

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

LUCIANA MASSON

**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA VOLTADOS PARA
O JOVEM CATÓLICO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2011

LUCIANA MASSON

**DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS DE MODA VOLTADOS PARA
O JOVEM CATÓLICO**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Diplomação, do curso superior de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR, como requisito parcial para obtenção do título de tecnólogo.

Orientador: Profa. MSc . Raquel Rabello
Andrade

APUCARANA

2011

TERMO DE APROVAÇÃO
Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 34
Desenvolvimento de produtos de moda voltados para o jovem católico

por

Luciana Masson

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

PROFESSOR (A) RAQUEL RABELLO ANDRADE – ORIENTADOR (A)

PROFESSOR (A) TAMISSA JULIANA BARRETO BERTON – EXAMINADOR (A)

PROFESSOR (A) NÉLIO PINHEIRO – EXAMINADOR (A)

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

RESUMO

MASSON, Luciana. Desenvolvimento de produtos de moda voltados para o jovem católico. 2011.91 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana. 2011.

Este trabalho tem como objetivo o estudo de um público-alvo, com potencial para a exploração do mercado da moda, o público jovem católico feminino. O estudo se baseia em fatos históricos que envolvem moda e Igreja, bem como a relação da moda enquanto veículo de comunicação entre o público, apresentando ainda o perfil dos jovens. Traçando assim um caminho para a produção de produtos, que atendam as necessidades do público aliada as tendências de moda. Complementado com a pesquisa direta ao público alvo, revelando suas reais necessidades, quanto a produção de uma coleção de moda, que venha a atender as necessidades do mercado de moda oferecido a estas consumidoras.

Palavras chave: Jovem. Moda. Religião.

ABSTRACT

MASSON, Luciana. Development of fashion products aimed at the young Catholic. 2011.91 f. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana. 2011.

This work aims to study a target audience, with potential for exploration of the fashion market, the young Catholic women. The study is based on historical facts that involve fashion and church as well as the relationship of fashion as a vehicle of communication between the public, still presenting the profile of young people. Thus tracing a path for the production of products that meet the needs of the public fashion. Complement trends combined with the lookup to the target audience, revealing their real needs, and the production of a fashion collection that will meet the needs of the fashion market offered to these consumers.

Keywords: Young. Fashion. Religion.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Camiseta Companhia Cristã	17
Figura 2 - Camiseta Companhia Cristã	17
Figura 3 - Camiseta Ágape Camisetas	17
Figura 4 - Logomarca.....	25
Figura 5 - Imagem Publico Alvo.....	26
Figura 6 - Briefing da Coleção	29
Figura 7 - Cartela de Cores	30

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Apresentação do resultado do questionário - 2011.....	23
--	-----------

LISTA DE SIGLAS

CNBB Conferência Nacional Dos Bispos Do Brasil

CELAM Conselho Episcopal Latino Americano

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	9
1.1DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	9
1.2JUSTIFICATIVA.....	9
1.3OBJETIVOS.....	10
1.3.1Objetivo Geral.....	10
1.3.2Objetivos Especificos	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEORICA	11
2.1 A IGREJA CATOLICA	11
2.1.1 O poder das imagens e os santos católicos	12
2.2 RELAÇÃO DA IGREJA COM A MODA	14
2.3 MODA E COMUNICAÇÃO	18
2.4 HISTORIA DO JOVEM CATOLICO BRASILEIRO.....	19
2..4.1 Perfil e desejo dos jovens católicos.....	21
3 METODOLOGIA	23
3.1 PESQUISA DE CAMPO.....	23
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	25
4.1.1 Empresa.....	25
4.1.2 Público Alvo.....	26
4.1.3 Pesquisa de tendências	27
4.2 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	27
4.2.1 Delimitação Projetual.....	27
4.2.2 Especificações do Projeto.....	28
4.2.3 Geração de alternativas.....	31
4.2.4 Justificativa dos looks escolhidos.....	31
4.2.5 Croquis	31
4.2.6 Fichas Técnicas	31
4.2.7 Fotos das peças confeccionadas	31
7 RESULTADO	32
REFERÊNCIAS	34
APÊNDICES	36

1 INTRODUÇÃO

Os setores relacionados ao mercado de moda, são um dos que mais crescem no Brasil, fomentando o consumo de roupas e acessórios, são várias as marcas que atendem a diversos grupos da sociedade, seja em uma pequena cidade ou em grandes metrópoles, as marcas da moda estão presentes, com base neste mercado em expansão, o presente trabalho tem como objeto de estudo, um nicho de mercado pouco explorado, o público jovem católico feminino, seus desejos e necessidades não atendidos pelo mercado atual.

O trabalho visa a exploração histórica da igreja Católica, bem como seu papel e influências dentro da sociedade, o culto aos santos, a participação efetiva dos jovens na igreja, a moda enquanto objeto de comunicação um meio de interação entre os jovens, além da pesquisa direta ao público consumidor, com o objetivo de desenvolver uma coleção de moda que venha de encontro as necessidades práticas e estético simbólicas do público alvo.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A problemática desta pesquisa é, Como produzir produtos de moda que se adéquem ao perfil do jovem católico feminino?

1.2 JUSTIFICATIVA

Escritórios de moda identificam constantemente grupos de pessoas que se distinguem dos demais, com seus desejos e conflitos interiores que se mostram na suas formas de se vestir, evidenciando assim a qual “grupo” pertencem.

Os jovens católicos estão presentes na sociedade, e cerca de 73,6% deles têm idade entre 15 e 24 anos (CNBB 85). Eles se encontram espalhados em centros urbanos ou no interior das metrópoles, e assim como o mais diversos grupos e sub grupos, os jovens católicos desejam ser identificados por suas roupas.

A problemática se encontra no fato de tais roupas e acessórios estarem presentes no mercado, porém não como o público deseja. Logo, objetiva-se realizar um estudo comportamental voltado para o público feminino católico a fim de se definir parâmetros, para atingir esse nicho de mercado inexplorado. Desta forma, construir uma coleção de moda produtos de moda que se adéquem às suas necessidades.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Produzir produtos do vestuário que atendam as necessidades do público, sendo este, jovens com idade entre 15 e 20 anos e praticantes da fé católica, tendo como base as tendências de moda e os conceitos do design, sem perder a essência religiosa.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Investigar a relação da igreja com a moda;
- Realizar uma pesquisa exploratória da moda como objeto de comunicação;
- Pesquisar a História do jovem católico brasileiro;
- Descobrir as necessidades não atendidas do jovem católico.

2.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A IGREJA CATÓLICA

A origem da Igreja deve-se ao desvio doutrinário das ideologias da comunidade judaica primitiva. A aparição de Jesus de Nazaré, o chamado rei dos judeus, tomou grandes proporções, conquistando uma multidão de seguidores com suas pregações e sua linguagem de fácil entendimento para os mais humildes. A questão para a alta esfera judaica não se trata de fé, mas sim do poder absoluto sobre os fiéis. Logo, temendo uma grande revolta que abalasse os judeus e o estado, teve início a conspiração que levou Jesus à morte na cruz.

Com a Morte de Jesus, seus seguidores se tornaram vulneráveis e muitos foram mortos. Os discípulos de Jesus se dividiram e por onde passavam anunciavam o evangelho.

Durante mais de 300 anos os cristãos se reuniam a portas fechadas clandestinamente, porém sua existência ameaçava as praticas religiosas politeístas do império Romano. Os cristãos eram considerados a mais recente praga da sociedade, caindo sobre eles à culpa de atos de vandalismo ocorridos na época, como um incêndio a capital do império. (LENZENWEGWER *et al*, 2006, p.32). Vários foram os imperadores que agiram contra a prática religiosa, perseguindo e eliminando seus seguidores, permitindo assim que vários mártires fossem venerados pelos fiéis e fortalecendo ainda mais a fé dos cristãos.

Quando Constantino assumiu o poder do Império, ficou intrigado com as pessoas que seguiam a religião, pois mesmo sendo perseguidos, perseveravam, e o número de seguidores só fazia crescer. Após uma visão com Deus, Constantino se converteu ao cristianismo e cessou a perseguição em todo o Império.

Antevendo o potencial da religião sobre a vida e conduta das pessoas, Constantino decidiu então unificar Estado e Igreja, muito embora quisesse tomar o poder absoluto por sobre todo o clero, e de fato assim o fez: “Os plenos poderes de

monarca possibilitavam a Constantino uma política uniforme em todo o império, especialmente com relação ao cristianismo” (LENZENWEGWER *et al*, 2006, p.54).

Durante a idade Média a igreja colheu os frutos indevidos de sua relação com o Estado, possuindo terras, estabelecendo a conduta moral da sociedade, interferindo nas decisões políticas e jurídicas, e para tais práticas não encontrava nenhum empecilho. Somente no fim da Idade Média pedia-se por uma reforma rigorosa dentro da igreja para sua purificação, extinguindo a venda de indulgências e o abuso de poder.

A reforma protestante surgiu com Martin Lutero, primeiramente reivindicando mudanças dentro da Igreja Católica. Suas reclamações não foram atendidas, e a reforma seguiu seu curso, originando assim as igrejas protestantes. A Igreja Católica entendeu que algumas mudanças se faziam realmente necessárias, em busca de retomar a doutrina dos tempos antigos e dar uma nova vida a religião.

Ainda que a passos lentos, o Santo Clero percebeu que mudanças se faziam necessárias até mesmo dentro da Igreja, e ao passo que a Humanidade evoluiu em suas filosofias e ideais, o mesmo ocorreu com a Igreja, pois seus fiéis precisavam ser cativados dentro de suas vivências cotidianas.

Em decorrência destas alterações, a Igreja atual se preocupa com os diversos problemas enfrentados pela sociedade. A CNBB por exemplo, é um órgão que se dedica a estudos contemporâneos e propõe metodologias de trabalho na ação evangelizadora no Brasil.

Hoje existem cerca de 1.038 milhões de católicos no mundo. Eles compõem quase 18 por cento da população mundial. O papa ainda lidera a igreja, e os sacerdotes são convidados a permanecer em celibato. (ALL ABOUT RELIGION, 2010. Disponível em: www.allaboutreligion.org)

2.1.1 O Poder das imagens e os santos católicos

O culto de veneração aos santos , teve seu início no século II a.C., quando o povo de Israel passou a acreditar que os irmãos já falecidos podiam interceder por eles. Passagens bíblicas deram fundamento a este pensamento, pois no livro de

Macabeus (II Mac 15,7-17), o profeta Jeremias, já falecido intercede por Judas Macabeu.

Após a morte de Jesus na cruz, muitos foram os santos e mártires que deram a sua vida pelo ideal da vida cristã. São pessoas que praticaram atos heróicos de bondade e que quando mortas passaram a ser modelos para os demais fiéis e também foram solicitadas em suas orações para que intercedessem a Deus por suas necessidades.

A partir do ano de 973, os processos de canonização se tornaram formais, e ao longo dos séculos que se seguiram muitas pessoas foram beatificadas e canonizadas, ou seja, inscritas como santas pela igreja católica, passando por rigorosos processos de comprovação de milagres, procedimento o qual se comprova através da medicina e não pela igreja. A lista dos santos conta atualmente com mais de vinte e sete mil integrantes (AQUINO, 2006).

O culto mariano e a veneração dos santos cresceram e ganharam força no início da idade média (LENZENWEGWER *et al*, 2006). Neste momento, as pessoas passaram a se afastar dos ideais cristãos, levando a religião a se adequar aos novos tempos, dando origem assim aos rituais coletivos, reforçando a imitação de vida dos santos e de Maria e construindo vários santuários (CALANCA, 2008). Assim, os santos passaram a povoar com maior frequência os calendários, surgindo as pinturas, esculturas, e todo tipo de histórias sobre suas vidas (LENZENWEGWER *et al*, 2006).

Para a Igreja católica, as imagens de santos e suas relíquias são um meio de comunhão entre os fiéis e a igreja, cujo objetivo é buscar a Deus (AQUINO, 2006). É conhecido que na América Latina o culto aos santos e à Maria mãe de Jesus excedem ao exagero, se assimilando à idolatria o mesmo não ocorre na Europa, onde os fiéis possuem o entendimento de que estes são apenas mediadores. (KONINGS *et al*, 1997).

A tradição católica quanto à veneração dos santos é constantemente renovada e dentro da história da igreja os recursos artísticos sempre foram usados como meio de evangelização, como no caso da reprodução de passagens bíblicas para os iletrados, entre outros:

“As imagens sempre foram usadas por Jesus e pelos apóstolos como instrumentos eficazes e reveladores da realidade invisível: para anunciar o Reino de Deus usaram imagens de lírios, pássaros, sal, luz, e etc., coisas que estimulavam a compressão do abstrato através de imagens retiradas do mundo concreto.” (AQUINO, 2006, p. 101)

As imagens que povoam as igrejas, casas e outros diversos locais, servem para aproximar os fiéis de Deus estabelecendo relações mais vivas e estimulando a imitação de seus atos em vida.

2.2 RELAÇÃO DA IGREJA COM A MODA

A raça humana passou a se vestir ou se revestir para não sofrer com as intempéries climáticas. A humanidade evoluiu pouco a pouco, bem como sua relação com as vestimentas, que progressivamente passaram a empregar novos materiais: os assírios usavam roupas feitas de lã, enquanto os egípcios utilizavam as fibras de linho. Com a descoberta de novas técnicas, como a tecelagem de fibras, também foram surgindo novas modelagens que se adequavam à necessidade e cultura local.

Além da necessidade fisiológica de proteger o próprio corpo, constituiu-se uma relação mística do homem com as roupas: as primeiras civilizações tinham seus deuses representados por figuras de animais, e seus sacerdotes se vestiam com as peles, acreditando que assim iriam adquirir a força do animal (TREPTOW, 2007).

Durante o império Bizantino, ocorreu o que pode-se chamar de “casamento” entre a Igreja e o Estado no que diz respeito às roupas da época, as quais eram espelhos da religião adotada por Constantino para todo o império. Apesar das influências orientais quanto às cores, franjas e pedras preciosas, o que se sobressaía era a mística religiosa dos cristãos: “chama logo a atenção o ar *eclesiástico* dos trajes imperiais” (LAVÉ, 2010, p. 46).

A vida do rei era regida por preceitos religiosos e todos em sua corte se trajavam de acordo com suas funções, consistindo assim no sempre presente conceito de hierarquia. As roupas possuíam simbologias e não apresentavam

qualquer apelo à sedução ou facilidade de uso. Eram estampadas com motivos bíblicos: desde as figuras dos reis magos, a vida de Cristo, pombas, cruces, tudo estava em torno da religião.

No início da Idade Média inicia-se o exercício para disciplinar o uso da indumentária. Surgem normas suntuárias, que enfatizavam os níveis hierárquicos: cada um devia se vestir conforme a classe social a que pertencia. No fim do século XIII com a ascensão da burguesia e o crescimento das cidades voltadas para o comércio, tornaram as sociedades européias prósperas. Cresce o poder e desejo de compra, viagens mercantes se encarregam da importação de tecidos e ornamentos orientais a moda deu um salto em sofisticação (POLLINI, 2007).

Em contrapartida, a igreja ansiava por uma sociedade harmoniosa, com base nas mensagens de São Paulo, grande difusor da filosofia cristã entre os pagãos, na fundação da igreja católica. A idéia era construir uma sociedade homogênea: “durante muito tempo a igreja alimentara o sonho de vestir seus fiéis com uma única roupa” (ERNER, 2005, p.223). Esse pensamento não funcionou, pois mesmo dentro da igreja, começou a diferenciação entre o clero, que buscava destacar-se por meio da vestimenta.

Já na virada da idade média, a sociedade passou por um afastamento do cristianismo, questionando o domínio de Deus na vida cotidiana. Neste momento, a indumentária passa a ser vista de outra forma pela sociedade: como um diferenciador de classe e gênero. Buscava-se, sobretudo, a individualidade e a construção de roupas condizentes com as estações climáticas, surgindo assim o conceito de estar na moda (BRAGA, 2007).

“Moda é o fenômeno social ou cultural, de caráter mais ou menos coercitivo, que consiste na mudança periódica de estilo, e cuja vitalidade provém da necessidade de conquistar ou manter uma determinada posição social.” (JOFFILY, 1999, p 27).

Com o crescente pensamento individualista, a universalidade cristã não tinha mais espaço. A igreja criticava incessantemente as manifestações de moda, conforme afirma Calanca (2008, p.63): “As funções que Deus tinha previsto em seu plano original estão subvertidas: somente renunciando à moda, optando pela natureza e não pelo mundo pode-se recuperar a liberdade de sermos criaturas

divinas”. A igreja não queria ver seus fiéis alienados, e considerava a moda até mesmo como demoníaca.

Ao se buscar uma identidade, assistiu-se o aparecimento de roupas diferenciadas entre os sexos, desmoronando a idéia de homogeneidade. As tradições religiosas não tinham o mesmo peso que antes (ERNER, 2005). Isso fez com que a igreja viesse a tomar medidas, para contornar a situação.

Da idéia de uma renovação necessária da igreja, passa-se, portanto, à proposta de um novo modelo de igreja e de um novo modelo de religião, que deve permear a existência cotidiana dos indivíduos e da comunidade. O mundo torna-se o lugar no qual o cristão realiza a sua perfeição, a vida cotidiana constitui o âmbito normal a santidade. (CALANCA; Daniela, 2008, p 64.)

Calanca explica que por volta de 1636, houve um debate quanto aos adornos a serem usados em eventos sociais, e algumas normas foram recebidas para que os trajes fossem sóbrios e moderados, não havendo assim espaço para as excentricidades. Para ser aceito perante a sociedade civil era necessário seguir o código de conduta do vestuário.

As mudanças sociais fizeram com que a sociedade superasse as rígidas regras religiosas, procurando bem conviver com a moda, o que gerou oportunidades do crescimento urbano.

Na sociedade contemporânea, a igreja faz uso da moda, a fim de divulgar seus eventos, movimentos pastorais e também levando a mensagem cristã através de camisetas com frases da bíblia, mesmo que de forma pouco harmoniosa, pois os produtos ainda não possuem apelo de moda. Houve ainda um crescente aumento de empresas do ramo da confecção que passaram a atender este público, como a Ágape camisetas, a Companhia cristã, a Kapela design, a Chama viva, entre outras.



Figuras 1 - camiseta companhia cristã
Fonte: (<http://www.companhiacrista.com.br>)



Figura 2: Camisetas da Companhia cristã.
Fonte: (<http://www.companhiacrista.com.br>)



Figura 3 - Camiseta da Ágape camisetas
Fonte: (<http://www.camisetasagape.com.br>)

2.3 MODA E COMUNICAÇÃO

O ser humano necessita viver em sociedade, e por isso desenvolveu formas de se comunicar, seja de forma verbal ou gestual.

Segundo os estudos com base na obra de Castilho (2009), a moda se apresenta como um fenômeno cultural com grande poder de comunicação. O homem possui o corpo como veículo de integração com o mundo, e a roupa é uma segunda pele que atua em parceria no campo da comunicação. A autora afirma ainda que é a eterna insatisfação com a aparência que faz o ser humano procurar por novas formas de vestir, sempre tentando exprimir o que há interiormente, com o desejo de transparecer o que acredita ser, desta forma envia mensagens a sociedade.

Seguindo a linha de raciocínio da autora, todas as mudanças efetuadas pelo ser humano a fim de modificar sua aparência justificam-se em sua origem biológica: Adão e Eva, que perceberam estar nus quando comeram do fruto proibido, teceram roupas para si, isto porque o ser humano foi o único animal criado por Deus que veio ao mundo nu.

Comparado a outros mamíferos, o corpo humano é desprovido de força, impulso, velocidade, e proteção contra as intempéries. Considerando a possibilidade de que todos os seres humanos convivessem em sociedade nus, não haveria distinção entre uns e outros, entretanto, o homem sente necessidade de se sobressair, de seduzir, de se expressar. Logo, ao longo do tempo realizaram-se descobertas de manipulação de seu próprio corpo, podendo assim se manifestar e se comunicar. A moda serve, portanto como mediadora entre os subgrupos e grupos da sociedade, é “um instrumento do discurso simbólico da comunicação representada pela iconicidade” (CIDREIRA, 2005, p.114).

Comumente os estilistas desenvolvem suas coleções com base em temas e conceitos de coleção, que não deixam de ser criações discursivas, pois sempre tem algo implícito a dizer, por vezes de forma tímida, por vezes mais explícitas criações que vão indagar a sociedade, despertando nela as mais variadas sensações, pois

conforme afirma Cidreira (2005, p.112): “moda e indumentária seriam entendidas como elementos usados para dar sentido ao mundo e às coisas e pessoas nele inseridas”.

Em uma sociedade de consumo, a moda é o que há de mais visível e de grande importância para o processo de construção social da identidade (CRANE, 2009). A vestimenta vista do âmbito da comunicação, nos conta a história da humanidade, e através das roupas pode-se identificar diferentes períodos das civilizações, bem como as condições de vida do homem (CIDREIRA, 2005).

Os níveis hierárquicos, também podiam ser identificados através das roupas, visto que as mais privilegiadas pertencentes as cortes reais, se vestiam com maior requinte, enquanto que para os mais carentes as roupas eram inacessíveis, lhes cabiam apenas roupas usadas de segunda ou terceira mão. Todas essas modificações sociais se inter-relacionam com os discursos da moda, discursos de uma sociedade que valorizava as roupas tanto quanto propriedades e títulos de família (CRANE, 2009).

2.4 HISTÓRIA DO JOVEM CATÓLICO BRASILEIRO

Durante muito tempo, os jovens foram deixados de lado, tidos como imaturos dentro da própria igreja, onde não existia um espaço específico para eles. A Igreja não conseguia atingi-los dentro de suas linguagens e expressões, apesar da resistência à mudança, a necessidade de se adequar a eles surgiu diante dos avanços da modernidade. (CNBB, 2007)

Foi nas décadas de 30 e 40, que se difundiu a chamada ação católica geral, que surgiu com o intuito de promover oficialmente os leigos, antes meros espectadores das celebrações religiosas, sem poder de decisão ou participação na Igreja, o intuito era integrá-los em serviços pastorais. A partir daí várias mudanças ocorreram, com apoio do Concilio Vaticano II. Um dos exemplos é que as missas passaram a ser celebradas na língua local e não mais em latim, Essas mudanças se faziam necessárias, visto que o Papa João XXIII convocou o Concilio a fim de

discutir o papel da igreja dentro das profundas mudanças da época, que envolvia também maior inserção de jovens na igreja.

Após a Ação católica geral, deu-se início a Ação católica especializada, que visava atender a movimentos e grupos, dentro de suas especificidades, como por exemplo, o jovem, caracterizado por seu potencial ativo e determinado, a igreja resolveu usar de suas potencialidades a fim de evangelizar outros jovens. Despertados para a realidade e com senso crítico de mudança promovem a evangelização, mas também procuram se envolver em questões sociais como política. Essa impulsividade proveniente dos jovens é o que deu força para várias manifestações no Brasil e no exterior.

No Brasil eles se organizaram nas várias esferas sociais, rural, urbana e estudantil. Com a ditadura militar presente no país desde 1964, e instaurado o Ato Constitucional nº 5 que fechou o Congresso Nacional. Muitos jovens foram presos, torturados, exilados e assassinados (BRANDÃO, DUARTE, 2004).

Surgia no Brasil vários movimentos e pastorais para atender o jovem, como a pastoral da juventude, caracterizada por seu senso crítico e desejo de mudança. A pastoral da juventude trabalhou fortemente durante a ditadura militar.

Na década de 1980 a sociedade exigia a volta da democracia, os jovens foram as ruas pedindo pelas “diretas já!”. Os jovens desta década foram influenciados pela cultura moderna, buscavam por conhecimento eram sobretudo líderes com idéias utópicas para mudar o mundo (CNBB, 2007).

Com a chegada do novo milênio, houve a criação de outros movimentos eclesiais voltados para a juventude, alguns destes se inseriram nos meios de comunicação. A juventude católica brasileira se encontra articulada, contando com 11 centros voltados para a evangelização da juventude, em diferentes áreas desde a capacitação técnica a cursos bíblicos.

2.4.1 Perfil e desejo dos jovens católicos

A Juventude tem como definição a evolução e o crescimento do ser humano, um período que compreende dos 15 aos 25 anos. Uma etapa marcada por conflitos interiores e mudanças fisiológicas, é sair o ambiente protegido e lançar-se ao mundo desconhecido. Esses jovens procuram ser protagonista de sua história, partindo do mundo infantil ao adulto, um processo de múltiplas escolhas e experimentações (CELAM, 1999).

Atualmente são alvo de várias empresas que produzem seus produtos visando-os como consumidores. A parcela de jovens presentes na sociedade, também consome o que o mercado oferece, deseja estar na moda (FEGHALI e DWYER, 2010).

Os jovens procuram definir-se através de seus hábitos e roupas. Assisti-se há uma pluralidade de culturas, principalmente entre os jovens que procuram diferenciar-se, a fim de mostrar sua personalidade. Os jovens católicos não são diferentes, desejam se expressar se comunicar com o mundo, fazendo com que enxerguem o seu verdadeiro ser.

Os jovens ligados a religião dispõe de seu tempo livre desenvolvendo atividades em grupo, essa contínua convivência os torna responsáveis, estendendo sua participação a outras esferas da sociedade, como trabalho voluntário, atuação junto aos mais pobres, partidos políticos e movimentos ecológicos (CNBB, 2007).

Esses jovens se encontram em vários setores da sociedade, e tampouco se pode traçar um perfil uniforme quanto a seu padrão de vida, enquanto alguns se encontram em centros universitários, outros se situam em tribos indígenas. A pluralidade de culturas é grande, o que une esta juventude através de caminhos diferentes, é a necessidade de uma relação mais íntima com Deus (CELAM, 1997).

Entrando no universo religioso, percebe-se uma satisfação de seus devotos. Mesmo que diferentemente do que as imagens santas transmitem, sempre aparentam estar tristes, com um olhar distante. Quando se penetra na história desses homens e mulheres que fizeram história dentro da igreja, se percebe que a

renuncia para seguir seu ideal não foi de forma alguma dolorosa, o desprendimento com os anseios comuns do ser humano, foi uma livre escolha.

Podemos perceber isso na vida de São Francisco de Assis, o patrono da ecologia, teve uma vida singular, filho de um comerciante de tecidos da cidade de Assis, era um jovem fanfarrão que após se converter renunciou a fortuna do pai, e foi viver seu ideal com seus amigos de fé. Vários registros históricos relatam à alegria constante de São Francisco, mesmo vivendo em penitência, a alegria de servir a Deus fazia parte de seu ser. Essa alegria não era privilégio de Francisco, todos os que escolheram essa trajetória de vida, se mostraram felizes com sua escolha (HARTMANN, 2008).

E é assim que as pessoas e principalmente os jovens desejam ser vistos pela sociedade. Desejam sobretudo essa interação dos valores religiosos, com a moda propriamente dita, usando de recursos diversos para dar uma cara alegre e moderna as vestimentas.

“A moda é uma forma de expressar publicamente sentidos compartilhados culturalmente. Na comunicação ou no âmbito dinâmico de circulação de sentidos partilhados os jovens tomam objetos culturais de alto consumo (vídeos, música, roupas...) e os ressignificam” (CELAM, 1995, p.59).

Ou seja, ao que se vê os jovens católicos, querem imprimir seu estilo, explorando seu universo religioso, bem como as variáveis circundantes da sociedade, pois são jovens impulsivos, adeptos as novidades(CNBB, 2007).

3 METODOLOGIA

Este projeto de pesquisa segue o raciocínio dedutivo e se dará por meio de uma pesquisa bibliográfica inicial, em busca de resgatar e evidenciar a evolução da relação entre a igreja e a moda, como também o histórico do jovem católico brasileiro. Em seguida se realizará uma pesquisa etnográfica com as jovens católicas, com idade entre 15 e 20 anos, e de classe média baixa. Este método concentra-se em subgrupos culturais inseridos em contextos mais amplos, e visa o estudo do seu cotidiano. Com estes dados será desenvolvida uma coleção de moda, que venha de encontro com as necessidades do público.

3.1 PESQUISA DE CAMPO

Para melhor compreender as necessidades a serem atendidas pelo público alvo foi aplicado um questionário, com as questões mais latentes quanto a possível idealização do projeto. A pesquisa foi desenvolvida na cidade de Arapongas - PR, na Paróquia São Francisco de Assis, e foi aplicada a 50 jovens e adolescentes com idade entre 15 e 20 anos, do sexo feminino, que atuam nos mais diversos movimentos e pastorais da Igreja Católica.

Segue abaixo a pesquisa com seus respectivos resultados:

Tabela 1 – Apresentação do resultado do questionário – 2011

(continua)

1- Qual sua prioridade no momento da compra de peças do vestuário?	
Design	22
Marca	14
Preço	10
Conforto	4
2-Você gostaria de consumir peças que expressem sua crença, com uma linguagem atual e própria da adolescência?	
Sim	48
Não	2

(Conclusão)

3-Com que frequência adquire produtos voltados para os católicos?	
As vezes	35
Sempre	10
Nunca	5
4-As peças disponíveis no mercado voltadas para o público Católico atendem às suas necessidades?	
Não	45
Sim	5
5-Se não, o que gostaria de ver presente em tais peças? Assinale quantas alternativas desejar:	
Estampas do Universo Cristão	35
Acompanhamento de tendências	28
Conforto e praticidade	25
Diversidade de cores	24
Modelagens diferenciadas	23
6- Em qual desses estilos você se encaixa ?	
Romântico	14
Moderno	14
Irreverente	11
Básico	8
Rocker	3
Emo	0
7-Quanto costuma gastar em média, com cada peça do vestuário?	
R\$81,00 á R\$160,00	20
R\$161,00 á R\$240,00	17
Até R\$80,00	12
Mais de R\$241,00	1

Fonte: Pesquisa de Campo

Com estes dados será possível mapear o desenvolvimento de uma coleção que venha de encontro às necessidades do público-alvo:

A prioridade no ato da compra é o design diferenciado que a marca pode trabalhar se adequando ao universo dessas jovens, aliado ao desejo majoritário de expressar a fé através de roupas e acessórios, pois mesmo que com pouca frequência os produtos existentes direcionados ao público são consumidos, ainda que as necessidades não sejam totalmente atendidas.

O que não pode faltar em tais peças, em ordem decrescente, são: estampas que permeiam o universo cristão, seguido pelo acompanhamento das tendências de moda, conforto e praticidade, diversidade de cores e modelagens diferenciadas. Dois estilos predominam entre o público: o romântico e o moderno. O consumo médio de cada peça adquirida fica em torno de R\$81,00 e R\$160,00, direcionando assim o preço médio das roupas a serem confeccionadas.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1.1 Empresa : Masson & Gasparotti Ltda.

- Porte: micro empresa
- Marca: Deluz



Figura 4 - Logomarca
Fonte: (Luciana Masson)

- Conceito da marca: A beleza da fé
- Segmento: casual wear
- Distribuição: Regional através de representação comercial, e via internet para o Brasil e exterior.
- Concorrentes/similares: Ágape camisetas, Companhia cristã, Kapela design e Chama viva.

- Sistema de vendas: lojas multimarcas
- Pontos de Venda: Regiões metropolitanas.
- Promoção: Eventos de lançamento de coleção.
- Preços praticados: R\$60,00 á R\$230,00

4.1.2 Público Alvo:

Jovens com idade entre 15 á 20 anos, do sexo feminino, praticantes da fé católica. Alegres e ativos na sociedade, engajadas em causas sociais .Trabalham e estudam, se enquadram nas classes b e c. Gostam de demonstrar sua fé através das roupas e acessórios, sempre coloridos pois demonstram seu estado de espírito. Freqüentam bares, lanchonetes, shoppings e cinema, sempre acompanhadas pelos amigos. Buscam constantemente por informações através de leituras e debates em grupo.



figura 5 - imagem do público alvo
Fonte: www.shutterstock.com

4.1.3 Pesquisa de tendências

- **Macrotendência:** Neossurrealismo – Design emotivo, onde a peça não se baseia apenas no apelo estético, mas a pequenos detalhes que contam uma história, agregam valor emocional. No atual contexto, em que a sociedade passa a perceber o mundo com outros olhos, revendo seus conceitos, superando preconceitos, procurando por novas filosofias de vida. O desejo é se reinventar, dar espaço aos devaneios.
- **Microtendências:** As roupas são inspiradas na linguagem de Chanel, voltadas para o público jovem, mesclando cortes tradicionais com casuais, focando nos detalhes, como a aplicação de botões que marcam presença, rendas coloridas que dão o toque de romantismo aplicadas em recortes ou sobrepostas, fazendo uma composição displicente e moderna.

4.2 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

4.2.1 Delimitação Projetual

A maior carência presente no segmento é a falta de diversidade de peças, pois no mercado atual são oferecidas somente t-shirts com estampas sacras. O objetivo é tornar as roupas atrativas visualmente, priorizando o desenvolvimento de estampas do Universo cristão, porém de forma mais descontraída e contemporânea, atendendo assim a questão simbólica, a moda enquanto veículo de comunicação.

4.2.2 Especificações do Projeto

- Conceito da coleção: Rainha de todos os santos
- Nome da coleção: Bem Aventurada Coleção Outono/Inverno 2012
- Referência da coleção: O Universo Mariano nos dias atuais, a mística que envolve a pessoa de Maria, em suas várias aparições pelo mundo, revendo seu papel dentro do Universo Católico, Propondo uma nova perspectiva da fé.
- Materiais:
 - Tecidos: Veludo cotelê, brim, tricoline, e tecidos destinados a decoração.
 - Malhas: Devorê, Flamê, tule rendado, slim, visco lycra.
- Formas e estruturas: Formas sem volumes, assimétricas, e com recortes geométricos.
- Tecnologias: O uso da estampa digital em parte dos produtos da coleção, um processo que estampa o tecido, com o benefício de ser sustentável e econômico.
Os raports das estampas criadas encontram-se no Apêndice A.
- Dimensionamento: 80 peças
- Mix de Coleção: 60 tops e 20 bottons
- Briefing da Coleção:



Figura 6 - Briefing da coleção
Fonte : Luciana Masson

- Cores:.

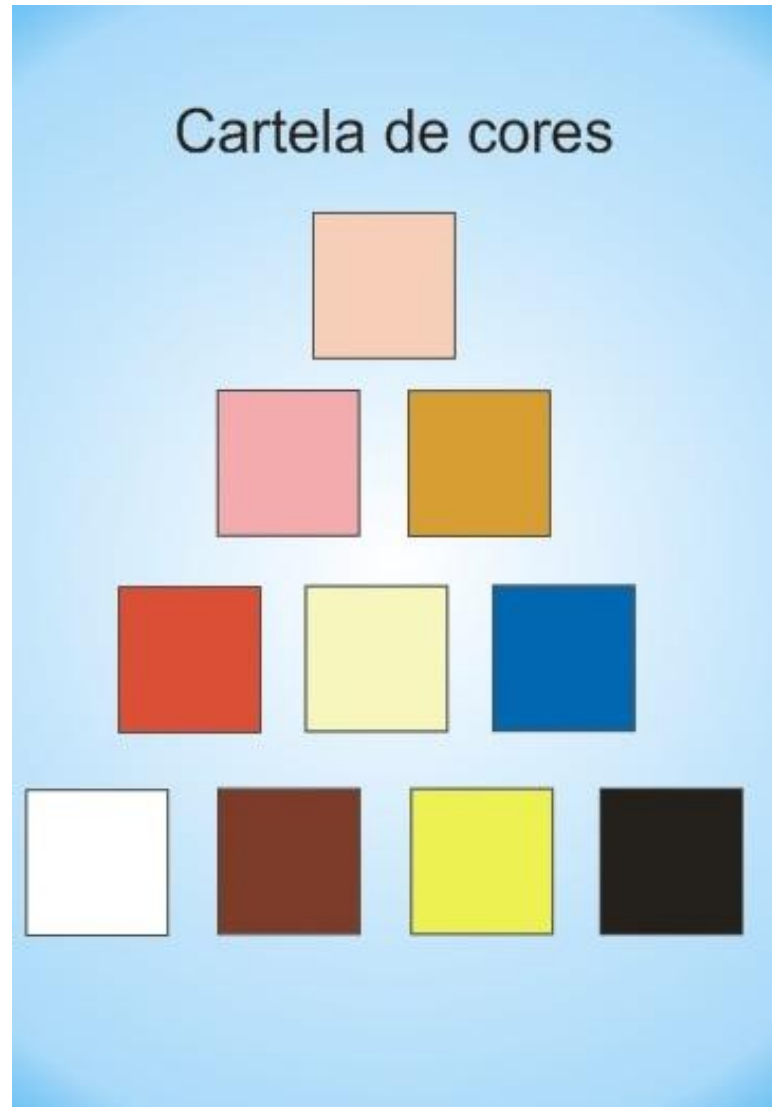


Figura 7 - cartela de cores
Fonte : Luciana Masson

Referências da coleção

<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC302D4B4001304B8C88B20402.htm> acesso em 30/08/2011 as 16:15

<http://www.aprouche.com.br/2011/05/07/preview-inverno-2012-senac-moda-informacao-apresenta-as-tendencias-das-passarelas-do-hemisferio-norte/> acesso 30/08/2011 as 16:20

<http://www.fashionbubbles.com/moda/tendencias-e-inspiracoes-para-o-inverno-2012-sao-apresentadas-pela-kite-textil/> acesso 30/08/2011 as 16:30

4.2.3 Geração de alternativas

As gerações de alternativas encontra-se no apêndice B.

4.2.4 Justificativa dos looks escolhidos

Os looks escolhidos, apresentam uma uniformidade estética, pois há um misto de estampas e recortes, que demonstram os aspectos religiosos, considerando também que são composições casuais adequadas a faixa etária do público, e ao mercado.

4.2.5 Croquis

Os croquis encontram-se no Apêndice C.

4.2.6 Fichas técnicas

As fichas técnicas das peças confeccionadas encontra-se no apêndice D.

4.2.7 Fotos das peças confeccionadas

As fotos das peças confeccionadas encontram-se no Apêndice E.

5 Resultado

Com base no crescimento do mercado de moda no Brasil, e as possibilidades de expansão ao se explorar novos nichos de mercado, a presente pesquisa teve como objeto de investigação um nicho de mercado existente pouco explorado, o público jovem católico. As marcas existentes direcionadas ao público, comercializam produtos com apelo religioso, porém não possuem harmonia estética, que se enquadre nas necessidades do público alvo, jovens do sexo feminino com idade entre 15 e 20 anos.

O estudo teve como objetivo a construção de uma coleção de moda, que sintetiza-se as necessidades das consumidoras, tendo como base as tendências de moda e os conceitos de design, aliados ao apelo religioso.

O questionário aplicado revelou as reais necessidades do público, a principal delas é a aceitação quanto à idéia de uma marca que venha de encontro às suas necessidades, com a proposta de lançar produtos específicos a faixa etária das adolescentes e jovens.

Baseado na pesquisa bibliográfica que revelou o perfil dos cristãos ao longo dos séculos, sua relação com os santos, a importância da moda enquanto veículo de comunicação entre os jovens, e o perfil do jovem católico brasileiro, aliado ao questionário aplicado, apontou caminhos para a construção da coleção.

Com base na Macrotendência do neossurrealismo, a proposta da coleção, foi explorar as sensações e os sentimentos através das peças. Para alcançar o objetivo proposto a coleção se baseou em três segmentos diferenciados de execução das peças, o trabalho com estampas corridas, diferencial que ainda não existe no mercado católico, trabalhando a grande afinidade que os cristãos tem com Maria a mãe de Jesus, tema desta coleção, os desenhos da estampa possuem conceito lúdico próprio para o público, que em pesquisa revelou gostar do estilo romântico e do moderno.

A outra diferenciação fica por conta das estampas localizadas trabalhadas também de forma lúdica e moderna, algumas num contexto muito próximo aos das paginas de relacionamentos freqüentados pelas consumidoras.

As modelagens e os recortes aparecem de forma mais sutil, sempre lembrando a silhueta das imagens de Nossa Senhora, combinados com recortes geométricos e à assimetria.

A coleção resultou em peças que se encaixam dentro dos valores estimados de aquisição de peças do vestuário, pelas jovens da pesquisa de campo, mesmo sendo de classe média baixa, as roupas são acessíveis ao público que se propõe a investir mais em peças, que tenham valor agregado de informação, apelo estético e religioso.

O estudo apresentou as carências do público em questão a serem supridas pelo mercado, quanto a itens de moda, as roupas construídas na coleção constituem-se do cotidiano destas jovens, que consomem informações e são alegres atuantes na fé, a coleção sintetiza a interação dos valores religiosos com a moda.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, Felipe R. Q de. **A intercessão e o culto dos Santos** –Imagens e Relíquias. Lorena –SP: Editora Cleófas, 2006.
- BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. 5 ed São Paulo:editora Anhembi Morumbi, 2007.
- BRANDÃO, Antonio Carlos; FERNANDES DUARTE, Milton. **Movimentos culturais de juventude**. 2. Ed. São Paulo: Editora moderna, 2004.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Editora senac,2008.
- CASTILHO, Katia. **Moda e Linguagem**. 2. Ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.
- CELAM-CONSELHO EPISCOPAL LATINO-AMERICANO. **Civilização do amor: Tarefa e esperança**. São Paulo: Paulinas, 1997.
- CNBB. **Documentos da CNBB 87: Diretrizes da Ação evangelizadora da Igreja no Brasil 2008-2010**.São Paulo: Paulinas ,2008.
- CNBB. **Documentos da CNBB 85: Evangelização da juventude**. São Paulo: Paulinas, 2007.
- ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda?Como a criamos porque a seguimos**. São Paulo: Editora senac,2005
- CIFREIRA, Renata Pitombo. **Os Sentidos da Moda**. São Paulo: Annablume, 2005.
- DICK, Pe Hilário.**O caminho se faz**. Porto Alegre-Rs: Instituto de Pastoral de Juventude, 1999.
- FEGHALI, Marta Kasnar.DWYER, Daniela.**As engrenagens da moda**. Rio de Janeiro: SENAC /RIO, 2010.
- HARTMANN, Frei Jorge Egidio. **Francisco, o irmão sempre alegre**. Petrópolis, Rio de Janeiro, 2008.
- JOFFILY, Ruth. **O Brasil tem estilo?**São Paulo: SENAC São Paulo, 1999.
- KONINGS, Johan M. H. *Et al.* **Religião e Cristianismo**. 7. Ed.Porto Alegre- Rs : Editora Edipucrs, 1997.
- LAVIER, James. **A roupa e a moda** uma história concisa. São Paulo: Companhia das letras, 2010.

LENZENWEGER, Josef *et al.* **História da igreja Católica.** São Paulo: Edições Loyola, 2006.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo de moda.** São Paulo: Estações das letras e cores, 2008.

POLLINI, Denise. **Breve História da Moda.** São Paulo: Editora Claridade, 2008.

<http://www.allaboutreligion.org/history-of-the-catholic-church-faq.htm> acessado em :25/03/2011 às 16h56min.

<http://www.camisetasagape.com.br> acessado em 14/04/2010 às 20h15min.

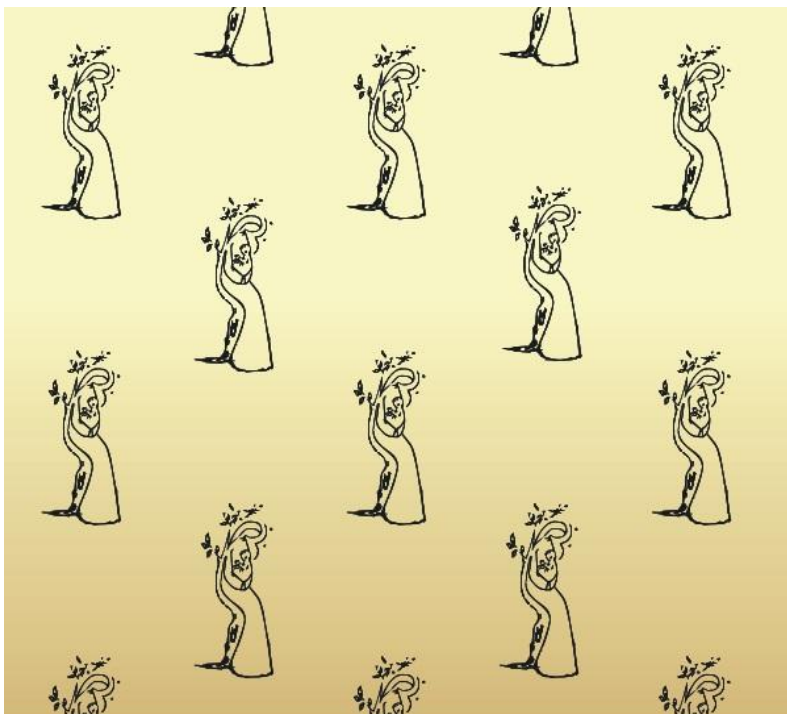
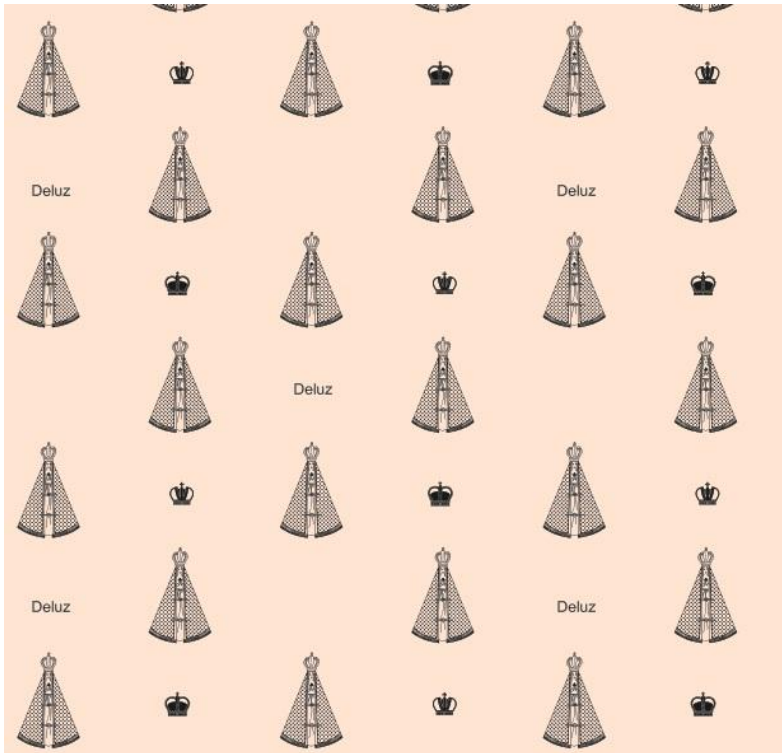
<http://camisetasreligiosas.com.br> acessado em , 14/04/2010 às 19h50min.

<http://www.companhiacrista.com.br> acessado em:14/04/2010 às 20h10min.

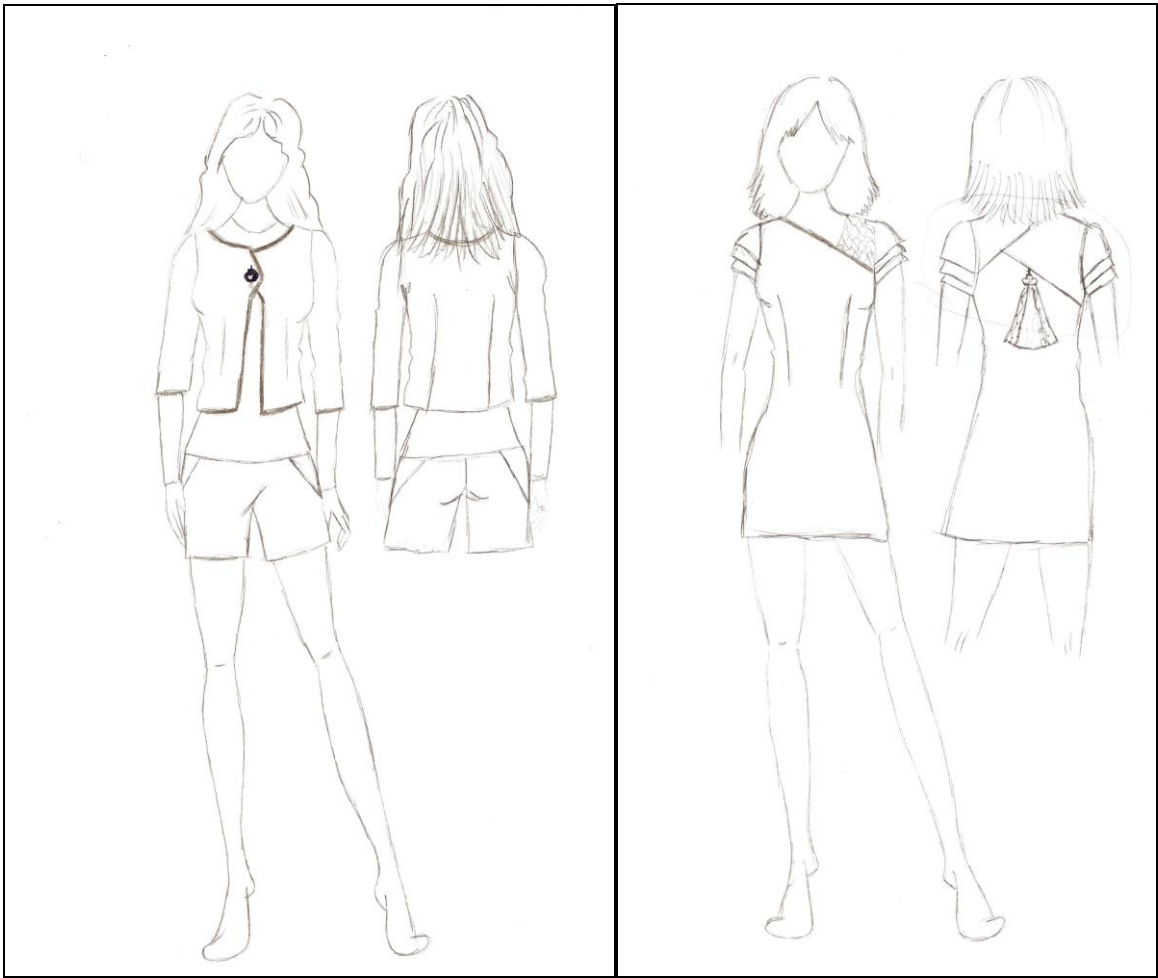
<http://www.kapela.com.br>, acessado em 14/04/2010 às 20h20min.

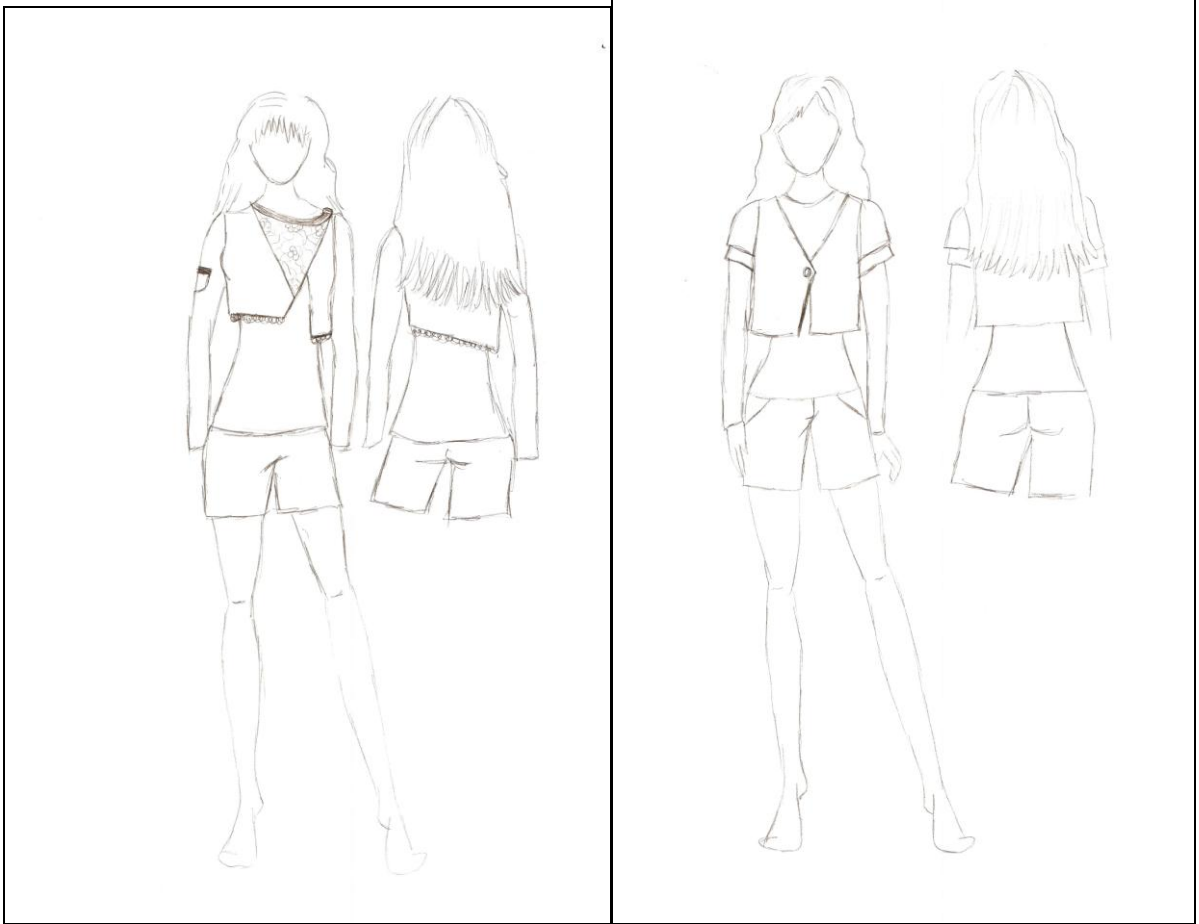
http://www.shutterstock.com/cat.mhtml?searchterm=f%C3%A9&search_group=&lang=pt&search_source=search_form#id=69287566, acessado em 20/10/2011 às 16h20min

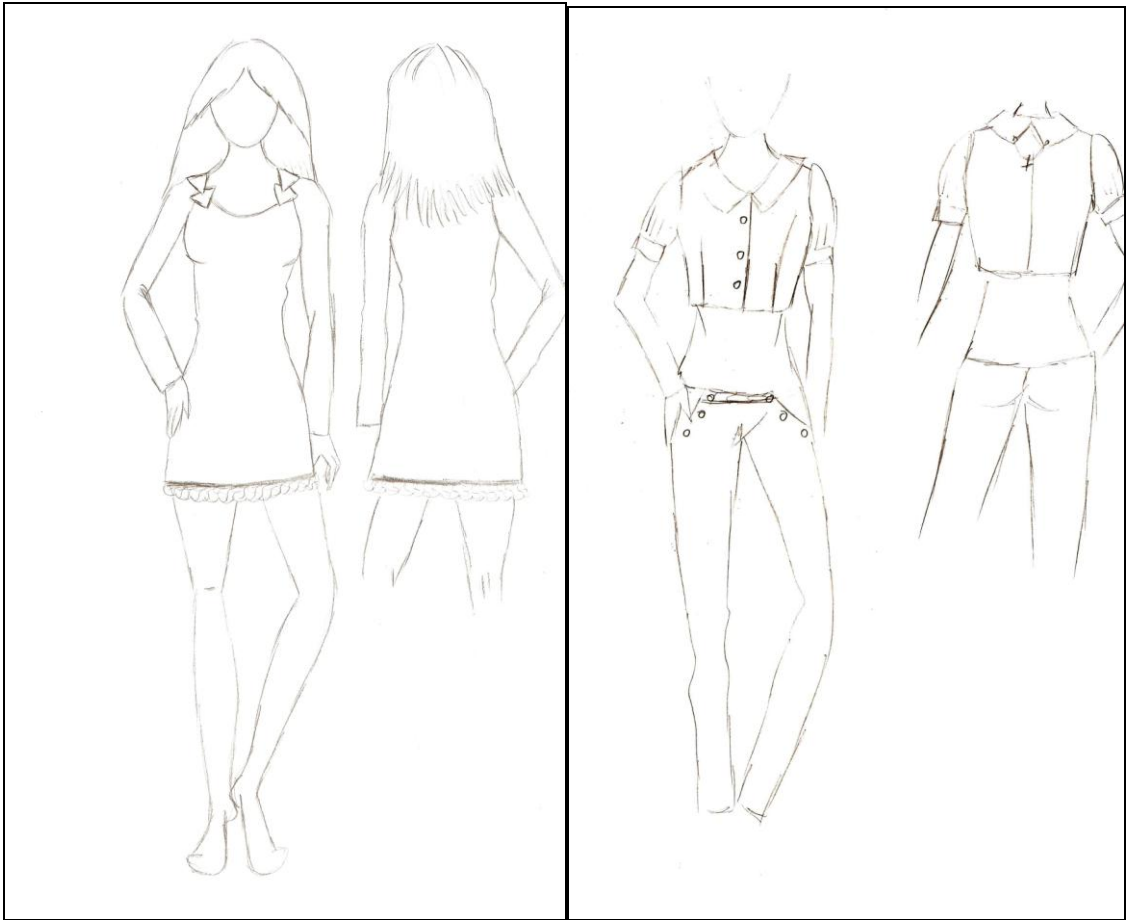
APÊNDICE A - Raports das estampas Criadas



APÊNDICE B - Geração de alternativas.

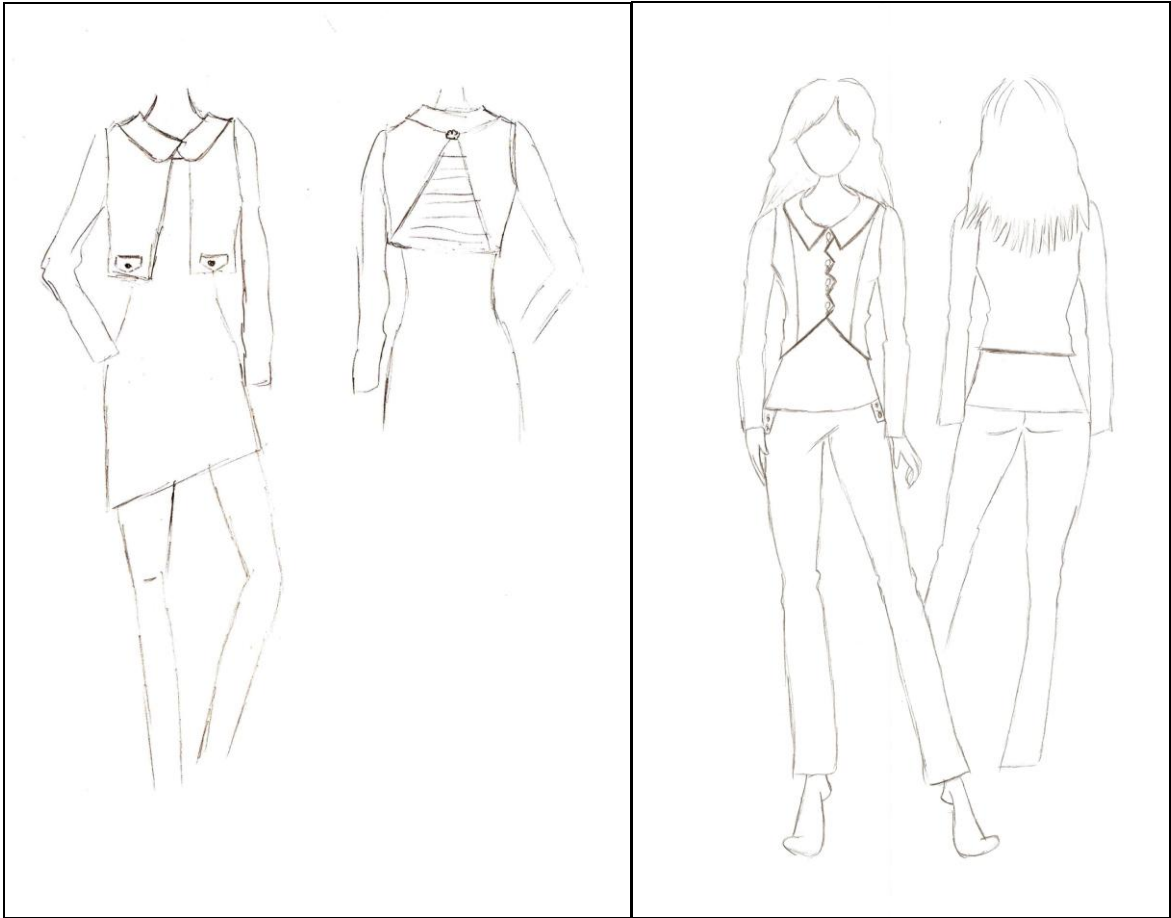


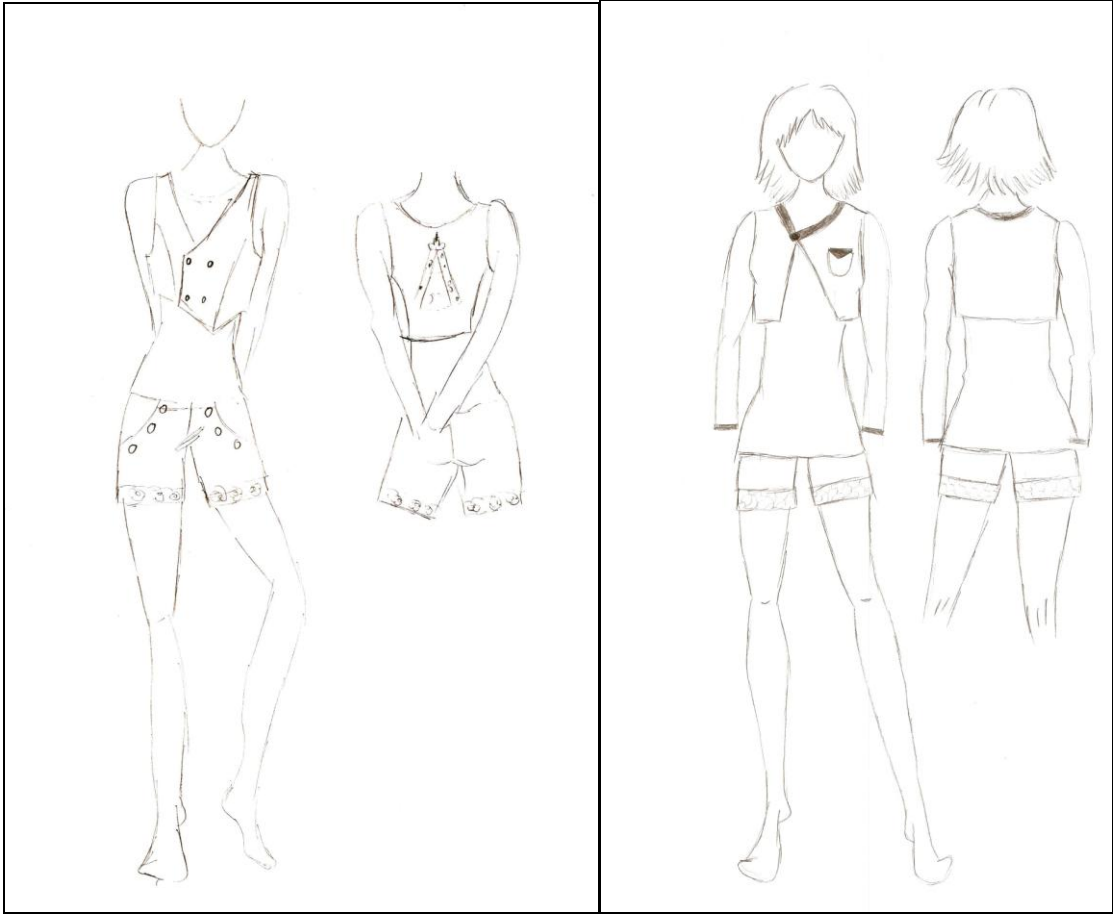


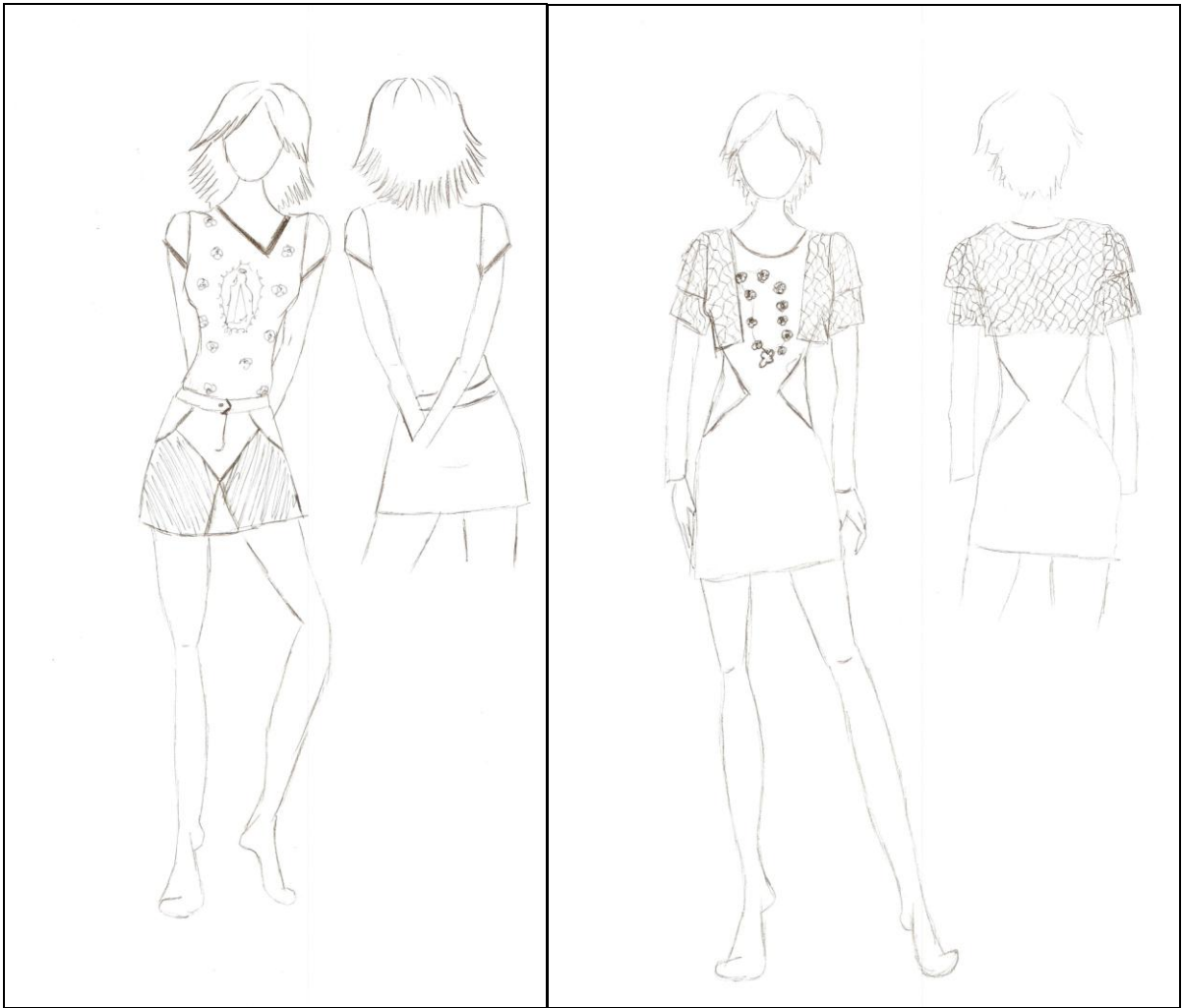


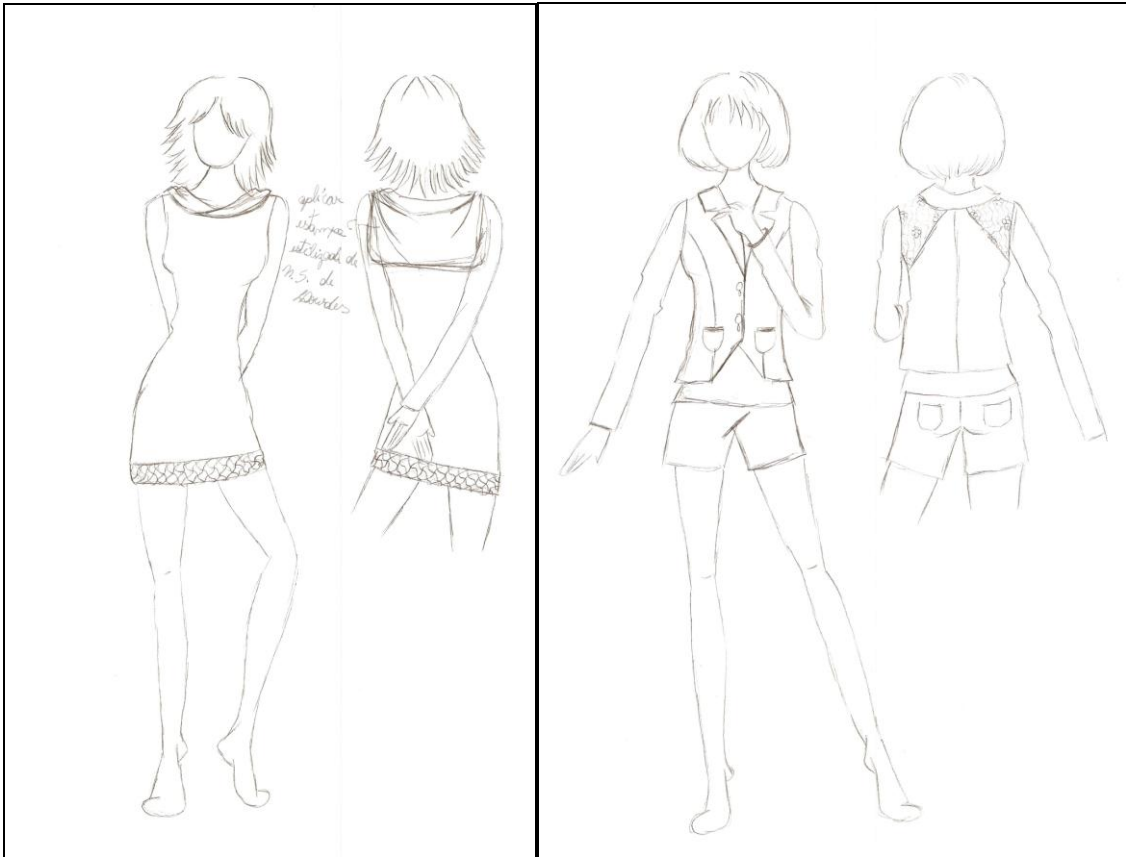


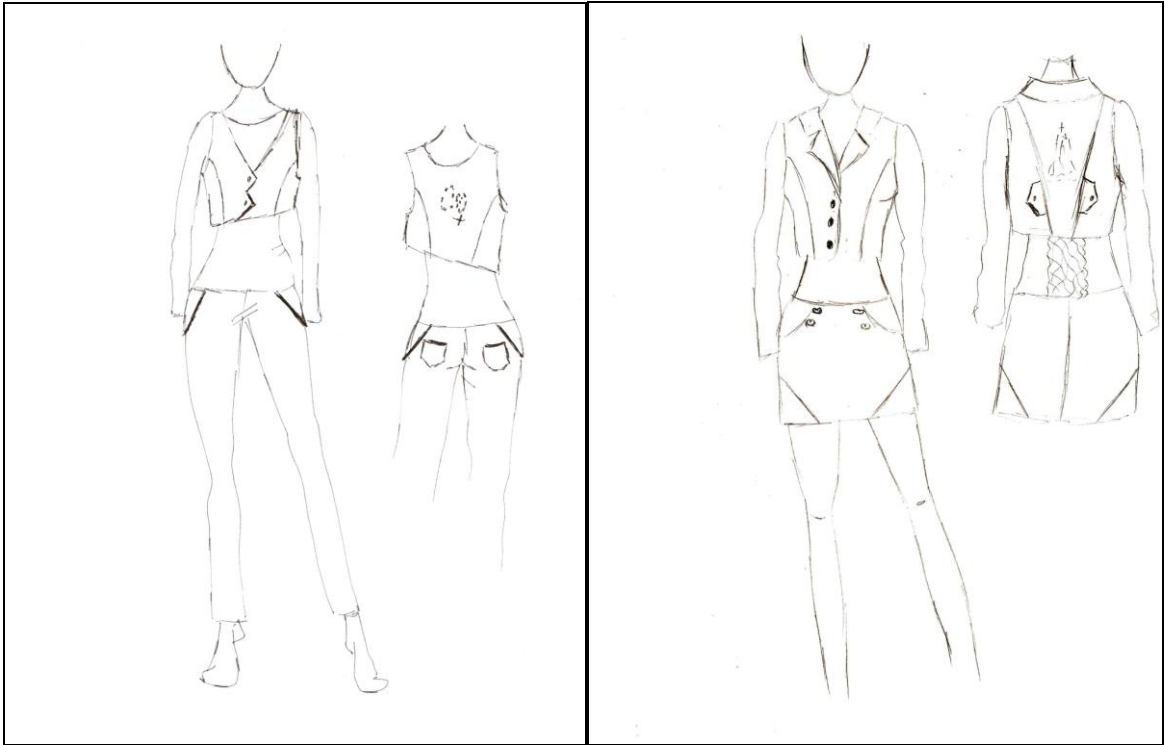






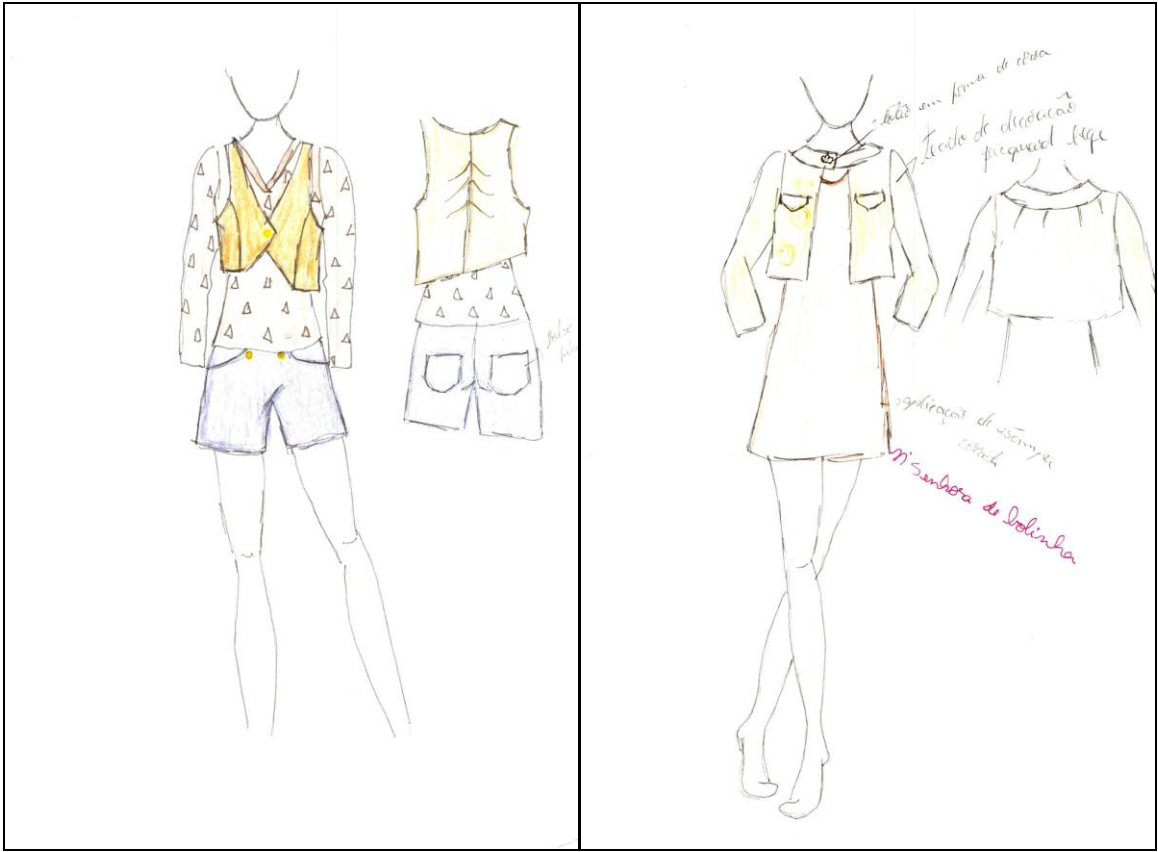


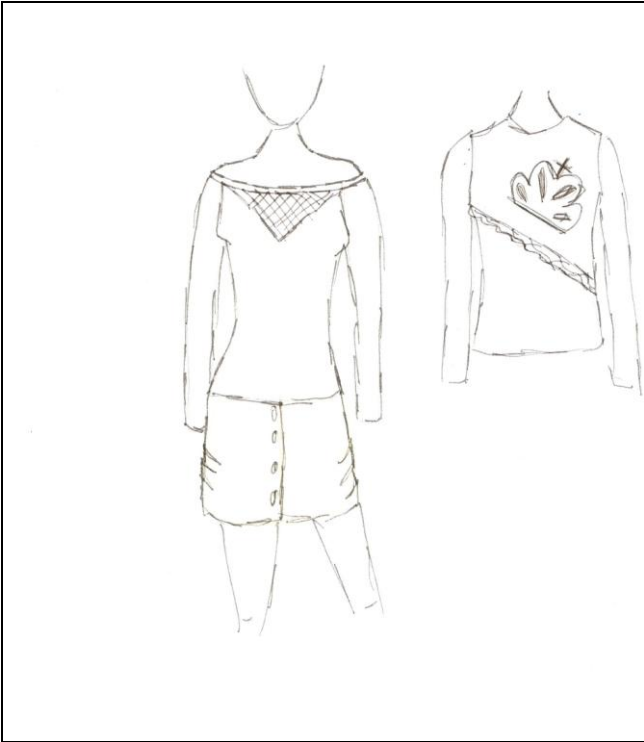








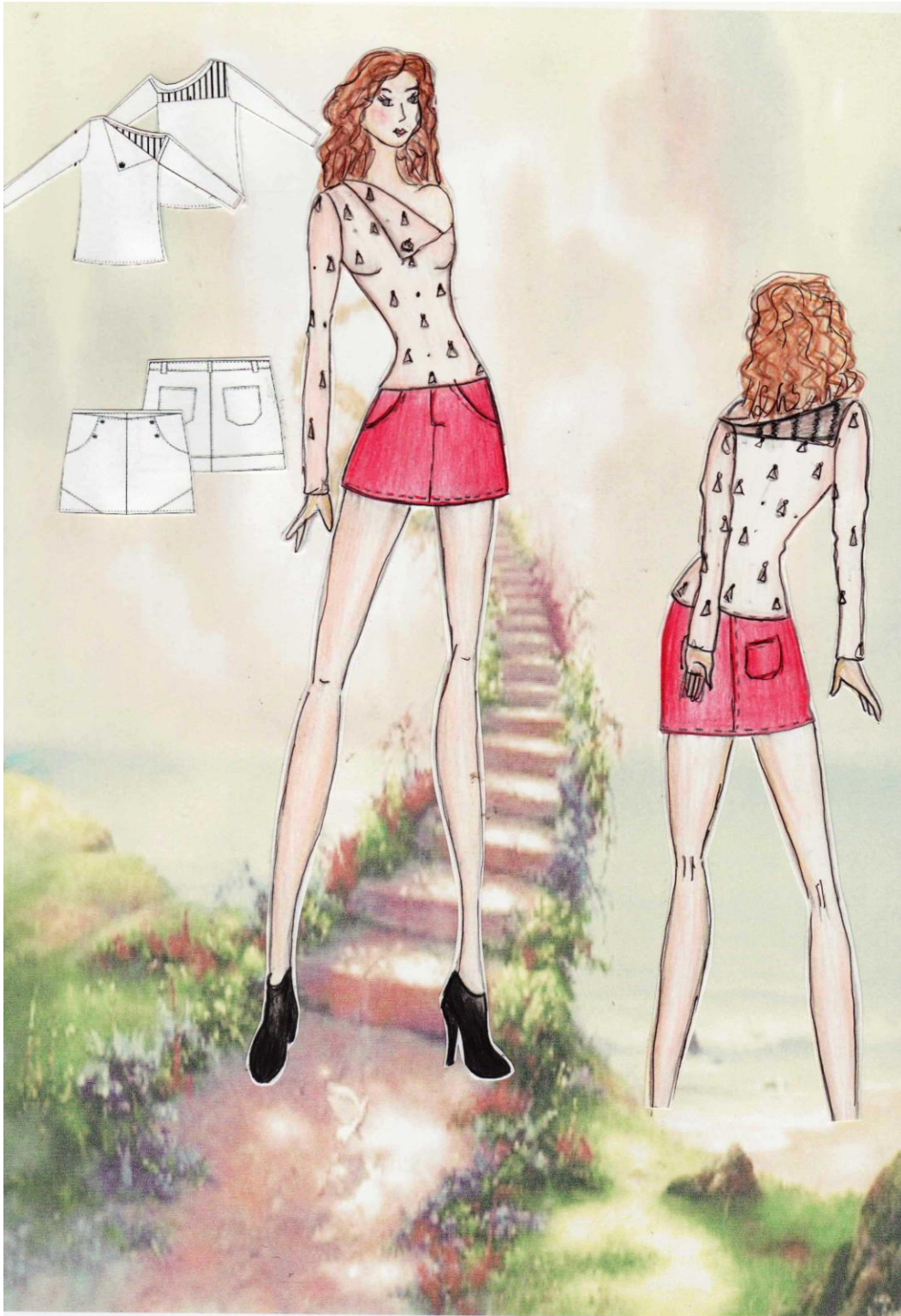




APÉNDICE C - Croquis

























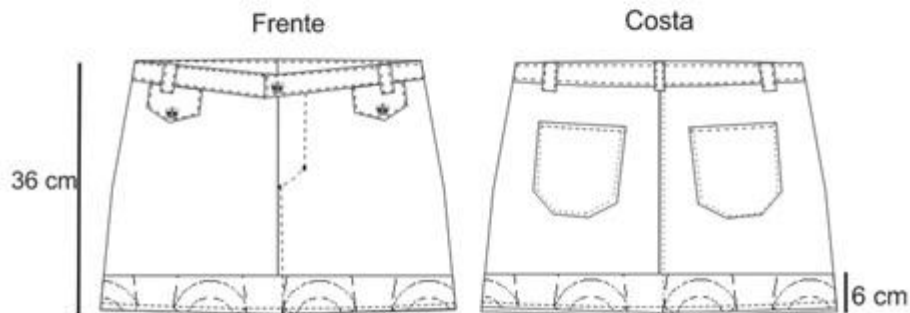
APÊNDICE D - Fichas Técnicas

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						14/11/2011	
Descrição do modelo: Saia básica com botões de coroa				Ref:	001/012		
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja	100% Algodão	Amarelo escuro	Casa Novo Horizonte	1,4 m	40 cm	R\$15,00	R\$6,00
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	28m	R\$0,01		R\$0,28	
Botão de coroa	002/25	Sianinha aviamentos	4 un	R\$2,50		R\$10,00	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$3,50	
Beneficiamento						XXXX	
Custo total						R\$19,94	

Frente

Costa

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012				14/11/2011			
Descrição do modelo: Saia branca com renda e botões de coroa				Ref:	001/013		
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Brim	100% Algodão	Branco	Casa Novo Horizonte	1,4 m	40 cm	R\$13,00	R\$5,20
Renda	100% Poliéster	Amarelo	Central das malhas	1,6 m	10 cm	R\$25,00	R\$2,50
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	26m	R\$0,01		R\$0,26	
Botão de coroa	002/25	Siaminha aviamentos	3 un	R\$2,50		R\$7,50	
Zipper	002/01	Siaminha aviamentos	1 un	R\$1,50		R\$1,50	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$4,00	
Beneficiamento						XXXX	
Custo total						R\$21,12	




Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Blusa com mangas 3/4				Ref:	001.018		
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco	Central das Malhas	1,4 m	60 cm	R\$10,00	R\$6,00
Renda	100% Poliéster	Branca	Central das Malhas	1,6 m	20x60 cm	R\$30,00	R\$6,00
Materia prima secundaria							
Item	Referencia	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	34m	R\$0,01		R\$0,34	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$3,50	
Beneficiamento Estampa do Espirito Santo (Pomba)						R\$1,00	
Custo total						R\$17,00	




Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Jaqueta com estampa nas costas					Ref:	001/028	
Matéria prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja acetinada	98% Algodão 2% Elastano	Vermelho	CasaNovo Horizonte	1,4 m	1,40 m	R\$20,00	R\$28,00
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	50m	R\$0,01		R\$0,50	
botão	002/05	Sianinha aviamentos	5 un	R\$0,35		R\$1,75	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$7,00	
Beneficiamento							
Estampa de Nossa Senhora Deluz						R\$2,00	
Custo total						R\$39,41	

Frente



Costa



Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Blusa estampada de um ombro só				Ref:	001/023		
Matéria prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco (Com aplicação de estampa corrida)	Central das Malhas	1,4 m	70 cm	R\$10,00	R\$7,00
Tule rendado	100% Poliéster	Preto	Casa Novo Horizonte	1,4 m	25 cm	R\$25,00	R\$6,25
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	32m	R\$0,01		R\$0,32	
botão	002/25	Sianinha aviamentos	1 un	R\$2,50		R\$2,50	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$4,50
Beneficiamento							R\$2,00
Aplicação de estampa corrida no tecido							
Custo total							R\$22,73

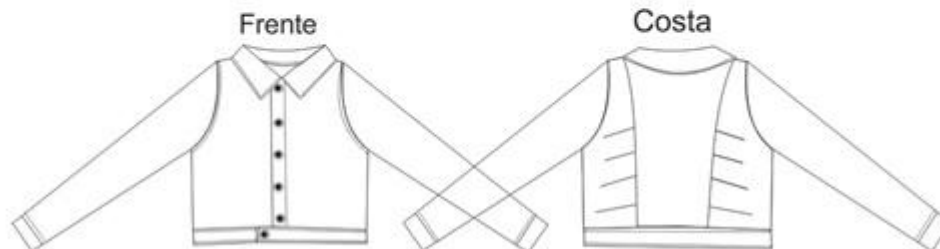
Frente

56 cm

Costa

tule rendado

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Jaqueta com pregas nas costas					Ref:	001/027	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Jacquard	100% Poliéster	Bege	Casa Novo Horizonte	1,4 m	1,40 m	R\$30,00	R\$42,00
Materia prima secundaria							
Item	Referencia	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	48m	R\$0,01		R\$0,48	
botão	002/05	Siaminha aviamentos	6 un	R\$0,30		R\$1,80	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$7,00	
Beneficiamento						XXXXX	
Custo total						R\$51,44	



Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Blusa com frente sobreposta estampada					Ref:	001/020	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco	Central das Malhas	1,4 m	80 cm	R\$10,00	R\$8,00
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	30m	R\$0,01		R\$0,30	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$3,50
Beneficiamento							
Estampa estilizada de Nossa Senhora							R\$1,00
Custo total							R\$12,96

Frente

Costa

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Blusa básica com aplicação de estampa em tons de amarelo				Ref:	001/024		
Matéria prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco (Com aplicação de estampa corrida)	Central das Malhas	1,4 m	70 cm	R.\$10,00	R.\$7,00
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	32m	R.\$0,01		R.\$0,32	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R.\$0,01		R.\$0,01		
Tag	1		R.\$0,15		R.\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R.\$4,00	
Beneficiamento						R.\$2,00	
Aplicação de estampa corrida na malha							
Custo total						R.\$13,48	

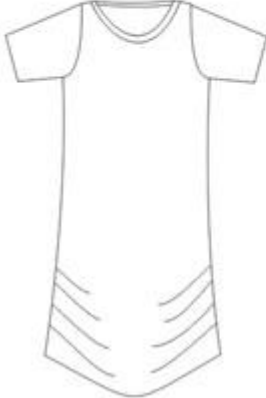
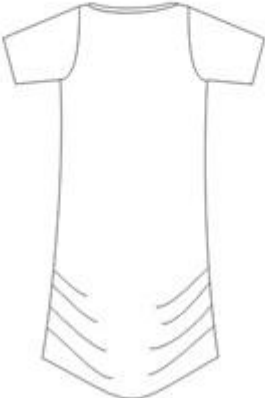
Frente

Costa

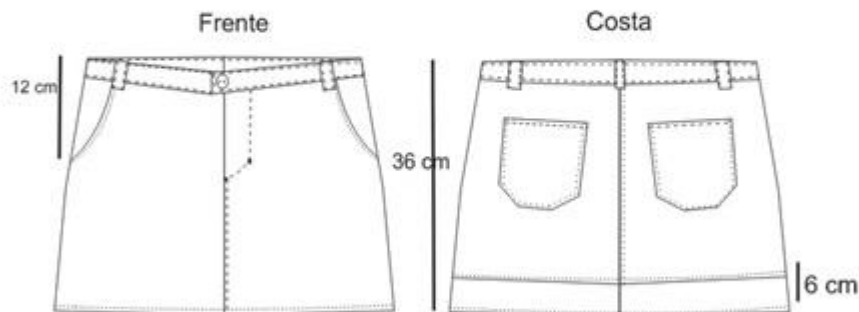
Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Blusa básica					Ref:	001/019	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco	Central das Malhas	1,4 m	60 cm	R\$10,00	R\$6,00
Materia prima secundaria							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	30m	R\$0,01		R\$0,30	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$3,50
Beneficiamento							XXXXXX
Custo total							R\$9,96

Frente



Costa

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: vestido com pregas na lateral e aplicação de estampa corrida na malha					Ref:	001/025	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Slim	98% Poliéster 2% Elastano	Branco (com aplicação de estampa corrida)	Central das Malhas	1,4 m	90 cm	R\$10,00	R\$9,00
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sisinha aviamentos	38m	R\$0,01		R\$0,38	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R\$4,80	
Beneficiamento							
Aplicação de estampa corrida na malha						R\$2,00	
Custo total						R\$16,34	
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="text-align: center;"> <p>Frente</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Costa</p>  </div> </div>							

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						14/11/2011	
Descrição do modelo: Saia básica vermelha				Ref:	001/014		
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja acetinada	98% Algodão 2% Elastano	Vermelho	Casa Novo Horizonte	1,4 m	40 cm	R\$20,00	R\$8,00
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	28m	R\$0,01		R\$0,28	
Botão	002/05	Sianinha aviamentos	1 un	R\$0,50		R\$0,50	
Zipper	002/01	Sianinha aviamentos	1 un	R\$1,50		R\$1,50	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$4,00
Beneficiamento							XXXXXX
Custo total							R\$14,44



Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Jaqueta com tule				Ref:	001/026		
Matéria prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja acetinada com elastano	52% Poliéster 45% Algodão 3% Elastano	Rose	CasaNovo Horizonte	1,4 m	1,30 m	R.\$25,00	R.\$32,50
Tule rendado	100% Poliéster	Preto	CasaNovo Horizonte	1,4 m	50 cm	R.\$25,00	R.\$12,50
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	46m	R.\$0,01		R.\$0,46	
botão	002/05	Siaminha aviamentos	7un	R.\$0,50		R.\$3,50	
Botão de coroa	002/25	Siaminha aviamentos	1 un	R.\$2,50		R.\$2,50	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R.\$0,01		R.\$0,01		
Tag	1		R.\$0,15		R.\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros						R.\$7,00	
Beneficiamento						XXXXXXX	
Custo total						R.\$58,62	

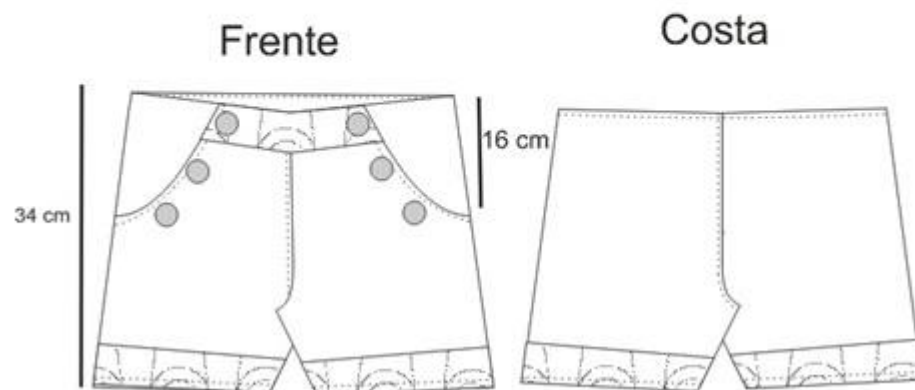
Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Jaqueta com corrente nas costas					Ref:	001/029	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Pique	100% Algodão	Azul	Casa Novo Horizonte	1,4 m	1,30 m	R\$18,00	R\$23,40
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	46m	R\$0,01		R\$0,46	
ilhos	003/02	Sianinha aviamentos	2 un	R\$0,20		R\$0,40	
botão	002/05	Sianinha aviamentos	3 un	R\$0,30		R\$0,90	
corrente	005/01	Maria Bijou	1 un	R\$2,00		R\$2,00	
Pingente	005/02	Maria Bijou	1 un	R\$0,50		R\$0,50	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$7,00
Beneficiamento							XXXXXX
Custo total							R\$34,82
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Frente</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Costa</p>  </div> </div>							


Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Short básico				Ref:	001/016		
Matéria prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja	100% Algodão	Amarelo escuro	Casa Novo Horizonte	1,4 m	40 cm	R\$15,00	R\$6,00
Matéria prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	28m	R\$0,01		R\$0,28	
botão	002/05	Sianinha aviamentos	4 un	R\$0,50		R\$2,00	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário			Total	
Etiqueta composição	1		R\$0,01			R\$0,01	
Tag	1		R\$0,15			R\$0,15	
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$6,00
Beneficiamento							
Estampa do Espírito Santo com o terço							R\$2,00
Custo total							R\$16,44

Frente

Costa

Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Short com renda				Ref:	001/017		
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Brim	100% Algodão	Salmon	Casa Novo Horizonte	1,4 m	40 cm	R\$13,00	R\$5,20
Renda	100% Poliéster	Salmon	Central das malhas	1,6 m	20 cm	R\$25,00	R\$5,00
Materia prima secundária							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitario		Total	
linha/ fio	001/01	Siaminha aviamentos	32m	R\$0,01		R\$0,32	
botão	002/07	Siaminha aviamentos	6 un	R\$0,50		R\$3,00	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitario		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$6,00
Beneficiamento							XXXX
Custo total							R\$19,68



Ficha técnica							
Masson & Gasparotti Ltda.							
Coleção: Bem Aventurada outono / Inverno 2012						16/11/2011	
Descrição do modelo: Colete assimétrico forrado e com estampa					Ref:	001/021	
Materia prima Principal							
Nome/código	composição	cor	fornecedor	largura	gasto	preço/metro	Total
Sarja acetinada com elastano	52% Poliéster 45% Algodão 3% Elastano	Rose	Casa Novo Horizonte	1,4 m	60 cm	R\$25,00	R\$15,00
Microtactel (Forro)	100% Poliéster	Branco (com aplicação de estampa)	Casa Novo Horizonte	1,4 m	60 cm	R\$10,00	R\$6,00
Materia prima secundaria							
Item	Referência	Fornecedor	Gasto por peça	Preço unitário		Total	
linha/ fio	001/01	Sianinha aviamentos	42m	R\$0,01		R\$0,42	
Botão	002/05	Sianinha aviamentos	4 un	R\$0,50		R\$2,00	
Embalagens e etiquetas							
Item	Quantidade		Preço Unitário		Total		
Etiqueta composição	1		R\$0,01		R\$0,01		
Tag	1		R\$0,15		R\$0,15		
Mão de Obra , encargos fiscais e outros							R\$5,50
Beneficiamento							
Estampa de Nossa Senhora de bolinhas							R\$1,00
Aplicação de estampa corrida no tecido do forro							R\$2,00
Custo total							R\$32,08
<p>Frente Costa</p> 							

APÊNDICE E - Fotos das peças confeccionadas













APÊNDICE F - Questionário aplicado

- 1- Qual sua prioridade no momento da compra de peças do vestuário?
() Design () Marca
() Preço () Conforto
- 2- Você gostaria de consumir peças que expressem sua crença, com uma linguagem atual e própria da adolescência?
() Sim () Não
- 3- Com que frequência adquire produtos voltados para os católicos?
() Às vezes () Sempre () nunca
- 4- As peças disponíveis no mercado voltadas para o público católico atendem às suas necessidades?
() Não () Sim
- 5- Se não, o que gostaria de ver presente em tais peças? Assinale quantas alternativas desejar:
- () Estampas do universo cristão
 - () Acompanhamento das tendências
 - () Conforto e praticidade
 - () Diversidade de cores
 - () Modelagens diferenciadas
- 6-Em qual desses estilos você se encaixa?
() Romântico () Moderno
() Irreverente () Básico
() Rocker () Emo
- 7- Quanto costuma gastar em média, com cada peça do vestuário?
() Até R\$80,00
() R\$81,00 á R\$160,00
() R\$161,00 á R\$240,00
() Mais de R\$241,00