

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

CAROLINA PEREIRA BELLINTANI
THUANE FERNANDA ALHIER GOMES

CUSTOMIZAÇÃO AGREGANDO VALOR ÀS PEÇAS DE BRECHÓ

APUCARANA

2015

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

CAROLINA PEREIRA BELLINTANI
THUANE FERNANDA ALHIER GOMES

CUSTOMIZAÇÃO AGREGANDO VALOR ÀS PEÇAS DE BRECHÓ

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Campus Apucarana, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo.

Orientadora: Andressa Karen Rossi

APUCARANA

2015



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 Nº 136
Customização agregando valor às peças de brechó
por

CAROLINA PEREIRA BELLINTANI
THUANE FERNANDA ALHIER GOMES

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos quinze dias do mês de junho 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. As candidatas foram arguidas pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) ANDRESSA KAREN ROSSI – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) MARIANA DIAS DE ALMEIDA – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) ROSIMEIRI NAOMI NAGAMATSU – EXAMINADOR(A)

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

DEDICATÓRIA

Aos nossos pais, Claudionice e Carlos Tadeo (Carolina) e Sirlene e José Luiz (Thuane) e também às avós Áurea Alhier (Thuane) e Maria (Carolina) por todo o apoio e incentivo durante o período da nossa graduação e término desse trabalho.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradecemos a Deus, pela vida e por nos conceder paciência e sabedoria no decorrer das nossas atividades de graduação.

À nossa família, que sempre esteve presente sendo o nosso alicerce e a principal fonte da nossa perseverança. Prima Gabriela (Carolina), irmão Thiago, namorado João Hélio, prima Caroline e tia Sandra (Thuane).

À nossa professora orientadora, Andressa Rossi, que acreditou na nossa proposta e esteve ao nosso lado na realização deste trabalho.

Aos amigos Jaqueline, Gabriela, Guilherme, Lucas, Carolina e Tamiris por estarem presentes em grande parte da minha (Carolina) vida, principalmente agora e por todo o apoio, compreensão e disponibilidade.

Aos colegas de curso por fazerem parte desses três anos de faculdade e principalmente do nosso trabalho de conclusão. Em especial às nossas amigas: Carla, Cássia, Dayane, Isabela, Camila, Clara, Mariane e Giovana.

Aos professores da Universidade Tecnológica Federal do Paraná pelos incentivos e ensinamentos durante todo o curso, sem os quais não chegaríamos até aqui.

Agradecemos às modelos: Natalia, Carla, Miriam, Isabela, Julieth e Thaís por dividirem conosco momentos tão importantes da nossa trajetória.

Finalmente, agradecemos a todos aqueles que participaram direta ou indiretamente do nosso trabalho e da nossa vida.

BELLINTANI, Carolina Pereira, GOMES, Thuane Fernanda Alhier. **Customização agregando valor às peças de brechó**. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design de Moda) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2015.

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo sobre o brechó, procurando contextualizá-lo por meio de movimentos sociais, políticos e econômicos. A partir desse estudo, a proposta deste trabalho visará, através de uma pesquisa de abordagem qualitativa, entender o comportamento dos consumidores de roupas de brechó e as alternativas para a valorização desse tipo de vestimenta. As técnicas de valorização relevantes neste trabalho são os processos conhecidos no desenvolvimento da customização.

Palavras- chave: Customização. Brechó. Função estética

BELLINTANI, Carolina Pereira, GOMES, Thuane Fernanda Alhier. **Customization adding value to pieces of thrift.** Completion of course work (Technology in Fashion design) – Federal Technological University of Paraná, 2015.

ABSTRACT

This paper presents a study on the thrift store, trying to contextualize it through social, political and economic movements. From this study, the aim of this work will be targeted through a qualitative research, understanding consumer behavior of thrift store clothes and alternatives for valuing this type of clothing. Valuation techniques relevant in this work are the processes known in the development of customization.

Keywords: Customization. Thrift store. Aesthetic function

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Idade. Fonte: As Autoras.....	35
Figura 2: Estado. Fonte: As autoras	35
Figura 3: Lugares que o público costuma frequentar. Fonte: As autoras	36
Figura 4: Pesquisa de interesse. Fonte: As autoras.....	37
Figura 5: Tipo de loja. Fonte: As autoras	37
Figura 6: Questões sociais e ambientais. Fonte: As autoras	38
Figura 7: Marcas com apelo social ou ambiental. Fonte: As autoras	39
Figura 8: Peça customizada. Fonte: As autoras.....	39
Figura 9: Peça do questionário. Fonte: Refined Style Fashion.....	40
Figura 10: Opções de customização. Fonte: As autoras	40
Figura 11: Produto no mercado. Fonte: As autoras.....	41
Figura 12: Valor a pagar. Fonte: As autoras	42
Figura 13: Logo da marca. Fonte: As autoras	43
Figura 14: Site da Spell. Fonte: As autoras	47
Figura 15: Site da Spell. Fonte: As autoras	47
Figura 16: Cartão. Fonte: As autoras	48
Figura 17: Cartão. Fonte: As autoras	48
Figura 18: Caixa de entrega. Fonte: As autoras.....	49
Figura 19: Tag Belchior. Fonte: As autoras.....	49
Figura 20: Público Alvo. Fonte: Spell Designs.....	50
Figura 21: Painel de estilo de vida. Fonte: As autoras	51
Figura 22: Microtendências. Fonte: IMAXtree	52
Figura 23: Referência da coleção. Fonte: Schlaepfer	54
Figura 24: a) linha 8; b) linha H; c) linha A; d) linha X. Fonte: Benittis	55
Figura 25: Painel semântico da coleção. Fonte: As autoras	57
Figura 26: Cartela de cores. Fonte: As Autoras	58
Figura 27: Look 1. Fonte: As Autoras.....	59
Figura 28: Look 2. Fonte: As Autoras.....	60
Figura 29: Look 3. Fonte: As Autoras.....	61
Figura 30: Look 4. Fonte: As Autoras.....	62
Figura 31: Look 5. Fonte: As Autoras.....	63
Figura 32: Look 6. Fonte: As Autoras.....	64
Figura 33: Look 7. Fonte: As Autoras.....	65
Figura 34: Look 8. Fonte: As Autoras.....	66
Figura 35: Look 9. Fonte: As Autoras.....	67
Figura 36: Look 10. Fonte: As Autoras.....	68
Figura 37: Look 11. Fonte: As Autoras.....	69
Figura 38: Look 12. Fonte: As Autoras.....	70
Figura 39: Look 13. Fonte: As Autoras.....	71
Figura 40: Look 14. Fonte: As Autoras.....	72
Figura 41: Look 15. Fonte: As Autoras.....	73

Figura 42: Look 16. Fonte: As Autoras.....	74
Figura 43: Look 17. Fonte: As Autoras.....	75
Figura 44: Look 18. Fonte: As Autoras.....	76
Figura 45: Look 19. Fonte: As Autoras.....	77
Figura 46: Look 20. Fonte: As Autoras.....	78
Figura 47: Look 21. Fonte: As Autoras.....	79
Figura 48: Look 22. Fonte: As Autoras.....	80
Figura 49: Look 23. Fonte: As Autoras.....	81
Figura 50: Look 24. Fonte: As Autoras.....	82
Figura 51: Look 25. Fonte: As Autoras.....	83
Figura 52: Primeiro look analisado. Fonte: As Autoras	84
Figura 53: Segundo look analisado. Fonte: As Autoras	85
Figura 54: Terceiro look analisado. Fonte: As Autoras.....	86
Figura 55: Quarto look analisado. Fonte: As Autoras.....	87
Figura 56: Quinto look analisado. Fonte: As Autoras	88
Figura 57: Sexto look analisado. Fonte: As Autoras.....	89
Figura 58: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	90
Figura 59: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	91
Figura 60: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	92
Figura 61: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	93
Figura 62: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	94
Figura 63: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	95
Figura 64: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	96
Figura 65: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	97
Figura 66: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	98
Figura 67: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	99
Figura 68: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	100
Figura 69: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	101
Figura 70: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	102
Figura 71: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	103
Figura 72: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	104
Figura 73: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	105
Figura 74: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	106
Figura 75: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	107
Figura 76: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	108
Figura 77: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	109
Figura 78: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	110
Figura 79: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	111
Figura 80: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	112
Figura 81: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	113
Figura 82: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	114
Figura 83: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	115
Figura 84: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	116
Figura 85: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	117

Figura 86: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	118
Figura 87: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	119
Figura 88: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	120
Figura 89: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	121
Figura 90: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	122
Figura 91: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	123
Figura 92: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	124
Figura 93: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	125
Figura 94: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	126
Figura 95: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	127
Figura 96: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	128
Figura 97: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	129
Figura 98: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	130
Figura 99: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	131
Figura 100: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	132
Figura 101: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	133
Figura 102: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	134
Figura 103: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	135
Figura 104: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	136
Figura 105: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras	137
Figura 106: Maquiagem para o desfile. Fonte: Gold N Dust	138
Figura 107: Maquiagem para o desfile. Fonte: Style Caster	138
Figura 108: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips	139
Figura 109: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips	139
Figura 110: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips	139

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Processos de Lavanderia. Fonte: As Autoras	26
Tabela 2: Mix de Produtos. Fonte: As Autoras (2015).....	58

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
1.1	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	14
1.2	OBJETIVO GERAL	14
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.4	JUSTIFICATIVA	15
1.5	HIPÓTESE	15
1.6	ESTRUTURA DO TRABALHO	15
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	SOCIEDADE E CONSUMO	17
2.2	BRECHÓ	19
2.2.1	Brechó como alternativa ambiental	21
2.3	CUSTOMIZAÇÃO	23
2.3.1	Técnicas de customização	24
2.3.1.1	Processos de lavanderia	24
2.3.1.2	Tingimento	26
2.3.1.2.1	O processo de tintura	27
2.3.1.3	Estamparia	28
2.3.1.3.1	Técnicas de estamparia	29
2.3.1.4	Acessórios e bordados	31
2.4	A MODA E O MOVIMENTO <i>INDIE</i>	32
3	METODOLOGIA	34
3.1	TIPO DE PESQUISA	34
3.2	COLETA E ANÁLISE DOS DADOS	34
4	DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	43
4.1	EMPRESA	43
4.1.1	Nome	43
4.1.2	Marca	43
4.1.3	Conceito da marca	44
4.1.4	Porte	44
4.1.5	Segmento	44
4.1.6	4 Ps	45

4.1.6.1	Produto.....	45
4.1.6.2	Preço.....	45
4.1.6.3	Praça.....	46
4.1.6.4	Promoção.....	46
4.1.7	Concorrentes	47
4.1.8	Marketing visual	48
4.2	PERFIL CONSUMIDOR.....	49
4.2.1	Painel estilo de vida	51
4.3	PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	51
4.3.1	Macrotendência	51
4.3.2	Microtendência	51
5	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	53
5.1	ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO.....	53
5.1.1	Conceito da coleção	53
5.1.2	Nome da coleção	53
5.1.3	Referência da coleção	53
5.1.4	Formas e estruturas	54
5.1.5	Tecnologias	55
5.2	PAINEL SEMÂNTICO E CARTELA DE CORES.....	57
5.2.1	Painel semântico	57
5.2.2	Cartela de cores	57
5.3	GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	58
5.3.1	Mix da coleção	58
5.3.2	Looks	59
5.3.3	Análise dos looks confeccionados	84
5.3.4	Ficha Técnica	90
5.4	PLANEJAMENTO DO DESFILE.....	138
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	140
	REFERÊNCIAS.....	141
	ANEXO A – Entrevista.....	146

1 INTRODUÇÃO

O comportamento da sociedade de consumo está pautado no paradigma quanto mais, melhor. Esse consumismo desenfreado tem levantado algumas questões negativas, como por exemplo, problemas ambientais e a curta vida útil dos produtos, que são descartados precocemente devido às novidades lançadas no mercado o tempo todo, isso ocorre principalmente no mercado de moda.

As peças de vestuário, quando não utilizadas, em alguns casos são destinadas a lugares como os brechós, onde é possível encontrar roupas e acessórios de segunda mão a preços mais acessíveis. Além de permitir menores preços, os brechós proporcionam uma grande variedade na mercadoria compondo várias tendências, estilos e épocas em uma mesma loja.

Apesar das vantagens apresentadas, os brechós ainda sofrem bastante preconceito. A maioria das pessoas pensa que as peças adquiridas em lojas de segunda mão, são produtos extremamente ultrapassados e não se encaixam nas tendências de moda atuais.

Para otimizar essa questão, alguns fashionistas criaram o conceito da customização, que consiste em recriar peças que já existem usando técnicas tais como, estamparia, lavagens artesanais, aplicação de bordados, costura, entre outras. Dessa maneira se consegue alterar o valor estético de um produto que não era considerado útil.

Diante disso, customizar pode ser a melhor saída, pois torna possível a valorização de uma peça, que antes era considerada descartada, transformando-a em um produto exclusivo com uma estética atual, a qual pode resultar novamente no desejo de compra dessa peça.

Ao customizar uma peça de Brechó, além de valorizá-la, também devem ser ressaltadas as vantagens ambientais de se reutilizar produtos. Medidas que envolvam sustentabilidade e responsabilidade ambiental, tem ganhado a atenção dos consumidores, pois alguns grupos de pessoas já se conscientizaram do quanto

o planeta está prejudicado, devido ao atual sistema de produção e consumo, utilizando matéria-prima nova.

Dentro desse contexto, pode ser levado em consideração o surgimento de um novo tipo de público que tende a crescer entre os consumidores, um grupo que consome de maneira consciente, pesquisam as empresas e a procedência dos produtos.

Portanto, este trabalho visa atender a demanda de um grupo, que consideravelmente está enquadrado nessas definições de público consciente. O público *Indie* tem o hábito de consumir produtos de segunda mão, e seu estilo remete ao conceito 'independente', que surgiu na década de 1980.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

O problema a ser tratado se concentra em como valorizar as peças de brechós e atender um público específico, que já consome esse produto.

1.2 OBJETIVO GERAL

Esse trabalho tem como objetivo abordar a reutilização de peças encontradas nos brechós, que foram descartadas pelo consumidor a fim de atribuir uma nova estética a esse produto, usando técnicas de customização, além de atender a demanda de um público específico e contribuir com o aumento da vida útil do produto.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar estudos em brechós e seu papel no mercado consumidor de moda.
- Pesquisar comportamento do consumidor de peças de brechós.

- Estudar as técnicas de customização de peças do vestuário.
- Desenvolver uma coleção de peças exclusivas utilizando as técnicas de customização.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se a abordagem desse trabalho, afirmando a necessidade de estender a vida útil de um produto de vestuário, que nesse caso, será reutilizado, podendo retornar ao consumidor. Esse método reduziria o impacto ambiental causado pelo descarte de peças inutilizadas, além de atender a demanda de um público específico, que tende a aderir positivamente a essa iniciativa.

Com o intuito de solucionar o problema identificado, propõe-se o desenvolvimento de uma coleção fundamentada no uso de técnicas de customização, a fim de melhorar a função estética do produto de moda, que por sua vez, é um produto sazonal, temporário e terá sua vida útil prolongada, com a realização deste trabalho.

1.5 HIPÓTESE

Pressupõe-se que, ao partir do princípio da customização, para valorizar esteticamente peças de Brechó, tornando-as desejo de compra novamente, com isso contribuir com o meio ambiente, reduzindo o descarte precoce e inadequado desses produtos atendendo ao público desejado, atribuiria ao design, não só uma função vinculada aos padrões de beleza, mas sim uma saída criativa para solucionar problemas decorrentes dos valores vigentes em nossa sociedade.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

A princípio foi realizado um levantamento sobre a origem do brechó, o seu relacionamento com a sociedade e o surgimento da cultura *indie*. Em seguida, foi

discutido a sua posição como uma alternativa ambiental e o conceito de customização, como forma de recuperação para as peças que foram descartadas, aplicada de acordo com o perfil do público alvo.

Levando em consideração o contexto dos parágrafos acima, este estudo visa solucionar o problema apresentado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SOCIEDADE E CONSUMO

Atualmente, a sociedade é marcada pela rapidez em que os produtos que fazem parte do desejo de consumo passam por constantes mudanças. O consumo sempre existiu, embora tenha características diferentes na formação da sociedade.

Segundo Costa e Matos, para promover o mercado nos Estados Unidos, que se encontrava retraído após a 2ª Guerra, os americanos criaram duas ferramentas que aceleraram o ato de consumo: obsolescência planejada e obsolescência perceptiva. A primeira faz referência aos produtos produzidos que podem se deteriorar rapidamente. A obsolescência perceptiva atribui uma transformação de produtos em bom estado de uso em ultrapassados, depreciativos aos usuários que ainda os consomem. Esse processo difundido pela publicidade e potencializado pela criação, características das novas tendências de mercado, contribuiu para a era do consumismo.

Na antiga sociedade, explica o site Colégio na Web (2012), o homem trabalhava para suprir as suas necessidades básicas. Os indivíduos viviam juntos para garantir a sobrevivência de todos. Como nômades, saíam à procura de alimentos e provisoriamente se estabeleciam em cavernas ou acampamentos. À medida que se esgotavam os recursos, mudavam-se para outros locais.

O domínio do fogo e a domesticação dos animais marcou a transição da sociedade nômade para uma sociedade sedentária e fixa em determinados espaços geográficos. Surgiram as tribos, uma sociedade marcada pelo parentesco e a necessidade de ampliação de estoque alimentar, já que a permanência em determinados locais por longo período deixava escasso os recursos. Inicia então a atividade agrícola como fonte de subsistência e aparecem os primeiros donos de terra. Como explica o site Colégio na Web (2012), o período é marcado pelas trocas de mercadorias: surgimento do comércio e pelo acúmulo de riquezas nas mãos de alguns indivíduos.

Durante a Baixa Idade Média, o modo de produção característico foi o artesanato. Segundo Pedrero-Sánchez (2000, p.285), as cidades se empenhavam no desenvolvimento das manufaturas e quem realizava esse trabalho era o artesão, que junto com os agricultores começaram a se concentrar próximos aos castelos, a fim de expandir a atividade comercial.

Na passagem da Idade Média para a Idade Moderna, com o renascimento urbano e comercial dos séculos XIII e XIV, surgiu na Europa a classe social burguesa.

Na mesma medida que a burguesia cresce, isto é, o capital, também se desenvolve o proletariado, a classe dos operários modernos, os quais só vivem enquanto encontram trabalho e só encontram trabalho enquanto seu trabalho aumenta o capital [...] (MARX; ENGELS, 2009, p.61).

De acordo com Rainer Sousa, a prática comercial experimentada imprimiu uma nova lógica econômica determinada pelo valor numérico de cada mercadoria. O comerciante passou a calcular custos e lucros a serem convertidos em uma determinada quantia sob uma determinada mercadoria. Essa prática gerou acúmulo de capitais, demandou a expansão do comércio e levou a burguesia a dominar novos comércios, regular impostos e padronizar moedas.

Porém, na Idade Moderna, como explica Burke (2010, p.188) devido ao crescimento da população e à ascensão das cidades, diversas transformações econômicas aconteceram ocasionando uma revolução comercial. O trabalho passou a ser dividido e o capital começou a interferir no processo, determinando o ritmo da produção. Com a revolução industrial surge um novo modo de produção: a transformação do trabalho humano em bem econômico, passando assim ao trabalho assalariado. Surge a sociedade urbana e as classes sociais. O desenvolvimento industrial e de novas tecnologias contribuiu com o fortalecimento do capitalismo, que continua se desenvolvendo até os dias atuais.

Durante o processo de mudanças econômicas e sociais desenvolveram-se formas e manifestações culturais de cada grupo. As atividades como habitação, convivência, papéis sociais, relação dos indivíduos entre si e entre os diferentes grupos, marcam e integram a cultura que identifica a sociedade. Na sociedade tecnológica moderna o homem explora a natureza, domina-a e utiliza-a para seus fins.

Segundo o site Colégio na Web (2012), a existência passa a ser definida através do consumo, interferindo nas relações humanas e psicológicas: noções de satisfação e felicidade estão ligadas à intensidade dos desejos.

As pessoas logo após comprarem um produto são levadas a pensar que outro produto traria mais felicidade. Para Bauman (2008, p.64), “A sociedade de consumo prospera enquanto consegue tornar perpétua a não satisfação de seus membros (e assim, em seus próprios termos, a infelicidade deles)”. A sociedade, para adquirir novos produtos, pode utilizar o brechó como possibilidade de satisfação dos desejos de consumo e ao mesmo tempo como mecanismo de contestação ao descarte excessivo.

2.2 BRECHÓ

O brechó surgiu em meados do século XIX, atendendo pessoas que não tinham um poder aquisitivo alto para desfrutar de produtos convencionais. Segundo Mucci (2014), o nome originou-se a partir de um comerciante chamado Belchior, conhecido por vender roupas e objetos de segunda mão no Brasil. Com o passar do tempo, o nome popularizou e se transformou em brechó.

Na obra de Machado de Assis, no conto Ideias de Canário, publicado pela primeira vez na Gazeta de Notícias do dia 15 de novembro de 1895, encontra-se um trecho em que o narrador relata a entrada de um homem, após safar-se de um atropelamento, numa velha loja de Belchior, também chamado de casa de Belchior.

A loja era escura, atulhada das cousas velhas, tortas, rotas, enxovalhadas, enferrujadas que de ordinário se acham em tais casas, tudo naquela meia desordem própria do negócio. Panelas sem tampa, tampas sem panela, botões, sapatos, fechaduras, uma saia preta, chapéus de palha e de pêlo, caixilhos, binóculos, meias casacas, um florete, uma cão empalhado, um par de chinelas, luvas, vasos sem nome, dragonas, uma bolsa de veludo, dous cabides, um bodoque, um termômetro, cadeiras, um retrato litografado pelo finado Sisson, um gamão, duas máscaras de arame para o carnaval que há de vir, tudo isso e o mais que não vi ou não me ficou de memória, enchia a loja nas imediações da porta, encostado, pendurado ou exposto em caixas de vidro, igualmente velhas. (ASSIS, 2008, p.32)

Segundo Cidreira (2008), o auge da procura por peças de brechó aconteceu nos anos 1970, época marcada por diversos movimentos juvenis como, por exemplo, o feminismo, os festivais de música, movimentos estudantis, entre outros, opondo-se a imposições da sociedade e ao consumismo desenfreado. O intuito era vestir roupas usadas como forma de manifesto contra a ditadura da moda e destacar a antimoda.

O funcionamento do brechó apresenta-se de forma diferente das lojas multimarcas. A reposição das peças, na maioria das lojas, é através da análise de catálogos apresentados por representantes para logo em seguida efetuar o pedido e o sistema de logística das marcas se responsabilizam pela distribuição. No caso dos brechós, a reposição depende das pessoas trazerem suas peças.

Para atrair o interesse das pessoas em vender suas roupas, os donos de brechós distribuem cartões de visita em locais frequentados por pessoas da classe média e alta, como shoppings, por exemplo. Os brechós geralmente recebem peças em bom estado de conservação e algumas vezes de marcas famosas, que serão avaliadas pelo proprietário da loja que definirá um valor justo para cada peça. Quando não estão em um bom estado de conservação, o valor é estipulado por pacote de peças.

O perfil do público que procura por peças de brechó sofreu uma grande mudança: se antes era a classe com menor poder aquisitivo que procurava pelos produtos, hoje, pessoas da classe média também frequentam e compram em brechós, pois ainda têm a vantagem de adquirir os produtos a um preço acessível por estarem livres de encargos, impostos ou custos de transporte. Tais valores já foram pagos na primeira compra.

Os brechós trabalham com uma diversidade de peças de vestuário, contribuem com uma questão ambiental ao prolongar a vida útil de um produto descartado a um preço razoável e, por isso, vem se tornando cada vez mais popular entre o público. Podem carregar a ilusão de que o tempo não passa e ainda, se a pessoa consegue transformar uma peça que está em desuso, demonstra toda a sua capacidade criativa e alia esse conceito ao produto.

2.2.1 Brechó como alternativa ambiental

A sociedade moderna, marcada pelo poder do consumo, tem levado o mundo a um colapso ambiental. Quanto mais se produz, mais se consome, alimentando assim um ciclo vicioso: para consumir é preciso produzir, e produzir sempre mais para consumir. Para que a produção seja garantida em grande escala é necessário que a sociedade retire matéria-prima da natureza, atendendo a demanda do consumo.

Movido pelo espírito capitalista, o homem busca na natureza, de maneira irracional, recursos para satisfazer seus desejos desenfreados de consumo, gerando males devastadores. De acordo com Costa e Ignácio (2011), é contraditória a busca por desenvolvimento para garantir melhor qualidade de vida quando a sociedade não se preocupa com a preservação dos recursos naturais. A fim de garantir que a sociedade se desenvolva de forma não prejudicial ao meio ambiente, é necessário que o homem, a natureza e a economia convivam em equilíbrio.

Na visão marxista, segundo Costa e Ignácio (2011), o capitalismo é extremamente individualista conseguindo transformar a essência da necessidade de sobrevivência do homem: uma coisa é a necessidade que o homem tem de comprar alimento, vestimenta e medicamento, e outra é a necessidade de comprar objetos para saciar caprichos individuais.

Para minimizar os impactos do consumo desenfreado, é necessário que as pessoas se conscientizem ecologicamente, mudando hábitos e optando por alternativas que preservem a natureza.

O consumidor de hoje não quer apenas produtos que satisfaçam suas necessidades, mas que também contribuam para qualidade de vida em longo prazo. Não basta um bom produto com preço justo, é preciso haver preocupações ecológicas, sociais e éticas. (FILHO, 2008).

As alternativas de proteção ao meio ambiente se fazem necessárias nos produtos para o vestuário de moda. Pensar nos impactos ambientais se torna necessário não apenas nas etapas de criação e produção de novos produtos, mas também no descarte pelo consumidor.

De acordo com o documento Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis – PPCS, publicado pelo Ministério do Meio Ambiente em 23 de Novembro de 2011:

Produção sustentável é a incorporação, ao longo de todo o ciclo de vida de bens e serviços, das melhores alternativas possíveis para minimizar custos ambientais e sociais. Acredita-se que esta abordagem preventiva melhora a competitividade das empresas e reduz o risco para a saúde humana e meio ambiente. Vista numa perspectiva planetária, a produção sustentável deve incorporar a noção de limites na oferta de recursos naturais e na capacidade do meio ambiente para absorver os impactos da ação humana. (PLANO DE AÇÃO PARA A PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS, p. 6, 2011).

Nessa perspectiva, o brechó significa uma das alternativas para minimizar impactos ambientais na questão do pós-consumo, prolongando assim a vida útil das peças. Conforme Gadaleta (2011), o brechó proporciona às novas gerações a conscientização de que é possível reaproveitar o que se tornaria lixo, para gerar renda e diminuir os impactos ambientais da indústria da moda.

No início dos anos 2000 a moda incorporou um ar descartável. Os produtos tornaram-se mais acessíveis e baratos ocasionando uma alta no consumo e conseqüentemente, no descarte. Essa maneira de se relacionar com a moda começou a ser questionada e a compra de peças usadas e reaproveitadas passou a ser uma alternativa do consumidor, como explica Gadaleta (2011).

A autora ainda acrescenta: “a experiência da compra em um brechó pode ser estimulada por três fatores fundamentais: necessidade, curiosidade e ideologia”. O público de menor poder aquisitivo busca o brechó por necessidade: preço mais acessível. A classe que pode gastar um pouco mais busca novidades que não encontram em lojas convencionais e para outros, as lojas de segunda mão representam uma ligação com questões sociais e ambientais e a busca por peças que tragam história de décadas passadas, podendo ser customizadas e reformadas (ideologia).

Atualmente, a economia pode caminhar para a sustentabilidade e criatividade, colocando os brechós como um novo modelo de consumo consciente, onde todos ganham: comerciante, consumidor e meio ambiente.

2.3 CUSTOMIZAÇÃO

Segundo o site Significados, a palavra customização provém do idioma inglês “*custom*” que significa elaborado sob medida, personalizado. A definição para customização gira em torno do consumidor, pois é um processo para atender ao desejo dele.

No mundo da moda, nos tempos pós-modernos, em que as pessoas buscam por peças que se identifique com seu estilo pessoal, a customização possibilita mudar uma roupa para torná-la do jeito que as pessoas desejam. Através da customização também é possível encontrar uma nova utilidade para algo que já seria descartado, podendo ser aplicado ao vestuário, bolsas, sapatos, acessórios, entre outros.

A customização surgiu na década de 1960 com a explosão do movimento hippie pelo mundo. Os hippies ficaram conhecidos pela irreverência e o modo exclusivo de se vestirem: roupas tingidas, trabalhadas em retalhos, com um jeito artesanal. Além disso, os hippies utilizavam acessórios como: botões, broches, flores, passando ao look um ar de originalidade. A customização, também como o estilo hippie, surgiu da necessidade de aliar personalidade ao jeito de se vestir.

Na década de 1960, a cultura jovem ganhou uma visível repercussão por meio de diferentes manifestações políticas e artísticas. Em várias situações, vemos que a sociedade de consumo é alvo do protesto de jovens estudantes engajados. Um pouco antes desse período, o movimento beatnik, nos EUA, já trilhava uma série de críticas que ia contra os padrões da sociedade industrial. Logo em seguida, os hippies apareciam como defensores de um modelo de vida alternativo. (SOUSA, 2013).

No Brasil a customização teve início na década de 1990 e desde então tem sido utilizada como sinônimo de criatividade e individualidade.

A moda da década de 1990 foi marcada pela diversidade e pela liberdade na forma de se vestir, as pessoas buscavam na roupa as possibilidades de

expressão do individualismo. Nesse sentido, a customização tem o sentido de adaptar os produtos e processos ao gosto do cliente, portanto é o atendimento que visa à satisfação do freguês.

[...] nos anos 90 com a evolução dos conceitos e valores adquiriu-se uma mistura vinda de todos os grupos sociais marcando a moda não como uma mas sim como várias realidades, a liberdade de vestir passou a ser a identidade de muita gente, deu-se uma globalização da moda porque com a queda do muro de Berlim deu-se uma grande aceitação de pessoas, culturas, valores etc. (FERREIRA, 2013).

O processo de customização acontece através da aquisição de peças compradas prontas e depois modificadas para que se tornem exclusivas e desejadas por seu consumidor, garantindo durabilidade às peças de vestuário.

2.3.1 Técnicas de customização

São diversas técnicas que podem ser utilizadas no processo de customização das peças do vestuário: bordado, tingimento, pintura, descoloração, agregando originalidade e trazendo a peça em sintonia com as tendências da moda. As técnicas de customização vêm atender uma mudança de comportamento no consumidor que procura por peças exclusivas e também incentivar a criatividade para que as pessoas modifiquem suas próprias roupas.

A customização é presença recorrente nas passarelas mais disputadas do mundo da moda e as técnicas de aplicação de bordados, tingimento e amarrações tornaram-se um clamor de individualização do produto *prêt-à-porter*.

2.3.1.1 Processos de lavanderia

Os processos químicos de lavagem industrial são principalmente usados em peças feitas de jeans. Com a popularização da calça jeans, que hoje pode ser considerada uma das peças mais versáteis do vestuário, pois se adequa a várias ocasiões e a todas as classes sociais, ao decorrer das décadas posteriores a 1910, sentiu-se a necessidade de modificar o jeans.

“Depois de James Dean e Marlon Brando, vieram os Beatles, Bob Dylan e Jimi Hendrix, e o jeans continuou se colocando como peça principal do visual jovem. Na década de 70, com a guerra do Vietnã, surgia um novo grupo, cujos ideais eram baseados na busca pela paz. Os hippies americanos adotaram o jeans como peça essencial do visual largado, e mais uma vez ele se tornou parte de uma cultura jovem. Foram os hippies que introduziram a idéia de customização das peças, feita por meios artesanais, que logo entrou em processos industriais. Ele havia entrado de vez para o vestuário, como uma peça funcional e barata, sempre ligado a um símbolo de juventude. Na mesma época o jeans inicia sua globalização e se insere na indústria européia, que transformou e aprimorou o design e o acabamento, se tornando grande referência na produção do artigo na indústria da moda.” (HOFFMANN apud CORDEIRO, 2008).

Então, a partir da década de 1980, foram desenvolvidos processos de lavagem para valorizar a calça jeans e torná-la uma peça estilizada, fazendo com que ela acompanhe as tendências de moda que vão surgindo com o passar das coleções.

É possível citar alguns processos: *Advanced color*, Bigodes tridimensionais, Biofomo, *Black* destonado, clareamento, craquelado, *Black on Blue*, *Délavé*, *Destroyed*, *Dirty blue*, *Dustywash*, Ecolzol, Estonagem, Fix-Pin, *Firewash*, *Gold wash*, Jato de areia, Jato de permanganato, Laser, *Light used*, Lixado, marmorizado, *Médium distressed*, *Mudwash*, *Overdyeing*, *Paint color*, Peletizado, Pigmentos, Pipoca, *Pré-washed*, Puído, *Raw*, Remendo, Resina, *Scrunch*, *SecondHand*, *Snowwash*, *Soft Rigid*, *SulphurEcol dye*, *Super Stone*, Super claras, *SuperStonewash*, *Tie-Dye*, *Ultra hiper*, *Used e Vintage*.

Processos de lavanderia	Definição
<i>Stone Washed</i>	Acabamento obtido em peças já costuradas e tingidas ou estampadas, através da lavagem industrial das peças com pedras ou enzimas.
Estonagem	Processo de lavagem do artigo em tambores que levam pedras de argila chamadas sinasitas. Durante a lavagem as pedras entram em atrito com o artigo deixando-o com aparência batida, mais usada. Surge também o aspecto um

	pouco desbotado e amaciado.
<i>Destroyed</i>	Lavagem parecida com a estonagem, porém utilizadas mais enzimas que corroem a fibra levemente, deixando um aspecto destruído, justificando assim a palavra <i>destroyed</i> , que no inglês significa destruído.
<i>Délavè</i>	Lavagem estonada com a aplicação de clareamento e alvejante químico, deixando o tecido com um visual mais macio que o simples estonado.
<i>Used</i>	Uso de pistola com produto químico para clarear uma parte determinada.
Lixado	Processo manual de abrasão com lixa para desgastar o tecido.
Denotado	Uso de esmeril na peça antes de lavar, revelando, depois de lavado, marcas localizadas.

Tabela 1: Processos de Lavanderia. Fonte: As Autoras

2.3.1.2 Tingimento

Dois técnicas comuns em processos de customização são o tingimento e a lavagem. O tingimento é considerado importante, já que ao se customizar uma peça o intuito seria torná-la esteticamente melhor, exclusiva e condizente com as tendências.

Na moda, cada coleção pensada por um designer, apresenta como uma característica visual marcante, o trabalho com o uso das cores. A cor é um dos aspectos mais vitais e visualmente estimulantes da moda e desse conceito, parte a necessidade de se atentar a aplicação das cores em peças do vestuário (FLETCHER; GROSE, 2011, p.40).

O homem utiliza os corantes de origem vegetal, animal e mineiral há muito tempo, de acordo com Pezzolo, e com o passar do tempo, a importância

dessa técnica foi aumentando e os processos de tingimento sendo aprimorados. Tiveram bastante destaque na Idade Média, pois nessa época as roupas eram bem coloridas, e suas cores eram usadas pra distinguir as classes sociais.

Devido a isso, na Idade Média, os corantes se tornaram valorizados e o desenvolvimento do comércio propiciou ainda mais essa condição. A garança (vermelho) e o pastel (diversos tons de azul) foram os dois principais corantes usados na Idade Média (476 a 1453). (PEZZOLO, 2007, p.166).

A Idade Média foi um período marcado por grandes conquistas territoriais, o que também foi um fator estimulante ao enriquecimento das práticas de tingimento, pois os recursos naturais que eram retirados da exploração de novas terras possibilitavam a extração de corantes naturais, que até então os europeus não possuíam.

Durante os anos de 1930 e 1940, a produção do índigo diminuiu consideravelmente, chegando quase a desaparecer. Mas a década do blue jeans (1950) reativou o mercado, pois o aspecto tão apreciado do Délavé se deve ao envelhecimento típico da tintura a índigo, que oferece pouca resistência às lavagens e à fricção natural causada pelo uso. (PEZZOLO, 2007, p.172)

Um fator que revolucionou as grandes tinturarias ainda nessa época, foi quando Vasco da Gama cruzou o Cabo da Boa Esperança e acabou por encontrar a rota marítima para as Índias, de lá trouxe para a Europa o primeiro carregamento de índigo. O Índigo é uma coloração usada na Índia desde 600 a.C., um tom de azul, extraído de uma planta indiana (*Indigoferatinctoria*), corante de origem natural que só passou a ser obtido sinteticamente em 1880, quando seu cultivo se tornou mais caro que a fabricação do corante sintético.

2.3.1.2.1 O processo de tintura

O tingimento não se classifica como um processo fácil, e sim como complexo. Ele tem início com a aplicação do mordente, geralmente de origem mineral, como o alúmen, os sais de ferro, o cromo ou sais de estanho, que tem a função de permitir uma maior absorção do corante no material a ser tingido.

De acordo com a autora Pezzolo (2007, p.168), para a aplicação do mordente, o tecido deve ser submetido a um banho quente que contenha esse

produto, lembrando que o tipo de mordente e de corante usado no processo para obter a tintura influencia diretamente no resultado das cores.

As cores, ainda de acordo com a autora, podem ser obtidas através de dois processos: a tintura a frio (fermentação) e a tintura a quente, essa última é a mais usada como processo executado nas indústrias, se baseia em imergir o tecido num banho, a uma determinada temperatura, contendo o corante.

Quando o processo se desenvolve artesanalmente, o corante a ser usado pode ser extraído preliminarmente ao ferver plantas na água. Sendo assim, é recomendado um banho mais prolongado, para garantir a melhor absorção da cor pelo tecido, e para melhorar a distribuição do banho, evitando manchas, é recomendado que mantenha o material a ser tingido em constante movimento.

2.3.1.3 Estamparia

Segundo PEZZOLO (2007, p.185) assim como as roupas de coloração forte, por exemplo, o vermelho, as roupas estampadas eram destinadas às pessoas das classes superiores. A partir do momento em que os tecidos estampados começaram a ser levados para a Europa, os artesãos indianos eram orientados a produzir estampas com temas europeus, figuras clássicas, flores estilizadas e sem profundidade e caules ondulantes.

Assim como o tingimento a estamparia também é um processo antigo, que surgiu da necessidade do homem de colorir e alegrar o meio em que vivia. Esse tipo de trabalho teve início na Índia e na Indonésia, de onde chegou aos países do mediterrâneo. (PEZZOLO, 2007, p.184)

A técnica de estamparia usada na época pelos indianos permitia uma melhor definição nos desenhos, diferente das roupas estampadas produzidas na Europa, o método utilizado pelos indianos consistia na utilização de uma cera quente.

O crescimento do desejo dos consumidores europeus por peças em cores vivas, mais resistentes à luz e às lavagens impulsionou o bom desenvolvimento dos processos de tingimento e estamparia.

2.3.1.3.1 Técnicas de estamparia

Com o passar dos anos, conforme a humanidade foi adquirindo conhecimento, e se especializando, as técnicas de estamparia foram sendo aprimoradas, apesar das técnicas antigas ainda serem praticadas em alguns lugares, como o artesanato ao qual se é agregado um valor cultural.

“As técnicas de estamparia têxtil podem ser classificadas da seguinte maneira: *batik*, na qual uma imagem é estampada ou pintada utilizando alguma substância para proteger o tecido antes de tingir; processo de gravura em relevo, como estamparia em bloco de madeira (ou xilogravura); gravura ou entalhe, como placa de cobre ou cilindro rotativo; técnica de estêncil, por exemplo, serigrafia; estamparia por termotransferência, geralmente finalizada com uma fonte de calor; e, mais recentemente, estamparia digital, que utiliza um processo de jato de tinta.” (BRIGGS-GOOD, 2014, p. 16).

O *Batik* pode ser considerado um dos primeiros processos de estamparia existentes, nascido na Índia. Segundo Pezzolo (2007, p.187) “no entanto, o batik nem sempre foi uma maneira artística de se exprimir. Tecidos estampados com essa técnica foram primeiramente usados por camponeses, em cerimônias religiosas ou não”.

O nome se origina da palavra *Batikken*, que significa “desenho ou pintura com cera”, e é um processo que se mantém inalterado até hoje, muito comum em expressões artísticas de origem africana, pois foi levado para lá através de colonizadores holandeses.

Outra técnica antiga é o bloco de madeira e funciona basicamente como um tipo de carimbo. A peça de madeira é esculpida com o desenho desejado, em seguida o corante é passado ao bloco usando uma espécie de almofada ou esponja, e então o bloco é pressionado sob o tecido usando as mãos ou um martelo de madeira. Segundo Pezzollo, “a estampagem de tecidos feita com blocos de madeira

esculpida foi usada pela primeira vez na Itália no século XVI. Essa técnica permite variações de cores, porém é necessário um bloco diferente para cada cor”. (PEZZOLO, 2007, p.190).

Sucedendo o bloco de madeira e antecedendo os cilindros de cobre, o rolo de madeira tem em seu processo praticamente os mesmos princípios do bloco de madeira. As inovações estão na forma de receber o corante, que é dada por outro rolo, e no mecanismo de aço que elimina o excesso de tinta.

A autora ainda afirma que o cilindro pode ser considerado um processo já mecanizado e tinha como vantagem, mais rapidez que as técnicas utilizadas anteriormente. Teve sua patente concedida ao escocês Thomas Bell, em 1783, e se tornou popularmente conhecido como estampagem *rouleaux*. Outra técnica de estamaria utilizada, o quadro foi um processo lançado no setor têxtil entre os séculos XVII e XVIII. Antes disso, foi muito usado em serigrafia sobre o papel. A técnica consiste em gravar o desenho em uma tela micro perfurada, aplicar uma espécie de verniz por onde a tinta não deve passar, e em seguida espalhar a tinta sobre o quadro usando uma espátula. A tela pode ser deslocada pelo tecido, que deve estar bem esticado, dando continuidade na estampa. Esse processo ainda é muito usado na indústria da confecção.

Segundo PEZZOLO (2007, p.193) entre os processos mais atuais está o cilindro rotativo. O seu desenvolvimento se trata de uma combinação entre os sistemas de rolos e o de quadros. Também conhecido como quadro rotativo, tem como principais vantagens: a rapidez e a menor margem de erros, pois elimina o encaixe dos quadros.

“Em 1785, novas tecnologias mecânicas permitiram a criação de métodos de gravar designs no cilindro de metal, o que possibilitou mais variações de linhas, texturas e tonalidades. O nível de detalhe alcançado com esses métodos era superior a qualquer outra técnica de estamaria da época, e o cilindro rotativo com entalhes era capaz de produzir tanto os detalhes mais delicados da placa de cobre quanto os efeitos mais amplos da estamaria em bloco.” (BRIGGS-GOOD, 2014, p. 25)

O processo de *Transfer* é muito importante, principalmente quando se trata de estampar materiais sintéticos e camisetas. Utiliza-se do calor para passar as cores e figuras, impressas no papel, para o tecido, é considerado caro, porém apresenta muita nitidez na estampa finalizada.

Numa máquina atual, seis tinteiros básicos cobrem uma ampla gama de cores, garantindo riqueza de tons bem maior que a de técnicas tradicionais. Outra grande vantagem é a possibilidade de transferir um desenho diretamente do computador para o tecido. O método também permite a impressão em pequenas quantidades para o rápido atendimento de encomendas, evitando a formação de estoques. (PEZZOLO, 2007, p.194)

Por fim, o mais recente processo conhecido, que se originou dos benefícios possibilitados pela informática, o jato de tinta tem boa utilização na impressão de têxteis usados para decoração, pois permite a execução de desenhos em tamanhos maiores.

2.3.1.4 Acessórios e bordados

A utilização de acessórios, aviamentos e bordados na customização são tão importantes quanto às técnicas de enriquecimento têxtil, assim como os processos têxteis o bordado com aplicação de adornos é conhecido pelo homem, segundo relatos, há muitos anos, a comprovação desse fato seria um fóssil encontrado na Rússia, em que suas vestes eram adornadas com grânulos de marfim.

Essa prática, que tem como função valorizar a estética das peças, se modernizou e é muito utilizada na customização, pois enobrecem o produto que recebe essa aplicação, além de garantir ao consumidor exclusividade, já que o uso desses adornos é trabalhado de forma diferente para cada peça.

A partir desses fatos o mercado para tais produtos cresceu bastante, é possível encontrar nos armazéns ou em grandes lojas de aviamentos uma infinidade de opções, como por exemplo, pérolas, tachas *spike*, tachas pirâmide, apliques em rendas, cristais, paetês, franjas, ombreiras decoradas, além desses também podemos citar os diferentes tipos e modelos de botões decorativos, zíperes, que podem ter tanto uma função ergonômica quanto uma função estética, ou seja, existe opção de aviamentos a serem aplicados em variados estilos de peças, desde mais simples até as mais elaboradas.

2.4 A MODA E O MOVIMENTO *INDIE*

O termo *indie*, como afirma Johnson (2011), vem da palavra de origem inglesa, “independente” e se refere a um tipo de contracultura que se opõe às lógicas culturais da sociedade, englobando música, moda, comportamento e lugar.

Na música, o *indie* teve origem na década de 80 com bandas que emergiram do punk e do hardcore, passando a produzir seus trabalhos de forma independente. Segundo Carvalho (2012), o movimento se desenvolveu nos Estados Unidos e Inglaterra e na década de 90, essa atitude independente e não comercial ficou conhecida como new wave e, depois, como *indie*.

Estas tribos urbanas e bandas [...] produzem uma quantidade significativa de materiais de consumo [...] são os CDs, fitas cassete, DVDs, camisetas, bottons, moletons, adesivos, cintos, entre outros [...]. É a partir deste consumo que muitos destes jovens se "produzem" visualmente na tentativa de se incluírem nas tribos específicas [...]. Assim, torna-se perceptível que os primeiros contatos referentes à identificação do indivíduo com o grupo aparecem primeiramente através do 'visual', pois ele será o principal fator que determinará em qual grupo o indivíduo almeja a sua inserção social. (ROSA, 2007, p.107).

Na moda, assim como na música, o público jovem é alvo principal da disseminação de tendências, para esse público a moda pode ser uma forma de diferenciação dentro do grupo social. Ao longo dos anos é visível a influência da indumentária usada por cantores na construção visual de determinados grupos sociais. Os integrantes das bandas usavam uma indumentária que refletia uma identidade social.

O movimento *indie* teve influência na moda inspirado nas bandas de rock, trazendo um estilo mais despojado como o jeans rasgado, as jaquetas surradas e a camisa de flanela xadrez, principalmente para o público masculino. Como afirma Carvalho (2012), muitas pessoas utilizam o processo de customização para criar um estilo próprio, trazendo para a roupa um significado maior que simplesmente a imitação de um modelo, mas a maneira das pessoas se reconhecerem no mundo, seu jeito particular de se perceberem como sujeito.

De acordo com Gottshalk. et al. (2013), o estilo *indie* também pode ser comparado a uma releitura do *folk* e hippie mais moderno: *t-shirts*, shorts rasgados,

saias, vestidos, camisas largas, *skinny* jeans, crochê, renda, franjas, Vans, Keds, botins, mocassins e sandálias. Normalmente, esse público luta por causas sociais. Não usam peles, cosméticos testados em animais, apoiam associações ligadas à natureza e, em alguns casos, adotam o vegetarianismo.

Para criar um estilo *indie*, as peças retrô se tornaram ideais, explica Souza (2014), sendo garimpadas em brechós ou guarda-roupas antigos. Assim como na música, valoriza na moda a criação independente, e a customização é um diferencial para a garantia de um estilo único. A ideia é ser alternativo, original, diferente, criativo e usar aquilo que mais ninguém usa.

O movimento se transformou de uma manifestação musical contrária à indústria fonográfica, em um estilo de vestimenta amplamente divulgado pela indústria da moda, combinando o atual e o antigo de uma forma diversificada.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

A proposta do trabalho se encaixa na denominação de pesquisa exploratória qualitativa, e as considerações finais serão observadas através de informações, opiniões e dados coletados através de um questionário.

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a tomá-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão” (SELLTIZ et al., 1967, p.63).

No questionário proposto foram feitas perguntas objetivas, disponibilizado ao público via web, considerando uma delimitação geográfica, seus resultados foram apresentados em percentuais, que serviram de parâmetro para a concretização do trabalho, cujo objetivo, além da reutilização e transformação no valor estético das peças encontradas em brechós, é também atender as necessidades de um público específico, analisando o seu estilo de vida e comportamento.

3.2 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Para a coleta e análise dos dados, foi realizado um questionário com 11 perguntas, aplicado via internet. Foram obtidas 50 amostras que possibilitaram a visualização de um panorama geral a respeito do público a ser atendido.



Figura 1: Idade. Fonte: As Autoras

A primeira questão (Figura 1), indagando a idade dos entrevistados foi feita com a intenção de delimitar a faixa etária do público em questão. Os resultados obtidos foram: A maior parte das respostas sendo de 18 a 20 anos e a menor das respostas foram de pessoas superiores a 23 anos. Portanto pode estabelecer-se que o público ao qual pretende alcançar com esse trabalho possui entre 18 a 23 anos de idade.

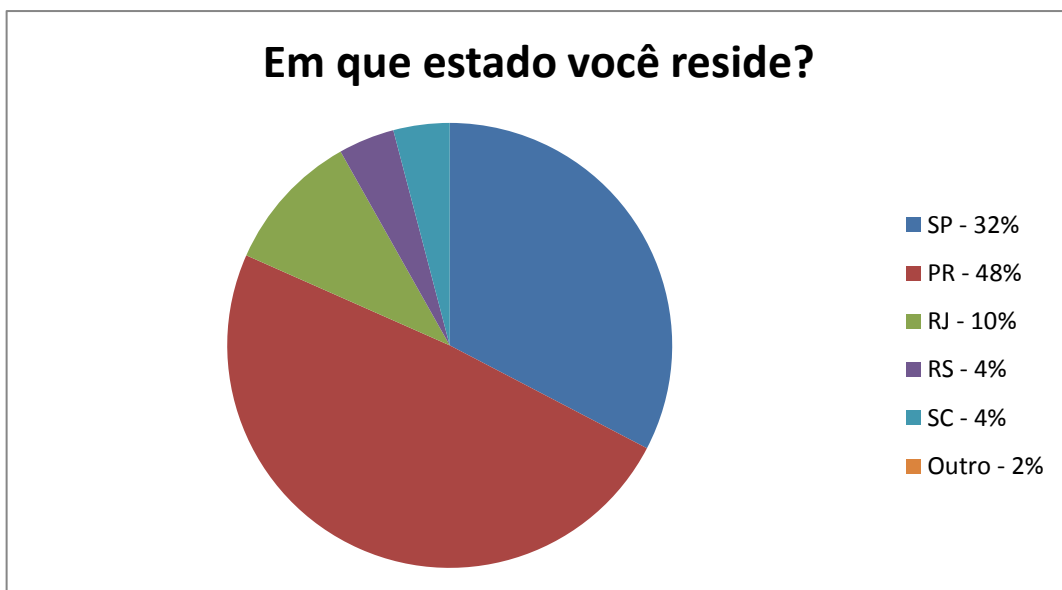


Figura 2: Estado. Fonte: As autoras

A pergunta 2 (Figura 2) permitiu a delimitação geográfica, ou seja, visualizar as regiões em que se concentram as maiores aglomerações do público específico desse trabalho. Obtendo-se os seguintes resultados: os maiores percentuais obtidos para os estados de Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro.

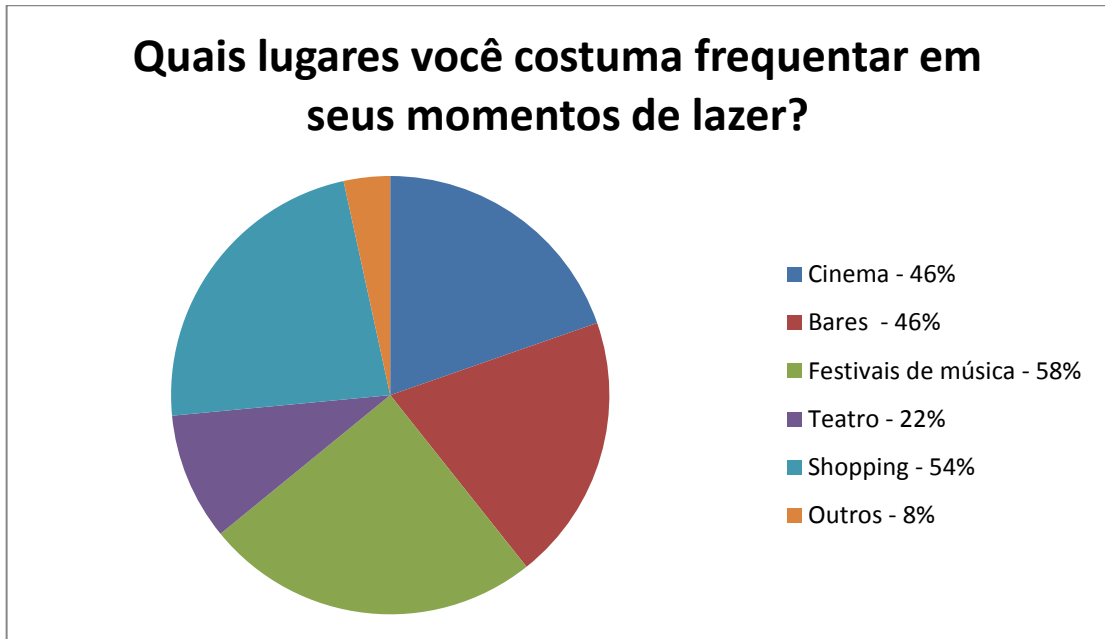


Figura 3: Lugares que o público costuma frequentar. Fonte: As autoras

Partindo da terceira questão (Figura 3) foi investigado o caráter sociocultural e econômico do público entrevistado. Ao verificar os lugares frequentados, é possível concluir o nível cultural e o estilo de vida, informação essa que influencia diretamente no desenvolvimento de uma coleção voltada pra eles. Tendo como mais destacados os festivais de música, cinemas, bares. Então foi possível supor que se trata de um público versátil.

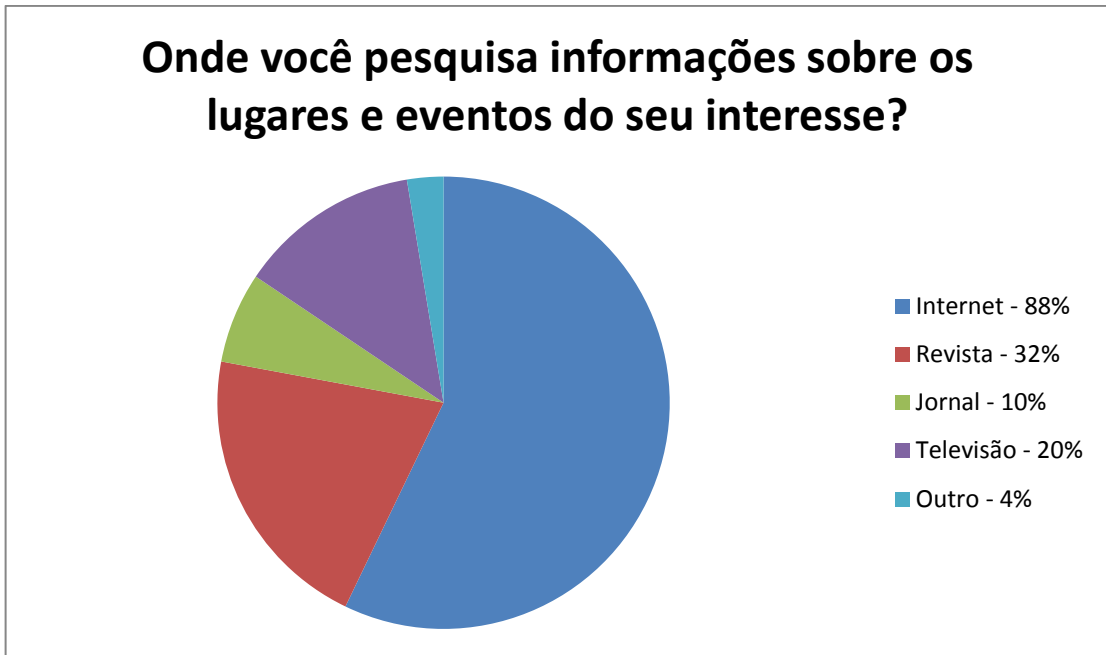


Figura 4: Pesquisa de interesse. Fonte: As autoras

Para essa questão (Figura 4) teve-se a pretensão de averiguar qual o meio de comunicação de mais fácil acesso ao público, e como já esperado eles são bastante interessados nas informações disponibilizadas via web. A intenção dessa pergunta é concluir a possibilidade de atender esse público através de uma loja virtual.

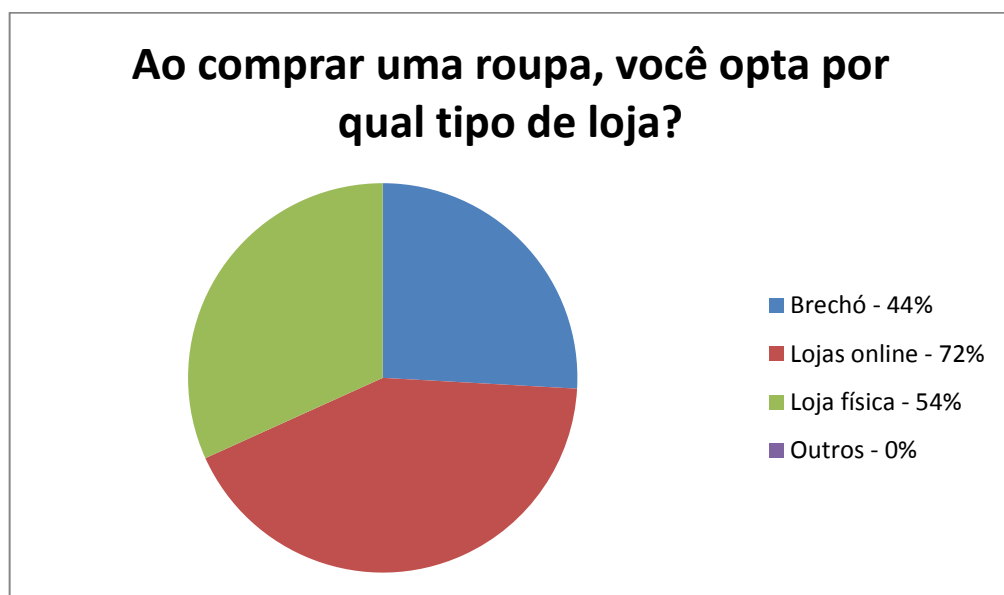


Figura 5: Tipo de loja. Fonte: As autoras

A fim de concluir o estilo de compra do público e qual seria o melhor método de distribuição da marca foi formulada a questão cinco, mostrando a preferência deles por lojas online (Figura 5). Portanto esse público demonstra interesse em um atendimento rápido, comodidade, privacidade e inúmeras formas de pagamento.

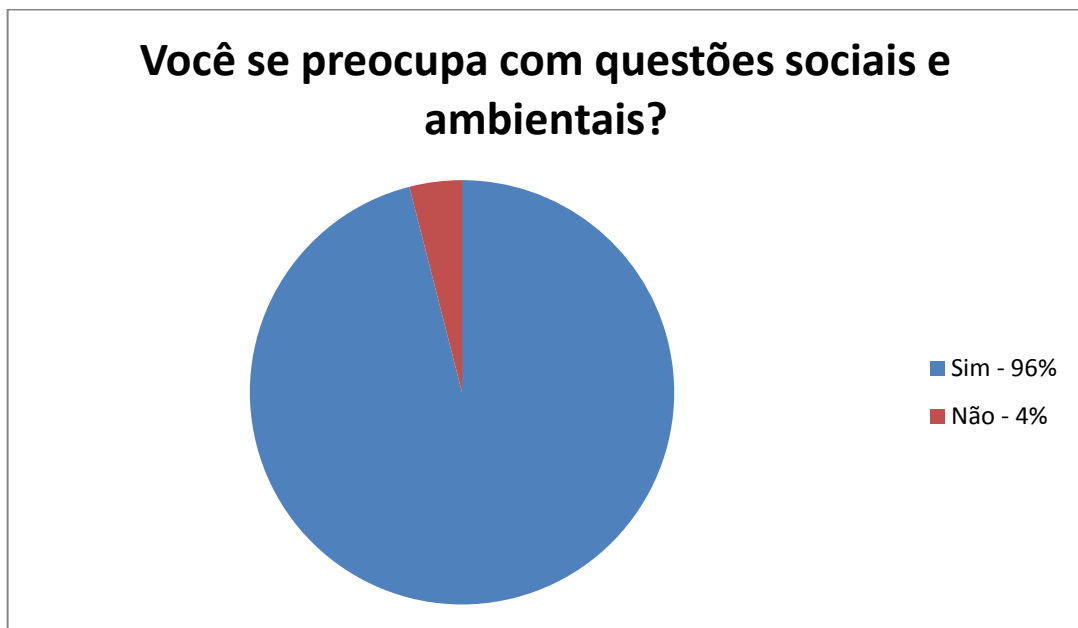


Figura 6: Questões sociais e ambientais. Fonte: As autoras

Na pergunta seis (Figura 6) constatou-se a preocupação e o envolvimento do público em questões ambientais, evidenciando o favorecimento da marca, por propor um apelo ambiental reutilizando peças e prolongando a vida útil dos produtos.

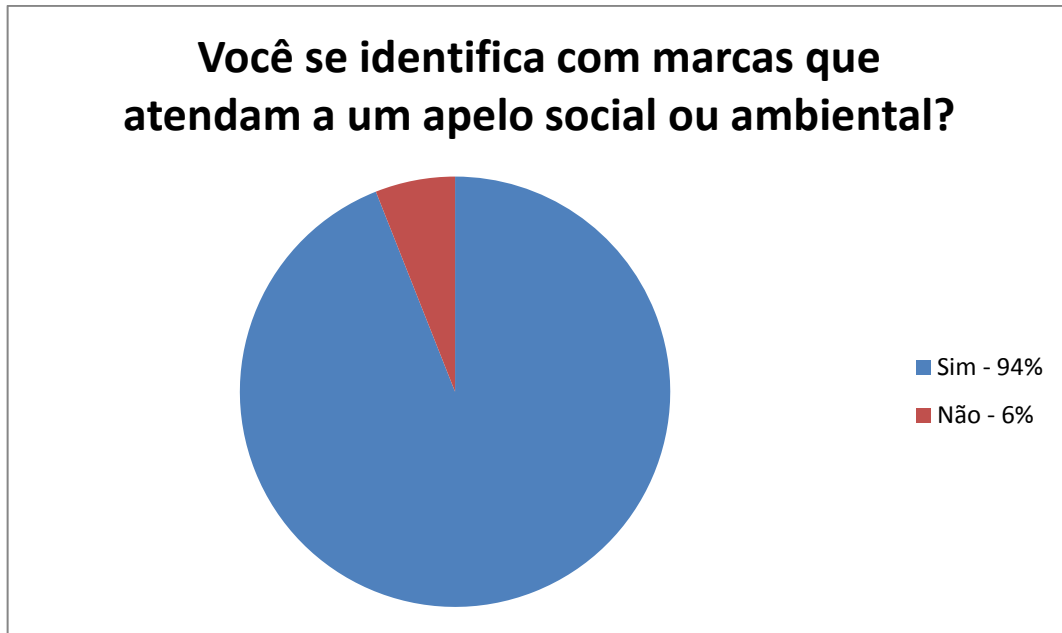


Figura 7: Marcas com apelo social ou ambiental. Fonte: As autoras

O caráter da marca pensada para esse projeto é aumentar a vida útil do produto, indo ao encontro das preferências e necessidades do público, visto que quase cem por cento dos entrevistados se identificam com as marcas que atendam um apelo social ou ambiental (Figura 7).

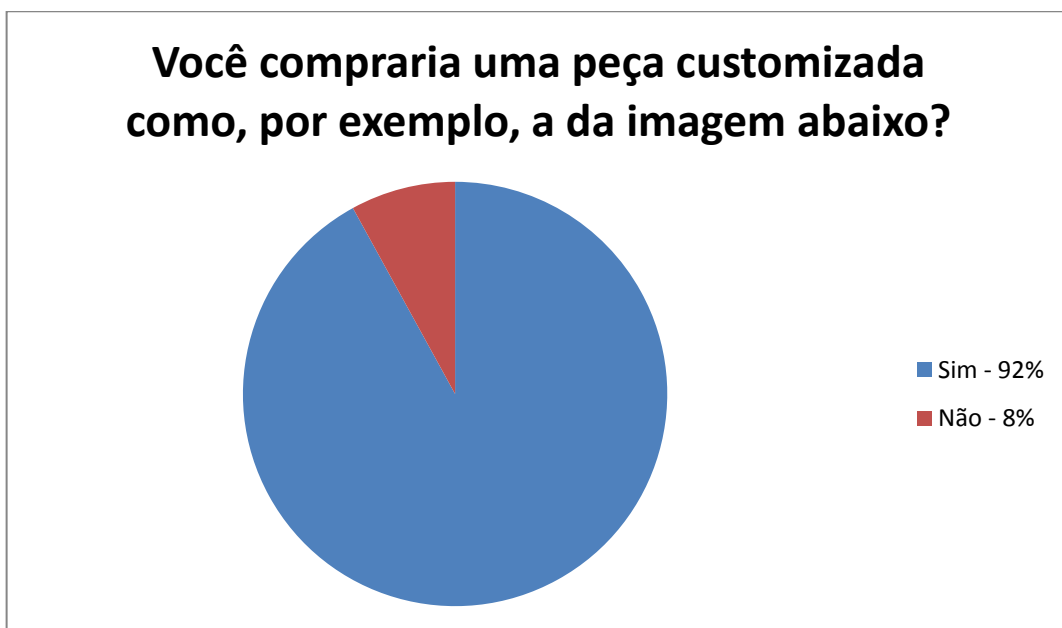


Figura 8: Peça customizada. Fonte: As autoras



Figura 9: Peça do questionário. Fonte: Refined Style Fashion

A questão oito (Figura 8) visa verificar a aceitação de um produto (Figura 9) semelhante ao que se planejou para esse trabalho, visto que essa aceitação foi superior a 90% entre a amostra de 50 entrevistados, concluiu-se que, de fato, existe grande interesse e necessidade do público por esse produto.

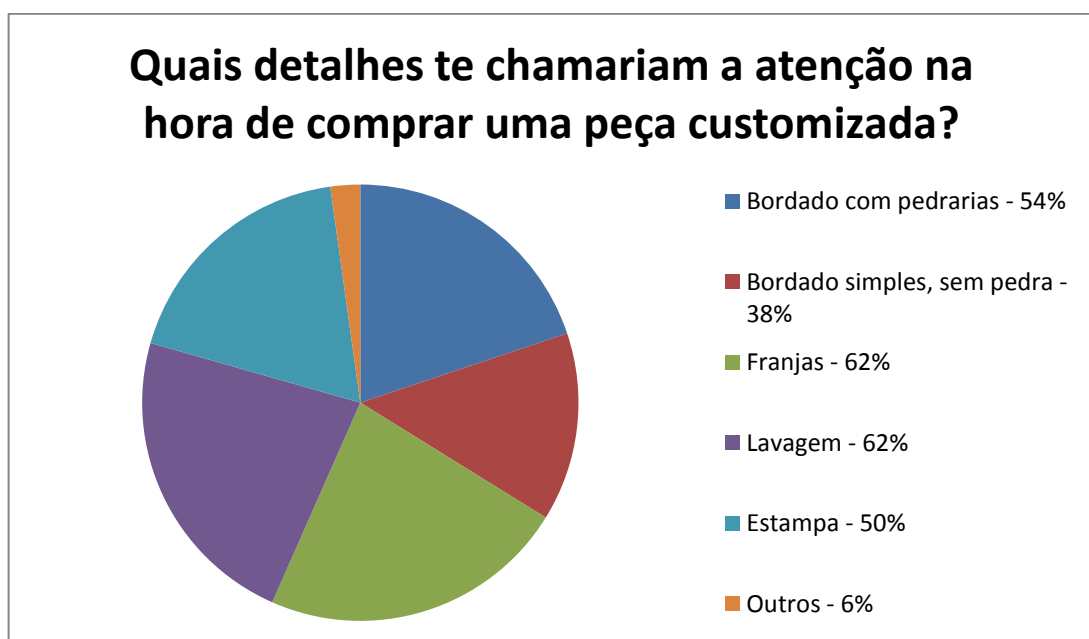


Figura 10: Opções de customização. Fonte: As autoras

Na customização, a peça se torna exclusiva e com características estéticas que se identificam com a pessoa que a vestir, para tanto foi formulada a questão nove (Figura 10), a fim de acertar na escolha dos acessórios que agradam o público-alvo. Entre as preferidas estão os seguintes beneficiamentos e acessórios: os bordados em pedrarias, aplicação de franjas e técnicas de lavagem.



Figura 11: Produto no mercado. Fonte: As autoras

Essa questão foi formulada com o intuito de investigar a concorrência de mercado em relação ao produto proposto (Figura 11). Existe certa dificuldade para que o público encontre peças com essas características, pois os resultados mostram que 90% dos entrevistados admitiram ter dificuldade de encontrar peças prontas reutilizadas e customizadas.

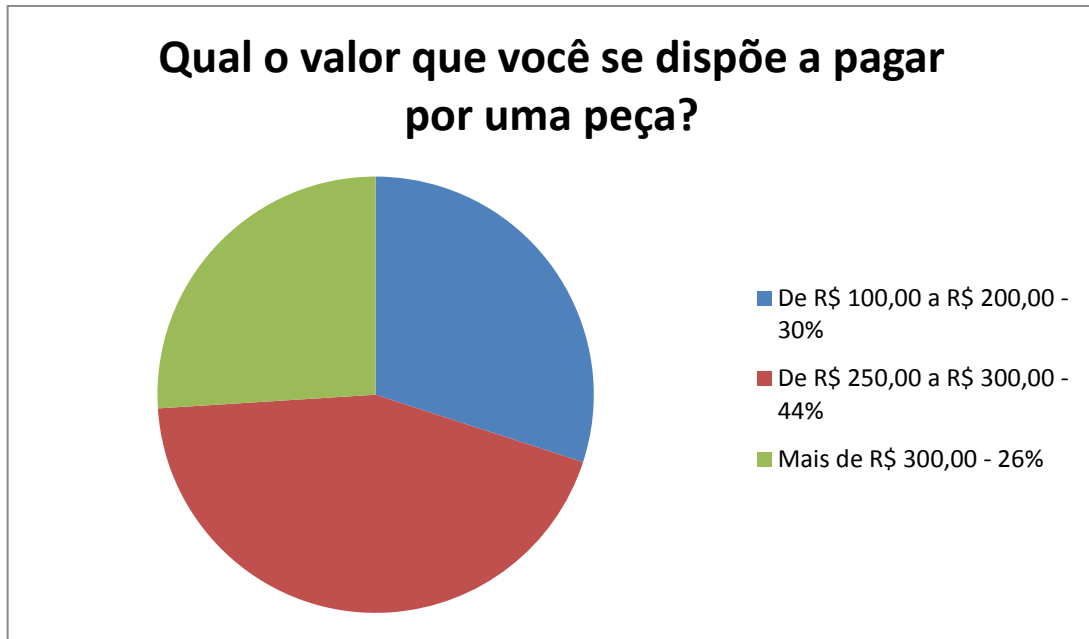


Figura 12: Valor a pagar. Fonte: As autoras

O objetivo dessa questão é investigar o poder aquisitivo do público (Figura 12), o quanto são dispostos a gastar por peça nas compras de roupas, essa questão é de suma importância na hora de definir os valores dos produtos da marca.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 EMPRESA

No decorrer desse capítulo pretende-se discorrer sobre informações pertinentes á respeito da organização da empresa, tais como: o nome, porte, marca, conceito da marca, segmento, sistemas de vendas e distribuição, preços, promoções, concorrentes e o marketing visual.

4.1.1 Nome



Figura 13: Logo da marca. Fonte: As autoras

Razão social: Belchior Confecções Ltda.

4.1.2 Marca

Surge no mercado com o propósito de satisfazer a necessidade de um público específico, comprometida com o melhor atendimento ao consumidor, disponibilizando seus produtos no mercado de forma responsável, visando garantir qualidade e confiabilidade. A marca trabalha com a valorização de peças que foram descartadas em brechós a fim de prolongar a vida útil do produto através do uso de

técnicas de customização, contribuindo assim para um ponto forte da marca que é a exclusividade.

4.1.3 Conceito da marca

A Belchior combina em seus produtos o ar retrô das peças de brechó e a valorização estética garantida através de técnicas de customização. Propõe prolongar a vida útil das roupas, concordando com questões ambientais, se comprometendo com as funções estéticas apresentadas no vestuário, assim atribuindo às peças exclusividade e características modernas com tendências de moda mais atualizadas. Tendo como foco traduzir através das roupas o estilo de leveza e liberdade retratado pelo público alvo, levando em consideração as preocupações sociais do mesmo.

4.1.4 Porte

A Belchior Confecções Ltda., situada na cidade de Curitiba, Paraná, trata-se de uma empresa de pequeno porte, já que não dispõe de uma quantidade excedente de funcionários, e o seu faturamento bruto anual está previsto de acordo com o valor estabelecido para empresas de pequeno porte, segundo dados do site do Sebrae, uma empresa de comércio e serviços é considerada de pequeno porte quando sua receita bruta anual obtém no mínimo R\$360.000,01 e no máximo R\$3.600.000,00, e seu quadro de funcionários está entre 10 e 49.

4.1.5 Segmento

Desenvolvimento de produtos no segmento de vestuário, que se enquadram no estilo *casualwear*, com foco no reaproveitamento de peças de segunda mão encontradas em brechós utilizando técnicas de customização, onde as peças atribuirão um maior valor agregado e se tornarão exclusivas, destinadas a um público específico, o *Indie*.

4.1.6 4 Ps

O marketing, de maneira formal ou informal está por toda parte. Estabelecer estratégias que proporcionem um bom marketing, a fim de identificar as necessidades do consumidor e satisfazê-las, tem se tornado um item indispensável para o sucesso de uma organização. (KOTLER; KELLER, 2006).

Marketing é a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos e considerando sempre o meio ambiente de atuação e o impacto que essas relações causam no bem-estar da sociedade. (LAS CASAS, 2001, p.26).

Kotler ainda comenta que uma das ferramentas que contribuem para um marketing satisfatório é a estrutura dos 4 Ps: produto, preço, praça e promoção.

4.1.6.1 Produto

A marca Belchior oferecerá produtos customizados do setor do vestuário, que inicialmente foram retirados de brechós. As peças serão trabalhadas com técnicas de customização, atribuindo assim, exclusividade e características modernas com tendências de moda mais atualizadas.

4.1.6.2 Preço

Os preços dos produtos foram pensados levando em consideração duas vertentes, uma sendo facilmente identificada com o questionário aplicado, no qual o público pode responder o quanto é disposto a gastar em cada peça de seu guarda-roupa e a outra foi o conhecimento dos valores das matérias-primas e mão-de-obra trabalhada em cada produto.

Sendo assim os preços permeiam entre R\$100,00 e R\$300,00. Possibilitando algumas formas de pagamento, por meio de cartões de crédito, transferências bancárias e envio de boletos bancários. No caso dos boletos, o produto é enviado ao cliente mediante a confirmação de pagamento.

4.1.6.3 Praça

A marca possui como instrumento de vendas a loja online, visto que garante maior comodidade e facilidade de acesso pelo cliente.

A distribuição será através de serviços terceirizados de transportadoras e correios.

4.1.6.4 Promoção

Os clientes da marca Belchior contam com algumas promoções e facilidades oferecidas pela marca, como por exemplo: os clientes que adquirirem os produtos da coleção poderão se inscrever para concorrer ao sorteio de um ingresso *vip*, para conferir festivais culturais apreciados pelo público, por exemplo, festivais de música, ou seja, a cada coleção a Belchior vai oferecer ao seu cliente sorteado a oportunidade de prestigiar um evento de seu apreço.

Os clientes que postarem na rede social *instagram* fotos usando os produtos Belchior e marcarem o *instagram* da marca acumularão pontos, e no total de cinquenta pontos ganharão desconto no valor das compras. A marca pretende liquidar os produtos da coleção passada assim que cada coleção nova chegue a ser divulgada no site da loja online.

Além disso, a Belchior estará presente em alguns festivais com um *stand* com cabine fotográfica, convidando o público para tirar fotos para arquivo de memória da presença no festival. As fotos serão postadas no *instagram* da marca e a foto mais curtida do dia, será presenteada com um artigo da Belchior.

4.1.7 Concorrentes

Como concorrentes indiretos, podemos citar os Brechós, pois o público pode comprar a peça dessas lojas de segunda mão e customizar por conta própria.

No caso de concorrentes diretos temos a Spell designs (Figura 14 e 15), pois procura atender o mesmo público que a Belchior, produzindo roupas com um estilo *handmade*, muito utilizadas em festivais de música.

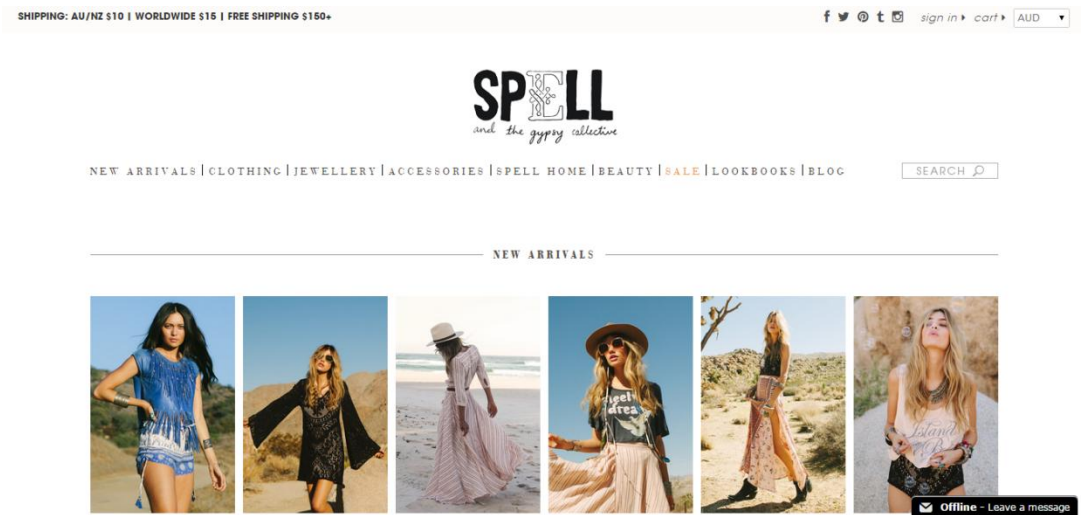


Figura 14: Site da Spell. Fonte: As autoras

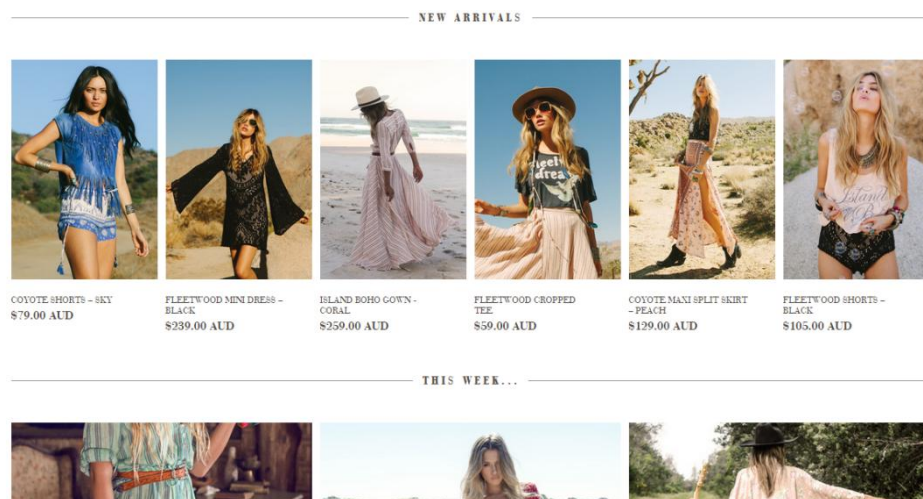


Figura 15: Site da Spell. Fonte: As autoras

4.1.8 Marketing visual

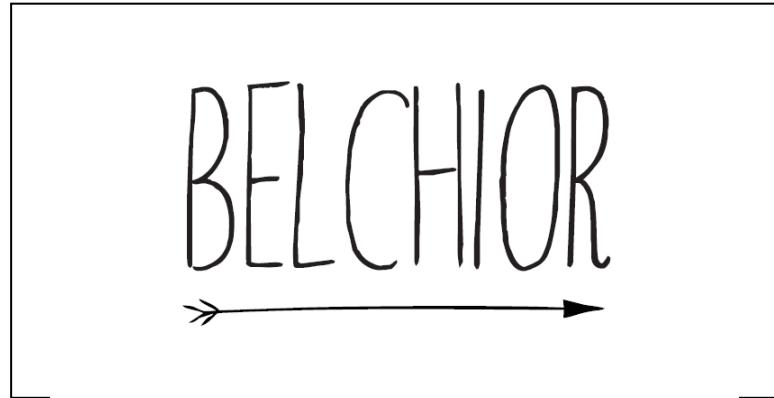


Figura 16: Cartão. Fonte: As autoras



Figura 17: Cartão. Fonte: As autoras



Figura 18: Caixa de entrega. Fonte: As autoras

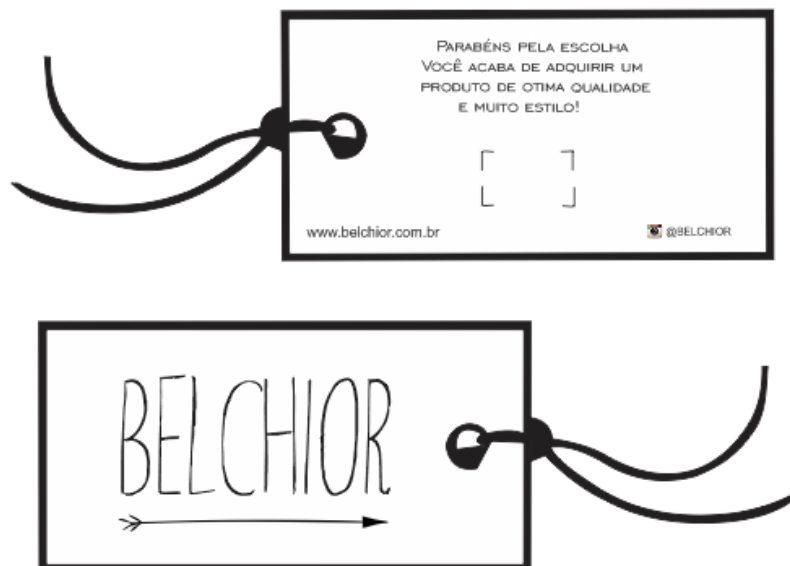


Figura 19: Tag Belchior. Fonte: As autoras

4.2 PERFIL CONSUMIDOR

A marca será direcionada para mulheres, de 18 a 23 anos (Figura 20), que consome mais do que apenas o valor estético da peça, como também o valor simbólico, adotando um estilo único e independente.

É estudante, do estado do Paraná, cursa o ensino superior e ainda não atua profissionalmente. Mora em apartamento e divide o espaço com amigos, com uma renda mensal dos pais entre 3 e 5 salários mínimos.

Inteligente e bem informada, utiliza com frequência as redes sociais e internet como um veículo de informação e comunicação. Gosta de músicas como *Florence and The Machine*, *The xx*, *Arctic Monkeys*, entre outros, e costuma frequentar festivais como o *Lollapalooza*, *Coachella* e *Rock in Rio*. Além da música, é uma mulher que aprecia filmes antigos e clássicos do cinema, como *Clube da Luta*, *O Poderoso Chefão* e *O Guia do Mochileiro das Galáxias*. O amor pela arte se instala nas fotografias, tanto profissionais, quanto caseiras. Sempre que pode, está viajando e isso contribuiu com a construção de uma personalidade livre e de atitude.

Criativa na hora de se vestir dá preferência às peças que apresentam técnicas de customização. É uma mulher que procura por produtos que lhe dão a certeza de originalidade, valor estético e qualidade com valor social agregado e gosta de pontas de estoques e de brechós, pois além de bons preços procura por produtos que lhe garantam exclusividade e criatividade.



Figura 20: Público Alvo. Fonte: Spell Designs

4.2.1 Painel estilo de vida

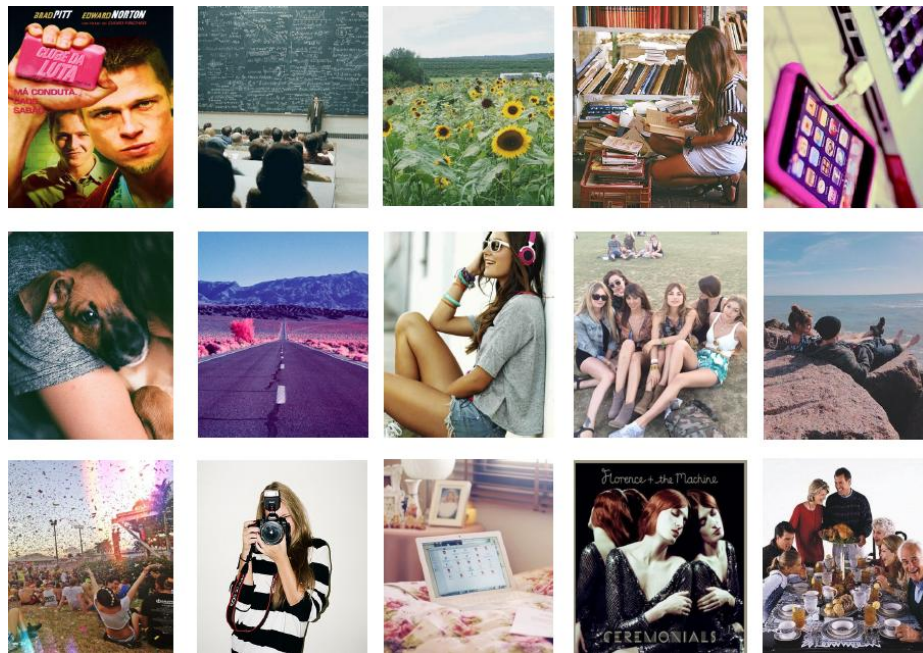


Figura 21: Painel de estilo de vida. Fonte: As autoras

4.3 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.3.1 Macrotendência

FOCUS – WGSN Primavera/ Verão 2015

Segundo a revista Glamour, a proposta da tendência Focus, é evidenciar a conexão que as pessoas têm com os lugares em que estão misturando a vida urbana com a campestre. O foco torna-se o mundo evidenciando o lado humano, a sensibilidade com os lugares e a beleza que a realidade traz. Outra tendência que será explorada é a “Volta ao passado”. Segundo POPCORN, essa tendência procura manter a liberdade da juventude, a energia e os sonhos.

4.3.2 Microtendência

A composição e mistura do antigo com uma estética moderna, como explica Pontual (2014), são itens a serem explorados. Os tons presentes na coleção

serão pastel, mesclados com detalhes em cores mais fortes como o rosa, verde e laranja, mantendo certa neutralidade com o preto, branco e principalmente o cinza (Figura 22). Materiais como o jeans, couro e algodão serão trabalhados com estampas florais, triangulares, de variadas etnias, de uma forma equilibrada, agregando valor à peça descartada.

Os anos 70 serviram de inspiração para as franjas, como explica Pontual (2014), que deixam de lado a aparência de melindrosa e adota um movimento mais rústico, como o hippie, por exemplo. Os tecidos e detalhes vazados, com um estilo *handmade* contribuirão para afirmar a personalidade da consumidora, deixando a pele à mostra.

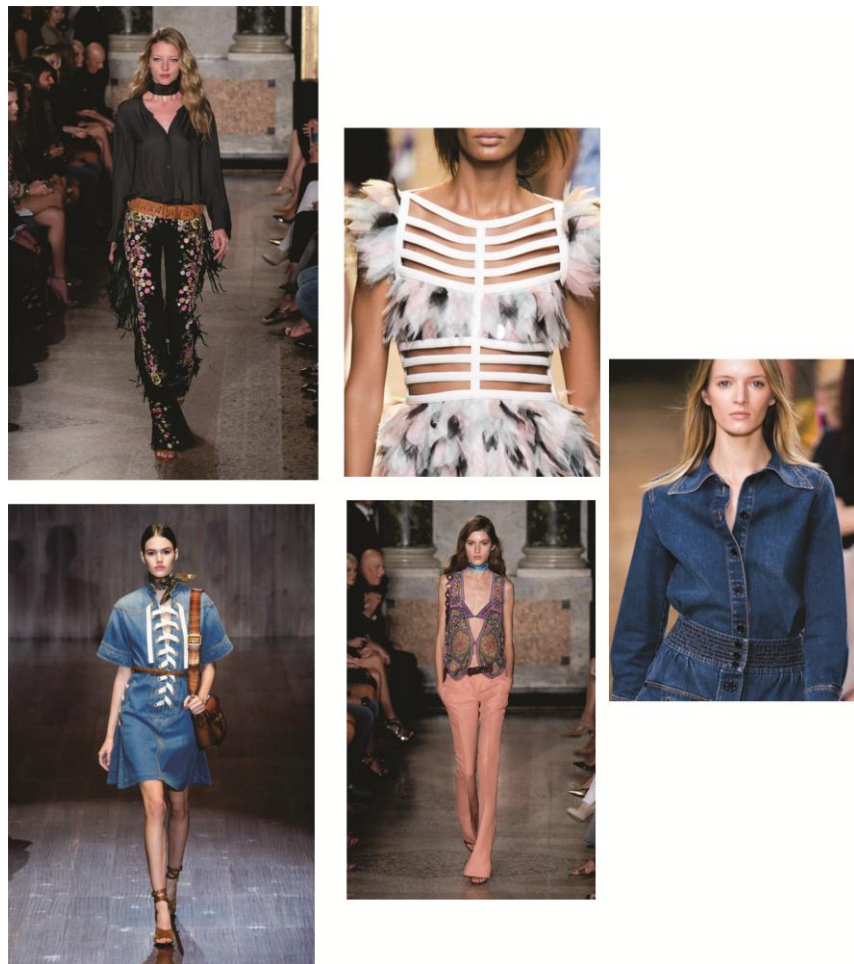


Figura 22: Microtendências. Fonte: IMAXtree

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 ESPECIFICAÇÕES DO PROJETO

5.1.1 Conceito da coleção

Os festivais de música, reconhecidos como movimentos culturais de expressão musical e estilo, tornam-se o conceito da coleção da Belchior ao despertarem a liberdade e a independência que o público tanto valoriza como identidade e força expressiva. São lugares onde as pessoas se sentem despreocupadas com a ditadura da moda, apostando em peças exclusivas, espontâneas e com isso, indiretamente, acabam influenciando em futuras tendências.

As cores, o local, as decorações, a música, não se conectam apenas fisicamente, mas também de forma sensitiva e emocional, fazendo com que o público se sinta acolhido e aceito.

5.1.2 Nome da coleção

Eleutheromania é o tema da primeira coleção da marca Belchior – Primavera/Verão 2015. O nome da coleção significa um intenso e irresistível desejo por liberdade, uma filosofia muito valorizada pelo público consumidor.

5.1.3 Referência da coleção

O *Coachella Valley Music and Arts Festival* (Figura 23), é um evento de música e arte que acontece anualmente com duração de três dias. São mais de cem shows alternativos, de rock, hip hop, música eletrônica, espalhados por diversos palcos e tendas no Vale de Coachella, localizado na cidade de Indio, Califórnia.



Figura 23: Referência da coleção. Fonte: Schlaepfer

5.1.4 Formas e estruturas

As formas e estruturas utilizadas na coleção Eleutheromania serão: Linha 8 (Figura 24), linha H (Figura 25), linha A (Figura 26) e linha X (Figura 27). Na linha 8 o ombro é menor, a cintura marcada e depois abre novamente, diferente da linha H onde a abertura do ombro e do final são iguais, mesmo com a cintura marcada. A linha A é estreita na parte de cima e desce abrindo e a linha X, é amplo nos ombros, cintura marcada, e ampla no final.

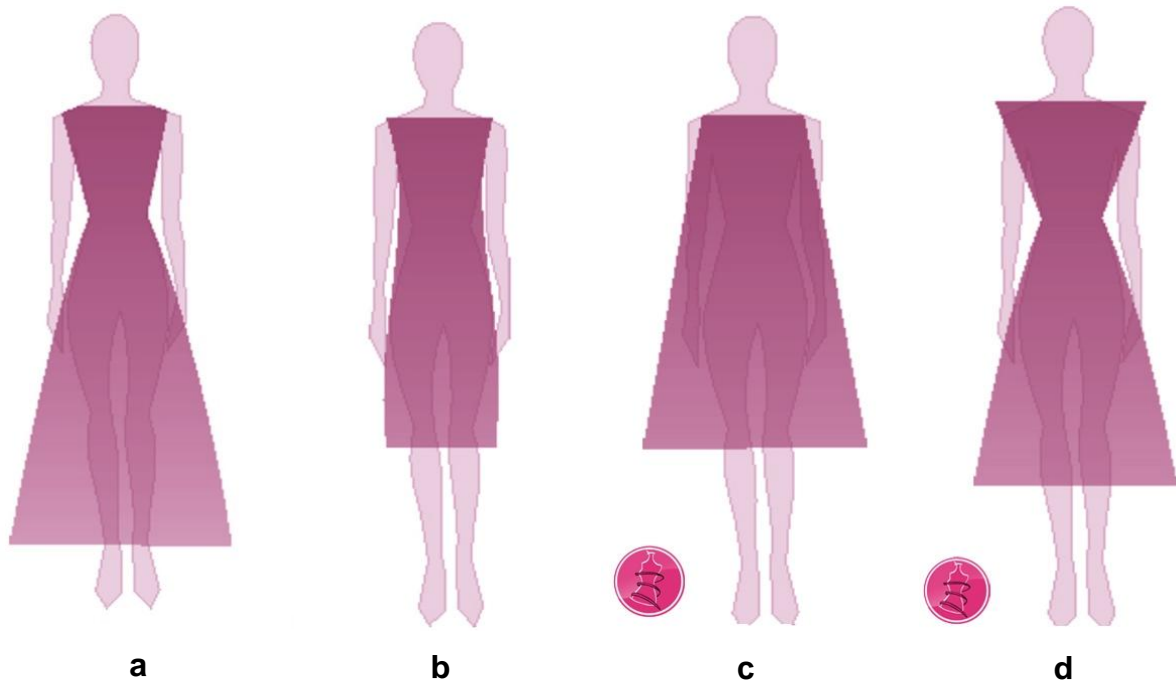


Figura 24: a) linha 8; b) linha H; c) linha A; d) linha X. Fonte: Benittis

5.1.5 Tecnologias

A coleção “Eleutheromania” utilizará de técnicas de customização como bordados e acessórios, a modelagem plana e tridimensional quando necessárias.

Conforme a proposta da Belchior, a marca apresentará peças exclusivas obtidas a partir da utilização de técnicas de customização, sendo que o processo de produção acontece da seguinte maneira: partindo de pesquisas sobre o conceito da coleção o primeiro passo é garimpar lojas de brechó em busca de peças que tenham condições de serem modificadas e que se apresentem boas para o uso e a revenda.

Feito isso, podemos dar início ao planejamento da coleção, desenhos e criação. Logo que se é possível visualizar a coleção são feitas as compras dos materiais usados na produção de cada peça como franjas, tecidos, pedras, rendas, entre outros.

Depois da higienização, as peças começam finalmente a serem trabalhadas. São retiradas as etiquetas antigas, para que posteriormente apresentem apenas a identificação da Belchior, são cortadas e desmanchadas as

costuras de acordo com cada modificação a ser feita, desenvolve-se a modelagem plana ou tridimensional, também dependendo da necessidade do modelo.

Em sua maioria são utilizados processos manuais, como no caso das franjas de pedras, aplicação de rendas e lixado dos jeans, sendo que essas características do *handmade* é que fazem toda a diferença na qualidade dos acabamentos dos produtos.

Enfim as peças são finalizadas, considerando cada detalhe para que, ao receber em mãos, o produto surpreenda o cliente, já que no ato da compra ele só irá conhecer o produto por fotos e pela descrição do site.

5.2 PAINEL SEMÂNTICO E CARTELA DE CORES

5.2.1 Painel semântico



Figura 25: Painel semântico da coleção. Fonte: As autoras

5.2.2 Cartela de cores

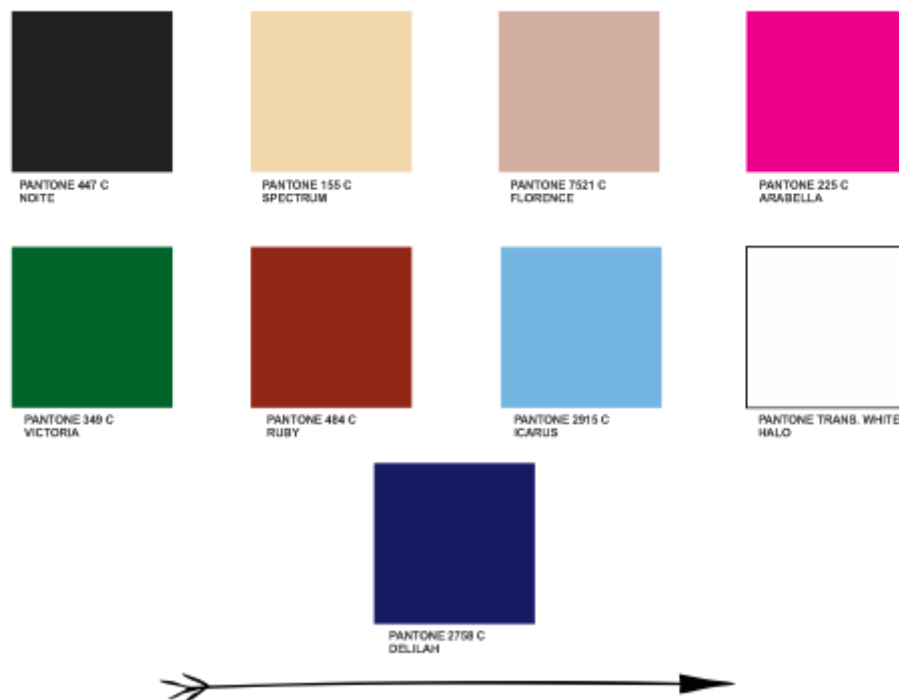


Figura 26: Cartela de cores. Fonte: As Autoras

5.3 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

5.3.1 Mix da coleção

	TOTAL	BÁSICO	FASHION	VANGUARDA
TOP				
Blusas	18	8	7	3
Casacos	8	2	5	1
Macacão	3	1	2	-
Vestidos	4	1	3	-

BOTTOMS				
Calça	3	-	2	1
Saia	6	2	3	1
Shorts	9	4	5	-
TOTAL	51	18	27	6
%	100%	35%	53%	12%

Tabela 2: Mix de Produtos. Fonte: As Autoras (2015)

5.3.2 Looks



Figura 27: Look 1. Fonte: As Autoras

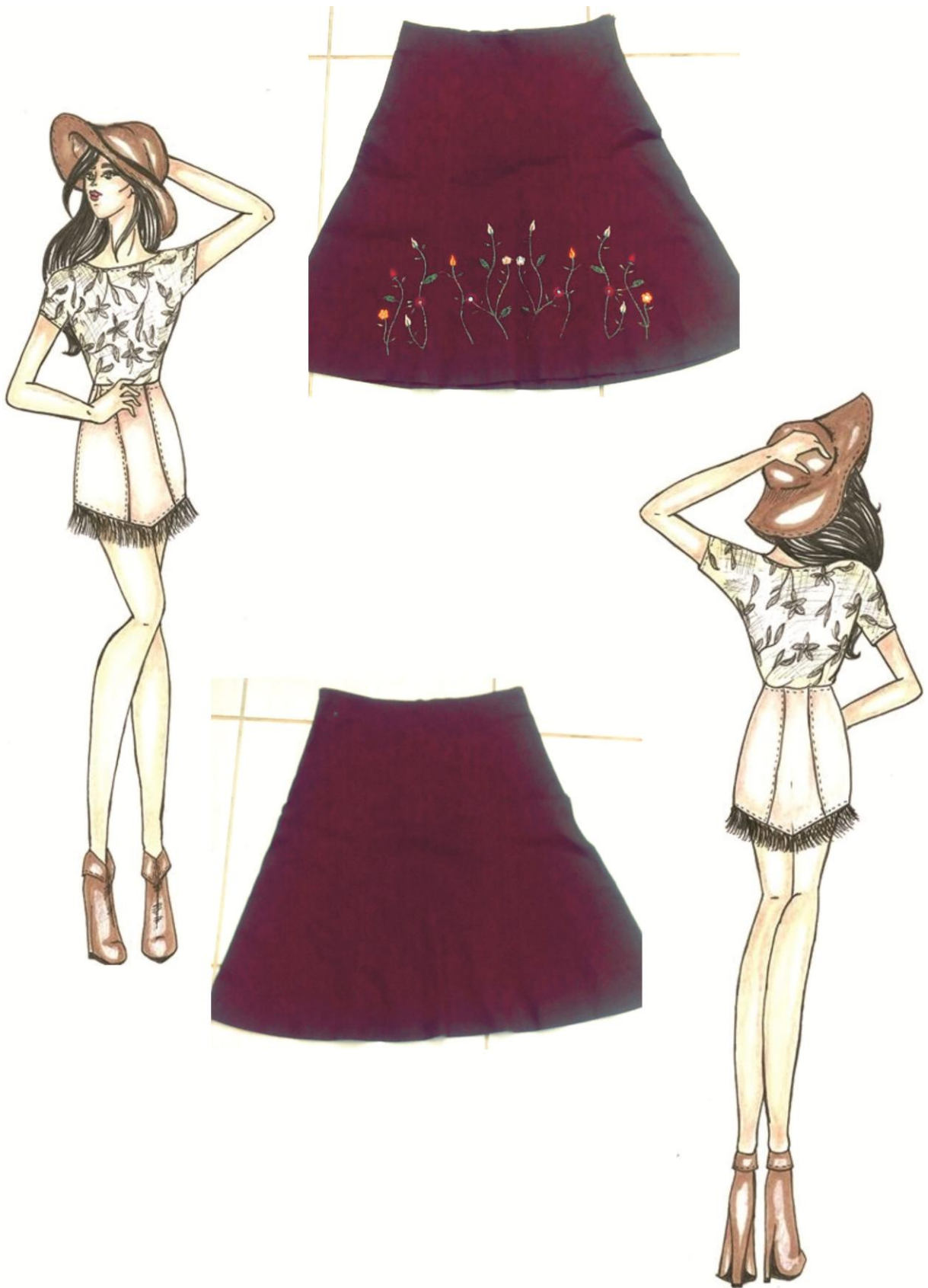


Figura 28: Look 2. Fonte: As Autoras



Figura 29: Look 3. Fonte: As Autoras



Figura 30: Look 4. Fonte: As Autoras



Figura 31: Look 5. Fonte: As Autoras



Figura 32: Look 6. Fonte: As Autoras



Figura 33: Look 7. Fonte: As Autoras

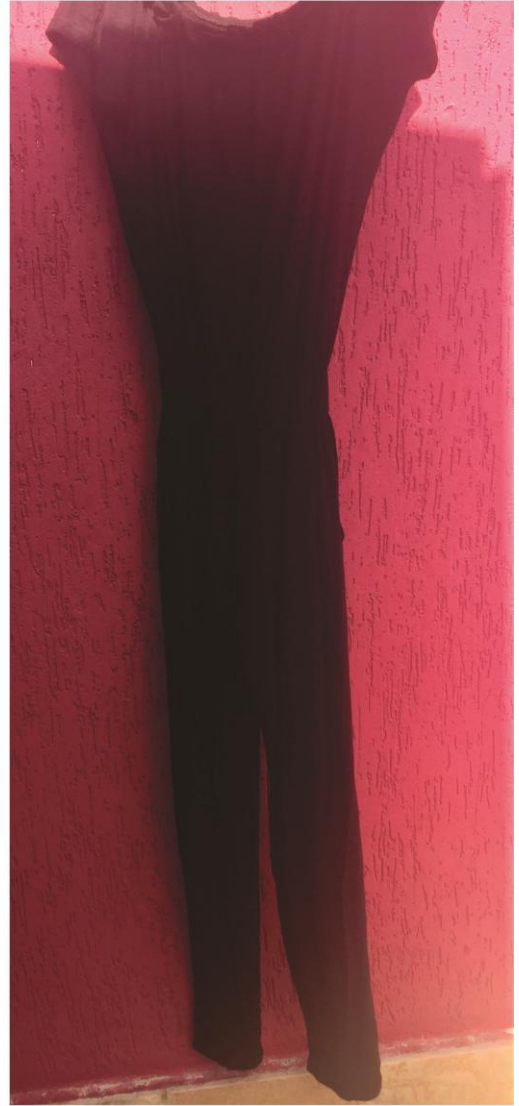


Figura 34: Look 8. Fonte: As Autoras

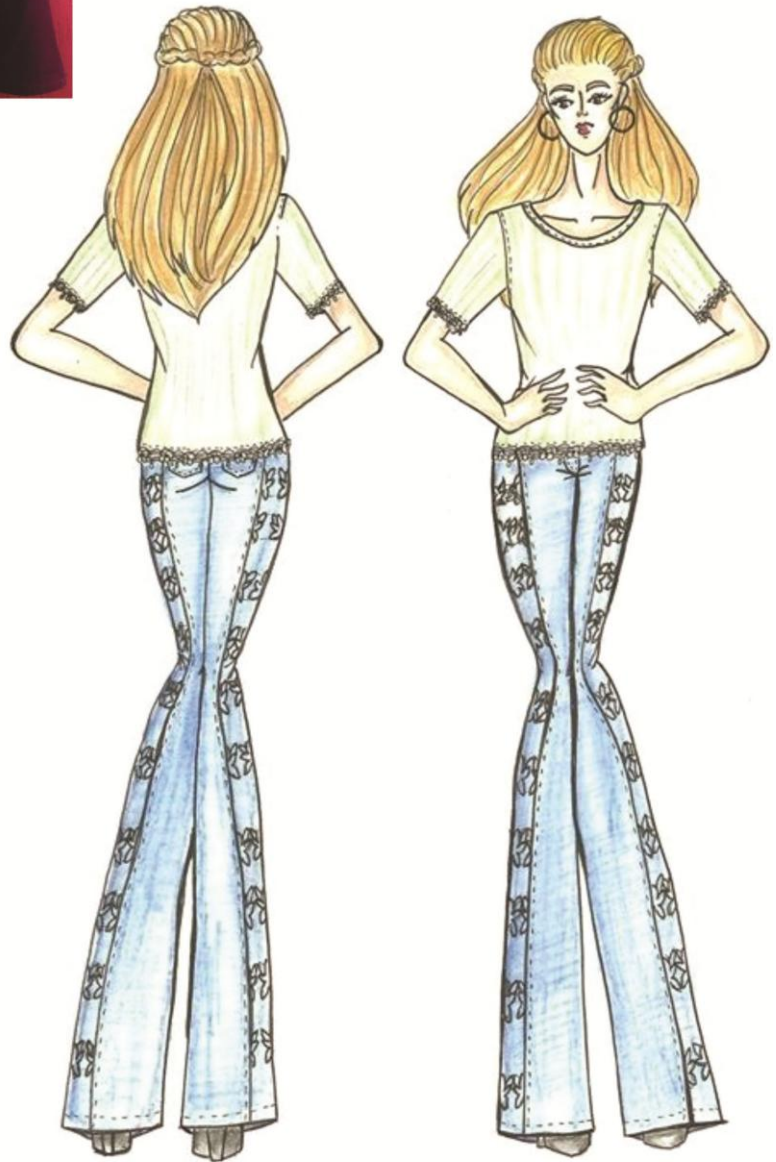
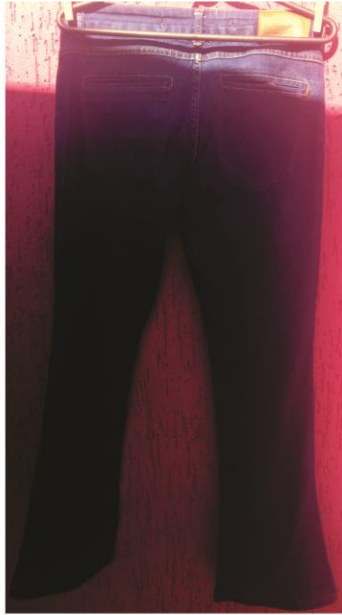


Figura 35: Look 9. Fonte: As Autoras

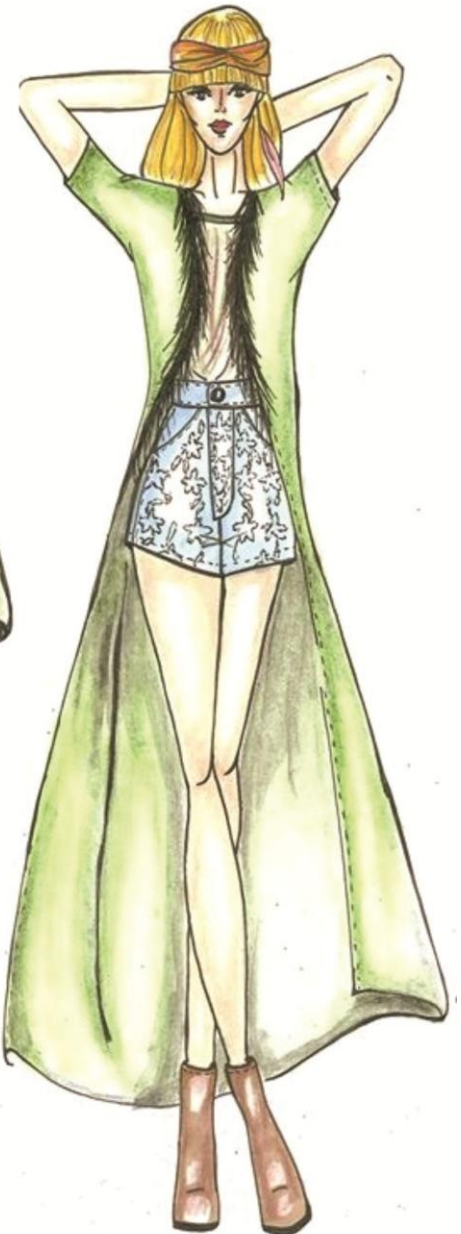


Figura 36: Look 10. Fonte: As Autoras



Figura 37: Look 11. Fonte: As Autoras



Figura 38: Look 12. Fonte: As Autoras



Figura 39: Look 13. Fonte: As Autoras

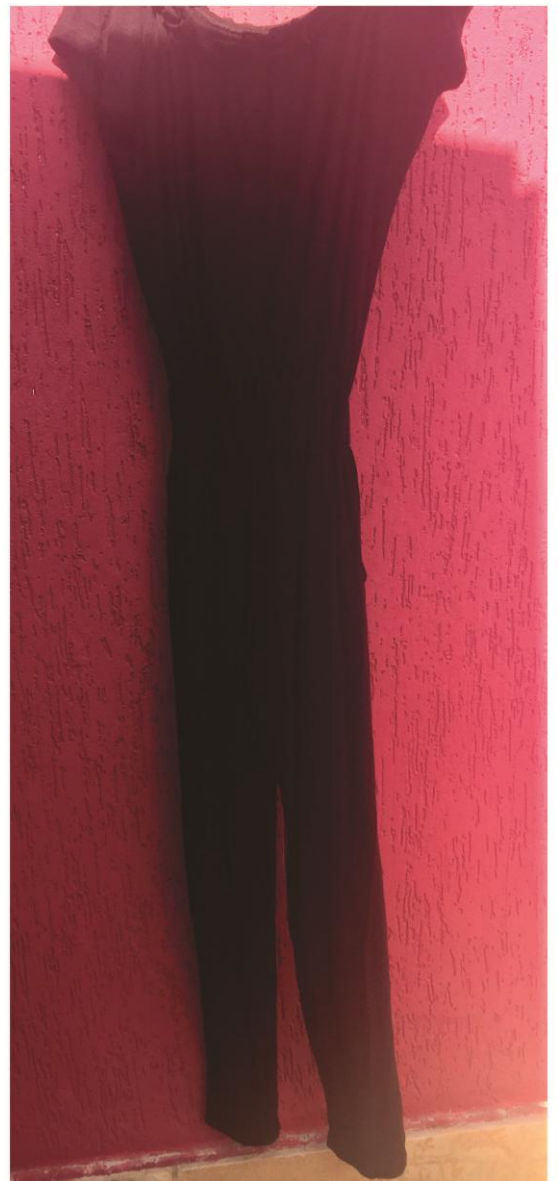


Figura 40: Look 14. Fonte: As Autoras



Figura 41: Look 15. Fonte: As Autoras



Figura 42: Look 16. Fonte: As Autoras

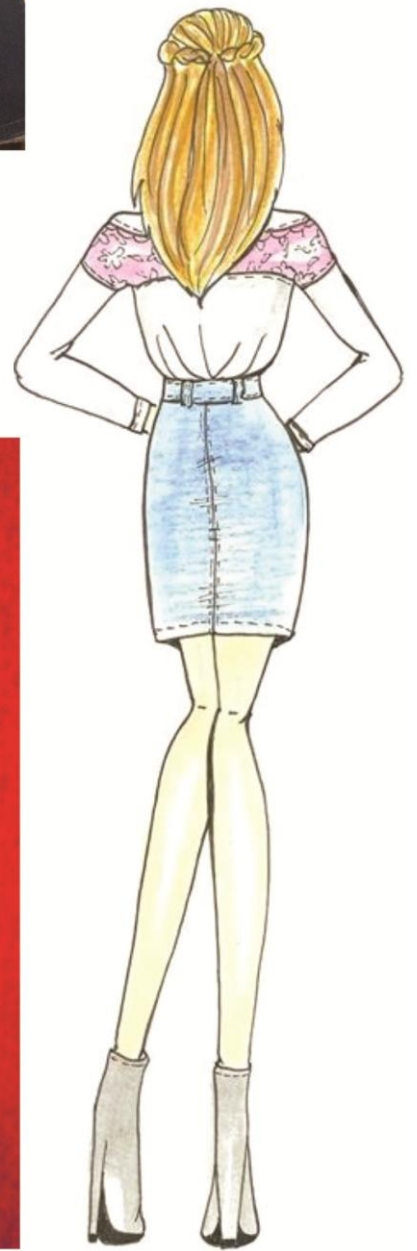


Figura 43: Look 17. Fonte: As Autoras



Figura 44: Look 18. Fonte: As Autoras



Figura 45: Look 19. Fonte: As Autoras



Figura 46: Look 20. Fonte: As Autoras

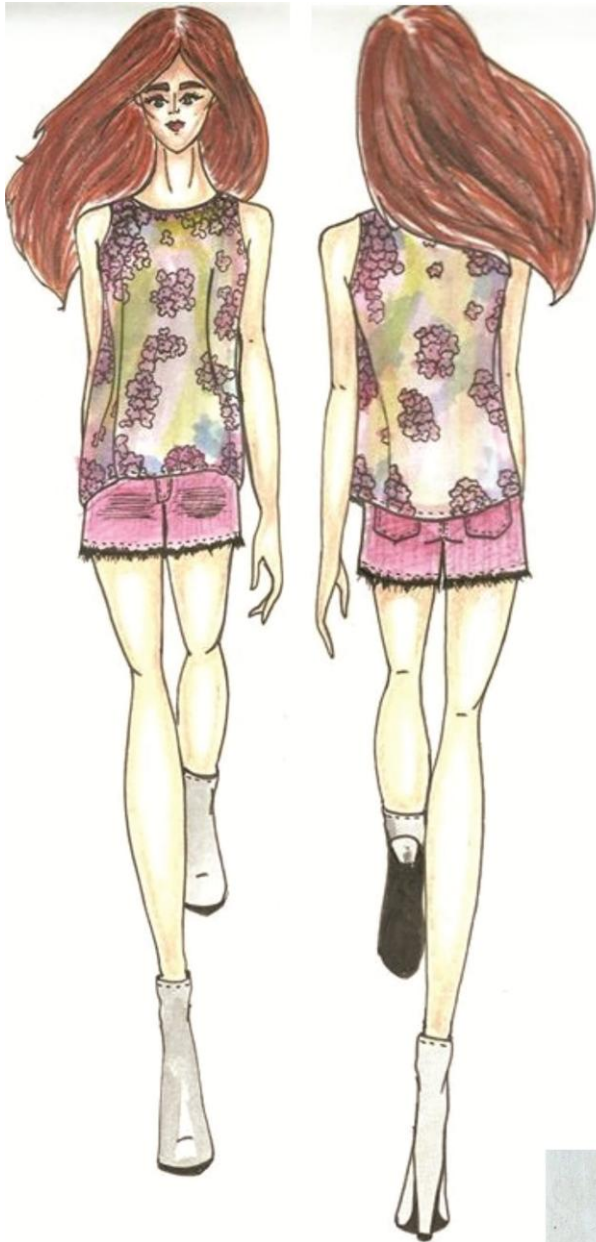


Figura 47: Look 21. Fonte: As Autoras



Figura 48: Look 22. Fonte: As Autoras



Figura 49: Look 23. Fonte: As Autoras

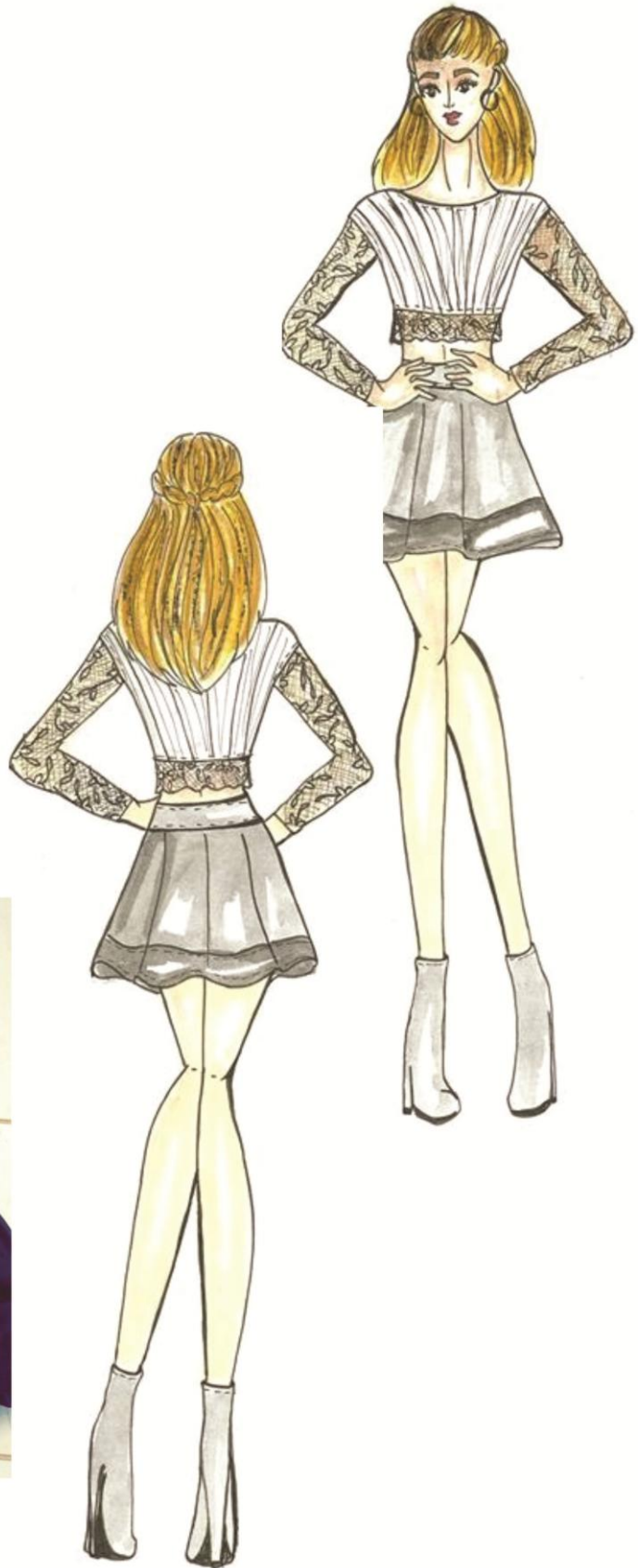


Figura 50: Look 24. Fonte: As Autoras



Figura 51: Look 25. Fonte: As Autoras

5.3.3 Análise dos looks confeccionados



Figura 52: Primeiro look analisado. Fonte: As Autoras

O primeiro look analisado (Figura 52) é composto por uma saia que foi ajustada ao corpo da modelo contribuindo para realçar a sua feminilidade. Foi acrescentada também a aplicação de franjas, garantindo leveza e movimento à peça. Compondo o look, a modelo usa uma blusa de renda *off-white*, trazendo à tona delicadeza e reforçando a sua feminilidade.



Figura 53: Segundo look analisado. Fonte: As Autoras

O segundo look a ser analisado (Figura 53) é composto por um vestido derivado de uma peça masculina tradicional, a camisa branca, sendo ajustada para contribuir com a feminilidade. Os ombros abertos fazem referência ao romantismo, juntamente com as franjas em pedras que modernizam a peça, agregando a ela um conceito bem apreciado pelo público, o *handmade*



Figura 54: Terceiro look analisado. Fonte: As Autoras

No terceiro look (Figura 54), a modelo usa uma camisa branca com recorte no centro despertando uma leve sensualidade e conferindo um toque de romantismo. O shorts jeans, vindo de uma calça, contribui ao look uma característica despojada e ganhou recortes em couro e franjas garantindo movimento e leveza ao look.

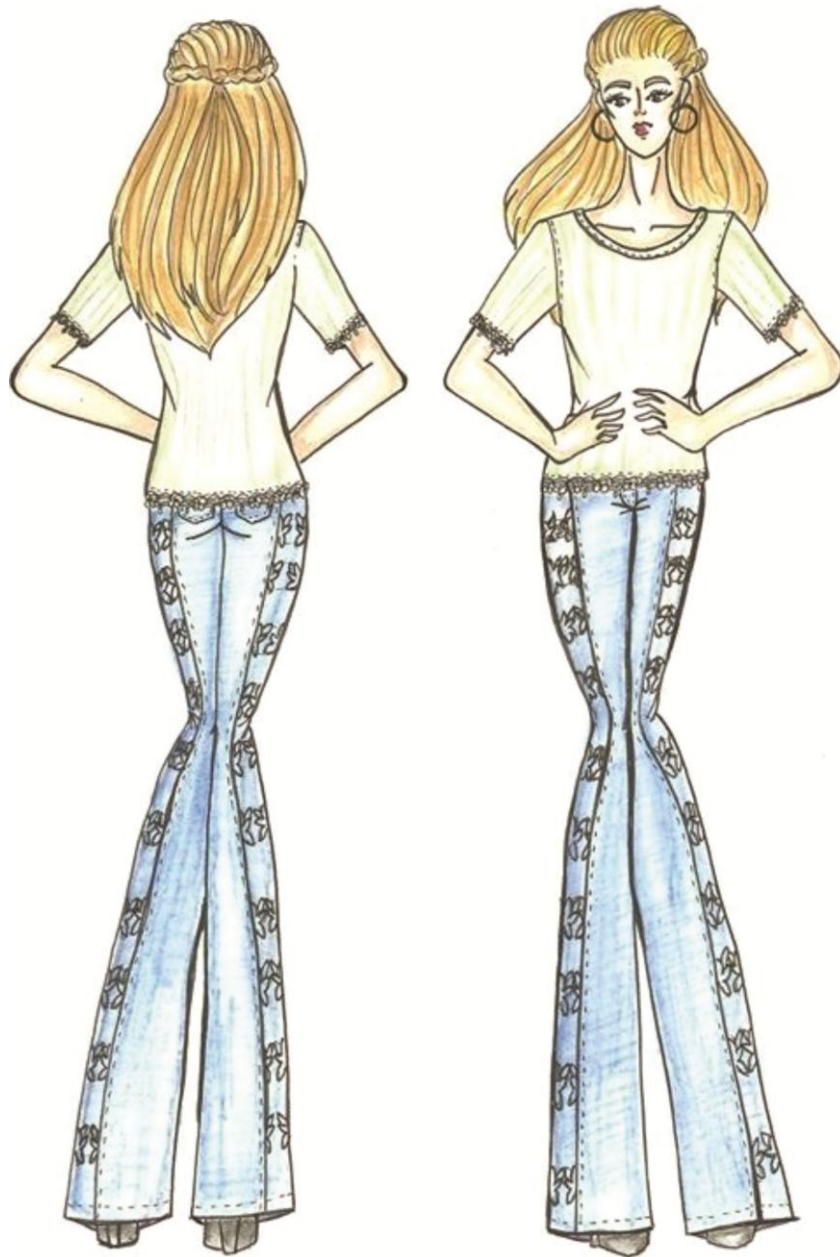


Figura 55: Quarto look analisado. Fonte: As Autoras

O quarto look analisado (Figura 55) apresenta uma calça *flare* em jeans atribuindo características despojadas à peça e também ganhou bordados florais nas laterais trazendo à memória lembranças dos anos 70. A blusa em malha confere liberdade aos movimentos e a renda nas mangas e na barra atribui referências românticas ao look.



Figura 56: Quinto look analisado. Fonte: As Autoras

O quinto look analisado (Figura 56) é composto de um short jeans, contribuindo com um aspecto despojado, que surgiu a partir de uma calça e ganhou recortes circulares na barra. Compondo o look, a parte de cima é um *cropped* de malha e uma jaqueta jeans fazendo referência aos anos 70, com aplicação de franjas na lateral dos ombros, conferindo liberdade e movimento.

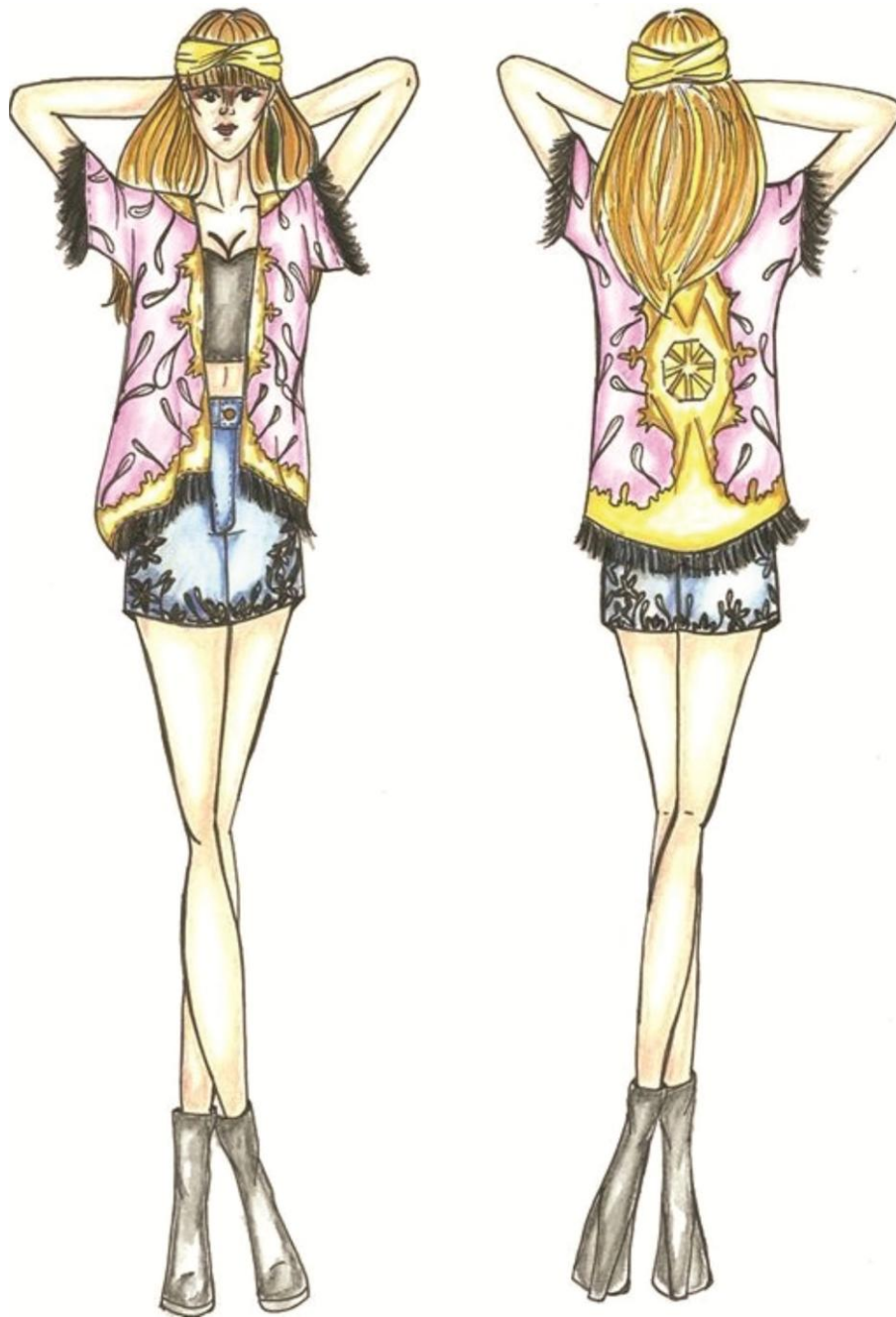
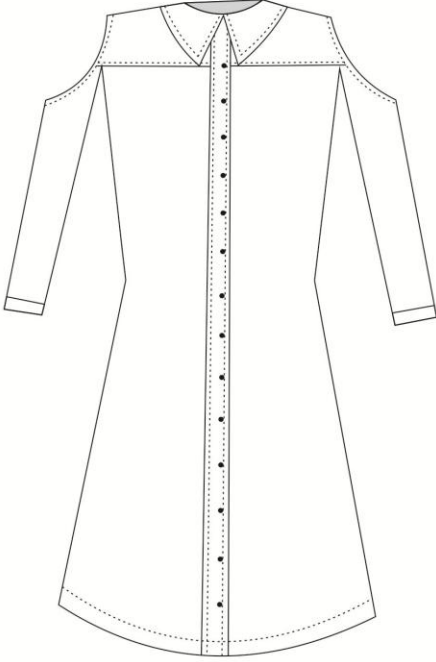



Figura 57: Sexto look analisado. Fonte: As Autoras

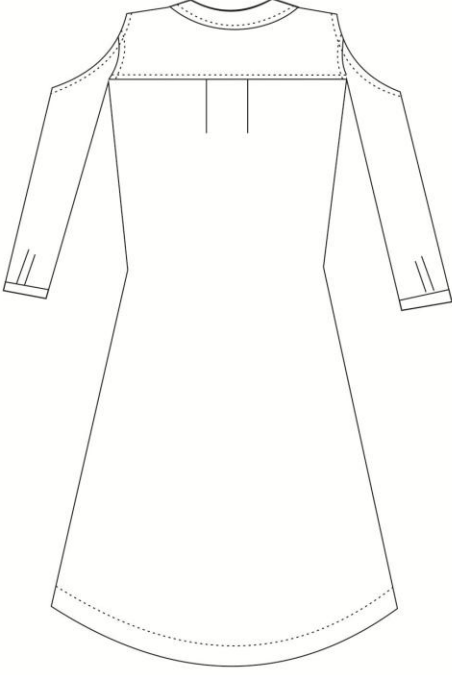
O último look a ser analisado (Figura 57) surgiu de uma bata que virou um kimono, ganhando franjas nas mangas e na barra inspiradas nas tendências usadas nos festivais. A cor da bata é um rosa marcante que demonstra toda a atitude do público da marca Belchior. Para completar o look, um short jeans com aplicações de renda nas laterais fazendo referência ao romantismo e um *cropped* preto realçando a sensualidade e feminilidade da modelo.

5.3.4 Ficha Técnica

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 001	MARCA: Belchior	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani
COLEÇÃO: Eleutheromania PRIMAVERA/VERÃO 2015	TAMANHO PILOTO: Tamanho único	MODELISTA: Thuane Fernanda Gomes
PRODUTO: Vestido Delilah	GRADE: Tamanho único	DATA: 07/04/2015



Franjas em Pedras 




Franjas em Pedras 

Figura 58: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tricoline	Brechó	100% algodão	1,70 mt	R\$10,90 mt
Renda Guipper	Nossa Malha	95% algodão 5% poliéster	40 cm	R\$ 38,00 mt
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha reta	Cianinha aviamentos	Branco	300 mts	R\$4,80
Elástico	Cianinha aviamentos	Branco	1 mt	R\$5,50
Botões	Cianinha aviamentos	Branco	15	R\$0,20
Pedras	Mariáh		1.000	R\$0,30
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tag	Gráfica Arapongas	Branco	01	R\$0,25
Plástico	Moliplasti	Transparente	01	R\$0,15
VARIAÇÃO CORES				
<h1>Peça Exclusiva</h1>				

Figura 59: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Desmanchar palas	Manual
02	Desmanchar punhos	Manual
03	Desmanchar colarinho	Manual
04	Costurar mangas	Reta
05	Costurar elástico nos punhos	Reta
06	Desmanchar costuras laterais	Manual
07	Ajustar tamanho	Reta
08	Costurar novas palas	Reta
09	Chulear costuras	Overloque
10	Pespontar costuras	Reta
11	Costurar novo colarinho	Reta
12	Pespontar colarinho	Reta
13	Chulear barra	Overloque
14	Bordar franjas de pedras	Manual
15	Acabamentos	Manual
16	Substituir botões	Manual

Figura 60: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 61: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

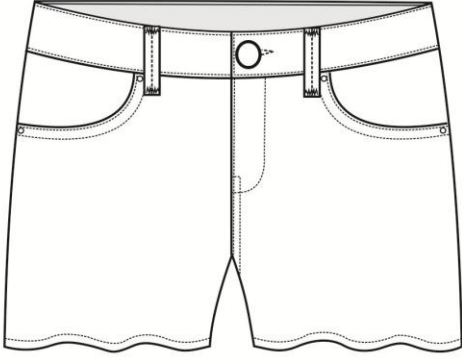
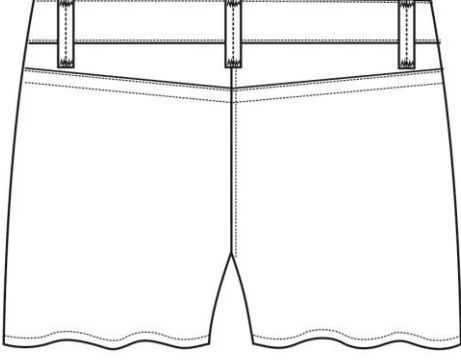
FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005 Eleutheromania COLEÇÃO: Primavera/Verão 2015	MARCA: Belchior TAMANHO PILOTO: 38 GRADE: Peça exclusiva	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani MODELISTA: Thuane F. Gomes DATA: 01/06/2015
PRODUTO: SHORT BALACLAVA		
<p>Frente</p> 		
<p>Costas</p> 		

Figura 62: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Marrom	5 mts	R\$1,20

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 63: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Fazer penses	Reta
02	Corte das pernas	Manual
03	Lixado	Manual

Figura 64: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:Lixado Manual

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 65: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

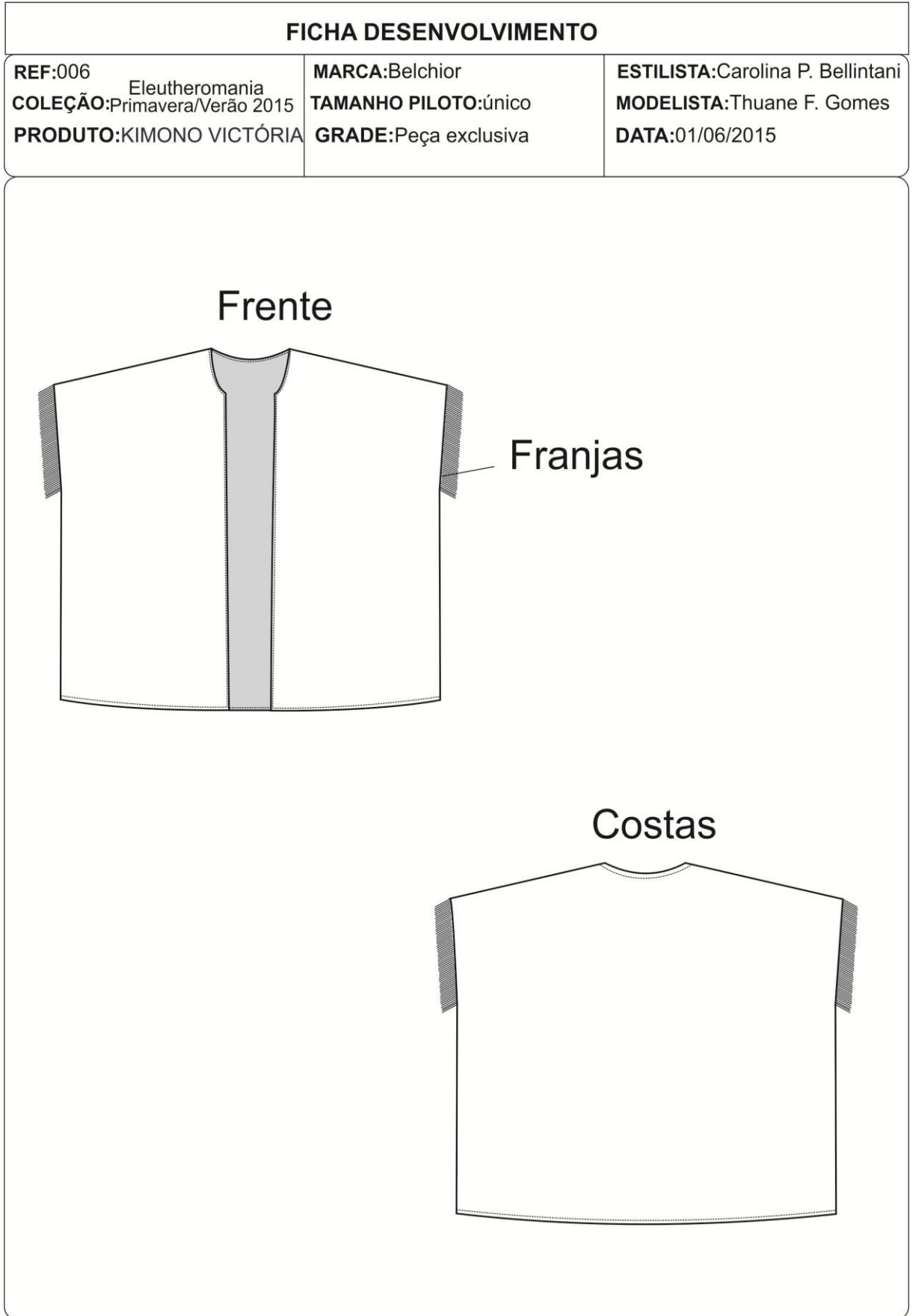


Figura 66: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
AMOSTRAS				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Preto	30 mts	R\$1,20
Viés de algodão	Ponto da Costura	Preto	2 mts	R\$0,80
Franjas	Ponto da Costura	Preto	3 mts	R\$8,90
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30
VARIAÇÃO CORES				
<h1>Peça Exclusiva</h1>				

Figura 67: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Pregar viés	Reta
02	Pespontar viés	Reta
03	Pregar Franjas	Reta

Figura 68: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 69: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

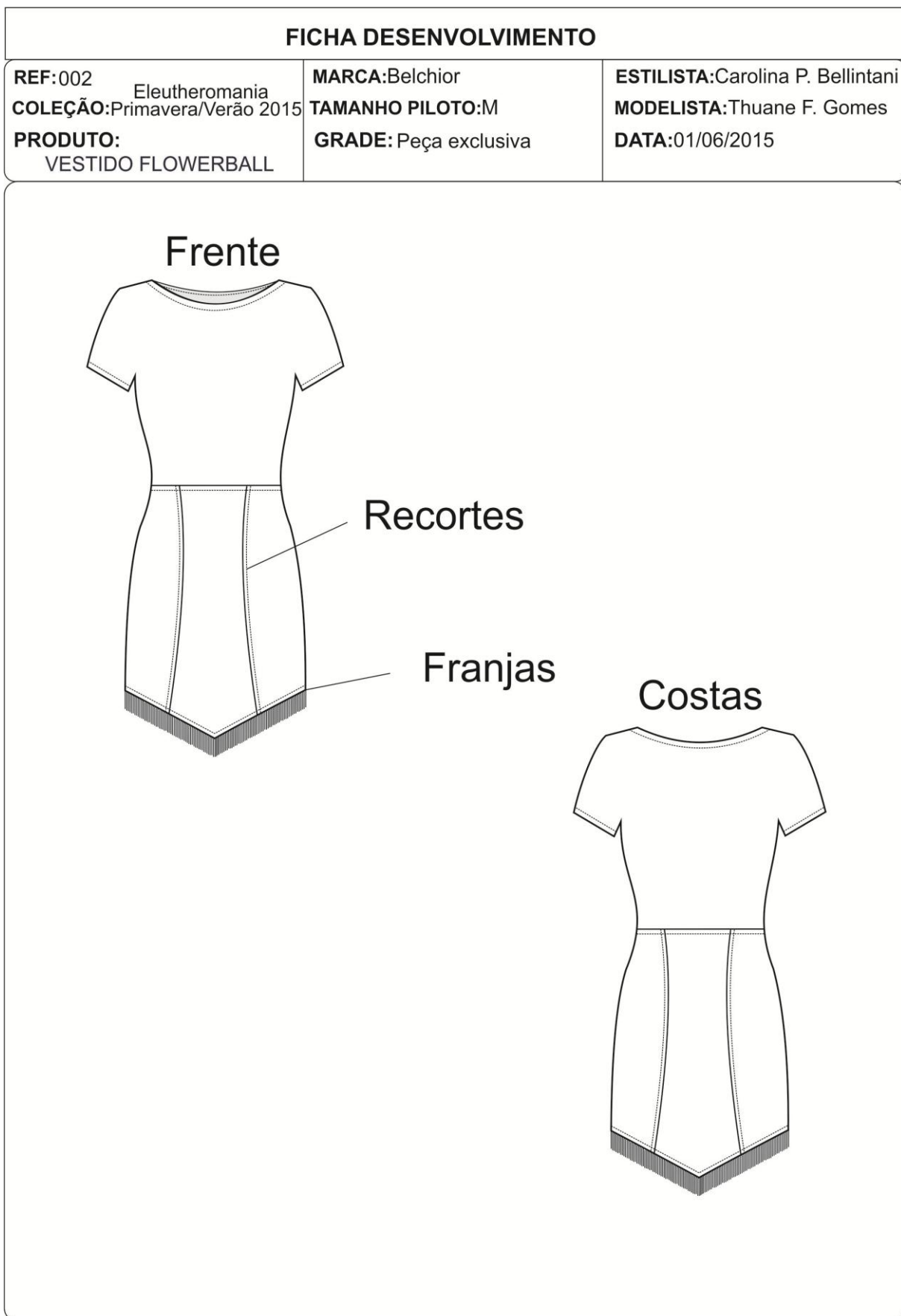


Figura 70: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

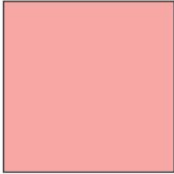
TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Renda Bordada	Nossa malha	97% poliéster 3% elastano	80 cm por peça	R\$73,90 mt
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Rosa	20 mts	R\$1,20
Franja	Ponto da Costura	Marrom	1,50 cm	R\$8,90
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30
VARIAÇÃO CORES				
<h1>Peça Exclusiva</h1>				

Figura 71: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	unir ombros	Reta
02	unir laterais	Reta
03	Costurar recorte da cintura	Reta
04	Costura zig-zag no recorte da cintura	Reta
05	Acabamentos das mangas	Reta
06	Acabamento decote	Reta
07	Chulear barra	Overloque
08	Pregar franjas	Reta

Figura 72: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 73: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 003 Eleutheromania	MARCA: Belchior	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani
COLEÇÃO: Primavera/Verão 2015	TAMANHO PILOTO: M	MODELISTA: Thuane F. Gomes
PRODUTO: CROPPED HALO	GRADE: Peça exclusiva	DATA: 01/06/2015

Frente



Recorte

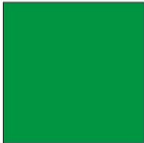
Costas



Figura 74: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de Overloque	Ponto da Costura	Verde	2 mts	R\$2,40

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 75: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Costurar recorte	Overloque
02	Pregar debroom	Overloque

Figura 76: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

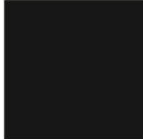
Figura 77: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras



Figura 78: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Couro Ecológico	Nossa Malha	70% Pliçloreto Vinílico 25% Poliéster 5% Poliuretano	0,15 cm por peça	R\$34,90

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Preto	25 mts	R\$1,20
Fio de overloque	Ponto da Costura	Preto	10 mts	R\$2,40
Franja	Ponto da Costura	Preto	0,60 cm	R\$8,90

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 79: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 81: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

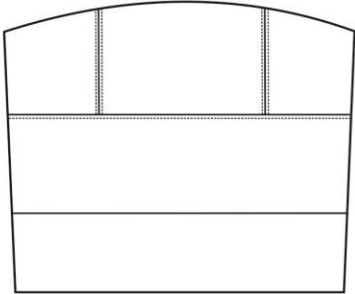
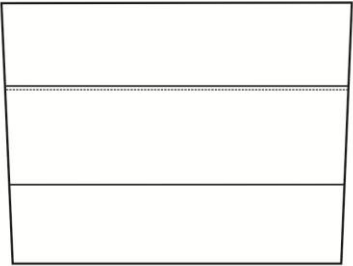

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 007 Eleutheromania COLEÇÃO: Primavera/Verão 2015 PRODUTO: CROPPED ROSIE	MARCA: Belchior TAMANHO PILOTO: P GRADE: Peça exclusiva	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani MODELISTA: Thuane F. Gomes DATA: 01/06/2015
<h2>Frente</h2> 		
<h2>Costas</h2> 		

Figura 82: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Couro Ecológico	Nossa Malha	70% Plicloreto Vinílico 25% Poliéster 5% Poliuretano	0,30 cm	R\$34,90

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da costura	Preto	60 mts	R\$1,20
zíper	Ponto da costura	Preto	01	R\$1,00

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 83: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	costurar recorte da frente	Reta
02	costurar recorte das costas	Reta
03	unir laterais	Reta
04	costurar cós	Reta
05	pregar zíper	Reta

Figura 84: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

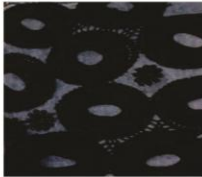
34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 85: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 008 Eleutheromania COLEÇÃO: Primavera/Verão 2015 PRODUTO: SHORT PETÚLIA	MARCA: Belchior TAMANHO PILOTO: 38 GRADE: Peça exclusiva	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani MODELISTA: Thuane F. Gomes DATA: 01/06/2015
<p>Frente</p>  <p style="text-align: center;">Aplicação de tecido</p>		
<p>Costas</p> 		

Figura 86: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Renda Guipper	Nossa Malha	95% algodão 5% poliéster	0,35 cm	R\$73,90

AMOSTRAS				
AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Preto	70 mts	R\$1,20

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES
<h1 style="font-size: 2em; margin: 0;">Peça Exclusiva</h1>

Figura 87: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO: Manual

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO: Frente e Costas

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 89: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

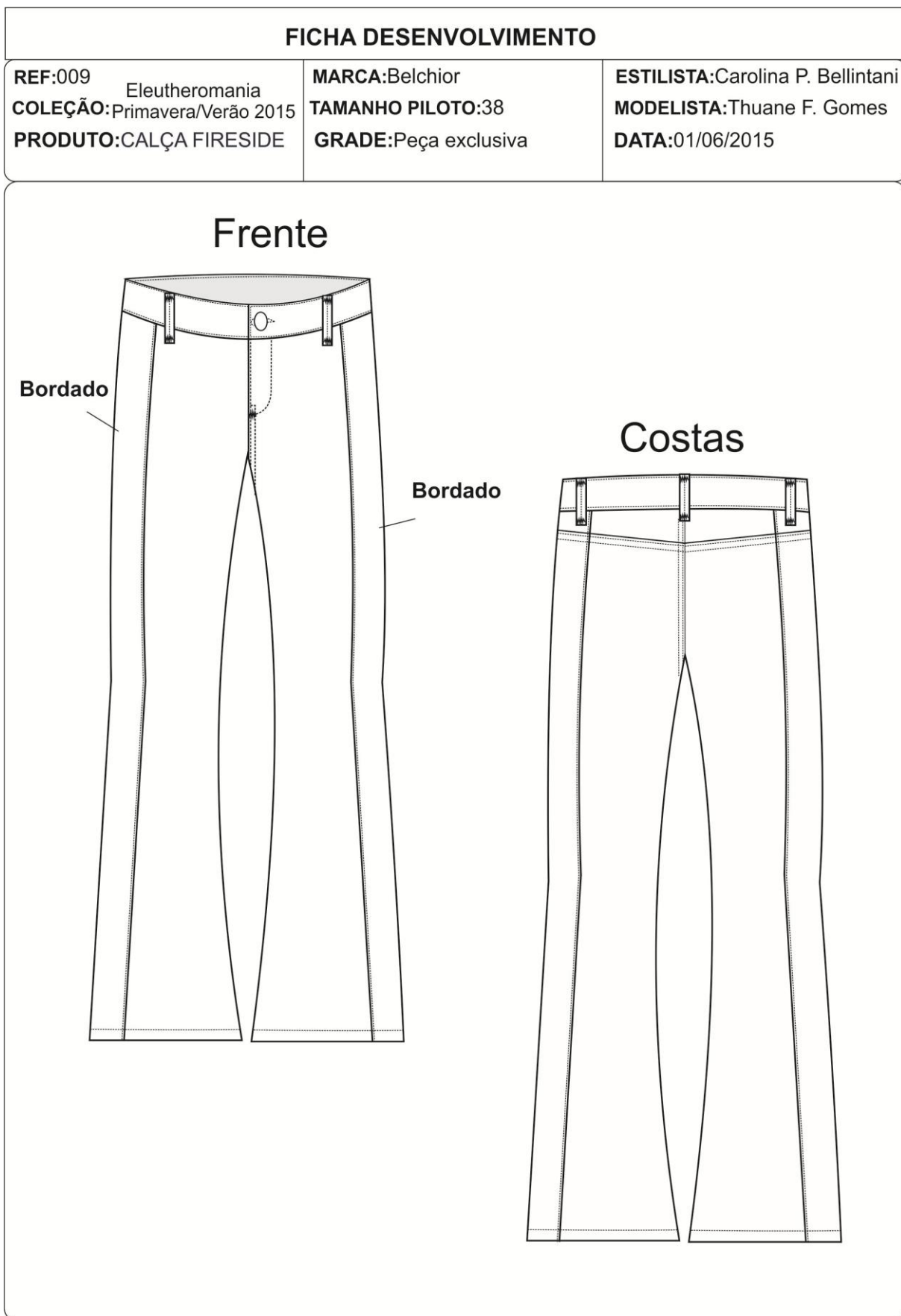


Figura 90: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT

AMOSTRAS				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Nude	20 mts	R\$1,20
Aplique Bordado	Ponto da Costura	Nude	2 mts	R\$19,90
Pérolas	Ponto da Costura	Pérola	200	R\$2,70

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES				
Peça Exclusiva				

Figura 91: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO: Manual

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO: Laterais e Barras

OBS:

**LAVANDERIA:**

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 93: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

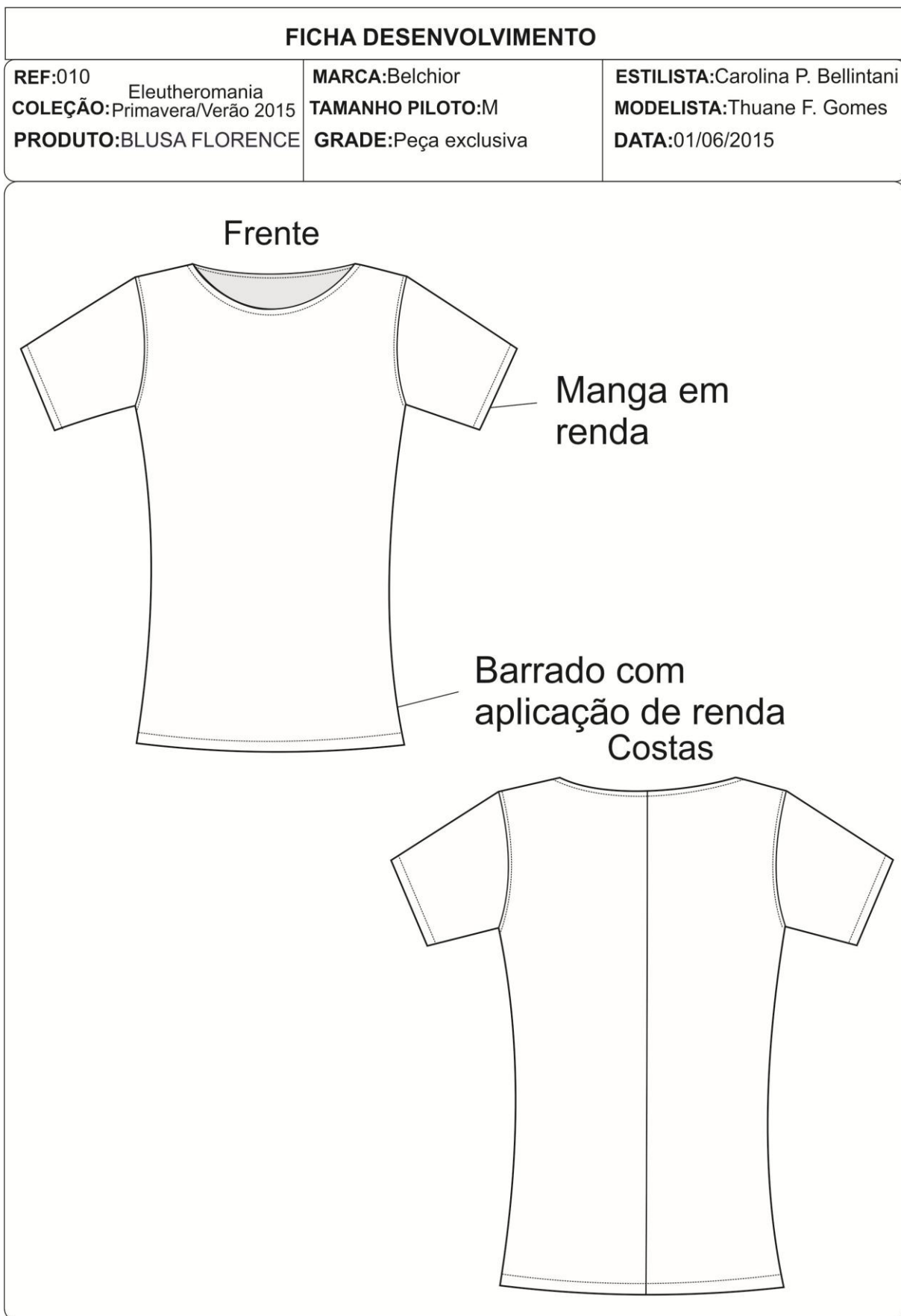


Figura 94: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Renda Guipper	Nossa Malha	95% Algodão 5% Poliéster	0,40 cm	R\$73,90
AMOSTRAS				
				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio de Overloque	Ponto da Costura	Branco	08 mts	R\$2,40
Linha Reta	Ponto da Costura	Beje	16 mts	R\$1,20
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30
VARIAÇÃO CORES				
<h1>Peça Exclusiva</h1>				

Figura 95: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Unir recorte das costas	Reta
02	Chulear costura do recorte	Overloque
03	Unir ombros	Reta
04	Chulear costura dos ombros	Overloque
05	Unir laterais	Reta
06	Chulear costura das laterais	Overloque
07	Chulear decote e cavas	Overloque
08	Fazer acabamento no decote e nas cavas	Reta
09	Chulear barra	Overloque
10	Fazer barra	Reta
11	Aplicar renda	Manual

Figura 96: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO: Manual

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO: Barra frente, costas e aplicação nas mangas

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 97: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras



Figura 98: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Tule Bordado	Nossa Malha	92% Poliamida 8% Elastano	0,40 cm	R\$46,90

AMOSTRAS

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Branco	120 mts	R\$1,20
Fio de Overloque	Ponto da Costura	Branco	30 mts	R\$2,40
Entretela	Ponto da Costura	Branco	0,40 cm	R\$5,60
Botões	Ponto da Costura	Marrom	07	R\$0,20

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 99: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
01	Costurar recortes	Reta
02	Pespontar recortes	Reta
03	Preparar vista	Manual
04	Pregar vista	Reta
05	Pespontar vista	Reta
06	Preparar colarinho	Reta
07	Pregar colarinho	Reta
08	Pespontar colarinho	Reta
09	Chulear punhos	Overloque
10	Pregar punhos	Reta
11	Casear	Reta
12	Pregar botões	Manual

Figura 100: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

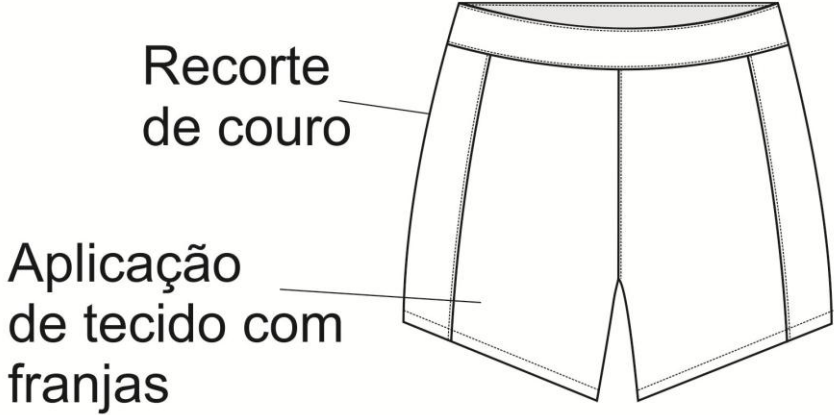
TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 101: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF:012 Eleutheromania COLEÇÃO: Primavera/Verão 2015 PRODUTO: SHORT VALENTINE	MARCA: Belchior TAMANHO PILOTO: P GRADE: Peça exclusiva	ESTILISTA: Carolina P. Bellintani MODELISTA: Thuane F. Gomes DATA: 01/06/2015

Frente



Recorte de couro

Aplicação de tecido com franjas

Costas

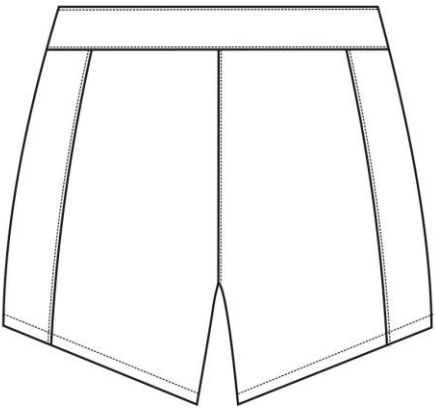



Figura 102: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Couro Ecológico	Nossa Malha	70% Pícloreto Vinílico 25% Poliéster 5% Poliuretano	0,20 cm	R\$34,90
Tule bordado em couro	Nossa Malha		0,50 cm	R\$34,90

AMOSTRAS



AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha Reta	Ponto da Costura	Preto	18 mts	R\$1,20
Fio de Overloque	Ponto da Costura	Preto	4 mts	R\$2,40

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Caixa de papel	Papel e Cia.	Marrom	01	R\$1,30

VARIAÇÃO CORES

Peça Exclusiva

Figura 103: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

ESTAMPARIA:

REF:
TAMANHO:
VALOR:

CORES:

BORDADO:

REF:
QUANT. PONTOS:
TIPO DE PONTOS:

LOCALIZAÇÃO:

OBS:

LAVANDERIA:

LAVAGEM:
VALOR:

TAMANHOS DE ZÍPER (em centímetros)

34	36	38	40	42	44	46	48			
TABELA DE MEDIDAS			ANTES				DEPOIS			
Cintura:										
Quadril:										
Gancho frente:										
Gancho Traseiro:										
Barra:										
Entreperna:										

Figura 105: Ficha Técnica. Fonte: As Autoras

5.4 PLANEJAMENTO DO DESFILE

O desfile que será realizado para a apresentação dos seis looks confeccionados manifestará as sensações de liberdade, bem-estar, alegria e contentamento que o público procura e costuma sentir nos festivais de música, que foram a inspiração do projeto.

As modelos que estarão desfilando para a Belchior são: Nathalia Medeiros, Isabella Menotti, Carla Silva Almeida, Julieth Gonçalves, Thais Ferronato e Mirian Giuliana, que entrarão na mesma ordem em que foram citadas. A maquiagem necessária para compor o estilo proposto não apresentará muitas cores e não será muito marcada, pois apesar de vaidosas, o público prefere um visual mais rústico e *clean*, sem muitas preocupações. Apenas em dois looks foram escolhidos batons escuros para representar a atitude que o público tem.



Figura 106: Maquiagem para o desfile. Fonte: Gold N Dust



Figura 107: Maquiagem para o desfile. Fonte: Style Caster



Figura 108: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips



Figura 109: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips



Figura 110: Inspiração de cabelo. Fonte: Remy Clips

Assim como a maquiagem, o cabelo das modelos será produzido de maneira bem despojada, com um efeito ondulado mas bem bagunçado e em um ou outro look, aparecerá uma parte trançada.

A trilha sonora escolhida para o desfile foi da banda *Florence + The Machine*, com a música *Rabbit Heart (Raise It Up)* do álbum *Between Two Lungs*, composta por Florence Welch e Paul Epworth. A banda sempre está presente no *Coachella*, e é muito escutada pelo público alvo da Belchior, além de ser um som que consegue transmitir através da melodia e dos instrumentos utilizados, a leveza, liberdade e despreocupação propostas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível perceber, no desenvolvimento de uma coleção de moda, que o consumidor de hoje busca por peças que além de satisfazer suas necessidades, agreguem valores como criatividade, originalidade e preocupação com questões sociais. Com isso, o principal objetivo dessa pesquisa foi desenvolver uma coleção que traduzisse os valores agregados às peças de brechós, descartadas pelo consumidor, atribuindo uma nova estética a elas.

A valorização estética de peças de segunda mão possibilita o aumento da vida útil do produto e através da customização foi possível criar peças exclusivas, com características que anunciam a identidade e estilo pessoal de um público específico: o indie.

Os fundamentos aprendidos no curso possibilitaram um exercício mais consciente e eficaz na criação dos produtos, garantindo singularidade e resultados mais expressivos.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Silvia R. P. dos. **Um paralelo entre dança e a arte do consumo da calça jeans; Da mineração á alta costura: Diesel – um estudo de caso.**2004, 42 f. monografia, Universidade Candido Mendes, Niterói, 2004.

ASSIS, Joaquim Maria Machado de. **Ideias de canário.** Disponível em: <<http://machado.mec.gov.br/images/stories/pdf/contos/macn006.pdf>>. Acesso em: 13 de maio. 2014.

BAUDOT, François. **Moda do Século.** São Paulo: Cosacnaify, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo:** A transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BRASIL. **Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis – PPCS.** Brasília, DF: Ministério do Meio Ambiente, 2011.

BRIGGS-GOODE, Amanda. **Design de Estamparia Têxtil.** Porto Alegre, RS, Editora Bookman, 2014.

BURKE, Peter. **Cultura Popular na Idade Moderna.** São Paulo: Companhia de Bolso, 2010.

CARVALHO, Michele Karina de. **Estilo Indie.** 2012. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticiaInt~id~24758~n~estilo+indie.htm>>. Acesso em: 05 jun. 2014.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **A Moda nos anos 60/70 (comportamento, aparência e estilo).** Revista do Centro de Artes, Humanidades e Letras, Cachoeira, v. 2, n. 2, p.1-10, 2008. Disponível em: <<http://www2.ufrb.edu.br/edicoes/n02/pdf/Renata.pdf>>. Acesso em: 03 jun. 2014.

Colégio na Web. **Evolução da Sociedade**. 2012. Disponível em: <<http://www.colegioweb.com.br/trabalhos-escolares/geografia/sociedade/evolucao-da-sociedade.html>>. Acesso em: 21 maio 2014.

COSTA, Lucio Augusto Villela da; IGNÁCIO, Rozane Pereira. **Relações de Consumo x Meio Ambiente: Em busca do Desenvolvimento Sustentável**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XIV, n. 95, dez 2011. Disponível em: <http://ambito-juridico.com.br/site/?artigo_id=10794&n_link=revista_artigos_leitura>. Acesso em 03 jun. 2014.

COSTA, Márcia; MATOS, Cynthia. **Consumo: do pecado ao vício**. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-de-Moda_2013/COMUNICACAO-ORAL/EIXO-5-MARKETING_COMUNICACAO-ORAL/Consumo-do-pecado-ao-vicio.pdf>. Acesso em: 03 maio 2015.

FERRAZ, Vanessa. **Lavanderia de jeans/ Tudo sobre os processos de lavagem**. Disponível em: <<http://www.comunidademoda.com.br/lavagem-de-jeans/>> Acesso em: 03 de junho 2014.

FERREIRA, Ana. **Século XX: 1990**. 2013. Disponível em: <<http://evolucaodamoda.weebly.com/sculo-xx-1990.html>>. Acesso em: 03 de maio 2014.

FILHO, Alberto de Magalhães Franco. **Consumeirismo e reflexos na atividade empresarial as implicações do consumo consciente ou socialmente responsável**. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, ed. 59, 2008. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=5353>. Acesso em 13 de maio. 2014.

FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **MODA E SUSTENTABILIDADE**. São Paulo: Editora Senac, 2011.

GDALETA, Chiara. **Os brechós e o pós-consumo na moda**. 2014. Disponível em: <http://varejosebrae.blogspot.com.br/2014/04/os-brechos-e-o-pos-consumo-na-moda_9.html>. Acesso em: 05 jun. 2014.

GOTTSHALK, Marcie et al. **Estilo: Indie**. 2013. Disponível em: <<http://www.dicasdegarota.com/2013/01/estilo-indie.html>>. Acesso em: 05 jun. 2014.

HOFFMANN, Jaqueline de Freitas; CORDEIRO, Manuela Casali. **A história do jeans**. 2008. Disponível em: <<http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~17825~n~a+historia+do+jeans.htm>>. Acesso em: 10 de julho 2014.

JOHNSON, Juliana Faleiros. **Indie: Rock, moda e suas expressões em Curitiba - PR**. 2011. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/121441/305528.pdf?sequenc e=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23 maio 2014.

KARSAKLIAN, Eliane. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2004.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAS CASAS, A. L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friederich. **Manifesto do Partido Comunista**. 2ª ed. São Paulo: Editora Escala 2009.

MUCCI, Ricardo. **Brechó: o usado tá na moda**. 2014. Disponível em: <<http://www.criaticidades.com.br/sampacriativa/brecho-o-usado-ta-na-moda/>>. Acesso em: 26 de maio 2014.

PEDRERO-SÁNCHEZ, Maria Guadalupe. **Historia da Idade Media: Textos e Testemunhas**. São Paulo: Unesp, 2000.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Tecidos: História, tramas, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac, 2007.

PONTUAL, Mariana. **Dossiê FFW: as tendências do Verão 2015 internacional**. 2014. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/moda/dossie-ffw-as-tendencias-do-verao-2015-internacional/>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

POPCORN, Faith. **O Relatório Popcorn: centenas de ideias de novos produtos, empreendimentos e novos mercados**. Rio de Janeiro: Campus, 1994. 207 p.

Redação Glamour. **Verão 2015, já? Vem saber o que a bola de cristal do WGSN nos contou**. 2013. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Moda/noticia/2013/10/verao-2015-ja-vem-saber-o-que-bola-de-cristal-do-wgsn-nos-contou.html>>. Acesso em: 24 mar. 2015.

ROSA, Pablo Ornelas. **Rock Underground: Uma Etnografia do Rock Alternativo**. São Paulo: Radical Livros, 2007. 170 p.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina – **Brechó**. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=2604>>. Acesso em: 13 de maio. 2014.

SEBRAE. **Critérios de classificação de empresas: EI, MP e EPP**. 2006. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154#>>. Acesso em: 25 de março de 2015.

SELLTIZ, Claire. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: Herder, 1967.

SIGNIFICADOS. **Significado de customização**. 2014. Disponível em: <<http://www.significados.com.br/customizacao/>>. Acesso em: 14 de maio 2014.

SOUZA, Bianca de. **Hipster, rockabilly e indie – Estilos antigos ainda mais atuais**. 2014. Disponível em: <<http://vilamulher.com.br/moda/estilo-e->

tendencias/hipster-rockabilly-e-indie-estilos-antigos-ainda-mais-atuais-14-1-32-1440.html>. Acesso em: 05 jun. 2014.

SOUSA, Rainer. **Origem do Capitalismo**. Disponível em: <www.brasilecola.com/historiag/origem-capitalismo.htm>. Acesso em: 03 maio 2015

SOUSA, Rainer. **Reflexos da cultura hippie no Brasil**. 2013. Disponível em: <<http://educador.brasilecola.com/estrategias-ensino/reflexos-cultura-hippie-no-brasil.htm>>. Acesso em: 03 maio 2014.

ANEXO A – Entrevista

Entrevista de Pesquisa

Entrevista realizada com Leonice Navarro, proprietária do Brechó Ponto Chick de Araçongas.

1) Como é feita a reposição de estoque nas lojas de Brechó?

Leonice Navarro: A reposição dos produtos nos brechós é mais complicada do que nas lojas multimarcas, por exemplo. As lojas escolhem as peças através de um catálogo apresentado por um representante da marca, efetuam os pedidos e o sistema de logística das marcas se encarrega de distribuir as peças. No caso dos brechós, a reposição depende das pessoas que trazem as suas peças.

2) Como atrair as pessoas para venderem suas peças aos brechós?

Leonice Navarro: Para atrair as pessoas, um dos métodos que os proprietários utilizam é a distribuição de cartões de visita em lugares que são frequentados por classes sociais médias e altas como, por exemplo, shoppings. Divulgação e ter bons contatos são essenciais.

3) Qual é a classe social que mais procura descartar as peças nos brechós?

Leonice Navarro: Geralmente, é a classe mais alta. Ela possui mais recursos e consome mais do que as outras classes. Com isso, os brechós têm recebido peças conservadas, seminovas e até de marcas famosas.

4) Como é realizada a compra das peças?

Leonice Navarro: O valor das peças compradas pelo brechó é estipulado de acordo com o seu estado de conservação. Com isso, o proprietário do brechó ao receber as peças, irá avaliá-las e combinar com a pessoa que está vendendo, um valor para cada produto. Quando seminovas o valor é estabelecido por peça, quando não estão em bom estado, o valor é definido por pacotes com uma quantidade razoável de peças.

5) Qual o tipo de público que consome as peças de brechó?

Leonice Navarro: Antigamente a classe social que mais consumia era a mais baixa. Hoje, atende-se tanto esta quanto a classe média, porque os produtos vendidos estão cada vez mais conservados e com um preço mais acessível.