

DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE ALTA MODA COM INSPIRAÇÃO NOS DESENHOS “LUMMERLAND”¹

Karina Schwantz²

Carolina A. Carioni Amorim³

RESUMO

Este projeto teve como objetivo o desenvolvimento de uma coleção de alta moda inspirada na caixa de música à manivela de “Lummerland”. Para sustentar o desenvolvimento da coleção foi realizado um estudo sobre a macrotendência, manifesto criativo, utilizando a ótica “fuga divertida” como referencial tendencial. O Trabalho tem a forma bibliográfica e seu foco é exploratório, fundamentados em: Frisoni (2000), Treptow (2013), com etapas que constituíram o desenvolvimento e criação da coleção. Como a alta moda se diferencia dos padrões da alta costura sem deixar de ser um artigo de luxo, foi preciso levar em consideração aspectos para caracterizar a coleção, inovando dentro do conceito de alta moda. A coleção deu ênfase à criatividade, à modelagem e aos tecidos, aguçando as cores vibrantes e propostas estéticas. Concluiu-se que a coleção relaciona-se com o desenho de “Lummerland”, inspira a criar uma coleção de alta moda que quebra as ordens, desafiando o sistema.

Palavras-Chave: Alta moda. Manifesto criativo. Fuga divertida. Lummerland.

ABSTRACT

This project was intended to develop a high fashion collection inspired by the "Lummerland" hand cranked music box. To support the development of the collection, a study on the macro tendency of the creative manifesto was performed, using a "fun escape" feature as a reference. The work has a bibliographic form and its exploratory focus, based on: Frisoni (2000), Treptow (2013), with stages that constituted the development and creation of the collection. As high fashion differs from couture standards without leaving a luxury article, it was necessary to take into consideration the aspects to characterize a collection, innovating within the concept of high fashion. The collection emphasized creativity, modeling and fabrics, using vibrant colors and aesthetic proposals. It was concluded that the collection plays with the animation of "Lummerland", inspiring the creation of a high fashion collection that breaks orders and challenges the system.

Keywords: High fashion. Creative manifesto. Fun escape. Lummerland.

¹Artigo 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, Câmpus Gaspar. Apresentado no dia 20 de novembro de 2019

²Discente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. E-mail: karina_schwantz@hotmail.com

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

1 INTRODUÇÃO

Este artigo relata o desenvolvimento do trabalho de conclusão do curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, do Instituto Federal de Santa Catarina, Câmpus Gaspar. Seu avanço se deu ao longo de três semestres letivos, envolvendo diversas unidades curriculares. Na unidade curricular “Tópicos introdutórios ao TCC”, da quarta fase do curso, foi proposto o tema Manifesto Criativo, uma macro-tendência apontada pela WGNS - Worth Global Style Network.

O Manifesto Criativo é uma tendência para todos que desejam mudanças, e é focada principalmente para as pessoas que amam fazer arte (WGNS, 2017). Este movimento é uma forma de estimular as pessoas a soltar seu lado criativo, e quem sabe, descobrir em si algum talento escondido. Segundo a WGSN (2017), para essa macro-tendência, a diversão aflora a criatividade e traz mais significado às experiências. As empresas e os designers devem apostar na diversão e na criatividade para envolver as pessoas e inspirar novos pontos de vista.

No Manifesto Criativo foi estudada a ótica do consumo, da criação e principais influências. Na ótica da criação, temos três tópicos: “Novas histórias”, “Sistemas sim, coisas não” e “Fuga Divertida”. Seguindo a ótica da fuga divertida, o subtema é inspirado em uma caixa de música à manivela do desenho animado “Lummerland”, o qual surgiu de uma história escrita por Michael Ende (1960), na Alemanha. Um desenho com perspectiva lúdica, que de uma forma divertida conta histórias e problemas do cotidiano.

A conceitualização deste trabalho passa pela análise das perspectivas teóricas da história da moda. Não há registros que confirmem exatamente quando começou a moda, porém, autores citam que a partir do século XIX podemos compreender a moda como a conhecemos hoje (POLLINI, 2007, p.16). Na moda, um estilo nasce, se desenvolve progressivamente, para depois decair e dar lugar a uma nova linha e estilo, e assim, continuamente (KÖHLER; SICHART, 2005).

Assim a vestimenta não só passou a cobrir o corpo, como passou a ser mais elaboradas, trazendo elegância, muitas vezes detalhes como pedraria e bordado.

Essas tendências iniciaram-se nas cortes da Borgonha e na Itália no início da renascença (LEVENTON, 2009).

Após a Segunda Guerra Mundial a moda italiana mudou drasticamente, aumentando a qualidade do material utilizado, deste modo como na exclusividade das peças (AVELAR, 2011). Assim surgiu a alta moda que, apesar de não pertencer a alta costura, busca trazer qualidade no material feito por um estilista e a exclusividade.

A alta moda é o segmento escolhido para a criação da coleção. Alta moda não é simplesmente um outro nome para a alta costura. Avelar (2011), define a alta moda como sendo criações de luxo, e também exclusivas, mas que não fazem parte da alta-costura francesa. Desenvolvida por criadores sem designação pelo Ministro da Indústria na França (Câmara Sindical Parisiense), são peças exclusivas e sob medida que não se enquadram nas leis de alta costura.

A maior razão por esse interesse nos segmentos de vestidos da alta moda com seus diversos modelos e cores, é que tive a oportunidade de passar por situações como: a falta de vestidos de festa diferenciados, pois geralmente é confeccionado com rendas e sem muita inovação. Minha mais recente experiência profissional em uma loja de tecidos despertou a seguinte pergunta: Como desenvolver uma coleção inovadora de vestidos de alta moda tendo os desenhos “Lummerland” a inspiração?

Este estudo tem como objetivo desenvolver uma coleção de alta moda utilizando como inspiração conceitual os desenhos de “Lummerland”. Para isso, aderiu-se o conceito de fuga divertida para o desenvolvimento das peças. A pesquisa se desenvolve no contexto dos eventos sociais, sendo esses frequentes hoje em dia em formaturas, casamentos e até outros eventos onde é exigido o traje de gala de alta moda.

O objetivo geral se desdobra nos específicos: a) pesquisar o subtema Lummerland e relacioná-lo com a macrotendência Manifesto Criativo; b) pesquisar sobre a história da Alta Moda no Brasil e no mundo; c) desenvolver coleção de vestidos de alta moda a partir das informações e materiais coletados; d) materializar

dois looks da coleção para apresentação em desfile de moda.

Este trabalho contribui para estudos em moda por mostrar a possibilidade da união dos temas de ludicidade, manifesto criativo e fuga divertida em um contexto de alta moda. Dessa forma, o trabalho traz uma contribuição original pela inovação do tema e das relações propostas: a inovação da Alta Moda.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O Tema e o subtema abordados nesta pesquisa estão detalhados a seguir.

2.1 Manifesto Criativo

O tema geral proposto para o desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso foi o Manifesto Criativo, uma macrotendência apontada pela WGSN - Worth Global Style Network. Este manifesto busca incentivar a criatividade, buscando novos padrões e novos pontos de vista. Segundo a WGSN (2017): “Em um mundo onde as pessoas estão exigindo a transparência, a necessidade de ser diferente, de ser ouvido e de causar um impacto será mais intensa, tanto na superfície quanto no cenário”.

Em tempos de incertezas, onde não conseguimos mais nos encaixar nos padrões, uma das melhores estratégias será sair da zona de conforto, o desconforto estimula a ação (WGSN, 2017). Este movimento é uma forma de envolver as pessoas e estimulá-las a utilizar seu lado criativo, podendo inclusive desenvolver um talento escondido.

Unindo a tecnologia de robôs com a indústria, se criar uma nova classe operária, e com isso os designers poderão criar bem mais que apenas produtos, desafiando a si mesmos, e até o próprio sistema, quebrando o tabu e ordens estabelecidas pela antiga sociedade e seus padrões (WGSN, 2017).

Segundo a WGSN (2017), para essa macrotendência, a diversão aflora a criatividade e traz mais significado às experiências. As empresas e os designers

devem apostar no diferencial para envolver as pessoas e inspirar novos pontos de vista. Apostando na criatividade e na diversão, buscando um novo significado às experiências.

No Manifesto Criativo foi estudado a ótica do consumo, criação, e principais influências. Nesta ótica de criação temos o estudo em três tópicos: “Novas histórias”, “Sistemas sim, coisas não” e “Fuga Divertida”.

Fuga divertida sugere que é hora de brincar. Como estamos passando por momentos caóticos em cenários políticos, a fuga é uma resposta. O estilista britânico Charles Jeffrey falou em um de seus desfiles: "o fato é que nada mais é real: minha reação é mergulhar de cabeça na fantasia" (WGSN, 2017).

A fuga divertida propõe a fantasia, dando ênfase a ironia e ao surrealismo. É a alegria que se une ao prazer de brincar com inspirações para o criar. Com essa perspectiva a coleção une o brincar do desenho de “Lummerland”, com a inspiração de criar uma coleção de alta moda que quebra as ordens, desafiando o sistema.

2.2 Lummerland

O subtema é inspirado em uma caixa de música à manivela que ganhei de presente (Figura 1). A caixa é estampada com personagens de um desenho animado; ao acioná-la, ela apresenta uma música delicada e animada ao mesmo tempo, e que me chamou muito a atenção.

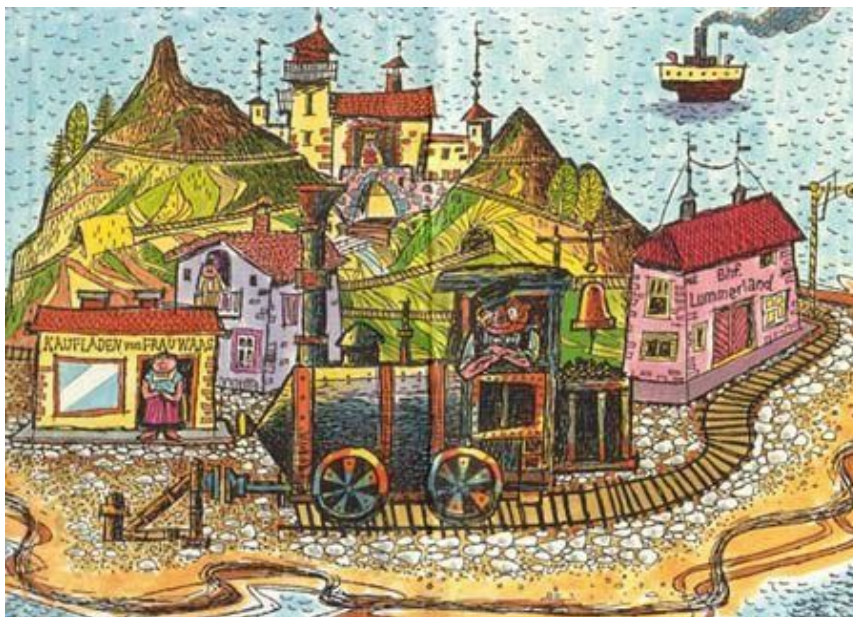
Figura 1- Caixa de música à manivela.



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

Ao pesquisar mais sobre o desenho da caixinha, descobri que este surgiu de uma história escrita por Michael Ende (1960), escritor alemão. O nome do desenho é Lummerland, também sendo o nome da ilha fictícia (Figura 2), a qual é o cenário de todas as pequenas histórias desse desenho. A ilha tem uma montanha com dois picos e vários trilhos de trem que se cruzam, sendo esses, cheios de curvas. O trem atravessa cinco túneis e sobe a montanha em zigue-zague, até chegar no alto. Na ilha existem algumas casas, uma mercearia, um castelo e a estação de trem que fica na beira da montanha. Mesmo havendo poucos habitantes, são eles que contam as histórias de uma forma divertida e lúdica, falando de problemas do cotidiano e apresentando uma boa solução. São quatro personagens: Jim Knopf e Lucas, o maquinista que comanda a locomotiva dona Emma, rei Afonso da Quinze para as Doze, e a senhora Waas que é dona da mercearia.

Figura 2 - Ilha de Lummerland



Fonte: Michael Ende (1960).

O início desta história é contado em um livro. O qual narra a chegada de um pacote misterioso em Lummerland. Não há como saber de onde vem, nem para quem é. Nesse pacote havia um bebê, o menino Jim. Quando ele cresce um pouco, ganha o sobrenome Knopf (botão em Alemão). Chegou um dia em que o rei concluiu que haviam muitas pessoas na ilha e diz que Emma, a locomotiva, que deve ir embora da ilha, pois Jim está crescendo e não há lugar para tantas pessoas. O Maquinista que se chama Lucas decide partir com Emma, pois sem ela, ele não seria um maquinista. Além disso, não abandonaria sua melhor amiga. No entanto, Jim descobre os planos de Lucas e resolve ir junto. Então começa uma grande aventura de amizade e respeito (BORGES, 2018). Esse é só o início de uma série de aventuras dessa história.

2.3 Alta Moda

A alta moda foi o segmento escolhido para desenvolver este trabalho, e foi necessário um estudo teórico. A expressão alta moda utilizada por François Baudot (2002) é semelhante a alta costura. Para saber o que diferencia a alta moda da alta

costura temos que entender primeiro a alta costura. Na década de 1840, quando o costureiro inglês Charles Frederick Worth mudou-se para a capital francesa (Paris), ele dizia que teria um solo mais fértil para suas ideias. Assim, abriu o próprio negócio em 1858, a Casa Worth. Explica o professor de história da moda João Braga, da Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP, 2018, não paginado): “Em teoria, ele não fundamentou a alta-costura como regra. O que fez foi lançar determinadas premissas que passaram a ser essenciais ao negócio”.

Uma das novidades que Charles criou foi exibir os modelos de criações prontos. Criou também etiquetas com a data da peça e nome, e iniciou a coleção por estação. Muito tempo depois precisou sindicalizar o negócio, por ter um grande número de funcionários. João Braga (2018, não paginado) diz que, “Ele chamou de costura, baseando-se na costura e nos costureiros profissionais que faziam as roupas desde a corte de Luís XIX”. Assim nasceu a Câmara Sindical da Costura, Fabricantes de Roupas e Alfaiates para Mulheres, em 1868.

Os critérios para fazer parte desta Câmara Sindical da Costura são: 1) termo alta costura é uma patente que só existe em Paris, portanto, só podem ser utilizados pelos “couturières”. 2) Precisam ter o próprio perfume, um grande salão, uma estética francesa, um contramestre, uma assistente de contramestre. 3) As lojas são chamadas de Maison, e a localização de preferência deve estar posicionada no famoso triângulo de ouro de Paris, “Triangle d’Or”, que é formada pelas avenidas Montaigne, Georges V e Champs Elysées. 4) As roupas da alta costura não podem ser confeccionadas fora de Paris exceto o bordado. 5) As roupas devem ser feitas à mão. 6) Seus desfiles devem ser apresentados no mínimo de 25 looks e acontecer duas vezes ao ano.

Para ser usado o termo alta costura precisa ter todos os critérios citados, mesmo assim as pessoas usam o termo para expressar uma roupa elegante, exclusiva, ou sob medida. Os trajes que não podem ser considerados alta costura, mas que apresentam qualidade semelhantes, são chamados de alta moda na Itália, e de High Fashion nos Estados Unidos. Aqui no Brasil ainda não existe um termo para ser utilizado neste estilo de roupa.

Avelar (2011) define a alta moda como sendo criações de luxo, também exclusivas, mas que não fazem parte da alta-costura francesa, sendo assim a alta moda e alta costura não são sinônimos. A alta moda busca colocar a elegância de um vestido de alta costura com um preço mais acessível e modelos menos volumosos, com uma modelagem em seu uso mais simples. Consiste em criações de luxo e exclusivas, desenvolvida por criadores como estilista e costureiros. São peças exclusivas e sob medida que não se enquadram nas leis de alta costura.

A alta moda também é diferente da prêt-à-porter. Está é uma forma de fazer vários modelos de roupas em variados tamanhos e diversas cores, com um preço mais acessível, que podem ser encontrados em mais lojas, também conhecido como o “pronto para vestir” (WEILL, 1949). De acordo com François Vincent-Ricard (1989, 32) a expressão prêt-à-porter foi lançada por Jean-Claude Weil em 1948, a partir da expressão “ready to wear”, utilizada nos Estados Unidos para descrever a produção e a distribuição americana, rápida e eficiente, daquele período”.

A imagem a seguir mostra a diferença das roupas de alta costura, alta moda e prêt-a-porter.

Figura 3 - Alta Costura, Alta Moda e Prêt-à-Porter

1. Alta Costura



Dior

2. Alta Moda



3. Prêt-à-Porter



Dior

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa estão detalhados a seguir.

3.1 Metodologia da pesquisa

A pesquisa desenvolvida na forma bibliográfica terá o objetivo exploratório, permitindo ao pesquisador a flexibilidade na construção de informações sobre o tema. O trabalho apresentará as informações coletadas e os resultados da pesquisa de forma qualitativa, focando: nas dificuldades na criação de uma peça de alta moda para diferentes ocasiões; nas intenções de realizar peças mais leves e simples, porém lúdicas e elegantes; e no pensamento de uma moda criativa, única e livre.

Tabela 1- Metodologia

Quanto à Natureza	Quanto a forma de abordagem	Quanto aos objetivos da pesquisa
Básica	Qualitativa	Exploratória

Fonte: Elaborado pela autora, 2019 a partir de Prodanov (2013).

A metodologia da pesquisa se dividiu em duas direções: a pesquisa exploratória partindo do tema, *Manifesto Criativo*, dentro da criação, *Fuga Divertida*; o subtema, com inspiração nos desenho de “*Lummerland*”, como ferramenta de pesquisa e criação relacionado ao tema. A segunda direção foi o desenvolvimento de uma coleção baseada na pesquisa e inspiração dos temas, utilizando: painel *conceito*, painel *lifestyle* e painel de parâmetros.

Todas essas direções foram divididas em três etapas seguidas em semestres letivos, que foram realizadas com o auxílio das seguintes unidades curriculares: *Tópicos Introdutórios ao TCC*, realizado na quarta fase do curso; *Projeto de Produto de Moda Livre*, na quinta fase do curso; *Trabalho de Conclusão de Curso*, que conta com a modelagem e costura, na sexta fase do curso.

Tabela 2- Características de pesquisa

Quanto aos procedimentos	Gerais	Tipos de instrumentos
Bibliográfica	Elaborada a partir de material já publicado	Fontes Bibliográficas
Pesquisa participante		Se desenvolveu a partir da interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019 a partir de Prodanov (2013).

Para a metodologia desta pesquisa foram utilizados o estudo dos seguintes autores Frisoni (2000) e Doris Treptow (2013). O desenvolvimento da coleção será detalhado a seguir.

3.2 Metodologia do projeto de produto

A metodologia de projeto do produto foi utilizada para atingir o objetivo da pesquisa. Foi destacada a importância do uso métodos e técnicas de criatividade. Frisoni (2000) e Treptow (2013) utilizam a abordagem que o “perfil do consumidor (estilo, poder aquisitivo), identidade da marca, tema da coleção e proposta de cores, materiais e silhuetas” deve ser levado em consideração. Dessa forma, foram desenvolvidos *painel conceitual* e *painel de lifestyle* para analisar a perspectiva tanto conceitual quanto do consumidor.

A abordagem utilizada é sensitiva, buscando trazer a verdade que não pode ser expressada. Através da pesquisa, desenvolve-se a criação, assim como, a estampa pode ser utilizada por outras pessoas que se identificam com os padrões (FRISONI, 2000).

As etapas que constituíram a metodologia desta pesquisa foram as seguintes:

1. Pesquisa do tema, subtema e conceito.
2. Pesquisa do público-alvo e elaboração do *lifestyle*;
3. Pesquisa e elaboração de painel de parâmetros de coleção;
4. A definição e elaboração de cartela de cores e harmonia das cores;
5. Pesquisa e

elaboração de cartela de tecidos; 6. Pesquisa e elaboração de cartela de aviamentos; 7. Definição de design têxtil; 8. Geração de alternativas; 9. Desenhos técnicos; 10. Geração de modelagens e protótipos; 11. Produção das peças; 12. Apresentação em desfile, seguindo Treptow (2013).

4 BOOK DE COLEÇÃO

Detalhados a seguir painéis da coleção, definições e elaboração de cartela de cores, aviamentos e tecidos.

4.1 Conceito de coleção

O conceito do trabalho é a essência e fundamento de uma boa coleção, é o que a torna exclusiva, única e pessoal (SCHNEIDER, 2010). Atrás do conceito da coleção, se esconde muito mais do que um atraente mundo de objetos e desejos. No design, o autor configura a comunicação e cria identidade. É um agir consciente para produzir uma ordem sensata.

O painel conceito da coleção tem uma abordagem com figuras, formas e imagens que têm fontes diversas. As imagens podem não ter nenhuma conexão entre si, mas o autor deve transmitir uma mensagem sobre sua coleção, de uma forma diferente de olhar (SEIVEWRIGHT, 2009).

No painel conceito desta coleção (Figura 4) mostra a nossa mente trabalhando como fosse uma caixa de música à manivela. Cada vez que a manivela gira, se ouve notas musicais; assim como a cada novo pensamento, cria-se uma nova ideia.

A imagem de fundo do painel conceito de coleção é o trem, personagem do desenho “Lummerland”, que nos faz lembrar da infância, transmitindo sensações. Com a intenção da ludicidade do desenho “Lummerland”, suas variações de cores vibrantes, que busca alegrar; muitas vezes passando a impressão do exagero.

Usando a criatividade, a mulher com um vestido diferente, com mangas

bufantes, saia cheia e com armação e estrutura para gerar formas ousadas. Com a cor forte, que procura deixar presente o colorido e alegre que nos remete do desenho de Lummerland.

Figura 4 – Painel subtema/ conceito de coleção



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.2 Lifestyle

O Painel Lifestyle busca trazer o estilo de vida do público-alvo (JONES, 2011). Este agrupamento de imagens em forma de painel permite aos varejistas determinar os hábitos de consumo das pessoas de acordo com a fase da vida em que estão.

Com isso, o painel lifestyle mostra imagens de costumes do dia a dia do público-alvo, gostos pessoais, representar a profissão e os seus passatempos. É importante considerar para quem se está criando e representar este público através de imagens que remetem ao estilo de vida (SEIVEWRIGHT, 2015).

O painel *Lifestyle* desta coleção, representa o público-alvo que compreende

uma mulher jovem de 20 a 40 anos, cantora, atriz, que não gosta de monotonia, aprecia a peculiaridade das cores, e da diversidade. Adora sair da rotina, viajar e buscar conhecimentos de diversas culturas, mas também quer ter seus momentos de calma apreciando um café e um bom livro. Ela é da família, e dos amigos. Adora festejar e brindar. Gosta de sonhar, e de conquistar. Quer momentos de intensidade que sejam únicos.

Ousadia faz parte do modo de vestir e viver desta mulher. Há quem diga que ela é exagerada. Porém não se importa com o que vão dizer a respeito da sua roupa com mangas amplas, cores extravagantes. Adora misturar o tradicional com moderno, pois acredita que isso é viver mais além. Mesmo que tenha uma rotina cheia, ainda continua a levar junto a criança que tem dentro dela para que a vida seja mais divertida.

Figura 5 - Painel *Lifestyle*



Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.2 Parâmetros da coleção

Este painel com imagens de parâmetros de moda, se baseia na pesquisa da coleção, com referências de modelos de roupas, cores e de acessórios. Os designers analisam coleções para entender as tendências, agrupando as ideias de estilo em comum (FRINGS, 2012).

A leitura estética do painel de parâmetros tem como objetivo comunicar quais conceitos irão orientar a coleção. Na linguagem dos profissionais de moda, representa a atmosfera, o espírito da coleção (TREPTOW, 2003).

O painel de parâmetros (Figura 6), desta coleção apresenta as imagens inspiradas na ludicidade e cores vibrantes de Lummerland e trazendo a memória como é bom ser criança, brincar e sonhar.

As roupas têm modelagem e recortes ousados. Os detalhes das peças nos remetem a Lummerland. Pois as saias armadas com estrutura lembram os trilhos de trem. Já a fumaça é representada pela transparência dos tecidos.

Os vestidos têm modelagem de manga bufante, e as saias são estruturadas. As cores são lisas, e apresentam estampas, e texturas para dar um diferencial. Do moderno com o tradicional, a magia do lúdico sem perder a elegância feminina.

Figura 6 – Painel de Parâmetros



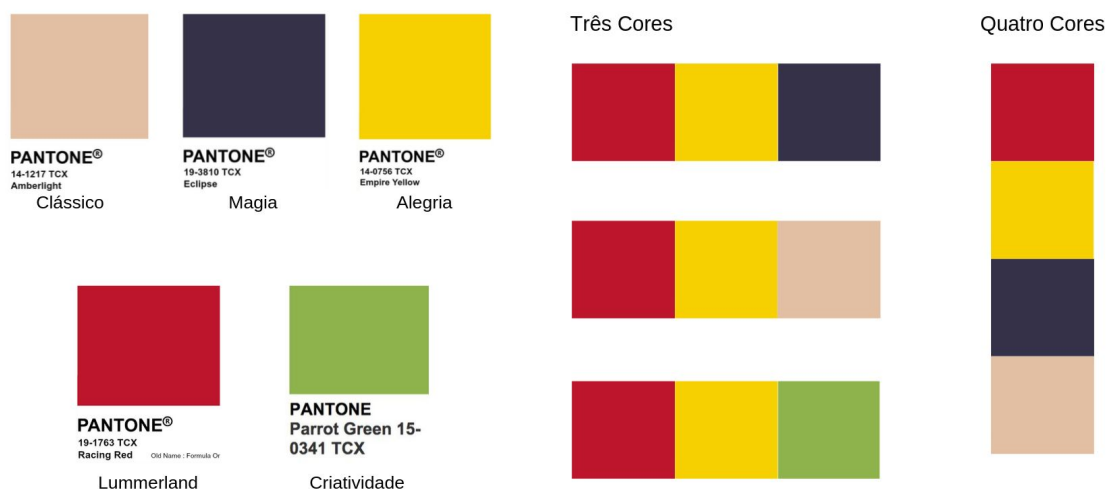
Fonte: Elaborado pela autora (2018).

4.4 Cartela e Harmonia de Cores

As cores têm uma grande influência psicológica sobre o ser humano. Quando o homem tomou consciência que as cores nos influenciam psicologicamente, aprendeu a usá-las como estímulos para encontrar determinadas respostas. Durante muito tempo as cores só tiveram finalidades estéticas, e depois passaram a ter também finalidades e funcionalidades práticas (MIRANDA, 2009).

Assim como em “Lummerland”, a coleção traz cores para brincar com a imaginação. Portanto foram escolhidas cores vivas e vibrantes para dar um destaque aos looks de festas. Os tons utilizados são os que lembram a magia do desenho. Buscou deixar o baixo astral de lado, e trazer o encanto da infância, aflorando sonhos.

Figura 7 - Cartela de cores e Harmonia das cores



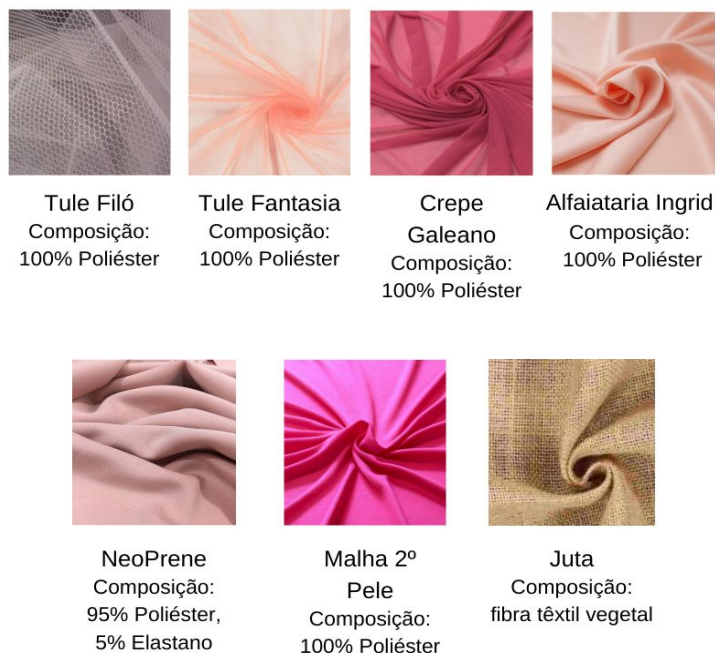
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.5 Cartela de Tecidos

O tecido é o principal material para produzir uma peça de roupa de alta moda. Os tecidos selecionados para compor essa coleção são tecidos que permitem mais mobilidade, como o neoprene e a malha segunda pele. Já para dar grande proporção e volume será utilizado o tule filó. O tule fantasia aparente dando o detalhe de transparência.

A coleção quer unir o tradicional dos vestidos com o moderno, por isso foi feita a junção do crepe galeano e alfaiataria ingrid. E para trazer a textura, conta com a juta que nos faz lembrar da montanha de dois picos da ilha de “Lummerland”, dando magia maior com um toque artesanal.

Figura 8 - Cartela de Tecidos



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.6 Cartela de Aviamentos

A Cartela de aviamentos (Figura 9), apresenta os materiais que serão utilizados para compor as roupas. Segundo Frings (2012, p. 160), “Os aviamentos são materiais para fazer 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”. Assim de acordo com a necessidade específica de cada roupa da coleção, foram selecionados os acabamentos e elaborado a tabela de aviamentos.

Os aviamentos são do mais básico e principal como a linha, até o que dá mais destaque na roupa, a coleção usou as fitas de borda em pvc que dá um toque diferenciado para as roupas estruturadas, para unir essa fita utiliza-se o botão de pressão.

Figura 9 - Cartela de Aviamentos



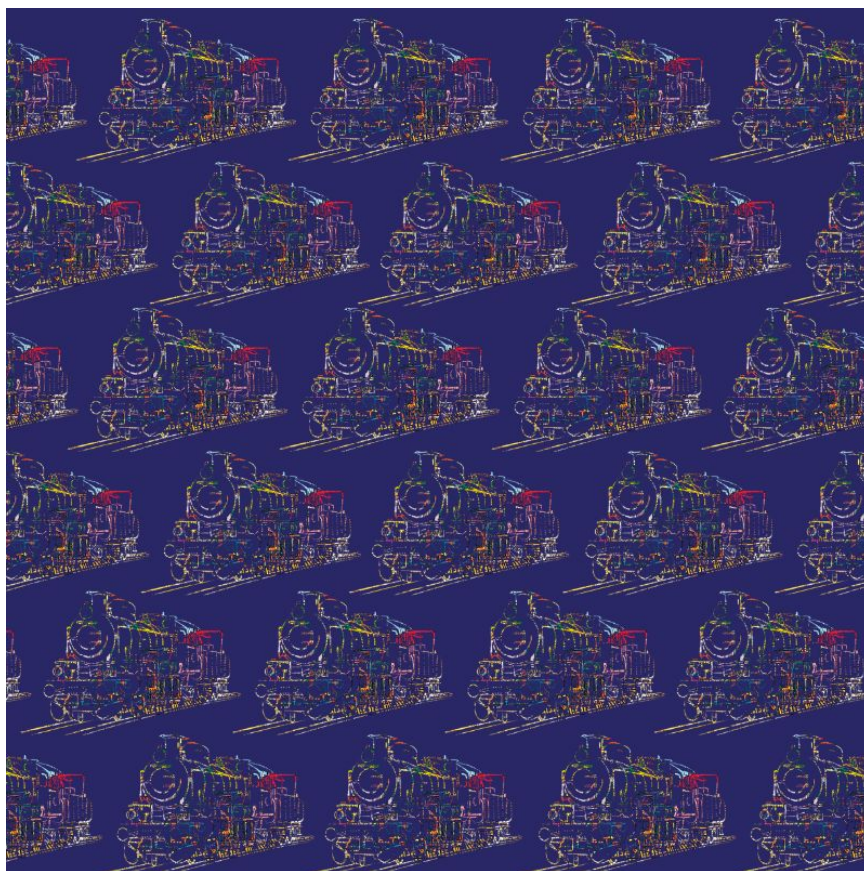
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.7 Design Têxtil

O Design Têxtil, a estampa segundo Rubim (2005, p. 131): “A estampa é parte fundamental tanto do design de uma única peça, quanto de uma coleção inteira. A estampa costuma ilustrar a cartela de cores, os temas e as influências que o designer recebeu.”

Pode ser uma estampa localizada ou uma estampa inteira, ela será de identidade total inspiração da coleção. A estampa criada para esta coleção traz as cores que estão presentes no desenho “Lummerland”, com um fundo liso, a repetição que tem como o trem do desenho. A estampa da coleção busca descrever um pouco da magia do desenho.

Figura 10 - Design Têxtil



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.8 Mix de produtos

Para uma melhor estrutura da coleção, organizada e planejada, em seu livro “Inventando Moda” Doris Treptow sugere dividir a coleção em três categorias de peças para compor o mix de moda: Básicos, Fashion e Vanguarda. Nessa pesquisa foi utilizando esse método.

Tabela 3 - Famílias, Público jovem/adulto, feminino, segmento festa, primavera/verão

	Família 1 – Tecidos: Crepe, Tule, Neoprene, Corino				Família 2 - Tecidos: Crepe, Tule, Neoprene			Família 3 – Tecidos: Juta, Neoprene Malha 2ª pele, Crepe		
Looks	Look 1	Look 2	Look 3	Look 4	Look 1	Look 2	Look 3	Look 1	Look 2	Look 3
Top	Body		Body	Body			Body	Body		Sutiã
Bottom	Saia		Calça/ Saia	Calça			Saia			Saia
One Piece		Macacão/ Vestido			Vestido	Vestido		Vestido	Vestido	
Complementos				Cinto	Cinto	Corselet			Cinto/ Saia	
Total:	23 peças									

Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Seguindo a tabela, as figuras a seguir descrevem os modelos “básicos”, que são aqueles funcionais, clássicos. Essa família da coleção traz cores que podemos ver em toda coleção, formas que nos lembram da montanha de dois picos. Por fim, percebe-se também o trem que encontramos na estampa. A versatilidade da calça está presente, por mais que quando falamos em roupa de alta moda logo pensamos em vestidos elegantes.

Figura 11 - Família 1



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Os modelos fashion são aqueles que estão comprometidos com as tendências de moda. Na família 2, (Figura 12), apresentam-se peças com cintos que podem ser removidos. Cintos que nos lembram dos trilhos do trem, e a transparência que remete à fumaça, com toque de ludicidade de “Lummerland”, a estampa está presente, e é uma tendência em vestidos de festas.

Figura 12 - Família 2



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Na Figura 13, observa-se a família 3, que traz o lúdico, uma forma de brincar com a imaginação, família com modelos vanguarda, esses modelos querem traduzir melhor o conceito da coleção e nem sempre apresentam características comerciais. Com a estrutura colorida, e a transparência presente em todos os looks da família.

No segundo e terceiro look podemos ver a utilização da juta. A intenção em colocar a juta é trazer textura, inovação e diferenciar o look. A juta tem um toque artístico.

Figura 13 - Família 3

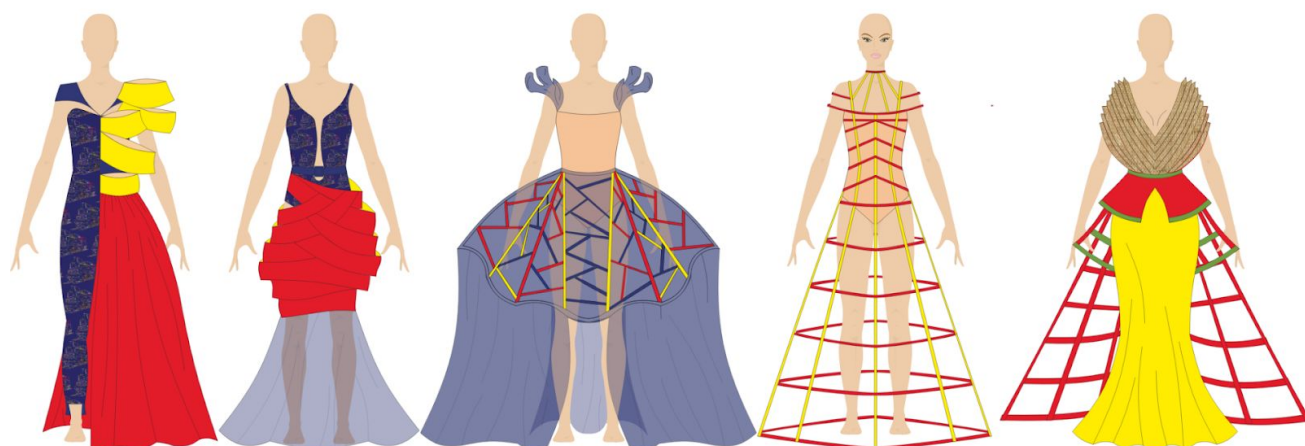


Fonte: Elaborado pela autora (2019).

4.8 Coleção

Na Figura 14 podemos ver os cinco looks conceituais, entre eles, o quarto será materializado, o body com o vestido estruturado.

Figura 14 - Croquis Conceituais



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Na Figura 15 observam-se os cinco looks comerciais. Entre eles, o terceiro será materializado.

Figura 15 - Croquis Comerciais.



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Como citado, entre os cinco conceituais e os cinco comerciais, foram escolhidos dois looks para serem materializados.

5 MATERIALIZAÇÃO

Nos tópicos a seguir, foram detalhadas as etapas da confecção dos looks para o desfile.

5.1 Desenvolvimento do Look 1

O primeiro look confeccionado foi o look comercial, um vestido longo com um corselet estruturado. A modelagem do vestido foi feita a partir do diagrama de base ajustada ao corpo, nas medidas da modelo, modificando o necessário como, manga, decote, e comprimento.

A modelagem do corselet estruturado, foi feito primeiro em papel duro, usando manequim de moulage, e depois modificado no corpo da modelo para as medidas exatas.

Figura 16 - Protótipo do Vestido e Corselet Estruturado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Depois de elaborados os protótipos, foi iniciada a confecção do look. Os materiais utilizados para a elaboração foram, para o vestido, alfaiataria ingrid e crepe georgete. O corselet estruturado inicialmente seria feito com barbatana costurável de 15mm, revestida com viés de cetim. Porém, como não obtive bons resultados, foi necessário a busca de outros materiais, o material que deu um efeito desejado foi o material para revestimento de móveis, a fita de borda em pvc, presa com botão de pressão.

Figura 17 - Desenvolvimento corselet e look 1 final confeccionado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

5.2 Desenvolvimento Look 2

O look 2, conceitual, é composto por um body e um vestido todo estruturado. Confeccionado o molde do body a partir do diagrama de base superior ajustada ao corpo, seguindo o passo a passo de desenvolvimento de maiô, modificado na medida da modelo. O vestido estruturado foi feito com papel duro utilizando manequim de moulage para dar forma e depois provando na modelo e ajustado ao corpo dela.

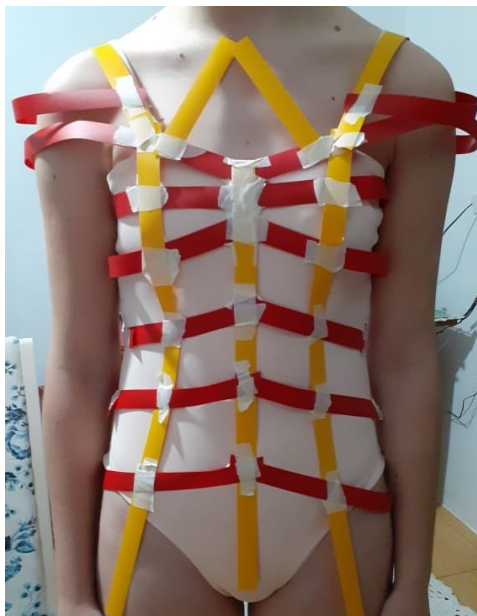
Figura 18 - Protótipo do Body e do Vestido Estruturado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

O body do look 2 é feito em malha neoprene, e para o vestido estruturado foi utilizado o material de revestimento de móveis, a fita de borda em PVC, presa com botão de pressão.

Figura 19 - Início da Montagem do Vestido Estruturado



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Para o desenvolvimento da coleção foi utilizada principalmente a metodologia de Treptow (2013). Entre os elementos da metodologia se destaca a pesquisa de tendências e a aplicação dos conceitos teóricos nas peças a serem desenvolvidas. Com base no referencial teórico levantado, foi possível estabelecer a necessidade de levar em consideração os padrões estabelecidos para a alta moda. Esses padrões estão ligados às diferenças entre a alta moda e a alta-costura francesa (AVELAR, 2011).

Como a alta moda precisa se diferenciar dos padrões da alta costura sem deixar de ser um artigo de luxo, foi preciso levar em consideração aspectos para diferenciar a coleção, inovando dentro do conceito de alta moda. Dessa forma, utilizei os conceitos do tema Manifesto Criativo, e a fuga divertida da WGSN (2017). O conceito de fuga divertida defende a utilização de padrões que fogem à zona de conforto e a aquilo que é padronizado na indústria com o objetivo de trazer inovação.

Com base na fuga divertida, foi possível trazer inovação ao conceito de alta moda por meio de dois elementos principais. Primeiro, foi introduzida a utilização de

elementos lúdicos, não comumente presentes na alta moda. Esses elementos puderam trazer inovação no sentido das cores e das formas utilizadas, diferenciando a coleção, trazendo um aspecto único e inovador. Adicionalmente, o segundo elemento introduzido foi o da inovação nos tipos das peças. A alta moda está muito ligada à vestidos, porém, quando aplicamos o conceito de fuga divertida neste aspecto da alta moda, torna-se necessário inovar não apenas nos elementos estéticos dos vestidos mas também nas próprias categorias das peças a serem desenvolvidas. Assim, foram introduzidas peças como bodys e estruturas que, apesar de não serem usualmente observadas nas coleções de alta moda, podem trazer a inovação e a diferenciação necessária de quando utilizamos o conceito de fuga divertida (WGSN, 2017).

Figura 20 - Look Comercial Finalizado



Fonte: Fotografia elaborada por Tais Iara Urquizar (2019).

7 CONCLUSÃO

Ao fim deste trabalho concluiu-se o desenvolvimento de uma coleção de alta moda, que utilizou como inspiração conceitual os desenhos de “Lummerland”, buscando inovar de uma forma lúdica e diferenciada, mantendo a elegância feminina.

Temos como esses que vivemos de incertezas e que não nos encaixamos em nada proposto pela sociedade, com o caos em política e demais assuntos do nosso cotidiano, buscamos a fuga, e estratégias para sair desta zona de conforto. Esta coleção buscou sair da zona de conforto deixando padrões de lado. Com tantos problemas no cotidiano, optamos pela fuga de uma forma divertida. Uma fantasia, dando ênfase à ironia e ao surrealismo, é o que nos alegra e dá o prazer de seguirmos de uma forma divertida o nosso dia dia com a inspiração de criar. Desta forma mudamos a nossa perspectiva. E é isso que a coleção fez uniu o brincar do desenho de “Lummerland” com a “inspiração de criar” e criar a coleção de alta moda que quebra as ordens, desafiando o sistema.

Trazendo formas diferentes, como calças e bodys que dificilmente vemos em roupas de alta moda, utilizando outros materiais tais como a fita de borda em pvc, tirando a renda e brilho, foi possível desenvolver uma coleção que vai além dos padrões, inovando não apenas na criação, mas também na utilização dos materiais e nos tipos de peças utilizados na alta moda. Para estudos futuros, recomenda-se a aplicação dos mesmos conceitos de fuga divertida e da utilização de peças incomuns para os padrões no desenvolvimento de coleções de alta moda.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 6023**: referências. Rio de Janeiro, 2002. 24 p.

AVELAR, Suzana. **Moda**: globalização e novas tecnologias. 2. ed. São Paulo: Estação das letras e Cores, 2011.

BORGES, Heide Gisele. **Resenha**: Jim Knopf e Lucas, o Maquinista: Michael Ende. [S.l.], 2018. Disponível em: <http://www.becodonunca.com.br/resenha/resenha-jim-knopf-e-lucas-o-maquinista-michael-ende/>. Acesso em 17.fev.2019

CHANEL, **Alta Costura**. Disponível em: https://www.chanel.com/pt_BR/moda/alta-costura.html. Acesso em 20.nov.2018

DIOR, Desfile **prêt-à-Porter**. Disponível em: https://www.dior.com/pt_br/desfiles/pret-a-porter-feminino/desfile-pret-a-porter-primavera-ver%C3%A3o-2020?gclid=Cj0KCQiA2ITuBRDkARIsAMK9Q7MZXXPQDFyIM7WCOsVh80_QAgQ3nC_-Ff1au419IbAhxw9gQ3_HzoMaAoSQEALw_wcB. Acesso em 10.mar,2019

ENDE, Michael. **Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer**. 2. ed. Thienemann, 2015.

ENDE, Michael. **Jim Knopf und Lukas der Lokomotivführer**. Disponível em: <http://www.jim-knopf.de/jimknopf>. Acesso em: 05.dez.2018.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda**: do conceito ao consumidor. 9. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2012.

FRISONI, Bianka Cappucci. **Ergodesign, metodologia ergonômica, “designing” para o uso humano**. 2000. Disponível em: http://www.dbd.pucrio.br/pergamum/biblioteca/index.php?codAcervo=183613#posicao_dados_acervo. Acesso em: 02.mai.2019

ID DUNEDIN FASHION. **De Dunedin Ao Mundo** Disponível em: <https://id-fashion.squarespace.com/about>. Acesso em 29.nov.2018.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion design**: manual do estilista. Tradução Lara Bideerman. 3. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MARY KATRANTZOU. **Coleções** Disponível em: <https://www.marykatrantzou.com/>. Acesso em 03.dez.2018

MIRANDA, Fernanda. **O que é a moda?** Disponível em: <http://vivaitabira.com.br/viva-colunas/index.php?IdColuna=28>. Acessado em 10.jun.2018

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RUBIM, Renata. **Desenhando a superfície**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

SALEH, Francys. **Cartela de cores**. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.audaces.com/a-importancia-da-cartela-de-cores-nas-colecoes-de-moda/>. 05.dez.2018.

SCHNEIDER, Beat. **Design**: uma introdução: o design no contexto social, cultural e econômico. Tradução Sonali Bertuol, George Bernard Sperber. São Paulo: Editora Blücher, 2010.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Fundamentos do design de moda**: pesquisa e design. Tradução Edson Furmankiewicz. Porto Alegre: Bookman, 2009.

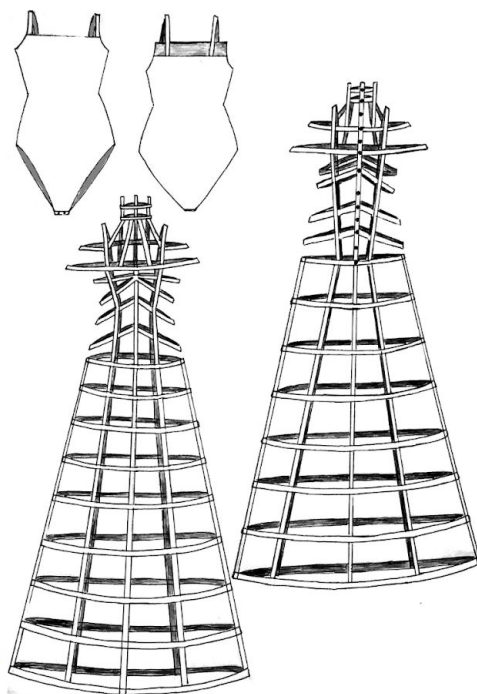
SPFW. **N46**. Disponível em: <https://ffw.uol.com.br/spfw/n46/>. Acesso em 20.out.2018.

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

WGSN. **A visão**: parte 1: manifesto criativo. Disponível em: <https://www.wgsn.com/en/>. Acesso em 20.out.2018

APÊNDICE – Coleção

Look conceitual, desenho técnico



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Look comercial, desenho técnico



Fonte: Elaborado pela autora (2019).

AGRADECIMENTOS

Primordialmente agradeço ao meu pai Carlos, minha mãe Roseli e a minha irmã Karla, dedico este trabalho a eles, que desde o começo me deram muito amor, dedicação, carinho, cuidados, incentivando a ser uma pessoa melhor e não desistir dos meus sonhos. Agradeço a Deus, que me deu saúde e forças para superar todos os momentos difíceis a que eu me deparei ao longo da minha graduação.

Agradeço meus avós e meu padrinhos por serem essenciais na minha vida e a toda minha família. Meu namorado Christian, pela compreensão, apoio e ajuda em todos os fins de semana dedicados aos estudos, esteve ao meu lado nos dias difíceis e exaustivos, com muito amor e paciência.

Agradeço aos amigos que estiveram desde o início da jornada, e os que fiz ao longo dela, permitiram que essa caminhada fosse mais alegre.

Sou extremamente grata a minha professora orientadora Carolina Carioni, por aceitar me guiar durante este trabalho e com muita dedicação, paciência e profissionalismo me proporcionou muitos conhecimentos.

Agradeço aos professores do Curso superior de Design de Moda do IFSC campus Gaspar, por todo conhecimento e auxílio, passado para nós alunos, contribuindo para o nosso crescimento, acadêmico e profissional. Também gostaria de deixar um agradecimento a instituição de pesquisa IFSC campus Gaspar, por possibilitar a execução deste trabalho científico.