

Desenvolvimento de uma coleção de moda inspirada na Art Nouveau e com modelagens diferenciadas para a confecção em malha¹.

Greice Fernanda Ferreira²

Elen Makara³

RESUMO

A região do Vale do Itajaí é reconhecida como um dos maiores polos têxteis do mundo. Destaca-se com produção de artigos em malharia para vestuário. Tratando das cidades de Blumenau e Gaspar é importante salientar seus destaques na economia regional, por possuir inúmeras indústrias têxteis instaladas na região. Em virtude das observações empíricas realizadas, verificou-se que nas empresas de confecções da cidade de Blumenau e região, a grande maioria confecciona peças em malha com modelagens básicas, que sofrem poucas alterações de detalhes entre um modelo e outro. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma coleção de moda inspirada na Art Nouveau, e utilizar a inovação incremental como melhoria ao criar modelagens diferenciadas para a confecção em malha. Os procedimentos técnicos foram divididos em 3 fases: 1) Pesquisa bibliográfica 2) Desenvolvimento do Book de Coleção e 3) Materialização. Como resultado apresenta-se uma coleção de dez looks, dos quais dois foram selecionados e confeccionados para o desfile.

Palavras-Chave: Desenvolvimento de coleção de moda. Modelagem em malha. Inovação. Art Nouveau.

1 INTRODUÇÃO

Santa Catarina, é um estado digno de diversos destaques, como por exemplo, a Região do Vale do Itajaí, é descrita como o polo têxtil mais avançado e um dos maiores polos têxteis do mundo, bem como o principal polo exportador de confecções de malha e artigos de cama, mesa e banho do Brasil. Tendo a base dos artigos têxteis produzidos a partir do algodão, destaca-se com a produção de artigos em malharia para vestuário (SEBRAE, 2015). Com foco na cidade de Blumenau e Gaspar, é importante salientar seus destaques na economia regional, por possuir inúmeras indústrias têxteis instaladas na região, tornou-se o segundo polo têxtil do estado de Santa Catarina (NSC, 2012). Conforme o relatório do Município de Blumenau, a confecção em vestuário se enquadra em primeiro lugar no grupo de atividades econômicas do estado e em terceiro lugar na fabricação em artigos de malharia (SEBRAE, 2013). E em Gaspar a confecção do

1 Artigo científico elaborado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina.

2 Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: greice@grace.ind.br

3 Orientador. Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: elen.makara@ifsc.edu.br

vestuário encontra-se em primeiro lugar no ranking de principais atividades econômicas (SEBRAE, 2013).

Porém conforme as projeções do SENAI, para a indústria de confecção, há indicações que o Brasil não tem capacidade de oferta de profissionais para crescer 5% ao ano: faltam não apenas técnicos de nível médio, mas também engenheiros, executivos e mesmo profissionais de alta qualificação científica e tecnológica. Segundo o estudos do SENAI, muitas dessas empresas estão com até 20% de suas máquinas paradas por falta de mão-de-obra qualificada, ou seja, pessoas que não tem capacidade em trabalhar com artigos mais elaborados, com acabamentos mais sofisticados, sendo assim as empresas se veem obrigados a importar peças diferenciadas para atender seu público. A baixa qualificação estende-se em todos os setores de produção, como costureiras, modelistas e estilistas (AUDACES, 2013).

Em virtude das observações empíricas realizadas, verificou-se que nas empresas de confecções da cidade de Blumenau e região, a grande maioria confecciona peças em malha com modelagens básicas, que sofrem poucas alterações de detalhes entre um modelo e outro. Entre os motivos desta prática provavelmente está a facilidade de confeccionar o produto, e conseqüentemente, para o profissional que se dispõem a confeccionar um produto básico, pode ser paga uma baixa remuneração (SEBRAE, 2015).

Outra dificuldade que as empresas de confecções encontram na região é a escassez de mão-de-obra qualificada, vindo como um freio o crescimento do setor de confecção para da região (SEBRAE, 2015). Desta maneira torna-se difícil encontrar confecções que trabalham com modelos diferenciados.

O tema geral deste trabalho de conclusão de curso (TCC), foi proposto Manifesto Criativo. São manifestações do que acontece nos dias atuais em vários aspectos, culturais, sociais e mercadológicos (WGSN, 2019). Desse tema geral, foi escolhido o subtema Art Nouveau que se relaciona com o tema geral, visto que o movimento artístico significa, arte nova, que de modo geral tentou refletir as inovações da sociedade industrial. Diante disso o objetivo geral deste trabalho é desenvolver uma coleção de moda inspirado na Art Nouveau com modelagens diferenciadas para confecção em malha.

Esta pesquisa justifica-se, portanto, porque as empresas da região, estão localizadas em um polo de confecções de vestuário em malharia, e poderiam utilizar das

modelagens diferenciadas, e sem grande dificuldade de costura, para inovar seu produto, visto que ampliaria as opções ao consumidor. De acordo com uma pesquisa de inovação (Pintec), entre 2012 e 2014 realizado pelo IBGE, as empresas de confecção e têxteis inovam mais em termos organizacionais ou de marketing do que de produto ou processo. Por esse motivo, muitas vezes, gerando peças repetitivas com poucas variações nos modelos ofertados e/ou ocorrendo a cópia no universo da moda, havendo cada vez mais produtos de estilistas que são copiados e vendidos por preços inferiores ao original (SEBRAE, 2017, sem paginação).

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Manifesto criativo

Para o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, foi proposto como tema geral o conceito Manifesto Criativo, que representa as inúmeras formas de pensar a respeito de algo ou algum acontecimento de forma a causar impacto, tanto externamente, como internamente. São manifestações que acontecem nos dias atuais em relação à política, às culturas, às ideologias e que impulsionam as pessoas a saírem de sua zona de conforto, explorando a busca de novos resultados, optando por algo inovador. Essas manifestações são levantadas a título de transformação social e para a contribuição do crescimento da sociedade em diversos aspectos (WGSN, 2019).

As manifestações vão além de simplesmente ir às ruas com placas, mas sim, um incentivo à criatividade, e ações futuras que surtem efeitos a médio e longo prazo, como unir-se à partidos econômicos, subculturas e movimentos de resistência, infiltrar-se a instituições, estimular novos discursos, projetar sistemas e não somente coisas. Portanto esse desconforto precisa estimular novas ações criativas, para revigorar os negócios e o design e impulsar um novo futuro (WGSN, 2019).

2.2 Art Nouveau

O desejo de buscar um estilo que refletisse e acompanhasse as inovações da sociedade na Era industrial. “O Art Nouveau é um fenômeno novo, imponente, complexo, que deveria satisfazer o que se acredita ser a “necessidade da arte” da comunidade

inteira” (ARGAN, 1992, p. 199). O movimento surgiu no final do XIX, incentivou a criação de novos designs para se aliar a produção industrial, tendo em vista a sinalização de uma mudança estética nas artes, pois os movimentos artísticos da época eram expressados através do “Romantismo, que criticava as mudanças da sociedade industrial e buscava refúgio na natureza” (SOUSA, 2018). Do Neoclassicismo, que se baseou no renascimento do clássico, do Realismo que representava a natureza, do Impressionismo, que pintava figuras idealizadas (ARGAN, 1992). E a Art Nouveau surgiu para romper com as tradições, as culturas existentes, o movimento artístico que veio para mudar o que era comum, trouxe uma nova proposta de design, estimulando a beleza. A sociedade queria uma arte que comunicasse as mudanças industriais (MARTINS, 1998). Pois o movimento foi como uma reação a esse cenário, quando as artes estavam sendo banalizado, “ela surgiu para recuperar o gosto perdido da beleza” (FEIST, 2006, p.59). A Figura 1 apresenta algumas das características do Art Nouveau.

Segundo Argan (1992, p.199)

[...] “Art Nouveau tem certas características constantes: 1) a temática naturalista (flores e animais); 2) a utilização de motivos icônicos e estilísticos, e até tipológicos, derivados da arte japonesa; 3) a morfologia: arabescos lineares e cromáticos; preferência pelos ritmos baseados em curvas e suas variantes (espiral, voluta etc.) [...]

Figura1 - Característica da Art Nouveau



Fonte: Pinterest (2019).

Este movimento artístico foi criado fora do contexto em que as vanguardas artísticas surgem, atingindo vários setores artísticos, como o design, a arquitetura, as

artes decorativas, as artes gráficas e as artes imobiliárias. Ele teve início especificamente na França na década de 1830 e prevaleceu em destaque nas artes até o final de 1920 (EDUCABRAS, 2018).

A Art Nouveau foi mais popular na Europa, e esteve muito em evidência no período conhecido como *Belle Époque*. A expressão “Art Nouveau”, significa "arte nova".

Conforme Rodge (2019, p.16)

Ele foi chamado de um nome diferente em cada lugar: na Grã-Bretanha, Art Nouveau; na Espanha e na Catalunha, Modernismo e Modernisme; na Dinamarca, na Noruega e na Alemanha Jugendstil; na Itália, Stile Liberty ou Stile Floreale.

Por ser criado no período da era industrial, a sua associação com a produção industrial é de uma característica forte. “Assim o Art Nouveau um estilo “moderno”, corresponde ao que na história econômica da civilização industrial é chamado de “o fetichismo da mercadoria” (ARGAN, 2019, p.16).

Neste tópico se apresentou Art Nouveau e suas características, a seguir será apresentado inovação e como linkar os dois em uma coleção de moda.

2.3 Inovação no setor de confecção.

Inovar é uma atividade que requer o uso de diferentes ferramentas que proporciona às empresas uma maior geração de valor, através da proposição de novos significados para produtos e serviços (MANUAL DE OSLO, 1997). A definição inovação é a implementação lucrativa de uma criatividade estratégica (DUNDON, 2002).

Tendo em vista que as empresa de confecções para se manter no mercado também precisam percorrer o caminho da inovação. E as inovações caracterizam-se em dois tipos: 1) inovação radical 2) inovação incremental. Atualmente as empresas de pequeno porte, ainda enfrentam maior desafio quanto as inovações tecnológicas, por não terem capitais para grandes investimentos (KACHBA; HATAKEYAMA, 2012). Por isso é comum que as empresas introduzam essas novidades na administração, na organização ou na maneira de produzir bens ou serviços, independe de ser fabricados a partir dela. A inovação não representa necessariamente uma mudança radical. A maior parte da inovação é incremental, uma sequência de um processo de melhoria contínua (COTEC, 2008, p. 34)

É preciso identificar em quais tipos de inovação a empresa empreendedora visualiza melhoria de seu negócio, e ajustar as atividades conforme o cenário imposto pelo mercado. As formas de melhorias nas características do produto ou em ganhos de produtividade (CHAGAS, 2017).

A inovação é o único caminho possível para empresas que querem estar preparadas para atender a nova era do consumo e enfrentar a concorrência, pois com o mercado em constante mudança, o consumidor está sempre antenado e exigente, deseja adquirir produtos e serviços com custo atraente, qualidade perceptível (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011).

A inovação radical é quando alguma coisa que traz uma grande novidade em termos de tecnologia, estrutura ou operação. Promove alguma alteração no status, que normalmente, faz com que os produtos que substitui se tornem obsoletos em poucos anos. Costuma afetar várias indústrias de uma vez só e obriga o mercado a se readequar a esse novo paradigma, as vezes é chamada também de Inovação disruptiva. Inovações Radicais costumam exigir um investimento pesado em desenvolvimento. Muitas vezes necessário grandes esforços em marketing para educar o público-alvo sobre a necessidade e forma de uso do novo item (CHAGAS, 2017).

Já a inovação incremental, conhecida também como “inovação marginal” ou “inovação de sustentação”, são pequenas melhorias que não se alteram de forma excessiva. É uma mudança acrescentada nos produtos e serviços já existentes. Uma sequência constante de inovações incrementais pode fazer uma empresa conseguir diferenciar de seus competidores a médio e longo prazo. Este tipo de inovação não exige aplicação de alto valor capital (CHAGAS, 2017).

De acordo com uma pesquisa de inovação a Pesquisa de Inovação Tecnológica (PINTEC), realizada pelo IBGE, entre 2012 e 2014 as empresas de confecção e têxteis inovam mais em termos organizacionais ou de marketing do que de produto ou processo. Por isso muitas vezes, geram peças repetitivas com poucas variações nos modelos ofertados (SEBRAE, 2017). Ao desenvolver e lançar inovações de produto, o foco principal da empresa é o aumento da receita de vendas. Pode-se inovar em busca da redução de custo e conseqüentemente, maior margem de lucro (CARVALHO; REIS; CAVALCANTE, 2011, p.28).

Este trabalho propõe utilizar da inovação incremental como técnica de melhoria nas modelagens desenvolvidas, ao criar peças diferenciados no vestuário. Sem utilizar

de máquinas tecnológicas para o desenvolvimento dos mesmos.

2.4 Modelagem

Modelagem é a técnica responsável pela construção de peças do vestuário, através de leitura e interpretação de modelo específico. Tal procedimento implica na tradução das formas da vestimenta, estudo da silhueta, tecidos entre outros elementos da peça a ser produzida (ROSA, 2012).

Tendo em vista que a modelagem precisa ser uma técnica de ampla precisão e utilização na indústria de confecção ela pode ser dividida em três tipos distintos: 1) bidimensional ou plana, 2) modelagem vetorizada e 3) tridimensional ou *moulage*.

A modelagem bidimensional ou plana é iniciada a partir de uma tabela de medidas. Com esses dados, o modelista faz uma transposição gráfica do desenho, figura ou peça para o papel (SABRÁ, 2009, p. 97). É preciso adquirir um conjunto de equipamentos para a execução dos moldes como: réguas, curvas francesas, esquadros e outros instrumentos de medição através de linhas retas, curvas, paralelas e perpendiculares dão início aos moldes (WINIFRED, 2014, p. 12).

A modelagem vetorizada, o chamado CAD, desenho auxiliado por computador (em inglês **Computer Aided Design**), é iniciada a partir da modelagem bidimensional, inserida de forma vetorial, no qual o processo é informatizado. A interpretação dos conceitos através do processo de modelagem faz com que os resultados sejam, espetaculares e inovadoras, (AUDADES,2013).

A modelagem tridimensional, também conhecida como *moulage* (termo em francês) ou *drapping* (termo em inglês), é fundamentada e construída a partir de um manequim industrial acolchoado, seja feminino, masculino ou infantil. Este tipo de modelagem consiste desenvolver o modelo com precisão e proporciona maiores acertos no quesito vestibilidade da peça (SABRÁ, 2009, p. 95).

O profissional de modelagem precisa conhecer todas as ferramentas existentes para saber como adequá-las a cada situação, pois as técnicas de modelagem apresentam suas particularidades. No desenvolvimento das modelagens teremos duas diferenciações quanto a execução, sendo uma para malharia e outra para tecidos planos (SABRÁ, 2009).

Os tecidos de malha, devido à sua elasticidade, moldam-se às formas do corpo

com naturalidade, ao contrário do tecido plano que necessita de ajustes como recortes e pences concebidos na modelagem (MENDES *et al.*, 2010). Para o desenvolvimento da modelagem em malha, não há necessidades de pences para o ajuste ao corpo, a própria malha proporciona esse resultado, por causa de sua elasticidade. É necessário considerar a porcentagem de redução no molde, para que possibilite o alongamento da malha, sem ficar visualmente esticado e sem comprometer o resultado final da peça. Ainda dependendo do tipo de molde, é fundamental compreender que não são todas as medidas que devem ser reduzidas. Além do fator elasticidade, é importante compreender a direção do alongamento da malha “é importante entender que diferentes tecidos de malha alongam em quantidades diferentes, e cada fator de elasticidade deve ter seu próprio conjunto de blocos básicos” (RICHARSDON, 2008, p.4, tradução nossa).

O tecido plano conforme Duarte (2013, p. 18), “[...] é formado pelo entrelaçamento da trama e do urdume”, que por conta disso, sua construção tende a ter sua elasticidade reduzida, comparada a malha, e apresentam uma superfície mais plana. Sendo assim as modelagens são mais precisas com relação as medidas do corpo. Segundo Jones (2009), a modelagem plana parte de uma tabela de medidas previamente determinada e utiliza-se um eixo cartesiano para esse desenvolvimento. De acordo com as etapas da modelagem plana, ela deve ser desenvolvida partindo do projeto pré-estabelecido pelo designer contido na ficha técnica do produto. Portanto dependendo do produto a ser desenvolvido é sempre necessário analisar qual técnica será o mais apropriado a ele.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Metodologia da pesquisa

A pesquisa classifica-se de natureza aplicada, pois “são voltadas à aquisição de conhecimentos com vistas à aplicação numa situação específica” (GIL, 2017, p.26), visto que tem foco no desenvolvimento de uma coleção inspirado na Art Nouveau e com proposta de inovações na modelagem em malha sem dificultar a costura.

A abordagem da pesquisa é classificada qualitativa, pois foi realizada uma coleta de dados sobre o problema, afim de analisá-los, identificá-los e compreendê-los a partir da interpretação do autor constatar uma possível solução (GIL, 2017)

O objetivo caracteriza-se como exploratório, pois foi realizado uma pesquisa

bibliográfica para aprofundamento teórico (GIL, 2017). A pesquisa realizada teve como finalidade proporcionar mais informações sobre o tema: Art Nouveau, inovação, tipos de inovações e modelagens femininas.

Os procedimentos técnicos foram divididos em três fases: 1) Pesquisa bibliográfica, relaciona sobre os temas abordados na fundamentação teórica, Manifesto criativo, Art Nouveau, Inovação no setor da confecção, Modelagem e Modelagem e sua particularidade. 2) Desenvolvimento do Book de Coleção é a fase executada após a pesquisa do tema, subtema e conceito, pesquisa do público-alvo, painel lifestyle do público, pesquisa e elaboração de parâmetros de coleção, definição e elaboração de cartela de cores, pesquisa e elaboração da cartela de tecidos, pesquisa e elaboração da cartela de aviamentos, definição do design têxtil (Elementos de design), geração de alternativas e fazer desenhos técnicos. 3) Materialização é a fase da confecção dos dois looks escolhidos. Inicialmente, feito as modelagens dos dois modelos, após isto, é confeccionado os protótipos para teste. Aprovado os testes, os modelos finais são produzidos.

O Quadro 1 apresenta a caracterização desta pesquisa de acordo com a natureza, abordagem, objetivo e procedimentos técnicos.

Quadro 1 □ Caracterização da Pesquisa

Caracterização da Pesquisa			
Natureza	Aplicada		
Abordagem	Qualitativa		
Objetivo	Exploratória		
	Fase 1	Fase 2	Fase 3
Procedimentos Técnicos	Pesquisa Bibliográfica	Desenvolvimento do Book de Coleção	Materialização

Fonte: Elaborado pela autora, com base em GIL (2017).

3.2 Metodologia do projeto de produto

Para o desenvolvimento da coleção, foi utilizada a metodologia de Doris Treptow (2013), a qual diz que uma coleção de moda deve combinar com o “perfil do consumidor

(estilo, poder aquisitivo), identidade da marca, tema da coleção e proposta de cores, materiais e silhuetas”. As etapas utilizadas para o desenvolvimento da coleção estão apresentadas no Quadro 2.

Quadro 2 - Planejamento de Moda

Etapas Treptow (2013)	Ações
Planejamento	Mix de Produtos: definição dos looks.
	Pesquisa de Tendência
Design	Tema: pesquisa elaboração painel e desenvolvimento texto poético.
	Cartela de Cores: escolha das cores na coleção.
	Cartela de Tecidos: escolha das malhas a serem utilizadas.
	Cartela de Aviamentos
	Esboços/Desenhos de Moda: rascunhos do que costuma caracterizar seus croquis.
	Desenho Técnico: representação gráfica do seu desenho.
	Desenho de Estamparia e Bordado: design têxtil desenvolvido para a coleção.
Desenvolvimento	Modelagem: desenvolvimento no papel dos modelos selecionados.
	Protótipo: teste realizados antes para a prova e aprovação.
	Produção: corte e costura da peça final.
Promoção e Comercialização	Lançamento de Divulgação: desfile de moda.

Fonte: Elaborado pela autora com base em Treptow (2013).

A descrição das etapas e ações da Metodologia de projeto do produto, estão explicadas no tópico 4, sobre o Book de coleção.

4 BOOK DE COLEÇÃO

4.1 Tema/Conceito da coleção

Conforme Treptow (2013, p 83), “tema é a história, o argumento a inspiração de uma coleção.” E para Seivewright (2015) o painel conceito deve contar a história da pesquisa feita para a coleção, apresentando uma seleção de informações para inspirar e explorar um conceito. É a essência de uma boa coleção, na qual o designer explora

seus interesses e sua personalidade, tornando-a única e pessoal. O tema escolhido para esta coleção foi a “Art Nouveau”.

Apresenta-se texto autoral sobre este tema, elaborado pela autora: “Uma inspiração romântica, com curvas de beleza, com traços lineares, com profundidades impecáveis. Assim és ó bela criação, traz consigo vasta inovação. Inconfundível obra prazerosa, não só obra, mas modo de vida. Com belos contornos, você exprime o que há de mais formoso. Quero olhar pra você e me inspirar, saber que encontro dentro de mim algo a melhorar. Leve sempre consigo esse modo de olhar, carregue as mudanças que queremos ver”, Figura 2.

Figura 2 – Painel subtema/ conceito de coleção



Fonte: A autora (2019).

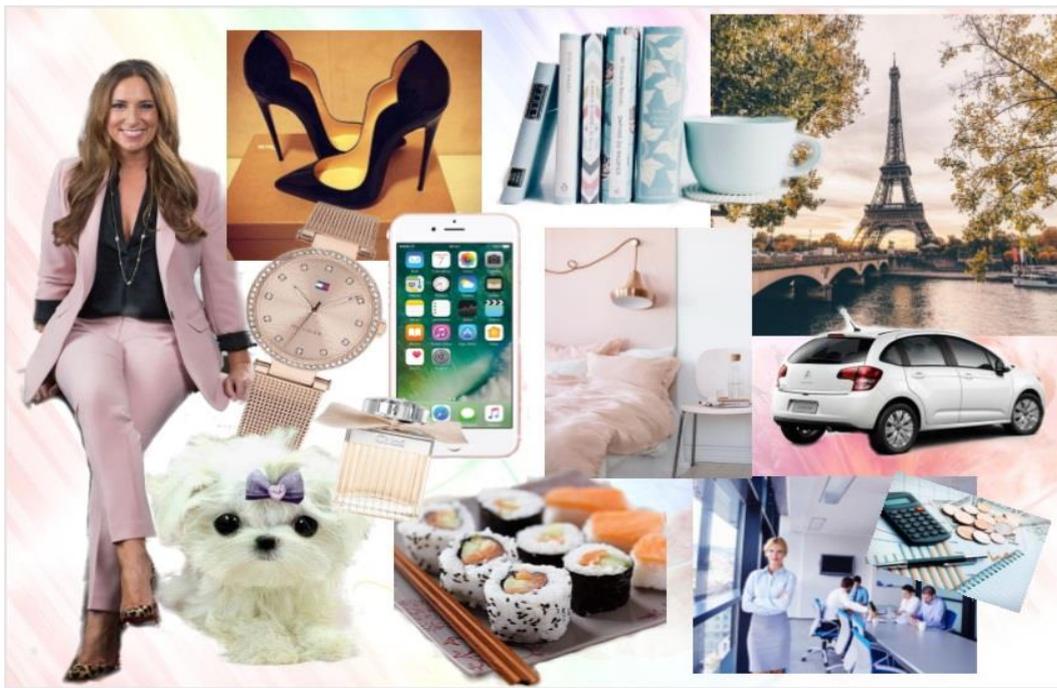
4.2 Lifestyle do público-alvo da coleção

Conforme Treptow (2013, p 46), “[...] por consumidor entendemos o usuário final de um produto, enquanto comprador é aquele que realiza a aquisição”. E também é importante considerar para quem está criando representar este público por meio de imagens que remetam o estilo de vida (SEIVEWRIGHT, 2015).

Assim sendo, o público-alvo desta coleção é composto por mulheres entre os 25 e 35 anos, que pertencem as grandes metrópoles e gostam de um estilo de vida agradável. Usufruem da globalização. Trabalham em horários comerciais, sempre bem informada dos acontecimentos atuais, leem bons livros e são formadoras de opiniões.

Mulheres sensíveis, dedicadas e já sabem seu próximo destino de viagem. Suas peças combinam conforto, elegância e sofisticação, transmitindo uma imagem clássica e com ar de seriedade. Sua casa é aconchegante, possui um cachorrinho como companhia, ela adora animais. Possui uma vida independente e não se importa em fazer uma boa aquisição, como um bom carro, um bom celular e um excelente perfume. Cuida de sua alimentação e adora comida japonesa, Figura 3.

Figura 3 – Painel Lifestyle



Fonte: Autora (2019).

4.3 Parâmetros da Coleção

Para Treptow (2013, p 102), “[...] o designer deve coletar todo tipo de informação e materiais que possam servir de suporte para o desenvolvimento da coleção através de pesquisa primária e secundária. “Fontes primárias são os registros que você fez a partir de fonte original. E fontes secundárias, por sua vez, são os dados já existentes que podem ser encontrados em livros, internet, jornais e revistas” (SEIVEWRIGHT, 2015).

Para esta coleção a proposta foi criação de um guarda roupa sofisticado e clássico. A tendência de peças em alfaiataria contemporânea traz peças com detalhes minimalistas, tecidos fluidos e planos que remetem sensibilidade. As modelagens são ao

As cores apresentadas na Figura 5 são encontradas no painel tema e foram pensadas no público-alvo desta coleção, com a intenção de transmitir a sensação de leveza, suavidade e inovação. Tons neutros e tons pastéis, com a cor preta e marsala destaca-se a elegância e o branco que é essencial em todas as coleções conforme afirma Treptow (2013).

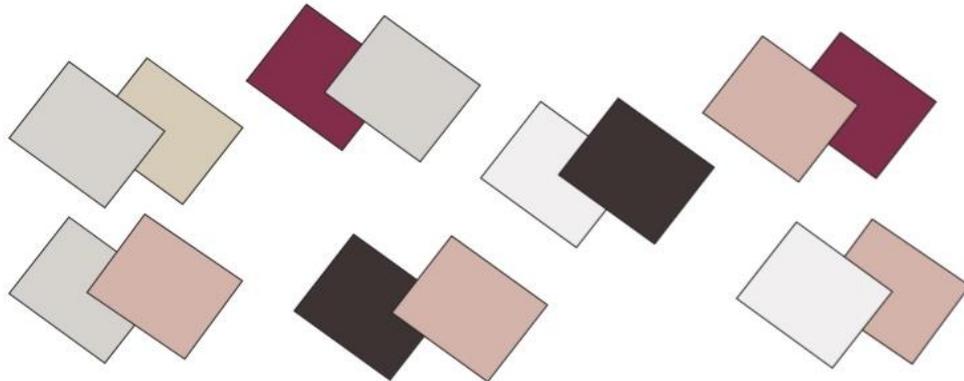
Figura 5– Painel de cores



Fonte: Autora, 2019.

As combinações de cores, conforme a Figura 6, foram combinadas de forma harmoniosa que ajudam a valorizar a feminilidade e delicadeza desta coleção, com combinações neutras, com detalhes contrastantes para evidenciar os traços da Art Nouveau.

Figura 6 – Harmonia de Cores



Fonte: Autora, 2019.

4.5 Materiais: Malhas

Tecidos são a matéria-prima do designer de moda. É por meio dos tecidos que as ideias do designer serão transformadas em produtos de vestuário (TREPTOW, 2013). A seleção do tecido para uma roupa é, muitas vezes essencial para o seu sucesso. O tecido é um elemento tanto visual quanto sensorial no design de moda (SEIVEWRIGHT, 2015). A partir da proposta da coleção, e visualizado na Figura 7, serão utilizadas malhas mais estruturadas e com grande porcentagem de elasticidade, como o scuba crepe de malha e o neoprene para as propostas de looks mais armados e volumosos, e a helanca com uma gramatura menor para os looks com caimento e leveza.

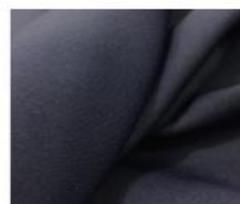
Figura 7 – Cartela Malhas



Scuba Crepe Malha
95% POLIÉSTER 5%
ELASTANO
Adar Tecidos



Helanca
96% Poliéster
4%Elastano
Exclusiva



Neoprene
91% POLIÉSTER
9% ELASTANO
Menegotti



**Entretela Branca
Comercial Rosa**

Fonte: Autora 2019.

4.6 Aviamentos

Os aviamentos são materiais para criar acabamentos em roupas e acessórios, podem ser usados para fins decorativos ou podem ser funcionais, o seu uso varia de acordo com cada segmento têxtil dentro da indústria (FRINGS, 2012). Conforme figura 8, serão utilizados botões diferenciados para fechamentos e também decorativos, as fitas de veludos será usado nas peças para evidenciar os traços e contornos da Art Nouveau, bojos para sustentação, entretela para firmeza dos tecidos, diferentes zíperes para fechamentos e as fivelas para detalhes.

Figura 8 – Cartela de Aviamento



Fonte: Autora, 2019

4.7 Design Têxtil da coleção

“Criar, em moda, significa gerar novos arranjos para cores, texturas e formas através de tecidos ou outros materiais e aviamentos. O talento do designer reside em utilizar essas ferramentas para combinações originais” (TREPTOW, 2013, p. 124). “[...] a pesquisa de textura o levará ao tecido e a muitas características e acabamentos diferentes disponíveis” (SIEVEWRIGHT, 2015). O design têxtil será desenvolvido para agregar a caracterização da Art Nouveau à peça. Consiste nos apliques em pedrarias fruta cor, em formas de flores, linhas curvas e ondulantes para adornar a peça, que

serão desenhados pela autora e produzidos pela empresa especializada. Conforme Imagem 9.

Figura 9 - Design Têxtil



Fonte: Autora, 2019

4.8 Mix de produtos

O mix de produtos refere-se à variedade de produtos oferecidos por uma empresa. Pode ser avaliado mediante a sua abrangência, sua extensão e sua profundidade (TREPTOW, 2013). No Apêndice A: Encontra-se o Mix de Produto por família. No Apêndice B: Encontram-se os dois croquis de moda que foram confeccionados, materializados e seus respectivos desenhos técnicos.

Quadro 3 – Mix de Produtos

Público feminino, segmento casual/sofisticado, coleção primavera/verão.

Looks	Família 1 – Scuba Malha Crepe				Família 2 - Helanca			Família 3 – Neoprene		
	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4	Look 1	Look 2	Look 3	Look 1	Look 2	Look 3
Top		Blusa	Blusa	Blusa longa			Blusa	Colete Longo	Blusa	
Bottom		Saia	Pantacourt	Calça			Saia	Blusa	Pantacourt	
Outwear								Calça		
One Piece	Vestido				Vestido	Macacão				Macacão
Complementos										
Total:	17 peças									

Fonte: Autora 2019

4.9 Coleção

“Coleção é uma reunião ou conjunto de peças de roupas e/ou acessórios que possuam alguma relação entre si” (TREPTOW,2013). A Figura 10 e 11 apresentam a coleção desenvolvida para este trabalho.

Figura 10 – Mapa Coleção Conceitual



Fonte: Autora 2019

Figura 11 – Mapa Coleção Comercial



Fonte: Autora 2019

5 MATERIALIZAÇÃO

5.1 Desenvolvimento do Look 1

Treptow (2013) evidencia em uma sequência de etapas, que posteriormente à seleção dos desenhos, estes são encaminhados à modelagem e à prototipagem das peças. E que o protótipo deve ser “confeccionado em tamanho próprio para a prova e testado em manequins de alfaiate ou em um modelo cujas medidas se enquadrem” ao que foi desenvolvido.

A Figura 12 apresenta o look conceitual escolhido. Para a seleção do modelo, foi considerado a peça que mais se assemelha as características da Art Nouveau. Blusa com decote canoa que possui duas caldas longas que une na cintura da blusa e uma calça skinny que dificilmente se vê em malha o modelo desse look. Sendo que será utilizado duas cores contrastante para composição do look.

Figura 12 – Look 1

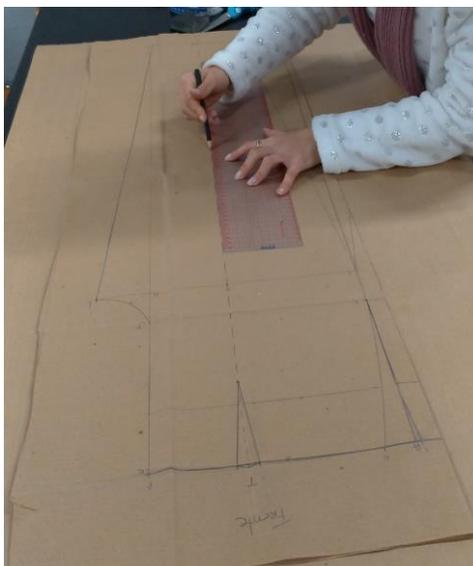


Fonte: Autora 2019.

5.2 Modelagem Look 1.

O desenvolvimento da modelagem do look 1 foi dado a partir das medidas do corpo da modelo escolhida para o desfile. Utilizando as técnicas do livro Modelagem Industrial Brasileira, no qual disponibiliza a execução para tecido plano, porém achou-se necessário fazer as devidas adequações, para utilizarmos essa mesma modelagem em malha, considerando a porcentagem correta de elasticidade da malha. Conforme Imagem 13, para inicializar foi feito à base da calça e da blusa, após isto, iniciou-se as adaptações dos modelos para o look. O protótipo foi desenvolvido utilizando Neoprene, foi usado para analisar o caimento da malha. Partindo da prova da modelo foram feitos os ajustes finais e finalizado.

Figura 13 – Construção dos moldes.



Fonte: Autora 2019.

5.3 Costura Look 1.

Nesta etapa, se inicia a montagem do look 1, foi utilizado a overlock para a união das partes da calça, pregou-se o revel e o elástico da cintura na reta, para melhor acabamento. A união da blusa foi feita com a overlock, os revéis foram costurados com a reta e feito os pespontos internos, tanto decote como cavas, as caldas foram unidas na cintura da blusa com a overlock e feito as bainhas na cobertura.

5.4 Acabamento Look 1.

Como acabamento foi utilizado elástico na cintura da calça, para melhor firmeza. Foi desenvolvido um design têxtil como aplique, com pedras de strass cristal, fruta cor, para aplicar na parte superior da blusa e na primeira camada da calça na parte frontal, com os traços florais e curvas da Art Nouveau.

5.5 Materialização do Look 2.

Conforme a Figura 14, o segundo look confeccionado foi o comercial, que compõem uma blusa com recorte e capa embutida na pence. Saia com a frente dupla e recortes com os traços da Art Nouveau.

Figura 14 – Look 2 Comercial



Fonte: Autora, 2019.

5.6 Modelagem do Look 2.

A modelagem do look 2 iniciou-se com a retirada das medidas da modelo, em sequência a construção da base da saia justa e base da blusa, após isso, foi feita blusa com a capa no método de moulage para verificar as adaptações adequadas e ajuste ao corpo, análise do caimento da malha para o modelo proposto. Os dois moldes foram necessário adequações para utiliza-los em malharia, calculando a porcentagem de

elasticidade da malha. Para o protótipo do look 2, foi utilizado Neoprene, para análise de caimento e ajuste ao corpo, viu-se necessário trabalhar com uma malha com uma gramatura menor para melhor resultado.

5.7 Costura Look 2.

Nesta etapa, foi realizado a costura do protótipo da blusa com capa, nela encontrou-se média complexidade ao embutir a capa na pence da blusa, para que ela não fique com volume na altura dos ombros, foram necessários alguns ajustes para melhor assentamento junto ao corpo. E a saia foi feito o recorte na frente para embutir a parte lateral sobreposta. As barras são assimétricas. conforme Figura 15.

Figura 15 – Protótipo look 2.



Fonte: Autora, 2019.

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O resultado foi materializado através da confecção de dois looks, os looks desenvolvidos foram desfilados no evento realizado pela turma de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Gaspar. Segue abaixo na Figura 16 os dois looks finalizados sendo um conceitual e um comercial.

Imagem 16 – Look Conceitual e Comercial.



Foto por: Taís Urquizar

Assim como a Art Nouveau veio para propor um novo design no final do século XIX (SOUZA, 2018), esta coleção foi desenvolvida, pensando nos traços desse movimento artístico, que foi evidenciado através dos recortes, das extremidades dos moldes, que em algumas peças são arredondadas. Também utilizado da malha como matéria prima, que proporciona a sinuosidade pelo seu caimento. O look 1 – Que é composto por uma blusa com decote canoa, que une a cintura uma calça longa sinuosa e uma calça skinny. O look 2 - A blusa com a capa embutida tem sua extremidade arredondada. A saia contém recortes ondulantes representando as formas naturais e florais da Art Nouveau.

As empresas de confecção da região, inovam mais em termos organizacionais do que em produto (PINTEC, 2014). Foi visto que a possibilidade de desenvolver os looks, inovando nas modelagens, as confecções da região, teriam capacidade de inovar constantemente no produto oferecido, através da inovação incremental. A proposta da blusa com a capa embutida na pence, além de ser uma peça diferenciada, com relação ao padrão confeccionado na região. A costura é viável em máquinas de malha e com média complexidade.

No desenvolvimento das modelagens teremos duas diferenciações quanto a execução, sendo uma para malharia e outra para tecidos planos (SABRÁ, 2009). Neste caso foi utilizado a malha como matéria prima. Portando a necessidade de ajustes realizados nos moldes, foram apenas com relação a elasticidade da malha utilizada, e a análise da gramatura, para ter o devido caimento, há favorecer o efeito sinuoso e necessário para a peça.

7 CONCLUSÃO

A partir do estudo da Art Nouveau, como referencial estético e conceitual, foi desenvolvido uma coleção de moda com uma proposta casual/chic. Foram criados dez looks, dois foram escolhidos e confeccionados para o desfile final, sendo um look conceitual e um comercial.

A coleção foi criada, inspirada na Art Nouveau e apresentou há possibilidade de inovar em empresas de confecção de malharia, nas cidades de Blumenau e Gaspar, ao criar modelagens diferenciadas utilizando malha e sem comprometer a facilidade de costura, entretanto destaca-se que a modelista precisa ser bem capacitada. Pois não foi necessário nenhum tipo de máquina de costura diferente do que se usa na confecção de malha e também não foi utilizado nenhum tipo de aparelho complementar nas máquinas para acabamentos.

A metodologia foi adequada ao trabalho de conclusão de curso, pois se viu necessário a pesquisa bibliográfica, a coleta de dados para o problema encontrado na região de Blumenau e Gaspar. E necessário a pesquisa sobre o tema Art Nouveau para a aplicação das características na coleção, e sobre o tema inovação incremental, como melhorias aplicadas nas modelagens. Portanto, o objetivo foi alcançado e cabe novos estudos sobre o assunto, para a criação de novas possibilidades de vestuário, utilizando a malha, e modelagens diferenciadas para novos modelos confeccionados.

REFERÊNCIAS

ARGAN, Giulio Carlo. **Arte Moderna**: do Iluminismo aos movimentos contemporâneos. 2. ed. São Paulo: Schwarcz S.A., 1992.

ARMSTRONG, Helen Joseph. *Patternmaking for Fashion Design*. 5. ed. [S.l.]: Pearson,

2010.

AUDACES. Mão de obra qualificada nas confecções está em falta. [S.l.], 10 jul. 2013. Disponível em: <https://www.audaces.com/mao-de-obra-qualificada-nas-confeccoes-esta-em-falta/>.

AUDACES. **Tipo de modelagem:** plana, tridimensional e vetorizada. [S.l.], 10 jun. 2013. Disponível em: <https://www.audaces.com/tipo-de-modelagem-plana-tridimensional-e-vetorizada/>. Acesso em: 24 set. 2019.

CARVALHO, Hélio Gomes de; REIS, Dálcio Roberto dos; CAVALCANTE, Márcia Beatriz. **Gestão da Inovação:** Gestão da Inovação. Paraná: Ufpr, 2011.

CHAGAS, Ivan. **Estratégia, Inovação:** quais os tipos de inovação. Curitiba, 2017. Disponível em: <https://aldeia.cc/estrategia/quais-sao-os-tipos-de-inovacao-existentis/>. Acesso em: 01 out. 2018.

DUARTE, Sonia; SAGGESE, Sylvia. **Modelagem industrial brasileira.** Rio de Janeiro, 2013.

DUNDON, E. **The Seeds Of Innovation:** cultivating the Synergy that Fosters New Ideas. Amacom, New York, 2002.

EDUCABRAS. **Movimentos artísticos do século XIX.** [S.l.], 2018. Disponível em: [https://www.educabras.com/enem/materia/educacao_artistica/historia_da_arte/aulas/movimentos_artisticos_do_seculo_xix#targetText=O%20Impressionismo%20foi%20um%20movimento,outras%20t%C3%A9cnicas%20usadas%20no%20Renascimento](https://www.educabras.com/enem/materia/educacao_artistica/historia_da_arte/aulas/movimentos_artisticos_do_seculo_xix#targetText=O%20Impressionismo%20foi%20um%20movimento,outras%20t%C3%A9cnicas%20usadas%20no%20Renascimento.). Acesso em: 27 out. 2019.

FEIST, Hildegard. **Pequena viagem pelo mundo da arquitetura.** São Paulo: Moderna Ltda, 2006.

FERNANDES, R. L. **Capacitação e estratégias tecnológicas das empresas líderes da indústria têxtil confecções no estado de Santa Catarina.** 2008. 263 f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda:** do conceito ao consumidor. Tradução de Mariana Belloli. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FUNDACIÓN COTEC PARA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (Espanha) (Org.). **Diseño e innovación:** La gestión del diseño en la empresa. Madrid: Gráficas Arias Montano, S. A., 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA. **Manual de comunicação científica.**

Florianópolis: IFSC, 2016.

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

KACHBA, Yslene Rocha; HATAKEYAMA, Kazuo. **Estratégias de inovação em APLs**: viés para o desenvolvimento de produtos de moda. 2009. 11 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Produção, UTFPR, Parana Apucarana, 2012.

MANUAL de Oslo: Proposta de Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados sobre Inovação Tecnológica. 3. ed. [S.l.]: Finep, 1997.

MARTINS, Simone. **Art Nouveau**. [S.l.], 1998. Disponível em: <https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/art-nouveau/>. Acesso em: 01 out. 2018.

MENDES, Francisca D.; FUSCO, José Paulo A.; SACOMANO, José B. **Redes de empresas**: a cadeia têxtil e as estratégias de manufatura na indústria brasileira do vestuário de moda. São Paulo: Arte & Ciência, 2010.

PIRES, Dorotéia Baduy (org). **Design de Moda**: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.

REDAÇÃO NSC (Blumenau). **Com grandes empresas têxteis, Blumenau é segundo maior polo do setor no país**. 27 nov. 2012. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/com-grandes-empresas-texteis-blumenau-e-segundo-maior-polo-do-setor-no-pais>. Acesso em: 27 nov. 2012.

RICHARDSON, Keith. **Designing and Patternmaking for Stretch Fabrics**. [S.l.]: Fairchild Books, 2008.

RODGE, Susie. **Breve História da Arte Moderna**. São Paulo: Gustavo Gili, 2019.

ROSA, Stefania *et al.* **Alfaiataria**: modelagem plana masculina. 3. ed. Brasília: Senac,

SABRÁ, Flávio. **Tecnologia em produção de vestuário**. São Paulo: Estação da Letras e Cores, 2009.

SEBRAE (Santa Catarina). **Estudo Setorial da Indústria Catarinense**: confecção de vestuário e acessórios. Florianópolis, 2015.

SEBRAE (Santa Catarina) (org.). **Tecnologias para o vestuário**: Inovações no segmento. [S.l.], 2017. Disponível em: <https://atendimento.sebrae-sc.com.br/inteligencia/relatorio-de-inteligencia/tecnologias-para-o-vestuario-inovacoes-no-segmento>. Acesso em: 10 out. 2018.

SEBRAE (Santa Catarina). **Relatório de inteligência**. Florianópolis: Sebrae, 2017.

SEBRAE (Santa Catarina). **Santa Catarina em Números**: Blumenau/Sebrae/SC. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Fundamentos de Design de Moda 1: Pesquisa e Design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

SIGNIFICADOS. **Significado de Art nouveau**: o que é o Art nouveau. [S.l.], 24 jan. 2018. Disponível em: <https://www.significados.com.br/art-nouveau/>. Acesso em: 08 out. 2019.

SOUSA, Rainer Gonçalves (ed.). **Arte, ciência e literatura no século XIX**. [S.l.], [2018]. Disponível em: <https://mundoeducacao.bol.uol.com.br/historiageral/arte-ciencia-literatura-no-seculo-xix.htm>. Acesso em: 27 out. 2019.

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

WINIFRED, Aldrich. **Modelagem plana: para moda feminina**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

WGSN. **A visão**: parte 1: manifesto criativo. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.wgsn.com/pt/>. Acesso em: ago. 2018.

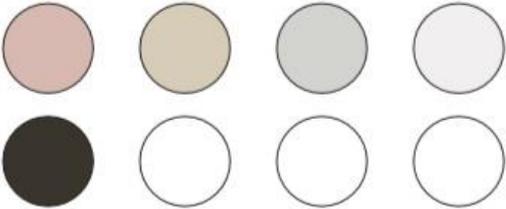
APÊNDICE A – MIX de Produtos / Famílias

Nome aluno: _____
 Coleção: _____

Estação: _____

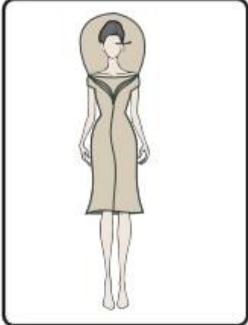
Neoprene

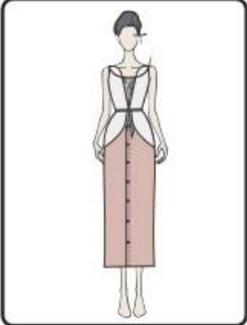
CORES



MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4
Top		Blusa	Blusa	Blusa Longa
Bottom		Saia	Pantacourt	Calça
Outwear				
One Piece	Vestido			
Complementos				
Total:				









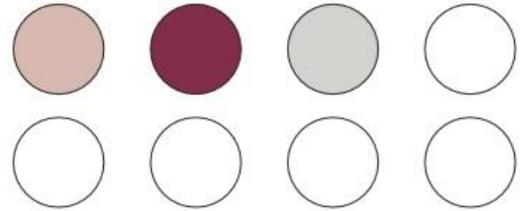
FAMÍLIA 1

Nome:
Coleção:
FAMÍLIA 2

Estação:

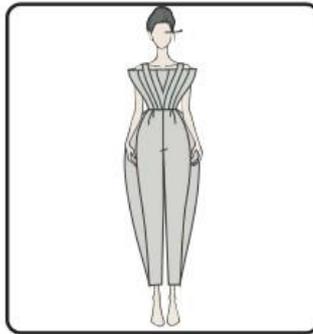
HELANCA

CORES



MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top			Blusa
Bottom			Saia
Outwear			
One Piece	Vestido	Macacão	
Complementos			
Total:			

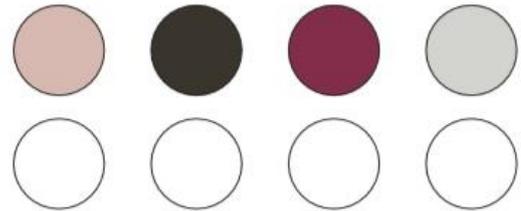


Nome:
Coleção:
FAMÍLIA 3

Estação:

Scuba Malha Crepe

CORES



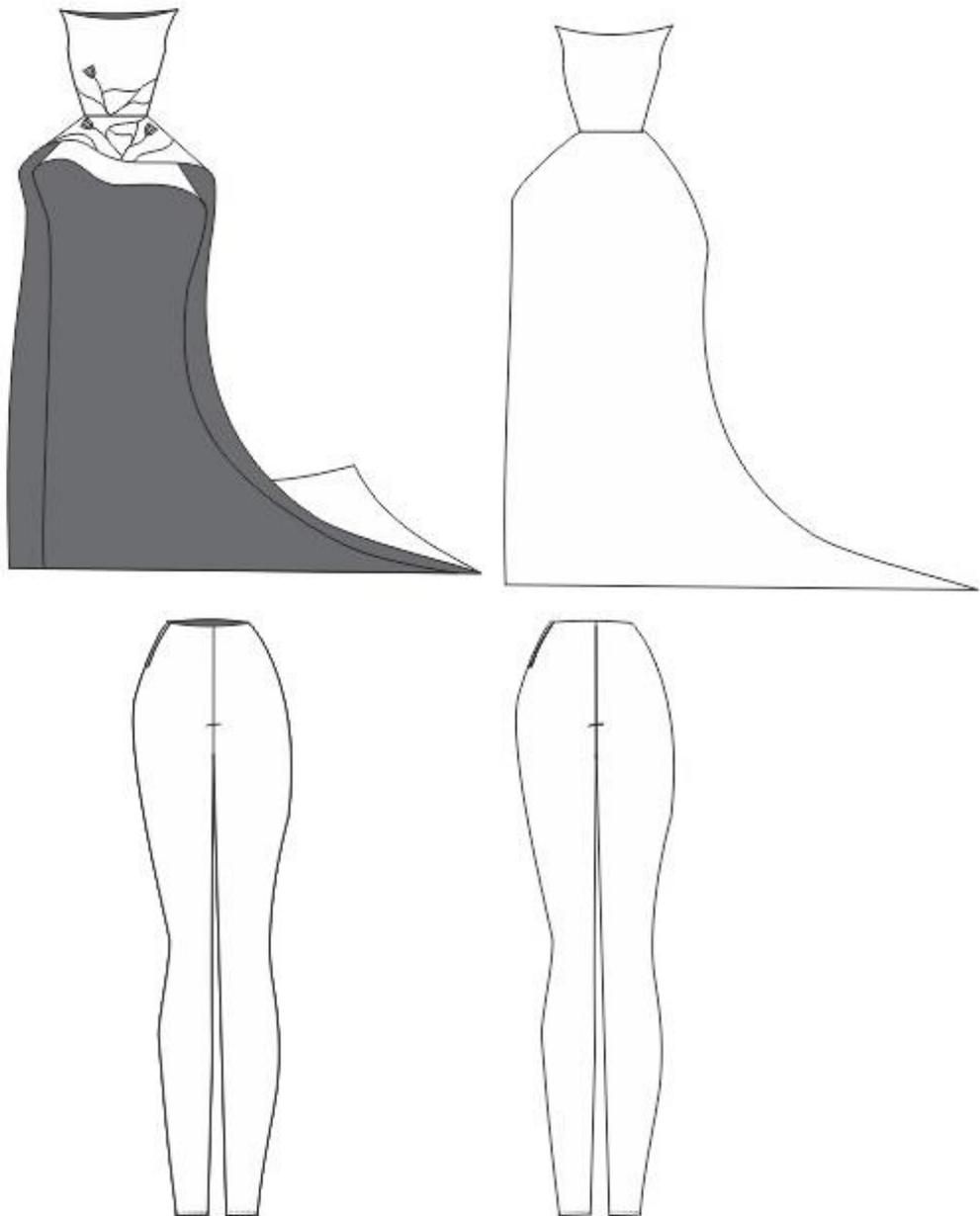
MIX DE PRODUTOS

Looks	Look 1	Look 2	Look 3
Top			Blusa
Bottom			Saia
Outwear			
One Piece	Vestido	Macacão	
Complementos			
Total:			

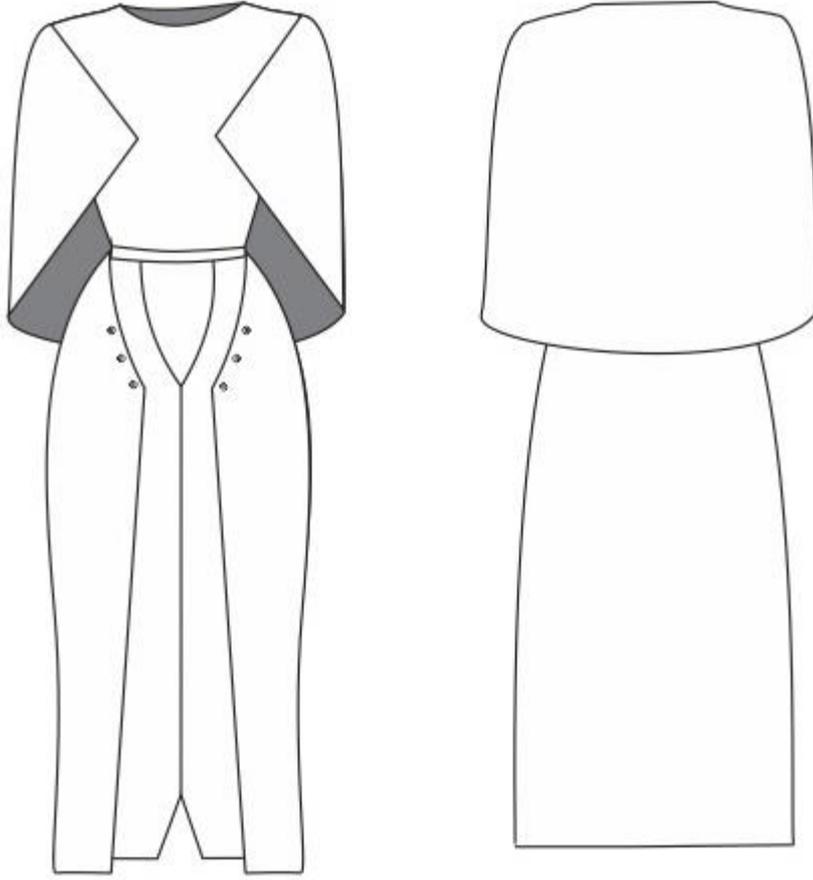


APÊNDICE B – Desenhos Técnicos dos looks selecionados.

Look 1



Look 2



AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente a Deus que me deu energia, sabedoria e por ter me protegido até o presente momento. Também ao meu marido pelo apoio emocional, pelo incentivo nos três anos de curso, pelo companheirismo, que apesar das adversidades nunca deixou de estar ao meu lado. Aos meus pais, que me apoiaram e deram suporte em tudo que precisava.

Agradeço também pelas colegas de turma, que fizeram parte da minha jornada e contribuíram para que esse momento fosse concretizado.

Agradeço ao corpo docente pela partilha de conhecimentos em todo período acadêmico. E em especial a minha orientadora Prof^a Elen Makara, pela paciência, pelos ensinamentos de forma interessada, extraordinária e pertinente como acompanhou a realização deste trabalho, sua dedicação fez toda a diferença.