

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

DANIELE DE ALMEIDA SANTOS

O COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS “NERDS”

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2011

DANIELE DE ALMEIDA SANTOS

O COMPORTAMENTO DE COMPRA DOS “NERDS”

TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Campus Apucarana, como requisito parcial para conclusão do curso.

Orientador (a): Prof (a) Lívia Laura Matté
Co-orientador: Prof. Mestre Muriel de Souza Godoi

APUCARANA

2011



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 19
O comportamento de compra dos nerds

por

Daniele Almeida Santos

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e um 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 de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR (A) LÍVIA LAURA MATTÉ – ORIENTADOR (A)

PROFESSOR (A) MURIEL DE SOUZA GODOI – ORIENTADOR (A)

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

PROFESSOR (A) SORAYA HANNA AYOUB FRANZON – EXAMINADOR (A)

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

Dedico este trabalho aos meus pais que me incentivaram nas minhas escolhas, ao meu companheiro “*nerd*” Miguel Akira que me serviu de inspiração e que me ajudou a vencer os obstáculos que surgiram para que este trabalho pudesse ser realizado.

A melhor maneira de prever o futuro é inventá-lo. (KAY, Alan, 1971)

RESUMO

SANTOS, Daniele de Almeida. **Comportamento de Compra dos “nerds”**. 2011. 195 f. Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Apucarana, 2011

O presente trabalho tem como objetivo analisar o comportamento de compra do grupo urbano conhecido como “nerds”. Para isso foi feito um estudo sobre o paradigma comportamental do “nerd” e seus diversos subgrupos. Foi feita uma análise desde a formação da palavra passando pelo seu emprego com cunho pejorativo, até o estado atual. Com isso objetivou-se também desconstruir a imagem formada pelo estereótipo do senso comum, por meio do estudo da revolução iniciada com a indústria da computação que culminou nessa mudança comportamental da sociedade, além de levantar informações a respeito dos benefícios do comércio eletrônico bem como analisar as possibilidades de atingir esse novo nicho de mercado no Brasil. Através dessa análise buscou-se o melhor método para oferecer produtos de moda para o consumo desse grupo cultural.

Palavras-chave: *E-commerce*. Moda. Comportamento. *Nerds*.

ABSTRACT

SANTOS, Daniele de Almeida. **Buying Behavior of “nerds”**. 2011. 195 f. Completion of Course Work in Fashion Design Technology at Parana Federal University of Technology, Apucarana 2011

This completion of course work has the objective to analyze the buying behavior of the urban group known as “nerds”. To achieve such objective, a study will be made about the current behaviourist paradigm of the “nerd” and it’s derivatives subgroups. The word “nerd” will be analyzed from it’s beginning until it’s use with pejorative slant, up to it’s current form. The common sense’s stereotypical image of the “nerd” will be deconstructed by the analysis of the revolution started by the computing industry that led to a behaviourist change of society. Furthermore, the benefits of the electronic commerce will be analyzed, as will be the possibilities of meeting this new market niche in Brazil. Through this analysis, the best method for offering fashion products for this cultural group has been defined.

Keywords: E-commerce. Fashion. Behaviour. “nerds”.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Imagem do público-alvo.....	44
Ilustração 2 – Logo do site	45
Ilustração 3 – Imagem conceitual do site	48
Ilustração 4 - Briefing	56
Ilustração 5 – Tabela de Cores	57
Ilustração 6 – Geração de Alternativas Masculina 1	59
Ilustração 7 – Geração de Alternativas Masculina 2	60
Ilustração 8 – Geração de Alternativas Masculina 3	61
Ilustração 9 – Geração de Alternativas Masculina 4	62
Ilustração 10 – Geração de Alternativas Masculina 5	63
Ilustração 11 – Geração de Alternativas Masculina 6	64
Ilustração 12 – Geração de Alternativas Masculina 7	65
Ilustração 13 – Geração de Alternativas Masculina 8	66
Ilustração 14 – Geração de Alternativas Masculina 9	67
Ilustração 15 – Geração de Alternativas Masculina 10	68
Ilustração 16 – Geração de Alternativas Masculina 11	69
Ilustração 17 – Geração de Alternativas Masculina 12	70
Ilustração 18 – Geração de Alternativas Masculina 13	71
Ilustração 19 – Geração de Alternativas Masculina 14	72
Ilustração 20 – Geração de Alternativas Feminina 1.....	73
Ilustração 21 – Geração de Alternativas Feminina 2.....	74
Ilustração 22 – Geração de Alternativas Feminina 3.....	75
Ilustração 23 – Geração de Alternativas Feminina 4.....	76
Ilustração 24 – Geração de Alternativas Feminina 5.....	77
Ilustração 25 – Geração de Alternativas Feminina 6.....	78
Ilustração 26 – Geração de Alternativas Feminina 7.....	79
Ilustração 27 – Geração de Alternativas Feminina 8.....	80
Ilustração 28 – Geração de Alternativas Feminina 9.....	81
Ilustração 29 – Geração de Alternativas Feminina 10.....	82
Ilustração 30 – Geração de Alternativas Feminina 11.....	83
Ilustração 31 – Geração de Alternativas Feminina 12.....	84
Ilustração 32 – Geração de Alternativas Feminina 13.....	85
Ilustração 33 – Geração de Alternativas Feminina 14.....	86
Ilustração 12 – Look Masculino 7	88
Ilustração 9 – Look Masculino 4	91
Ilustração 21 – Look Feminino 2	93
Ilustração 16 – Look Masculino 11	95
Ilustração 14 – Look Masculino 9.....	97
Ilustração 22 – Look Feminino 3	99
Ilustração 13 – Look Masculino 9.....	101
Ilustração 23 – Look Feminino 4	103
Ilustração 19 – Look Masculino 14.....	105
Ilustração 32 – Look Feminino 13	107
Ilustração 6 – Look Masculino 1	109
Ilustração 33 – Look Feminino 14	111
Ilustração 34 – 1ª. Prancha	113
Ilustração 35 – 2ª. Prancha	114

Ilustração 36 – 3ª. Prancha	115
Ilustração 37 – 4ª. Prancha	116
Ilustração 38 – 5ª. Prancha	117
Ilustração 39 – 6ª. Prancha	118
Ilustração 40 – 7ª. Prancha	119
Ilustração 41 – 8ª. Prancha	120
Ilustração 42 – 9ª. Prancha	121
Ilustração 43 – 10ª. Prancha	122
Ilustração 44 – 11ª. Prancha	123
Ilustração 45 – 12ª. Prancha	124
Ilustração 46 – 1ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado	125
Ilustração 47 – 1ª Ficha Operacional do 1º Look	126
Ilustração 48 – 2ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado	127
Ilustração 49 – 2ª Ficha Operacional do 1º Look	128
Ilustração 50 – 3ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado	129
Ilustração 51 – 3ª Ficha Operacional do 1º Look	130
Ilustração 52 – 1ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado	131
Ilustração 53 – 1ª Ficha Operacional do 2º Look	132
Ilustração 54 – 2ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado	133
Ilustração 55 – 2ª Ficha Operacional do 2º Look	134
Ilustração 56 – 3ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado	135
Ilustração 57 – 3ª Ficha Operacional do 2º Look	136
Ilustração 58 – 1ª Ficha Técnica do 3º Look Confeccionado	137
Ilustração 59 – 1ª Ficha Operacional do 3º Look	138
Ilustração 60 – 2ª Ficha Técnica do 3º Look Confeccionado	139
Ilustração 61 – 2ª Ficha Operacional do 3º Look	140
Ilustração 62 – 3ª Ficha Técnica do 3º Look Confeccionado	141
Ilustração 63 – 3ª Ficha Operacional do 3º Look	142
Ilustração 64 – 1ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado	143
Ilustração 65 – 1ª Ficha Operacional do 4º Look	144
Ilustração 66 – 2ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado	145
Ilustração 67 – 2ª Ficha Operacional do 4º Look	146
Ilustração 68 – 3ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado	147
Ilustração 69 – 3ª Ficha Operacional do 4º Look	148
Ilustração 70 – 1ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado	149
Ilustração 71 – 1ª Ficha Operacional do 5º Look	150
Ilustração 72 – 2ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado	151
Ilustração 73 – 2ª Ficha Operacional do 5º Look	152
Ilustração 74 – 3ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado	153
Ilustração 75 – 3ª Ficha Operacional do 5º Look	154
Ilustração 76 – 1ª Ficha Técnica do 6º Look Confeccionado	155
Ilustração 77 – 1ª Ficha Operacional do 6º Look	156
Ilustração 78 – 1ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado	157
Ilustração 79 – 1ª Ficha Operacional do 7º Look	158
Ilustração 80 – 2ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado	159
Ilustração 81 – 2ª Ficha Operacional do 7º Look	160
Ilustração 82 – 3ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado	161
Ilustração 83 – 3ª Ficha Operacional do 7º Look	162
Ilustração 84 – 1ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado	163
Ilustração 85 – 1ª Ficha Operacional do 8º Look	164

Ilustração 86 – 2ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado	165
Ilustração 87 – 2ª Ficha Operacional do 8º Look	166
Ilustração 88 – 3ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado	167
Ilustração 89 – 3ª Ficha Operacional do 8º Look	168
Ilustração 90 – Capa e Contra-Capa do Catálogo.....	169
Ilustração 91 – Folha 1 do Catálogo.....	170
Ilustração 92 – Folha 2 do Catálogo.....	171
Ilustração 93 – Folha 3 do Catálogo.....	172
Ilustração 94 – Folha 4 do Catálogo.....	173
Ilustração 95 – Folha 5 do Catálogo.....	174
Ilustração 96 – Folha 6 do Catálogo.....	175
Ilustração 97 – Folha 7 do Catálogo.....	176
Ilustração 98 – Folha 8 do Catálogo.....	177
Ilustração 99 – Folha 9 do Catálogo.....	178
Ilustração 100 – Folha 10 do Catálogo.....	179
Ilustração 101 – Folha 11 do Catálogo.....	180
Ilustração 102 – Folha 12 do Catálogo.....	181
Ilustração 103 – Folha 13 do Catálogo.....	182
Ilustração 104 – Folha 14 do Catálogo.....	183
Ilustração 105 – Folha 15 do Catálogo.....	184
Ilustração 106 – Folha 16 do Catálogo.....	185
Ilustração 107 – Folha 17 do Catálogo.....	186
Ilustração 108 – Folha 18 do Catálogo.....	187
Ilustração 109 – Folha Final do Catálogo	188
Ilustração 110 – Página de Abertura	189
Ilustração 111 – Histórico da Empresa.....	190
Ilustração 112 – Conceito.....	190

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Idade dos entrevistados.....	34
Gráfico 2 – Gênero dos entrevistados.....	34
Gráfico 3 – Nível Escolar dos entrevistados.....	35
Gráfico 4 – Perfil dos Entrevistados	35
Gráfico 5 – Você Considera a Mora um Meio de Comunicação Pessoal?	36
Gráfico 6 – Necessidade de Expressão do Estilo de Vida Através da Moda	37
Gráfico 7 –Utilização da Internet para Compra de Produtos	37
Gráfico 8 –Utilização da Internet para Compra de Produtos de Moda	38
Gráfico 9 –Utilização da Internet para compra de Produtos com temática “ <i>nerd</i> ”	39
Gráfico 10 – Satisfação dos Usuários em Compras Online	39
Gráfico 11 – Peças do Vestuário Comprados com Maior Frequência.....	40
Gráfico 12 – Grau de preferência na compra de peças de vestuário	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	15
1.1 OBJETIVOS GERAIS.....	15
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.1 CONCEITO DE “NERD”.....	18
2.1.1 Etimologia.....	18
2.1.2 Estereótipo.....	18
2.1.3 Comportamento do “Nerd” na Atualidade.....	24
2.1.4 Sub-grupos de “Nerds”.....	27
2.2 MODA E SEU PAPEL SÓCIO-CULTURAL.....	28
2.3 E-COMMERCE E SUAS VANTAGENS.....	30
3 METODOLOGIA.....	32
4 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	34
4.1 CONCLUSÃO DA PESQUISA.....	41
4.2 PERFIL DOS CONSUMIDORES.....	43
4.2.1 Imagem do Público-Alvo.....	44
5 ANÁLISE MERCADOLÓGICA.....	45
5.1 NOME DA MARCA.....	45
5.1.1 Histórico da Marca.....	45
5.1.2 Conceito da Marca.....	45
5.1.3 Logo.....	45
5.1.4 Razão Social.....	46
5.2 MISSÃO.....	46
5.3 SEGMENTO.....	46
5.4 DISTRIBUIÇÃO.....	46
5.5 PONTOS DE VENDAS.....	47
5.6 PROMOÇÃO.....	48
5.7 MARKETING.....	49
5.7.1 Material Gráfico.....	49
5.8 PREÇOS PRATICADOS.....	50
6 COLEÇÃO PRIMAVERA-VERÃO 2012.....	51
6.1 CONCEITO DA COLEÇÃO.....	51
6.2 MACROTENDÊNCIAS.....	51
6.3 MICROTENDÊNCIAS.....	52
6.4 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS.....	53
6.4.1 Práticas.....	53
6.4.2 Estético Simbólicas.....	53
6.5 MATERIAIS.....	54
6.6 MIX DE MODA.....	54
6.7 VARIEDADE ENTRE <i>TOPS</i> E <i>BOTTOMS</i>	54
6.8 MIX DE PRODUTO.....	55
7 BRIEFING.....	56
7.1 CORES.....	56
7.2 FORMAS E ESTRUTURAS.....	58
7.3 TECNOLOGIAS.....	58
8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	59

8.1 LOOKS MASCULINOS.....	59
8.2 LOOKS FEMININOS.....	73
9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS.....	87
9.1 ANÁLISE DO 1º LOOK.....	87
9.1.1 Camiseta Raglan.....	89
9.1.1 Calça Jeans.....	89
9.1.1 Camisa Masculina.....	89
9.2 ANÁLISE DO 2º LOOK.....	90
9.2.1 Terno “ <i>Kindle</i> ”.....	92
9.2.2 Camiseta Com Gola Pólo.....	92
9.2.3 Calça Emborrachada.....	92
9.3 ANÁLISE DO 3º LOOK.....	92
9.3.1 Jaqueta Feminina “ <i>Storm Trooper</i> ”.....	94
9.3.2 Camiseta Feminina de Malha e Renda.....	94
9.3.3 Calça Jeans Com Tecido Emborrachado.....	94
9.4 ANÁLISE DO 4º LOOK.....	94
9.4.1 Jaqueta Masculina Com Lavagem Estonada.....	96
9.4.2 Camiseta Básica Branca.....	96
9.4.3 Calça Jeans Preta Resinada.....	96
9.5 ANÁLISE DO 5º LOOK.....	96
9.5.1 Cardigan de Malha.....	98
9.5.2 Calça Sarouel Vintage.....	98
9.5.3 Camiseta Preta.....	98
9.6 ANÁLISE DO 6º LOOK.....	98
9.6.1 Vestido Musseline.....	100
9.7 ANÁLISE DO 7º LOOK.....	100
9.7.1 Cardigan Masculino de Malha.....	102
9.7.2 Calça Sarouel Jeans.....	102
9.7.3 Camisa Masculina.....	102
9.8 ANÁLISE DO 8º LOOK.....	102
9.8.1 Blazer Boyfriend Feminino.....	104
9.8.2 Camisete de Tricoline Feminina.....	104
9.8.3 Calça Feminina Jeans Skinny.....	104
9.9 ANÁLISE DO 9º LOOK.....	104
9.9.1 Cardigan Masculino.....	106
9.9.2 Calça Jeans.....	106
9.9.3 Camisa Preta.....	106
9.10 ANÁLISE DO 10º LOOK.....	106
9.10.1 Calça Jeans Sarouel e Alicate.....	108
9.10.2 Camisete Branca.....	108
9.11 ANÁLISE DO 11º LOOK.....	108
9.11.1 Terno Com Lavagem Vintage Com Recortes.....	110
9.11.2 Camisa Branca Básica.....	110
9.11.3 Calça Social de Alfaiataria.....	110
9.11.4 Gravata.....	110
9.12 ANÁLISE DO 12º LOOK.....	110
9.12.1 Blusa Feminina de Malha.....	112
9.12.2 Calça Jeans Jegging Feminina.....	112
9.12.3 Gola Opcional de Tricô.....	112

10 PRANCHAS...	113
11 FICHAS TÉCNICAS...	125
12 CATÁLOGO...	169
13 DOSSIÊ ELETRÔNICO...	189
13.1 PÁGINA DE ABERTURA...	189
13.2 HISTÓRICO DA EMPRESA...	189
13.3 CONCEITO...	190
14 CONSIDERAÇÕES FINAIS...	191
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS...	192

1 INTRODUÇÃO

Em tempos como este de revolução tecnológica, o cotidiano do indivíduo está se tornando cada vez mais digital. É neste contexto que uma tribo urbana começa a se destacar e ganhar cada vez mais espaço na sociedade, os “nerds”, uma vez que esta tribo urbana está diretamente ligada ao uso do computador e ao convívio em redes sociais.

No entanto, nem sempre esta tribo urbana foi vista com bons olhos. O termo “nerd” ainda hoje tem apelo depreciativo e é usado para descrever aqueles jovens que são geralmente excluídos ou não possuem habilidades sociais. (KINNEY, 1993)

A presente pesquisa procura apresentar uma nova visão atribuídas aos jovens “nerds”, tendo como problemática central identificar o comportamento de compra dos “nerds” através de um questionário que buscou colher informações que definissem o perfil de compras de produtos de moda desses consumidores, a fim de estabelecer uma identidade visual para a criação de uma marca voltada a este público.

1.1 OBJETIVOS GERAIS

Tem-se como objetivo geral dessa pesquisa explorar um novo nicho de mercado pouco explorado no Brasil, oferecendo produtos com temática “nerd” através de site especializado na internet.

Para alcançar este objetivo, foi realizada uma pesquisa de campo com membros e não-membros desta tribo a fim de analisar seu comportamento de compras e também uma análise do ramo de *e-commerce* no Brasil.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O presente trabalho pretende desconstruir a imagem do “*nerd*” clássico, demonstrando como é o comportamento do “*nerd*” atual, suas necessidades de auto-afirmação na sociedade, fazendo uma relação entre o seu comportamento, e seu interesse em expressar sua personalidade através de produtos de moda.

Pretende-se também fazer um levantamento de informações sobre a cultura desse grupo, suas conquistas e os benefícios que vieram dela.

O meio que será utilizado para a exploração desse novo nicho de mercado, é a internet, portanto, o comércio eletrônico será abordado nessa pesquisa, a fim de levantar informações sobre seus benefícios e vantagens em relação ao comércio convencional.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente projeto está organizado da seguinte forma:

- Introdução: Principais assuntos considerados na pesquisa;
- Objetivo Geral: Meta que se pretende atingir com a pesquisa;
- Objetivos Específicos: Pequenas metas que conduzirão ao desfecho final do objetivo geral;
- Conceito de “*nerd*”:
 - Etimologia da palavra “*nerd*”;
 - Estereótipo: Visão depreciativa do “*nerd*” e o *bullying* sofrido por esses jovens;
 - Comportamento dos “*nerds*” na atualidade: A visão positiva dos “*nerds*”;
 - Sub-grupo de “*nerds*”: Grupos derivados dos “*nerds*”;
- A moda e seu papel sócio-cultural: Uma relação entre a moda e a necessidade de uma identidade visual;

- E-commerce e suas vantagens: Descrição do comércio eletrônico e a vantagem de usá-lo como meio de vendas;
- Metodologia: Métodos de pesquisas utilizados na pesquisa;
- Coleta e análise de dados:
 - Análise dos gráficos obtidos como resultado da pesquisa de campo;
 - Perfil dos consumidores;
- Análise mercadológica: Informações a respeito da marca;
- Coleção da marca: Conceito, tendências, necessidades a serem atendidas, materiais a serem utilizados, mix de moda, variedade dos produtos e mix de produto;
- Briefing: Imagem e descrição do briefing;
- Cores: Cartela de cores a serem utilizadas na coleção;
- Formas e estruturas usadas no desenvolvimento dos desenhos;
- Geração de alternativas: 25 desenhos de moda.
- 12 Looks escolhidos a partir da geração de alternativas;
- Referências bibliográficas;

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITO DE “NERD”

Os chamados “nerds” normalmente são retratados em filmes populares e shows de televisão americanos como frequentemente ridicularizados e rejeitados por seus colegas. Eles são vistos como esquisitos, tímidos, inteligentes, não atraentes e socialmente excluídos (KINNEY, 1993, p. 22). O termo “nerd” em geral é considerado um insulto (ANDEREGG, 2003, p. 18).

2.1.1 Etimologia

De acordo com o *American Heritage Dictionary of the English Language*, a primeira aparição documentada do termo “nerd” está em um livro do Dr. Seuss "*If I Ran The Zoo*", referindo-se ao nome de uma criatura. O significado do termo data de 1951, quando a revista *Newsweek* reportou o uso de “nerd” para “quadrado”, em Detroit, Michigan. No início de 1960, o uso do termo se espalhou pelos EUA e a palavra tomou conotações de "devorador de livros" e "inaptidão social". (*American Heritage Dictionary of the English Language*, 1992, p. 1212)

A expressão também é utilizada desde o final da década de 1950 no MIT (*Massachusetts Institute of Technology* ou Instituto de Tecnologia de Massachusetts, em português), lugar onde os estudantes passavam horas em frente ao computador. Hoje, admite-se que “nerds” podem não ser especialistas em computadores, mas são aqueles que não vivem sem um computador.

Outro dado da pesquisa descreve como possível origem da palavra o hábito de alguns estudantes do MIT (*Massachusetts institute of technology* ou) de chamar alguns alunos de “knurd” (a palavra vem de *drunk*, que significa “bêbado” em inglês, escrito ao contrário). Fazendo uma clara analogia inversa sobre aqueles que não estudam e ficam bêbados em oposição aos que estudam e não se embriagam. (*Current Slang: A Quarterly Glossary of Slang Expressions Currently In Use*, 1971, p. 17)

2.1.2 Estereótipo

Na descrição feita por Nicholas Putnam (2001), os jovens chamados “*nerds*” costumam ser indiferentes para as percepções negativas que os outros têm deles, com o resultado de frequentemente se tornarem objetos de escárnio, *bullying* e isolamento social. Alguns “*nerds*” mostram um pronunciado interesse em assuntos nos quais outros tendem a achar tolos, complexos e difíceis de entender, ou algo maduro demais para suas idades, especialmente tópicos relacionados à ciência, matemática e tecnologia. (PUTNAM, 2001)

No lado oposto do espectro, “*nerds*” podem mostrar um interesse em atividades que são vistas por outros como imaturas para sua idade, como trocar cartas, revistas em quadrinhos, programas de televisão, filmes, *RPG*, *video-games* e outras coisas relacionadas à fantasia e ficção científica.

A visão depreciativa dos “*nerds*” ainda é perpetuada, em especial nas escolas entre alunos de 5ª a 8ª Série do ensino fundamental. No artigo “Escola na mídia, “*nerds*” e Populares”, a autora Roseli Fernandes Lins Caldas (2006) afirma que existe o que ela chama de uma “hierarquia de classes” (p. 76) nas escolas de classe média no Brasil. Ela diz:

“Por ‘classes’ entende-se três categorias em que os alunos se dividem: populares, excluídos e normais. O artigo ainda aponta que os territórios de cada um destes grupos é claramente demarcado na escola incluindo o espaço do recreio, que é dividido de acordo com o ‘status’ dos alunos. (CALDAS, 2006, pg 76)

O artigo esclarece algumas características específicas que são atribuídas aos alunos com status de “populares”:

- Estão no topo da pirâmide (social);
- São habilidosos nos esportes e líderes;
- É reservado a eles o melhor lugar no pátio durante o recreio e são sempre rodeados por um séqüito de amigos e admiradores;
- O que eles usam vira moda, o que fazem vira “notícia”. Todo mundo quer imitar seu jeito de se vestir e de conquistar o sexo oposto;

- Adotam atitudes “adultas”: “ficam” com o máximo de colegas, desprezam tudo o que soe infantil e, dependendo da idade, bebem e fumam;
- Costumam usar roupas de grife;
- São bonitos, quase bonitos ou tidos como bonitos;
- Lançam moda, inventam comportamentos, expõem-se, dando a impressão de extroversão, segurança e autoconfiança;
- Sentam-se no fundo da sala, são espirituosos e seus colegas costumam rir de suas piadas;
- Ser amigo deles dá status. Namorá-los também. Um aluno “normal” pode ser “promovido” à categoria de popular pela simples, embora eventual, proximidade afetiva;
- Não costumam conversar com os excluídos, nem sequer cumprimentá-los;
- São sempre convidados para as festas de aniversário;
- Gozam de privilégios especiais como pagar meio ingresso em algumas festas. Raramente enfrentam a fila da lanchonete – sempre haverá quem se disponha a ceder lugar a eles, ou a ficar na fila em seu lugar;

O artigo também caracteriza os excluídos, chamados de “nerds” com as seguintes características:

- Ficam sozinhos durante o recreio ou na companhia de poucos amigos. Podem também se isolar na biblioteca para ler gibis e navegar na internet;
- São – ou sentem-se – discriminados por terem características que dificultam sua interação com os colegas;
- São tímidos, desajeitados ou solitários, resignando-se à solidão de um canto da biblioteca, chegando até a despreverem-se como invisíveis na sala de aula;
- Têm pouco currículo sentimental.
- Preferem jogos solitários, como os de cartas e de computador a brincadeiras em grupo;
- Apresentam baixo desempenho nos esportes;

- Em geral, tiram boas notas, sentam-se nas primeiras fileiras e, quando a classe se divide em grupos, são sempre aqueles que sobram;
- Recebem poucos convites para festas;
- Em casa, frequentemente criticam um determinado aluno – quase sempre popular – a quem atribuem a culpa por seu isolamento na escola;

É interessante notar que particularmente nessa faixa etária, os alunos considerados “nerds” não carregam nenhuma conotação positiva do termo. Isso ocorre principalmente devido ao fato de que os adjetivos positivos possuem características que não são consideradas significativas pelas crianças, como o fator financeiro, a possibilidade de ascensão profissional e a vantagem da intelectualidade. Essas características só são atribuídas positivamente quando se é adulto.

Roseli Fernandes Lins Caldas (2006) mostra depoimentos de alunos “populares” e “nerds”. Abaixo estão transcritos um depoimento de um aluno considerado “popular” e um outro considerado “nerd”.

“Pense numa selva: o popular é o último da cadeia alimentar. É o leão, o mais forte de todos. Faz o que quiser, ninguém mexe com ele. Na gincana do meu colégio, uns meninos dançaram vestidos de mulher. Como a maioria não era popular, todo mundo zoou. Se eu fosse dançar, iriam até bater palma, porque eu sou popular e eles não podem me rebaixar. Popular tem muitos amigos, mas só uns são de verdade. Tem gente que fala: ‘Ele é popular, vou ficar na cola dele’ e aquele outro que pensa que nem nos reinos antigos, vou chegar nele, jogar ele para fora e ficar no poder. O lado bom de ser popular é que todo mundo te conhece e te acha simpático. O ruim é que tudo o que você faz ficam sabendo. Imagine que eu dou uma cantada numa menina e ela não aceita. Era para ser secreto. Como eu sou popular, as pessoas vão saber e podem me rebaixar. E para sair do chão não é fácil. (Vitor, 11 anos)” (CALDAS, 2006, p. 78)

A seguir o depoimento de uma aluna considerada excluída que esclarece melhor o comportamento das crianças em relação aos excluídos e como estes se sentem com tal atitude:

“Teve uma época em que eu tentei ser popular. Comprava as grifes que as populares usavam e fazia escova no cabelo dia sim, dia não, porque todas elas na minha escola têm cabelo liso. Mas ninguém falava comigo no recreio, nem me chamava para nada. Eu sou muito tímida – e achava que devia ser muito chata também. No ano passado, fiz uma festa de aniversário e chamei todo mundo da sala. Não foi ninguém. As pessoas simplesmente ignoraram o convite. O problema de ser excluído é esse: você é ignorada o tempo todo. Só falam com você para pedir cola ou caneta

emprestada. Ou, então, para te zoar. Montei o 'Blog dos Excluídos' para ter um lugar em que todo mundo pudesse falar e ser ouvido, sem precisar ser bonitinho ou engraçadinho. Hoje, a minha situação na escola não mudou muito, mas eu já não ligo. Acho que é bobagem sofrer por querer entrar neste ou naquele grupo. A gente tem de procurar as pessoas que são mais parecidas com a gente. (Renata, 16 anos)" (CALDAS, 2006, p. 79)

Tocci (2007) afirma que em alguns casos, os traumas advindos dos tormentos gerados pelos colegas podem durar até a idade adulta. Ele diz que "os '*nerds*' são, em geral, a minoria; garotos populares são o grupo 'dominante' que dita as normas" (p. 3).

Tocci (2007) diz ainda que alguns estudantes descobrem como evadir-se de sua imagem "*nerd*" tornando-se mais sociáveis de acordo com as normas da escola. Outros se resignam ao seu status e passam a se auto-identificar como "*nerds*", *geeks*, etc. Como mostrado no depoimento acima, através das conexões feitas pela internet ou até em situações sociais fora do colégio, alguns podem se identificar como parte de uma subcultura "*nerd*" mais vasta.

Caldas (2006) afirma que a visão psicológica corrente atribui esse comportamento de exclusão à algo natural do período da adolescência, sendo que os alunos apenas reproduziriam os valores cultivados no mundo dos adultos, em termos de relações de poder, destacando-se os ricos, bonitos e socialmente habilidosos. Essa visão é considerada conformista pela autora, uma vez que ela afirma que ocorre uma "naturalização daquilo que, absolutamente, não é natural, partindo de uma análise que se mantém na superfície" (CALDAS, 2006, p. 80).

Caldas (2006) destaca ainda que essa postura "naturalizadora" promove a impossibilidade de a escola fazer algo para impedir a atitude dos populares em relação aos excluídos. Uma única possibilidade de atuação indicada é voltada a ajudar os excluídos a encontrarem outro grupo em que sejam aceitos.

Ela diz que municiar os alunos para lidar com a situação indica meramente uma adesão à adaptação dos oprimidos. De acordo com Paulo Freire (1987), isso exclui a possibilidade de conscientização e transformação e privilegia a passividade diante da situação geradora da opressão o que é uma postura condizente com a acomodação ao mundo da opressão (FREIRE, 1987)

Para concluir este capítulo, a autora afirma que a postura da psicologia vigente "revalida a dimensão das relações de poder e a exclusão social", tornando a

escola um lugar opressivo e que causa mal-estar, sofrimento e humilhação à determinados grupos de alunos.

O comportamento apresentado pelas crianças e adolescentes explicitado acima é conhecido pelo termo “*bullying*”. Os autores do artigo “Violência na Escola: Uma Reflexão Sobre Bullying e a Prática Educativa”, Herculano Ricardo Campos e Samia Dayana Cardoso Jorge, definem que a palavra “*bullying*” é de origem inglesa e ainda não há correspondente na língua portuguesa que possibilite uma tradução literal. Ela vem do vocábulo inglês *to bully*, que significa agredir, intimidar, atacar. Portanto, de acordo com o artigo, o “*bullying*” constitui o ato de ser um agressor juntamente com todas as condutas usadas por esses agressores contra outras pessoas.

Os autores afirmam que de acordo com Silva (2006, p. 43), um dos pioneiros na utilização desse termo foi Dan Olweus, um professor e pesquisador da Universidade de Bergen, na Noruega, na década de 1970.

A principal característica do “*bullying*” é que trata-se de uma manifestação de agressão psicológica, dentre as quais podemos citar ameaças verbais, insultos, apelidos depreciativos e gozações com intenções de humilhar a vítima. Porém o “*bullying*” não exclui a possibilidade de agressões físicas.

Outra característica do “*bullying*” que é importante ressaltar é que a sua prática se dá de forma cotidiana, criando “microvitimizações” ou “incivilidades” (Debarbieux, 2001) da parte dos agressores para os agredidos, onde estes estão fragilizados em virtude de diferenças pessoais, que os tornam fora do padrão físico, comportamental ou ideológico das pessoas consideradas populares.

De acordo com Fante (2003), o “*bullying*” está longe de ser um episódio esporádico, sendo um fenômeno violento que se dá em todas as escolas. O “*bullying*” também revela como os agressores são incapazes de se relacionarem e conviverem com valores e características pessoais diferentes das suas.

De acordo com outro artigo intitulado “Um Estudo Sobre Bullying Entre Escolares do Ensino Fundamental”, de Marcos Vinicius Francisco e Renata Maria Coimbra Libório (2009), a violência praticada entre crianças e adolescentes ocorre através da perseguição e intimidação de um aluno pelos colegas apresentam um caráter repetitivo e intencional. De acordo com os autores, essa recorrência, aliadas à intencionalidade e assimetria caracterizam essas situações onde o “*bullying*” ocorre como sendo uma situação de abuso de poder, que ocorrem gratuitamente por

parte do agressor, em geral sem que a vítima revide (ALMEIDA et. Al, 2007, pg. 108).

Apesar de ser um fenômeno que ocorre em todas as escolas (FANTE, 2003), apenas recentemente está ocorrendo um interesse pelo “*bullying*” no Brasil (FRANCISCO, 2009, pg. 201). Como referências do estudo dessa prática, podemos citar principalmente Fante (2003, 2005) que realizou estudos de caracterização de “*bullying*” em cidades do interior do estado de São Paulo-SP e Lopes Neto (2005) que junto da Associação Brasileira de Proteção à Infância e à Adolescência (ABRAPIA), desenvolveu o Programa de Redução do Comportamento Agressivo entre Estudantes, com mais de 5.500 alunos de 5as a 8as séries do Ensino Fundamental, na cidade do Rio de Janeiro - RJ.

Esses estudos levam à caracterização das pessoas que praticam “*bullying*” como “autores agressores”, e as pessoas vitimizadas são descritas como pouco sociáveis, inseguras, de baixa auto-estima, quietas e que não reagem efetivamente aos atos de agressividade sofridos. (FANTE, 2003, 2005; NETO, 2005).

De acordo com Lopes Neto (2005), Pizarro e Jiménez (2007) e Ramírez (2001), há ainda o fato de que as testemunhas que não participam diretamente desses atos normalmente se calam, para excluírem a possibilidade de elas próprias se tornarem as próximas vítimas dos agressores. Isso acaba propiciando também uma auto-exclusão entre as vítimas, o que as impede de formarem um “grupo de excluídos”, solução que a psicologia conformista sugere, uma vez que a associação de uma pessoa excluída com uma vítima de bullying também a tornará alvo do bullying.

De acordo com Francisco (et Al),

“A intimidação e a vitimização são processos de grande complexidade que se produzem no marco das relações sociais e com freqüência no meio escolar, podendo agravar progressivamente o problema com severas repercussões a médio e longo prazos para os implicados.” (FRANCISCO et Al., 2009, p. 201)

2.1.3 Comportamento do “nerd” na atualidade

Ser “*nerd*” tomou outra proporção no século XXI. Como vimos, sob olhar retrógrado, os “*nerds*” eram vistos como pessoas consideradas esquisitas que

viviam estudando, geralmente usavam roupas engomadas e óculos de grau, passavam longe das turmas ditas “populares”. Agora, há aqueles que se auto-rotulam como “nerds” ou *geeks* sem considerar o termo pejorativo, e têm a intenção de que mais pessoas se tornem “nerds”, como declarou Gerald Sussman, professor do Instituto de Tecnologia de Massachusetts:

“Minha idéia é apresentar uma imagem para as crianças de que é bom ser um intelectual, e não se importar com a pressão dos colegas para ser anti-intelectual. Eu quero que toda criança se torne “nerd” – onde isso significa alguém que prefere estudar e aprender à competir por dominação social, o que infelizmente pode causar a espiral descendente em direção à rejeição social.(SUSSMAN,1993)

O estilo como dito anteriormente está cada vez mais em voga e ganha espaço em vários aspectos da sociedade, inclusive na moda. O “nerdismo” hoje aparece na televisão, no cinema e na música, os seriados com protagonistas “nerds” são grandes sucessos nos Estados Unidos, como por exemplo o seriado “*The Big Bang Theory*”, que tem alcançado grande audiência na televisão. (The New York Times, 2009)

Estudos anteriores sobre sub-culturas notaram que grupos mantêm um senso de identidade e solidariedade usando a auto-definição em oposição à definição da corrente principal (*mainstream*), representada na cultura “nerd” pelos esportistas, garotos ricos, e populares em geral. (TOCCI, 2007)

Portanto o “nerdismo” trata-se de um estilo de vida. Podemos evidenciar que este grupo adere ao uso de camisetas geralmente com estampas que abordam a temática “nerd”, gostam das mesmas atividades e costumam se encontrar em bibliotecas, gibitecas, encontros ou convenções de quadrinhos, jogos ou eletrônicos. Os “nerds” de hoje não se importam com que os outros pensam a respeito deles. Diferentemente dos “nerds” de antigamente, a tribo de hoje tem muita personalidade, não tem mais problemas com o convívio social e até pode-se afirmar que estão criando tendências na moda. As qualidades estereotípicas dos “nerds” evoluíram com o passar dos anos, de exclusão social para uma aceitação mais vasta. Este fenômeno é altamente atribuído à ascensão da indústria de computadores, que permitiu que muitas pessoas “nerds” acumulassem grandes fortunas e outros meios de prestígio. Como exemplo podemos citar o empresário Bill Gates, fundador da Microsoft®, uma das maiores e mais conhecidas empresas de software do mundo

(*Software Top 100*, 2011), como um dos pioneiros na revolução do computador. O presente trabalho foi embasado neste conceito atual de “*nerd*” para atingir seu objetivo, e não na visão estereotipada explicitada no capítulo anterior.

Não obstante, os “*nerds*” têm sofrido e ainda sofrem bastante com o preconceito e não raro vivem de maneira reclusa na comunidade. No entanto, no artigo “Os “*nerds*” Ganham Poder e Invadem a TV”, de Danielle Pini Galvão (2009), atualmente, na era da Sociedade da Informação, os “*nerds*” podem finalmente formar grupos sem medo de serem vitimizados por isso, através dos meios de informação disponíveis, como pela internet e as redes sociais.

Com o advento dessa sociedade da informação, o “*nerd*”, antes depreciado pelo fato de possuir conhecimento, hoje é referenciado exatamente por essa característica, pois na atual sociedade a informação é algo de muito valor. O desenvolvimento tecnológico das últimas décadas possibilitou ao “*nerd*” ganhar espaço no mercado de trabalho, tornando-se cada vez mais precioso na conjuntura atual (GALVÃO, 2009). A autora afirma que o tom de elogio que o termo “*nerd*” tem ganhado se dá principalmente à nova formação da sociedade que exige conhecimento em tecnologias, predisposição à novidades, dedicação aos estudos, etc.

Outro fator de influência que fez com que os “*nerds*” estejam cada vez mais livres dos preconceitos é que mídias consideradas “*nerds*” e *geeks* vêm ganhando imenso sucesso comercial, como a indústria de games, de software, etc., o que faz com que a imagem “*nerd*” comece a ficar mais aceitável para os padrões vigentes. (TOCCI, 2007). Há também um grande afluente de novos milionários ligados à indústria de tecnologia, como Bill Gates (Microsoft®), Steve Jobs (Apple®), Mark Zuckerberg (Facebook®), Larry Page e Sergey Brin (Google®), entre outros. (*Forbes Magazine*, 2010)

Na cultura americana, alguns interesses considerados “*nerds*” ainda mantêm um estigma negativo, associando a eles um comportamento de imaturidade, obsessão, isolamento e desconexão com a realidade. (TOCCI, 2007). Por outro lado, recentemente, mídias “*nerds*” vêm obtendo mais sucesso comercial, como, por exemplo, a indústria de games, que se tornou maior que a indústria de filmes de Hollywood (The Guardian, 2009). A imagem “*nerd*” e *geek* começa a ficar mais aceitável para os padrões da sociedade, com revistas de moda declarando que “*geek* está por dentro” (“*geek is in*”) (NORDBERG, 2004).

Mídias anteriormente estigmatizadas como sendo algo exclusivamente “*nerd*” agora são largamente usadas, como o canal de vídeos *Youtube*, a rede social *Facebook* e a enciclopédia online *Wikipedia*.

O “*nerd*” deixa de ser o “perdedor” e anti-social para se tornar bem-sucedido, e criador de tendências. (TOCCI, 2007).

Danielle P. Galvão (2009) diz:

“em uma rápida pesquisa na internet, descobre-se inúmeros sites de vendas online que oferecem produtos “*nerds*”; como camisetas com símbolos, óculos de espessura grossa, bonecos em miniatura da série *Star Trek*, da coleção *Star Wars*, de personagens de HQ, entre outros. O cinema também capturou essa cultura “*nerd*” e passou a adaptar histórias de personagens de HQ para filmes, fazendo grande sucesso, além de atrair público que não se diz “*nerd*.” (GALVÃO, 2009, p.36)

Isso mostra como a cultura “*nerd*” vêm se inserindo na cultura *mainstream*, relegando portanto a alcunha de *underground*, para ser vista cada vez mais como aceitável, devido à penetração da cultura “*nerd*” na cultura popular, ou até desejável, devido ao sucesso comercial que muitos “*nerds*” tem alcançado. É interessante notar também que a vasta maioria desses sites de venda online são dos Estados Unidos da América.

2.1.4 Sub-grupos de “nerds”

Geeks: O site Dictionary.com, da Merriam-Webster, define que uma das origens do termo *geek* tratava de uma pessoa que era tida como atração de circo e que costumava morder a cabeça de galinhas (Merriam-Webster, 2008). Antes de 1990, o uso do termo era comumente associado a algo negativo. O site *The Jargon File's Guide to Hacker Slang* afirma que versões mais novas desse léxico definem um *geek* de computador como alguém que come *bugs*¹ (insetos) de computador para viver, uma pessoa anti-social e sem personalidade.

O mesmo site afirma que o *geek* representa uma pessoa que escolheu a concentração ao invés do conformismo; alguém que busca habilidades (especialmente habilidades técnicas) e imaginação, e não a aceitação social da

¹ um *bug* de computador significa um problema no computador, comer um *bug* seria consertar o problema

maioria. Ainda de acordo com o site, *Geeks* normalmente têm o que é chamado de neofilia, que é gostar de novidades. A maioria é adepta do uso de computadores e tratam o termo *hacker* como algo respeitável, sendo que a definição de *hacker*, de acordo com a versão online do dicionário Oxford (*Oxford Dictionaries, 2011*) é de um indivíduo entusiasta e habilidoso na programação ou uso de computadores.

Uma definição do site dictionary.com (2008) trata o *geek* como um *expert* ou entusiasta de computadores, um termo que demanda orgulho quando é auto-referenciado, porém em geral considerado ofensivo quando usado por pessoas de fora desse meio cultural.

A seguir algumas breves definições de outras derivações da tribo “*nerd*”, todas retiradas do dictionary.com (2008):

- *Gamers*: definição para jogadores compulsivos de *video-game*;
- *Fanbase*: grupo que se caracteriza por ser fã de uma obra, ou conjunto de obras específicas, um exemplo são os fãs da obra “Senhor dos Anéis” do escritor britânico John Ronald Reuel Tolkien;
- *Otakus*: pessoas aficionadas pela cultura japonesa, nessa abordagem encaixam-se pessoas que gostam de *animês*².

2.2 A MODA E SEU PAPEL SÓCIO-CULTURAL

Moda é um fenômeno pelo qual se manifesta a presença do novo na cultura. A palavra moda vem de moderno, aquilo que nunca foi visto antes. Esse novo tem dois caminhos, o novo que confirma o presente como nova ordem social, e o novo que repudia essa ordem, propondo novos cenários de vida. (*Fashion Bubbles, 2007*)

A moda nasceu dentro de uma cultura urbana, tendo como função original diferenciar o homem do burgo de seu antecessor, o senhor do castelo. Portanto na sua base, estão a condição burguesa e a função demarcadora de diferenciação social. Por isso ela carrega desde o início o discurso da transformação que se faz sempre por meio de sinais de pertencimento ou de repúdio. Ou seja, ela permite que

² nome usado para se referir a qualquer produto de animação produzido no Japão.

um indivíduo se mostre pertencente a um determinado grupo, ou então que explicita sua exclusão de outro grupo. (*Fashion Bubbles*, 2007)

De acordo com Sue Jenkyn Jones, no livro *Fashion Design – Manual do Estilista* (2005), as pessoas usam as roupas para diferenciar e reconhecer profissões, filiações religiosas, níveis sociais ou estilos de vida. Uniformes, por exemplo, podem ser considerados expressões de autoridade, fazendo com que seu usuário se destaque na multidão. O traje de uma freira pode identificar imediatamente sua filiação religiosa. Grifes, materiais caros e jóias a princípio podem ser itens de distinção social, mas frequentemente se espalham por todas as camadas sociais e acabam por perder sua força como símbolos de diferenciação (JONES, 2005). Portanto as pessoas se vestem de modo igual para pertencerem a um grupo, e as que se vestem de maneira diferente podem ser consideradas divergentes ou inconfiáveis. Inversamente, a “vítima da moda” que segue as regras correntes de estilo sem sensibilidade é percebida como alguém sem personalidade, tentando de maneiras desesperadas pertencer a um grupo. (JONES, 2005).

Apesar da pressão social de se pertencer a um grupo, raramente encontramos duas pessoas vestidas de forma idêntica. Em qualquer situação os indivíduos se esforçarão para expressar sua identidade pessoal.

Um exame da história da moda e dos usos e costumes dos diferentes países revela que todas as sociedades, das mais primitivas às mais sofisticadas usam roupas e ornamentos para transmitir informações sociais e pessoais. Desse modo, as pessoas costumam perceber os sinais que as roupas emitem, para determinar – ainda que de maneira errônea – que tipo de pessoas são seus usuários. Essa comunicação não-verbal pode ser considerada uma linguagem da moda, que pode ser aprendida como qualquer outra linguagem. (JONES, 2005).

Essa linguagem é usada pelas pessoas para comunicarem-se com o mundo. As tribos urbanas, em geral, usam dessa linguagem para expressar as suas peculiaridades, afirmando-se assim perante a sociedade. Tocci (2007) afirma que a moda é um excelente campo para observar expressões de identidade e crença.

Os “nerds” podem, portanto, utilizar essa linguagem para reconhecerem-se como um grupo, através da união que uma mesma identidade visual permite, sem deixar de lado os gostos pessoais do indivíduo.

O papel do *designer* é, então, identificar essa linguagem, desmistificá-la e criar algo a partir dela, algo que possa ser traduzido e consumido pelas pessoas de determinado nicho.

2.3 E-COMMERCE E SUAS VANTAGENS

Nos últimos anos a internet é a tecnologia da informação que mais tem se sobressaído, pelo seu impacto na condução dos negócios e como um novo e rentável canal para o desenvolvimento de relações de trocas, promovendo amplo acesso a serviços, informações e recursos (KALAKOTA e WHINSTON, 1997). Seu uso tem o potencial de revolucionar a forma de operação das organizações, proporcionando ganhos significativos de produtividade, reinventando processos, reduzindo os custos operacionais, e a eliminação de funções que não agregam valor (TURBAN *et al.*;1999).

Segundo Choi Stahl e Whinston, (1997, p. 19), “a regra em ‘TI’ agora é o crescimento de projetos ambiciosos em comércio eletrônico, sendo isso uma oportunidade reconhecida por estrategistas”.

Como mencionado anteriormente, vivencia-se um marco da história da civilização, um fenômeno marcado pelo advento da tecnologia em nossas vidas que estão se tornando cada vez mais digitais. Portanto vale ressaltar na presente pesquisa, a importância de aderir às mudanças da sociedade, valendo-se de inovações no âmbito dos negócios.

No campo de atuação do comércio online, é importante analisar o perfil do consumidor, pois entra em cena um novo tipo de consumidor, que pode ser definido como *e-consumer*.

Martin (1999) atribuiu algumas características básicas aos *e-consumers*. Para o autor esse tipo de consumidor é bem informado, pois a maioria dos consumidores *on-line* estão acostumados a realizar pesquisas pela internet, inclusive sobre produtos e serviços para a compra. Ele tem à sua disposição ferramentas poderosas de busca, capazes de procurar por toda rede as melhores ofertas do produto que deseja. Este consumidor costuma ser mais exigente e fazer troca de informações sobre os produtos e serviços com outros *e-consumers*.

Diante disso, esta pesquisa pretende analisar o comportamento de compra da tribo caracterizada como “nerds” a fim de gerar um produto dentro da temática que envolve seus principais conceitos, e oferecer este produto através de um canal de vendas com o qual já estão familiarizados, uma vez que seu cotidiano gira em torno de meios digitais.

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho tem caráter descritivo e exploratório. Descritivo, na concepção de GIL et al. (1999 pg. 81), quando pretende investigar características de determinado grupo ou fenômeno social, recorrendo-se a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, especificamente, pesquisa de campo com membros da tribo urbana “*nerd*”, questionários, que serão vinculados via internet, na intenção de obter dados específicos dos participantes, como nível de escolaridade, sexo, idade entre outras perguntas que irão objetivar a solução da problemática do presente projeto, além de determinar quais aspectos sociais influenciaram no comportamento desse grupo.

E exploratória, uma vez que este projeto tem como um dos objetivos explorar um nicho de mercado pouco explorado no Brasil, portanto necessitará proporcionar maior familiaridade com a problemática com o intuito de torná-la mais explícita, através da análise do mercado atual.

4 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A coleta de dados foi realizada através de um questionário eletrônico disponibilizado pela internet (Questionário Nerd, 2011). A divulgação foi feita através de diversas redes sociais, como o *twitter* (www.twitter.com), *Facebook* (www.facebook.com) e *orkut* (www.orkut.com). Na própria divulgação do link houve uma explanação acerca do conteúdo e propósito da entrevista, além de uma introdução sobre o trabalho no corpo do questionário.

As perguntas realizadas na pesquisa foram criadas com o propósito de conhecer o potencial de compra do público.

No parágrafo seguinte está reproduzido o texto introdutório disponibilizado na página do questionário:

“Sou estudante do curso de Design de Moda na Universidade Tecnológica Federal do Paraná, e estou realizando o trabalho de conclusão de curso com a seguinte problemática: ‘Qual é o comportamento de compra dos *“nerds”*?’

Dentro das pesquisas realizadas para o projeto em questão, percebe-se que o termo *“nerd”* está cada vez mais em uso, sendo considerada uma tribo urbana relativamente nova que vem ganhando cada vez mais espaço, podendo relacionar essa ‘nerdização’ ao avanço da ciência e da tecnologia, uma vez que esta tribo e seus subgrupos estão diretamente ligados ao uso do computador e convívio em redes sociais virtuais.

Para se obter resultados objetivos nessa entrevista é necessário explicitar as diferenças entres os estereótipos *“nerds”* e geeks. *“nerd”* é um termo usado para descrever pessoas que buscam atividades intelectuais e conhecimento diferenciado, ao invés de se engajarem em atividades sociais, esportivas e populares, tendem a mostrar interesse por atividades como games, RPG, HQs, filmes de ficção científica. Já os geeks, um sub-grupo dos *“nerds”*, são conhecidos por seu pronunciado interesse em computação. Normalmente esse grupo tem o que é chamado de neofilia, que é gostar de novidades. Em geral a definição do geek é a de um expert ou entusiasta de computadores.

A presente pesquisa tem como objetivo obter informações a respeito do comportamento dos *“nerds”* e geeks em relação ao consumo de produtos de moda pela internet.

Desde já agradeço pela disposição em contribuir com a execução do trabalho”. (Questionário Nerd, 2011)

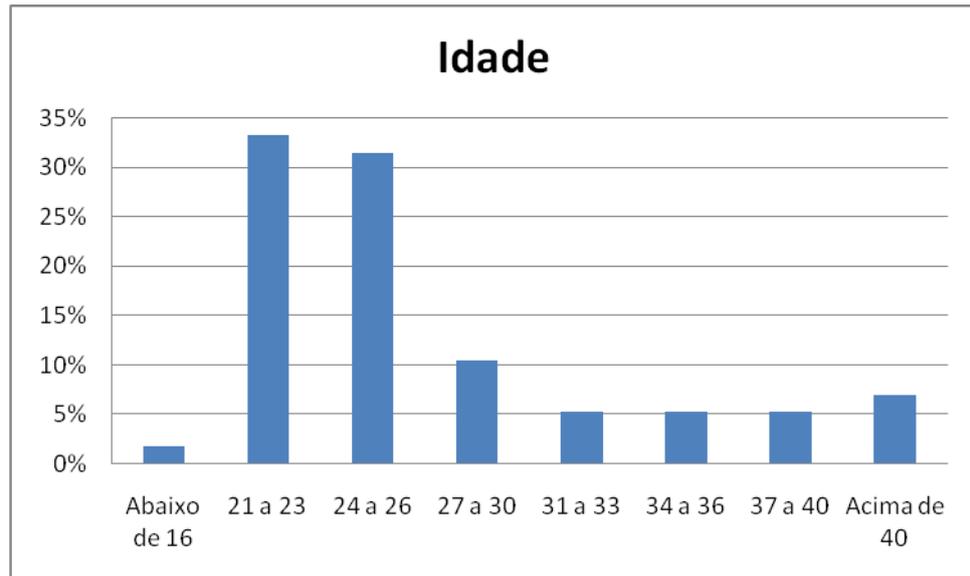


Gráfico 1 – Idade dos Entrevistados

Fonte: Autoria própria

A partir da leitura do Gráfico 1, pode-se notar que a faixa etária dos potenciais consumidores situa-se principalmente entre 20 e 30 anos.

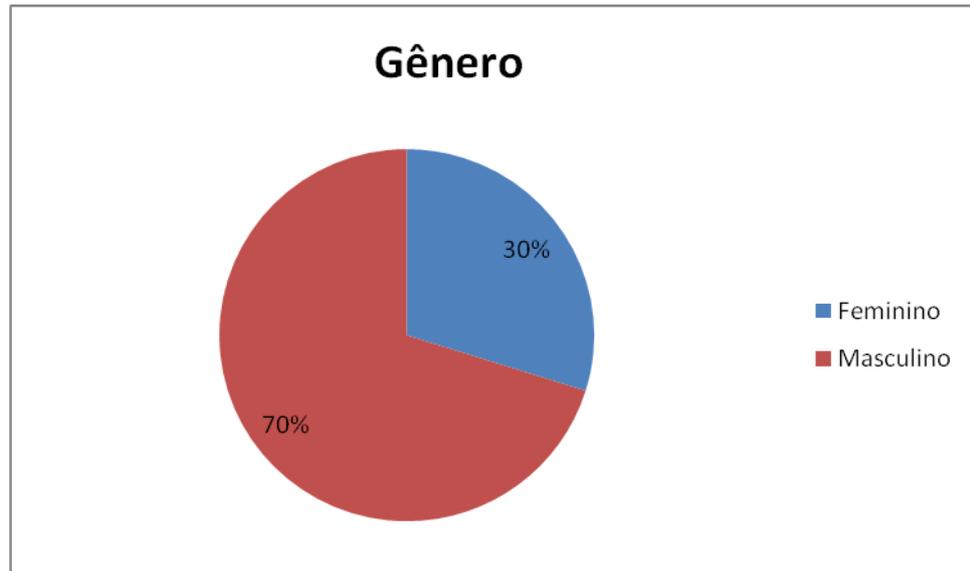


Gráfico 2 – Gênero dos Entrevistados

Fonte: Autoria própria

A maior parte do público consiste em pessoas do sexo masculino, portanto o mix de produtos é composto em sua maior parte por peças voltadas para o público masculino.

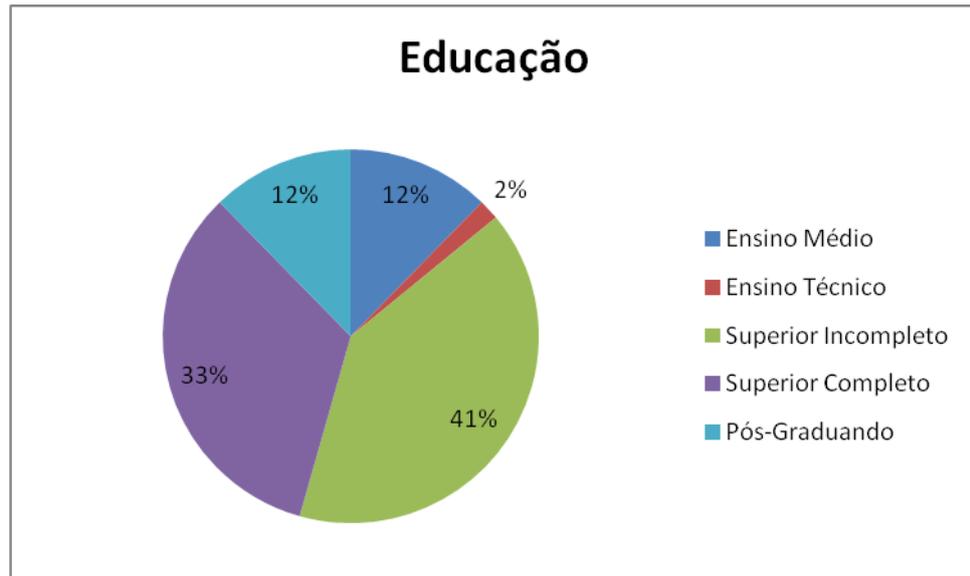


Gráfico 3 – Nível Escolar dos Entrevistados

Fonte: Autoria própria

A maior parte dos entrevistados está cursando ou já concluiu o curso superior.

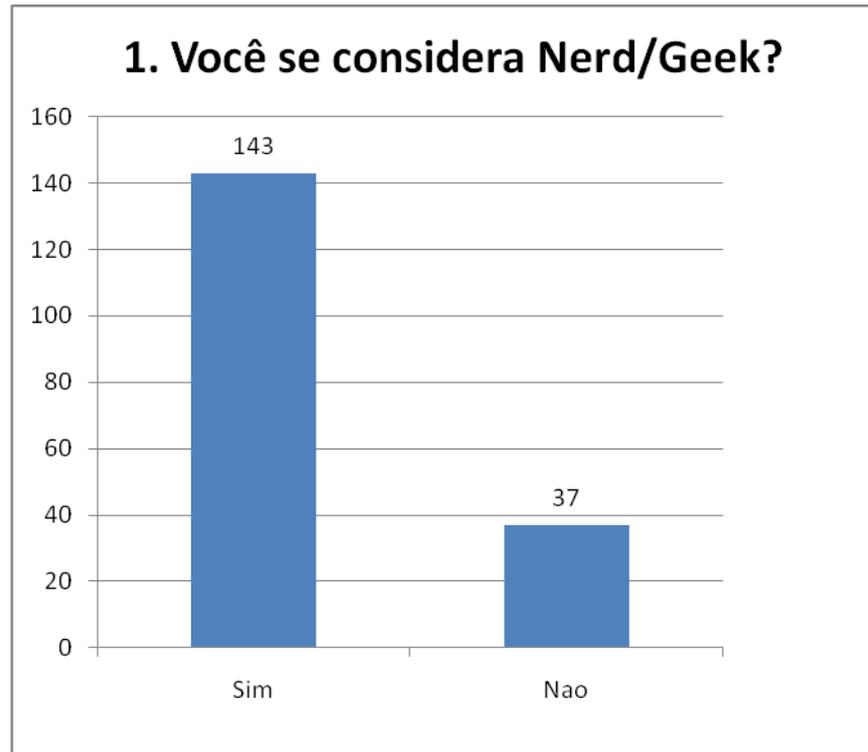


Gráfico 4 – Perfil do Entrevistado

Fonte: Autoria própria

A maior parte dos entrevistados assume abertamente a alcunha de “nerds” ou geek. Considerando-se que ainda hoje o termo carrega um cunho pejorativo, esse é um número bastante positivo para os fins desta pesquisa. Isso também mostra como o cunho pejorativo possui uma tendência a se dissipar na medida em que os “nerds” assumem-se como tal.

A partir deste ponto, serão considerados apenas os entrevistados que responderam “sim” a esta pergunta, pois são somente os “nerds” e geeks o objeto desta pesquisa.

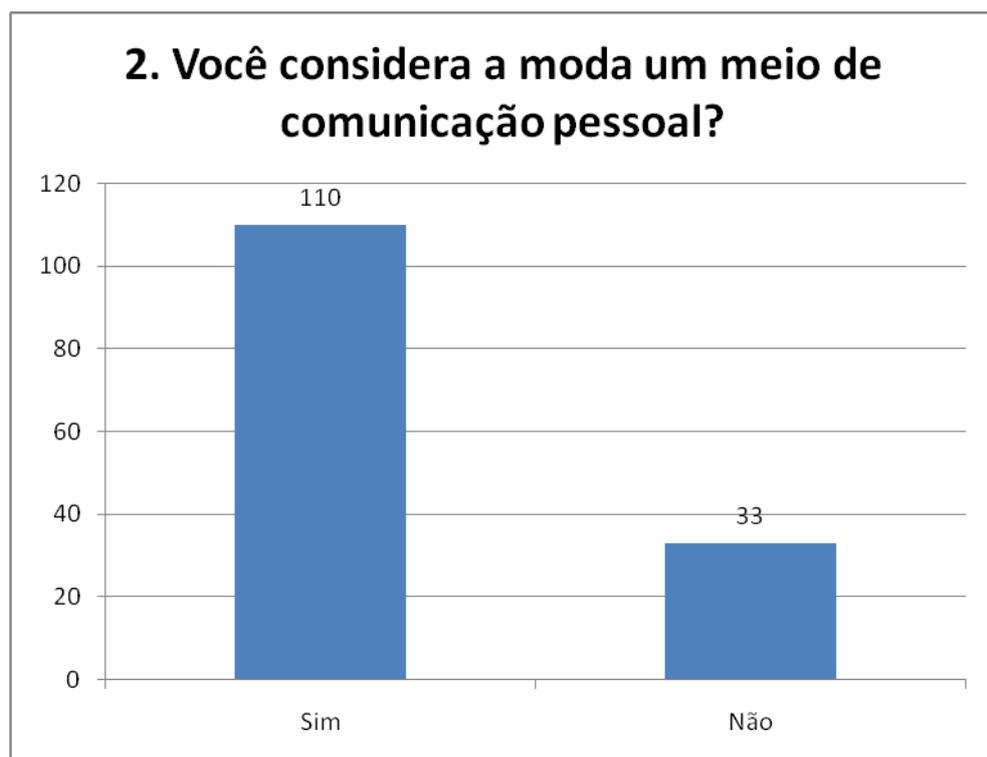


Gráfico 5 – Você considera a moda um meio de comunicação pessoal?

Fonte: Autoria própria

De acordo com os entrevistados, a moda é um meio de comunicação pessoal, onde as pessoas podem expressar seu comportamento.

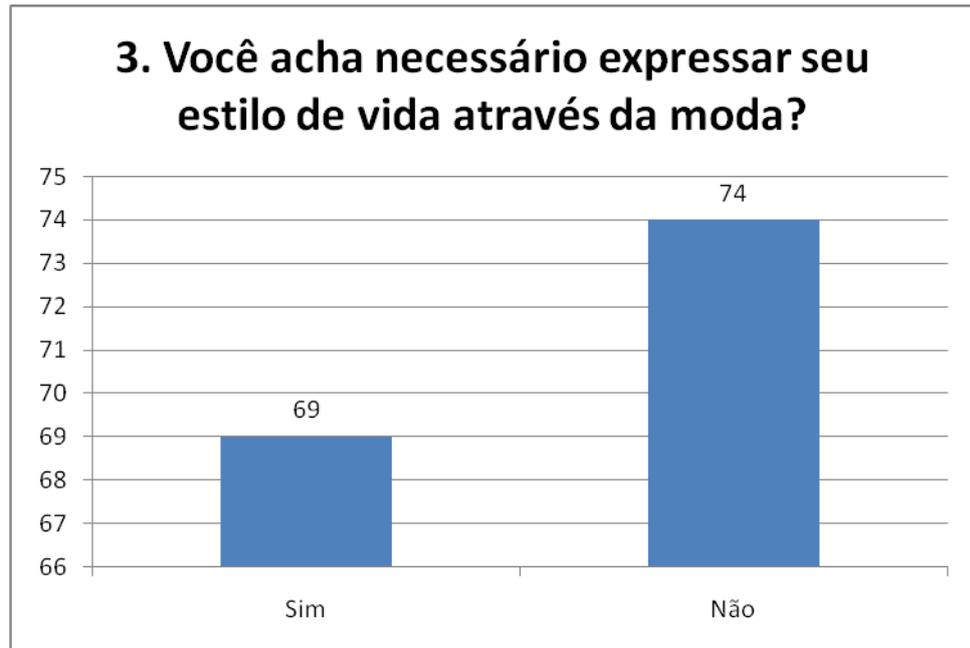


Gráfico 6 – Necessidade de expressão do estilo de vida da através da moda.

Fonte: Autoria própria

A maior parte considera que não é necessário expressar seu próprio estilo de vida através da moda. No entanto, na questão anterior, a maioria respondeu que a moda é uma maneira válida de comunicação de seus valores. Há, portanto, um reconhecimento do papel da moda como forma de expressão pessoal, porém ainda não se tem o hábito da expressão através desse meio de comunicação.

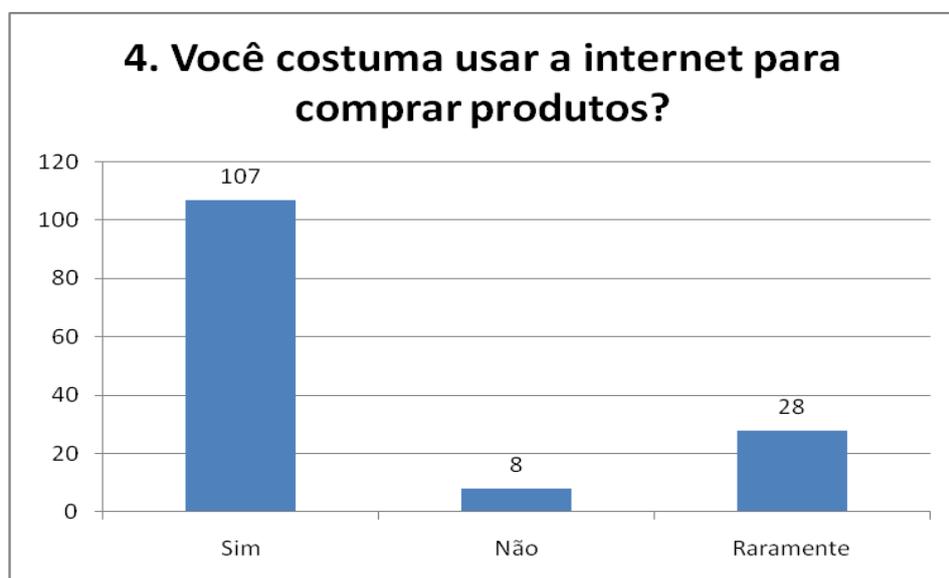


Gráfico 7 – Utilização da internet para comprar de produtos

Fonte: Autoria própria

A grande maioria dos entrevistados afirmou que costuma utilizar a internet como meio para adquirir produtos. Isso mostra que o e-commerce é especialmente forte com este nicho da população, pois apenas 5,44% dos entrevistados nunca comprou produtos pela internet.

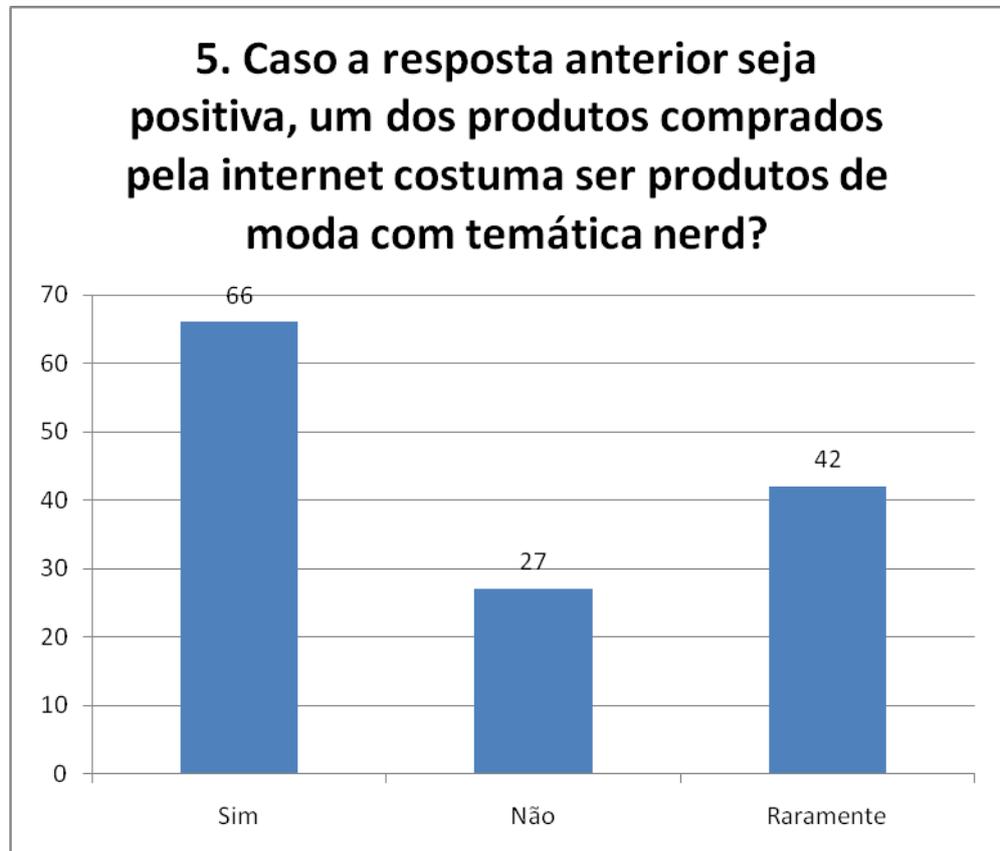


Gráfico 8 – Utilização da Internet para compra de produtos de moda

Fonte: Autoria própria

Considerando apenas os que responderam “Sim” ou “Raramente” na pergunta anterior, vemos que 69 dos entrevistados, ou 51,1% ainda não compra ou raramente compra produtos de moda, ou seja, há um mercado bastante grande a ser absorvido.

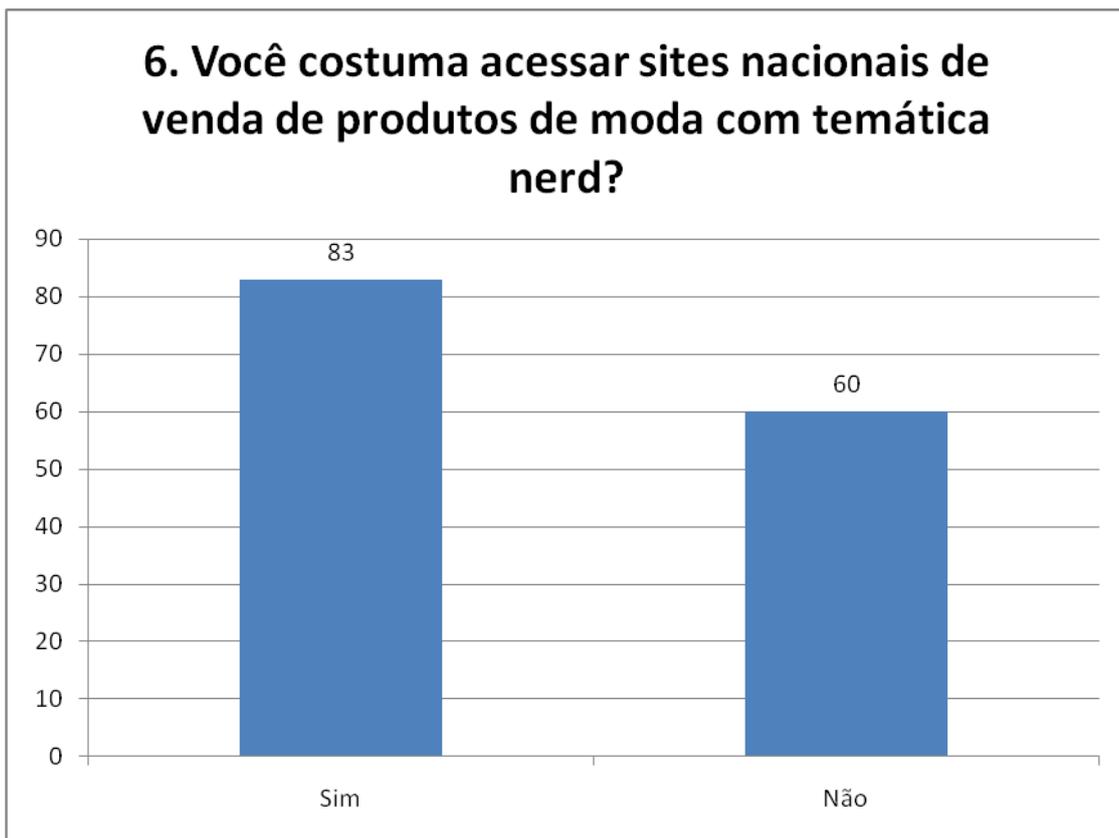


Gráfico 9 – Utilização da internet para compra de produtos de moda com temática “nerd”

Fonte: Autoria própria

A maioria dos entrevistados (58%) costuma comprar produtos de moda em sites nacionais, enquanto que 42% não possui esse hábito.

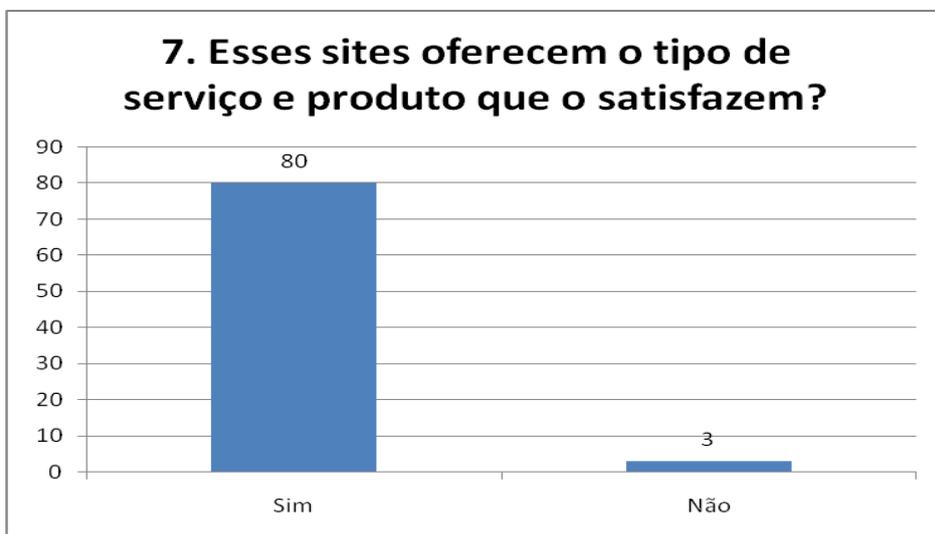


Gráfico 10 – Frequência de compra de produtos de moda

Fonte: Autoria própria

Dos entrevistados que já compram produtos de moda pela internet, vemos que a grande maioria está satisfeita com os serviços oferecidos pelos sites existentes.



Gráfico 11 – Peças do vestuário comprados com maior frequência

Fonte: Autoria própria

O gráfico mostra que 79% dos entrevistados utiliza camisetas, 57% calças jeans e 45%, camisas.

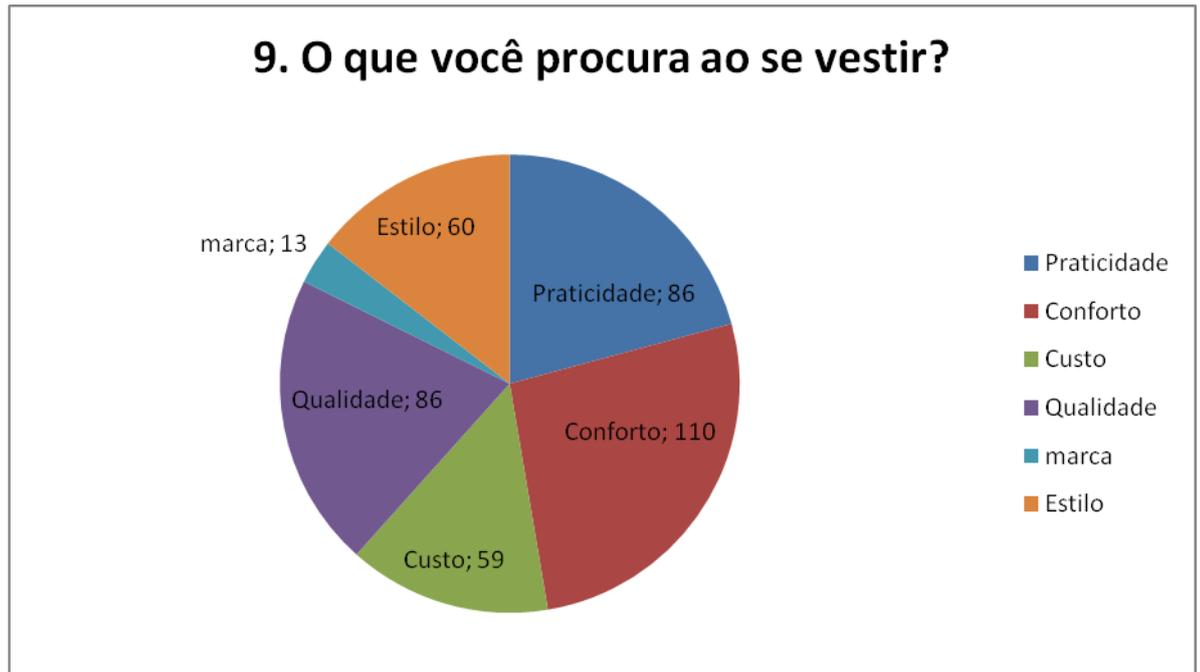


Gráfico 12 – Grau de Preferência na Compra de Peças de Vestuário

Fonte: Autoria própria

Esta questão mostra que a maior parte dos entrevistados busca conforto (77%), sendo que a praticidade e a qualidade (60%) também são itens importantes. Apenas 9% dizem que a marca do produto é um fator a ser considerado.

4.1 CONCLUSÃO DA PESQUISA

Ao realizar uma análise crítica dos resultados da pesquisa, nota-se que o público-alvo não é ávido consumidor de moda, muitas vezes não se importando com seu estilo. Isso mostra, no entanto, que há um enorme potencial de crescimento em um mercado em aberto, ainda inexplorado.

Em uma frase comumente atribuída a Henry Ford, ele teria supostamente dito “(...) se eu perguntasse às pessoas o que elas queriam, elas teriam dito que queriam cavalos mais rápidos”. Pode-se interpretar essa frase no sentido em que as necessidades das pessoas nem sempre são notadas, muitas vezes nem por elas próprias. No contexto dessa frase, Ford, ao invés de dar ao consumidor “cavalos mais rápidos”, deu-lhes o automóvel.

É preciso atentar, no entanto, que não há uma desvinculação total ao que o consumidor necessitava e ao que Ford forneceu - os consumidores queriam um meio de locomoção mais rápido, e foi isso que Ford entregou, ainda que através de um meio completamente diferente do cavalo.

Sabe-se que os “nerds” estão em uma constante busca por auto-afirmação, por uma maneira de firmar seu estilo próprio, assumindo a alcunha de “nerd” e excluindo do termo a parte depreciativa, tornando isso algo positivo.

A moda pode ser mais uma maneira de fazer com que esse objetivo seja alcançado. Parafraseando então Henry Ford, poder-se-ia dizer que os “nerds” querem ter mais reconhecimento e auto-afirmação, e a Nerdwins pode fornecer uma parcela disso através das roupas vendidas.

Podemos citar por exemplo (guardadas as devidas proporções) Steve Jobs quando do lançamento do primeiro tocador de mídia iPod, em 2001. Ele teve uma recepção bastante negativa dos habituais consumidores da marca, que diziam coisas como “[A Apple] está desviando seu foco de vendas”, “[A Apple] devia focar-se no que sabe fazer [computadores]”. (Fórum de discussão do site MacRumors, 2001). No momento do lançamento do iPod, a Apple vinha de uma grande crise e estava apenas voltando a se tornar um *player* na área de tecnologia. (The Apple Museum, 2010).

Atualmente a Apple já ultrapassou o Google e a Microsoft em valor de marca (Fortune Tech, 2011), sendo que hoje sua principal fonte de renda é o mercado de tocadores de mídia portáteis (como o Apple iPod), Tablets (como o Apple iPad) e Smartphones (como o Apple iPhone), além da venda digital de conteúdo, e não mais apenas computadores. (The Huffington Post, 2011)

Com essa associação quer-se dizer que o consumidor não sabe exatamente o que quer; cabe ao *designer* criar e moldar esse desejo. No exemplo anterior, as pessoas não sabiam que precisavam de um tocador de mídia até o momento em que começaram a utilizar esse produto. Hoje as vendas da marca Apple iPod e derivados mostram que o produto acabou se tornando algo comum no dia-a-dia de muitas pessoas.

A intenção aqui é, portanto, fazer com que a moda seja algo pertinente ao estilo de vida “nerd”, agregando a esse consumidor algo novo; já que “nerds” e *geek* são primariamente consumidores de novidades.

4.2 PERFIL DOS CONSUMIDORES

O público alvo em sua maioria são jovens entre 20 e 30 anos, do sexo feminino e masculino, que estão cursando faculdade ou pós-graduação, também trabalham ou estagiam em empresas de seu ramo profissional. Esses jovens não se preocupam com o que outros grupos podem pensar a seu respeito, pois se anteriormente ser chamado de “*nerd*” era considerado ofensivo, hoje em dia de acordo com Tocci (2007) o termo pejorativo tornou-se uma qualidade que esses jovens abraçaram como um estilo de vida.

Os “*nerds*” costumam ter como hábito o consumo de informação tanto de maneira instantânea, através da internet em sites de notícias e redes sociais, como também através de livros.

Participam ocasionalmente de eventos ligados a computação, tais como o FISL (Fórum Internacional de Software Livre) e LATINOWARE (Conferência Latino-americana de Software Livre), congressos das próprias universidades, eventos direcionados a tecnologia da informação como o CAMPUS PARTY, além de eventos de temática “*nerd*”, como o EIRPG (Encontro Internacional de RPG). Nesses encontros, eles costumam usar camisetas que remetam a cultura “*nerd*” como uma maneira de se mostrar participante desta cultura.

4.2.1 Imagem do Público-Alvo



Ilustração 1 – Imagem do Público-Alvo

Fonte: Autoria própria

5. ANÁLISE MERCADOLÓGICA

5.1 NOME DA MARCA

Nerdwins

5.1.1 Histórico Da Marca

A marca *Nerdwins* surgiu como resultado de uma pesquisa, que visou buscar informações a respeito do comportamento de compra da tribo urbana chamada “nerds”. Esta pesquisa foi realizada com o intuito de aproveitar um mercado em potencial, que é altamente inexplorado no Brasil, isto é, o mercado de vendas de produtos relacionados à cultura “nerd”.

A palavra “*Nerdwins*” é a junção de duas palavras em inglês, “nerd” e “Wins” que remete a vitória dos “nerds” sobre uma cultura de exclusão ao qual eram submetidos.

5.1.2 Conceito Da Marca

O conceito da marca rompe barreiras sociais antes tidas como intransponíveis. A marca carrega o sentimento de vitória sobre dias de sofrimento, tendo como seu maior aliado a era das redes sociais, onde os jovens “nerds” encontraram seu ambiente, com uma vasta lista de amigos, seguidores e fãs, encontraram seu ponto de refúgio, um lugar para celebrar sua vitória sobre algo que eles próprios construíram.

5.1.3 Logo



Ilustração 2 – Logo da marca

Fonte: Autoria própria

5.1.4 Razão Social

Almeida Meiga Confecções Ltda

5.2 MISSÃO

A missão da empresa é oferecer produtos relacionados a vasta cultura “nerd”, utilizando-se do *e-commerce*, uma vez que este público costuma habitualmente fazer compras através da internet.

O diferencial competitivo da marca está na variedade de modelos, contendo um mix de coleção composto por peças com modelagem mais elaborada, enquanto a maioria das marcas oferece apenas camisetas básicas, sem grandes variações.

A empresa também tem como um de seus principais objetivos as questões ambientais, sempre buscando informações a respeito de processos industriais no que tange a preservação do meio ambiente, ao mesmo tempo em que atende as exigências do público.

5.3 SEGMENTO

A empresa tem como segmento a moda *street wear* (casual e urbano) podendo atender a vários perfis de estilo, com uma moda contemporânea, prática e original.

5.4 DISTRIBUIÇÃO

A Nerdwins é uma loja virtual, hospedada no domínio <http://www.nerdwins.com.br>, que iniciará suas atividades no dia vinte e cinco de

novembro de 2011, sendo uma empresa de pequeno porte, que terceiriza seu processo de produção, ou seja, o processo produtivo fica por conta de serviços terceirizados, parceiros que prestam serviço desde a parte de confecção à estamparia, enquanto que o desenvolvimento criativo de todas as coleções é de autoria da própria Nerdwins.

A marca visa atender a demanda das regiões Sul e Sudeste, porém por se tratar de uma loja online, não necessariamente possui atendimento restrito a estas duas regiões, podendo atender a demanda de todo Brasil, já que o site oferece o sistema de frete através da agência de Correios.

5.5 PONTOS DE VENDAS

Como dito anteriormente a Nerdwins é uma loja online, e seu *home-office* também funciona como ponto de vendas da marca e está localizado na Cidade Universitária em frente a Universidade Estadual de Londrina, na rua Rubens Ávila, apartamento onze, bloco F.



Ilustração 3 – Imagem Conceitual do Site

Fonte: Autoria própria

5.6 PROMOÇÃO

Inicialmente, para promover a marca, pretende-se fazer a propaganda através de redes sociais, como por exemplo, Facebook e Twitter, bem como através de e-mails para amigos e para as pessoas que responderam ao questionário de pesquisa de campo. A divulgação também será feita através de estandes contendo os produtos da Nerdwins, nos eventos de computação, tais como o FISL (Fórum Internacional de Software Livre) e LATINOWARE (Conferência Latino-americana de Software Livre), além de congressos das próprias universidades e eventos direcionados a tecnologia da informação como o CAMPUS PARTY, que acontece todos os anos, e atrai muitos jovens que se enquadram no público-alvo da marca.

5.7 MARKETING

A marca possui um projeto de marketing mais focado em meios alternativos de divulgação e propaganda, não pretendendo ser convencional usando outdoors, por exemplo, mas sim investindo em redes sociais, fazendo parcerias com sites específicos, oferecendo promoções constantes junto à sites de compra coletiva.

Objetiva-se fixar a marca participando de eventos sociais junto ao público fazendo a divulgação da marca. Também pretende-se ter como diferencial o atendimento personalizado, tratando cada cliente de uma maneira individual, não burocrática e automatizada.

A longo prazo, pretende-se agregar ao plano de marketing estratégias mais condizentes com o que o público esteja vivendo, atingindo-os através dos meios de comunicação que eles habitualmente estiverem utilizando.

5.7.1 Material Gráfico

Os materiais gráficos como embalagens, etiquetas, tags, etc., são elaborados para que o consumidor final possa reutilizá-lo, transformando assim, esse próprio material em uma propaganda, visto que o consumidor poderá usar esses produtos para outras finalidades. Não fosse seu *design* planejado, este material seria descartado pelo consumidor.

A idéia baseia-se principalmente na reutilização de materiais, contribuindo assim com os três principais lemas de conservação do meio ambiente, que são reduzir, reutilizar e reciclar. A tag que acompanha as peças em jeans, por exemplo funciona como placa de maçaneta, com frases divertidas com temática “*nerd*”. As sacolas também possuem estampas na mesma temática, e o consumidor poderá escolher no ato da compra, as mesmas também podem ser utilizadas como bolsas pois seu material é mais resistente, permitindo assim, que o consumidor possa utilizar como acessório útil para carregar seus pertences

5.8 PREÇOS PRATICADOS

O preço das peças, em geral não ultrapassa o preço dos concorrentes, ficando com um preço igual e em muitas peças chegando até a um preço mais baixo, tornando-se assim mais acessíveis.

As camisetas masculinas variam entre 40 e 60 reais, esse preço vale também para peças femininas, já as camisas masculinas e femininas chegam a um valor maior, podendo custar entre 100 e 160 reais, devido a modelagem exclusiva e tecidos de maior qualidade.

Os preços de vestidos femininos alcançam outro preço, esse sem base no preço da concorrência, já que os maiores concorrentes da marca não oferecem esse tipo de produto de moda. Os vestidos variam entre 100 e 200 reais. As peças em jeans (jaquetas, calças, bermudas e saias) sempre terão preços variados em cada coleção, que podem chegar de 120 reais até 250 reais.

6 COLEÇÃO PRIMAVERA-VERÃO 2012

6.1 CONCEITO DA COLEÇÃO

A coleção Inverno 2012 da Nerdwins possui a temática “*Old Is Cool*”, uma brincadeira com a palavra “Old School”, que pode ser traduzida como “Velha Guarda”. Propõe-se a partir deste tema trabalhar com personagens icônicos da cultura “*nerd*” principalmente dos anos 80, como Star Wars®, Atari®, etc. Escolheu-se principalmente os anos 80 para abrir esta coleção porque os “*nerds*” que eram crianças e adolescentes naquela época agora estão adultos e estão resgatando esse universo e trazendo-o para o seu dia-a-dia. O objetivo da marca é trabalhar com esta coleção para que a sociedade tenha um novo olhar sobre esse comportamento, esse universo, este estilo de vida que vem ganhando adeptos no mundo todo.

6.2 MACROTENDÊNCIAS

A Nerdwins visa entender o mundo que a cerca, procurando o que está em voga na sociedade, absorvendo novas informações pertinentes ao seu estilo, mantendo assim sua identidade. As principais características da marca partem do pressuposto que a procura da humanidade pelo novo é inevitável, incansável e instigante. Portanto o objetivo da Nerdwins é criar uma identidade visual para seus consumidores, distinguindo-se da multidão de maneira sutil, deixando-se notar sua originalidade e personalidade.

Aliadas a esse objetivo da marca, podemos identificar algumas macro-tendências, uma delas é o Neo-surrealismo, retirado do “PerfilModa: inspirações + tendências 2012” (SENAI, 2011). De acordo com esta tendência, as emoções voltam a ocupar um espaço importante na decisão de compra, em detrimento das funções práticas, que foram totalmente esquecidas, mas ocupam agora um espaço menor. Isso significa que os objetos devem vir carregados de funções simbólicas, a fim de

despertar um desejo oculto no consumidor, sendo que os produtos devem utilizar o lúdico e o surreal, contando histórias que despertem emoções a fim de criar um vínculo afetivo com o consumidor.

Outra macro-tendência é o “Vício do Exagero” (SENAI, 2011). Ela mostra que após uma era de excessos surge uma saudade do passado, de um tempo mais simples, uma volta ao básico.

Permeando desde o conceito da marca até o conceito da coleção Inverno 2012, podemos citar a macro-tendência “Curadoria Digital” (SENAI, 2011). Esta tendência surgiu com a necessidade de saber como utilizar uma inesgotável fonte de informações, filtrando o que pode ser relevante para a criação de algo novo, ou seja, a “Curadoria Digital” é uma ferramenta para a manipulação e seleção do conteúdo para a criação de produtos e serviços que irão ser oferecidos aos usuários.

De acordo com esta tendência, o foco está no real interesse do consumidor, que agora possui voz e espaço através da internet. Ele possui contato direto com a empresa, e esta deve aproveitar para estreitar laços e utilizar a participação do usuário na criação e oferta de produtos. É um novo mercado, conduzido pelas pessoas.

6.3 MICROTENDÊNCIAS

Para permear a desenvolvimento da coleção, a marca buscou inspirações no perfil romântico mesclando nostalgia com um sentimento urbano, as camisas aparecem com mangas e golas arredondadas, estilo vitoriana bebê, recortes nos colo e detalhes de renda, dão um toque mais feminino nas peças clássicas, os vestidos em musseline garantem a leveza, as saias estão mais longas, midi, rodadas e evasê, aparecem tanto em tecidos pesados como leves. Transparências, sobreposições e amarrações deixam o visual mais hand made e exclusivo. Casacos e jaquetas com cintura definida, o terno feminino e o blazer boyfriend também conferem o ar de androginia, mesclando o universo deles e delas.

O perfil contemporâneo também é abordado nesta coleção, esbarrando em um comportamento mais despojado, sem medo de sobreposições.

Para os homens, as peças de alfaiataria estão bem exploradas, coletes, ternos e calças com influências do militarismo, que também está nos usos de coturnos por cima de calças, jaquetas jeans com diferentes lavagens, e jaquetas e terno de couro com aspecto desgastado, serão bastante abordadas nesta coleção.

As calças estão cada vez mais curtas, com mais bolsos, e com a barra dobrada, e para as mulheres as calças culote, com boca ajustada e ligeiramente mais curtas.

A Nerdwins nesta coleção prima em manter peças-chave clássicas aliando a elas novas combinações com um toque retrô e *vintage*, corroborando com o tema da coleção Inverno 2012.

6.4 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

6.4.1 Práticas

A marca visa atender aos desejos do público-alvo em relação a conforto, praticidade, estilo e preço acessível. Portanto procura oferecer essas qualidades unidas em uma única peça.

Sendo assim, os clientes da marca podem consumir um produto de moda que atende à suas exigências, no que tange sua vida profissional, acadêmica e social uma vez que o público-alvo são jovens com vida atribulada, que saem de casa logo pela manhã, estudam, trabalham e algumas vezes aproveitam para se encontrarem com amigos em *happy hours*, devido a essas atividades, precisam de um produto que atenda as condições dessas atividades.

6.4.2 Estético-Simbólicas

A marca busca através de produtos de moda, especialmente através de estampas exclusivas que abordam temas da cultura “*nerd*”, devolver ao jovem seu mundo imaginário, tal qual ele foi um dia e ainda é hoje, cheio de personagens, de heróis, de ficção, de ação, de cinema, cheio de referências “*nerds*”, sempre buscando inspirações no seu universo.

Apostando não somente em temas clássicos, mas também buscando temas atuais e inovadores, condizendo com o perfil do público “*nerd*”, abordando questões que envolvam seu cotidiano, sua profissão e seus gostos particulares, unindo esse universo às tendências atuais de moda.

6.5 MATERIAIS

Os principais materiais usados são: malhas, denim, renda, tecidos sintéticos que imitam couro e tecidos estruturados, todos os materiais variam em sua composição, gramatura, e textura.

Para acabamentos das peças, serão utilizados aviamentos: botões, zíperes, rebites, tachas, viés, vivo e termo colantes.

6.6 MIX DE MODA

O mix de moda será composto por 20% de produtos complementares que agregam o máximo de conceito da marca; 50% de produtos básicos e 30% de produtos *fashion*.

6.7 VARIEDADE ENTRE *TOPS* E *BOTTOMS*

Três *tops* femininos para cada *bottom* feminino.

Três *tops* masculinos para cada *bottom* masculino.

6.8 MIX DE PRODUTO

Feminino: 2 calças, 1 saia, 7 *tops* (sendo 1 camisa, 2 camisetas, 2 jaqueta, 1 casaco, 1 blazer), 1 vestido.

Masculino: 3 calças, 3 camisetas, 2 camisas, 1 terno, 2 jaquetas, 1 cardigã

Acessórios: 1 gravata slim, 1 gravata borboleta, 1 suspensório.

7 BRIEFING



Ilustração 4 – Briefing

Fonte: Autoria própria

7.1 CORES

A cartela de cores da coleção Inverno-2012 da Nerdwins, combina cores vivas com cores neutras, mesclando tons da natureza com tons de sépia, resgatando fotografias e filmes antigos.

A marca possui duas cores básicas que sempre estarão presentes nas coleções, o branco e o preto, pois segundo Tocci (2007) a maior parte das camisetas vendidas em sites americanos especializados em moda “nerd” são da cor preta, que, de acordo com ele pode ser a cor de escolha para “alguém que apenas quer colocar uma camiseta rapidamente e passar o dia na frente do computador”.

O preto, entretanto, não é apenas a cor daqueles que não ligam para a moda, sendo a cor universal do sentido *anti-establishment* e de contra-culturas jovens, como punks e góticos, que freqüentemente compartilham experiências negativas na escola, como os “nerds”. (TOCCI, 2007).

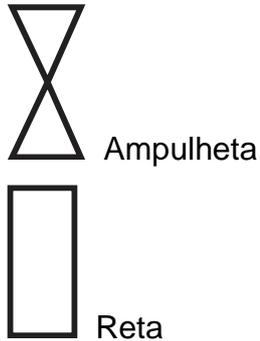


Ilustração 5 – Cartela de Cores

Fonte: Autoria própria

7.2 FORMAS E ESTRUTURAS

As formas utilizadas foram:



7.3 TECNOLOGIAS

As peças de *jeanswear* são tratadas industrialmente para a obtenção de vários padrões de lavagens, contextualizando a peça com a marca em uma identidade visual única, aproveitando aparatos tecnológicos de lavanderia industrial que permitem chegar a um resultado final satisfatório.

As peças em jeans passam por processos de lavanderia tais como: *Super Stone* Americano, Lixado Localizado, *Dirty*, *Used*, Puídos, Rasgados, Amassado, Corrosão total e local.

As estampas serão exclusivas e feitas através de serigrafia simples, processo de impressão no qual a tinta é vazada – pela pressão de um rodo ou puxador – através de uma tela preparada. Também será utilizado o processo de sublimação, que é um tratamento térmico que promove a difusão da tinta na peça e só pode ser realizado em peças que agüentem até 200°C, caso do poliéster e do polyacetato, entre outros, onde a estampa é revelada na superfície do tecido.

8 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

8.1 LOOKS MASCULINOS



Ilustração 6 – Look Masculino 1

Fonte: Autoria própria



Ilustração 7 – Look Masculino 2

Fonte: Autoria própria



Ilustração 8 – Look Masculino 3

Fonte: Autoria própria



Ilustração 9 – Look Masculino 4

Fonte: Autoria própria



Ilustração 10 – Look Masculino 5

Fonte: Autoria própria



Ilustração 11 – Look Masculino 6

Fonte: Autoria própria



Ilustração 12 – Look Masculino 7

Fonte: Autoria própria



Ilustração 13 – Look Masculino 9

Fonte: Autoria própria



Ilustração 14 – Look Masculino 9

Fonte: Autoria própria



Ilustração 15 – Look Masculino 10
Fonte: Autoria própria



Ilustração 16 – Look Masculino 11

Fonte: Autoria própria



Ilustração 17 – Look Masculino 12

Fonte: Autoria própria



Ilustração 18 – Look Masculino 13

Fonte: Autoria própria



Ilustração 19 – Look Masculino 14

Fonte: Autoria própria

8.2 LOOKS FEMININOS



Ilustração 20 – Look Femininos 1

Fonte: Autoria própria



Ilustração 21 – Look Feminino 2
Fonte: Autoria própria



Ilustração 22 – Look Feminino 3

Fonte: Autoria própria



Ilustração 23 – Look Feminino 4

Fonte: Autoria própria



Ilustração 24 – Look Feminino 5

Fonte: Autoria própria



Ilustração 25 – Look Feminino 6

Fonte: Autoria própria



Ilustração 26 – Look Feminino 7

Fonte: Autoria própria



Ilustração 27 – Look Feminino 8

Fonte: Autoria própria



Ilustração 28 – Look Feminino 9

Fonte: Autoria própria



Ilustração 29 – Look Feminino 10

Fonte: Autoria própria



Ilustração 30 – Look Feminino 11

Fonte: Autoria própria



Ilustração 31 – Look Feminino 12

Fonte: Autoria própria



Ilustração 32 – Look Feminino 13

Fonte: Autoria própria



Ilustração 33 – Look Feminino 14

Fonte: Autoria própria

9 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS

A escolha dos looks foi feita com base na pesquisa de campo realizada para este trabalho, onde os entrevistados escolheram praticidade e conforto como as principais características procuradas no seu vestuário. As peças foram desenvolvidas com o intuito de criar o desejo de consumo no público-alvo, utilizando-se do conforto proporcionado pela modelagem, pela inovação da modelagem e pelas informações transmitidas pelas estampas.

A escolha dos looks também foi embasada na versatilidade das peças, que podem ser usados de diversas formas, seja casualmente no dia-a-dia, ou em ocasiões mais específicas, como eventos e atividades pertinentes ao público-alvo.

9.1 ANÁLISE DO 1º LOOK

Este look consiste em uma camiseta raglan, de uma calça jeans e uma camisa esporte-social.



Ilustração 12 – Look Masculino 7

Fonte: Autoria própria

9.1.1 Camiseta Raglan

A camiseta possui corpo branco e mangas vermelhas, com estampa central de silk em gel em alto relevo e foil dourado e preto, sendo a imagem da estampa inspirada no primeiro *joystick* do videogame Atari 2600, famoso nos anos 80

O modelo da camiseta remete ao estilo colegial americano, sendo básico e confortável ao mesmo tempo em que proporciona um estilo mais despojado.

9.1.2 Calça Jeans

A calça jeans possui modelo sarouel com tecido 100% algodão, com lavagem que proporciona aparência desgastada, com puídos de lavanderia, de forma a proporcionar um estilo *vintage*.

A calça possui detalhe na vista inspirada no uniforme do personagem *Darth Vader*, dos filmes *Guerra nas Estrelas*, que tiveram suas estréias no final dos anos 70 e início dos 80.

O uso do bolso relógio foi repensado, uma vez que ele atualmente é pouco usado, portanto sua modelagem foi alterada no intuito de guardar aparelhos celulares, como o *iPhone*, da *Apple*. Para isso foi inserido um puxador prático que permite a fácil retirada do aparelho do bolso.

Os bolsos traseiros possuem manta acrílica interna (matelassê) para proporcionar maior conforto, uma vez que o público-alvo costuma passar bastante tempo sentado, usando o computador. Essa manta também serve para deixar a peça esteticamente mais bonita.

9.1.3 Camisa Masculina

O tecido e a modelagem da camisa foram pensados de forma a proporcionar uma maior versatilidade à peça, permitindo que ela seja usada tanto em ocasiões mais especiais quanto para compor um visual mais casual e despojado. O tecido é 100% algodão, com toque macio.

9.2 ANÁLISE DO 2º LOOK

Este look é constituído por um terno de alfaiataria, uma camiseta com gola pólo e uma calça jeans com tecido emborrachado aparentando aspecto de couro envelhecido.



Ilustração 9 – Look Masculino 4

Fonte: Autoria própria

9.2.1 Terno “*Kindle*”

Este terno recebeu a alcunha de “*Kindle*” porque foi inspirado no leitor eletrônico de livros de mesmo nome, muito usado pelo público-alvo. Ele possui bolsos internos que diferem dos bolsos convencionais no tamanho, pois foram especialmente elaborados para guardar o aparelho eletrônico de maneira segura e confortável, uma vez que o aparelho é leve e portátil.

O terno também possui um bolso interno com medidas específicas para guardar um aparelho celular, além dos bolsos frontais com detalhes de couro e zíper niquelado para proporcionar um visual mais descontraído, quebrando um pouco a sobriedade das roupas de alfaiataria em geral, além de uma modelagem *slim* mais justa ao corpo.

9.2.2 Camiseta com Gola Pólo

A camiseta foi pensada para o público-alvo “*geek*” devido à sua estampa com circuitos de uma placa-mãe de computadores. O modelo permite um visual casual e também dependendo da ocasião, pode-se agregar a ela um acessório como a gravata que transmite uma maior formalidade ao visual.

9.2.3 Calça Emborrachada

A calça foi feita no tecido shakira da tecelagem Vicunha, com 98% de algodão e 2% elastano, com modelagem *skinny*. Ela é uma calça confortável devido à composição do tecido, além de aparentar ser de couro envelhecido.

9.3 ANÁLISE DO 3º LOOK

Este look é composto de uma jaqueta feminina, camiseta feminina de malha e renda, e calça jeans com tecido emborrachado. A intenção deste look é compor um visual elegante ainda que descontraído.



Ilustração 21 – Look Feminino 2

Fonte: Autoria própria

9.3.1 Jaqueta Feminina “Storm Trooper”

A jaqueta recebeu o nome de “Storm Trooper” devido à modelagem com recortes inspirados nos uniformes dos soldados do filme *Guerra nas Estrelas*. O tecido emborrachado garante um visual mais sóbrio.

9.3.2 Camiseta Feminina de Malha e Renda

A camiseta feminina de malha e renda foi elaborada na intenção de misturar um tecido mais elegante a uma camiseta básica de malha. Sua modelagem permite um aspecto mais romântico e a estampa de fundo com padrões que imitam xadrez, porém com detalhes do jogo *Space Invaders*, da década de 80. Sua estampa frontal é inspirada no primeiro *joystick* do videogame Atari 2600, também da década de 80.

Ela permite agregar adicionar acessórios, como fitas de laço de cetim, garantindo ainda mais a delicadeza da peça.

9.3.3 Calça Jeans com Tecido Emborrachado

A calça jeans com tecido emborrachado foi pensada para finalizar o look, em conjunto com a jaqueta. Sua composição é de 98% algodão e 2% elastano, proporcionando conforto e elasticidade.

9.4 ANÁLISE DO 4º LOOK

Este look é composto de uma jaqueta masculina com lavagem estonada, calça jeans com resina e camiseta básica branca.



Ilustração 16 – Look Masculino 11

Fonte: Autoria própria

9.4.1 Jaqueta Masculina com Lavagem Estonada

Esta jaqueta transmite bem o tema da coleção, pois sua lavagem (color bath) estonada e lixada tem a intenção de parecer usada e desgastada pelo tempo.

9.4.2 Camiseta Básica Branca

Esta peça foi escolhida porque a camiseta básica branca é a mais utilizada pelo público-alvo, e sua estampa foi inspirada também no filme *Guerra nas Estrelas*, com a imagem do personagem R2-D2 ao lado de uma frase icônica do filme que diz “Help Me Obi Wan Kenobi, You Are My Only Hope”, que é facilmente reconhecível pelo público-alvo.

9.4.3 Calça Jeans Preta Resinada

Esta calça jeans com lavagem resinada permite maior versatilidade para compor o visual, podendo também ser usada tanto no dia-a-dia, devido ao toque macio e conforto da peça por conta da modelagem slim, como pode ser utilizada junto com ternos, camisas e gravatas, compondo um visual mais sóbrio e elegante em ocasiões específicas.

9.5 ANÁLISE DO 5º LOOK

Este look é composto por um cardigan masculino de malha, calça masculina sarouel vintage e camiseta masculina preta



Ilustração 14 – Look Masculino 9

Fonte: Autoria própria

9.5.1 Cardigan de Malha

Esta peça foi escolhida para a coleção por ter uma modelagem muito utilizada pelo público no meio acadêmico, sendo uma opção para substituir a blusa de moletom, transmitindo assim maior seriedade no look.

A estampa desta peça foi feita através de sublimação, exibindo cálculos matemáticos como se estivessem sobre um papel envelhecido.

Esta peça possui um diferencial na modelagem que transmite um aspecto moderno para o look vintage.

9.5.2 Calça Sarouel Vintage

Esta calça tem modelagem sarouel, feita no tecido pronto para tingir (PT), com lavagem Color Bath vintage, garantindo um aspecto envelhecido. O bolso relógio também foi pensado para ter uma nova utilidade, podendo guardar o celular, pois possui o mesmo puxador de couro para fácil retirada do aparelho do bolso. O bolso também é feito com manta acrílica interna (matelassê) para proteger o aparelho de possíveis atritos e impactos.

A peça também possui recortes na parte traseira inspirada nos uniformes da Aliança Rebelde do filme *Guerra nas Estrelas*.

9.5.3 Camiseta Preta

Esta peça é uma camiseta básica preta de malha, que são muito utilizadas pelo público-alvo.

9.6 ANÁLISE DO 6º LOOK

Este look é composto por um vestido de musseline.



Ilustração 22 – Look Feminino 3

Fonte: Autoria própria

9.6.1 Vestido Musseline

Esta peça confeccionada no tecido musseline 100% poliéster, inteiro com estampa sublimada com símbolo icônico dos nerds, o óculos de aro grosso e quebrado. Este look foi escolhido para entrar na coleção porque possui uma modelagem totalmente vintage, porém sendo versátil, sendo possível agregar à peça diferentes acessórios, como cardigans, cintos, e golas.

9.7 ANÁLISE DO 7º LOOK

Este look é composto por cardigan masculino de malha na cor cinza escuro, calça jeans sarouel e camisa cinza.



Ilustração 13 – Look Masculino 9

Fonte: Autoria própria

9.7.1 Cardigan Masculino de Malha

Esta peça possui estampa centralizada na costa com a imagem de uma máquina de escrever para associar o antigo com o moderno, devido a uma modelagem despojada.

9.7.2 Calça Sarouel Jeans

Esta peça foi confeccionada no jeans emborrachado, que imita um couro envelhecido. Sua lavagem consiste em amaciado para garantir o toque confortável da peça. A calça possui uma vista inclinada com botões parcialmente à mostra, com gancho maior que o padrão, para dar mais conforto ao consumidor. O tecido também possui elastano para assegurar ainda mais o conforto ao prover elasticidade.

9.7.3 Camisa Masculina

Esta camisa tem detalhes que agregam valor à peça como os vivos embutidos na gola e no punho, servindo como um diferencial para as camisas convencionais.

9.8 ANÁLISE DO 8º LOOK

Este look é composto por um blazer boyfriend feminino, camiseta de tricoline e calça jeans com aspecto envelhecido.



Ilustração 23 – Look Feminino 4

Fonte: Autoria própria

9.8.1 Blazer Boyfriend Feminino

Esta peça foi escolhida porque está dentro das tendências inverno 2012. A peça pode ser usada de diversas formas, compondo desde um look mais sério até um mais despojado. Este look específico possui um visual mais sério. O blazer é confeccionado em sarja acetinada com 92% de algodão e 8% elastano, o que confere conforto juntamente com uma modelagem mais solta ao corpo.

9.8.2 Camisete de Tricoline Feminina

A camisete é confeccionada em tricoline com composição de 96% algodão e 4% elastano. A camisete possui rapport nas partes da frente, costas e mangas, exibindo um coração pixelizado com as palavras “love nerds”. A peça possui detalhes de vivo embutidos na gola e manga, deixando a peça mais romântica e delicada.

9.8.3 Calça Feminina Jeans Skinny

Esta calça foi confeccionada no jeans que imita couro, porém permite uma lavagem estonável, que proporcionou à peça um aspecto desgastado, coerente com o tema da coleção. Foram aplicados à peça termocolantes inspirados em pixels nas cores prata, dando à peça mais brilho e sofisticação.

9.9 ANÁLISE DO 9º LOOK

Este look consiste de um cardigan masculino confeccionado em malha super leve, uma calça jeans, camisa preta e uma gola capuz opcional de malha.



Ilustração 19 – Look Masculino 14

Fonte: Autoria própria

9.9.1 Cardigan Masculino

Esta peça é confeccionado em malha super leve para obter um caimento mais moderno na peça. A estampa é uma máquina de escrever centralizada na costa.

9.9.2 Calça Jeans

A calça jeans foi confeccionada com jeans black, sendo adicionados bigodes 3D através do processo de lavagem, e lixado used local para aparentar uma peça mais despojada devido ao falso desgaste. Também é aplicado na peça detalhes em couro falso com zíper e tachas com banhos ouro velho e prata velho envelhecidos. Sua modelagem é mais larga do que as outras calças da coleção, que são mais justas ao corpo.

9.9.3 Camisa Preta

Esta peça é uma camisa básica preta, pensada para substituir as camisetas de malha preta muito utilizadas pelo público-alvo. Ela pode compor diversos looks, pois é versátil por sua simplicidade.

9.10 ANÁLISE DO 10º LOOK

Este look é composto por calça jeans sarouel e alicate feminina, camiseta branca com suspensórios opcionais.



Ilustração 32 – Look Feminino 13

Fonte: Autoria própria

9.10.1 Calça Jeans Sarouel e Alicate

Esta peça possui modelagem sarouel com botões aparentes na vista e suas pernas são arredondadas em forma de alicate. Ela pode ser usada de diversas formas, compondo um look despojado e irreverente. Sua lavagem possui dirt para aparentar um aspecto usado, além de bigodes e lixado.

9.10.2 Camisete Branca

A camiseta foi pensada para ocasiões mais específicas. Possui uma estampa simulando canetas presas ao bolso frontal. Pode-se agregar a ela acessórios como gravata borboleta, gravata normal, gravata slim e fitas de cetim, adaptando assim o look à determinadas ocasiões.

9.11 ANÁLISE DO 11º LOOK

Este look é composto de um terno com lavagem vintage com recortes, camisa básica branca e calça social de alfaiataria e gravata.



Ilustração 6 – Look Masculino 1

Fonte: Autoria própria

9.11.1 Terno com Lavagem Vintage com Recortes

Este terno foi pensado para diferenciar-se dos ternos convencionais, devido à sua lavagem vintage e seus recortes traseiros.

9.11.2 Camisa Branca Básica

A camisa básica tão utilizada nos meios acadêmicos e profissionais não poderia ficar de fora da coleção. Seu tecido é de tricoline com elastano para proporcionar maior conforto ao consumidor.

9.11.3 Calça Social de Alfaiataria

Esta peça de alfaiataria também foi repensada na intenção de diferenciar-se das calças sociais convencionais, uma vez que seu tecido possui 2% de elastano e lavagem amaciada para garantir o toque da peça.

9.11.4 Gravata

A gravata possui uma estampa inspirada no jogo *Space Invaders*, do videogame Atari. Os personagens deste jogo estão saindo de um Cubo de Rubik, outro símbolo muito difundido na cultura *nerd*.

9.12 ANÁLISE DO 12º LOOK

Este look é composto por blusa feminina de malha super leve com bolso canguru, calça jeans jegging feminina e gola opcional de tricô



Ilustração 33 – Look Feminino 14

Fonte: Autoria própria

9.12.1 Blusa Feminina de Malha

Esta blusa tem a funcionalidade de substituir moletoms confortáveis devido à sua modelagem com capuz e bolso canguru. Sua malha é super leve, para proporcionar maior conforto e movimento. Sua estampa central é inspirada na personagem da Princesa Leia, do filme *Guerra nas Estrelas*. O capuz e as mangas são inspiradas também na roupa utilizada pela personagem no filme. A estampa é feita em silk em alto relevo emborrachado, sendo coerente com as texturas muito utilizadas em todos os looks escolhidos.

9.12.2 Caça Jeans Jegging Feminina

Esta calça foi confeccionada especialmente para atender diversas ocasiões, uma vez que ela pode ser usada em looks mais esportivos ou em looks mais sociais. Sua modelagem jegging imita uma calça legging, porém confeccionada em jeans com elastano.

9.12.3 Gola Opcional de Tricô

A gola possui uma modelagem diferenciada, e serve para agregar mais irreverência ao look, dando um toque diferenciado na composição.

10 PRANCHAS



Ilustração 34 – 1ª prancha

Fonte: Autoria própria

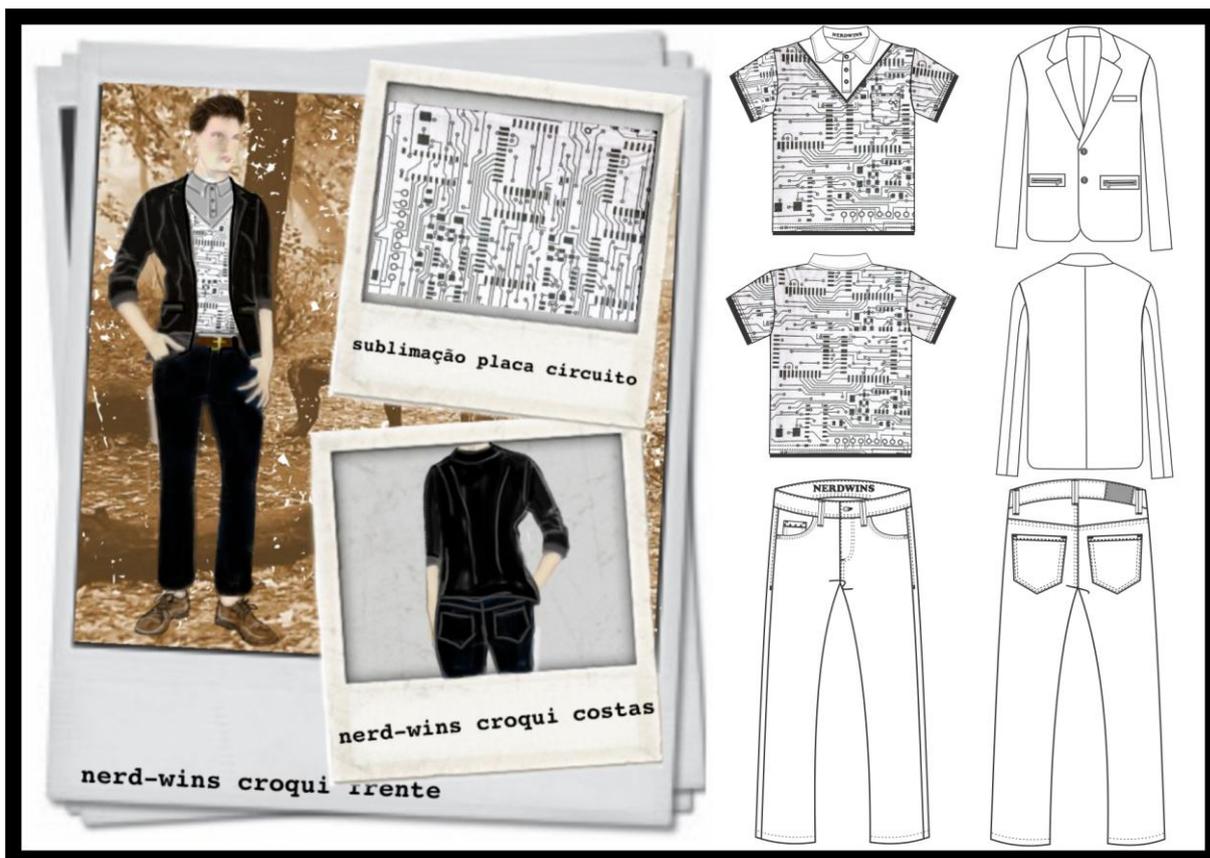


Ilustração 35 – 2ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 36 – 3ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 37 – 4ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 38 – 5ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 39 – 6ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 40 – 7ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 41 – 8ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 42 – 9ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 43 – 10ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 44 – 11ª prancha

Fonte: Autoria própria



Ilustração 45 – 12ª prancha

Fonte: Autoria própria

11 FICHAS TÉCNICAS

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																																			
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				<input checked="" type="checkbox"/> MASC <input type="checkbox"/> FEM																															
				nerd_wins																															
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	38/40/42/44	PEÇA PILOTO	MATERIAIS																														
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	SPOT (108C86D)	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:																														
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO 10 OZ		FORNECEDOR:																														
MODELO:	CALÇA JEANS SAROUEL	CONSUMO:	1,59 CM	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:																														
MODELAGEM:	CALÇA MASCULINA SAROUEL	COR:	INDIGO		CONSUMO:																														
REF:	001-C	CUSTO:	R\$ 8,00	TAMANHO: 40	CUSTO:																														
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	SANTISTA	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:																														
					100%POLIÉSTER																														
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES																																			
				DETALHES BOLSO TRASEIRO COM APLICAÇÃO DE MANTA ACRÍLICA LAVANDERIA LAVAGEM: GRAMPO, USDE, ESPATULADO, LIXADO, PUIDOS, ESGARÇADO E SCRUNCH AVIAMENTOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>1</td> <td>R\$ 0,35 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>REBITES</td> <td>4</td> <td>R\$ 0,07 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>ZÍPER</td> <td>1</td> <td>R\$ 0,75 / CORRENTE</td> </tr> <tr> <td>TERMOCOLANTES</td> <td>1</td> <td>R\$ 2,72 / JORIK</td> </tr> <tr> <td>ETIQ. EXTERNA</td> <td>1</td> <td>R\$ 2,50 / LDO COURO</td> </tr> </tbody> </table> LINHAS <table border="1"> <thead> <tr> <th>LINHA EXTERNA</th> <th>FIO 20</th> <th>DUAL DUTY (COATS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OCRE 5065</td> <td></td> <td>100% ALGODÃO</td> </tr> <tr> <th>LINHA INTERNA</th> <th>FIO 35</th> <th>DUAL DUTY (COATS)</th> </tr> <tr> <td>OCRE C2324</td> <td></td> <td>100%ALGODÃO</td> </tr> </tbody> </table> OBSERVAÇÕES		MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÃO	1	R\$ 0,35 / EBERLE	REBITES	4	R\$ 0,07 / EBERLE	ZÍPER	1	R\$ 0,75 / CORRENTE	TERMOCOLANTES	1	R\$ 2,72 / JORIK	ETIQ. EXTERNA	1	R\$ 2,50 / LDO COURO	LINHA EXTERNA	FIO 20	DUAL DUTY (COATS)	OCRE 5065		100% ALGODÃO	LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)	OCRE C2324		100%ALGODÃO
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																																	
BOTÃO	1	R\$ 0,35 / EBERLE																																	
REBITES	4	R\$ 0,07 / EBERLE																																	
ZÍPER	1	R\$ 0,75 / CORRENTE																																	
TERMOCOLANTES	1	R\$ 2,72 / JORIK																																	
ETIQ. EXTERNA	1	R\$ 2,50 / LDO COURO																																	
LINHA EXTERNA	FIO 20	DUAL DUTY (COATS)																																	
OCRE 5065		100% ALGODÃO																																	
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)																																	
OCRE C2324		100%ALGODÃO																																	

Ilustração 46 – 1ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:			DANIELE A. SANTOS		
DESCRIÇÃO:			CALÇA MASCULINA SAROUEL			REFERÊNCIA:			001-C		
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	27 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	29 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	30 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO								
5- BAINHA BOLSO	1 AGULHA C/ APARELHO	31 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA								
6- PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO	32 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
7 - FAZER BAINHA BOLSO TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	33 - LIMPEZA	MANUAL								
8 OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSO	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	34 - REVISÃO	MANUAL								
9 - PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	35 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO								
10 - FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	36 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA								
11 - VIRAR BOLSOS	MANUAL										
12 - REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
13 - PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO										
14 - PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
15 - COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA COM	1 AGULHA PONTO FIXO										
16 - COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17 - UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
18 - COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
19 - COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
20 - PASSAR (VINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
21 - PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
22 - FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
23 - FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
24 - REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
25 - FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
26 - VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CÓDIGO DE BARRA	001-C	BRANCA	1	NERDWIN'S JEANS	001-C TAG	PRETO	1	SACO PLÁSTICO	TRANSPARENTE	1	
TERMOCOLANTE	NDW01	PRETA	1								

Ilustração 47 – 1ª Ficha Operacional do 1º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA														
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					X MASC									
					FEM									
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	42/44/46/48	PEÇA PILOTO	MATERIAIS SECUNDÁRIOS:									
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	ALGODÃO	DATA ENTREGA:	21-11	VIVO DE ALGODÃO								
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	FORNECEDOR:	ARM. SÃO JOSÉ									
MODELO:	CAMISA MASCULINA	CONSUMO:	1,60 CM	DATA ENTREGA FINAL:	21-11	COR:								
MODELAGEM:	CAMISA MASCULINA	COR:	AZUL MHO	TAMANHO:	M	CONSUMO:								
REF:	001-B	CUSTO:	18,90	QUANTIDADE:	01	CUSTO:								
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	MONALISA TECIDOS	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO									
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES														
				TERMOCOLANTE										
				TERMOCOLANTE										
				AVIAMENTOS										
				MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	<table border="1"> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>11</td> <td>R\$ 0,25/ L PERFEITO</td> </tr> <tr> <td>VIVO</td> <td>1 METRO</td> <td>R\$S 0,60/ARM. SÃO JOSÉ</td> </tr> </table>			BOTÃO	11	R\$ 0,25/ L PERFEITO	VIVO	1 METRO
BOTÃO	11	R\$ 0,25/ L PERFEITO												
VIVO	1 METRO	R\$S 0,60/ARM. SÃO JOSÉ												
				LINHAS										
				LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)	<table border="1"> <tr> <td>CHUMBO</td> <td>1020</td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> <tr> <td>LINHA INTERNA</td> <td>FIO OVERLOCK</td> <td>DUAL DUTY (COATS)</td> </tr> <tr> <td>CHUMBO</td> <td>1020</td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> </table>			CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER	LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER												
LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)												
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER												
				OBSERVAÇÕES										
				<p>ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTE</p>										
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA														

Ilustração 48 – 2ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

FICHA TÉCNICA DE PRODUTO											
COLEÇÃO:				INVERNO 2012 - OLD IS COOL				ESTILISTA		DANIELE A. SANTOS	
DESCRIÇÃO:				CAMISA MASCULINA				REFERÊNCIA:		001-B	
SEQUENCIA OPERACIONAL								DESENHO TÉCNICO COM A ESTAMPA			
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1 - BAINHA PE DE GOLA	RETA	23 PREGAR ETIQUETA PALA	RETA								
2 - FECHAR GOLA	REFILADEIRA	24 PREGAR PALA	PLANA								
3 - VIRAR GOLA	MANUAL	25 CASAR FRENTE	MESA								
4 - PESPONTAR GOLA	RETA	26 UNIR OMBROS	RETA								
5 - MONTAR COLARINHO	REFILADEIRA	27 PREGAR COLARINHO	RETA								
6 - PESPONTAR MEIO DE GOLA	RETA	28 PREGAR MANGAS	PLANA								
		29 REBATER MANGAS	RETA								
7 - REFILAR MEIO DE GOLA	OVERLCOK	30 FECHAR LATERAL	FRANCESA								
8 - MARCAR GOLA	MANUAL	31 PREGAR PUNHOS	RETA								
9 - BAINHA DE PUNHOS	RETA	32 FAZER BARRA	RETA								
10 - FECHAR PUNHOS	REFILADEIRA	33 CASEAR PÉ DE GOLA	CASEADEIRA								
11 - VIRAR PUNHOS	MANUAL	34 CASEAR PUNHOS	CASEADEIRA								
12 - PESPONTAR PUNHOS	RETA	35 MARCAR BOTÕES	MESA								
13 - BAINHA DO BOLSO	RETA	36 REVISAR PEÇAS	CAVALETE								
14 - COSTURAR VISTA DIREITA	RETA	37 PASSAR PEÇA	FERRO								
15 - PASSAR VISTA ESQUERDA	FERRO	38 ABOTOAR PEÇA	MESA								
15 - CASEAR VISTAS	CASEADEIRA	39 PREGAR BOTÕES	BOTONEIRA								
16 - PREGAR BOLSOS	FRETA	40 APLICAR TERMOCOLANTES	PRENSA EM ALTA TEMPERATURA								
17 - PASSAR BOLSOS	FERRO										
18 - PASSAR CARCELAS	FERRO										
19 - FAZER BAINHA DE MARCELA	RETA										
20 - PREGAR CARCELA	RETA										
21 - CASEAR CARCELA	CASEADEIRA										
22 - MARCAR PALA	FERRO										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CÓDIGO DE BARRA	001-B	BRANCA	1	NERDWINS ALFAIATARIA	001-B/TAG	PRETO	1	SACO PLASTICO	TRANSPARENTE	1	

Ilustração 49 – 2ª Ficha Operacional do 1º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">nerd_wins</div> </div>				X	MASC
					FEM
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P, M E G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MALHA	DATA ENTREGA: 03-10	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	BÁSICO	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO		FORNECEDOR:
MODELO:	CAMISETA RAGLAN ATARI	CONSUMO:	1 METRO	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:
MODELAGEM:	CAMISETA MASCULINA	COR:	BRANCA		CONSUMO:
REF:	001/A	CUSTO:	R\$ 8.12	TAMANHO: M	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:
					97% CO E 3% PES
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				ESTAMPA FRONTAL	
				TERMOCOLANTES	
AVIAMENTOS					
MATERIAL		QTD	CUSTO/FORNECEDOR		
LINHAS					
LINHA OVERLOCK		FILOTEX			
BRANCA		100% POLIÉSTER			
LINHA RETA		FIO 120	FILOTEX		
BRANCA		100% POLIÉSTER			
OBSERVAÇÕES					
<p>APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA SILK E TERMOCOLANTES</p>					

Ilustração 50 – 3ª Ficha Técnica do 1º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO			nerdwins		X MASC
					FEM
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	38 AO 48	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	SHAKIRA	DATA ENTREGA: 03-10	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	98%ALG.02%ELAST	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	FORNecedor:
MODELO:	CALÇA JEANS MASCULINA	LARG.TECIDO:	1,48 CM		COR:
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SLIM FIT	COR:	PRETO		CONSUMO:
REF:	002/C	CUSTO:	R\$ 20,00	TAMANHO: 40	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNecedor:	VICUNHA	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:
		CONSUMO:	1,82		
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
<p> BOLSO RELÓGIO C/ 2 PESPS LATERAIS + RECORTE NA BOCA DE 1.5CM COM 2 PESPS. DE 118+TRAVETES TERMOCOLANTE NERDWINS APLICADO CENTRALIZADO NO CÓS INTERNO APÓS A LAVAGEM DA PEÇA PASSANTES DE 1,5 X 6,5 CMS C/ RECORTE CNTRAL C/ 1 PESP. + TRAVETES ETIQUETA EXTERNA DE MARCA (NERDWINS) DE COURO APLICADA NO CÓS EXTERNO APÓS A LAVAGEM DA PEÇA C/ COSTURA EM CIMA E EMBAIXO PALA INVERTIDA C/ 2 PESPS CÓS DE 4,3 CMS COM 1 PESP.SUPERIOR E 2 PESPS. INFERIORES BOLSO COM 2 PESPS DE 118 À 1CM DA BORDA + REBITES LATERAL C/ 1 PESP. + TRAVETE NA VERTICAL VISTA C/1 PESP RENTE NA BORDA E 2 PESPS NORMAIS NA CURVA + TRAVETES GANCHO C/ 2 PESPS BOLSO C/ 2 PESPS EM VOLTA + RECORTE DE 1.5CM NA BOCA COM 2 PESPS DE 118 + TRAVETES ENTREPERNAS SEM PESP. BARRA C/ 1 PESP A 1,5 CMS </p>				DETALHES <p> BOTÃO DE METAL ZIPER DE METAL NIQUELADO PRETO C/ TERMINAL ETIQUETA DE NUMERO PRESA NA VISTA INTERNA ANTES DE LAVAR </p>	
LAVANDERIA					
LAVAGEM: AMACIAMENTO AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNecedor			
BOTÃO	1	R\$ 0,23 / EBERLE			
REBITES	2	R\$ 0,20 / EBERLE			
ZIPER PRETO	1	R\$ 0,80 / CORRENTE			
TERMOCOLANTE	1	R\$ 3,26 / JORIK			
ETIQ. EXTERNA	1	R\$ 4,00 / ILDO COURO			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)			
PRETA		0 100%POLIÉSTER			
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)			
PRETA		0 70%PES E 30% CO			
OBSERVAÇÕES					
PEÇA TEM VIÉS INTERNO NA VISTA NO TECIDO PRETO CEDRO CRISTAL 100% ALGODÃO PARA DAR ACABAMENTO-PEÇA TEM TERMOCOLANTE NO CÓS INTERNO					

Ilustração 52 – 1ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA										
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO								nerd_wins		
COLEÇÃO:		INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:		DANIELE A. SANTOS			
DESCRIÇÃO:		CALÇA JEANS MASCULINA SLIM FIT			REFERÊNCIA:		002/C			
SEQUENCIA OPERACIONAL					DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA							
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	26 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS							
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	27- PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO NO CÓS INTERNO	1 AGULHA PONTO FIXO							
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR									
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR									
5- BAINHA BOLSO	1 AGULHA C/ APARELHO	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO							
6- PREGAR BOLSO		29 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO							
RELOGIO NO ESPELHO	2 AGULHAS PONTO FIXO									
7- FAZER BAINHA BOLSO TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	30 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA							
8 OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSO	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	31 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA							
9 - PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	32 - REVISÃO	MANUAL							
10 - FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	33 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO							
11 - VIRAR BOLSOS	MANUAL	34 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA							
12 - REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO	35-APLICAÇÃO DE ETIQUETA NO CÓS EXTERNO	MÁQUINA RETA							
13 - PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO									
14 - COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA C/ZIPER	1 AGULHA PONTO FIXO									
15 - COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO									
16 - UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO									
17 - COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO									
18 - COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE									
19 - PASSAR (VINGAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR									
20 - PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO									
21 - FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO									
22 - FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS									
23 - REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO									
24 - FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO									
25 - VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL									
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO										
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD
CÓDIGO DE BARRA	002-C	BRANCA	1	NERDWIN'S JEANS				SACO PLASTICO	RANSARENT	1
TAG	002-C	PRETA	1	NÃO PERTURBE	002-C/TAG	PRETO				

Ilustração 53 – 1ª Ficha Operacional do 2º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																							
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO			nerd_wins		X	MASC	PILOTO	DATA ENTREGA: 21-11															
						FEM	TAMANHO	SOB MEDIDA															
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	46/48/50	TECIDO SECUNDÁRIO	MATERIAIS																		
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	SARJA ACETINADA	TECIDO 2: HENDRIX-VICUNHA	SECUNDÁRIOS:		FORRO INTERNO FAILETE																
LINHA:	CASUAL-CHIC	COMPOSIÇÃO:	92%AL.G.08%ELAST	CUSTO: R\$ 25,00 METRO	FORNECEDOR:		MARQUES																
MODELO:	TERNO ALFAITARIA	LARG.TECIDO:	1,48 CM	CONSUMO: 30 CM	COR:		PRETO																
MODELAGEM:	TERNO KINDLE	COR:	PRETO	APLICAÇÃO: BOLSO FRONTAIS	CONSUMO:		0,6																
REF:	002/B	CUSTO:	R\$ 18,00		CUSTO:		R\$ 2,50																
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CEDRO		COMPOSIÇÃO:		100%POLIÉSTER																
		CONSUMO:	1,8																				
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES						DETALHES (BOLSO COM COURO FALSO E ZIPER)																	
						LAVANDERIA																	
						LAVAGEM: AMACIAMENTO AVIAMENTOS																	
						<table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>2</td> <td>R\$ 0,80 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>ZIPER PRETO</td> <td>2</td> <td>R\$ 1,50 / CORRENTE</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÃO	2	R\$ 0,80 / EBERLE	ZIPER PRETO	2	R\$ 1,50 / CORRENTE						
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																					
BOTÃO	2	R\$ 0,80 / EBERLE																					
ZIPER PRETO	2	R\$ 1,50 / CORRENTE																					
						<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">LINHAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LINHA EXTERNA</td> <td>FIO 24</td> <td>SOL (COATS)</td> </tr> <tr> <td>PRETA</td> <td>0</td> <td>100%POLIÉSTER</td> </tr> <tr> <td>LINHA INTERNA</td> <td>FIO 35</td> <td>DUAL DUTY (COATS)</td> </tr> <tr> <td>PRETA</td> <td>0</td> <td>70%PES E 30% CO</td> </tr> </tbody> </table>			LINHAS			LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)	PRETA	0	100%POLIÉSTER	LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)	PRETA	0	70%PES E 30% CO
LINHAS																							
LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)																					
PRETA	0	100%POLIÉSTER																					
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)																					
PRETA	0	70%PES E 30% CO																					
						OBSERVAÇÕES																	
						PEÇA TEM BOLSO INTERNO NO FORRO DE 22X13 PARA GADGETS																	

Ilustração 54 – 2ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:			DANIELE A. SANTOS		
DESCRIÇÃO:			TERNO KINDLE			REFERÊNCIA:			002/B		
SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DO TECIDO)				SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DO FORRO)				DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO			
OPERAÇÃO		MÁQUINA		OPERAÇÃO		MÁQUINA					
1. RISCAR FRENTE	MANUAL	1. MONTAR VIVO	MAQUINÃO								
2. RISCAR BOLSINHO	MANUAL	2. FIXAR E FECHAR BOLSOS	RETA								
3. RISCAR BOLSOS	MANUAL	3. FECHAR PENCES	RETA								
4. PASSAR BOLSOS	FERRO	4. FECHAR TRASEIRO	RETA								
5. CORTAR VIVOS	MANUAL	5. FECHAR MANGA	RETA								
5. PASSAR VIVOS	RETA	6. LIGAR OMBROS	RETA								
BOLSO	RETA	7. PREGAR MANGA DO FORRO	RETA								
7. PREGAR BOLSO NA FRENTE	RETA	8. UNIR GOLA	ZIG ZAG								
BOLSO	RETA	9. FECHAR GOLA	RETA								
9. FORMAR A FRENTE	RETA	10. PASSAR GOLA	FERRO								
10. UNIR TRASEIRO	RETA	11. PREGAR GOLA	RETA								
11. UNIR OMBRO	RETA										
12. PASSAR OMBRO	FERRO										
13. PASSAR A BARRA	FERRO										
14. FECHAR MANGA	RETA										
15. FAZER DEGOLO	RETA										
SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DA MANGA)				SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DA MONTAGEM FINAL)							
1. PASSAR COSTURA PUNHO	FERRO	1. FIXAR COSTURA DA GOLA	RETA								
2. FAZER COSTURA DO PUNHO	RETA	2. ENQUADRAR FRENTE	MANUAL								
3. PREGAR OMBREIRA	RETA	3. REFILAR FRENTE	REFILADEIRA								
4. PREGAR MANGA NA FRENTE	RETA	4. FAZER BARRA	RETA								
		5. VIRAR O TERNO	MANUAL								
		6. PRENDER CAVA	MANUAL								
		7. FECHAR PUNHO	RETA								
		8. PASSAR FRENTE	FERRO								
		9. MARCAR CASEADO	MANUAL								
		10. CASEAR	CASEADEIRA								
		11. MARCAR LOCAL DO BOTÃO	MANUAL								
		12. PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA								
		13. FAZER LIMPEZA DA PEÇA	MANUAL								
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:		CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD
CÓDIGO DE BARRA		002-B	BRANCA	1	NERDWINS ALFAIAT				SACO PLASTICO	RANSARENT	1

Ilustração 55 – 2ª Ficha Operacional do 2º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA							
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				nerd_wins			
						X	MASC
					FEM		
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P, M E G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS	MEIA MALHA P.V	
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MALHA P.V ANTI PILLING	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:	MESCLA RAMADA	
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	67%POL./33% VISCOSE		FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	
MODELO:	CAMISETA GOLA POLO CIRCUITO GEEK	CONSUMO:	1 METRO	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:	CINZA	
MODELAGEM:	CAMISETA MASCULINA	COR:	BRANCA		CONSUMO:	50	
REF:	002/A	CUSTO:	R\$ 6,84	TAMANHO: P	CUSTO:	R\$ 4,48	
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:	67%POLIÉSTER/33 % VISCOSE	
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES							
					ARTE DA SUBLIMAÇÃO		
					TERMOCOLANTES		
					AVIAMENTOS		
MATERIAL		QTD	CUSTO/FORNECEDOR				
BOTOES		3	R\$ 0,25 / ARM. SÃO JOÃO				
TERMOCOLANTE ÓCULOS		1	R\$ 0,24 / JORIK				
TERMOCOLANTE (NERDWINS)		1	R\$ 0,54 / JORIK				
					LINHAS		
LINHA OVERLOCK			FILOTEX				
BRANCA/ CINZA			100% POLIÉSTER				
LINHA RETA		FIO 120	FILOTEX				
BRANCA/ CINZA			100% POLIÉSTER				
					OBSERVAÇÕES		
					<p>ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTES</p>		

Ilustração 56 – 3ª Ficha Técnica do 2º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				MASC	
				X FEM	
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	36 AO 48	PEÇA PILOTO	
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	JEATHER	DATA ENTREGA:	03-10
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	99%ALG.01%ELAST	FORNECEDOR:	CEDRO
MODELO:	CALÇA JEANS FEMININA	LARG.TECIDO:	1,35 CM	DATA ENTREGA FINAL:	21-11
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SAINT TROPEZ JUSTA	COR:	PRETO	CUSTO:	R\$ 2,24 + 0,50
REF:	003/C	CUSTO:	R\$ 18,00	TAMANHO:	38
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	SANTISTA	QUANTIDADE:	01
		CONSUMO:	1,6	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				DETALHES	
				LAVANDERIA	
				AMACIAMENTO AVIAMENTOS	
MATERIAL		QTD	CUSTO/FORNECEDOR		
BOTÃO		1	R\$ 0,23 / EBERLE		
REBITES		2	R\$ 0,20 / EBERLE		
ZIPER PRETO		1	R\$ 0,80 / CORRENTE		
TERMOCOLANTE		1	R\$ 3,26 / JORIK		
ETIQ. EXTERNA		1	R\$ 4,00 / ILDO COURO		
LINHAS					
LINHA EXTERNA		FIO 24	SOL (COATS)		
PRETA			0 100%POLIÉSTER		
LINHA INTERNA		FIO 35	DUAL DUTY (COATS)		
PRETA			0 70%PES E 30% CO		
OBSERVAÇÕES					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 58 – 1ª Ficha Técnica do 3º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:			DANIELE A. SANTOS		
DESCRIÇÃO:			CALÇA JEANS FEMININA SKINNY			REFERÊNCIA:			003/C		
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	27 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	29 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	30 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO								
5- BAINHA BOLSÃO	1 AGULHA C/ APARELHO	31 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA								
6- PREGAR BOLSÃO	2 AGULHAS PONTO FIXO	32 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
7- FAZER BAINHA BOLSÃO TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	33 - LIMPEZA	MANUAL								
8- OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSÃO	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	34 - REVISÃO	MANUAL								
9- PREGAR ESPELHO NOS BOLSÕES	1 AGULHA PONTO FIXO	35 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO								
10- FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	36 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA								
11- VIRAR BOLSOS	MANUAL	37- APLICAÇÃO DE ETIQUETA NO CÓS EXTERNO	MÁQUINA RETA								
12- REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
13- PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO										
14- PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
15- COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA C/ZIPER	1 AGULHA PONTO FIXO										
16- COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17- UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
18- COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
19- COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
20- PASSAR (WINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
21- PREGAR BOLSÃO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
22- FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
23- FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
24- REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
25- FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
26- VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CODIGO DE BARRA	003-C	BRANCA	1	NERDWIN'S JEANS				SACO PLASTICO	RANSARENTI	1	
TAG	003-C	PRETA	1	NÃO PERTURBE	003-C/TAG	PRETO					

Ilustração 59 – 1ª Ficha Operacional do 3º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				MASC	
				X FEM	
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P/M/G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	JUICY COAT (04535)	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL CHIC	COMPOSIÇÃO:	72 % ALG /26%POL 2%		FORNECEDOR:
MODELO:	JAQUETA FEMININA STAR TROOPERS	LARG. TECIDO / PESO	1,47 CM - 9,8 OZ	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:
MODELAGEM:	JAQUETA FEMINA COM COM RECORTES	COR:	PRETO	TAMANHO: P	CONSUMO:
REF:	003/B	CUSTO:	R\$ 12,00	QUANTIDADE: 01	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	COVOLAN		COMPOSIÇÃO:
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				DETALHES	
				LAVANDERIA	
				LAVAGEM: AMACIAMENTO	
				AVIAMENTOS	
MATERIAL		QTD	CUSTO/FORNECEDOR		
BOTÃO		1	R\$ 0,20 / EBERLE		
ZIPER		1	R\$ 2,00 / CORRENTE		
ZIPER		4	R\$ 1,00/ CORRENTE		
TERMOCOLANTES		1	R\$ 2,72/ JORIK		
				LINHAS	
LINHA EXTERNA		FIO 24	DUAL DUTY (COATS)		
PRETA			100% ALGODÃO		
LINHA INTERNA		FIO 35	DUAL DUTY (COATS)		
PRETA			100%ALGODÃO		
				OBSERVAÇÕES	
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 62 – 3ª Ficha Técnica do 3º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

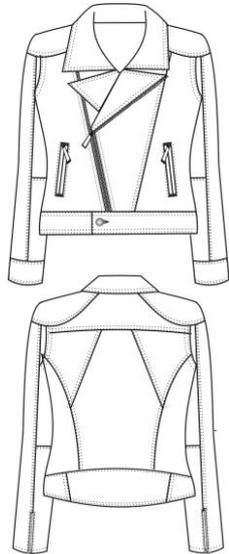
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:		INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA		DANELE A. SANTOS				
DESCRIÇÃO:		JAQUETA FEMINA COM RECORTES			REFERÊNCIA:		003/B				
SEQUENCIA OPERACIONAL								DESENHO TÉCNICO			
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1 - MONTAR PARTE DAS COSTAS (RECORTES E	FECHADOR	23 - FAZER PONTA DO COS	PONTO FIXO								
2 - PREPARAR FRENTE - FAZER BOLSO EMBUTIDO	PONTO FIXO 1 AGULHA	24 - CASEADO	CASEADEIRA								
3 - MONTAR RECORTES	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA	25 - BATER TRAVETES	TRAVETADEIRA								
4 - PREGAR ZIPER BOLSOS FRENTE	DESPONTEIDEIRA										
5 - MONTAR RECORTE FRENTE DA PARTE DE	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA										
6 - PREGAR REVEL DA FRENTE (VISTA)	DESPONTEIDEIRA PONTO FIXO										
7 - UNIR OMBRO, REBATER OMBRO	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA										
8 - PREPARAR GOLA	RETA PONTO FIXO 2 AGULHAS										
9 - REBATER	DESPONTEIDEIRA										
10 - PREGAR GOLA	PONTO FIXO										
11 - REBATER	PONTO FIXO										
12 - PREGAR MANGA	PONTO FIXO										
13 - FAZER ABERTURA MANGA	PONTO FIXO										
14 - PREGAR ZIPER NA MANGA	INTERLOCK										
15 - FECHAR RECORTE DA MANGA	DESPONTEIDEIRA										
16 - REBATER MANGA	INTERLOCK										
17 - PREGAR MANGA NA CAVA	DESPONTEIDEIRA										
18 - REBATER MANGA	INTERLOCK										
19 - FECHAR LATERAL	MAQUINA DE CÓS										
20 - PASSAR COS	MAQUINA DE CÓS										
21 - PASSAR PUNHO	PONTO FIXO										
22 - REBATER PUNHO	PONTO FIXO										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CÓDIGO DE BARRA	003-B	BRANCA	1	NERDWINS JEANS	003-B TAG	PRETO	1	SACO PLÁSTICO	TRANSPARENTE	1	
TERMOCOLANTE	NDW01	PRETA	1								

Ilustração 63 – 3ª Ficha Operacional do 3º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO			X MASC		
					FEM
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	38 AO 48	PEÇA PILOTO	
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	VICKERS	DATA ENTREGA:	03-10
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	FORNECEDOR:	CEDEIRO CRISTAL
MODELO:	CALÇA JEANS MASC.	CONSUMO:	1,62 CM	DATA ENTREGA FINAL:	21-11
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SLIM FIT	COR:	AZUL ESCURO	CONSUMO:	0,24
REF:	004/C	CUSTO:	R\$ 12,00	TAMANHO:	42
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	VICUNHA	QUANTIDADE:	01
				COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				DETALHES 	
LAVANDERIA					
RESINA PULVERIZADA + AMASSADO TOTAL + EMBORRACHADO + AMASSADO LOCAL + RESINA PULVERIZADA COM PIGMENTO PRETO					
AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTÃO	1	R\$ 0,23 / EBERLE			
REBITES	4	R\$ 0,20 / EBERLE			
ZÍPER	1	R\$ 0,80 / CORRENTE			
TERMOCOLANTES	2	R\$ 3,26 / JORIK			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 20	SOL (COATS)			
CINZA ESCURO	COD:153	100%POLIÉSTER			
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)			
CINZA ESCURO	COD:Y5860	70%PES E 30% CO			
OBSERVAÇÕES					
PEÇA TEM VIÉS INTERNO NA VISTA NO TECIDO PRETO CEDRO CRISTAL 100% ALGODÃO PARA DAR ACABAMENTO E DEVERÁ SER PASSADA NO VINCO					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 64 – 1ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO: INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA: DANIELE A. SANTOS			REFERÊNCIA: 004/C					
DESCRIÇÃO: CALÇA JEANS SLIM FIT											
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	27 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	29 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	30 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO								
5- BAINHA BOLSOS	1 AGULHA C/ APARELHO	31 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA								
6- PREGAR BOLSOS	2 AGULHAS PONTO FIXO	32 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
7- FAZER BAINHA BOLSOS TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	33 - LIMPEZA	MANUAL								
8 OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSOS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	34 - REVISÃO	MANUAL								
9 - PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	35 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO								
10 - FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	36 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA								
11 - VIRAR BOLSOS	MANUAL										
12 - REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
13 - PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO										
14 - PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
15 - COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA COM	1 AGULHA PONTO FIXO										
16 - COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17 - UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
18 - COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
19 - COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
20 - PASSAR (VINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
21 - PREGAR BOLSOS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
22 - FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
23 - FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
24 - REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
25 - FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
26 - VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CODIGO DE BARRA	004-C	BRANCA	1	NERDWINS JEANS	004-C/TAG	PRETO	1	SACO PLASTICO	RANSARENTI	1	

Ilustração 65 – 1ª Ficha Operacional do 4º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO			nerd_wins		
			X	MASC	
			FEM		
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P, M E G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MEIA MALHA	DATA ENTREGA: 03-10	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	FORNECEDOR:	RIBANA P.V
MODELO:	CAMISETA BRANCA BÁSICA. R2D2	CONSUMO:	1 METRO	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:
MODELAGEM:	CAMISETA MASCULINA	COR:	BRANCA	TAMANHO: M	CONSUMO:
REF:	004/A	CUSTO:	R\$ 8,12	QUANTIDADE: 01	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	COMPOSIÇÃO:	97% CO E 3% PES
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				ESTAMPA FRONTAL <p>TINTA ACRÍLICA A BASE D'AGUA (PLASTISOL)</p>	
				ESTAMPA COSTAS 	
AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTOES					
REBITES					
ZIPER					
TERMOCOLANTE (NDW04)	1	R\$ 0,54 / JORIK			
LINHAS					
LINHA OVERLOCK		FILOTEX			
BRANCA		100% POLIÉSTER			
LINHA RETA	FIQ 120	FILOTEX			
BRANCA		100% POLIÉSTER			
OBSERVAÇÕES					
APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTES					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 66 – 2ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																																			
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				X MASC																															
				FEM																															
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P, M, G E GG	PEÇA PILOTO	MATERIAIS SECUNDÁRIOS:																														
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	ROCHEDO PT	DATA ENTREGA: 03-10	FORNECEDOR:																														
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO 9,6 OZ	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:																														
MODELO:	JAQUETA COLOR BATH MASC.	CONSUMO:	1,60 CM	TAMANHO: M	CUSTO:																														
MODELAGEM:	JAQUETA MASCULINA	COR:	PT	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:																														
REF:	004/B	CUSTO:	R\$ 8,00																																
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	SANTANENSE																																
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES																																			
				DETALHES ETIQUETA TERMOCOLANTE (NDW09) E (NDW05) JORIK APLICADO APÓS A LAVAGEM LAVANDERIA LAVAGEM: COLOR BATH (IMERSÃO COM PIGMENTO PRETO + LIXADO + STONAGEM) AVIAMENTOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÕES</td> <td>12</td> <td>R\$ 0,35 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>REBITES</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>ZIPER</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TERMOCOLANTES</td> <td>2</td> <td>R\$ 3,80 / JORIK</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">LINHAS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>LINHA EXTERNA</td> <td>FIO 20</td> <td>DUAL DUTY (COATS)</td> </tr> <tr> <td>PT</td> <td></td> <td>100% ALGODÃO</td> </tr> <tr> <td>LINHA INTERNA</td> <td>FIO 30</td> <td>DUAL DUTY (COATS)</td> </tr> <tr> <td>PT</td> <td></td> <td>100%ALGODÃO</td> </tr> </tbody> </table>		MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÕES	12	R\$ 0,35 / EBERLE	REBITES			ZIPER			TERMOCOLANTES	2	R\$ 3,80 / JORIK	LINHAS			LINHA EXTERNA	FIO 20	DUAL DUTY (COATS)	PT		100% ALGODÃO	LINHA INTERNA	FIO 30	DUAL DUTY (COATS)	PT		100%ALGODÃO
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																																	
BOTÕES	12	R\$ 0,35 / EBERLE																																	
REBITES																																			
ZIPER																																			
TERMOCOLANTES	2	R\$ 3,80 / JORIK																																	
LINHAS																																			
LINHA EXTERNA	FIO 20	DUAL DUTY (COATS)																																	
PT		100% ALGODÃO																																	
LINHA INTERNA	FIO 30	DUAL DUTY (COATS)																																	
PT		100%ALGODÃO																																	
OBSERVAÇÕES																																			
ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTES																																			
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																																			

Ilustração 68 – 3ª Ficha Técnica do 4º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																			
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO											nerd_wins								
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA			DANIELE A. SANTOS										
DESCRIÇÃO:			JAQUETA MASCULINA COLOR BATH			REFERÊNCIA:			004/B										
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO													
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA																
1 - MONTAR PARTE DAS COSTAS (RECORTES E	FECHADOR	23 - FAZER PONTO DO CÔS	PONTO FIXO																
2 - PREPARAR FRENTE - FAZER BOLSO EMBUTIDO	PONTO FIXO 1 AGULHA	24 - FAZER PONTO DO PUNHO	PONTO FIXO																
3 - MONTAR RECORTES	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA	25 - CASEADO	CASEADEIRA																
4 - PREGAR BOLSOS FRENTE, PREPARAR LAPELA FIXA, LAPELA NO BOLSO	DESPONTEIDEIRA	26 - BATER TRAVETES	TRAVETADEIRA																
5 - MONTAR RECORTE FRENTE DA PARTE DE	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA																		
6 - PREGAR REVEL DA FRENTE (VISTA)	DESPONTEIDEIRA PONTO FIXO																		
7 - UNIR OMBRO, REBATER OMBRO	INTERLOCK, DESPONTEIDEIRA																		
8 - PREPARAR GOLA	RETA PONTO FIXO 2 AGULHAS																		
9 - REBATER	DESPONTEIDEIRA																		
10 - PREGAR GOLA	PONTO FIXO																		
11 - REBATER	PONTO FIXO																		
12 - PREGAR MANGA	PONTO FIXO																		
13 - FAZER ABERTURA	PONTO FIXO																		
14 - FECHAR RECORTE DA MANGA	INTERLOCK																		
15 - REBATER MANGA	DESPONTEIDEIRA																		
16 - PREGAR MANGA NA CAVA	INTERLOCK																		
17 - REBATER MANGA	DESPONTEIDEIRA																		
18 - FECHAR LATERAL	INTERLOCK																		
19 - PASSAR CÔS	MAQUINA DE CÔS																		
20 - PASSAR PUNHO	MAQUINA DE CÔS																		
21 - PREPARAR ALETA	PONTO FIXO																		
22 - PREGAR ALETA NO CÔS	PONTO FIXO																		
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO																			
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD									TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CÓDIGO DE BARRA	004-B	BRANCA	1									NERDWINS JEANS	004-B /TAG	PRETO	1	SACO PLÁSTICO	TRANSPARENTE	1	
TERMOCOLANTE	NDW09	PRETA	1																
TERMOCOLANTE	NDW05	PRETA	1																

Ilustração 69 – 3ª Ficha Operacional do 4º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																		
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO			nerd_wins			X MASC												
						FEM												
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	38 AO 48	PEÇA PILOTO	MATERIAIS													
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	COMPACT PAPER	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:	FORRO DE BOLSO												
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	FORNECEDOR:	CIABRAFE												
MODELO:	CALÇA JEANS MASCULINA	CONSUMO:	1,54 CM		COR:	CRU												
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SAROUEL	COR:	PT		CONSUMO:	0,24												
REF:	005/C	CUSTO:	R\$ 12,00	TAMANHO: 42	CUSTO:	R\$ 0,80												
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	SANTISTA	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:	50%ALG.50%POL.												
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES																		
					DETALHES Botão de metal ETIQ. DE NUMERO E ETIQUETA DE COMPOSIÇÃO ATENÇÃO SERÁ: Zipper PT de metal niquelado													
					LAVANDERIA COLOR BATH + LIXADO + IMERCÃO COM PIGMENTO AVIAMENTOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>1</td> <td>R\$ 0,88 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>REBITES</td> <td>4</td> <td>R\$ 0,20 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>ZIPER</td> <td>1</td> <td>R\$ 0,80 / CORRENTE</td> </tr> <tr> <td>TERMOCOLANTES</td> <td>1</td> <td>R\$ 1,20 / JORIK</td> </tr> </tbody> </table>		MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÃO	1	R\$ 0,88 / EBERLE	REBITES	4	R\$ 0,20 / EBERLE	ZIPER	1	R\$ 0,80 / CORRENTE
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																
BOTÃO	1	R\$ 0,88 / EBERLE																
REBITES	4	R\$ 0,20 / EBERLE																
ZIPER	1	R\$ 0,80 / CORRENTE																
TERMOCOLANTES	1	R\$ 1,20 / JORIK																
					LINHAS <table border="1"> <thead> <tr> <th>LINHA EXTERNA</th> <th>FIO 20</th> <th>SOL (COATS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>PT</td> <td></td> <td>100% ALGODÃO</td> </tr> <tr> <th>LINHA INTERNA</th> <th>FIO 35</th> <th>DUAL DUTY (COATS)</th> </tr> <tr> <td>PT</td> <td></td> <td>100% ALGODÃO</td> </tr> </tbody> </table>		LINHA EXTERNA	FIO 20	SOL (COATS)	PT		100% ALGODÃO	LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)	PT		100% ALGODÃO
LINHA EXTERNA	FIO 20	SOL (COATS)																
PT		100% ALGODÃO																
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)																
PT		100% ALGODÃO																
OBSERVAÇÕES PEÇA TEM VIÉS CRU MISTO INTERNO NA VISTA PARA DAR ACABAMENTO.																		
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																		

Ilustração 70 – 1ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO: INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA: DANIELE A. SANTOS								
DESCRIÇÃO: CALÇA JEANS SARQUEL			REFERÊNCIA: 005/C								
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	27 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	29 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	30 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO								
5- BAINHA BOLSO	1 AGULHA C/ APARELHO	31 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA								
6- PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO	32 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
7- FAZER BAINHA BOLSO TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	33 - LIMPEZA	MANUAL								
8 OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSO	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	34 - REVISÃO	MANUAL								
9 - PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	35 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO								
10 - FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	36 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA								
11 - VIRAR BOLSOS	MANUAL										
12 - REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
13 - PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO										
14 - PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
15 - COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA COM	1 AGULHA PONTO FIXO										
16 - COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17 - UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
18 - COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
19 - COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
20 - PASSAR (VINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
21 - PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
22 - FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
23 - FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
24 - REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
25 - FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
26 - VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CODIGO DE BARRA	005-C	BRANCA	1	NERDWINS JEANS	005-C/TAG	PRETO	1	SACO PLASTICO	RANSARENTI	1	

Ilustração 71 – 1ª Ficha Operacional do 5º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				nerd_wins	
				X	MASC
				FEM	
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P, M E G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MEIA MALHA	DATA ENTREGA: 03-10	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	FORNECEDOR:	RIBANA P.V
MODELO:	CAMISETA PRETA BÁSICA. R2D2	CONSUMO:	1 METRO	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:
MODELAGEM:	CAMISETA MASCULINA	COR:	PRETA	TAMANHO: M	CONSUMO:
REF:	005/A	CUSTO:	R\$ 8,12	QUANTIDADE: 01	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	COMPOSIÇÃO:	97% CO E 3% PES
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				ESTAMPA FRONTAL	
				<p>TINTA ACRILICA A BASE D'AGUA (PLASTISOL)</p>	
				ESTAMPA COSTAS	
AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTOES					
REBITES					
ZIPER					
TERMOCOLANTE (NDW04)	1	R\$ 0,54 / JORIK			
LINHAS					
LINHA OVERLOCK		FILOTEX			
PRETA		100% POLIÉSTER			
LINHA RETA	FIO 120	FILOTEX			
PRETA		100% POLIÉSTER			
OBSERVAÇÕES					
APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTES					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 72 – 2ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA								
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					X	MASC		
						FEM		
nerd_wins								
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P/M/G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS			
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MEIA MALHA	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:	RIBANA		
LINHA:	CASUAL-DESPOJADO	COMPOSIÇÃO:	67% POL / 33% VISCOSE		FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS		
MODELO:	CARDIGAN MASCULINO	CONSUMO:	1,60 CM	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:	BEGE		
MODELAGEM:	CARDIGAN MASC. COM TRANSPASSE	COR:	PT		CONSUMO:	1 METRO		
REF:	005/B	CUSTO:	R\$ 12,00	TAMANHO: M	CUSTO:			
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:	65%POL/31%VI SCO-		
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES								
					ARTE PARA A SUBLIMAÇÃO			
					AVIAMENTOS			
MATERIAL		QTD	CUSTO/FORNECEDOR					
BOTÃO		7	R\$ 0,50 / EBERLE					
					LINHAS			
LINHA EXTER		FIO 120/RETA	SOL (COATS)					
BEGE		5089	100% POLIÉSTER					
LINHA INTER		FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)					
BEGE		5089	100% POLIÉSTER					
					OBSERVAÇÕES			
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA								

Ilustração 74 – 3ª Ficha Técnica do 5º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																		
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					MASC													
					X FEM													
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P/M/G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS SECUNDÁRIOS:	FORRO MALHA SEGUNDA												
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MUSSELINE	DATA ENTREGA: 21-11	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS												
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100% POLIÉSTER		COR:	ROSA VELHO												
MODELO:	VESTIDO FEMININO OLD	CONSUMO:	2,00 METROS	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	CONSUMO:	2 METROS												
MODELAGEM:	VESTIDO FEMININO ESTAMPADO	COR:	ROSA VELHO	TAMANHO: P	CUSTO:	R\$ 16,00												
REF:	6	CUSTO:	R\$ 14,00	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:	100% POLIAMIDA												
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	MARISOL															
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES																		
					RAPPORT 													
					AVIAMENTOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>4</td> <td>R\$ 0,25/SÃO JOSÉ</td> </tr> <tr> <td>ENTRETELA</td> <td>20 CM</td> <td>R\$ 1,00/CASA DA COSTURA</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÃO	4	R\$ 0,25/SÃO JOSÉ	ENTRETELA	20 CM	R\$ 1,00/CASA DA COSTURA			
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																
BOTÃO	4	R\$ 0,25/SÃO JOSÉ																
ENTRETELA	20 CM	R\$ 1,00/CASA DA COSTURA																
					LINHAS <table border="1"> <thead> <tr> <th>LINHA EXTERNA</th> <th>FIO 120/RETA</th> <th>SOL (COATS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ROSA CLARO</td> <td></td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> <tr> <th>LINHA INTERNA</th> <th>FIO OVERLOCK</th> <th>DUAL DUTY (COATS)</th> </tr> <tr> <td>ROSA CLARO</td> <td></td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> </tbody> </table>		LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)	ROSA CLARO		100% POLIÉSTER	LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)	ROSA CLARO		100% POLIÉSTER
					LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)											
ROSA CLARO		100% POLIÉSTER																
LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)																
ROSA CLARO		100% POLIÉSTER																
					OBSERVAÇÕES ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM ESPECIAL P/ SUBLIMAÇÃO													
					SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA													

Ilustração 76 – 1ª Ficha Técnica do 6º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				X MASC	
				FEM	
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	38 AO 48	PEÇA PILOTO	
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	HENDRIX	DATA ENTREGA:	03-10
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	98%ALG.02%ELAST	FORNECEDOR:	FORRO DE BOLSO
MODELO:	CALÇA JEANS MASCULINA	CONSUMO:	1,640 CM	DATA ENTREGA FINAL:	21-11
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SAROUEL VISTA DIFERENCIADA	COR:	VERDE MUSGO	CONSUMO:	0,24
REF:	007/C	CUSTO:	R\$ 25,00	TAMANHO:	42
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	VICUNHA	QUANTIDADE:	01
				COMPOSIÇÃO:	50%ALG.50%POL.
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
<p>Passantes de 1,3x6,5 cm com 2 pesp. + Travetes</p> <p>Cós de 5 cm com 1 pesp superior e 1 pesp inferior</p> <p>Passantes DIFERENCIADOS de 2,0x6,5 cm com 2 pesp + Travetes</p> <p>Pala c/ 2 pessos</p> <p>Etiqueta externa de couro Nerd_wins</p> <p>Bolsos com 1 pesponto largo e rebites</p> <p>Vista recortada com 1 pesp rente nas bordas + 1 pesp na curva + Travetes + Botões</p> <p>Bolsa embutido FALSO com 2 vivos de 0,5 cm + 1 pesp. rente em toda a volta + Travetes</p> <p>Lateral com 1 pesp rente + Travete vertical</p> <p>Gancho c/ 2 pesp</p> <p>Entrepernas no interlock sem pesp aparente</p> <p>Barra c/ 1 pesp a 1,5cm</p>				DETALHES <p>Botões de metal</p> <p>ETIQ. DE NUMERO</p>	
LAVANDERIA					
AMACIAMENTO AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTÃO	4	R\$ 0,23 / EBERLE			
REBITES	2	R\$ 0,20 / EBERLE			
ETIQUETA EXT.	1	R\$ 2,50 ILDO COURO			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 20	SOL (COATS)			
PRETA		100%POLIESTER			
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)			
PRETA		70%PES E 30% CO			
OBSERVAÇÕES					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 78 – 1ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

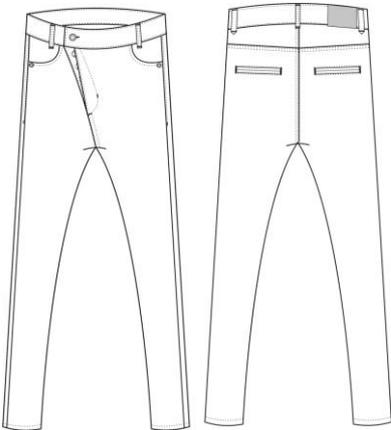
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:			DANIELE A. SANTOS		
DESCRIÇÃO:			CALÇA JEANS SAROUEL VISTA DIFERENCIADA			REFERÊNCIA:			007/C		
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	25 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	26 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	27 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	28 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
5- FAZER BAINHA BOLSO TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	29 - LIMPEZA	MANUAL								
6- OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSO	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	30 - REVISÃO	MANUAL								
7- PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	31 - APLICAÇÃO DE BOTOES E REBITES	MAQUINA DE PRESSÃO								
8- FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS										
9- VIRAR BOLSOS	MANUAL										
10- REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
11- PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
14- COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
15- COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17- UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
16- COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
17- COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
18- PASSAR (VINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
19- PREGAR BOLSO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
20- FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
21- FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
22- REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
23- FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
24- VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CÓDIGO DE BARRA	007-C	BRANCA	1	NERDWINS JEANS	007-C/TAG	PRETO	1	SACO PLASTICO	RANSARENTI	1	

Ilustração 79 – 1ª Ficha Operacional do 7º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																		
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					<input checked="" type="checkbox"/> MASC <input type="checkbox"/> FEM													
					nerd_wins													
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	42/44/46/48	PEÇA PILOTO														
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	ALGODÃO	DATA ENTREGA:	21-11													
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO	FORNecedor:	ARM. SÃO JOSÉ													
MODELO:	CAMISA MASCULINA	CONSUMO:	1,60 CM	DATA ENTREGA FINAL:	21-11													
MODELAGEM:	CAMISA MASCULINA	COR:	CINZA ESCURO	CONSUMO:	1,0 METRO													
REF:	009/B	CUSTO:	18,90	TAMANHO:	M													
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	MONALISA TECIDOS	QUANTIDADE:	01													
				CUSTO:	R\$ 0,60													
				COMPOSIÇÃO:	100%ALGODÃO													
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES																		
				TERMOCOLANTE 														
				TERMOCOLANTE 														
				AVIAMENTOS <table border="1"> <thead> <tr> <th>MATERIAL</th> <th>QTD</th> <th>CUSTO/FORNECEDOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BOTÃO</td> <td>12</td> <td>R\$ 0,80 / EBERLE</td> </tr> <tr> <td>VIVO</td> <td>1 METRO</td> <td>R\$ 0,60/ARM. SÃO JOSÉ</td> </tr> </tbody> </table>			MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR	BOTÃO	12	R\$ 0,80 / EBERLE	VIVO	1 METRO	R\$ 0,60/ARM. SÃO JOSÉ			
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR																
BOTÃO	12	R\$ 0,80 / EBERLE																
VIVO	1 METRO	R\$ 0,60/ARM. SÃO JOSÉ																
				LINHAS <table border="1"> <thead> <tr> <th>LINHA EXTERNA</th> <th>FIO 120/RETA</th> <th>SOL (COATS)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CHUMBO</td> <td>1020</td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> <tr> <th>LINHA INTERNA</th> <th>FIO OVERLOCK</th> <th>DUAL DUTY (COATS)</th> </tr> <tr> <td>CHUMBO</td> <td>1020</td> <td>100% POLIÉSTER</td> </tr> </tbody> </table>			LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)	CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER	LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)	CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER
LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)																
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER																
LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)																
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER																
				OBSERVAÇÕES ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTES														
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA																		

Ilustração 80 – 2ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

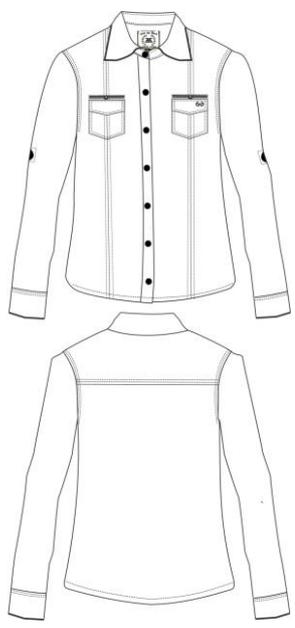
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA										
nerd_wins										
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA	DANIELE A. SANTOS					
DESCRIÇÃO:	CAMISA MASCULINA			REFERÊNCIA:	009/B					
SEQUENCIA OPERACIONAL					DESENHO TÉCNICO COM A ESTAMPA					
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA							
1 - BAINHA PE DE GOLA	RETA	23 PREGAR ETIQUETA PALA	RETA							
2 - FECHAR GOLA	REFILADEIRA	24 PREGAR PALA	PLANA							
3 - VIRAR GOLA	MANUAL	25 CASAR FRENTE	MESA							
4 - PESPONTAR GOLA	RETA	26 UNIR OMBROS	RETA							
5 - MONTAR COLARINHO	REFILADEIRA	27 PREGAR COLARINHO	RETA							
6 - PESPONTAR MEIO DE GOLA	RETA	28 PREGAR MANGAS	PLANA							
		29 REBATER MANGAS	RETA							
7 - REFILAR MEIO DE GOLA	OVERLCOK	30 FECHAR LATERAL	FRANCESA							
8 - MARCAR GOLA	MANUAL	31 PREGAR PUNHOS	RETA							
9 - BAINHA DE PUNHOS	RETA	32 FAZER BARRA	RETA							
10 - FECHAR PUNHOS	REFILADEIRA	33 CASEAR PÉ DE GOLA	CASEADEIRA							
11 - VIRAR PUNHOS	MANUAL	34 CASEAR PUNHOS	CASEADEIRA							
12 - PESPONTAR PUNHOS	RETA	35 MARCAR BOTÕES	MESA							
13 - BAINHA DO BOLSO	RETA	36 REVISAR PEÇAS	CAVALETE							
14 - COSTURAR VISTA DIREITA	RETA	37 PASSAR PEÇA	FERRO							
15 - PASSAR VISTA ESQUERDA	FERRO	38 ABOTOAR PEÇA	MESA							
15 - CASEAR VISTAS	CASEADEIRA	39 PREGAR BOTÕES	BOTONEIRA							
16 - PREGAR BOLSOS	FRETA	40 APLICAR TERMOCOLANTES	PRENSA EM ALTA TEMPERATURA							
17 - PASSAR BOLSOS	FERRO									
18 - PASSAR CARCELAS	FERRO									
19 - FAZER BAINHA DE MARCELA	RETA									
20 - PREGAR CARCELA	RETA									
21 - CASEAR CARCELA	CASEADEIRA									
22 - MARCAR PALA	FERRO									
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO										
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QDT
CÓDIGO DE BARRA	009-B	BRANCA	1	NERDWINS ALFAIATARIA	009-B/TAG	PRETO	1	SACO PLASTICO	TRANSPARENTE	1

Ilustração 81 – 2ª Ficha Operacional do 7º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO					<input checked="" type="checkbox"/> MASC
					<input type="checkbox"/> FEM
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P/M/G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	MALHA TRABALHADA	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL-DESPOJADO	COMPOSIÇÃO:	87% POL./ 13% VISCOSE		FORNECEDOR:
MODELO:	CARDIGAN MASCULINO OLD MACHINE	CONSUMO:	1,60 CM	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:
MODELAGEM:	CARDIGAN MASCULINO C/ TRANSPASSE	COR:	CHUMBO		CONSUMO:
REF:	008/B	CUSTO:	R\$ 16,00	TAMANHO: M	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
ESTAMPA LOCALIZADA					
ESTAMPA LOCALIZADA					
TINTA A BASE D'AGUA NAS CORES PRETA, AZUL E BRANCA AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTÃO	4	R\$ 1,00 / EBERLE			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 120/RETA	SOL (COATS)			
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER			
LINHA INTERNA	FIO OVERLOCK	DUAL DUTY (COATS)			
CHUMBO	1020	100% POLIÉSTER			
OBSERVAÇÕES					
ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA SILK					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 82 – 3ª Ficha Técnica do 7º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA						
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				nerd_wins		MASC
				X		FEM
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	40/42/44/46	PEÇA PILOTO	MATERIAIS SECUNDÁRIOS:	FORRO INTERNO FAILETE
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	SARJA ACETINADA	DATA ENTREGA: 21-11	FORNecedor:	MARQUES
LINHA:	CASUAL-CHIC	COMPOSIÇÃO:	92%AL.G.08%ELAST	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	COR:	PRETO
MODELO:	BLAZER BOYFRIEND	LARG.TECIDO:	1,48 CM	TAMANHO: SOB MEDIDA	CONSUMO:	0,6
MODELAGEM:	BLAZER FEMININO	COR:	PRETO	QUANTIDADE: 01	CUSTO:	R\$ 2,50
REF:	005/B	FORNecedor:	CEDRO		COMPOSIÇÃO:	100%POLIÉSTER
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	CONSUMO:	1,8			
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES						
				TERMOCOLANTE NERDWINS- JORIK		
AVIAMENTOS						
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNecedor				
BOTÃO	2	R\$ 0,80 / EBERLE				
TERMOCOLANTE	1	R\$ 0,68 / JORIK				
LINHAS						
LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)				
PRETA		0100%POLIÉSTER				
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)				
PRETA		070%PES E 30% CO				
OBSERVAÇÕES						
PEÇA TEM BOLSO INTERNO NO FORRO DE 12X16 PARA GADGETS						
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA						

Ilustração 84 – 1ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA										
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO								nerd_wins		
COLEÇÃO:		INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA		DANIELE A. SANTOS			
DESCRIÇÃO:		BLASER BOYFRIND			REFERÊNCIA:		005/B			
SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DO TECIDO)				SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DO FORRO)				DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO		
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA					
1-RISCAR FRENTE	MANUAL	1. MONTAR VIVO	MAQUINÃO	7. PREGAR MANGA DO FORRO	RETA					
2-RISCAR BOLSINHO	MANUAL	2. FIXAR E FECHAR BOLSOS	RETA	8. UNIR GOLA	ZIG ZAG					
3-RISCAR BOLSOS	MANUAL	3. FECHAR PENCES	RETA	9. FECHAR GOLA	RETA					
4.PASSAR BOLSOS	FERRO	4. FECHAR TRASEIRO	RETA	10. PASSAR GOLA	FERRO					
5. CORTAR VIVOS	MANUAL	5. FECHAR MANGA	RETA	11. PREGAR GOLA	RETA					
5. PASSAR VIVOS	RETA	6. LIGAR OMBROS	RETA							
BOLSO	RETA									
7- PREGAR BOLSO NA FRENTE	RETA									
9.FORMAR A FRENTE	RETA									
10.UNIR TRASEIRO	RETA									
11. UNIR OMBRO	RETA									
12. PASSAR OMBRO	FERRO									
13. PASSAR A BARRA	FERRO									
14.FECHAR MANGA	RETA									
15. FAZER DEGOLO	RETA									
SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DA MANGA)				SEQUENCIA OPERACIONAL (PREPARAÇÃO DA MONTAGEM FINAL)						
1.PASSAR COSTURA PUNHO	FERRO	1. FIXAR COSTURA DA GOLA	RETA	2. ENQUADRAR FRENTE	MANUAL					
2. FAZER COSTURA DO PUNHO	RETA	3. REFILAR FRENTE	REFILADEIRA							
3. PREGAR OMBREIRA	RETA	4. FAZER BARRA	RETA							
4. PREGAR MANGA NA FRENTE	RETA	5. VIRAR O TERNO	MANUAL							
		6. PRENDER CAVA	MANUAL							
		7. FECHAR PUNHO	RETA							
		8. PASSAR FRENTE	FERRO							
		9. MARCAR CASEADO	MANUAL							
		10. CASEAR	CASEADEIRA							
		11. MARCAR LOCAL DO BOTÃO	MANUAL							
		12. PREGAR BOTÃO	BOTONEIRA							
		13. FAZER LIMPEZA DA PEÇA	MANUAL							
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO										
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD
CÓDIGO DE BARRA	005-B	BRANCA	1	NERDWINS ALFAMATARIA				SACO PLASTICO	RANSARENTI	1

Ilustração 85– 1ª Ficha Operacional do 8º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				nerd_wins	MASC X FEM
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	36 AO 48	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	SHAKIRA	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL	COMPOSIÇÃO:	98%ALG.02%ELAST	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	FORNECEDOR:
MODELO:	CALÇA JEANS FEMININA	LARG.TECIDO:	1,38 CM		COR:
MODELAGEM:	CALÇA JEANS SKINNY	COR:	PRETO		CUSTO:
REF:	005/C	CUSTO:	R\$ 18,00	TAMANHO: 38	CUSTO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	VICUNHA	QUANTIDADE: 01	COMPOSIÇÃO:
		CONSUMO:	1,6		50%ALG.50%POL.
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				DETALHES 	
LAVANDERIA					
LAVAGEM: AMACIAMENTO E ESTONAGEM AVIAMENTOS					
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTÃO	1	R\$ 0,23 / EBERLE			
ZÍPER PRETO	1	R\$ 0,80 / CORRENTE			
TERMOCOLANTE	2	R\$ 0,80 / workfashion			
TERMOCOLANTE	1	R\$ 3,26 / JORIK			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)			
PRETA		0 100% POLIÉSTER			
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)			
PRETA		0 70% PES E 30% CO			
OBSERVAÇÕES					
ATENÇÃO: APLICAR ETIQ. DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA TERMOCOLANTE.					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 86 – 2ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA											
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins	
COLEÇÃO:		INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:		DANIELE A. SANTOS				
DESCRIÇÃO:		CALÇA JEANS FEMININA SKINNY			REFERÊNCIA:		005/C				
SEQUENCIA OPERACIONAL							DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO				
OPERAÇÃO	MAQUINA	OPERAÇÃO	MAQUINA								
1- EMENDAR O CÓS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	27 - COLOCAÇÃO DE CÓS	MAQUINA DE CÓS								
2- ENROLAR O CÓS	DISPOSITIVO MANUAL	28 - FINALIZAR A PONTA DO CÓS	1 AGULHA PONTO FIXO								
3- FAZER PASSANTES	GALONEIRA COM REFILADOR	29 - COLOCAR PASSANTES	MAQUINA DE PASSANTE								
4- CORTAR PASSANTES	CORTADOR	30 - FAZER BARRA	1 AGULHA PONTO FIXO								
5- BAINHA BOLSOS	1 AGULHA C/ APARELHO	31 - CASEAR A PONTA DO CÓS	CASEADEIRA								
6- PREGAR BOLSOS	2 AGULHAS PONTO FIXO	32 - TRAVETAR VISTA, LATERAL E PASSANTE NO CÓS	MAQUINA TRAVETADEIRA								
7- FAZER BAINHA BOLSOS TRASEIRO	1 AGULHA C/ APARELHO	33 - LIMPEZA	MANUAL								
8 OVERLOCKAR ESPELHO DO BOLSOS	OVERLOCK 1 AGULHA 3 FIOS	34 - REVISÃO	MANUAL								
9 - PREGAR ESPELHO NOS BOLSOS	1 AGULHA PONTO FIXO	35 - APLICAÇÃO DE BOTÕES	MAQUINA DE PRESSÃO								
10 - FECHAR BOLSOS	INTERLOCK 5 FIOS	36 - APLICAÇÃO DE TERMOCOLANTE	PRENSA								
11 - VIRAR BOLSOS	MANUAL										
12 - REBATER COSTURAS DOS BOLSOS FRONTAIS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
13 - PREGAR VIES NA VISTA INTERNA	1 AGULHA PONTO FIXO										
14 - PREGAR ETIQUETA DE TAMANHO	1 AGULHA PONTO FIXO										
15 - COLOCAR FRENTE DIREITA NA VISTA C/ZIPER	1 AGULHA PONTO FIXO										
16 - COLOCAR FRENTE ESQUERDA NA VISTA	1 AGULHA PONTO FIXO										
17 - UNIR FRENTE ESQUERDA COM DIREITA	2 AGULHAS PONTO FIXO COM APARELHO										
18 - COSTURAR VISTA E GANCHO	2 AGULHAS PONTO FIXO										
19 - COLOCAÇÃO DA PALA NO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE										
20 - PASSAR (VINCAR) BOLSOS TRASEIROS	FERRO A VAPOR										
21 - PREGAR BOLSOS	2 AGULHAS PONTO FIXO										
22 - FECHAR GANCHO TRASEIRO	2 AGULHAS PONTO CORRENTE COM APARELHO										
23 - FECHAMENTO DAS LATERAIS	INTERLOCK 5 FIOS										
24 - REBATER LATERAL	1 AGULHA PONTO FIXO										
25 - FECHAMENTO ENTREPERNAS	2 AGULHAS NO APARELHO										
26 - VIRAR A PEÇA NO DIREITO	MANUAL										
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO											
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD	
CODIGO DE BARRA	005-C	BRANCA	1	NERDWINS JEANS				SACO PLASTICO	RANSPARENTI	1	
TAG	005-C TAG	PRETA	1	NÃO PERTURBE							

Ilustração 87 – 2ª Ficha Operacional do 8º look

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					
FICHA TÉCNICA DO PRODUTO				MASC	
				X FEM	
MARCA:	NERDWINS	GRADE:	P/M/G	PEÇA PILOTO	MATERIAIS
COLEÇÃO:	INVERNO 2012 - OLD IS COOL	TECIDO PRINCIPAL:	TRICOLINE	DATA ENTREGA: 21-11	SECUNDÁRIOS:
LINHA:	CASUAL-CHIC	COMPOSIÇÃO:	96%ALG.04%ELAST		VIVO COM PONTA
MODELO:	CAMISA FEMININA CORAÇÃO NERD	LARG.TECIDO:	1,48 CM	DATA ENTREGA FINAL: 21-11	FORNECEDOR:
MODELAGEM:	CAMISA FEMININA	COR:	BRANCO		COR:
REF:	005/A	CUSTO:	R\$ 15,00	TAMANHO: P	CONSUMO:
ESTILISTA:	DANIELE A. SANTOS	FORNECEDOR:	CENTRAL MALHAS	QUANTIDADE: 01	CUSTO:
		CONSUMO:	1,20 CM		COMPOSIÇÃO:
					100% POLIÉSTER
DESENHO TÉCNICO COM DESCRIÇÕES					
				RAPORT CORAÇÃO NERD	
				TERMOCOLANTE	
				NERD_WINS	
				AVIAMENTOS	
MATERIAL	QTD	CUSTO/FORNECEDOR			
BOTÃO	5	R\$ 0,50 /IRMAOS PERFETO			
TERMOCOLANTE	1	R\$ 0,68 /JORIK			
VIVO COM PONTA	1 METRO	R\$ 0,85			
LINHAS					
LINHA EXTERNA	FIO 24	SOL (COATS)			
BRANCA		100%POLIÉSTER			
LINHA INTERNA	FIO 35	DUAL DUTY (COATS)			
BRANCA		70%PES E 30% CO			
OBSERVAÇÕES					
ATENÇÃO: APLICAR ETIQUETA DE INSTRUÇÃO DE LAVAGEM PARA SILK					
SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA					

Ilustração 88 – 3ª Ficha Técnica do 8º Look Confeccionado

Fonte: Autoria própria

SANTOS MEIGA COMÉRCIO DE VESTUÁRIO LTDA												
FICHA TÉCNICA DE PRODUTO										nerd_wins		
COLEÇÃO:			INVERNO 2012 - OLD IS COOL			ESTILISTA:			DANIELE A. SANTOS			
DESCRIÇÃO:			CAMISA FEMININA			REFERÊNCIA:			005/A			
SEQUENCIA OPERACIONAL						DESENHO TÉCNICO SEM DESCRIÇÃO						
OPERAÇÃO	MÁQUINA	OPERAÇÃO				MÁQUINA						
1. REBATER GOLA COM VIVO	RETA	13. PREGAR BOTÕES										MANUAL
2. COSTURAR PÉ DE GOLA	RETA	14. FAZER LIMPEZA DA PEÇA										MANUAL
3. PREGAR PÉ DE GOLA COM GOLA	RETA											
4. UNIR OMBRO	INTERLOCK											
5. COSTURAR GOLA NA FRENTE E COSTAS	RETA											
6. PREGAR MANGA	OVERLOCK											
7. PREGAR PUNHO NA MANGA COM VIVO EMBUTIDO	INTERLOCK											
8. FECHAR MANGA	INTERLOCK											
9. FECHAR LATERAL	INTERLOCK											
10. FAZER VISTA	GALONEIRA											
11. MARCAR CASEADOS	MANUAL											
12. CASEAR	CASEADEIRA											
SETOR DE ACABAMENTO E EXPEDIÇÃO												
ETIQUETAS:	CÓDIGO	COR	QTD	TAG	CÓDIGO	COR	QTD	EMBALAGENS	COR	QTD		
CÓDIGO DE BARRA	005-a	BRANCA	1	NERDWINS CAMISA				SACO PLASTICO	RANSARENTI	1		

Ilustração 89 – 3ª Ficha Operacional do 8º look

Fonte: Autoria própria

12 CATÁLOGO



Ilustração 90 – Capa e Contra-Capa do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 91 – Folha 1 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 92 – Folha 2 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 93 – Folha 3 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 94 – Folha 4 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 95 – Folha 5 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Os nerds que viveram os anos 80 hoje buscam um resgate aos temas icônicos de sua infância.

Ilustração 96 – Folha 6 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 97 – Folha 7 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 98 – Folha 8 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 99 – Folha 9 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 100 – Folha 10 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 101 – Folha 11 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 102 – Folha 12 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 103 – Folha 13 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 104 – Folha 14 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 105 – Folha 15 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 106 – Folha 16 do Catálogo

Fonte: Autoria própria

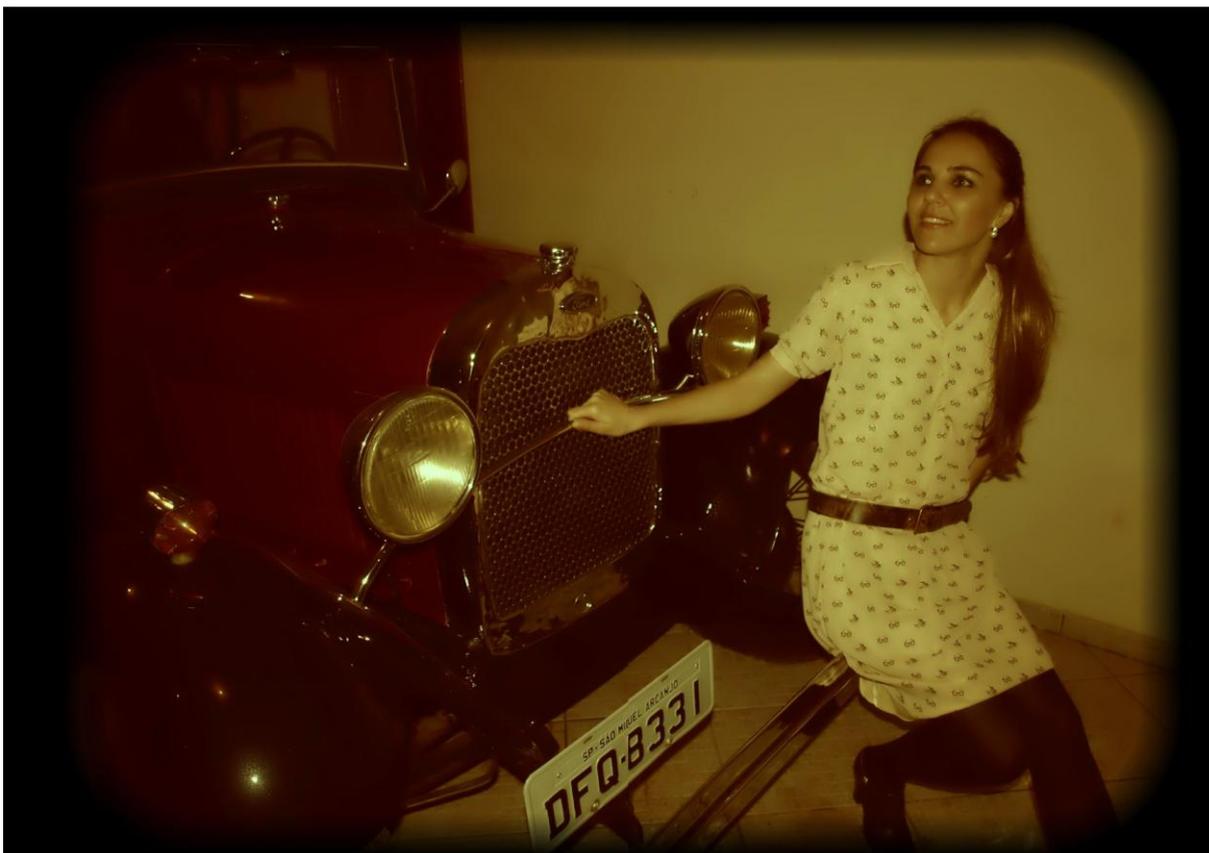


Ilustração 107 – Folha 17 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Ilustração 108 – Folha 18 do Catálogo

Fonte: Autoria própria



Dedico esse trabalho a todos que ajudaram, e ao nerd muito especial Miguel Akira que me serviu de inspiração. Gostaria de agradecer em especial a minha família e a meus amigos . Queria dizer a todos que um simples gesto e demonstração de carinho e compreensão de cada um, foi o me deu forças para vencer todas as dificuldades e obstáculos que surgiram durante o caminho. Saibam que vocês não me ofereceram somente uma ajuda, mas sim um alicerce firme ao qual eu me apoiei muitas vezes durante todo esse projeto Espero que o resultado final esteja tão surpreendente como cada um de vocês! Muito obrigada!

Daniele Almeida Santos

Ilustração 109 – Folha Final do Catálogo

Fonte: Autoria própria

13 DOSSIÊ ELETRÔNICO

13.1 PÁGINA DE ABERTURA

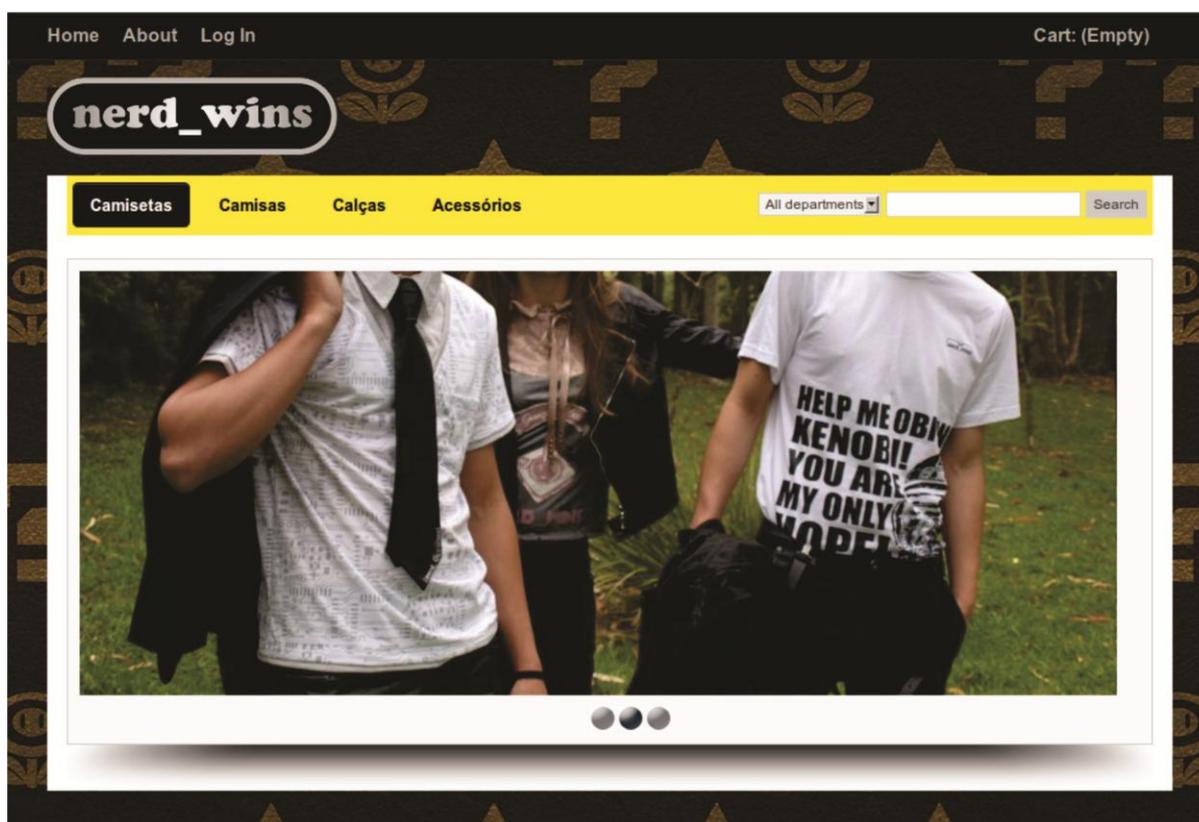


Ilustração 110 – Página de Abertura

Fonte: Autoria própria

13.2 HISTÓRICO DA EMPRESA

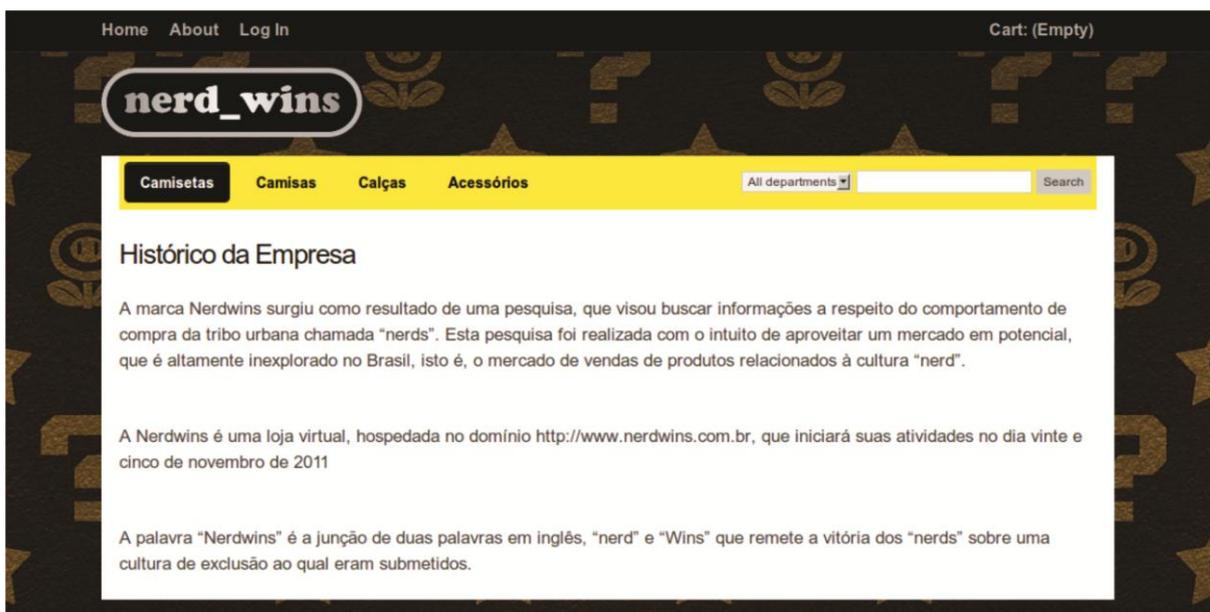


Ilustração 111 – Histórico da Empresa

Fonte: Autoria própria

13.3 CONCEITO



Ilustração 112 – Conceito da Empresa

Fonte: Autoria própria

14 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No presente trabalho, foi analisada a problemática do comportamento de compra dos nerds, através de uma pesquisa bibliográfica e de uma pesquisa de campo. Na análise dos resultados coletados, pode-se afirmar que os nerds constituem um nicho de mercado bastante específico, com necessidades e desejos próprios. O mercado voltado especificamente para os nerds é bastante inexplorado no Brasil, sendo que foi verificado neste trabalho que há demanda para crescimento.

Pode-se afirmar também que os nerds atualmente não são mais vistos como no passado, isto é, não são mais vistos como reclusos, excluídos e sem uma vida social ativa. Com o advento da internet e da crescente informatização, onde pessoas consideradas nerds, como Steve Jobs, Bill Gates, Mark Zuckerberg, etc., são colocadas dentre as personalidades mais influentes do mundo, os nerds passam a serem vistos de maneira positiva.

Isso gera uma necessidade de auto-afirmação, onde o nerd, uma vez visto de maneira depreciativa, passa agora a se orgulhar de sua condição. A pesquisa mostra que uma das maneiras que eles usam para se auto afirmarem é utilizando roupas - especialmente camisetas - que possuam significados condizentes ao que se quer afirmar.

Portanto, as roupas da coleção possuem como inspiração temas considerados clássicos para os nerds, como os filmes Guerra nas Estrelas, jogos antigos de videogames como Atari, e circuitos de placas de computadores. Nesta coleção, busca-se especificamente atingir ao público que cresceu nos anos 80 e hoje possui uma visão nostálgica daquela época.

As roupas têm como principal objetivo serem confortáveis e práticas, uma vez que é isso que o público-alvo mais valoriza, mas sem cair no lugar comum de produzir apenas camisetas, como a maioria das lojas concorrentes no Brasil. Apostou-se em uma modelagem diferenciada e em produtos não comumente vendidos, como ternos, calças jeans e vestidos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

American Heritage Dictionary of the English Language, Third Edition, Houghton Mifflin Co., Boston - New York - London, 1992

ARRAIS, Daniela. et al. Moda “nerd” inclui estampas de videogames, comandos eletrônicos e gadgets. **Folha On Line**. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u362667.shtml>> Acesso em: 12 nov. 2009

CALDAS, Roseli Fernandes Lins. A escola na mídia: Sobre “populares” e “nerds”. **Revista Psicologia USP** vol. 17 n.1. São Paulo:USP, 2006

Current Slang: A Quarterly Glossary of Slang Expressions Currently In Use, Vol. V, No. 4, Department of English, University of South Dakota. 1971.

DEBARBIEUX, E. **A violência na escola francesa: 30 anos de construção social do objeto (1967-1997)**. Educação e Pesquisa, São Paulo, v. 27, n.1, 2001.

DEFINIÇÃO “GEEK” Disponível em:
<<http://dictionary.reference.com/browse/geek>> Acesso em: 17 nov. 2009

DEFINIÇÃO “GEEK” Disponível em:
<<http://en.wikipedia.org/wiki/Geek>> Acesso em: 17 nov. 2009

DEFINIÇÃO “NERD” Disponível em:
<<http://en.wikipedia.org/wiki/nerd>> Acesso em 18 nov. 2009

FASHION BUBBLES. **Mídia Impressa e Fotografia de Moda – A Imagem Texto da Revista de Moda - Parte 1**. 2007, Disponível em:
< <http://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/midia-impressa-a-imagem-texto-da-revista-de-moda/>> Acesso em 14 Nov. 2010

FORBES MAGAZINE. **The World’s Billionaires**. 2010, Disponível em:
<http://www.forbes.com/lists/2010/10/billionaires-2010_The-Worlds-Billionaires_Rank.html> Acesso em 2 Jun. 2011

FANTE, Cleodence A. Z. **Fenômeno bullying: estratégias de intervenção e prevenção da violência entre escolares**. São José do Rio Preto: Ativa, 2003.

_____. **Fenômeno bullying: Como prevenir a violência nas escolas e educar para a paz.** Campinas, SP: Verus, 2005

FORBES MAGAZINE. **The World's Billionaires.** 2010, Disponível em: <http://www.forbes.com/lists/2010/10/billionaires-2010_The-Worlds-Billionaires_Rank.html> Acesso em 2 Jun. 2011

FÓRUM MACRUMORS. disponível em: <<http://forums.macrumors.com/showthread.php?t=500>> Acesso em: 20 Janeiro 2011

FORTUNE TECH. **Apple's Market Cap tops US\$300 billion.** 2011, disponível em: <<http://tech.fortune.cnn.com/2011/01/03/apples-market-cap-tops-300-billion/>> Acesso em 3 mar. 2011.

FRANCISCO, Marcos Vinicius, LIBÓRIO, Renata Maria. Um estudo sobre *Bullying* entre escolares do ensino fundamental. **Revista Psicologia: Reflexão e Crítica**, vol.22 no.2. Porto Alegre 2009.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido.** São Paulo: Paz e Terra, 1987

GALVÃO, Danielle P. Os “nerds” ganham poder e invadem a TV. **Revista Científica Intr@ciência:** UNIESP, Guarujá, 2009

GARATTONI, Bruno. Et al. Sou “nerd” mas tô na moda. **Revista Super Interessante On Line.** Disponível em: <http://super.abril.com.br/revista/245/materia_revista_256871.shtml?pagina=1>. Acesso em : 02 nov. 2009.

GONÇALVES, Carlos Aberto, SILVA, Ana Catarina Lima, PAULA, Elis Regina de, MORAES, Marcelo Amaral. Um olhar sobre o comportamento de compra dos usuários da internet. **Caderno de Pesquisas em Administração.** São Paulo, v.07, nº3, julho/setembro 2000.

JONES, Sue J., **Fashion Design: Manual do estilista.** São Paulo: Cosac Naify, 2005

JORGE, Samia Dayana Cardoso, CAMPOS, Herculano Ricardo. **Violência na escola: uma reflexão sobre o bullying e a prática educativa.** Em Aberto, v. 23, p. 107-128, 2010. CÓDIGO de Catalogação Anglo-Americano. 2. ed. São Paulo: FEBAB, 1983-1985.

KALAKOTA, Ravi; WHINSTON, Andrew B. **Electronic commerce: A manager's guide**. Massachusetts: Addison Wesley Longman, 1996

KINNEY, David A. **From "nerds" to Normals: The Recovery of Identity among Adolescents from Middle School to High School**. *Sociology of Education*, Vol. 66 No. 1, 1993.

LOPES NETO, Aramis A. **Bullying: Comportamento agressivo entre estudantes**. *Jornal de Pediatria* Vol.1 no. 5. Rio de Janeiro, 2005

LUCIANO, Edimara. M.; TESTA, Maurício G.; FREITAS, Henrique. **As tendências em comércio eletrônico com base em recentes congressos**. XXXVIII CLADEA, Lima/Peru, 2003.

NORDBERG, Anna. "Nerd" Up: Geek hall of fame. **Revista InStyle**: Time, 2004
 NUNES, Vanessa. **Moda Geek**. Disponível em:
 <<http://www.newtonbragarosa.com.br/conquista-detalhes.php?id=1260>> Acesso em: 11 nov 2009.

_____. "Nerd" não, agora é geek. **Jornal Zero Hora**. Disponível em:
 <<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default2.jsp?uf=1&local=1&source=a1727028.xml&template=3898.dwt&edition=9069>> Acesso em: 12 nov. 2009

PASQAL, Danusa Spricigio. **Tribo Nerd: Saiba que você pode ser um nerd**. Disponível em:
 <[http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~18601~n~tribo+\"nerd\".htm](http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~18601~n~tribo+\)> Acesso em: 25 out. 2009

PIZARRO, Hannia C., JIMÉNEZ, Irene M. **Maltrato entre iguales en la escuela costarricense**. *Revista Educación* no. 31, Universidad de Costa Rica, 2007

PUTNAM, Nicholas. **Kids Called "nerds": Challenge and Hope For Children With Mild Pervasive Developmental Disorders**. 2001, Disponível em:
 <<http://www.udel.edu/bkirby/asperger/putnampaper.html>> Acesso em: 15 Nov. 2009

QUESTIONÁRIO NERD. 2011, disponível em:
<http://questionario.herokuapp.com/> Acesso em 20/09/2011

RAMÍREZ, Fuensanta C. **Variables de personalidade associadas en la dinámica bullying (agresores versus vítimas) en niños y niñas de 10 a 15 años**. Anales de Psicologia, no. 17, Universidad de Múrcia, Espanha, 2001

SILVA, D. G. da. **Violência e estigma: bullying na escola**. 2006. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais Aplicadas) – Unisinos, São Leopoldo, 2006.

SENAI DESIGN. **Perfil Moda, Inspirações + Tendências 2012**. CNI Senai. Disco laser.

SOFTWARE TOP 100. **Global Software Top 100: The World Largest's Software Companies**. 2011, Disponível em:
<<http://www.softwaretop100.org/global-software-top-100-edition-2011>> Acesso em: 29 Ago. 2011

TOCCI, Jason. **The Well-Dressed Geek: Media Appropriation and Subcultural Style**. MIT5, Massachusetts Institute of Technology, 2007.

THE APPLE MUSEUM. 2010, Disponível em:
<<http://www.theapplemuseum.com/index.php?id=58>> Acesso em: 18 Fev. 2011

THE GUARDIAN. **Videogames now outperform Hollywood Movies**. 2009, Disponível em:
<<http://www.guardian.co.uk/technology/gamesblog/2009/sep/27/videogames-hollywood>> Acesso em: 27 Ago. 2011

THE HUFFINGTON POST. **Apple Earnings Set New Record: Revenues Hits U\$26 Billion**. 2011, disponível em:
<http://www.huffingtonpost.com/2011/01/18/apple-earnings-q1-2011_n_810623.html> Acesso em 3 mar. 2011

THE NEW YORK TIMES. **The Big Surprise of 'Big Bang': The Bigger Audience**. 2009, disponível em:
<http://www.nytimes.com/2009/10/05/arts/television/05bang.html>> Acesso em 15 jun. 2011.

THE OXFORD DICTIONARIES. 2011, Disponível em:
<<http://oxforddictionaries.com/>> Acesso em: 19 Mar. 2011