

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CAMPUS APUCARANA
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

NATHÁLIA REGINA SECCO MIRANDA

MODA FESTA TAL MÃE, TAL FILHA

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA
2015

NATHÁLIA REGINA SECCO MIRANDA

MODA FESTA TAL MÃE, TAL FILHA

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo, do curso de Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, campus Apucarana.

Orientadora: Prof^a. Carla Hidalgo Capelassi



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de Tecnologia
em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso N° 182
Moda festa tal mãe, tal filha
por

NATHÁLIA REGINA SECCO MIRANDA

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e sete dias do mês de novembro do ano de dois mil e quinze, às dezenove horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) CARLA HIDALGO CAPELASSI – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) GABRIELA MARTINS DE CAMARGO – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) PATRÍCIA BEDIN ALVES PEREIRA – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Eu queria agradecer primeiro a Deus que permitiu eu estar aqui hoje. Aos meus pais, Cleusa e Wagner, e meus irmãos, Fred, Thais e Cinthia, que apoiaram desde o início os meus estudos e me ajudaram a chegar até aqui. Quero dedicar este trabalho ao meu filho Matheus, que a cada manhã me deu força para continuar com seu singelo e carinhoso abraço, e pedir desculpas pelo tempo que não estive com ele para garantir um futuro melhor!

Não posso esquecer dos meus amigos, que fizeram das minhas noites mais alegres, o Wagner Risello que me ensinou muito, principalmente que amizade não tem limites, ao casal Cinttia e Wagner que sempre estiveram ao meu lado não importa a situação, a Luzemar Rossi que as vezes foi minha mãe, e me deu muitos conselhos, Tatiane Medeiros fazendo o possível e o impossível pra estar ao meu lado em todas as situações sendo meu anjo da guarda!

Carla, minha orientadora que teve toda a paciência e dedicação para que eu chegasse no meu objetivo!

Isa, Natasha, Rosana, Yaskara e a todos os outros que de alguma forma me ajudaram de coração meu sincero obrigada!

RESUMO

MIRANDA, Nathália Regina Secco. Moda festa tal mãe, tal filha. 2015. (Trabalho de conclusão de curso II) Tecnologia em *Design* de Moda. Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR. Apucarana, 2015.

O avanço e desenvolvimento do setor da moda, aprimora-se com a criação de produtos nelas embasados. É exemplo disso a tendência popularmente identificada pelo termo *Tal mãe, Tal filha* em que crianças se vestem igual aos adultos copiando seus modelos. Para inovar dentro dessa tendência, o presente trabalho pretende criar uma coleção de roupas de festas em que o look infantil seja inspirado no modelo da mãe, porém, com as adequações necessárias à faixa etária e estilo de cada uma.

Palavras-chave: Moda. Festa. Inspiração.

ABSTRACT

MIRANDA, Natalia Regina Secco. Fashion party like mother, like daughter. 2015. (Work completed course II) Technology in Fashion Design. Federal Technological University of Paraná - UTFPR. Apucarana, 2015.

The advancement and development of the fashion industry, is improved with the creation of products in them grounded. One example is the trend popularly identified by the term Like Mother, Like Daughter in which children dress like adults by copying their models. To innovate within this trend, this paper aims to create a collection of party clothes on that child look is inspired by the mother's model, however, with the adjustments necessary to the age and style of each.

Keywords: Fashion. Party. Inspiration.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 02 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 03 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 04 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 05 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 06 – Fachada da Loja / Atelier	26
Figura 07 – Embalagens	26
Figura 08 – Imagem da Logo	27
Figura 09 – Painel Estilo de Vida	31
Figura 10 – Barbie por Dior	34
Figura 11 – Barbie por C.Loubottin	35
Figura 12 – Barbie por The Blonds	35
Figura 13 – Barbie por Vera Wang	36
Figura 14 – Materiais usados na coleção	37
Figura 15 – Tipos de shapes	37
Figura 16 – Cartela de cores	40
Figura 17 – Materiais utilizados	41
Figura 18 – Look escolhido – frente	42
Figura 19 – Look escolhido – costas	43
Figura 29 – Alternativa 1 – frente	52
Figura 30 – Alternativa 1 – costas	53
Figura 31 – Alternativa 2 – frente	54
Figura 32 – Alternativa 2 – costas	55
Figura 33 – Alternativa 3 – frente	56
Figura 34 – Alternativa 3 – costas	57
Figura 35 – Alternativa 4 – frente	58
Figura 36 – Alternativa 4 – costas	59
Figura 37 – Alternativa 5 – frente	60
Figura 38 – Alternativa 5 – costas	61
Figura 39 – Alternativa 6 – frente	62
Figura 40 – Alternativa 6 – costas	63
Figura 41 – Alternativa 7 – frente	64
Figura 42 – Alternativa 7 – costas	65
Figura 43 – Alternativa 9 – frente	66
Figura 44 – Alternativa 9 – costas	67
Figura 45 – Alternativa 10 – frente	68
Figura 46 – Alternativa 10 – costas	69
Figura 47 – Alternativa 11 – frente	70
Figura 48 – Alternativa 11 – costas	71
Figura 49 – Alternativa 12 – frente	72
Figura 50 – Alternativa 12 – costas	73
Figura 51 – Alternativa 13 – frente	74
Figura 52 – Alternativa 13 – costas	75
Figura 53 – Alternativa 14 – frente	76
Figura 54 – Alternativa 14 – costas	77
Figura 55 – Alternativa 15 – frente	78
Figura 56 – Alternativa 15 – costas	79
Figura 57 – Alternativa 16 – frente	80

Figura 58 – Alternativa 16 – costas	81
Figura 59 – Alternativa 17 – frente	82
Figura 60 – Alternativa 17 – costas	83
Figura 61 – Alternativa 18 – frente	84
Figura 62 – Alternativa 18 – costas	85
Figura 63 – Alternativa 19 – frente	86
Figura 64 – Alternativa 19 – costas	87
Figura 65 – Alternativa 20 – frente	88
Figura 66 – Alternativa 20 – costas	89
Figura 67 – Alternativa 21 – frente	90
Figura 68 – Alternativa 21 – costas	91
Figura 69 – Alternativa 22 – frente	92
Figura 70 – Alternativa 22 – costas	93
Figura 71 – Alternativa 23 – frente	94
Figura 72 – Alternativa 23 – costas	95
Figura 73 – Alternativa 24 – costas	95
Figura 74 – Alternativa 24 – costas	95

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Respostas da Pergunta 1	21
Gráfico 2 – Respostas da Pergunta 2	21
Gráfico 3 – Respostas da Pergunta 3	22
Gráfico 4 – Respostas da Pergunta 6	23
Gráfico 5 – Respostas da Pergunta 7	23
Gráfico 6 – Respostas da Pergunta 9	24
Gráfico 7 – Respostas da Pergunta 10	24

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	11
1.1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	13
1.2. Justificativa	13
1.3. OBJETIVOS	14
Objetivo Geral	14
Objetivos Específicos	14
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1. Introdução à Psicologia Infantil	15
2.1.1 Comportamentos entre mãe e filho: reflexos e desejos	15
2.2. A criança na história da Moda	18
2.3. Tendências	20
3. METODOLOGIA	22
3.1 Coletas e Análise de Dados	22
3.2 Análise da Pesquisa	23
4. Direcionamento Mercadológico	27
4.1. Empresa	27
4.2. A Marca	29
4.2.1 Conceito da marca	29
4.2.2 Pontos de venda	30
4.2.3 O Site	30
4.2.4 Promoções	30
4.2.5 Preços praticados	31
4.3. O Público Alvo	31
4.3.1 Perfil do consumidor	32
4.3.2 Painel estilo de vida	32
4.4. Pesquisa de Tendências	33
4.4.1 Macrotendência	33
4.4.2 Microtendência	34
5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	38
5.1. ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO	38
5.1.1 Nome da coleção	38
5.1.2 Conceito da coleção	38
5.1.3 Referência da coleção	38

5.1.4 Tabela de cores.....	41
5.1.5 Materiais.....	41
5.1.6 <i>Shapes</i>	42
5.1.7 Tecnologias.....	42
5.1.8 Mix de produto.....	43
5.1.9 Painel semântico.....	44
5.1.10 Cartela de cores.....	45
5.1.11 Cartela de materiais.....	46
5.1.12 Looks escolhidos.....	47
5.1.13 Justificativa do look escolhido.....	81
5.1.14 Geração de alternativas.....	84
APÊNDICE A.....	131
REFERÊNCIAS.....	128

1. INTRODUÇÃO

Nos dias atuais, a mídia tem disseminado conhecimentos e referências sobre o reaparecimento de formas de se vestir, as quais, mesmo presentes em épocas anteriores, encontravam-se, muitas vezes, esquecidas, sendo apenas lembradas em eventos e ou estudos da área.

Um exemplo deste reaparecimento é a confecção de roupas parecidas de pais e filhos, mães e filhas. O retorno desta preferência chamou atenção de um público que vê neste tipo de vestuário uma forma de aproximação e identidade entre os familiares, no caso, a mãe e a filha.

São comuns visualizações em redes sociais, blogs de moda ou mesmo fotos em revistas onde celebridades desfilam com seus filhos usando roupas em que as crianças são uma versão das mães, ou dos pais, pois, sendo a infância considerada uma fase encantadora, não é raro que os pais queiram registrar essa aproximação afetiva demonstrando laços de união. Pode-se encontrar na mídia e no comércio diferentes looks masculinos, femininos, casuais ou mais elaborados que traduzam uma forma personalizada da vestimenta desse público.

Essa moda, com produção de peças por grandes grifes para atender a demanda do mercado é, muitas vezes, avaliada por profissionais de áreas diversas como estilistas, psicólogos e jornalistas. Envolve, além de criatividade, delicadeza e um certo grau de diversão e brincadeira, responsabilidade e discernimento para encontrar o equilíbrio evitando “adultizar” a criança ou “infantilizar” o adulto.

Há a recomendação de bom senso no hábito de mãe e filha se vestirem iguais, tanto por parte de estilistas como de psicólogos. Rose Azedo (2015) alerta que é preciso respeitar a individualidade da criança, mas que por outro lado essa brincadeira também pode ser divertida para ambas. A especialista afirma que “com limite, pode ser legal, mas vale lembrar que a filha tem que ser quem ela quer, por isso, não deve haver pressão”. Acrescentando à discussão sobre o assunto a estilista Bruna Pinheiro lembra que “os papéis não podem ser invertidos, dessa forma, a mãe tem que tomar cuidado para não ficar com uma aparência infantil e a criança com visual mais velho”, segundo matéria publicada no site do G1.

Na reafirmação de que diferentes olhares devam ser lançados sobre essa demanda de vestimenta, uma vez que a mesma é buscada por um público

consumidor específico, a temática despertou interesse para a realização deste trabalho de pesquisa.

Da observação do aspecto relevante de adequar os looks à faixa etária é o que resultou a preocupação e empenho ao se confeccionar uma coleção. A essência da coleção se pauta na condição de que não se faça cópia fiel da peça referência, adequada às diversas faixas etárias, mas sim um modelo que traga em si identidade, criando vínculo entre os pais.

1.1. DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

De que forma atender diferentes estilos para diferentes faixas etárias (até 7 anos e 20 a 40 anos) na moda *Tal mãe, tal filha* para festas, onde a filha não deixe de ser criança, e a mãe não perca sua identidade?

1.2. JUSTIFICATIVA

A curiosidade pela temática da igualdade de vestimentas usadas por mães e filhas, despertou na acadêmica o interesse no conhecimento deste tipo de moda. Nos eventos da área e atuação, ela busca sempre pelos pesquisadores que desenvolvem este tipo de trabalho.

Aguçada sua curiosidade, indagava qual a razão de uma filha querer vestir-se igual a sua mãe ou vice versa. Em trabalho de pesquisa, Zamberlam (2002), apresenta razões psicológicas para explicar tal comportamento, afirmando:

A relação infante – mãe tem sido reconhecida sob vários de seus aspectos: servindo como eixo de referência a partir do qual se analisam demandas ambientais adaptadas às várias etapas do desenvolvimento da criança (ZAMBERLAM, 2002).

A identidade no aspecto da moda é recorrente nas redes sociais, na mídia, de uma forma geral, e está sempre presente no interesse que perpassa os estudos acadêmicos.

Esta pesquisa tem como foco contribuir com produtos diferenciados voltados para o público interessado com um conceito criativo, objetivando a elaboração de uma marca exclusiva para o segmento festa na moda *Tal mãe, Tal filha*.

1.3. OBJETIVOS

Objetivo Geral

Elaborar modelos de uma coleção para festas a partir do conceito Tal mãe, Tal filha, observando a faixa etária e estilo.

Objetivos Específicos

- Estudar o tema abordado;
- Apresentar uma coleção de segmento festa na moda Tal mãe, Tal filha.
- Mostrar que é possível usar a inspiração e não a cópia do modelo da mãe, assim cada faixa etária usar roupas adequadas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. INTRODUÇÃO À PSICOLOGIA INFANTIL

Psicologia é o estudo científico dos processos mentais e do comportamento do ser humano e suas interações com o ambiente físico e social. O estudo da natureza humana é realizado desde a Antiguidade, por pensadores, filósofos e estudiosos da área. A psicologia social, por sua vez, é o ramo que obteve maior desenvolvimento na primeira metade do século XX, e onde podemos estudar a inserção do indivíduo na sociedade e seu comportamento. Dentro da psicologia, existe ainda a divisão da psicologia infantil, área que se estuda a evolução das manifestações psíquicas da idade infantil.

Desde o nascimento a mãe e o bebê passam por uma série de situações que os levam a uma proximidade muito grande. Essa relação íntima de mãe-bebê é um fator muito importante para seu desenvolvimento posterior, principalmente no que se referem à comunicação e socialização. É esse aspecto que vai determinar mais tarde a personalidade da criança.

O apego é uma ligação afetiva que forma laços temporais e espaciais. Os comportamentos indicativos de apego buscam obter ou manter proximidade, interação e comunicação, mesmo que a distância (AINSWORTH, M. D., Wittig, B. A., 1969 apud. ZAMBERLAM, 2002).

Se há uma relação do ambiente que determina, em certa medida, então é possível defender que a proximidade entre mãe e filha estabelece uma troca, quase simbiótica, entre elas. A mãe influencia a filha, mas o oposto também acontece.

2.1.1 Comportamentos entre mãe e filho: reflexos e desejos

Com o crescimento, as crianças alteram suas preferências e necessidades. Começam a ter opiniões próprias de acordo com o meio social que vivem. Porém, é importante que se observe que uma criança deve se vestir adequadamente à sua

idade. Assim, bebês tem que se vestir como bebês, e conforme eles se desenvolvem algumas mudanças vão acontecendo não só fisicamente, mas no vestuário. Rodrigues (2010) faz uma análise das teorias freudianas em relação ao período pré-edípico estabelecido entre mãe e filha, suscitando a existência de que há um apego intenso e longo desde o período da sexualidade infantil e que pode chegar ao quinto ano. Mas essa relação é ambivalente, tanto que o sentimento de unicidade das mães por parte das filhas é maior do que com os filhos, elas “enxergam as filhas como uma extensão de si mesmas ou uma sócia delas, prejudicando ou tornando mais fraco o entendimento da filha como um outro sexual” (RODRIGUES, 2010, p. 25).

Essa relação de extensão das filhas é transposta por intermédio das roupas. A moda ‘auxilia’ nessa conexão entre mãe e filha, nessa mimética especular que funde adulta-criança. No site Vem Bonita, dirigido por Fabi Berto e Dani Simões, é possível encontrar uma descrição emblemática sobre o uso de roupas idênticas por mães e filhas, que segue na íntegra como forma de análise, além das imagens desse uso:

Tal mãe, tal filha!

Que menina nunca pegou uma roupa do armário da mãe e desfilou maravilhada em frente ao espelho, se vendo nela como tal?

Todas nós!

Mas hoje em dia essa “fantasia” se tornou uma realidade levada a sério por muitas empresas que vêm apostando cada dia mais nas coleções que trazem essa tendência mãe e filha.

É cada vez mais comum uma coleção ao ser lançada, destinar parte de algumas peças iguais para esse público em ascensão: as filhas das mães!!!

Confesso que para as mães de meninas isso é de fato um chamariz que não resistimos!

Afinal ver nossas pequenas em corpo, alma e vestes iguais a nós é uma alegria dupla! Tripla!!! Coisas de mãe! (BERTO; SIMÕES, 2014).



Figura 01 – Mãe e Filha 1
Fonte: Vem Bonita – Berto, Fabi e Simões, Dani.



Figura 02 – Mãe e Filha 2
Fonte: Vem Bonita – Berto, Fabi e Simões, Dani.

Com o crescimento e a socialização da criança, ela vai criando referências, a mãe quase sempre é a primeira e mais importante delas, tanto que começam a querer a imitar usando as mesmas roupas, passando maquiagem, arrumando cabelo, com o passar dos anos e o crescimento, a mãe deixa de ser a única referência, pois agora a criança passa ter seu próprio estilo.

2.2. A CRIANÇA NA HISTÓRIA DA MODA

No período anterior ao séc. XVI as crianças se vestiam como “pequenos adultos”, portanto o conceito de infância é moderno. Às crianças, estavam relegadas a copiar os adultos até que se tornem como eles efetivamente. Elas não tinham diferenciação de sexo, meninas e meninos usavam vestimentas iguais. O branco era a cor que predominava nos camisolões usados (BRAGA, 2007). Como escreve Ariés (1981), não havia uma distinção, ou ainda o sentimento do que era infância, sendo simplesmente negligenciadas, as crianças eram tratadas como mini adultos.

Foi então que no fim do séc. XVI que as crianças começam a ser notadas. Com o passar do tempo os trajes infantis tornaram-se símbolos da moda como o traje marinheiro, o pequeno Lord e a roupa de Eton como na imagem abaixo.



Figura 03 – Conjunto de crianças com trajes do séc. XVI
Fonte: Pensar e Lucidar Blog.



Figura 04 – Criança com traje da época
Fonte: Não me mexa nos Jpges Blog

Com a expansão das escolas tornou-se mais evidente a diferenciação entre adultos e crianças e também de classe social. Enquanto algumas famílias ainda colocavam suas crianças para trabalhar nas fábricas junto com os adultos, outras de classe social mais elevada, já as vestiam com roupas apropriadas à idade dos pequenos.

A necessidade do sujeito ser reconhecido coloca na frente alguns códigos facilmente perceptíveis como procedimentos institucionalizados e socializadores. O vestuário como desenvolvemos até então, é um dos mais importantes elementos que vão marcar as distinções institucionais e sociais (CASTILHO, 2006, p. 121).

Após o cenário das duas grandes guerras, especificamente após 1960, as roupas infantis receberam uma transformação significativa.

A partir dos anos de 1960, a moda infantil passou por significativa transformação: as vestimentas de aparato, também conhecidas como 'roupas de domingo', desapareceram, quase que completamente, para dar lugar a vestimentas mais resistentes, menos enfeitadas, de menor custo e bem mais práticas. Progressivamente, as roupas de domingo, passaram a serem usadas durante a semana (GONÇALVES; FILHO, 2014, p. 04).

Atualmente o mundo infantil tem grande influência social e de mercado, onde propiciou o surgimento de produtos e serviços específicos para o público. No aspecto da moda não é diferente, pois há grandes possibilidades de expansão e aprimoramento do ramo voltado a atender as expectativas desse público.

2.3. TENDÊNCIAS

O tema abordado traz curiosidade. O que faz uma criança querer se inspirar na mãe a ponto de querer copiá-la?

Com o mundo globalizado, novas tendências ressurgem com releituras mais contemporâneas no mundo *fashion*, como a moda Tal mãe, tal filha. Uma moda onde a criança se veste como a mãe/pai, o que a torna uma “mini” imitação, como se pode perceber com *t-shirts*, por exemplo.



Figura 05 – Imagem t-shirts
Fonte: Fada com Glitter Blog

Nesse mercado, aos poucos, outras peças estão sendo introduzidas como cópias em tamanhos menores. A criança tem que ser criança e não “mini” adulto.

Diante dessa problemática, é importante estabelecer um estudo em que relação ao que leva uma criança a querer copiar a mãe ou pai, ou vice-versa. E fazer uma coleção onde a mãe é uma referência, e não cópia, respeitando a faixa etária

de cada um e o estilo próprio, usando modelagens que proporcionem o conforto de ambas as idades.

Na busca dos objetivos propostos pelo trabalho, vale considerar o que expõe Grave (2004) sobre a relação roupa e mente, uma vez que existe um dialogo entre ambos. Se o vestuário não agrada ao psicológico, a pessoa se limita, como se o “vestuário e mente tivessem opiniões divergentes” (GRAVE, 2004, p. 100).

A diferença entre referência e cópia, é que referência é aplicada de forma mais sutil, às vezes na forma de homenagem. Já a cópia é reprodução fiel do produto.

3. METODOLOGIA

3.1 COLETAS E ANÁLISE DE DADOS

Segundo Severino (2007), a ciência se constitui aplicando técnicas, seguindo um método e apoiando-se em fundamentos epistemológicos. Tem assim elementos gerais que são comuns a todos os processos de conhecimento que pretenda realizar, marcando toda atividade de pesquisa. Várias são as modalidades de pesquisa que se podem praticar, o que implica coerência epistemológica, metodológica, e técnica, para seu adequado desenvolvimento.

Para tornar possível a compreensão do surgimento da moda Tal mãe Tal filha, o trabalho abrange uma pesquisa bibliográfica, a qual é indispensável nos estudos históricos.

Ainda segundo Severino (2007), a primeira diferenciação que se pode fazer é entre pesquisa quantitativa e qualitativa.

De acordo com Gil (2009), o estudo de campo permite conhecer o comportamento das pessoas as quais se integram no universo da pesquisa, através da interrogação direta acerca do problema estudado. Utilizando uma pesquisa quantitativa, há uma simplificação no trabalho analítico, uma vez que esta é realizada por meio de instrumentos padronizados a fim de atingir os objetivos da pesquisa, com o intuito de obter conclusões sobre os dados coletados. A pesquisa qualitativa, por sua vez, é uma pesquisa indutiva com caráter exploratório, isto é, o pesquisador desenvolve conceitos a partir de padrões encontrados nos dados, ao invés de coletar dados para comprovar teorias.

Através da pesquisa qualitativa pretende-se, obter a coleta de dados do perfil do público-alvo em relação a estilo, conforto e preço. A partir de uma análise dessa preferência, desenvolver uma coleção.

Segundo Menezes e Silva (2000), a pesquisa aplicada objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos. Assim, a partir dos conhecimentos obtidos serão desenvolvidos uma coleção que atenda às necessidades das mães e filhas.

3.2 ANÁLISE DA PESQUISA

Foi feito uma pesquisa de público-alvo com 19 pessoas. Mães de 20 a 40 anos, com crianças de até 7anos, procurando identificar as preferências de mercado do público-alvo, e assim atender de forma que satisfaça o consumidor. A pesquisa foi um questionário via internet, com questões abertas e de múltipla escolha, onde as mães puderam escrever suas preferências.

PERGUNTA 1

Você já viu roupas para mães e filhas à venda próximos a você?

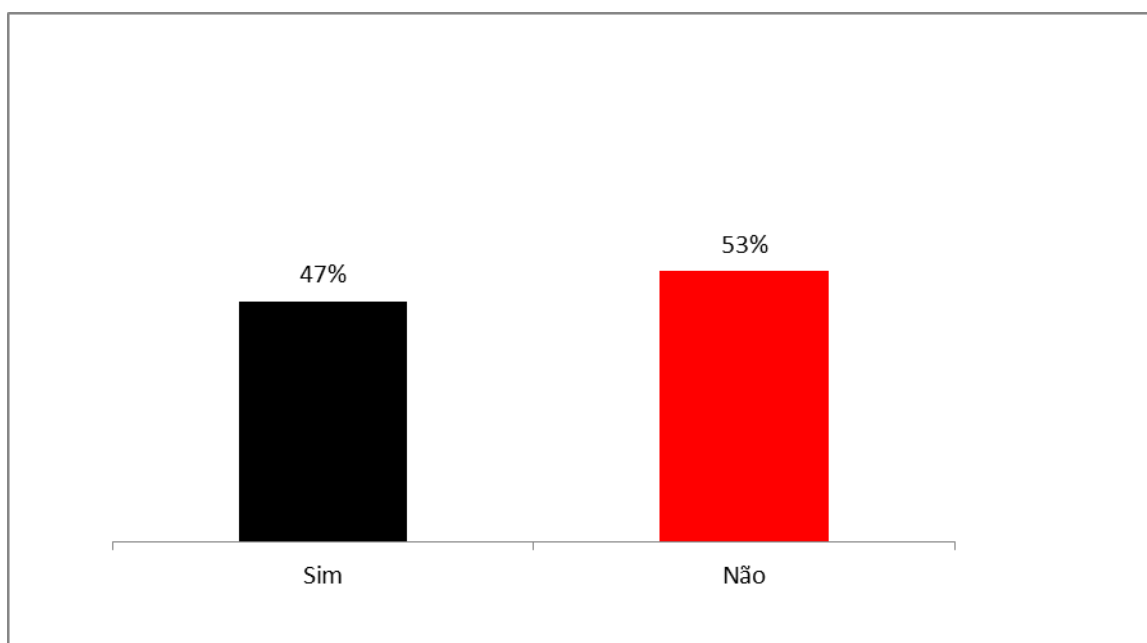


Gráfico 1 – Respostas da Pergunta 1
Fonte: Da autora, 2015.

PERGUNTA 2

Os modelos devem ser idênticos ou cada um respeitando a faixa etária que usar?

Novamente nas respostas dadas a essa questão verifica-se a não apreciação de modelos idênticos. Cada uma deve respeitar sua faixa etária. Apenas uma das respostas foi favorável à escolha de trajes idênticos de mãe e filha.

PERGUNTA 3

O que não pode faltar nos looks (adulto e infantil)?

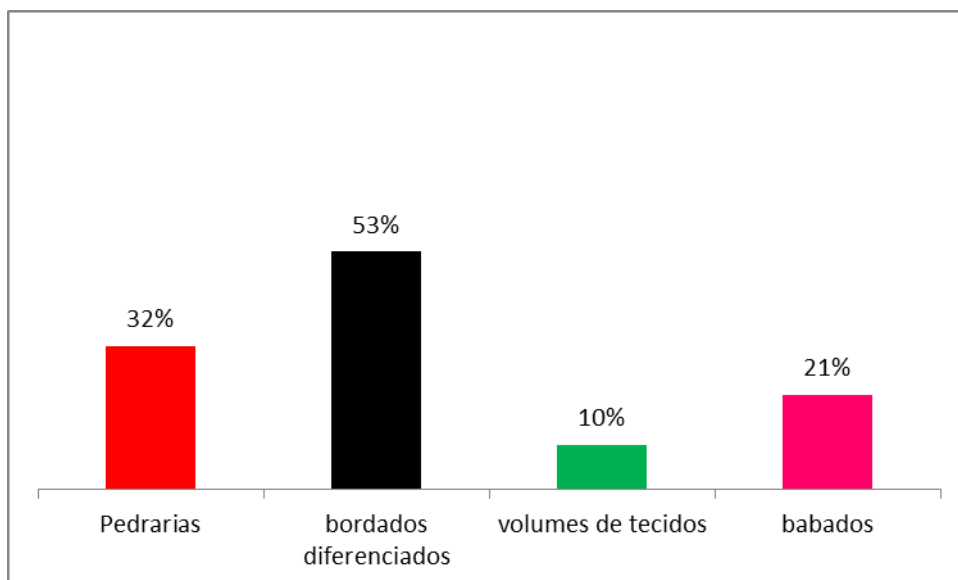


Gráfico 3 – Respostas da Pergunta 3
Fonte: Da autora, 2015

PERGUNTA 4

O que levaria você a querer usar uma roupa igual sua filha?

A respeito das respostas à essa questão podemos afirmar que de maneira geral as mães apreciam looks que sugiram alguma semelhança entre os trajes de mãe e filha. Entretanto, é também presente a ideia de que a cópia do modelo não é adequada.

PERGUNTA 5

Que locais você procura por esse tipo de roupa?

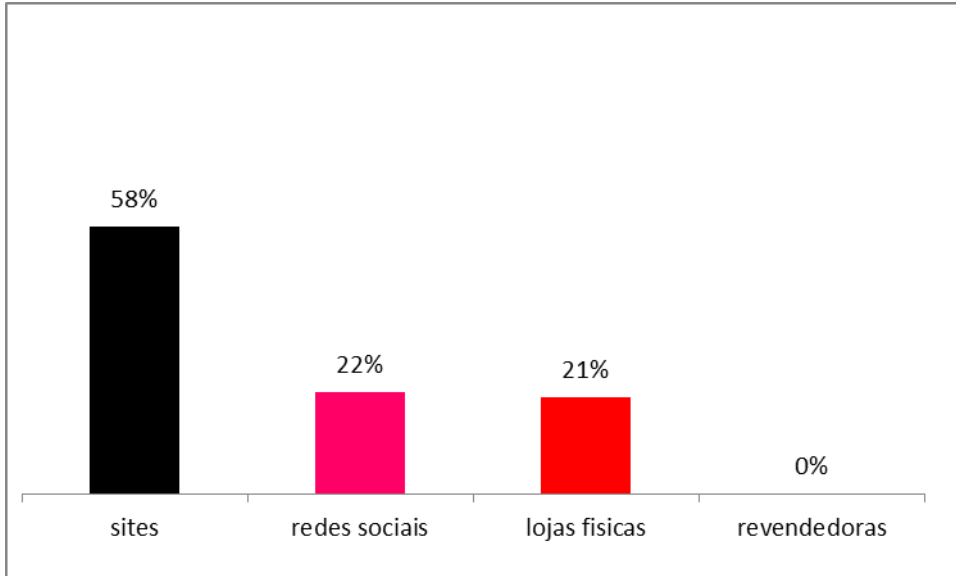


Gráfico 4 – Respostas da Pergunta 6
Fonte: Da autora, 2015

PERGUNTA 6

No segmento de moda festa ainda é incomum ver mães e filhas com roupas idênticas ou parecidas. Você usaria numa festa?

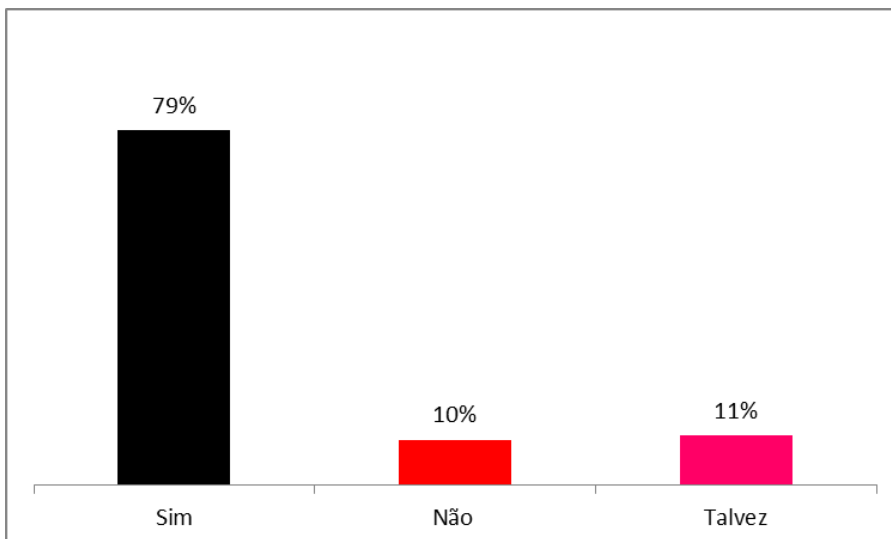


Gráfico 5 – Respostas da Pergunta 7
Fonte: Da autora, 2015

PERGUNTA 7

Já usou esse tipo de roupa em uma festa?

Apenas 2 respostas afirmaram já ter feito a confecção de roupas mãe e filha para festas. O que retrata um desafio a ser enfrentado por essa pesquisa.

PERGUNTA 8

Quais as cores que predominam no seu guarda roupa e no da sua filha:

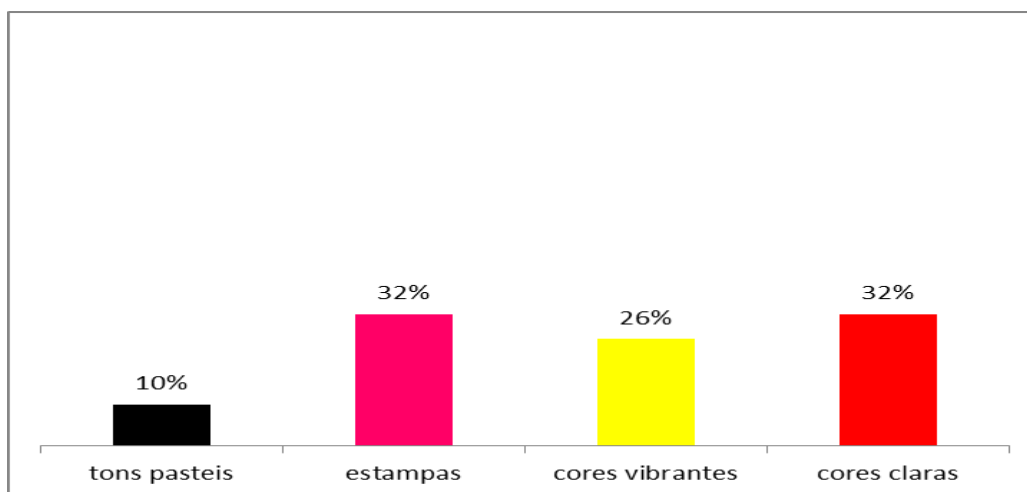


Gráfico 6 – Respostas da Pergunta 9
Fonte: Da autora, 2015

4. DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1. EMPRESA

A empresa denomina-se Nathália Secco, sendo uma organização de pequeno porte, segundo o SEBRAE e tem sede na cidade de Londrina.

Tem como segmento moda festa personalizada para mães e filhas, com distribuição de peças do vestuário em escala regional.

Em sua sede encontra-se o ateliê de desenvolvimento de produto e a loja para comercialização. Toda parte de desenvolvimento e produção é feito dentro da empresa. O ambiente de trabalho é um lugar arejado bem iluminado e amplo. Visando o conforto de seus funcionários.

A empresa, inicialmente, realizará somente a confecção de peças sob medida. Visto que as peças são únicas. A coleção será divulgada no site da empresa e em redes sociais (Facebook, Instagram).

Não tem concorrente direto, pois ainda não existe uma marca que desenvolva roupas de festa especialmente para esse público. Porém outras marcas como MiuMiu, Sadek Majed e outras fazem coleções paralelas, ou seja, junto com a coleção oficial, é lançado produtos diferenciados, afim de buscar e atender, novos e diferentes consumidores para a marca.

A marca tem o ateliê próprio onde todos os produtos são criados, desenvolvidos, e entregue aos clientes.

FACHADA DA LOJA / ATELIE

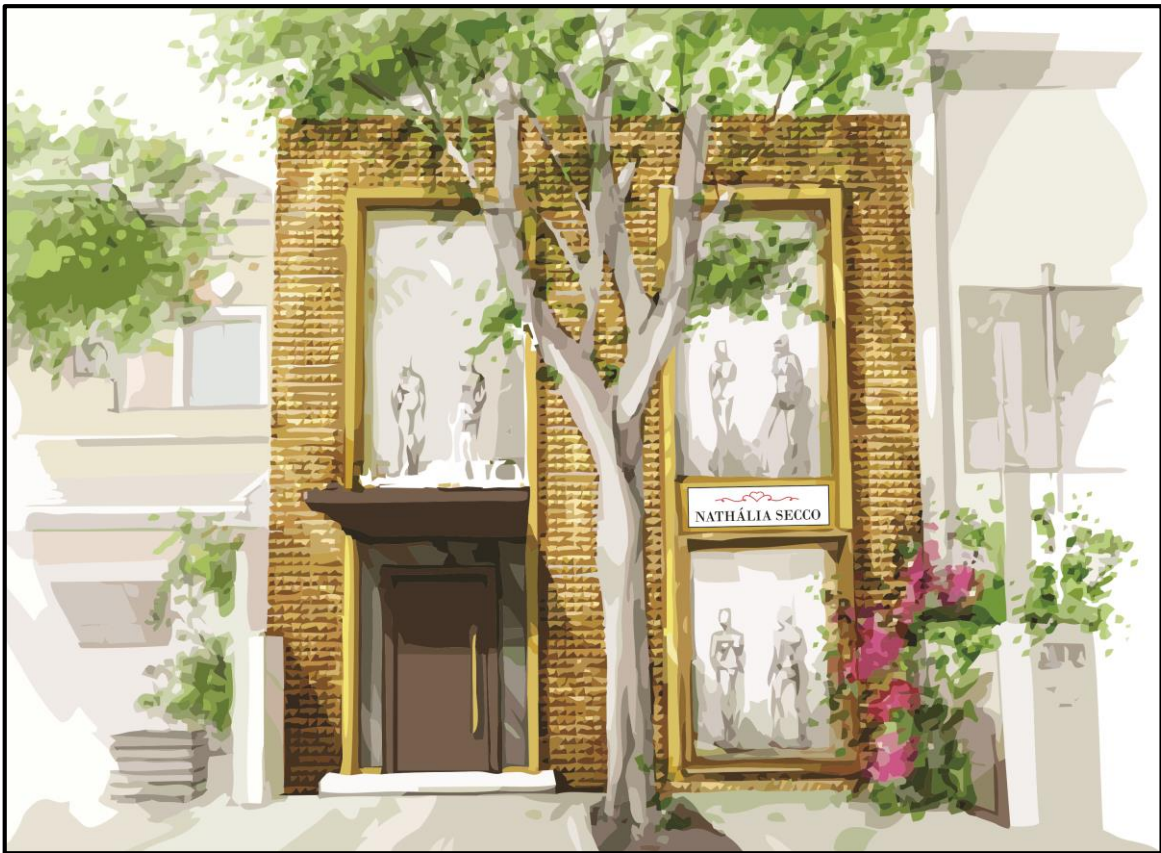


Figura 06 – Fachada da Loja / Atelier
Fonte: Da autora, 2015.

EMBALAGENS

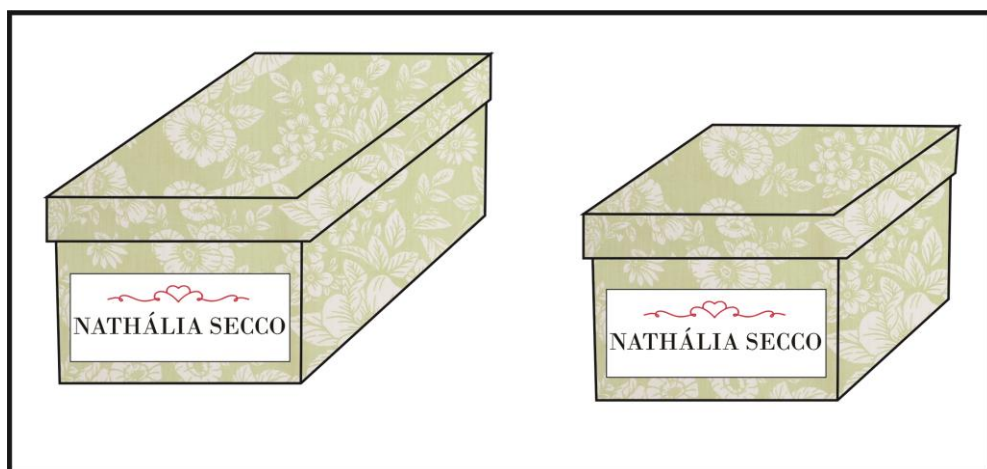


Figura 07 – Embalagens
Fonte: Da autora, 2015.

As embalagens da marca serão caixas de papel, com cores e estampas ligadas à coleção. Terá também a logo estampada. Cada vestido será entregue em uma caixa.

4.2. A MARCA

Pensando nas características do público-alvo, procurou-se aliar à imagem da marca elementos que a representasse. O sentimento maior que existe, é o amor entre mães e filhos. O coração com arabescos representa todo laço de amor da família, em especial o da matriarca. A logo desenvolvida é marcante e delicada, assim como os produtos da marca.



Figura 08 – Imagem da logo
Fonte: Da autora, 2015.

4.2.1 Conceito da marca

Estilo, delicadeza e exclusividade resumem a marca. As peças fazem com que as crianças se sintam num conto de fadas, onde podem ser o que quiserem e usar as roupas inspiradas em suas mães, e estas terem suas pequenas mais parecidas com elas. Fazendo com que ambos os mundos, se percam numa brincadeira divertida e única.

4.2.2 Pontos de venda

Inicialmente as peças serão comercializadas somente na loja do ateliê. Poderá ser feito a escolha do modelo e encomenda. Hoje o acesso à internet é muito fácil e rápido, sendo assim a marca terá um site onde a coleção poderá ser vista e posteriormente encomendado.

4.2.3 O Site

O site terá a página inicial com o teaser da coleção. Depois terá as opções acima: história da marca, coleções, catálogo e contato.

Na aba de história da marca terá um pouco da trajetória do ateliê, onde tudo começou e como está atualmente. Já na aba de coleções terá fotos de todos os produtos. No catálogo será apresentada a nova coleção com fotos e editorial da coleção. No contato será um espaço onde os clientes poderão comunicar-se com a empresa, deixando telefone, e-mail.

4.2.4 Promoções

O departamento de marketing e propaganda, responsável pela divulgação da marca, analisará as necessidades e o comportamento do público.

Primeiramente será feito a divulgação em revistas voltadas ao público infantil e para as mães, sites e blogs de moda. Também será feito propaganda na mídia com o teaser da coleção e outdoors da cidade.

Participação de feiras e exposições como, a Feira das Noivas, em Londrina que ocorre no Shopping Catuaí todo ano no mês de maio, visto que a marca atende o público festivo. Também promover concursos de beleza e desfiles e disponibilizar os looks da marca para a divulgação da mesma.

Aliar-se aos artistas que representem a marca, pode trazer benefícios tanto para a marca quanto para o artista. Assim fazer parcerias em coleções exclusivas e eventos com a presença do mesmo.

4.2.5 Preços praticados

Os preços praticados serão a partir de R\$ 500,00 cada vestido. O setor comercial da empresa será quem determinará os preços.

4.3. O PÚBLICO ALVO



Figura 09 – Imagem de público alvo.
Fonte: Sadek Majed Couture Fanpage.

4.3.1 Perfil do consumidor

São mães de 20 a 40 anos e crianças de até 7 anos. De classe econômica b e c. O público é bastante consumista, visto que as mães são super vaidosas e antenadas com a moda e as filhas seguem os passos da mãe.

As mães trabalham fora, a maioria formada ou fazendo faculdade. Cuidam da saúde, fazem esportes, frequentam centros de estética. As crianças estudam em escolas primárias, frequentam aulas extras, como ballet, natação ou dança. Nas horas vagas costumam viajar com a família, fazer passeios no shopping e sair para jantar. Frequentam muitas festas com a família.

Não são fieis a uma marca. Procuram usar aquilo que as deixem bem confortáveis e estilosas. Já as crianças conforme crescem seu gosto vai mudando e as marcas procuradas também. As boutiques e lojas do shopping, como magazines, são as mais frequentadas.

4.3.2 Painel estilo de vida



Figura 10 – Painel Estilo de Vida
Fonte: Da autora, 2015.

4.4. PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.4.1 Macrotendência

Segundo o site o Resumo da moda, Macrotendências são ideologias do comportamento humano, verdades reproduzidas muitas vezes com o objetivo de estabelecer uma indicação da melhor decisão no íntimo do nosso pensamento. Assim como auxiliam a prever reações, as macrotendências também criam costumes.

Elas devem incrementar processos criativos e as indústrias devem se adaptar a esse processo. Surgem dos grandes movimentos de cultura e as tendências de moda adaptam a leitura feita desses movimentos para seus produtos.

Acontecimentos históricos influem nas tendências de moda, nada é exato, mas as pesquisas ajudam a pensar e apontam caminhos para os designers e as macrotendências são importantes para a sobrevivência da sociedade.

O conceito de suavidade tem relação com as inspirações do inverno 2015, uma vez que o tema da chuva é retomado. A chuva passou e deixou os contornos mais diluídos, dando lugar aos aquarelados e delicados desenhos de flores.

Essa tendência apresenta ausência de contornos e os contornos definidos, fragilidade e ao mesmo tempo agressividade, cores com aspecto de lavadas e cores escuras. Os enfeites e adornos nos dá a sensação: do diluído, da leveza, fragilidade e do plissado. As texturas são de couro, laminado, sintético, acrílico, e laser, aquarelado, diluído, sequência matemática de traços, impermeável, acetinado, leveza, translúcido, delicado, fragilidade, agressividade, amassado, degrade, descolorido e plissado.



Figura 11 – Suavidade
Fonte: Box Fashion

4.4.2 Microtendência

Um das microtendências escolhida foi a soft pop. Temas lúdicos e emocionais têm um peso intelectual em um novo clima cultural, nada mais é do que um mix criativo dos sentidos, que não está restrita ao gênero, sexualidade ou etnia.

As tonalidades em candy são cores oficiais dessa tendência. Cores que lembram os doces, como balinhas e guloseimas.

Outra tendência escolhida foi a do 3D. Esses efeitos vêm invadindo os cinemas, a fotografia, o ramo da beleza e também da moda. Essa tendência terá destaque, seja com bordados, texturas, vazados e pedrarias, na moda festa ou nas ruas.

O luxo agora vem em estilo tridimensional em bordados e efeitos que saltam aos olhos. Vestidos de festa ficarão ainda mais sofisticado com esse trabalho, trazendo muita feminilidade através de aplicações de flores e pedrarias. Além de aplicações de flores já prontas em materiais como organzas e outros, são os bordados com fitas de cetim.



Figura 12 – Cores candy
Fonte: Coluna Tati Pilão



Figura 13 – cores candy
Fonte: Ms ms, creative exploration



Figura 14 – 3D
Fonte: Fashion Bubbles



Figura 15 – 3D
Fonte: Ponto Rustico

5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1. ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.1.1 Nome da coleção

Versalhes.

5.1.2 Conceito da coleção

Inspirada nos contornos da arquitetura e decoração, detalhes como as pinturas das paredes e sua jardinagem, e a riqueza do Palácio de Versalhes, a coleção traz bordados e rendas que lembram, os lustres de cristais, os jardins floridos e seus labirintos. As roupas trarão decotes, fendas, babados e muita pedraria que representam as joias da rainha e o tesouro da família real.

A coleção traz looks delicados e finos onde a mãe é rainha, com decotes e recortes que valorizam seu corpo e a filha uma princesa, que mesmo tendo a mãe como inspiração, continua uma menina delicada cheia de babados e laços.

5.1.3 Referência da coleção

O Palácio de Versalhes é um castelo real localizado na cidade de Versalhes, subúrbio de Paris. Pela sua opulência e grandiosidade tornou-se o mais luxuoso de toda a Europa. Muito conhecido pela sua riqueza.

O quarto da rainha Maria Antonieta conserva a verdadeira característica da rainha, o amor à vida monótona e fria, regados de muito dinheiro e luxo.



Figura 16 – Quarto da rainha
Fonte: Da autora, 2015.

A Galeria dos Espelhos é uma sala conhecida internacionalmente pela assinatura do Tratado de Versalhes em seu interior. Um grande espaço cheio de espelhos em sua estrutura com o teto em formato de um arco revestido de dezessete espelhos que refletem a vista das imensas janelas que o compõem. Importado de Veneza na Itália, os espelhos eram tidos como os mais extravagantes elementos que se podia ter na época.



Figura 17 – Galeria dos Espelhos
Fonte: Da autora, 2015.

Atualmente o palácio é um museu de história, sendo o ponto turístico mais visitado da França, ao contrário do que muitos pensam ser a Torre Eiffel ou o museu do Louvre.

Foi escolhido como referência da coleção por se tratar de um tesouro muito grande.

A família é tida como grande jóia rara, o amor incondicional de mãe para filha, representado pela riqueza imensa desse lugar.



Figura 18 – Palácio
Fonte: Da autora, 2015.

5.1.4 Tabela de cores

As cores da coleção são marcantes. Representam a natureza de diversas formas. Do clássico branco, off-white e nude, passando pelo ousado como dourado e amarelo e chegando nas cores da natureza, tons de rosa e roxo, e nuances de verde. .

5.1.5 Materiais

Serão utilizadas aplicações de rendas e tecidos finos, pedrarias em geral, plumas e fitas. Além de botões de pérola, zíperes, barbatanas, entretela e bojo.

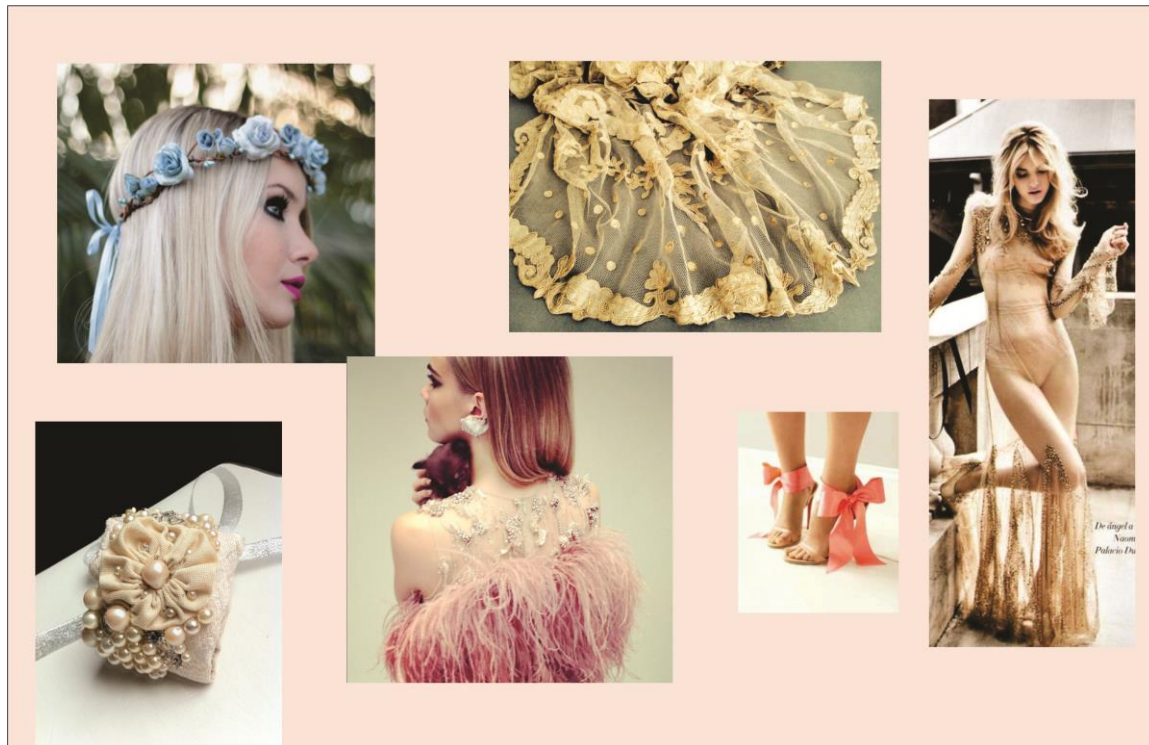


Figura 19 – Materiais usados na coleção
Fonte: Da autora, 2015.

5.1.6 Shapes

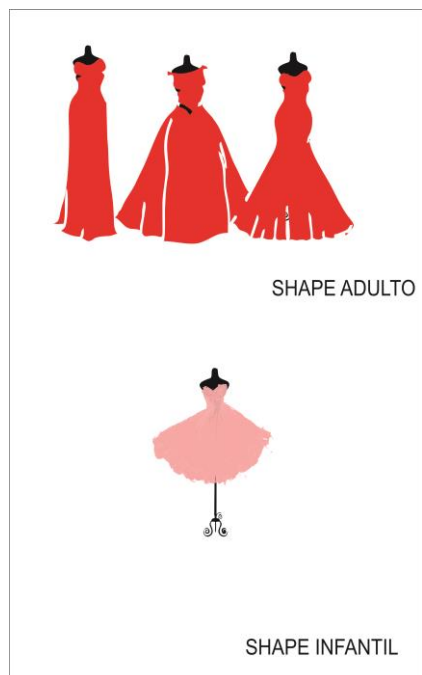


Figura 20 – Tipos de Shapes
Fonte: Da autora, 2015.

As shapes de roupas usados na coleção adulta são o shape “A”, sereia ,“i” e o “H”

Já os shapes infantis são o “a” “x”

5.1.7 Tecnologias

As modelagens serão desenvolvidas através de risco plano e depois passado para o sistema CAD para armazenamento e futuramente poder ser novamente utilizado. O CAD é uma tecnologia que facilita o trabalho do modelista. O sistema permite a construção ou manipulação de moldes de forma rápida, com a utilização de um computador em que o *software* se encontra instalado. Após fazer o risco a impressora *plotter* imprime os trabalhos e permite que se proceda para o corte

5.1.8 Mix de produto

PRODUTO	TIPO	QUANTIDADE
VESTIDO ADULTO	LONGO	20
VESTIDO ADULTO	MIDI/ CURTO	04
CONJUNTO ADULTO	SAIA LONGA E CROPED	01
VESTIDOS INFANTIS	PADRAO	25

Figura 21 – Mix de Produto
Fonte: Da autora, 2015.

5.1.9 Painel semântico



Figura 22 – Painel Semântico
Fonte: Da autora, 2015.

O painel semântico é uma montagem com várias imagens do Palácio de Versalhes. Cores fortes contrastam com as claras, iluminando a imagem. O lustre de cristal, o teto e as paredes com pinturas marcantes e detalhes de ouro, trazem toda a sensação de riqueza. As flores do jardim deixam a fineza e a suavidade à mostra. Um choque entre o luxo e a simplicidade.

5.1.10 Cartela de cores

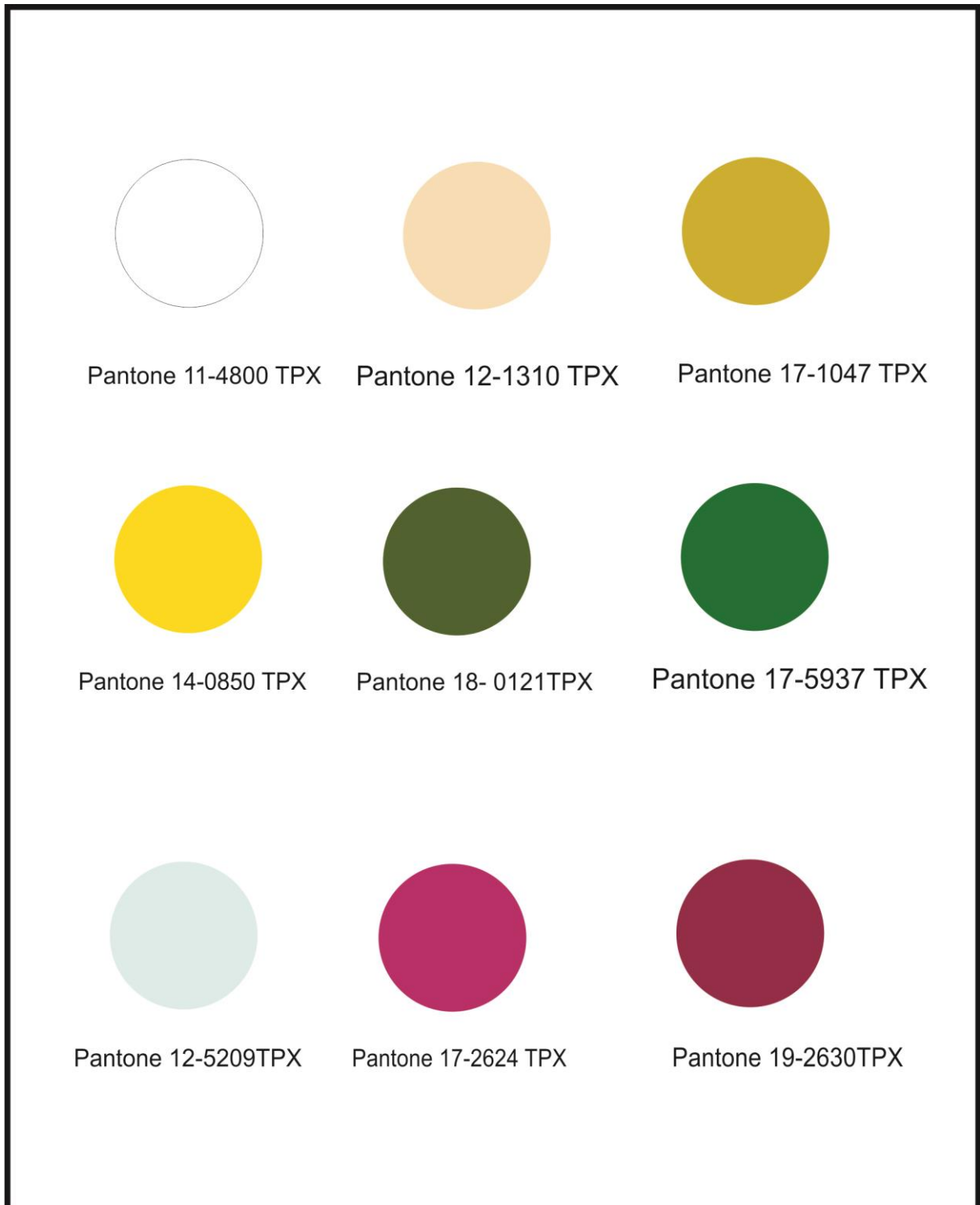


Figura 23 – Cartela de Cores
Fonte: Da autora, 2015.

5.1.11 Cartela de materiais



RENDA 3D 100% POL



CREPE 97%POL
3%ELAST



TULE ILUSION 100%POL



SEDA 100% SEDA



SARJA GROSSA 55%POL
42%ALG 3% ELAST



CETIM !00% POL



RENDA 100% POL



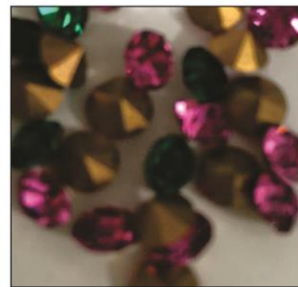
CREPE VOGUE
100% POL



CETIM DE FORRO
97% POL 03% ELAST



PÉROLAS E STRASS



CRISTAL SWAROVISKY

Figura 24 – Cartela de Materiais
Fonte: Da autora, 2015.

5.1.12 Looks escolhido

Look 1



Figura 25 – Look escolhido - frente
Fonte: Da autora, 2015.

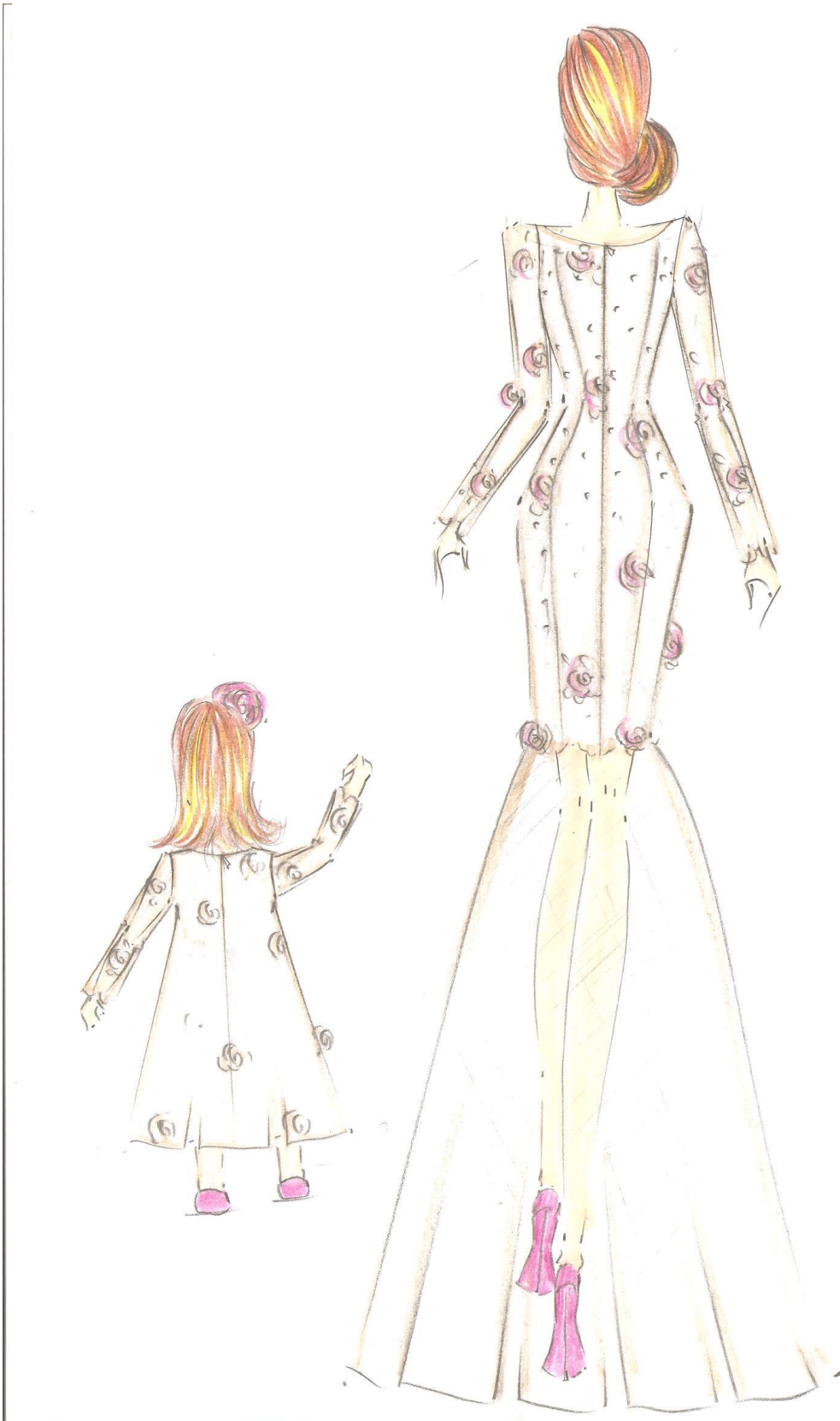


Figura 26 – Look escolhido - costas
Fonte: Da autora, 2015.



FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: O6

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

TAMANHO PILOTO: 36

MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 13/11/15

PRODUTO: VESTIDO SEREIA



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
RENDA 3D	RIVIEIRA TECIDOS	100% POL	2,5 M	359,00 M
TULE ILUSION NUDE	RIVIEIRA TECIDOS	100 % POL	6 M	39,90 M
CREPE NUDE(FORRO)	RIVIEIRA TECIDOS	97% POL 3%ELAST	2,5 M	39,90 M

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTAO DE PÉROLA	PRIMEIRA LINHA	DOURADO/PEROLA	20	1,30

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 06

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

TAMANHO PILOTO: 04

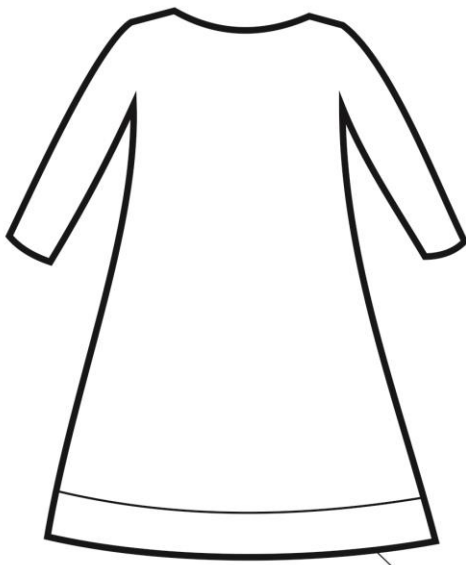
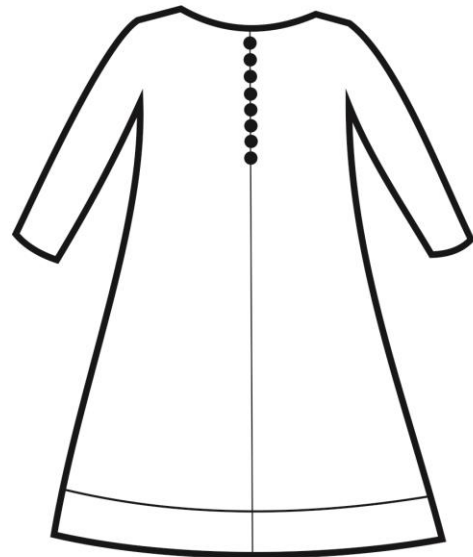
MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 21/09/15

PRODUTO: VESTIDO INFANTIL DE RENDA

VESTIDO EVASÉ

BARRA TRANSPARENTE
(SEM FORRO)FECHAMENTO COM
BOTOES DE PÉROLA

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
RENDA 3D	RIVIEIRA TECIDOS	100% POL	1 M	359,00 M
CREPE NUDE(FORRO)	RIVIEIRA TECIDOS	97% POL 3%ELAST	1 M	39,90 M

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTAO DE PÉROLA	PRIMEIRA LINHA	DOURADO/PEROLA	15	1,30

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

Look 2

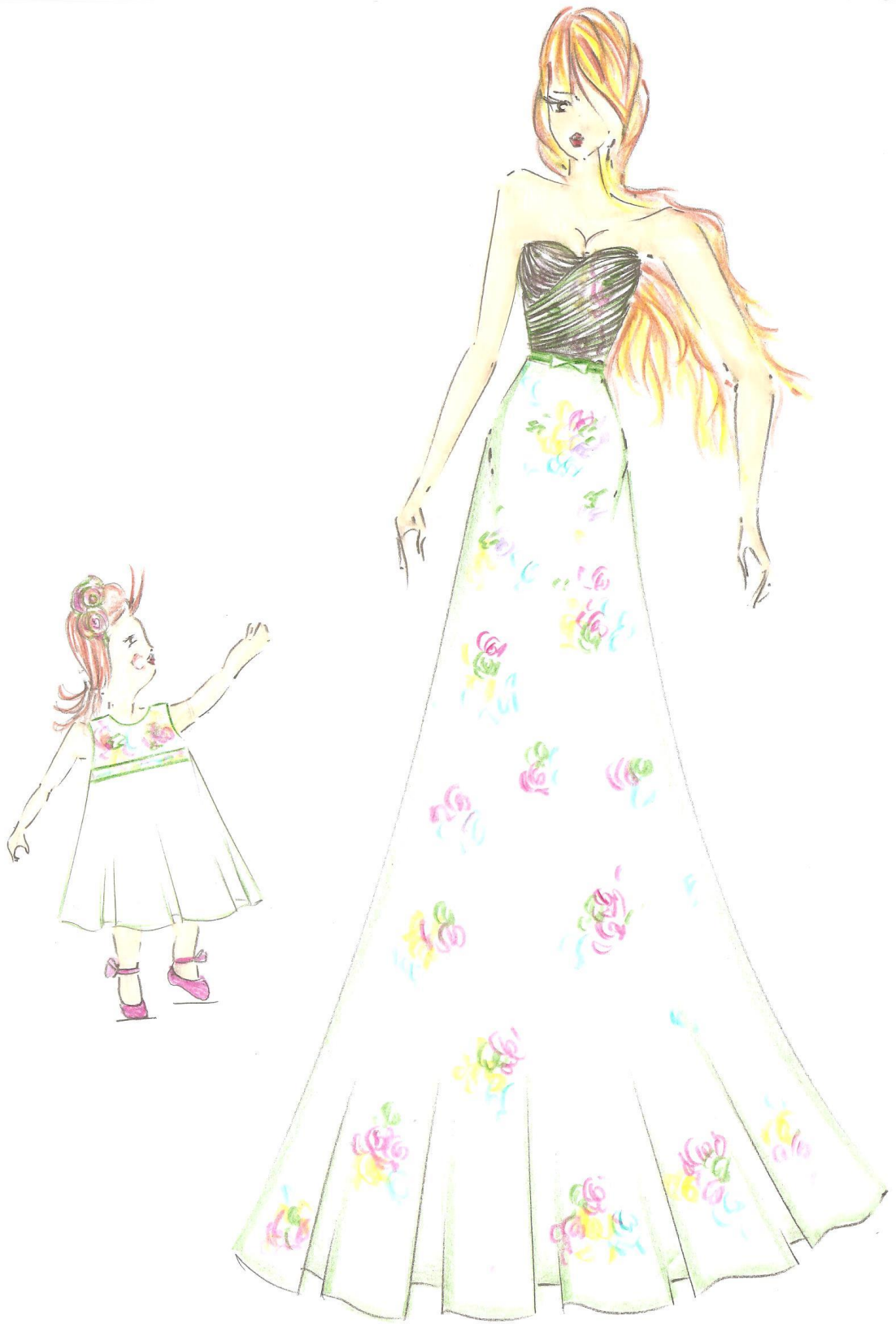


Figura 27 – Look escolhido - frente
Fonte: Da autora, 2015.

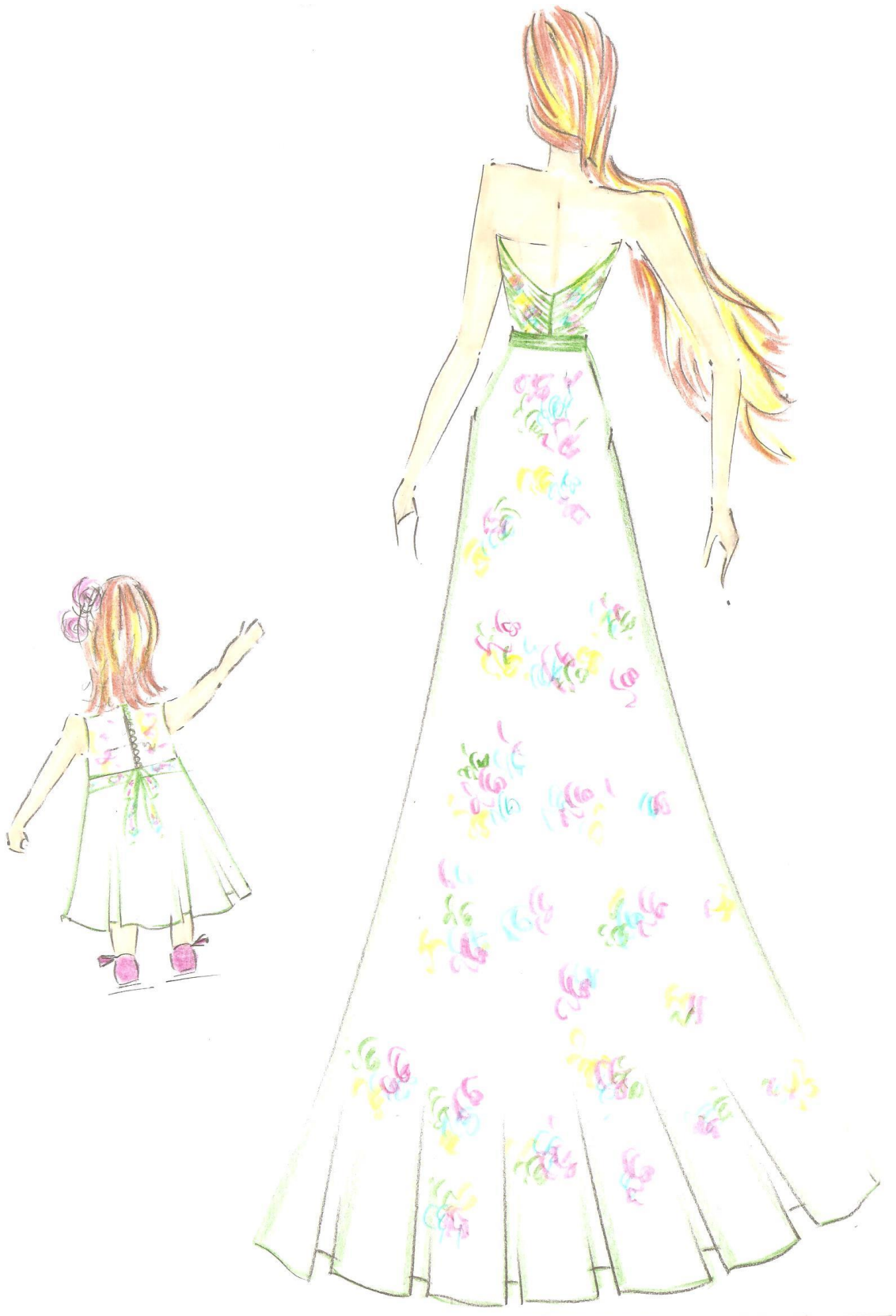


Figura 28– Look escolhido - costas
Fonte: Da autora, 2015.





FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 04

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

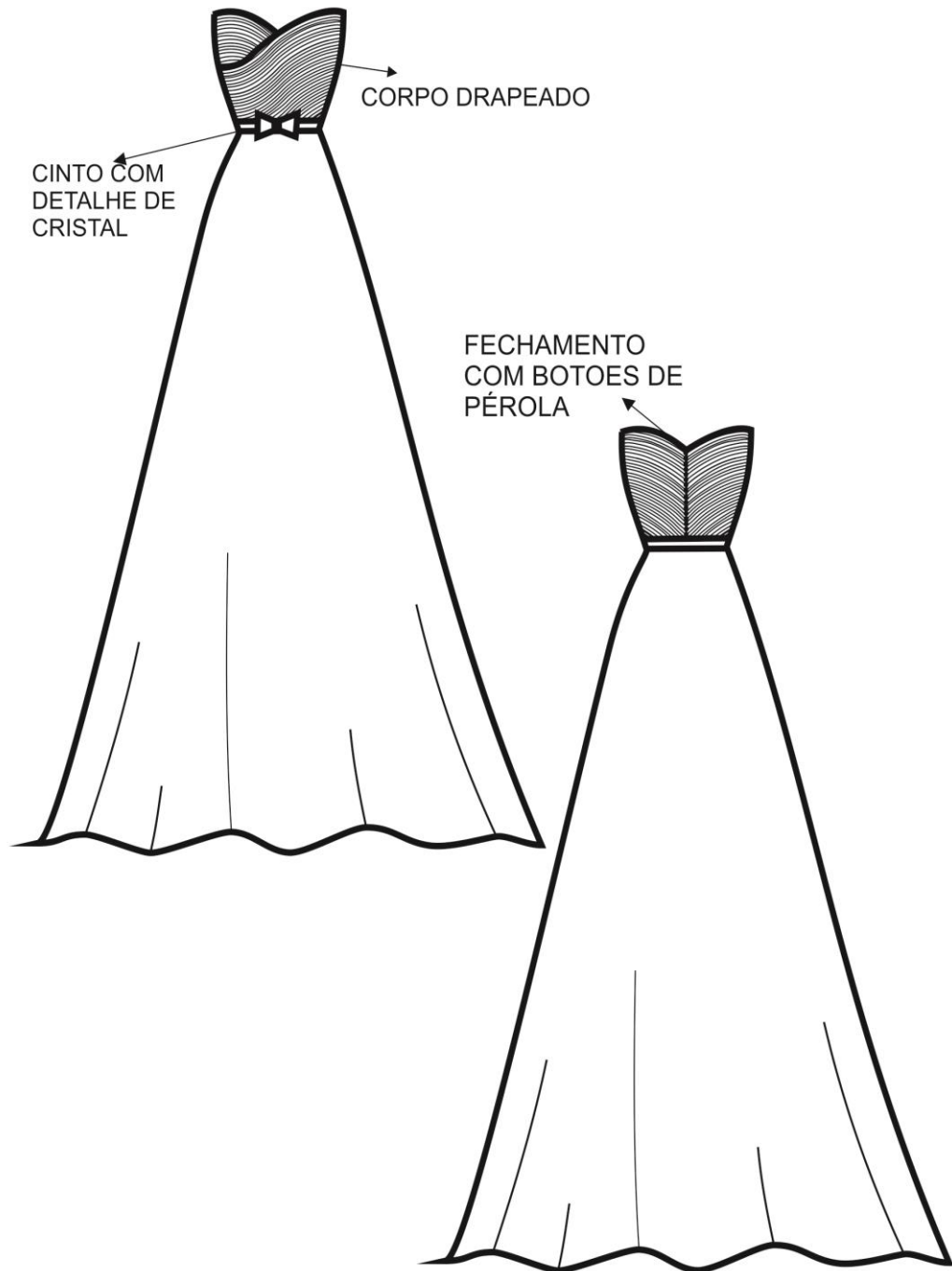
TAMANHO PILOTO: 44

MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 13/11/15

PRODUTO: VESTIDO DRAPEADO ESTAMPADO



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MUSSELINE DE SEDA	RIVIEIRA TECIDOS	100% SEDA	6 M	150,00 M
CETIM DE SEDA	RIVIEIRA TECIDOS	100 % POL	4	49,90

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTAO DE PÉROLA	PRIMEIRA LINHA	DOURADO/PEROLA	20	1,30
CINTO C/ CRISTAL	WAGNER ROGERIO	VERDE	01	100,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 05

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

TAMANHO PILOTO: 06

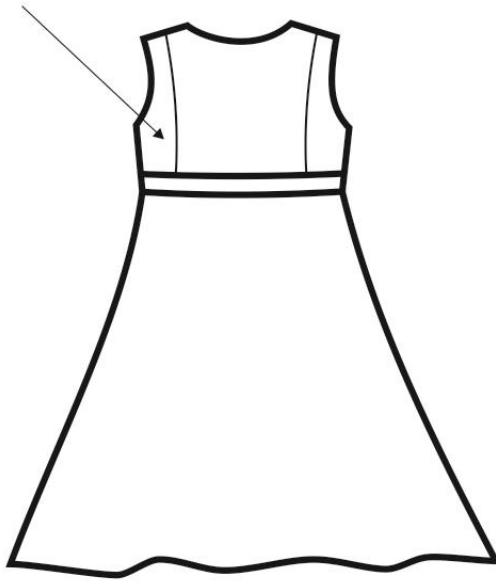
MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

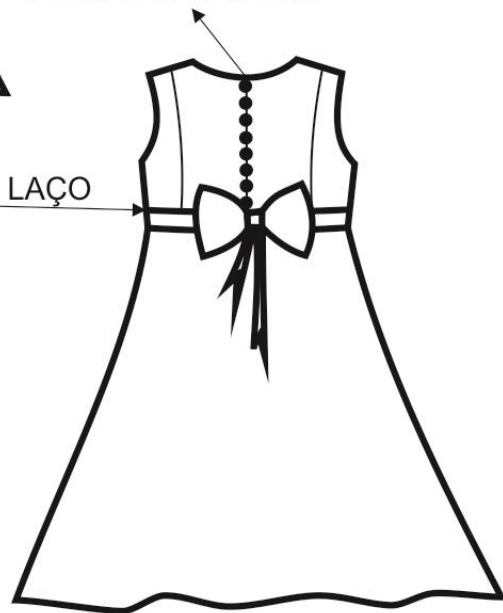
DATA: 21/09/15

PRODUTO: VESTIDO INFANTIL ESTAMPADO

RECORTE PRINCESA

FECHAMENTO COM
BOTOES DE PÉROLA

FITA COM LAÇO



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
MUSSELINE DE SEDA	RIVIEIRA TECIDOS	100% SEDA	0,5 M	150,00 M
CETIM DE SEDA	RIVIEIRA TECIDOS	100 % POL	1 M	49,90
SARJA GROSSA	RIVIEIRA TECIDOS	55%POL 42% ALG 3% ELAST	1 M	

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTAO DE PÉROLA	PRIMEIRA LINHA	DOURADO/PEROLA	20	1,30

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

Look 3

Figura 29 – Look escolhido - frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 30 – Look escolhido - costas
Fonte: Da autora, 2015.





FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: 01

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

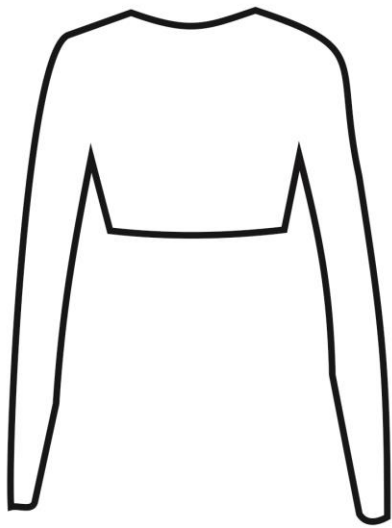
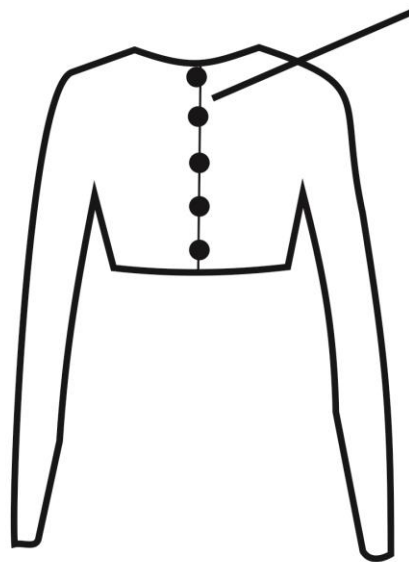
TAMANHO PILOTO: 36

MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 21/09/15

PRODUTO: CROPED DE RENDA

FECHAMENTO COM
BOTÕES DE PÉROLA

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
RENDA	RIVIEIRA TECIDOS	100% POL	1 M	89,90 M

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
BOTAO DE PÉROLA	PRIMEIRA LINHA	DOURADO/PEROLA	30	1,30

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: O2

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

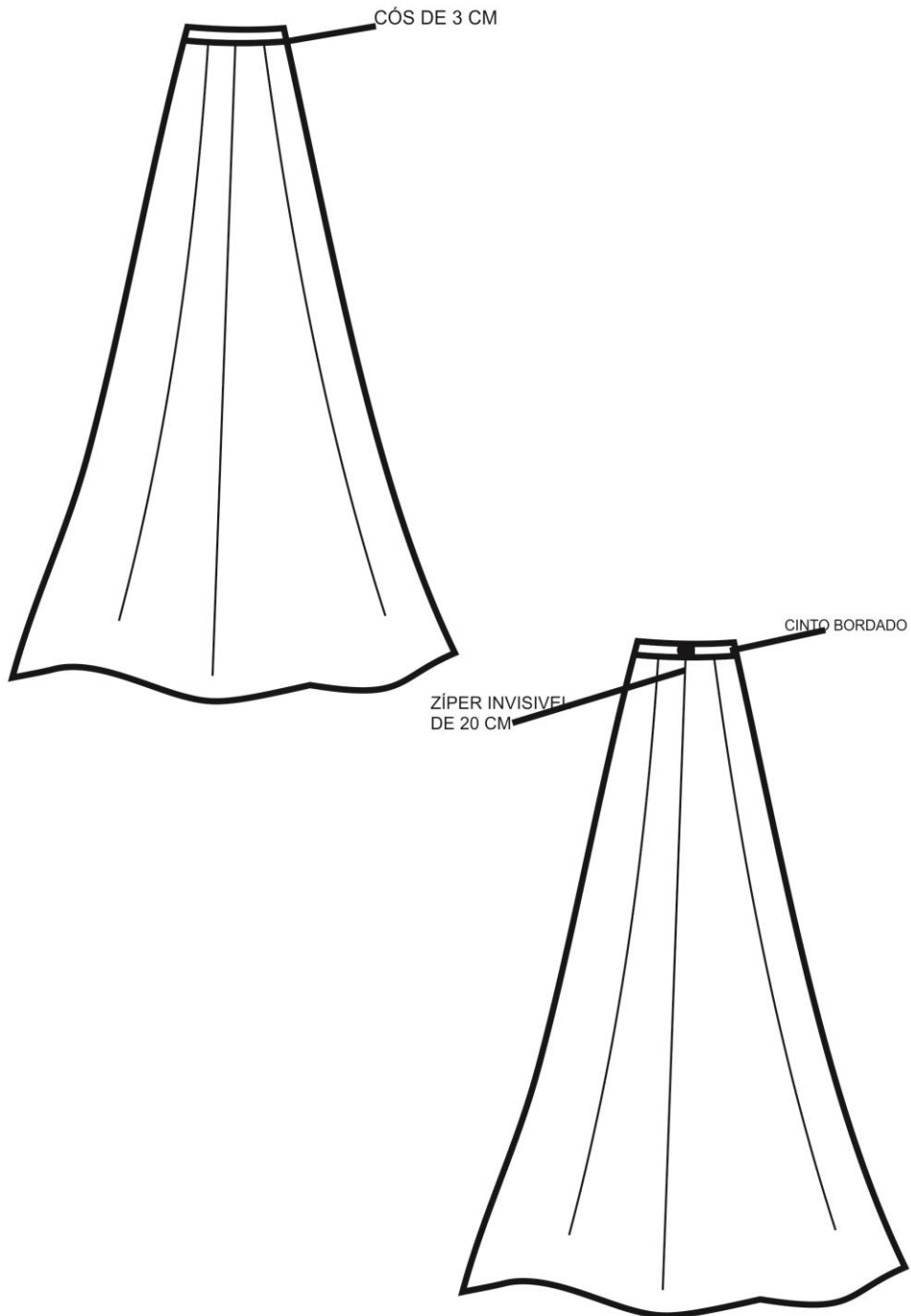
TAMANHO PILOTO: 36

MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 21/09/15

PRODUTO: SAIA LONGA



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
CREPE VOGUE	RIVIEIRA TECIDOS		4 M	39,90 M
CETIM DE FORRO	RIVIEIRA TECIDOS		3 M	7,90 M

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZIPER INVISIVEL	CASA DA COSTURA	PINK	20 CM	1,00
PEROLAS	PRIMEIRA LINHA	PEROLA	500 G	60,00
CRISTAL SWAROVISKY	-	PINK	100 PEDRAS	50,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

FICHA DESENVOLVIMENTO

REF: O3

MARCA: NATHÁLIA SECCO

ESTILISTA: NATHÁLIA

COLEÇÃO: VERAO 16

TAMANHO PILOTO: 08

MODELISTA: NATHÁLIA

GRADE: UNICO

DATA: 21/09/15

PRODUTO: VESTIDO INFANTIL COM BABADOS

VESTIDO COM BABADO

CINTO C/ LAÇO COM DETALHES
DE PÉROLAS E STRASSSOBREPOSIÇÃO
DE RENDAFECHAMENTO COM
BOTÕES DE PÉROLA

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
RENDA	RIVIEIRA TECIDOS	100% POL	1 M	89,90 M
CREPE VOGUE	RIVIEIRA TECIDOS		1 M	39,90 M
CETIM DE FORRO	RIVIEIRA TECIDOS		1 M	7,90 M

AMOSTRAS**AVIAMENTOS**

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
ZIPER INVISIVEL	CASA DA COSTURA	PINK	40 CM	1,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS

DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

VARIAÇÃO CORES

5.1.13 Justificativa do look escolhido

1 -Look escolhido mae :

Vestido sereia de renda 3D com aplicações de flores artesanais na cor rosa bebe, saia de tule ilusion e forro de crepe. Aplicação de cristal *Swarovisky*.

Fechamento com botões de pérola.

Look filha:

Vestido evasé de renda 3D e forro de crepe. Aplicações de cristal *Swarovisky*. Abotoamento com botões de pérola.

Escolhi esse look por ser clássico, a cor dele o rosa bebe, é romântico e sofisticado, e faz parte de uma das micro tendências citadas no texto acima. Tem muito brilho para lembrar sua inspiração na riqueza do tesouro da família real.

2-Look escolhido mãe:

Vestido de seda pura estampada com corpo drapeado e saia fluida, forro de cetim. Cinto com detalhe em cristal *Swarovisky* e abotoamento em botões de pérola.

Look filha:

Vestido com corpo de seda estampada e saia rodada de sarja grossa branca. Fita fazendo laço nas costas de seda, fechamento com botões de pérola.

Esse look foi escolhido por ter na sua estampa quase todas as cores da cartela, de uma forma aquarelada e lembrando os jardins floridos do Palácio de Versalhes.

3- O look escolhido para a banca foi um conjunto: *cropped* e saia godê longa e o vestido infantil com sobreposição de renda e babados.

- **Look da mãe:**

Cropped com manga longa de renda bordada no tule *ilusion* e fechado nas costas com botões de pérola, e uma saia godê longa, com um cinto de pérolas e *strass*.

- **Look da filha:**

Vestido de alcinha com babados na saia, e uma sobreposição de renda com mais babados na saia, e um cinto de cetim com detalhe de pérolas e *strass*. Fechamento nas costas com zíper.

Escolhi esse look porque ele resume a coleção: ele é fino, delicado e marcante. Assim como a marca e a referência (Palácio de Versalhes).

3-Look escolhido mãe:

Vestido de seda pura estampada com corpo drapeado e saia fluida, forro de cetim. Cinto com detalhe em cristal *Swarovisky* e abotoamento em botões de pérola.

Look filha:

Vestido com corpo de seda estampada e saia rodada de sarja grossa branca. Fita fazendo laço nas costas de seda, fechamento com botões de pérola.

Esse look foi escolhido por ter na sua estampa quase todas as cores da cartela, de uma forma aquarelada e lembrando os jardins floridos do Palácio de Versalhes.

5.1.14 Geração de alternativas



Figura 31 – frente
Fonte: Da autora, 2015.

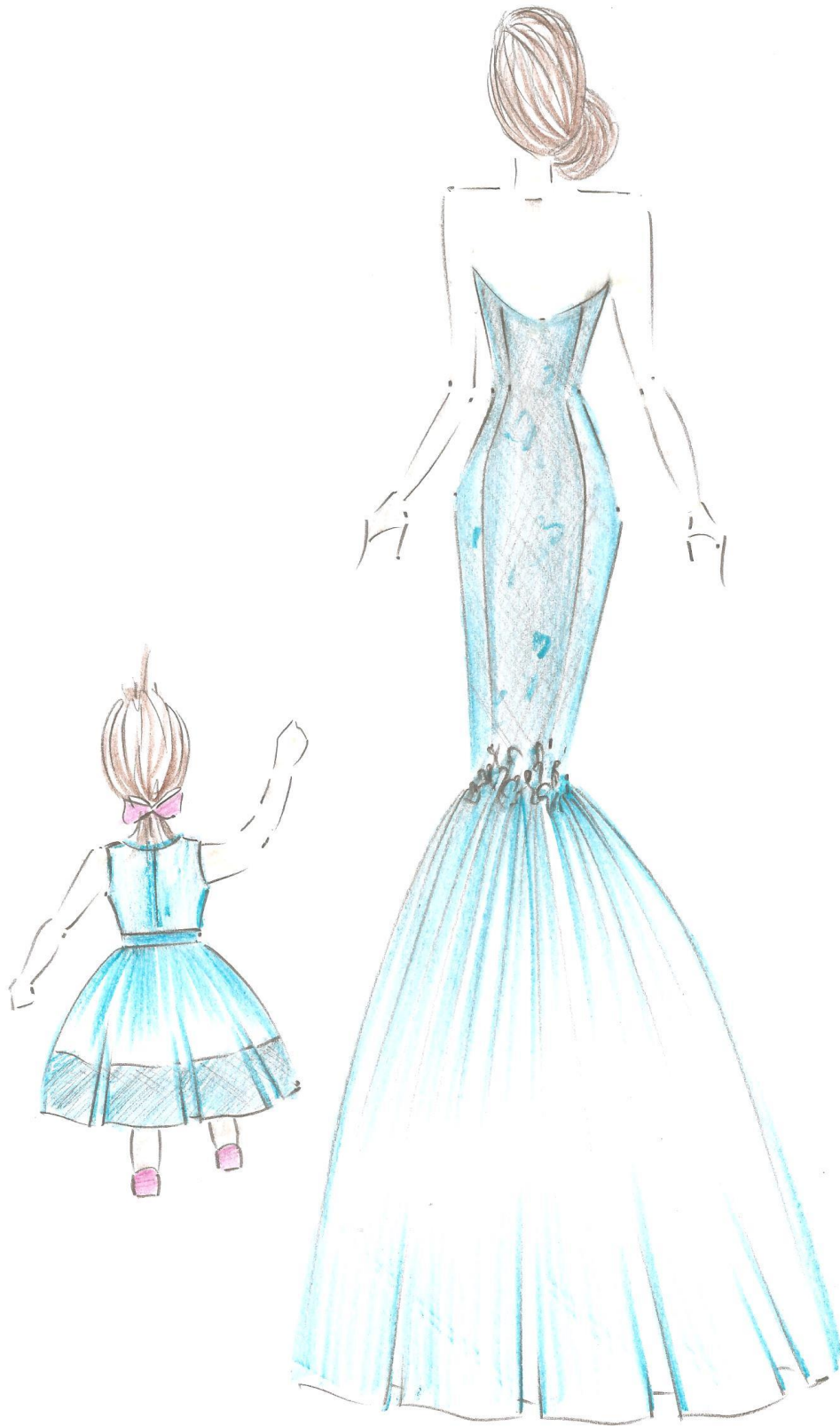


Figura 32 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 33 - frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 33 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 34- Frente
Fonte: Da autora, 2015.

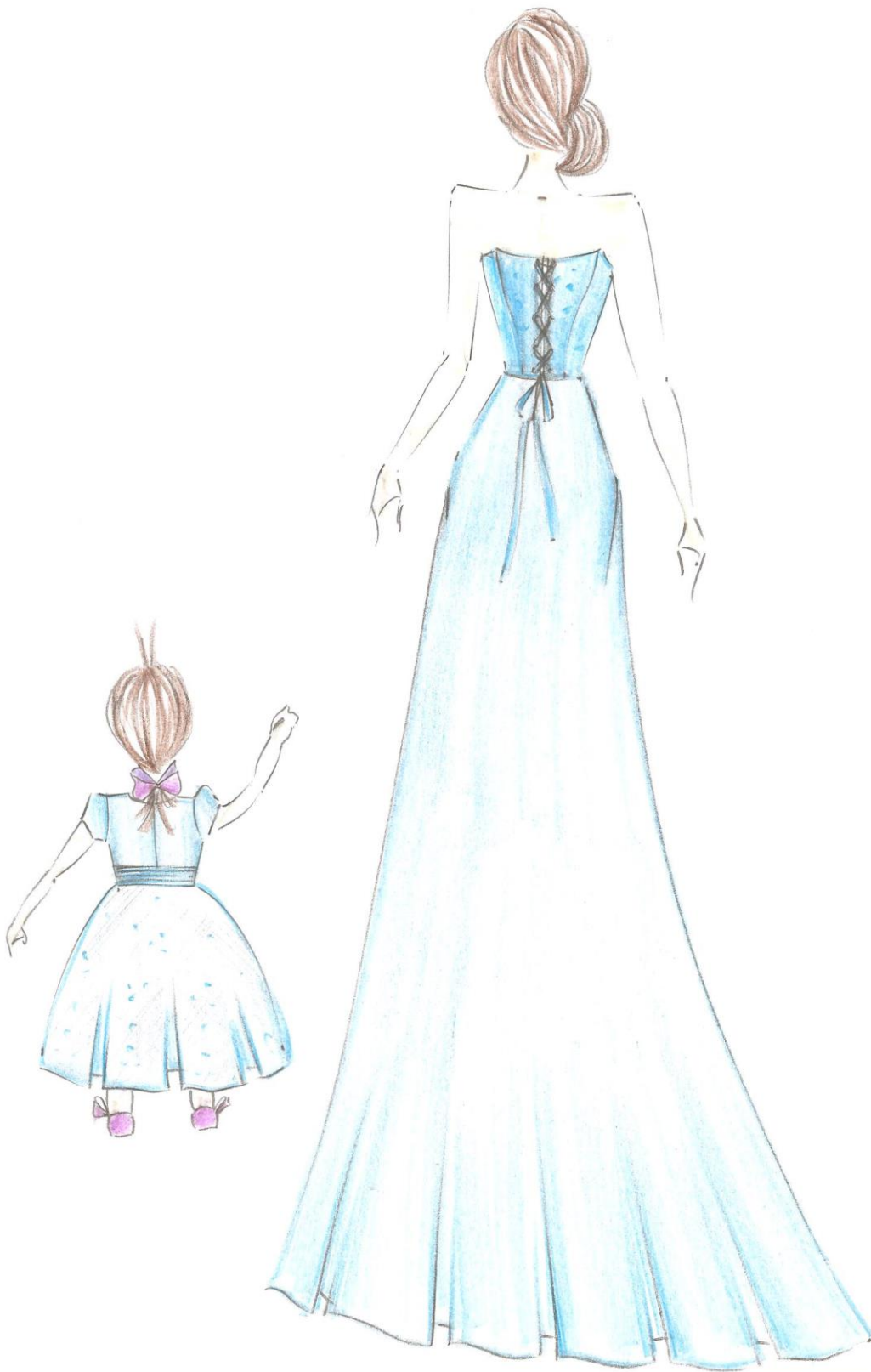


Figura 35 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

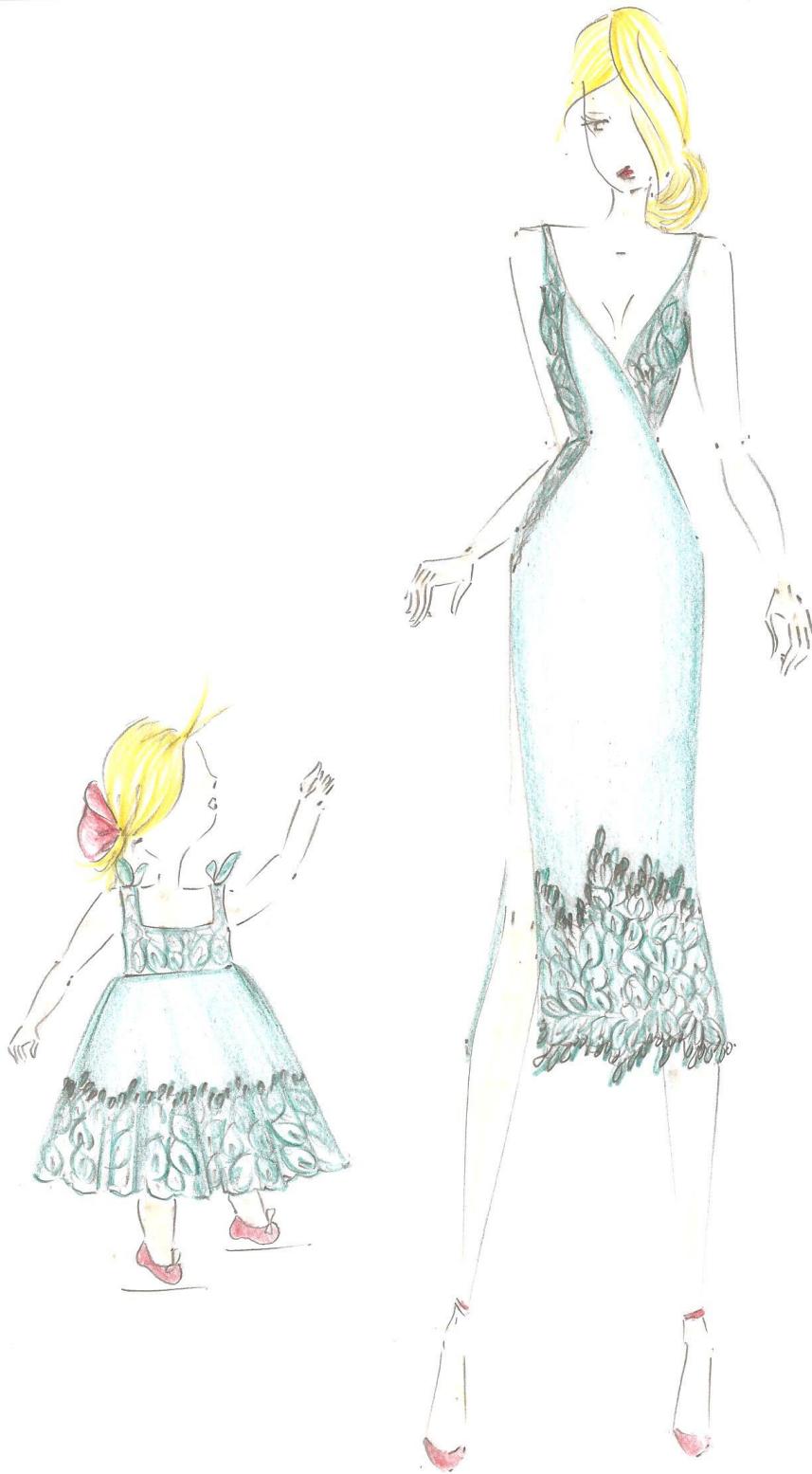


Figura 36- Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 37 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 38-Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 39 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

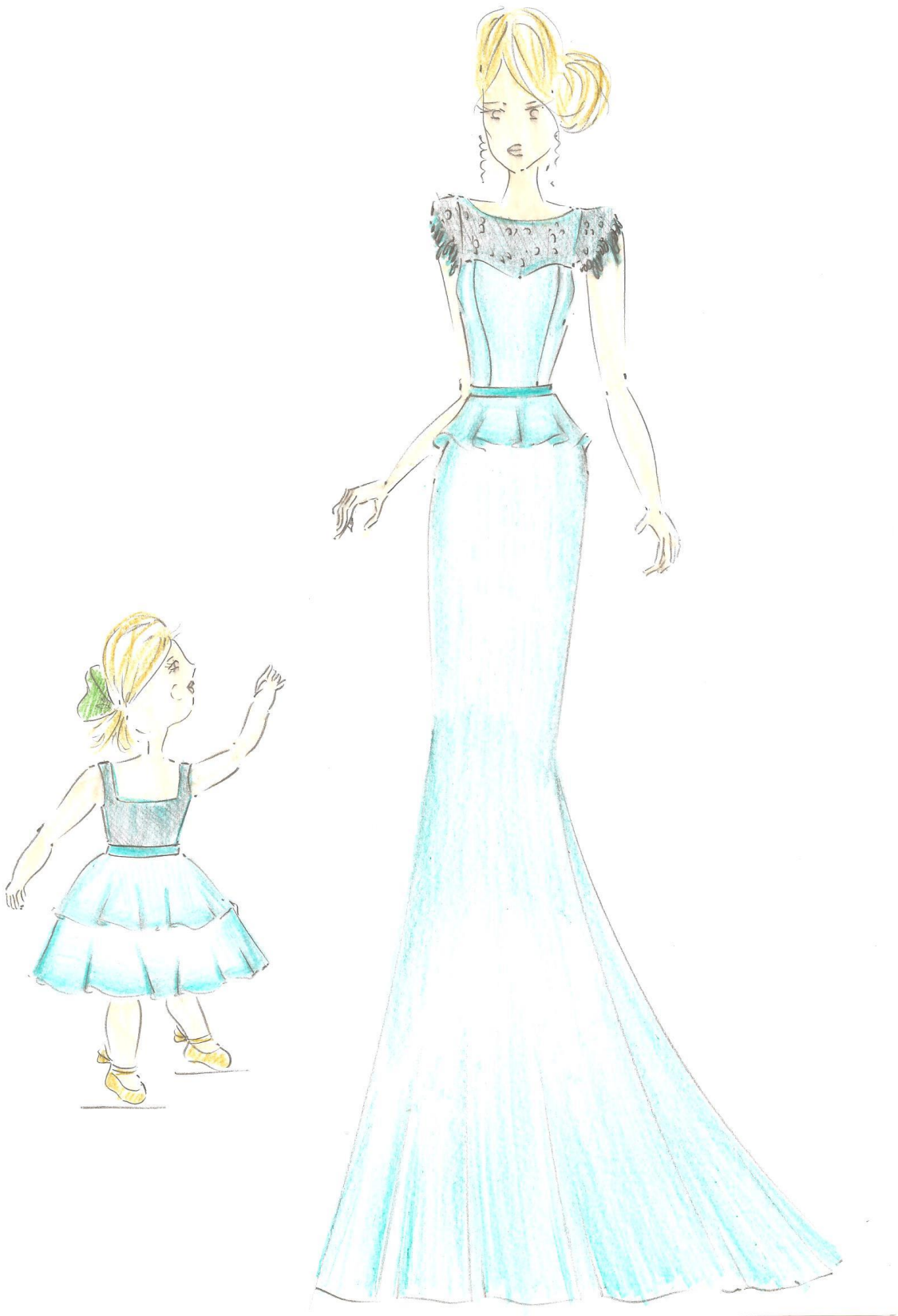


Figura 40- Frente
Fonte: Da autora, 2015.

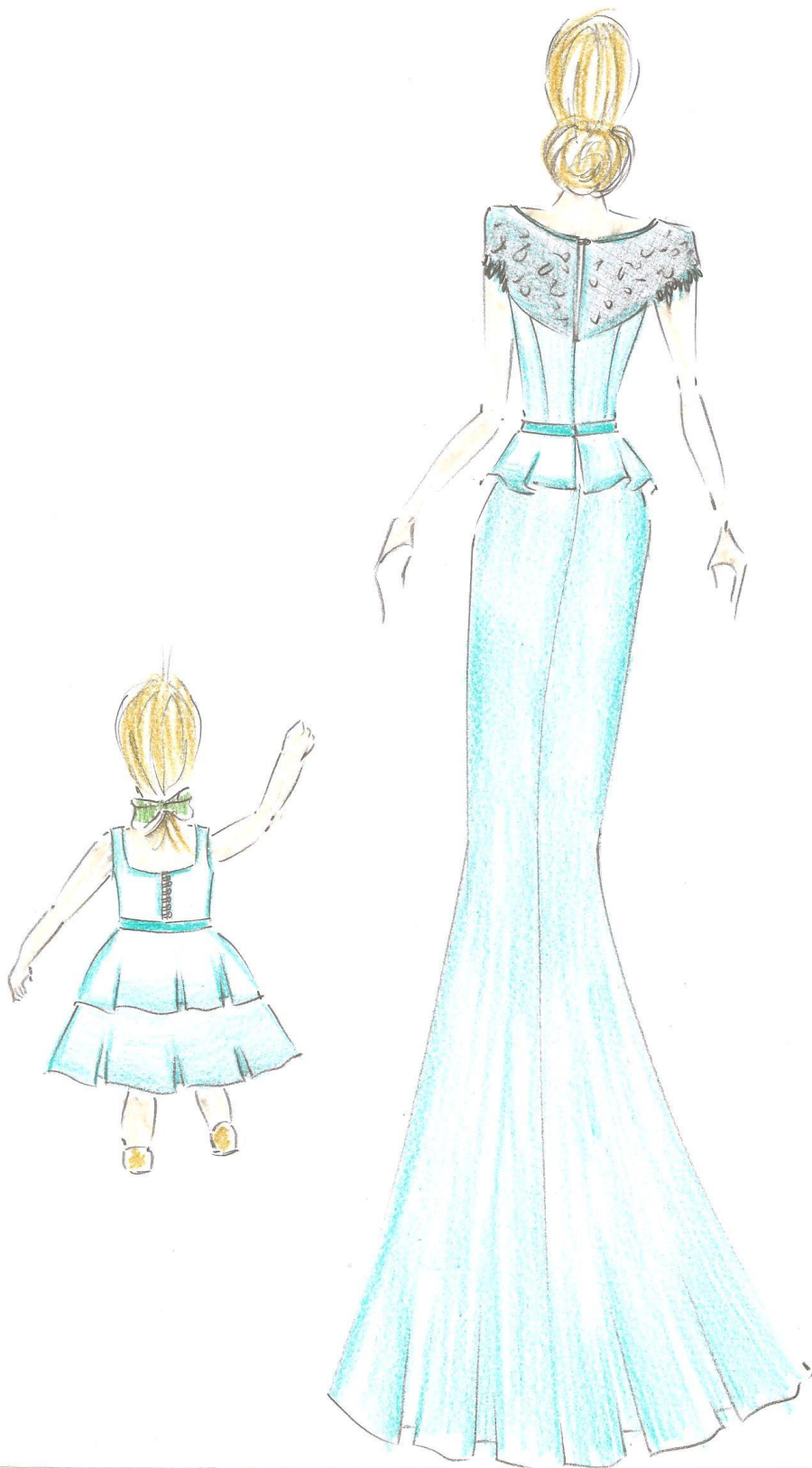


Figura 41 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

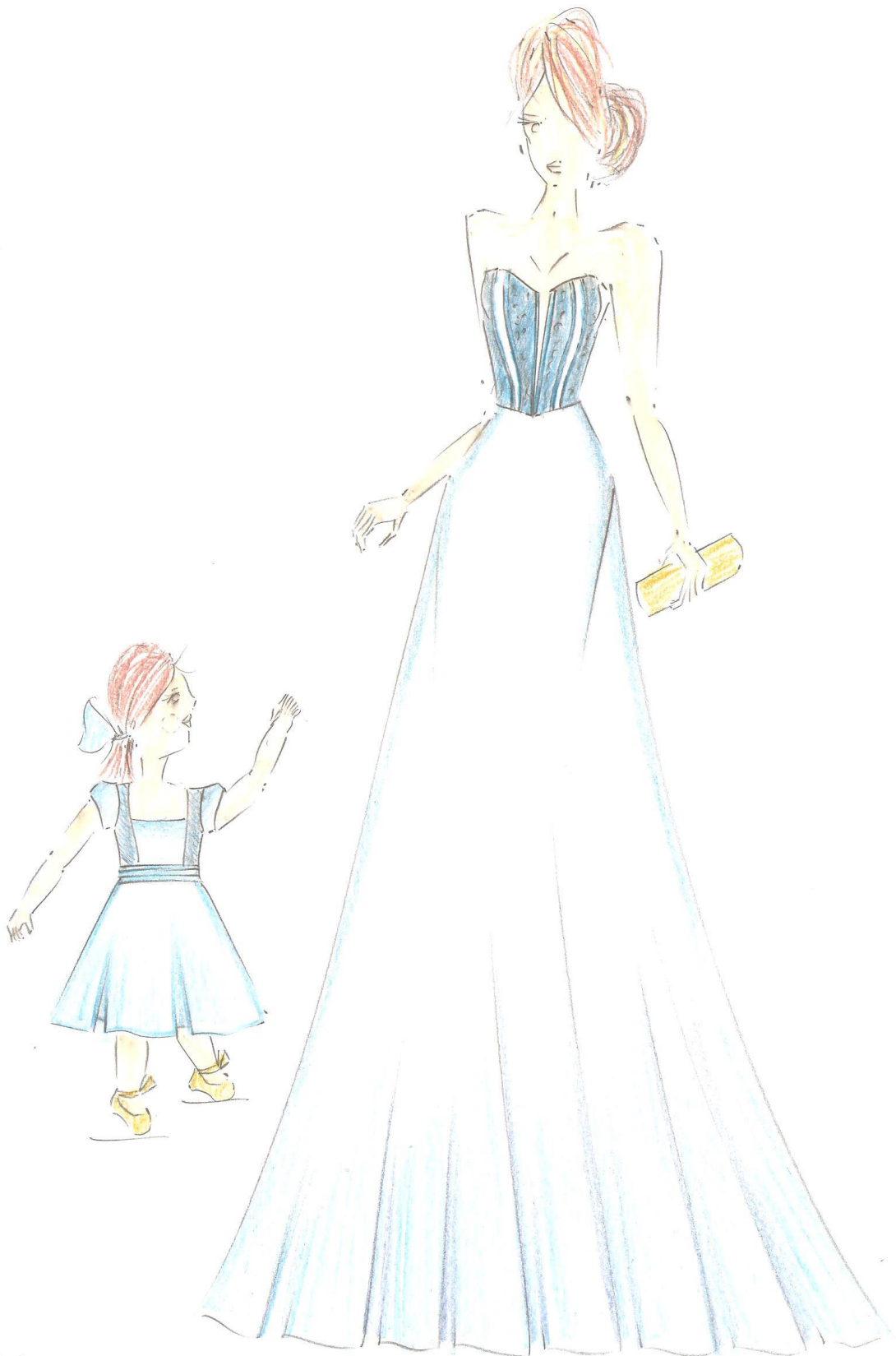


Figura 42 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.

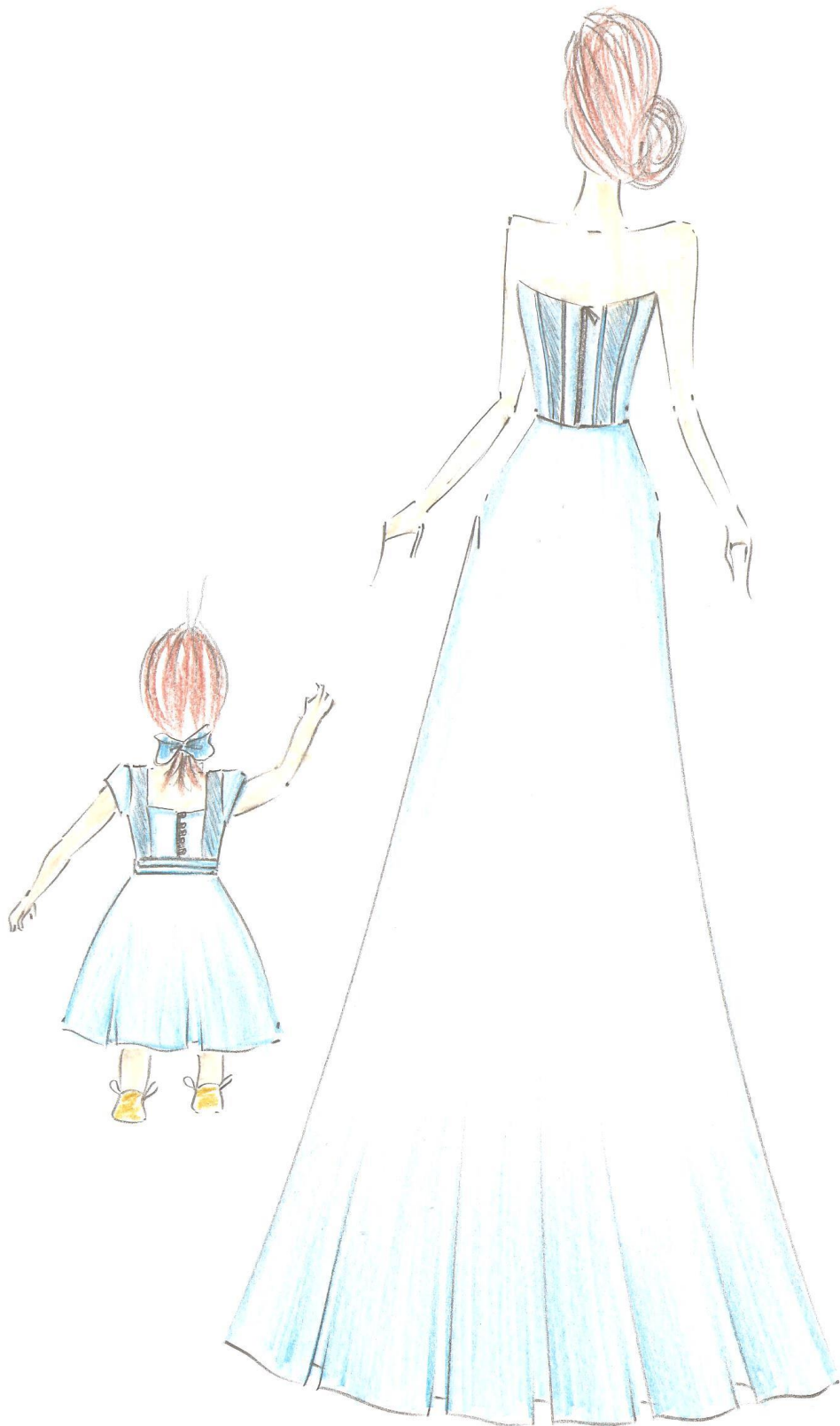


Figura 43 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 44 - frente
Fonte: Da autora, 2015.

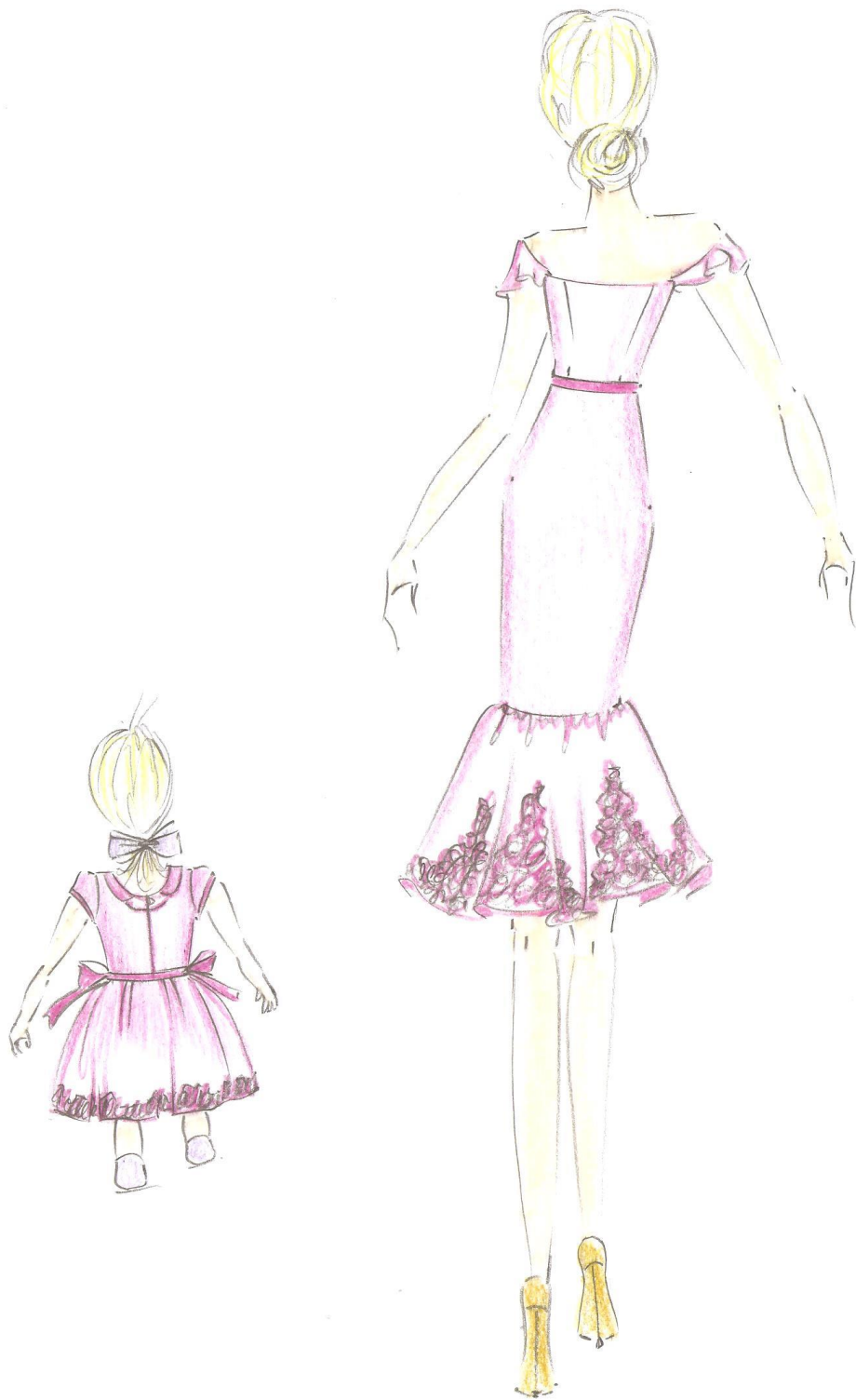


Figura 45 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

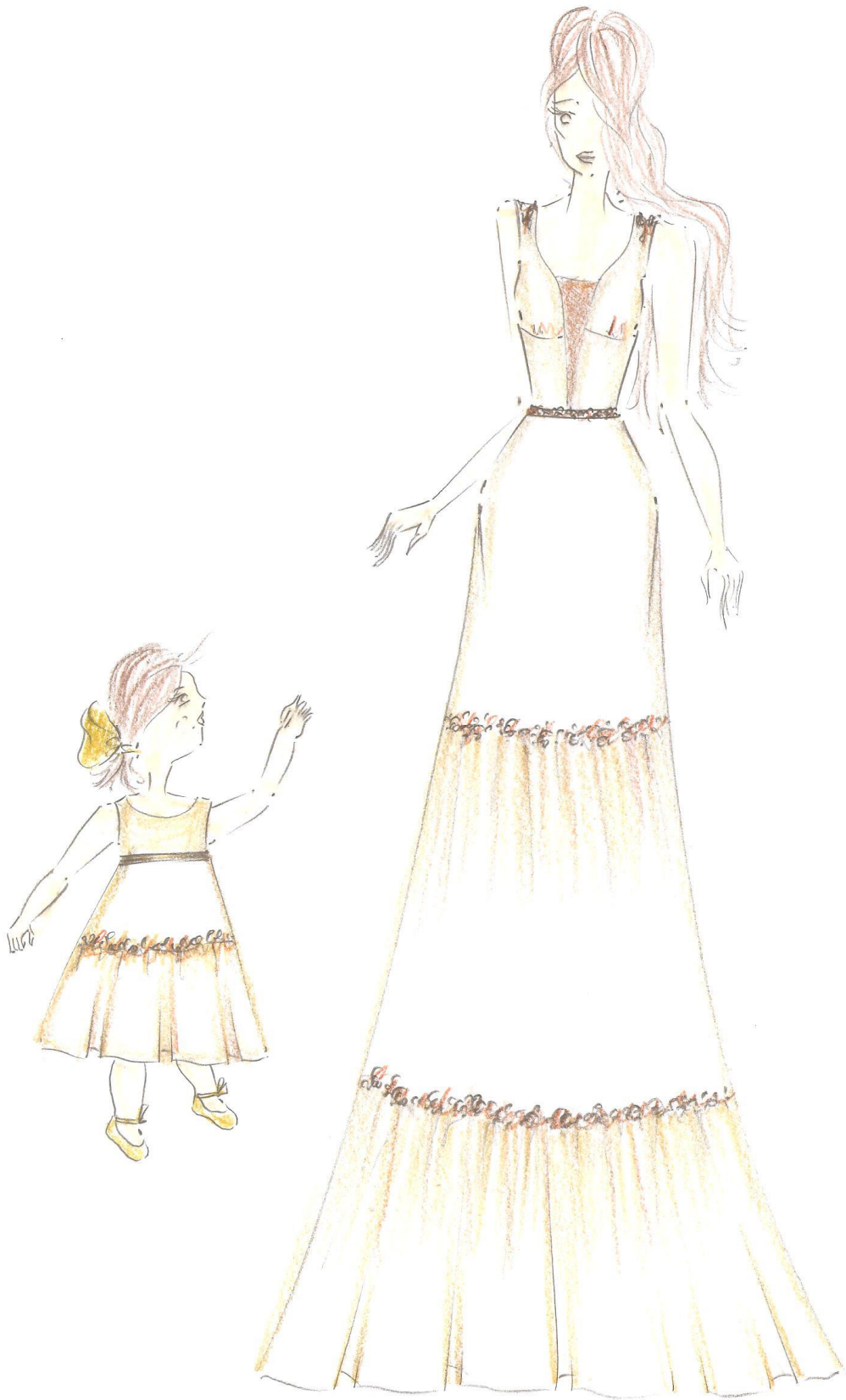


Figura 46 - frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 47 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 48- frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 49 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 50 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.

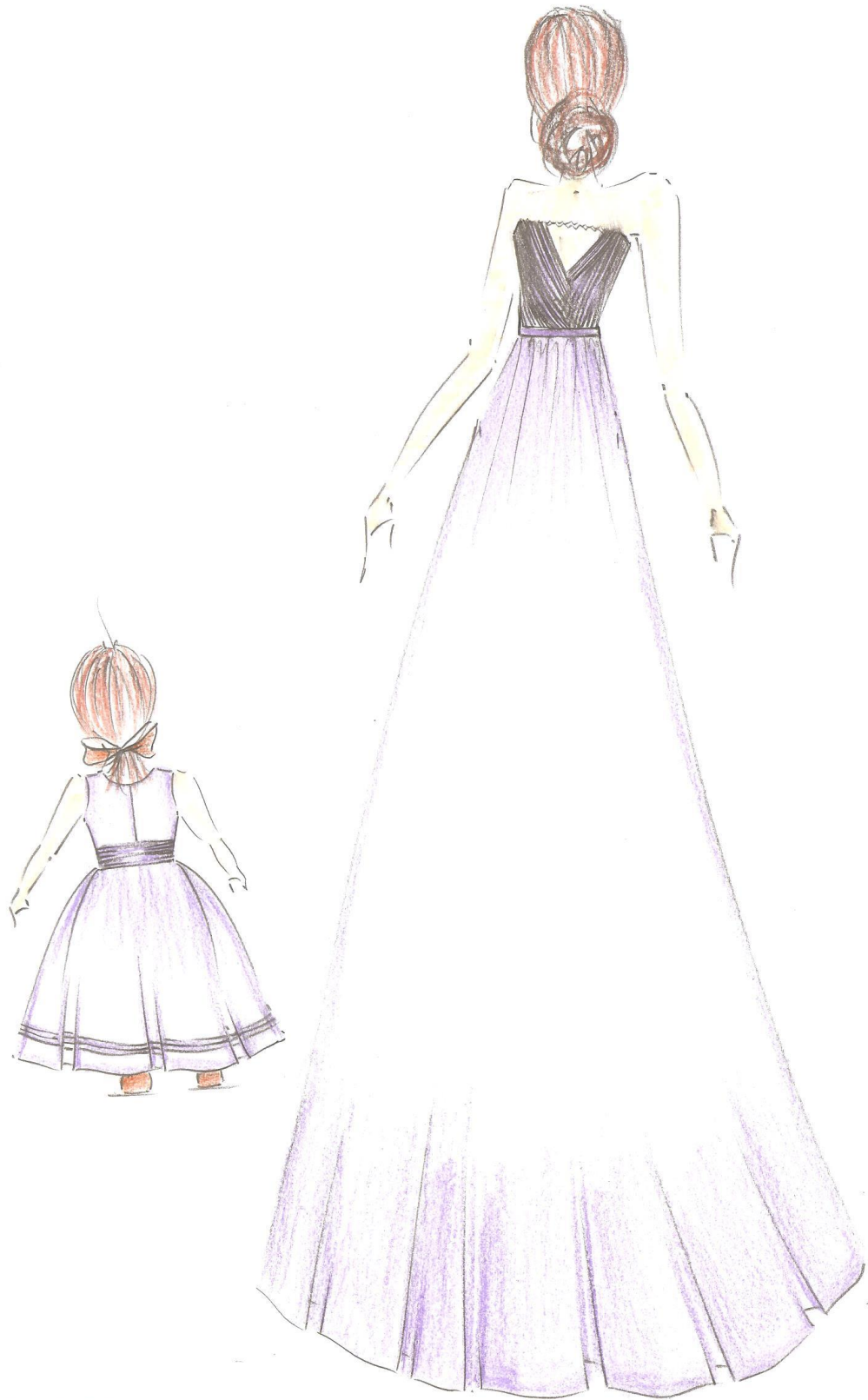


Figura 51 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 52 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.

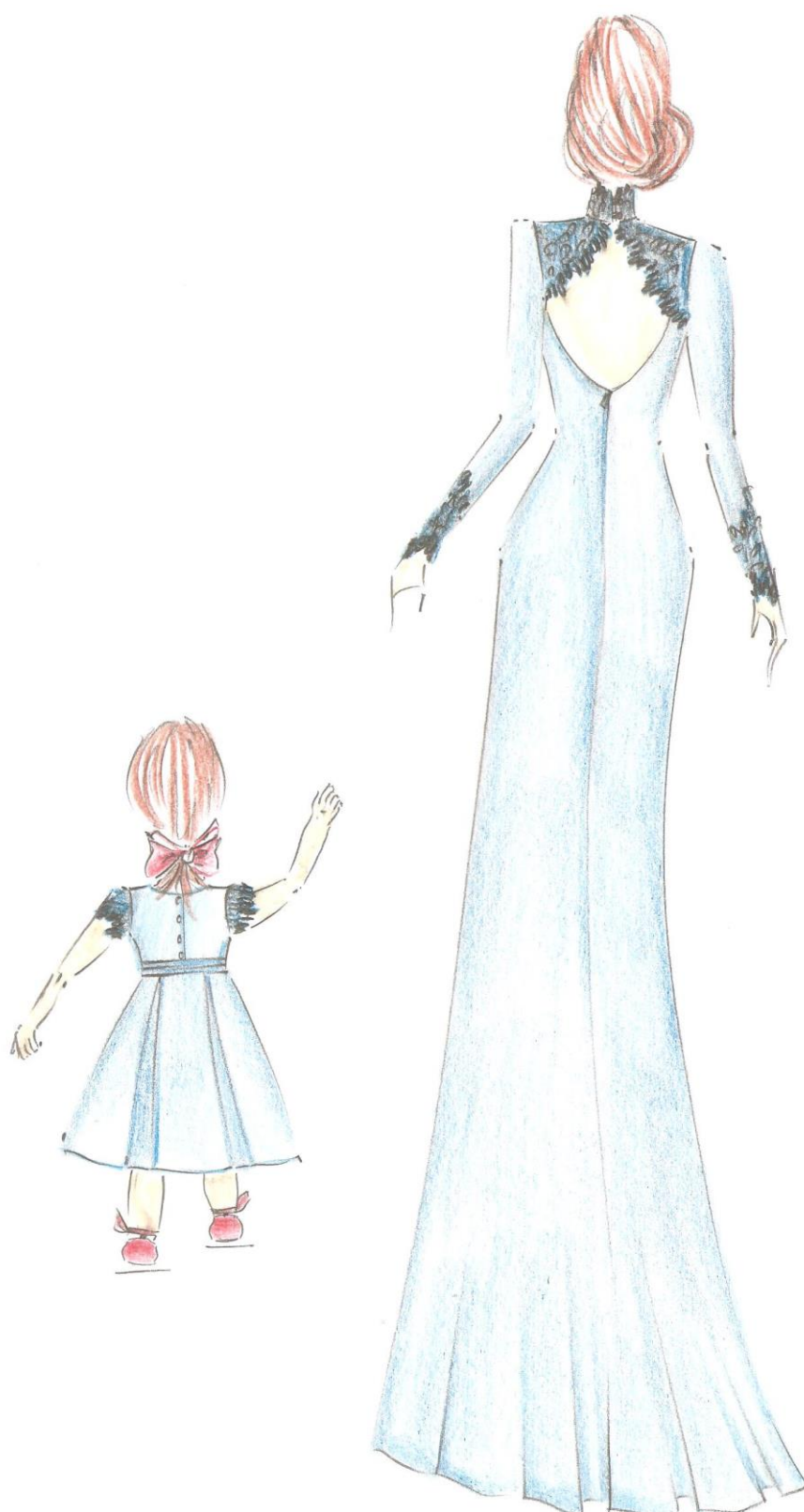


Figura 53 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

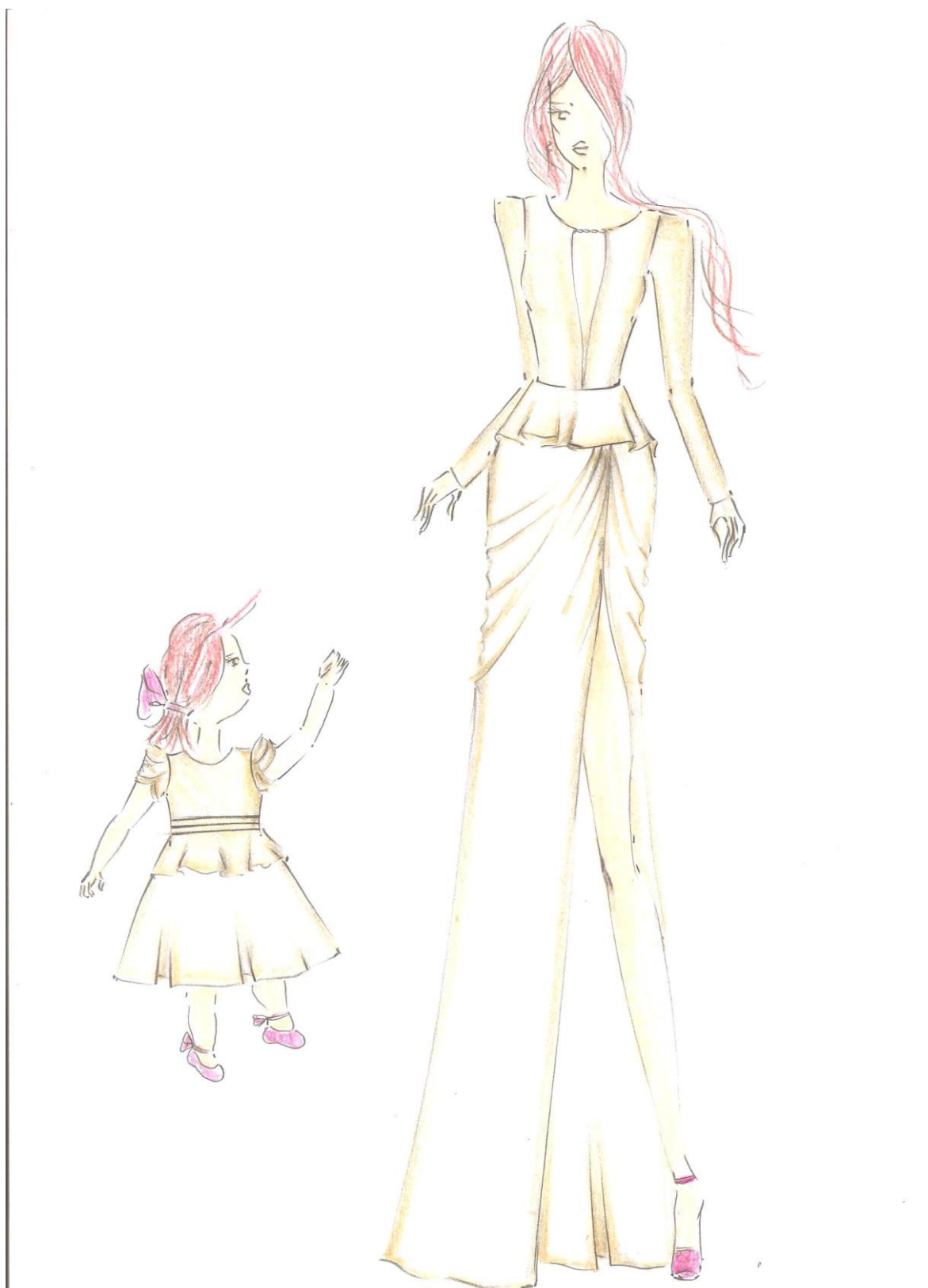


Figura 54 - frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 55 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

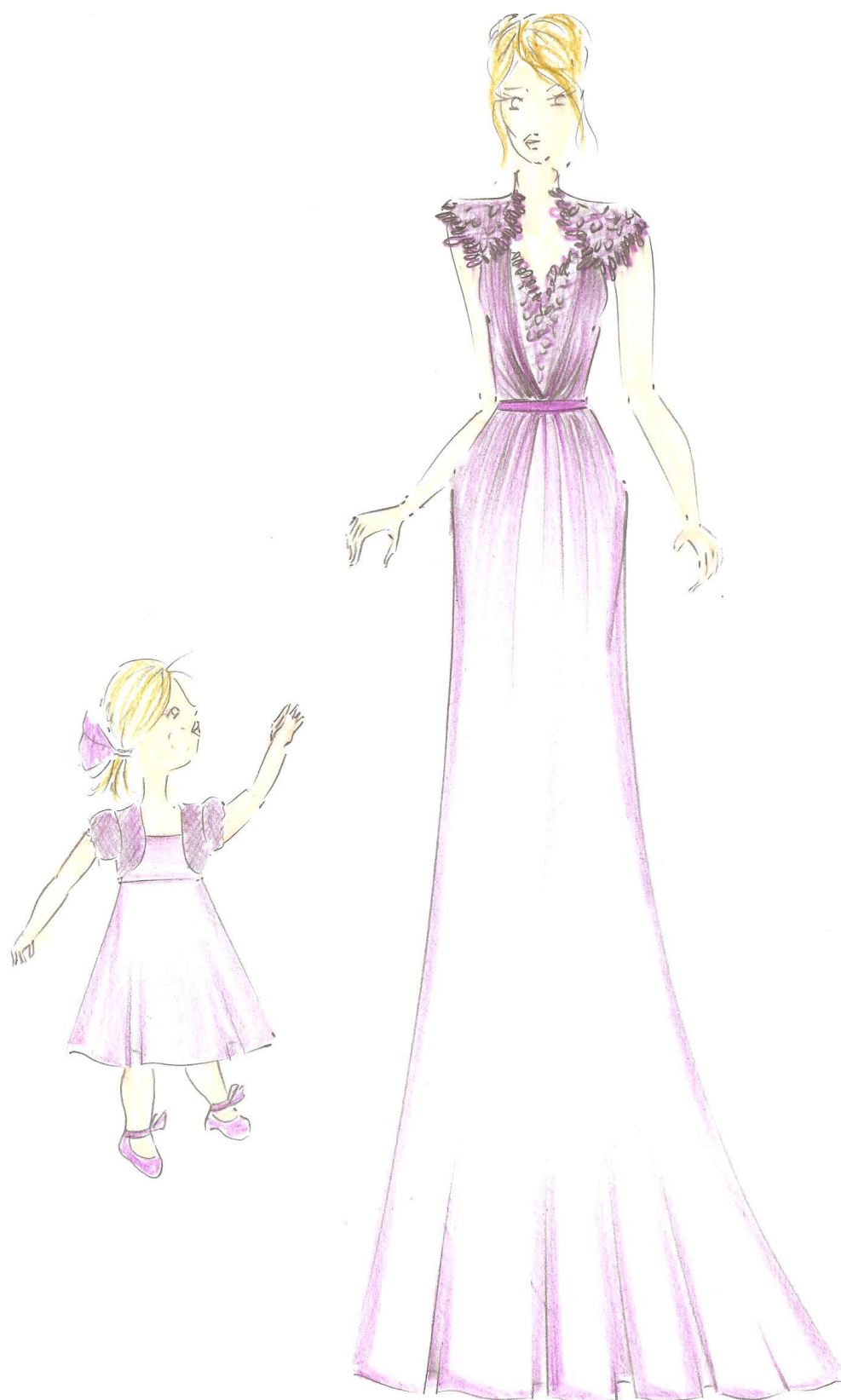


Figura 56 – Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 57 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

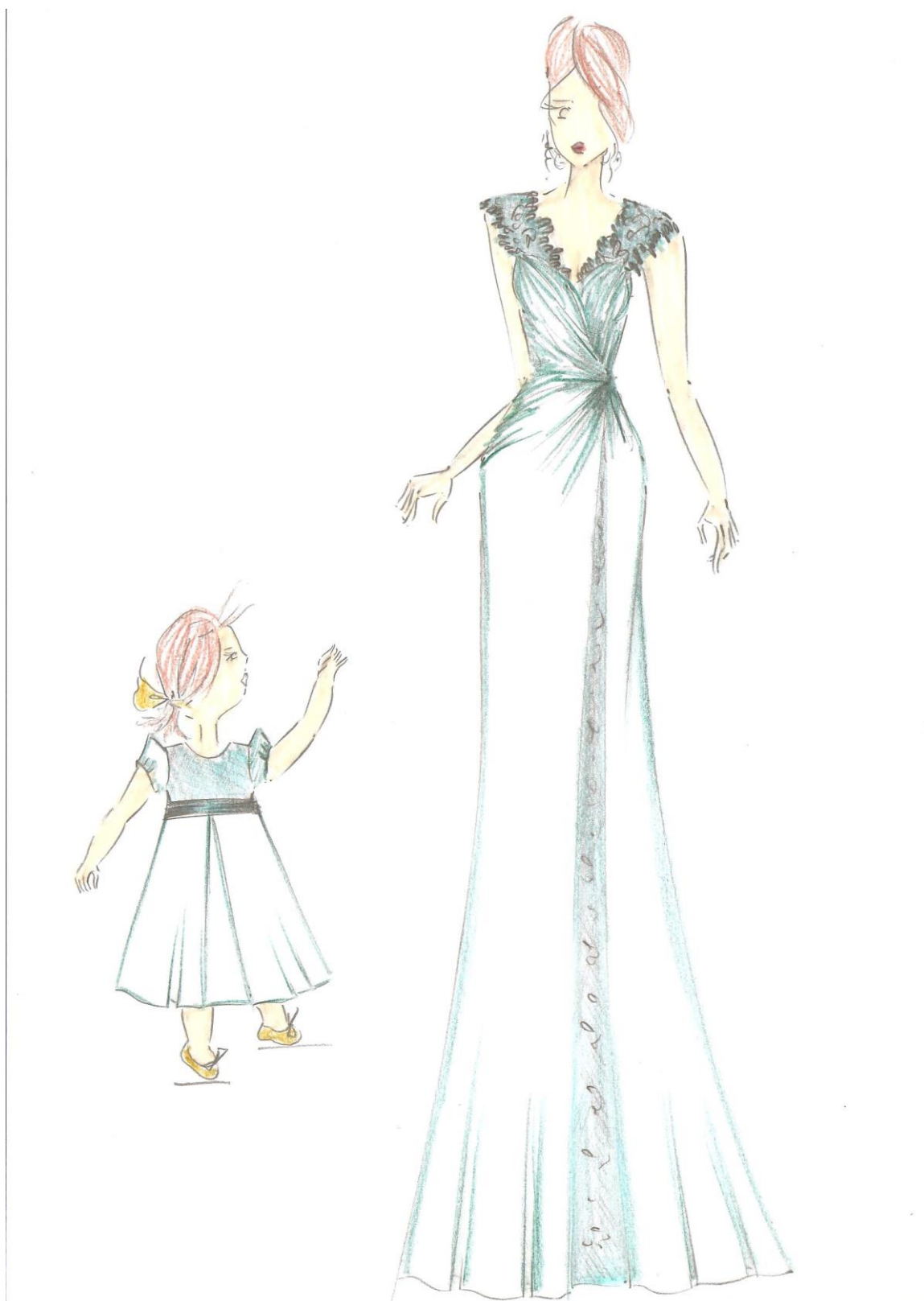


Figura 58 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 59 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 60 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.

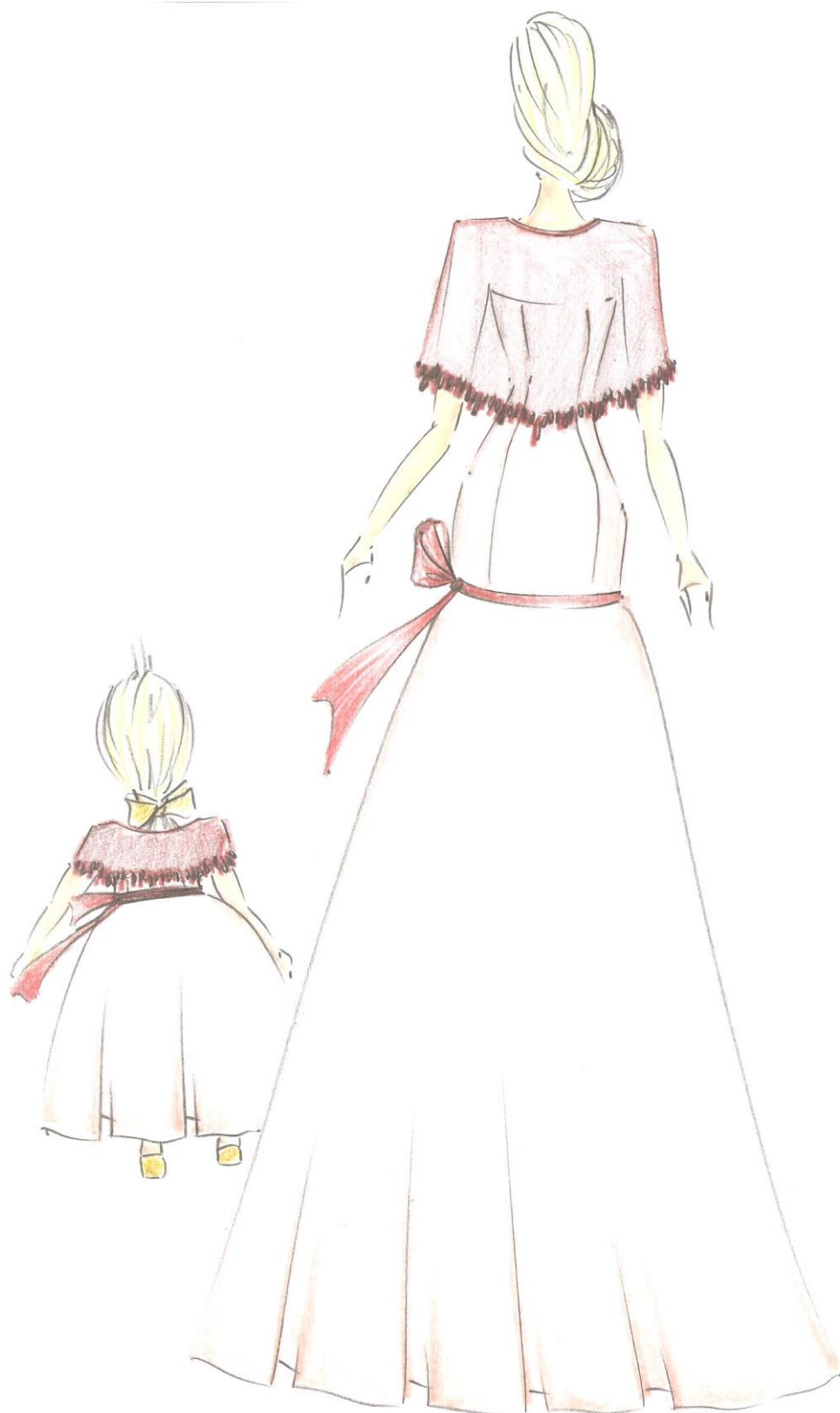


Figura 61 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 62 - frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 63 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 64- frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 65 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

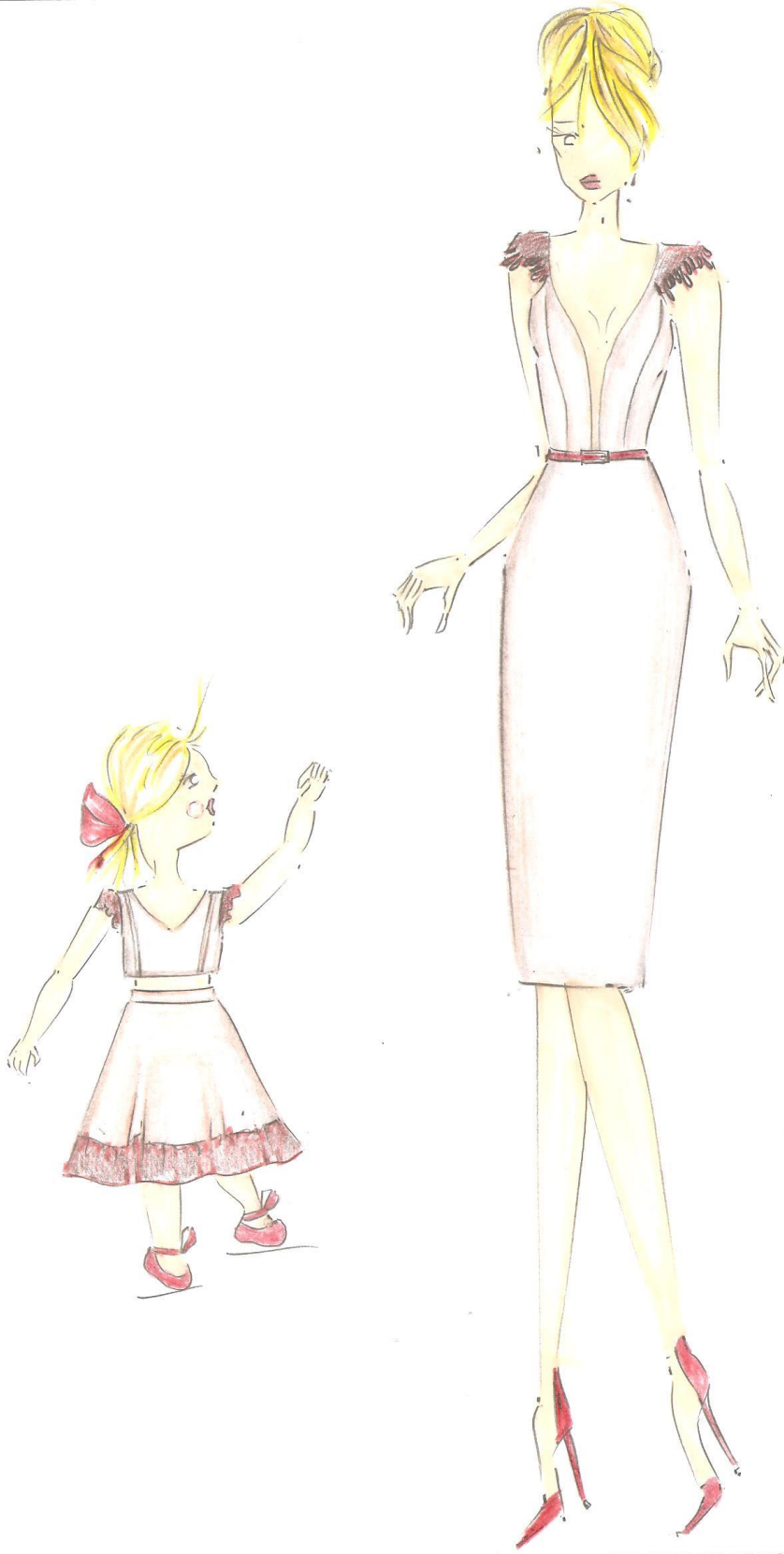


Figura 66 - frente
Fonte: Da autora, 2015.

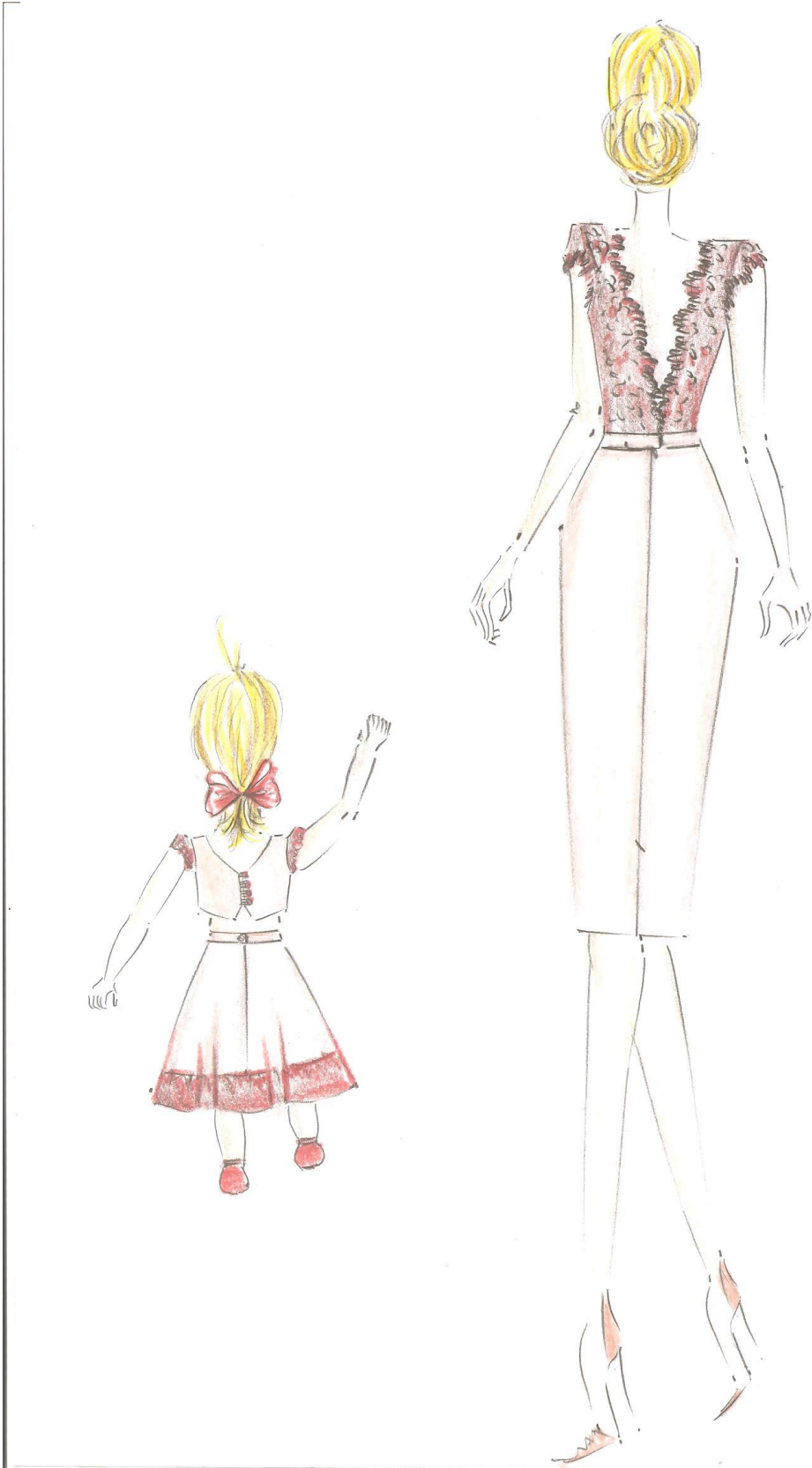


Figura 67 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

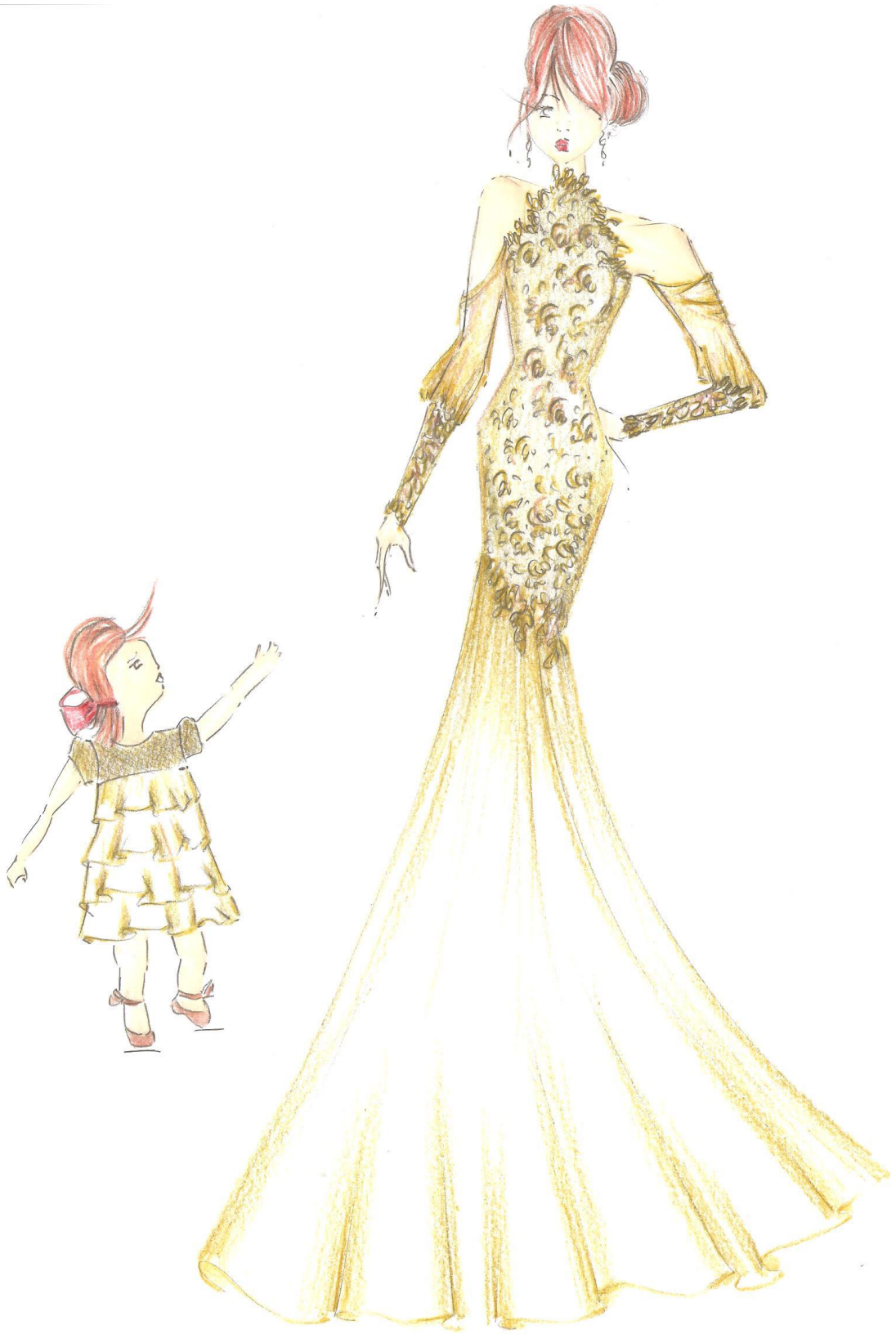


Figura 68 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 69 - costas
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 70 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.



Figura 71 - Costas
Fonte: Da autora, 2015.

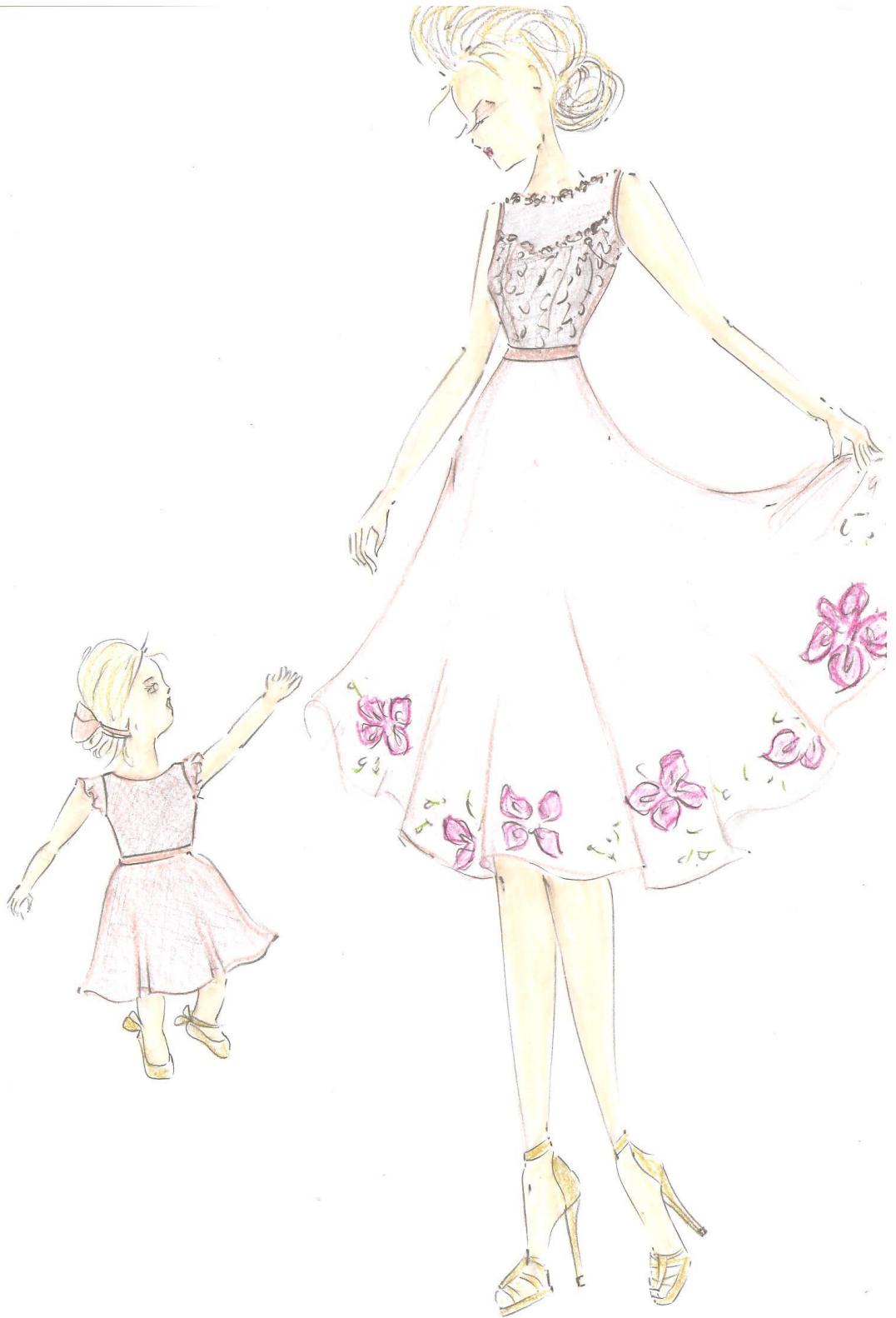


Figura 72 - Frente
Fonte: Da autora, 2015.

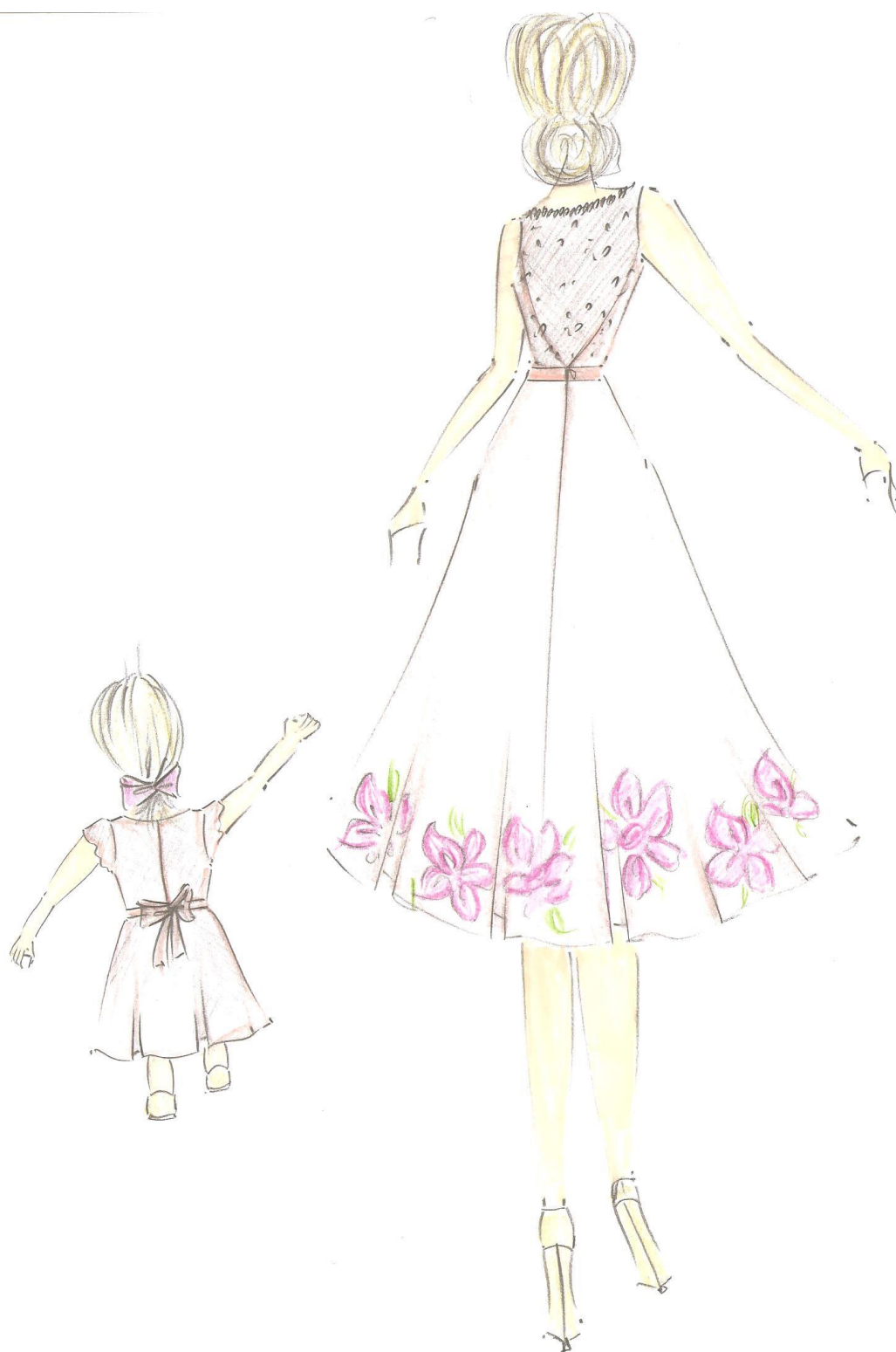


Figura 73 - costas
Fonte: Da autora, 2015.

REFERÊNCIAS

APRENDIZ DE FADA. Disponível em:
<<http://fadacomglitter.blogspot.com.br/2013/04/tal-mae-tal-filha.html>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

ARIÉS, P. **História social da criança e da família**. Trad. Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1981.

BARBIE COLLETOR. Disponível em:
<<http://www.barbiecollector.com/>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

BERTO, Fabi e SIMÕES, Dani. Roupas iguais, mãe e filha!!! Tudo de bom!!! **Vem Bonita**. Disponível em: <<http://www.vembonita.com.br/roupas-iguais-mae-e-filha-tudo-de-bom/>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

BOX FASHION. Disponível em:
<<http://boxfashion.com.br/6-tendencias-de-primavera-verao-2016/>>.

BRAGA, J. **História da moda**: uma narrativa. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2007.

BRUNA PINHEIRO. Disponível em:
<<http://g1.globo.com/rj/regiao-serrana/noticia/2014/05/identificacao-entre-mae-e-filha-de-petropolis-chega-ao-guarda-roupas.html>>. Acesso em: 11 mai. 2014.

CASTILHO, K. **Moda e linguagem**. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2004.

COLUNA TATI PILÃO. Disponível em:
<<http://www.colunatatipilao.com.br/trend/wgsn-aponta-as-principais-tendencias-para-2016/>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

FADA COM GLITTER. Disponível em:
< <http://fadacomglitter.blogspot.com.br/2013/04/tal-mae-tal-filha.html> >.

FASHION BUBBLES. Disponível em:
<<http://www.fashionbubbles.com/destaque/bordados-3d-uma-das-principais-tendencia-para-2015/>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. 12. reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

GONÇALVES, Eliana; FILHO, José Alfredo Beirão. Aspectos ergonômicos: evolução do vestuário infantil. In: **Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano de Diseño**. Actas de Diseño. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponível em:

<http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auuspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/A6017.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2014.

GRAVE, M. F. **A modelagem sob a ótica da ergonomia**. São Paulo: Zennex Publishing, 2004.

LANE, S. T. M; CODO, W. **Psicologia social: o homem em movimento**. São Paulo. Ed. Brasiliense, 2004.

MENEZES, Estera M.; SILVA, Edna L. da. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Disponível em: <www.faedtec.br>. Acesso em: 20 nov. 2014.

MS MS, CREATIVE EXPLORATION. Disponível em:
<http://nutmegan821.blogspot.com.br/2011_03_01_archive.html>.

MULHER TERRA. Disponível em:
<<http://mulher.terra.com.br/confira-50-curiosidades-sobre-os-50-anos-da-barbie,ea086ee9f9e27310VgnCLD100000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 06 abr. 2015.

Não mexam nos JPEG!. Disponível em:
<http://naomemexamnosjpegs.blogspot.com.br/2011_01_01_archive.html>. Acesso em: 24 nov. 2014.

O RESUMO DA MODA. Disponível em:
<<http://www.oresumodamoda.com/2011/04/macrotendencias-o-assunto-em-debate.html>>.

Pensar e lucidar. Disponível em: <<http://pensarelucidar.blogspot.com.br/>>. Acesso em: 24 nov. 2014.

PONTO RUSTICO. Disponível em:<<http://www.pontorustico.com.br/>>.

RODRIGUES, Adriana Mattoso. **Silêncios e gritos, corpos e sexualidade**: filhas e mães representando a repressão sexual em O Espartilho, Verão no Aquário, e As Meninas de Lygia Fagundes Telles – Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Literatura e Práticas Sociais) – Instituto de Letras da Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SADEK MAJED COUTURE FANPAGE. Disponível em:
<https://www.facebook.com/sadekmajedfanpage/photos/a.609060835796721.1073741827.289662604403214/661622783873859/?type=1&__mref=message_bubble>.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 3. ed. 1.reimpr. São Paulo: Cortez, 2007.

SISTEMA AJORIO. Disponível em:
<<http://www.sistemaajorio.com.br/site/images/tendencias2016.pdf> >.

ZAMBERLAN, M. A. T. Interação mãe-criança: enfoque teórico e implicações decorrentes de estudos empíricos. **Estudos de Psicologia**, 2002, 7 (2), p. 399-406.

APÊNDICE A

Questionário

- 1- Você já viu roupas para mães e filhas à venda próximos a você?
- 2- Você gostaria de usar roupas idênticas à sua filha?
- 3- O que não pode faltar nos looks?
 - a) pedraria;
 - b) bordados diferenciados;
 - c) volume de tecidos;
 - d) babados.
- 4- O que levaria você a querer usar uma roupa igual sua filha?
- 5- Os modelos devem ser idênticos ou cada um respeitando a faixa etária que usar?
- 6- Que locais você procura por esse tipo de roupa?
 - a) sites;
 - b) redes sociais;
 - c) lojas físicas;
 - d) revendedoras.
- 7- No segmento de moda festa ainda é incomum ver mães e filhas com roupas idênticas ou parecidas. Você usaria numa festa?
 - a) Sim;
 - b) Não.
- 8- Já usou esse tipo de roupa em uma festa?
- 9- Quais as cores que predominam no seu guarda roupa e no da sua filha:
 - a) tons pastéis;
 - b) estampas;

- c) cores vibrantes;
- d) cores claras.

10-Pagaria até quanto para ter uma roupa personalizada e exclusiva:

- a) R\$ 300 a R\$ 500 o par (mãe e filha);
- b) R\$ 500 a R\$ 800 o par;
- c) R\$ 800 a R\$ 1000 o par;
- d) Mais de R\$ 1000.

