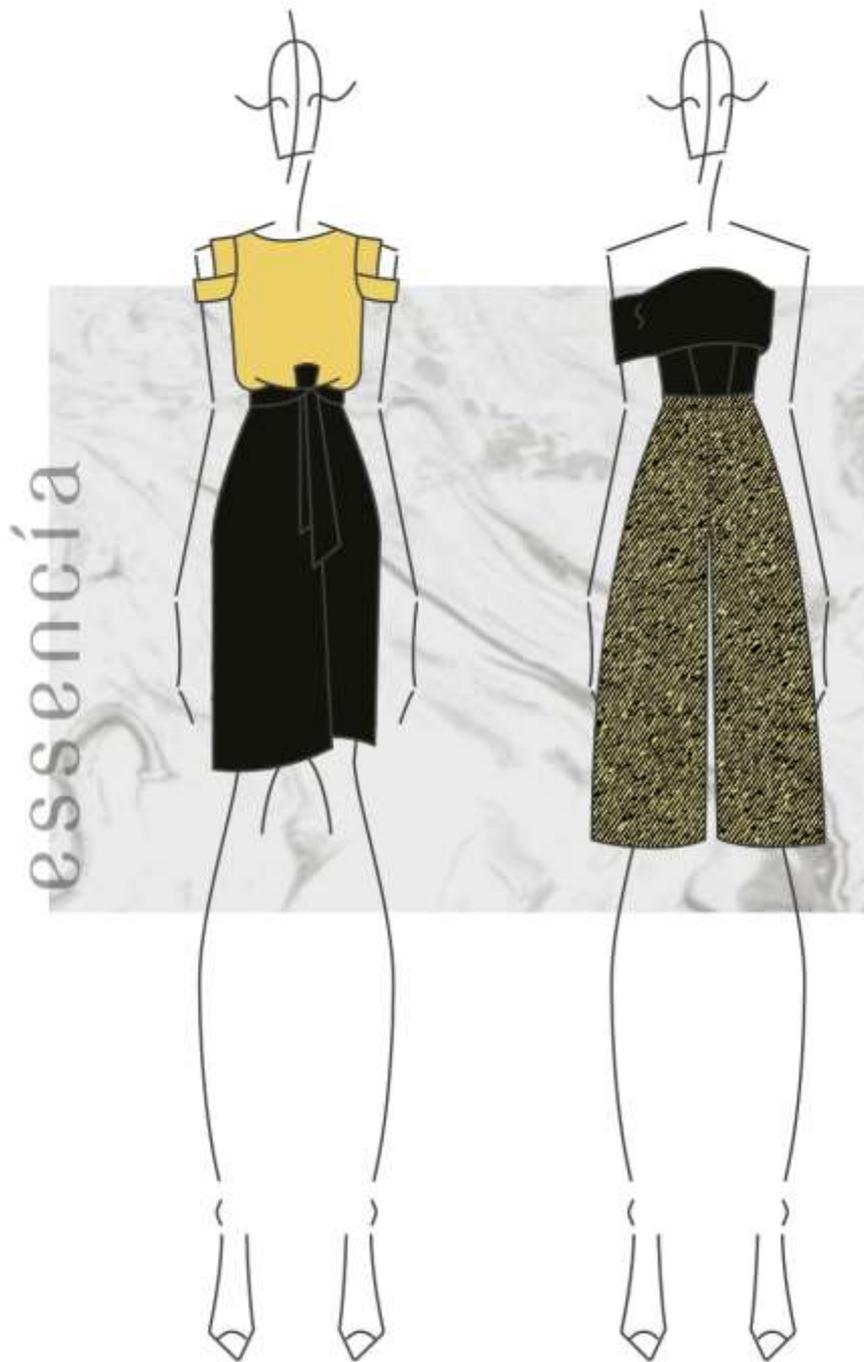
Fonte: própria (2018)

Figura 27 - Croquis



Fonte: própria (2018)

Figura 28 - Croquis



Fonte: própria (2018)

5.11 Modelagem, peças piloto

Após selecionados os desenhos que seriam produzidos, partimos para o processo de modulagem e modelagem plana dos mesmos. Para posteriormente confeccionarmos um protótipo para prova, para que fossem feitos os devidos ajustes e produzido no tecido real.

Figura 29 - Modelagens e peças piloto



Fonte: própria (2018)

5.12 Fichas técnicas

Segundo Treptow (2013) a ficha técnica descreve a peça da coleção. Ela é utilizada para cálculo de custo e formação do preço de venda, nela estão

desenhos técnicos ou croquis da peça, nome da marca, estação a que se destina, tecidos, cores, etc. (TREPTOW, 2013)

Para o nosso projeto optamos por um modelo mais simples de ficha técnica, pois se destina apenas para fins acadêmicos não havendo necessidade de informações mais aprofundadas.

Figura 30 - Fichas Técnicas

Ficha Técnica		Sequência de montagem	Aviamentos								
Coleção Essencia		Unir todas as partes do top frente e costas / Costurar a barbatana no top / Costurar a calça / Unir frente e costas do top apenas do lado esquerdo da peça / Unir o top a calça / Unir faixa frente e costas na parte superior do top / Unir frente e costas da faixa na lateral / Costurar os os abanhados da faixa e da barra / Costurar zíper invisível na lateral direita.	Linha Zíper invisível Barbatana Viés								
Ano Inverno 2018			Amostras de Tecido <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%; margin: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%; margin: 5px;"></div>								
Descrição da peça Peça Inteira - Macacão em lã e gabardine com faixa assimétrica.		Desenho Técnico <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> </div>									
Tabela de tamanhos <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>36</td> <td>38</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="border: 2px solid black;">40</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table>			P	M	G	36	38	42		40	44
P	M	G									
36	38	42									
	40	44									

Ficha Técnica		Sequência de montagem	Aviamentos								
Coleção Essencia		Costurar as perces de busto / Unir frente e costas no ombro / Unir frente e costas nas laterais / Costurar os acabamentos da cava e da gola / Costurar o abanhado da barra / Unir faixas a parte superior do ombro.	Linha								
Ano Inverno 2018			Amostras de Tecido <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%; margin: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%; margin: 5px;"></div>								
Descrição da peça Peça Inteira - Vestido em sarja 100% algodão com lãscão e penses.		Desenho Técnico <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> </div>									
Tabela de tamanhos <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>36</td> <td>38</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="border: 2px solid black;">40</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table>			P	M	G	36	38	42		40	44
P	M	G									
36	38	42									
	40	44									

Fonte: própria (2018)

Figura 31 - Fichas Técnicas

Ficha Técnica		Sequência de montagem	Aviamentos												
		Unir as duas partes da frente / Unir frente e costas no ombro / Unir frente e costas nas laterais / Unir as duas partes da manga / Costurar as mangas / Costurar as faixas das mangas / Costurar o abanhado / Pespontar faixas das mangas	Linha												
Coleção	Essencia Ano Inverno 2018 Descrição da peça Peça Única - Blusa em Alfaiataria New Look com recortes Tabela de tamanhos	Desenho Técnico 	Amostras de Tecido <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>Legenda</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>36</td> <td>38</td> <td>42</td> <td>— Junção de Tecido ou Borda</td> </tr> <tr> <td></td> <td>40</td> <td>44</td> <td>— Pesponto</td> </tr> </tbody> </table>		P	M	G	Legenda	36	38	42	— Junção de Tecido ou Borda		40	44	— Pesponto		
P	M	G	Legenda												
36	38	42	— Junção de Tecido ou Borda												
	40	44	— Pesponto												
Ficha Técnica		Sequência de montagem	Aviamentos												
		Unir recorte das partes da frente e costas / Costurar todas as pences / Unir frente e costas nas laterais / Unir côs frente e costas / Costurar zíper invisível	Linha Zíper Invisível												
Coleção	Essencia Ano Inverno 2018 Descrição da peça Peça Única - Saia em lã com recorte na barra.	Desenho Técnico 	Amostras de Tecido <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div>												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>P</th> <th>M</th> <th>G</th> <th>Legenda</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>36</td> <td>38</td> <td>42</td> <td>— Junção de Tecido ou Borda</td> </tr> <tr> <td></td> <td>40</td> <td>44</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		P	M	G	Legenda	36	38	42	— Junção de Tecido ou Borda		40	44			
P	M	G	Legenda												
36	38	42	— Junção de Tecido ou Borda												
	40	44													

Fonte: própria (2018)

2.13 Release

Figura 32 - Release



Transitoriedade, serenidade, melancolia. A sensação do efeito do tempo numa tinta descascando da parede, um vaso quebrado que foi colado para ser usado novamente. Esse é o espírito do Wabi - Sabi, filosofia japonesa com origem nas cerimônias de chá.

Atemporal, fala da aceitação dos ciclos de vida e da impermanência. Simples sugere uma vida focada em valores mais reais e significativos.

Nada dura, nada é completo: nada é perfeito.

A moda conectada com o conceito minimalista onde o menos é mais, nos convida a conexão com tudo que é autêntico, com a essência das coisas e de nós mesmos. A coleção celebra as diferenças e as imperfeições.

Aliado a isso, uma bailarina que dança em suas sapatilhas de ponta em um galpão ao som de uma música melancólica e serena se move com movimentos simples em um estado de completa entrega a emoções e sensações.

Ambientada num cenário de tranquilidade e melancolia a coleção Essência traz uma atmosfera clean e sofisticada, com destaque para silhuetas de formas limpas e design minimal.

As criações trazem o estilo contemporâneo como assinatura, os shapes expressam frescor e sofisticação.

Os movimentos da bailarina, a louça reconstruída, samurais, gueixas, monges e jardins zen inspiram os recortes das peças, as formas e os volumes apresentados na coleção. As produções combinam shapes ajustados, como as saias lápis, a peças amplas como jaquetas com modelagem oversize.

Preto, branco, cinza, verde esmeralda, rosa milenial, vinho e amarelo colorem lãs, crepes, sarjas, sedas, oxfords mescla e alfaiatarias, caminhando entre clássico e moderno.

Essa é Essência: transcendente, metamorfoseada, o elo entre corpo e alma formando um, o ser verdadeiro, que contempla a natureza própria de um indivíduo concreto.

Fonte: própria (2018)

5.14 Editorial

Figura 33 - Editorial



Fonte: própria (2018)

6 Considerações Finais

Primeiramente, peço licença ao leitor para escrever esta seção de maneira mais informal e, na condição do “eu” criador, pois acredito que assim conseguirei expressar com mais autenticidade este projeto.

Desenvolver esse trabalho foi um processo complicado e ao mesmo tempo prazeroso e natural. Complicado, pois tive que me conter em relação ao número de informações pertinentes a este estudo, diante da vasta quantidade de teoria que escolhi, tendo que sintetizar para ser objetivo. Outro ponto a destacar foi ter que me conter diante do número de ideias que perpassavam em minha mente no processo de criação, algo que me impulsionava a fazer alterações nos desenhos finais, e, mais uma vez precisei ser objetivo, pois o tempo para defender este TCC era o limite para mim.

Desenvolver uma coleção autoral foi uma experiência prazerosa e espontânea, pois estava mergulhado em temas e teorias que acredito e que me fazem acreditar no profissional que hoje sou.

Nesse projeto utilizei a metodologia de Treptow (2013) por ser didática e favorecer o entendimento tanto de minha parte, quanto do possível leitor. Esta possui sete etapas, mas não utilizamos todas, pois algumas delas têm um viés muito mercadológico, algo distante do objetivo deste trabalho.

A primeira etapa deste estudo concentrou a maior quantidade de referencial teórico e de pesquisas, tendo em vista que essa é a etapa em que o designer levanta todas as informações necessárias para a realização do projeto. É este o momento de colher todo o repertório para embasar a criação. Fase essa, das mais instigantes, pois é nela que vejo o materializar de minhas ideias.

Com isso, pude desenvolver uma coleção de moda, sendo respaldado pela interdisciplinaridade existente entre as artes, o consumo, a percepção visual, o design, demonstrando a importância multidisciplinar do profissional designer.

Quando me reporto à inspiração para o projeto, vem em mente o arsenal de significados que pude extrair de momentos onde a minha sensibilidade foi exacerbada, quer através de uma música, de uma dança ou até mesmo de uma filosofia oriental.

Assim, desenvolvi a coleção intitulada “Essencia”, contendo 24 looks direcionados ao Inverno 2018, coleção essa que possui referências minimalistas, atreladas ao *slow fashion*, onde prevaleceu a harmonia e clareza nas formas, tudo respaldado pelas leis da Gestalt.

A materialização para esta concepção foi iniciada a partir da confecção de 3 looks, escolhidos entre os 24, por serem os mais significativos do ponto de vista conceitual, além de produzir um editorial que agregou profissionalismo a minha criação.

Acredito que os resultados obtidos no presente trabalho podem ser utilizados como referências para futuros projetos acadêmicos, pois tentei demonstrar um caminho possível para quem pretende desenvolver uma coleção de moda autoral. Além de perceber a possibilidade em utilizar, na inspiração, temáticas distintas e, em especial, ligadas a sensibilidade, algo que me possibilitou trilhar um caminho metodológico que uniu a teoria à emoção, algo que transcende a razão e faz criar.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Giselle Asfury de. 2013.** Arte contemporânea : hibridismo e reflexão para o ensino da arte. [Online] 2013. [Citado em: 21 de 12 de 2017.] <http://bdm.unb.br/handle/10483/4472>.
- BARNARD, M. 2003.** *Moda e comunicação*. Rio de Janeiro : Rocco, 2003.
- BAUDRILLARD, Jean. 1991.** *Simulacros e simulações*. Lisboa : Relógio D'Água, 1991.
- CALDAS, Dário. 2004.** *Observatório De Sinais: Teoria e Prática da Pesquisa de Tendências*. Rio de Janeiro : SENAC, 2004.
- CALÍOPE, Thalita Silva. 2015.** Moda e sustentabilidade: uma relação contraditória? Um ensaio sob a perspectiva do ciclo de vida. *ENGEMA USP*. [Online] 2015. [Citado em: 09 de 08 de 2017.] http://engemausp.submissao.com.br/17/anais/resumo.php?cod_trabalho=347.
- CAPELLASSI, Carla Hidalgo. 2010.** Metodologia projetual para produtos de moda e a sua interface com as tabelas de medidas do vestuário. [Online] 2010. [Citado em: 19 de 08 de 2017.] <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/89747>.
- FEATHERSTONE, Mike. 1995.** *Cultura de consumo e pós-modernismo*. [trad.] Julio Assis SIMÕES. São Paulo : Studio Nobel, 1995.
- FERREIRA, Eduardo Camillo Kasperevics. 2008.** .minimalismo, design minimalista e suas influências. [Online] 2008. [Citado em: 24 de 09 de 2017.] [http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Arquitetural/design%20de%20lumin%20E1rias/minimalis mo_design_minimalista_e_suas_influencias.pdf](http://www.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Arquitetural/design%20de%20lumin%20E1rias/minimalis%20mo_design_minimalista_e_suas_influencias.pdf).
- FLETCHER, K. e GROOSE, L. 2011.** *Moda e sustentabilidade: design para mudança*. [trad.] Janaína Marcoantonio. São Paulo : SENAC, 2011.
- FLETCHER, K. 2011.** *Sustainable Fashion & Textiles - Design Journeys*. s.l. : Earthscan, 2011.
- FRACCAROLI, Caetano. 1952.** A percepção da forma e sua relação com o fenômeno artístico: o problema visto através da gestalt (psicologia da forma). [Online] 1952. [Citado em: 10 de 01 de 2018.] http://www.fau.usp.br/atelier/A_percepcao_da_forma_e_sua_relacao_com_o_fenomeno_artistico.pdf.
- GIDDENS, A. 2002.** *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro : Zahar, 2002.
- GOMES FILHO, João. 2009.** *Gestalt do objeto: Sistema de leitura visual da forma*. 9. São Paulo : Escrituras Editora, 2009.
- HOLT, T. 2009.** Is the time right for Slow Fashion? *Is the time right for Slow Fashion?* [Online] 10 de Fevereiro de 2009. [Citado em: 17 de 10 de 2017.] <https://www.csmonitor.com/The-Culture/2009/0210/p17s01-lign.html>.
- JONES, S. J. 2002.** *Fashion Design*. New York : Watson-Guptill Publications, 2002. p. 191.
- JUNG, S. e JIN, B. 2014.** A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry. [Online] 2014. [Citado em: 27 de 08 de 2017.] <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/ijcs.12127/full>.
- JUVENAL, Rodrigo Vignoli. 2008.** Sobre o espaço e a percepção do minimalismo: Notas sobre obras de Robert Morris e Dan Flavin. [Online] 2008. [Citado em: 21 de 12 de 2017.] <http://aisthe.ifcs.ufrj.br/vol%20II/VIGNOLI.pdf>.
- KOREN, Leonard. 2013.** The Beauty of Wabi Sabi. [Online] 2013. [Citado em: 09 de 11 de 2017.] <http://www.dailygood.org/pdf/dg.php?sid=418>.
- KOTLER, Philip. 1998.** *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. 5. São Paulo : Atlas, 1998.

- KOTLER, Philip e KELLER, Kevin Lane. 2006.** *Administração de marketing*. 12. São Paulo : Pearson Prentice Hall, 2006.
- LIPOVETSKY, Gilles. 2007.** *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. São Paulo : Companhia das letras, 2007.
- . **2009.** *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. [trad.] Maria Lucia Machado. São Paulo : Companhia das letras, 2009.
- MACIEL, E. J. C. e MIRANDA, A. P. de. 2009.** *DNA da Imagem de Moda*. 2009.
- MARTIN, Richard.** Wabi-Sabi. <http://dt.pepperdine.edu>. [Online] [Citado em: 14 de 11 de 2017.] http://dt.pepperdine.edu/courses/greatbooks_v/gbv_101/Wabi-%20Sabi.PDF.
- MCCRACKEN, Grant. 2003.** *Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. [trad.] Fernanda Eugenio. Rio de Janeiro : MAUAD, 2003.
- MINIMALISMO. 2015.** ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. [Online] 2015. [Citado em: 26 de 08 de 2017.] <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3229/minimalismo>.
- MIRANDA, Ana Paula. 2008.** *Consumo de moda: a relação pessoa-objeto*. São Paulo : Estação das letras, 2008.
- MIRANDA, Ana Paula e ROCHA, Ana Raquel. 2016.** *Consumo e restrição: mulçumanas, moda e identidade*. 2016.
- MIRANDA, Bruna. 2014.** Slow Fashion: o que é esse movimento, que veio para ficar, e transformar. *reviewslowliving.com.br*. [Online] 24 de setembro de 2014. [Citado em: 10 de 07 de 2018.] <https://reviewslowliving.com.br/2014/09/24/slow-fashion-o-que-e-esse-movimento-que-veio-para-ficar-e-transformar/>.
- . **2016.** Wabi Sabi: a arte e a beleza da imperfeição. [Online] 2016. [Citado em: 09 de 11 de 2017.] <https://reviewslowliving.com.br/2016/02/17/wabi-sabi-a-arte-e-a-beleza-da-imperfeicao/>.
- MONTEMEZZO, Maria Celeste de Fátima Sanches. 2003.** Diretrizes metodológicas para o projeto de produtos de moda no âmbito acadêmico. [Online] 2003. [Citado em: 14 de 07 de 2017.] <http://hdl.handle.net/11449/97020>.
- MOTA, Dora. 2013.** Gente feliz com menos. *Gente feliz com menos*. [Online] 19 de Junho de 2013. [Citado em: 10 de Junho de 2016.] <https://www.dn.pt/revistas/nm/interior/gente-feliz-com-menos-3275609.html>.
- MUNARI, Bruno. 2002.** *Das Coisas Nascem Coisas*. 2. s.l. : Martins Fontes, 2002.
- NEGRETTO, Luciana Webster. 2013.** As relações entre a dinâmica pós-moderna e o consumo minimalista. *As relações entre a dinâmica Pós-moderna e o consumo minimalista*. [Online] 2013. [Citado em: 20 de Maio de 2016.] <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/graduacao/article/view/17827>.
- POLLINI, Denise. 2007.** *Breve História da Moda*. São Paulo : Claridade, 2007.
- ROJAS, Angelina Accetta e MOCARZEL, Marcelo Maia Vinagre. 2015.** Da cultura visual à cultura material: o minimalismo como forma de expressão na sociedade de consumo. [Online] jul./dez. de 2015. [Citado em: 29 de 08 de 2017.] https://www.researchgate.net/publication/319174189_Da_cultura_visual_a_cultura_material_o_minimalismo_como_forma_de_expressao_na_sociedade_de_consumo.
- SÊGA, Marília e SOUZA, Patrícia. 2016.** As contribuições da gestalt no processo de análise e leitura de imagens de moda. *revistas.utfpr.edu.b*. [Online] 2016. [Citado em: 01 de 07 de 2018.] <http://revistas.utfpr.edu.br/ap/index.php/iconica/article/view/91>.
- SEGABINAZZI, Rodrigo Costa. 2015.** Subculturas e cultura de consumo: diferenciações e uma agenda de pesquisa para o Brasil. *Subculturas e cultura de consumo: diferenciações e uma agenda de pesquisa para o Brasil*. [Online] 02 de Dezembro de 2015. [Citado em: 12 de Junho de 2016.] <http://www.ijbmkt.org/index.php/ijbmkt/article/view/6>.

SEQUEIRA, Maria Luísa Paiva. 2013. O minimalismo nas produções escultórica e arquitetónica. [Online] 2013. [Citado em: 28 de 12 de 2017.] <http://hdl.handle.net/10451/8680>.

slowmovementportugal. *Slow Movement Portugal*. [Online] [Citado em: 15 de 10 de 2017.] <http://www.slowmovementportugal.com/>.

SOLOMON, Michael R. 2002. *O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo*. [trad.] Lene Belon RIBEIRO. 5. Porto Alegre : Bookman, 2002.

SORGE, R. e UDALE, J. 2009. *Fundamentos de Design de Moda - Tecidos e Moda*. Porto Alegre : Bookman, 2009.

TASCHNER, Gisela B. 2000. Lazer, cultura e consumo. *scielo*. [Online] 2000. [Citado em: 03 de 08 de 2017.] Revista de Administração de Empresas vol.40 no.4 São Paulo out./dez.. http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902000000400004&lng=pt&tlng=pt.

TREPTOW, Doris. 2013. *Inventando moda: planejamento de coleção*. São Paulo : Edição da aurora, 2013.

Victoria's, Secret. 2017. *Victoria's Secret Fashion Show 2017*. s.l. : Victoria's Secret Stories Brand Management, 28 de novembro de 2017.

—. **2017.** *Victoria's Secret Fashion Show 2017*. s.l. : Victoria's Secret Stories Brand Management, 28 de 11 de 2017.

Vicunha, Têxtil. 2017. VTRENDS The trend guide of Vicunha Têxtil. *vipreview*. [Online] Vicunha Têxtil, 2017. [Citado em: 14 de 09 de 2017.] <http://www.vipreview.com.br/data/files/3B/A7/EB/57/36ECB5101A09B7B5B318F9C2/VTRENDS17%20AF%2004%2017%20SINGLE%20BAIXA.pdf>.

VIGNELLI, Massimo. Minimalismo. <http://www.claudiosilvestrin.eu>. [Online] [Citado em: 16 de 12 de 2017.] http://www.claudiosilvestrin.eu/mobile/index.php?option=com_content&view=article&id=115&Itemid=24.

Watson, M. e Yan, R. 2013. An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. [Online] 2013. [Citado em: 17 de 09 de 2017.] <www.emeraldinsight.com/1361-2026.htm>.

Glossário

Slow Fashion: moda lenta;

Fast Fashion: moda rápida;

Aisthesis: percepção, sensação;

Shapes: formas;

Slow Living: viver devagar;

Links: conexões;

Hygge Style: Este termo não tem tradução para o português e surgiu de uma palavra norueguesa que significa “bem-estar”;

Savvy Worker: macro tendência voltada pro estilo minimalista e confortável;

Universal Tribes: macro tendência que propõe uma conexão entre global e local;

Project Empowerment: macro tendência que faz referencia a geração que nasceu com a informação na palma das mãos;

Relaxed: relaxado; casual;

Street Style: moda de rua;

Soft: suave, flexível;

Oversize: de tamanho exagerado;